



**UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR**

**Faculdade de Artes e Letras**

**Departamento de Comunicação e Artes**

## **Comunicação de um Evento em *Food Design***

Relatório de Estágio

Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril  
(ESHTE)

**Vítor Hugo Pires Monteiro**

Relatório de Estágio para Obtenção do Grau de Mestre em  
**Design Multimédia**  
(2º Ciclo de estudos)

Orientador: Prof. Sara Velez

**Covilhã, outubro de 2016**



# Agradecimentos

À Universidade da Beira Interior e a todos os professores que fizeram parte do percurso académico, desde o primeiro ano de licenciatura ao último ano de mestrado.

A toda equipa da empresa RM21, em especial ao César Gonçalves e Rosa Varandas pela dedicação, esforço, acolhimento e partilha de conhecimento. À Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril, em especial ao coordenador e designer Ricardo Bonacho, pela simpatia, ajuda, acompanhamento, partilha e por tornarem possível esta minha experiência a nível pessoal e profissional.

Agradecer também a professora doutora Sara Velez por todo o apoio e por tornar este estágio possível.

Por fim, a toda minha família, amigos e colegas pelo apoio durante este meu percurso.

A todos, um muito obrigado.



## Resumo

O presente relatório de estágio curricular tem como principal objetivo descrever todos os projetos desenvolvidos, bem como demonstrar conhecimentos teóricos e práticos que foram adquiridos ao longo de todo o estágio, no âmbito do mestrado de Design Multimédia pela Universidade da Beira Interior, na Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril. Este estágio foi iniciado a 1 de março de 2016 e terminado a 31 de maio de 2016, ou seja, uma duração de 3 meses, na qual o objetivo foi divulgar um evento gastronómico, *A Saudade Portuguesa*.

Este relatório pretende, então, descrever todos os processos pelos quais foram passados ao longo do estágio, desde as pesquisas iniciais até aos resultados finais, assim como também as metodologias que se colocaram em prática para a realização dos trabalhos, tendo sido eles na maioria relacionados com design editorial e vídeo. O objetivo destes projetos foi divulgar um evento gastronómico único, até à data em Portugal, de seu nome *A Saudade Portuguesa*, o qual, através de sabores gastronómicos, jogos de luz, som e poesia teve como finalidade fazer uma viagem pelos antepassados.

## Palavras-chave

Comunicação; Eventos; Identidade Visual; Alimentação; Vídeo.



# Abstract

This internship report aims to describe all projects developed and demonstrate knowledge and skills that have been acquired throughout the internship, in the ambit of Master Design Multimedia from Beira Interior University and Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril. This professional training was started on 1<sup>st</sup> March 2016 and ended on 31<sup>st</sup> May 2016, that is a period of three months, in which the aim was to promote a gastronomic event, *A Saudade Portuguesa*.

This report intends, then, to describe all the processes i have been through during the internship, from the initial research to the final results, as well as the methodologies that were put in practice to carry out the work, most of them connected to editorial design and video. The aim of these projects was to promote a unique gastronomic event in Portugal, called *A Saudade Portuguesa*, which, through gastronomic flavours, light fixtures, sound and poetry aimed to make a travel back to the time of our ancestors.

# Keywords

Communication; Events; Visual Identity; Food; Video.



# Índice

Agradecimentos	iii
Resumo	v
Abstract	vii
Índice	ix
Lista de Figuras	xii
Lista de Acrónimos	xvi
Introdução	1
Apresentação do estágio	1
Objetivos	2
Posição do estagiário	2
Resultados esperados	2
Planeamento	3
Capítulo 1 - Enquadramento Teórico	4
Comunicação	4
Comunicação digital	5
Eventos	6
Comunicação de eventos efémeros	6
Identidade Visual	7
<i>Food Design</i>	8
Convivência entre papel e ecrã	9
Vídeo de Animação	10
Capítulo 2 - Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril	11
História da instituição	11
Mestrado em Inovação em Artes Culinárias	12
O evento, <i>A Saudade Portuguesa</i>	13
Capítulo 3 - Estágio	15
A Visita à Escolha Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril	15
Competências Técnicas	17
Metodologias	17
Desenvolvimento do vídeo	19
	ix

Vídeo de divulgação	21
Metodologias	21
Desenvolvimento do vídeo de divulgação	24
Publicação editorial MIAC, <i>Designing a New Experience in Food</i>	27
Metodologias	27
Estudos e desenvolvimento inicial, Publicação MIAC	30
Estudos de cores e fontes tipográficas da capa	31
Estudos digitais da capa, Publicação MIAC	34
Desenvolvimento final da capa, Publicação MIAC	36
Desenvolvimento final do interior, Publicação MIAC	39
Fontes tipográficas utilizadas, Publicação MIAC	49
Conclusão	51
Bibliografia	52
Webgrafia	53
Fontes das Figuras	54



# Lista de Figuras

- Figura 1. Cronograma dos projetos realizados ao longo do estágio
- Figura 2. Assinatura da Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril
- Figura 3. Assinatura do Mestrado em Inovação em Artes Culinárias
- Figura 4. Assinatura de *A Saudade Portuguesa*
- Figura 5. Assinatura do 25º aniversário da ESHTe
- Figura 6. Alunos de Design de Produto
- Figura 7. Sala de aulas práticas, ESHTe
- Figura 8. Sala de aulas práticas, ESHTe
- Figura 9. Cozinha, ESHTe
- Figura 10. Cozinha, ESHTe
- Figura 11. Salão de gala, ESHTe
- Figura 12. Capturas de ecrã, *CV Motion Graphics (valianasandra)*, Valiana Sandra
- Figura 13. Estudos de *Storyboard*
- Figura 14. Estudos de *Storyboard*
- Figura 15. Fonte tipográfica selecionada, *Cervo*, Typoforge Studio
- Figura 16. Capturas de ecrã do vídeo, *A Saudade Portuguesa*
- Figura 17. Capturas de ecrã, *Bairro das Artes 2012*, Flúor Design
- Figura 18. Capturas de ecrã, *Casa Fernando Pessoa - Rebranding*
- Figura 19. Capturas de ecrã, *Amadora - Liga ao Futuro*, GBNT Shaping C.
- Figura 20. Assinatura de *A Saudade Portuguesa*, gama cromática, GBNT Shaping C.
- Figura 21. Fonte tipográfica selecionada, *Nickainley*, Seniors Studio
- Figura 22. Capturas de ecrã do vídeo de divulgação, *A Saudade Portuguesa*
- Figura 23. Paginação, *History of the Future*, Martino&Janã
- Figura 24. Paginação, *Pensamento de Pedra*, Martino&Janã
- Figura 25. Paginação, *Alberto Sampaio's Photobiography*, Martino&Janã

Figura 26. Estudos da estrutura interna da Publicação MIAC

Figura 27. Estudos de cor

Figura 28. Fonte tipográfica *Helvetica 25 Ultra Light*, Linotype Design Studio

Figura 29. Fonte tipográfica *Harabara Mais Demo*, André Harabara

Figura 30. Fonte tipográfica *Movie Letters*, Bou Fonts

Figura 31. Fonte tipográfica *Cervo*, Typoforge Studio

Figura 32. Fonte tipográfica *Bebas Neue*, Dharma Type

Figura 33. Fonte tipográfica *Futurist Fixed-width*, WSI

Figura 34. Fonte tipográfica *Nickainley*, Seniors Studio

Figura 35. Fonte tipográfica *Amperzand*, AJ Paglia

Figura 36. Fonte tipográfica *Nexa Rust Script L*, Fontfabric

Figura 37. Fonte tipográfica *Great Vibes*, Types SETit

Figura 38. Fonte tipográfica *Odstemplik*, variação *bold*, Gluk

Figura 39. Fonte tipográfica *Lobster 1.4*, Pablo Impallari

Figura 40. Estudos digitais da capa, Publicação MIAC

Figura 41. Estudos digitais da capa, Publicação MIAC

Figura 42. Capa final, Publicação MIAC

Figura 43. Alteração da fonte tipográfica

Figura 44. Alteração de cores

Figura 45. Alteração na composição gráfica

Figura 46. Capa final, Publicação MIAC

Figura 47. Grelha, Publicação MIAC

Figura 48. Índice, Publicação MIAC

Figura 49. Estrutura de paginação com texto, Publicação MIAC

Figura 50. Estrutura de paginação com imagem, Publicação MIAC

Figura 51. Estrutura de paginação com imagem e texto, Publicação MIAC

Figura 52. Simulação de paginação, Publicação MIAC

Figura 53. Simulação de paginação, Publicação MIAC

- Figura 54. Simulação de paginação, Publicação MIAC
- Figura 55. Simulação de paginação, Publicação MIAC
- Figura 56. Simulação de paginação, Publicação MIAC
- Figura 57. Simulação de paginação, Publicação MIAC
- Figura 58. Simulação de paginação, Publicação MIAC
- Figura 59. Simulação de paginação, Publicação MIAC
- Figura 60. Contracapa e lombada, Publicação MIAC
- Figura 61. Fonte tipográfica *Opificio Serif*, Monofonts
- Figura 62. Fonte tipográfica *Minion Pro*, Robert Slimbach
- Figura 63. Fonte tipográfica *Gill Sans MT Condensed*, Microsoft
- Figura 64. Fonte tipográfica *Bebas Neue*, variação *Book*, Dharma Type
- Figura 65. Fonte tipográfica *Times New Roman*, Victor Lardent
- Figura 66. Fonte tipográfica *Nexa Light*, Svetoslav Simov
- Figura 67. Fonte tipográfica *Caneletter Script*, Måns Grebäck
- Figura 68. Fonte tipográfica *Slabs Thin*, Jovanny Lemonad
- Figura 69. Fonte tipográfica *Mongolian Baiti*
- Figura 70. Fonte tipográfica *Script MT*, variação *Bold*, Fritz Stelzer



# Lista de Acrónimos

UBI - Universidade da Beira Interior

ESHTE - Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril

MIAC - Mestrado em Inovação em Artes Culinárias

N.A. - Notas de Autor

N.T. - Notas de Tradução



# Introdução

## 1. Apresentação do estágio

O estágio curricular foi uma das três opções disponíveis à escolha no segundo ano de mestrado em Design Multimédia, na Universidade da Beira Interior para a obtenção do grau de mestre, sendo a dissertação e projeto as outras duas possibilidades. Após reflexão, foi escolhido o estágio curricular, devido as suas mais-valias e sendo mais vantajoso para o futuro, tanto a nível pessoal como profissional. Com esta escolha foi ganha uma perspetiva totalmente nova em relação ao mundo do design a nível profissional, pois houve contato mais direto com o mercado, conhecendo as suas perspetivas e exigências e simultaneamente trabalhar com profissionais da área do design que partilharam a sua experiencia neste âmbito.

O estágio curricular pretende fornecer ao aluno novas perspetivas no âmbito profissional, aperfeiçoando assim as suas competências, como a sua autonomia, confiança e segurança quando este entrar no competitivo mundo do trabalho. É, portanto, uma etapa de aprendizagem que desempenha um papel fulcral na formação de um futuro profissional designer, integrando um passo importante na sua evolução, cuja é obtida com a vivência de novas experiências.

Foram propostos dois estágios curriculares, em datas diferentes, devido a isso foi possível conciliar e estar presente em ambos. O primeiro estágio curricular foi desenvolvido na empresa RM21 Design Multimédia, com sede na cidade da Guarda, onde foram desenvolvidos trabalhos desde identidade visual, criação de brochuras, decoração de interiores e montras e rótulos para engarrafamentos. Ocorrido entre 1 de dezembro de 2015 a 29 de fevereiro de 2016, uma duração de 3 meses. O segundo estágio curricular não foi presencial, pois o trabalho desenvolvido foi executado em residência pessoal, teve também uma duração de 3 meses, compreendido entre 1 de março de 2016 a 31 de maio de 2016.

O segundo estágio curricular contou com o apoio da professora doutora Sara Velez e com o coordenador de estágio Ricardo Bonacho. O regime de horário foi flexível, pois a cada nova proposta de trabalho foi gerido o tempo mais adequado para laborar e em simultâneo mantendo o contacto com o coordenador Ricardo Bonacho, recebendo orientações, trocando ideias e novas técnicas de trabalho.

Posto isto, este relatório pretende descreve todos os projetos desenvolvidos ao longo dos 3 meses de estágio curricular, demonstrando conhecimentos adquiridos, a evolução do estagiário, detalhando todas as fases de trabalho, desde a pesquisa inicial, metodologias, passando pelo desenvolvimento e alterações até ao resultado final de cada projeto.

## 2. Objetivos

O principal objetivo do estágio curricular visa proporcionar novos conhecimentos e perspetivas no âmbito profissional, emparelhando com conhecimentos já adquiridos durante o percurso académico. Especificamente a tarefa a ser desenvolvida foi a divulgação de um evento<sup>1</sup> gastronómico único em Portugal, concebendo novos materiais gráficos, tais como publicações editoriais e vídeos de animação. O mestrado de Inovação em Artes Culinárias da Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril foi o principal responsável pela organização de *A Saudade Portuguesa*, assim denominado, pois através de sabores gastronómicos nacionais, aromas, jogos de luz, som e poesia pretendeu-se fazer uma viagem por Portugal e pelos antepassados históricos que nos acompanham até aos dias de hoje, recordando assim marcos históricos de Portugal, como por exemplo os descobrimentos. O objetivo estava focado na divulgação deste evento, isto é, através dos conhecimentos teórico-práticos já adquiridos anteriormente, aplicar em desenvolver projetos, como vídeos animados divulgando a data da realização do evento e publicações editoriais apresentando fotografias das produções dos alunos, artigos escritos e entrevista. Outro dos objetivos, já num âmbito mais pessoal, era conhecer o mundo profissional nesta área, adquirindo competências necessárias para o um futuro profissional.

## 3. Posição do estagiário

Durante o estágio curricular as funções confiadas foram muito específicas, divulgar *A Saudade Portuguesa*. Consoante as ordens que eram delineadas pelo coordenador Ricardo Bonacho, foram produzidos os projetos, destacando dois vídeos de animação e uma publicação editorial. A posição do estagiário foi sempre inferior em relação ao professor, apesar dessa situação quando o estagiário tinha uma opinião esta era sempre considerada, podendo assim dar novas ideias para a realização de cada projeto.

## 4. Resultados esperados

Com a realização do estágio curricular pretende-se vir a adquirir mais conhecimentos tanto a nível pessoal como profissional, pois será uma etapa nova nesta fase académica. Conhecer pessoas experientes no âmbito do design onde seja possível adquirir novas técnicas de trabalho, ganhar novas perspetivas, enriquecer culturalmente a vários níveis e quem sabe também haver a possibilidade dar algo a conhecer aos profissionais. Após estes anos académicos foram adquiridos novos conhecimentos, mas ainda é possível adquirir mais neste âmbito, o que para um futuro profissional com sucesso é imprescindível.

---

<sup>1</sup> N.A.: Sempre que se refere ao evento, é ao evento *A Saudade Portuguesa*

## 5. Planeamento

Numa fase inicial do estágio curricular houve a necessidade de criar um planeamento, de leitura simples, ajudando assim à organização dos vários projetos a ser executados durante o período de três meses. Ficaram assim estabelecidas estimativas de períodos de trabalho para cada projeto, períodos esses que foram também sofrendo algumas alterações ao longo do tempo de estágio. Posto isto, a organização e produção tornou-se mais facilitada para ambos, conciliando assim os horários de cada projeto. Em seguida é apresentado um cronograma simplificado onde demonstre todo o planeamento (Figura 1).

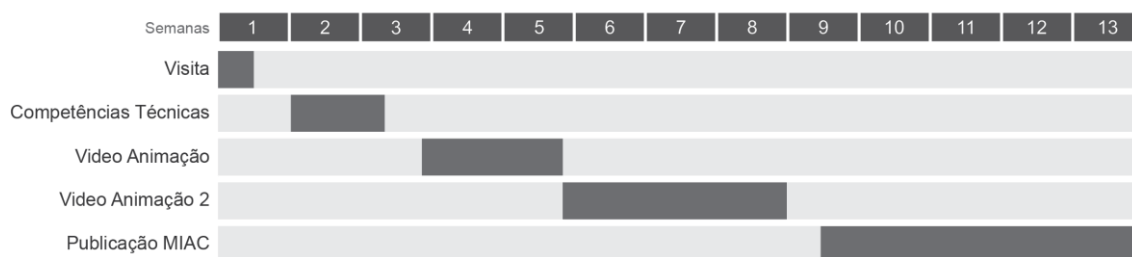


Figura 1. Cronograma dos projetos realizados ao longo do estágio

# Capítulo 1 - Enquadramento Teórico

No âmbito deste estágio curricular foram abordados várias temáticas teóricas. A tarefa principal passou pela divulgação de *A Saudade Portuguesa*, um evento de Food<sup>2</sup> Design.

A comunicação será a nível teórico o tema mais explorado, dentro deste tema foi abordado um pouco da história e nascimento deste termo, os vários tipos de comunicação, concedendo maior destaque à comunicação digital, sendo este o principal método de divulgação do evento e também o mais usual na atualidade. Explora-se ainda a temática de comunicação de eventos, especificamente eventos efémeros, indo este mais ao encontro de *A Saudade Portuguesa*. Ainda originário deste tema, é explorado desde os nossos antepassados até a sociedade atual a convivência entre o papel e aquilo que é físico, com o ecrã ou o digital.

Por fim, a identidade visual é um tema essencial a ser explorado, havendo já uma identidade visual criada foi preciso conceber sempre uma ligação coerente com a identidade do evento em todos os projetos elaborados ao longo do estágio.

## 1.1 Comunicação

Desde sempre que a comunicação é um meio indispensável no dia-a-dia de cada um de nós, pois é através deste processo que se expressam mensagens, sentimentos, emoções, informações para outro recetor, sem este procedimento não haveria evolução. Se pensarmos já desde a pré-história que há comunicação, através da arte rupestre, por exemplo e que depois com o surgimento do alfabeto essa comunicação tornou-se ainda mais facilitada. Segundo Joaquim Lampreia (1998, p.13), a comunicação é essencialmente “o processo de transmitir uma informação de um indivíduo para outro e conseguir que ambos se compreendam”.

Numa conceção mais tradicional o processo de comunicação a nível teórico divide-se em três pontos fundamentais e cada ponto é dividido. O primeiro é o emissor, é a pessoa que pretender comunicar uma determinada mensagem, dentro do emissor encontra-se o significado que representa a ideia fundamental do que se quer transmitir e o codificador que representa a maneira de como a mensagem é produzida para ser conduzida a um destino. O segundo ponto é a mensagem, ou seja, é toda a informação que pretendemos transmitir, dentro dela temos o canal que representa o caminho que a mensagem percorre desde o emissor até o recetor e o ruído que representa tudo aquilo que perturba o método da comunicação. Por fim temos o recetor, que representa o destino da mensagem que queremos transmitir, dentro dele

---

<sup>2</sup> N.T.: *Food*, em português, alimentação

encontramos o decodificador o processo utilizado para decodificar a mensagem e compreensão, ou seja, a percepção da mensagem pelo recetor.

A comunicação de um modo geral pode ser feita através de vários meios, tanto na vertente social como pessoal. Os meios de comunicação sociais abrangem em massa, isto é, quando transmitem uma mensagem é para um grande número de pessoas, exemplo disso são os jornais, televisão, revistas, radio, etc. Já os meios de comunicação pessoais têm como função transmitirem uma mensagem a uma determinada pessoa, como por exemplo o correio, o telefone.

## Comunicação Digital

A forma de comunicar ao longo das últimas décadas tem sido alterada radicalmente, por consequência da evolução tecnológica e dos meios de comunicação digitais, vivemos numa era digital. Devido ao aparecimento da *World Wide Web*, a forma como se comunica e como se acede à informação é bem distinta em relação à de outros tempos.

Tim Berners-Lee é um dos maiores responsáveis por esta grande evolução, pois é ele o criador da tão utiliza hoje em dia internet. Com esta invenção o mundo sofreu uma grande revolução neste âmbito, criando também um grande impacto na sociedade atual. Com o aparecimento da internet surgem novas plataformas digitais nunca antes vistas, como *websites* e *blogs*, criando assim novos métodos de comunicação entre pessoas, surgem também novas maneiras de comércio e de divulgação. Por esta ser acessível à grande maioria de pessoas, a internet torna-se uma enorme rede de informação global e que dia após dia aumenta, devido a constante evolução tecnológica.

Castells (1999, p.255) afirma que a internet “é um meio de comunicação, de interação e de organização social” pois nos dias de hoje qualquer pessoa com acesso a um computador, ligação à internet e alguns conhecimentos gerais nesta área, pode recolher informação e conhecimento via digital.

Com o aparecimento da internet a televisão e o rádio perdem um pouco da grande força que possuíam na comunicação, sentem a necessidade de acompanhar esta evolução e começam a aparecer conteúdos produzidos para a internet como *podcasts* e notícias publicadas ao minuto.

A empresa americana, O'Reilly Midia, em 2004, cria o termo *Web 2.0*, originado devido a constante evolução e aperfeiçoamento da *Web*. O termo *Web 2.0* designa o novo conceito de *Web*, os utilizadores deixam de ser meros espectadores em relação a informação e passam a ter um papel mais ativo, podem interagir, criar os próprios conteúdos, comunicar e opinar sobre tudo o que era exposto na internet. O maior exemplo de *Web 2.0* é a rede social *Facebook*, criada por Mark Zuckerberg, permite os utilizadores criarem perfis, publicar fotos, enviar e receber mensagens e compartilhar eventos. Segundo Tim O'Reilly, alguns dos princípios chave

da Web 2.0 é a capacidade de interação entre os utilizadores e a facilidade de publicação online.

## Eventos

Os eventos são acontecimentos constantes e importantes na sociedade atual. Este termo está bem presente no vocabulário contemporâneo, transmitido através de meios de comunicação, diálogos ou anúncios publicitários. Um evento define a realização de um acontecimento numa determinada data, num determinado local. Para que um evento possa existir e ter sucesso, é necessário que o objetivo do mesmo esteja bem definido.

Segundo Getz (2005, p.16), um evento é “uma ocorrência temporária com um início e um final premeditado. Cada evento é único, originário da conjunção de fatores como uma gestão, um programa, um local e participantes.”. Já para Goldbaltt (2005, p.6), um evento é também o que assume “um momento único no tempo, com cerimónia e ritual, para satisfazer necessidades específicas”.

## Comunicação de eventos efémeros

*“Na nossa vida tudo é muito efémero, aquilo que acreditávamos que nos pertencia vai-se com o tempo, restando apenas a saudade daquilo que outrora fez a nossa vida mais feliz.”*

Rafael Oliveira

Como foi referenciado anteriormente, para Getz (2005) um evento é algo temporário, ou seja é efémero. O termo efémero tem origem grega “*ephemerós*”, “que dura um dia”, mas na atualidade esta palavra pode ter várias conotações. Esta palavra refere-se a tudo o que acontece num curto espaço de tempo, ou que é passageiro e temporário.

Neste caso, eventos efémeros têm como função divulgar algo que ocorre num determinado curto espaço de tempo e ao comunicar um evento desta essência deve-se optar por um tipo de divulgação mais direta e explícita possível ao público, ou seja, nunca deixar dúvidas presentes em quem vai receber a informação desse determinado evento único. Divulgar de uma maneira simples, esclarecedora e elucidativa informações como data, local, organização e participantes.

Sabendo que ao ser efémero vai ter pouco tempo de duração, não haverá então outra oportunidade de o divulgar, de tal forma que quem comunica a informação deva ser pragmático.

## 1.2 Identidade Visual

A identidade num âmbito geral é um conjunto de características exclusivas presentes em algo, como pessoa, lugar, objeto ou empresa. É com a identidade que, através das características próprias, se diferenciam elementos do mesmo envolvente.

Neste caso a identidade visual é constituída por um conjunto de elementos com uma representação visual, elementos estes que definem o “ADN” de uma determinada organização, marca, empresa, serviço, produto ou evento. Segundo Villafañe, “a identidade visual é uma das três variáveis da imagem corporativa e um instrumento de configuração da personalidade pública da empresa que expressa, explicita ou simbolicamente, a sua identidade gráfica (...)”.

Já para Solas (2002), a identidade visual é a consequência da junção ponderada de todos os recursos que envolve o sentido da visão que uma marca possui, ter estes recursos bem delineados e combinados ajuda a que a identidade visual da marca seja eficaz. Ainda para este autor, a identidade visual deve ser intemporal, executada com princípios de conhecimento global, isto é, deve ter como finalidade atingir todo o tipo de público, independentemente de aspetos como a idade e cultura.

Para uma identidade visual ser concebida há algo que é essencial ser criado antes, um nome. A seleção deste determinado constituinte é difícil, mas ao criar um nome de fácil memorização, e de acessível pronuncia, concede uma enorme cooperação com a identidade visual, tornando assim a divulgação da marca mais facilitada, pois segundo Danny Altman (2013, p.22), “o nome certo captura a imaginação e conecta-se com as pessoas que quer alcançar.”.

Na identidade visual, o elemento base com maior importância é a assinatura gráfica, uma acoplagem de um símbolo e de uma fonte tipográfica específica, devido a sua grande visibilidade é também o elemento gráfico que mais identifica a marca. A assinatura gráfica é o nome da marca em versão visual, ou seja, a versão gráfica do nome. Para que um assinatura alcance o êxito este deve ser descomplicada, prática, e de fácil compreensão, para que o público ao visualiza-la capte a mensagem com facilidade. Deve ser funcional em relação às escalas, suportando assim a aplicação do mesmo em escalas tanto de grande dimensão com menor dimensão.

Numa visão mais gráfica do logótipo, para Solas (2002) o logótipo pode ser aplicado em distintas funções, o sinalético, o comunicativo e o promocional. No sinalético o logótipo tem uma função identificativa e é aplicado em zonas como roupas, veículos e espaços tanto interiores como exteriores. No âmbito comunicativo, o logótipo surge em locais como cartão de visita, papel de carta, envelopes, entre outros. Por fim, o sector promocional refere-se ao modo como a marca pretende ser divulgada, desde folhetos, cartazes, brindes e vídeos promocionais.

Concluindo, uma assinatura não se trata apenas de um nome, ou de um símbolo, ou de uma tipografia específica, ou de uma gama cromática bem selecionada, mas sim da união de todos

estes elementos, para Hans-Ulrich Allemann (2013), “os melhores designers de identidade tem uma forte compreensão de como comunicar de forma eficaz através da utilização de placas e símbolos, um grande senso de forma e letras, e uma compreensão da história do design.”.

### 1.3 Food Design

*“Food Design é o design de alimentos, que é pensado, percebido, contextualizado, ritualizado, implementado e consumido como um objeto.”*

Martí Guixé, Generalist Designer

*Food Design* é um termo bem recente no vocabulário da nossa sociedade atual, devido a isso esta expressão tenha ainda um significado ligeiramente ambíguo.

Segundo Gionatan Lassandro (2011), este termo apesar de não ter uma definição exata, muitas vezes é associado a conceitos tecno-visuais e nostálgicos. De qualquer forma ele afirma que ao falar em *food Design*, estamos a falar sobre o estilo e planeamento da alimentação. Por fim afirma ainda que “é importante não confundir gastronomia com a arte de decorar pratos.”.

Unir a alimentação com o design podia não fazer muito sentido no passado, mas no presente é cada vez mais usual unir ambas. Nos dias de hoje a experiência de comer estimula cada vez mais sentidos, a questão visual é talvez a que ganhou mais importância no âmbito da alimentação, confeccionar um prato com alma, boas gamas cromáticas e visualmente atraente, tornará posteriormente o paladar mais rico.

Numa outra perspetiva, James Briscione, *Chef* Diretor de culinária e desenvolvimento do Instituto de Culinário e Educação de Nova Iorque, afirma que “Food Design é o lugar onde a arte de cozinhar começa. Cada prato começa como uma ideia - um perfume, uma imagem, um sentimento - que em última análise é construído, refinado e polido numa mordida memorável.”.

## 1.4 Convivência entre papel e ecrã

A forma como o ser humano interage com os objetos tem vindo a sofrer significativas alterações desde o início dos tempos. Temos atualmente, preservados vestígios dos nossos primórdios, um dos grandes ícones da criação por parte do Homem é a *Venus* de Willendorf, obra de culto à fertilidade, datada entre 24 a 22 mil anos antes de cristo. E ao longo dos anos seguintes o ser humano tem deixado diversos vestígios da sua evolução cognitiva como também das suas crenças e ideologias, das quais a mais marcante a religião, entre pintura, escultura e arquitetura passando pela literatura e música.

Foi a partir de meados do século XVIII e com mais incidência no século XIX que a máquina, substituiu a criação por meio humano, e se passou a ter produtos em massa, desta forma a relação do homem com o objeto passou a ter um caracter diferente, a distanciação entre o criador e a peça para o comprador e a criação mecânica, deixando de haver individualização impressa na obra por parte do criador. Nos anos 50 do século XX, assistiu-se ao maior progresso de produção e compra como nunca antes visto, o Pós-Guerra assim o exigia. A massificação e difusão dos produtos a uma escala global, tornou os produtos sem origem, isto é, perdeu-se a tradição e folclore de cada região, sendo que tal como hoje se pode obter um objeto característico de qualquer parte do mundo. Como também se assistiu a um mercado de tendências. Hoje assistimos à era digital, onde muitos dos produtos criados, não chegam sequer a sair do ecrã e a tornarem-se num produto concreto e palpável. Assim, a efemeridade do objeto está latente desde a sua criação. A constante evolução da tecnologia tem contribuído para alterar esta forma de utilização.

É evidente para o ser humano a separação material do objeto, pelo que estamos a reviver a antiga doutrina da criação do objeto. Porém, as impressoras 3D e as projeções 4D têm criado na sociedade uma cultura mista entre o digital e a concessão do objeto em si. A evolução da tecnologia deu-se a uma velocidade atroz, não permitindo que o Homem previsse todas as suas reais consequências e impacto nas relações humanas e sociais. Neste sentido, ressurgiu o interesse em materializar os objetos, não numa lógica de mercado, mas sim pela necessidade de conferir um significado pessoal e utilitário aos mesmos, fazendo com que estes, num modo físico, se tornem eternos. Por exemplo, a revelação de uma fotografia ou a construção de moldes.

## Vídeo de Animação

A palavra animação deriva do verbo latino “*animare*”, ou seja, dar vida a algo. Teoricamente uma animação é um conjunto de imagens exibidas a uma grande velocidade diante os olhos de um ser humano, criando assim uma sensação de movimento, pois o olho humano combina todas estas imagens numa só. Este princípio básico de animação deu origem a várias técnicas de animação.

No ano de 1825, surgiu o taumatoscópio, criado por William Fitton, um pequeno disco com duas imagens, uma em cada face, e um fio que sendo enrolado fazia girar o disco rapidamente criando assim a sensação de movimento. Mais tarde surgiu o fenaquistoscópio e o Zootrocópio, criados por Joseph Plateau e William Horner respetivamente, estas duas técnicas tinham um conceito muito parecido, consistia numa forma circular com várias imagens sequenciais e ao girado criava-se também a sensação de movimento. Em seguida surge ainda o *flipbook*, criado por John Barns Linnet, em que consistia na sequência de desenhos ou imagens em várias folhas de um pequeno livro e ao ser folheado rapidamente o movimento acontecia, é talvez o mais popular nos dias de hoje.

O artista Emilie Cohl, em 1908, usa a técnica do *flipbook*, no primeiro filme de animação, “*fantasmagori*” assim chamado. Para que esta obra de arte fosse concretizada este artista teve de usar cerca de 2000 desenhos.

Com o desenvolver do mundo da animação começam a aparecer estúdios profissionais, no início da década de 20 surge a *Walt Disney*, fundado por Walt Disney em 1923. Mais tarde aparecem também os estúdios *Hanna - Barbera*, *Warner Bros* e *MGM*.

Segundo Walt Disney (2013, p.158), “Animação consegue explicar qualquer coisa que a mente do homem possa conceber.”. Devido à evolução da animação e da tecnologia digital o vídeo animado começa a ganhar uma nova vertente, pois surge o aparecimento de *software* de animação, como *Maya*, *Flash* e o *3D Studio Max*, permitindo assim que pessoas externas aos grandes estúdios pudessem animar digitalmente.

## Capítulo 2 - Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril e *A Saudade Portuguesa*

### 2.1 História da Instituição

A Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril (ESHTE) (Figura 2) foi fundada em 1991. É uma instituição pública de ensino superior politécnico, tutorado pelo Ministério da Educação e Ciência, oferecendo 33 cursos de formação, desde cursos abertos, licenciaturas, pós-graduações, mestrados e doutoramento em colaboração com a Universidade de Lisboa. Proporciona aos seus alunos uma formação cultural e técnica a nível superior, para que possam ter sucesso nos seus futuros desafios no âmbito empresarial e institucional do turismo. O mestrado em Inovação em Artes Culinárias (MIAC) foi o principal organizador deste evento.



Figura 2. Assinatura da Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril

## 2.2 Mestrado em Inovação em Artes Culinárias (MIAC)

A Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril (ESHTe) tem uma oferta formativa de sete possibilidades de escolha no âmbito de mestrados. O mestrado em Inovação em Artes Culinárias (Figura 3), coordenado pela professora doutora Maria José Pires, tem como objetivo principal o prosseguimento dos estudos na área das artes e inovação da culinária, beneficiando com maior destaque a componente prática. A autonomia e a criatividade são recursos que iram ser trabalhados pois têm uma constituinte essencial neste mestrado. De um modo geral procura-se explorar técnicas de culinária avançadas, *conceitos de food Design*, aplicar noções tecnológicas, nutrição e segurança alimentar. Desenvolvendo habilitações na inovação e conceção de novos produtos na área alimentar e em diferentes circunstâncias de *food service*.



Figura 3. Assinatura do Mestrado em Inovação em Artes Culinárias

## 2.3 O evento, *A Saudade Portuguesa*

A *Saudade Portuguesa* (Figura 4) foi organizado no âmbito do 25º aniversário (Figura 5) da Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril, a 10 de maio de 2016. Os alunos de mestrado em Inovação em Artes Culinárias e com a parceria de uma equipa multidisciplinar organizaram um evento gastronómico único. Uma viagem pelas memórias do povo português em dez momentos distintos, com sabores únicos, sempre com base em elementos tradicionais da gastronomia portuguesa.

Para que esta experiência fosse possível foram utilizadas cores, luzes, efeitos sonoros, literatura, texturas e aromas, recriando assim um espaço de harmonia entre as artes culinárias, a literatura, a história e as artes visuais. *A Saudade Portuguesa* foi apresentada a doze convidados, reconhecidos pelo seu profissionalismo, respeito e gosto pela gastronomia portuguesa. Os convidados foram os seguintes, Carlos Carreiras, Presidente do conselho geral da ESHTe, representado pela vereadora Paula Gomes da Silva; Raúl Filipe, presidente da ESHTe; João Pardal Monteiro, presidente da Faculdade de Arquitetura da Universidade de Lisboa; Paulo Farmhouse Alberto, diretor da Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa; Conceição Loureiro, Coordenadora do Colégio da Universidade de Lisboa - *Food Farming and Forestry*; Paulo Mendonça, Vice-presidente da Associação da Hotelaria, Restauração e Similares de Portugal; Eunice Van Deste, Sociedade de Porcelanas de Alcobaça S.A.; João Rodrigues, *Chef do Feitoria* (Altis Belém); Virgílio Gomes, Crítico gastronómico; Alexandra Prado Coelho, Jornalista Público; Rita Filipe, Designer e responsável pelos projetos das louças da parceria com a Faculdade de Arquitetura da Universidade de Lisboa; Maria José Pires, Coordenadora do Mestrado em Inovação em Artes Culinárias da ESHTe. Este conjunto de convidados contou com a representação de áreas essenciais a este evento, desde a académica até a restauração e indústria, passando pelas artes e design até aos críticos gastronómicos.

Houve a colaboração por parte dos alunos de Design de Produto da Faculdade de Arquitetura da Universidade de Lisboa, responsáveis pelas peças de cerâmica utilizadas. Contou ainda com o apoio do *blog* “*The eyes can taste too*” (Os olhos também comem), criado pelo designer Ricardo Bonacho fazendo parte da sua investigação de doutoramento em Design, na Faculdade de Arquitetura da Universidade de Lisboa.

# A SAUDADE

2016  
*Portuguesa*

UMA VIAGEM GASTRONÓMICA

Figura 4. Assinatura de *A Saudade Portuguesa*



Figura 5. Assinatura do 25º aniversário da ESHTE

## Capítulo 3 - Estágio

### 3.1 A Visita à Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril

O estágio após ter sido aprovado por ambas as instituições, tanto da Universidade da Beira Interior como da Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril, o contacto entre o estagiário e o designer Ricardo Bonacho foi imediato, onde se começou por delinear os passos inaugurais do estágio. O passo inicial foi deslocação até à Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril, no dia 1 de março de 2016.

Nesse dia foi combinado um encontro no centro de Lisboa com o coordenador Ricardo Bonacho, onde de seguida se sucedeu a deslocação até à escola no Estoril. Inicialmente houve uma pequena reunião com a professora doutora Maria José Pires, coordenadora geral do mestrado em inovação em artes culinárias, responsáveis pela organização do evento. Foi feita uma breve explicação sobre funcionamento do mestrado, a sua estrutura, competências e módulos a lecionar. No prosseguimento da visita, já com os alunos de Design de Produto da Faculdade de Arquitetura da Universidade de Lisboa (Figura 6), realizou-se um percurso de visita às salas de aula (Figura 7 e 8), auditórios, cozinhas (Figura 9 e 10) e salões (Figura 11) da escolha, locais onde os alunos aprendiam a teoria das artes culinárias até onde confeccionavam os melhores pratos gastronómicos, neste decorrer assistiu-se ainda presencialmente a uma aula prática que decorria naquele preciso momento, embora num curto espaço de tempo.

Para finalizar esta visita, foi organizada uma reunião com grande parte dos envolvidos neste projeto, desde o próprio estagiário, professores e alunos do mestrado em inovação em artes culinárias e alunos de design de produto da faculdade de arquitetura de Lisboa, onde o coordenador Ricardo Bonacho e a professora doutora Maria José Pires fizeram uma apresentação rigorosa esclarecendo determinadas dúvidas sobre este evento, *A Saudade Portuguesa*. Com isto, elucidaram-se os envolvidos de todas as fases pelas quais este projeto passou, desde o conceito integral do evento, os convidados a estar presentes, os métodos de divulgação, criação das peças de cerâmica, o espaço da conceção dos pratos gastronómicos até ao grande salão onde decorreu este evento, no dia 10 de maio de 2016.



Figura 6. Alunos de Design de Produto



Figura 7. Sala de aulas práticas, ESHTS



Figura 8. Sala de aulas práticas, ESHTS



Figura 9. Cozinha, ESHTS



Figura 10. Cozinha, ESHTS



Figura 11. Salão de gala, ESHTS

## 3.2 Competências Técnicas

A proposta inicial de trabalho consistia em demonstrar as competências técnicas no âmbito do design, mais precisamente em vídeo de animação. Inicialmente, através de técnicas que tivessem sido obtidas anteriormente desenvolver um pequeno vídeo animado através *motion graphics*<sup>3</sup>.

### 3.2.1 Metodologias

Neste projeto inicial foi necessário realizar uma pesquisa no âmbito de vídeo de animação e *motion graphics*. A principal função deste procedimento inicial passa por trazer novas fontes de inspiração para este e futuros projetos a realizar. Esta pesquisa foi realizada maioritariamente via internet, em *websites* como *youtube.com*, *wordpress.com*, *vimeo.com* *behance.net*, *sites* populares onde outros designers expõem o seu trabalho ao público. Destaca-se o trabalho de vídeo *The Ten Commandments - motion (kinetic) typography* de autoria de Vit Ryznar / REASONAR.com, e *CV Motion Graphic (valianasandra)* da autoria de Valiana Sandra (Figura 12), ambos estes destacados pela sua simplicidade tanto nos grafismos desenhados como nos movimentos de animação desenvolvidos ao longo do vídeo. Foi tomado em atenção, que nos dias de hoje a internet é talvez a maior base de informação a todos os níveis, mas tendo em conta também que muitas vezes há informação pouco confiável.

O vídeo animado nesta fase inicial ainda não possuiu uma conceção muito elaborada, mas com base na informação possível disponibilizada sobre *A Saudade Portuguesa*, realizou-se um pequeno *storyboard*<sup>4</sup> à mão (Figura 13 e 14) na tentativa de demonstrar as competências adquiridas nesta área.

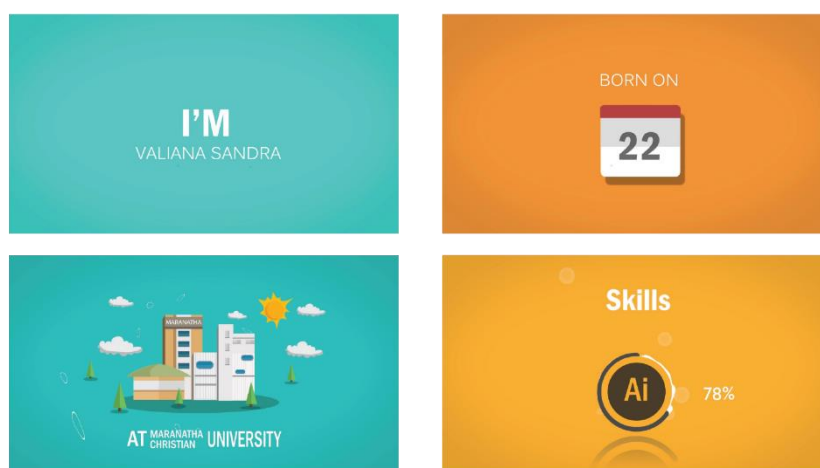


Figura 12. Capturas de ecrã, *CV Motion Graphic (valianasandra)*, Valiana Sandra

<sup>3</sup> N.A.: Grafismos em movimento

<sup>4</sup> N.A.: Esboços contínuos

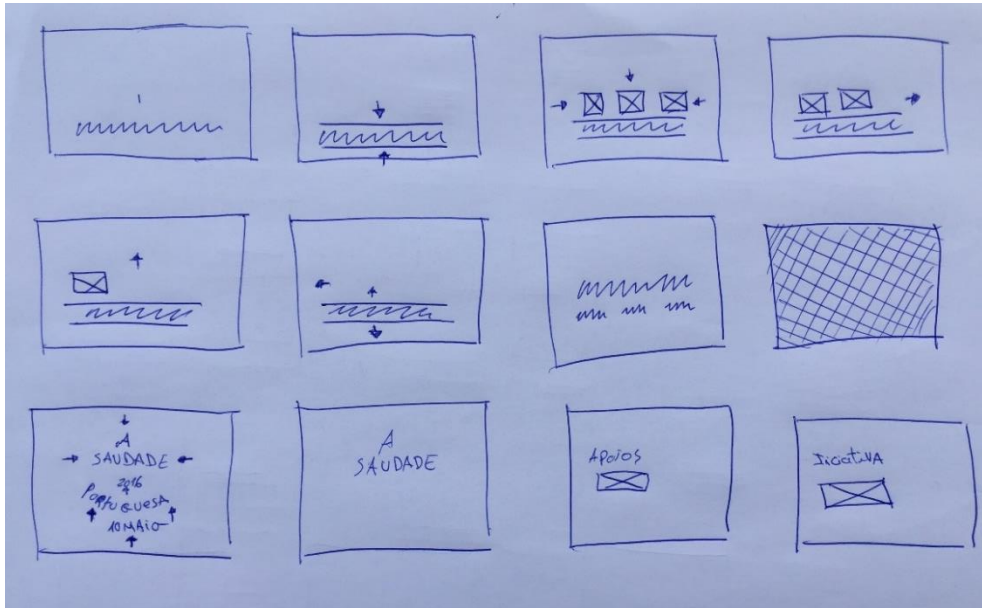


Figura 13. Estudo de Storyboard

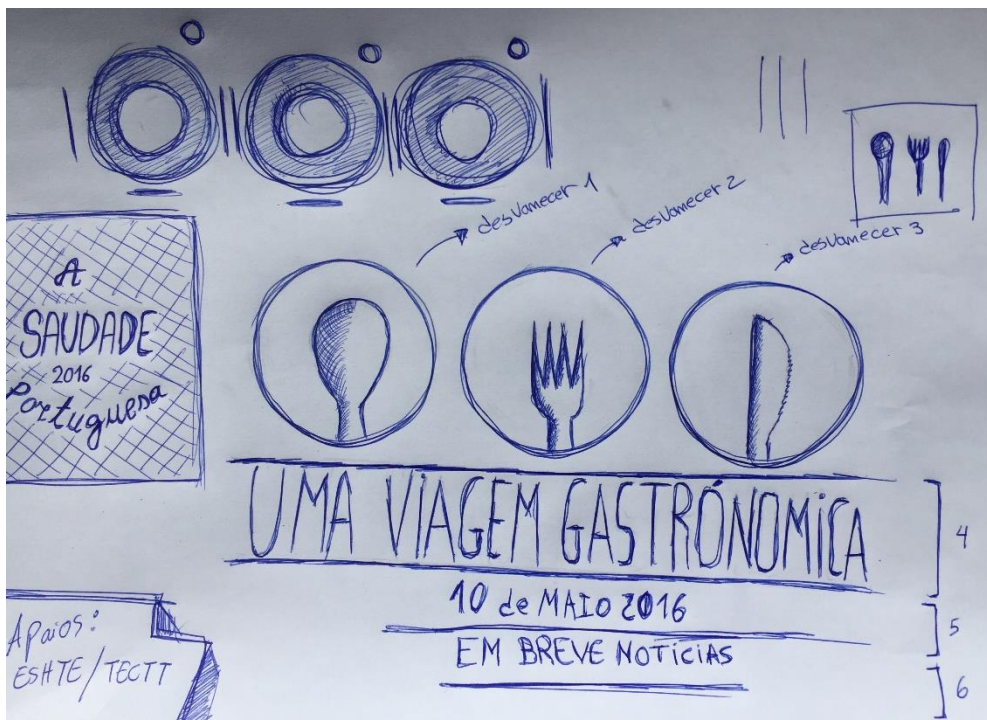


Figura 14. Estudo de Storyboard

### 3.2.2 Desenvolvimento do vídeo

O vídeo animado inicial deteve como objetivo por à prova as competências técnicas do estagiário neste âmbito, foi facultado a assinatura de *A Saudade Portuguesa*, a data, informações básicas como o tipo de evento que se iria organizar e *slogan*<sup>5</sup>, isto com a finalidade de o divulgar. Obtendo estas bases, criou-se um vídeo animado. Nesta fase o vídeo não pretendia ter uma grande elaboração, mas sim demonstrar as habilidades e técnicas que se possuíam.

Desta forma começou-se por fazer um *storyboard* desta vez já digital tendo em conta as técnicas conhecidas e as possíveis dificuldades em desenvolver a animação. Pensou-se em utilizar elementos de formas simples que representassem a gastronomia de um modo geral, como por exemplo, os talheres, colher, garfo e faca, de uma forma direta e círculos representado a forma mais comum de um prato, para a criação destes vetores decorativos foi necessário recorrer ao programa *Adobe Illustrator*<sup>6</sup>. Após a conceção dos grafismos o seguinte passo foi começar a animar, utilizando o programa *Adobe After Effects*<sup>7</sup> foi realizado um vídeo simples com transições de informação a desvanecer em tempos distintos, destacando com maior evidência o *slogan* do evento “Uma viagem gastronómica”, em seguida informações como a data do evento “10 de maio de 2016” e o tipo de sabores gastronómicos “sabores portugueses”.

A fonte tipográfica utilizada nas informações foi *Cervo*, variação regular, desenhada em 2014 e publicada por Typoforge Studio, selecionada por ser simples, limpa e linear (Figura 15). No ecrã seguinte exibe-se a assinatura oficial do evento e finalizando com os responsáveis da iniciativa, Mestrado em inovação em artes culinárias e Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril e apoios de “*The eyes can taste too*”.

**UMA VIAGEM GASTRONÓMICA**  
SABORES PORTUGUESES EM BREVE MAIS NOTÍCIAS 10 DE MAIO DE 2016

Figura 15. Fonte Tipográfica selecionada, *Cervo*, Typoforge Studio

O vídeo fez-se acompanhar da música “Menina Dança”, autoria da banda portuguesa *Dead Combo*. Mesmo ainda tendo algumas dificuldades nesta área penso que foi criado um vídeo onde demostre bem as competências técnicas conhecidas nesta área, pois foi disposta toda a informação disponível e relevante do evento de uma maneira direta, compreensível e coerente, como é demonstrado na seguinte sequência de capturas de ecrã do vídeo (Figura 16).

<sup>5</sup> N.A.: Frase característica de um produto e de fácil memorização

<sup>6</sup> N.A.: Programa de edição de imagens vetoriais, desenvolvido e comercializado por *Adobe Systems*

<sup>7</sup> N.A.: Programa de criação de gráficos em movimento, desenvolvido e comercializado por *Adobe Systems*



Figura 16. Capturas de ecrã do vídeo, A Saudade Portuguesa

### 3.3 Vídeo de Divulgação

Como na proposta anterior, este projeto também consistiu em realizar um vídeo animado de divulgação do evento, mas desta vez algo mais elaborado, atrativo, com mais informação e com maior conexão com a identidade visual do evento.

O objetivo deste vídeo animado tinha já como finalidade ser divulgado publicamente, através das redes sociais mais comuns, como o *Facebook*, *Vimeo* e *Youtube*, dando já a conhecer de uma forma geral qual seria o objetivo e conceito de *A Saudade Portuguesa*.

#### 3.3.1 Metodologias

Inicialmente o coordenador Ricardo Bonacho forneceu mais informações e conteúdos necessários para a realização deste vídeo, imagens, fonte tipográfica e o som. Foi feita igualmente uma pesquisa onde se pudessem adquirir novas ideias e competências como fonte de inspiração, é destacado o vídeo *Bairro das Artes 2012* (Figura 17) da autoria de Flúor Design, pela sua organização de como a informação exibida e transitada, acompanhada por voz. O vídeo *Casa Fernando Pessoa - Rebranding* (Figura 18) e *Amadora - Liga Ao Futuro* (Figura 19) ambos da autoria da agência GBNT Shaping Communication, os dois criam uma composição visual muito minimalista, simples e limpa, grafismos e cores em *flat*<sup>8</sup> design e a informação sempre bem organizada e perceptível.



Figura 17. Capturas de ecrã, *Bairro das Artes 2012*, Flúor Design

<sup>8</sup> N.T.: *flat*, em português, plano



Figura 18. Capturas de ecrã, *Casa Fernando Pessoa - Rebranding*, GBNT Shaping Communication

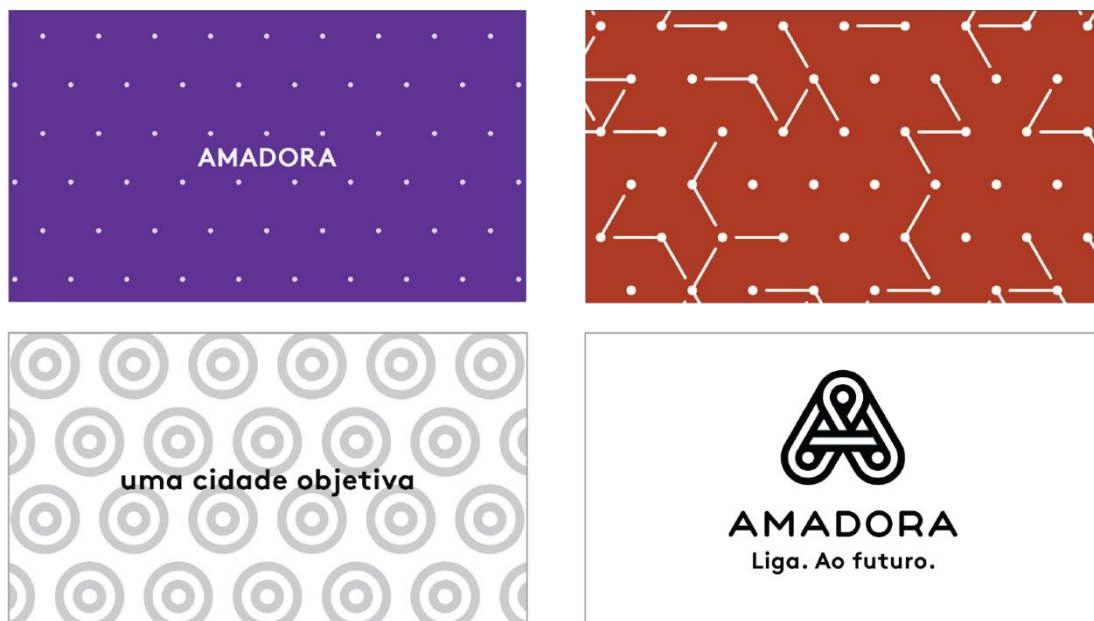


Figura 19. Capturas de ecrã, *Amadora - Liga Ao Futuro*, GBNT Shaping Communication

Após a pesquisa criou-se um *storyboard* digital, em *Adobe Illustrator*, com o acompanhamento do coordenador Ricardo Bonacho, demonstrando o que se pretendia na íntegra com o vídeo. Posto isto, começou-se por aprender novas técnicas das quais iriam ser essenciais para a execução deste projeto, neste caso passou por através de animação criar uma simulação da escrita manual. Na necessidade de se aprender esta nova técnica recorreu-se maioritariamente a tutoriais *online*, que forneceram uma valiosa ajuda.

Após serem adquiridas novas competências técnicas sobre animação, o vídeo foi criado a partir de uma linguagem simples preservando a identidade visual da assinatura (Figura 20), com tipografias específicas, formas e cores planas.



Figura 20. Assinatura de *A Saudade Portuguesa*, gama cromática

### 3.3.2 Desenvolvimento do Vídeo de Divulgação

Seguidamente a terem sido reunidos todos os conteúdos, informações e tirando proveito das novas técnicas de trabalho adquiridas, definiu-se o ideia exata do vídeo, primeiro ponto importante passava por transmitir a identidade visual do evento através da assinatura e das suas cores características, o azul e branco. A tipografia também teve uma grande importância, transmitindo uma mensagem através de uma frase cativante e com impacto, especificamente a seguinte “*Em cada momento, uma descoberta em cada descoberta, uma memória em cada memória uma saudade e na nossa identidade, um prazer único*”, anteriormente selecionada pela organização.

O vídeo foi elaborado na íntegra em *Adobe After Effects*, o passo seguinte passava por expor a frase selecionada pela organização em vários períodos, com isso usou-se um determinado recurso, que teria sido aprendido anteriormente na fase inicial deste projeto, como foi referido na metodologia, simular a escrita manual. Neste caso foi empregue uma fonte tipográfica muito específica, designada de *Nickainley*, em variação regular, criada por Seniors Studio e publicada em 2015 (Figura 21). Foi escolhida esta fonte tipográfica devido a sua grande semelhança com a escrita manual, sendo assim o efeito visual que era pretendido seria mais realista, criando a sensação que a frase estava a ser escrita naquele momento manualmente. Com este efeito pretendido originou-se um problema, os tempos de cada ecrã para a leitura integral da frase, isto é, inicialmente o vídeo com este efeito ficou um pouco pausado, tornando-o assim monótono. Devido a isso houve a necessidade de fazer o vídeo com vários tempos desiguais e para se conseguir chegar a uma conceção final houve a necessidade de exibir o vídeo a diferentes pessoas, para entender quanto tempo em média que as pessoas levariam a ler cada fração da frase, sem os levar a cair na monotonia ou pelo contrário não dando tempo necessário de leitura, posto isto conseguiu-se obter um melhor resultado no vídeo final.

*Em cada momento, uma descoberta  
em cada descoberta, uma memória ...*

Figura 21. Fonte tipográfica selecionada *Nickainley*, Seniors Studio

Por fim, foi apresentada a data do evento, 10 de maio de 2016, uma informação de grande importância, também sua assinatura e em partes utilizando a técnica aprendida e utilizada anteriormente, apoios como “The eyes can taste too”, os responsáveis pela iniciativa, Mestrado em inovação em artes culinárias e Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril, finalizando com o endereço *online* “[www.saudadeportuguesa.com](http://www.saudadeportuguesa.com)”. Todo o vídeo ficou acompanhado por uma música da autoria de M-Pex (feat. André Coelho), “Balada Fada”, artista que esteve também presente no dia do evento.

No geral foi obtida uma boa composição visual de movimentos gráficos, mantendo sempre a coerência com a identidade visual deste projeto, como é demonstrado na seguinte sequência de capturas de ecrã do vídeo (Figura 22). Transmitindo a mensagem ao público de uma forma diferente e cativante, não apenas mostrando informações com transições de opacidade, deixando também ao mesmo tempo no espectador uma vontade de querer obter mais esclarecimentos sobre este projeto convidando-o no fim a visitar a página *online*.



Figura 22. Capturas de ecrã do vídeo de divulgação, *A Saudade Portuguesa*

### 3.4 Publicação editorial MIAC, *Designing a New Experience in Food*

Este projeto de trabalho possuiu como objetivo criar uma publicação editorial do Mestrado em inovação em artes culinárias (MIAC), com o título de “*Designing a New Experience in Food, a transdisciplinar project*”. Concebido com um formato fechado de 15x21cm, bilingue<sup>9</sup> (português e inglês), maquete com capa, contracapa, índice, página de texto, página texto mais imagem, página de imagem.

Com esta publicação editorial pretendeu-se apresentar a público os trabalhos gastronómicos da cadeira de *food Design* dos alunos do mestrado, com maior destaque às iguarias gastronómicas preparada para *A Saudade Portuguesa*, apresentou-se assim ao público várias fotografias de cada gastronomia concebida e descrevendo detalhadamente os ingredientes, técnicas e conceito criado pelo autor.

#### 3.4.1 Metodologias

Neste projeto depois de ser recebido o *briefing* começou-se, por fazer uma pesquisa de outras publicações editoriais já existentes, destacando os livros *History of the Future* (Figura 23), *Pensamento de Pedra* (Figura 24), *Alberto Sampaio's Photobiography* (Figura 25) todos da autoria do Atelier Martino&Jaña, selecionadas devido a sua boa organização, boa composição entre imagens e texto, capas bem elaboradas, cativantes, simples e uma boa seleção de fontes tipográficas, isto com a finalidade de adquirir novas fontes de inspiração, uma boa base de conhecimento e perceber melhor os procedimentos a ter neste âmbito. Através das indicações procurou-se responder a proposta usando uma linguagem simples, atraente com bons grafismos, ilustrações e várias tipografias para o auxílio da comunicação da publicação MIAC.

Analisou-se inicialmente com detalhe as capas e contracapas, percebendo que informações eram indispensáveis, perceber também o equilíbrio entre a estética e a informação a estar presente. Já no interior das publicações foi analisada com especial atenção a organização global, mais precisamente às grelhas e formatações, sem esquecer a composição entre as imagens a apresentar e os textos que as acompanhavam.

O propósito geral da publicação MIAC *Designing a New Experience in Food, a transdisciplinar project* passou por criar um pequeno livro com novidades culinárias, produzidas pelos alunos de Mestrado em inovação em artes culinárias da Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril.

---

<sup>9</sup> N.A.: Texto em duas linguas



Figura 23. Paginação, *History of the Future*, Martino&Jaña



Figura 24. Paginação, *Pensamento de Pedra*, Martino&Jaña



Figura 25. Paginação, *Alberto Sampaio's Photobiography*, Martino&Jaña

### 3.4.2 Estudos e desenvolvimento inicial, Publicação MIAC

O maior desafio nesta publicação MIAC foi unir o design às artes culinárias, então de uma forma geral seguiu-se por uma linguagem editorial contemporânea, simples e dinâmica. Foram tomadas em consideração outras publicações anteriormente pesquisadas e o *briefing* do coordenador Ricardo Bonacho, primeiramente começou-se por desenvolver esboços manuais sobre a estrutura no interior da revista (Figura 26). Efetuaram-se digitalmente estudos da capa no âmbito cromático desde cores quentes, passando pelas frias até às neutras (Figura 27), através do programa *Adobe Illustrator*.

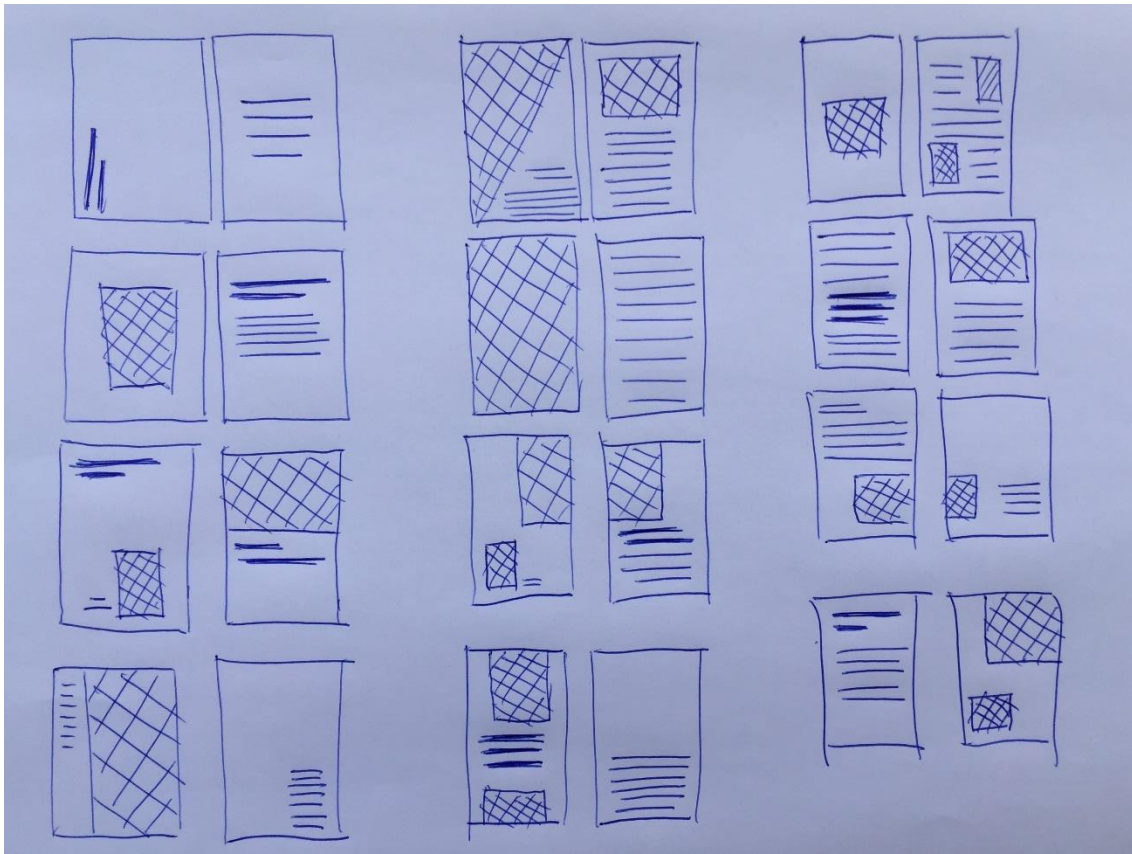


Figura 26. Estudos da estrutura interna da publicação MIAC

A tipografia foi um dos grandes fatores ao qual foi dedicada muita importância, foram feitos estudos para a capa com vários estilos, desde tipografias simples, sem serifas e lineares, como *Helvetica 25 Ultra Light*, Linotype Design Studio (Figura 28); *Harabara Mais Demo*, variação regular, André Harabara (Figura 29); *Movie Letters*, Bou Fonts (Figura 30); *Cervo*, variação regular, Typoforge Studio (Figura 31); *Bebas Neue*, variação regular, Dharma Type (Figura 32); *Futurist Fixed-width*, WSI (Figura 33); até tipografias mais trabalhadas e elaboradas, como *Nickainley*, variação regular, Seniors Studio (Figura 34); *Amperzand*, variação regular, AJ Paglia (Figura 35); *Nexa Rust Script L*, Fontfabric (Figura 36); *Great Vibes*, TypeSETit (Figura 37); *Odstemplik*, variação *bold*, Gluk (Figura 38); *Lobster 1.4*, Pablo Impallari (Figura 39);

Foram realizados também estudos com a junção destes dois estilos tipográficos. Pretendeu-se manter a capa sempre atrativa, de um modo acessível, legível e leve, foram colocadas apenas as informações relevantes e utilizando imagens ou formas vetoriais simplistas, mantendo sempre a harmonia na composição (Figura 40 e 41).

### 3.4.3 Estudos de cores e fontes tipográficas da capa














	C: 19 M: 70 Y: 29 K: 0	R: 202 G: 106 B: 133	#CA6A85		C: 60 M: 11 Y: 60 K: 0	R: 109 G: 175 B: 133	#6DAF85		C: 0 M: 0 Y: 0 K: 0	R: 255 G: 255 B: 255	#FFFFFF
	C: 2 M: 33 Y: 100 K: 0	R: 247 G: 177 B: 25	#F7B119		C: 35 M: 15 Y: 99 K: 0	R: 178 G: 185 B: 53	#B2B935		C: 44 M: 79 Y: 87 K: 67	R: 70 G: 30 B: 13	#461E0D
	C: 0 M: 72 Y: 82 K: 0	R: 255 G: 107 B: 53	#FF6B35		C: 100 M: 0 Y: 62 K: 0	R: 0 G: 174 B: 141	#00AE8D		C: 0 M: 0 Y: 0 K: 100	R: 35 G: 31 B: 32	#231F20
	C: 0 M: 100 Y: 100 K: 0	R: 237 G: 28 B: 36	#ED1C24		C: 75 M: 24 Y: 20 K: 0	R: 50 G: 154 B: 185	#329AB9				
	C: 17 M: 84 Y: 79 K: 6	R: 195 G: 75 B: 64	#C34B40		C: 100 M: 0 Y: 29 K: 49	R: 0 G: 104 B: 116	#006874				

Figura 27. Estudos de cor

Designing a New Experience in Food  
a transdisciplinar project

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Figura 28. Fonte tipográfica *Helvetica 25 Ultra Light*, Linotype Design Studio

Designing a New Experience in Food  
a transdisciplinar project

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Figura 29. Fonte tipográfica *Harabara Mais Demo*, André Harabara

DESIGNING A NEW EXPERIENCE IN FOOD  
A TRANSDISCIPLINAR PROJECT

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Figura 30. Fonte tipográfica *Movie Letters*, Bou Fonts

Designing a New Experience in Food  
a transdisciplinar project

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Figura 31. Fonte tipográfica *Cervo*, Typoforge Studio

DESIGNING A NEW EXPERIENCE IN FOOD  
A TRANSDISCIPLINAR PROJECT

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Figura 32. Fonte tipográfica *Bebas Neue*, Dharma Type

Designing a New Experience in Food  
a transdisciplinar project

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Figura 33. Fonte tipográfica *Futurist Fixed-width*, WSI

*Designing a New Experience in Food  
a transdisciplinar project*

*A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9*

Figura 34. Fonte tipográfica *Nickainley*, Seniors Studio

*Designing a New Experience in Food  
a transdisciplinar project*

*A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9*

Figura 35. Fonte tipográfica *Amperzand*, AJ Paglia

*Designing a New Experience in Food  
a transdisciplinar project*

*A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9*

Figura 36. Fonte tipográfica *Nexa Rust Script L*, Fontfabric

*Designing a New Experience in Food  
a transdisciplinar project*

*A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9*

Figura 37. Fonte tipográfica *Great Vibes*, TypeSETit

*Designing a New Experience in Food  
a transdisciplinar project*

*A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9*

Figura 38. Fonte tipográfica *Odstemplik*, variação *bold*, Gluk

*Designing a New Experience in Food  
a transdisciplinar project*

*A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9*

Figura 39. Fonte tipográfica *Lobster 1.4*, Pablo Impallari

### 3.4.4 Estudos digitais da capa, Publicação MIAC



Figura 40. Estudos digitais da capa, Publicação MIAC

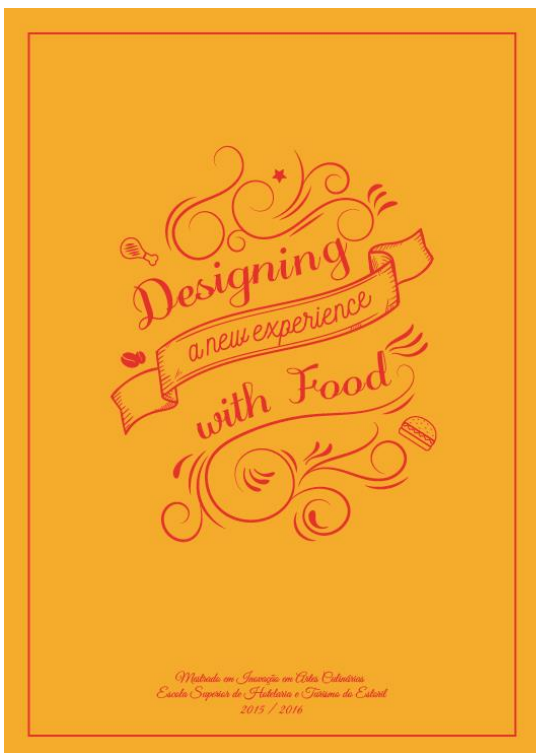


Figura 41. Estudos digitais da capa, Publicação MIAC

### 3.4.5 Desenvolvimento final da capa, Publicação MIAC

Posteriormente à fase de estudos, em conjunto com o coordenador Ricardo Bonacho foi eleita a capa final (Figura 42), esta continha maior elaboração, dinamismo e concisão visual, enquadrando-se melhor naquilo que era pretendido, devido às suas linhas curvas e suaves, cores planas e à sua mancha centrada. Contudo houve a necessidade de fazer algumas alterações, como mudar a cor de fundo, a fonte tipográfica na informação da instituição e a adição de pequenos detalhes na composição gráfica, com o objetivo de lhe conceder uma maior articulação com área da gastronomia. Na informação da instituição decidiu-se então alterar a fonte tipográfica para uma com melhor leitura, denominada de *Bebas Neue*, variação *Light*, visto que o corpo da letra seria pequeno e uma fonte mais elaborada tornaria mais difícil a leitura (Figura 43). Já os restantes estilos tipográficos presentes na capa foram conservados, como *Odstemplik* e *Nickainley*, no título “*Designing a New Experience in Food*”. No subtítulo da publicação, “*a transdisciplinar project*”, foi utilizada a fonte tipográfica *Opificio Serif* no, variação regular, Monofonts. No âmbito cromático também aconteceram alterações, a cor da tipografia e dos elementos gráficos passou do vermelho para um branco neutro e a cor de fundo de um amarelo, para um vermelho forte, mas mantendo a linha cromática de cores quentes, pois contém maior ligação com o tema, a gastronomia (Figura 44).

Em relação à composição gráfica da capa final, mantem-se a mesma linguagem de linhas vetoriais curvas suaves e foram englobados utensílios de gastronomia, como bolos, talheres, louças entre outros (Figura 45), concebendo uma capa final esteticamente atrativa, dinâmica e uma composição gráfica coerente com o tema (Figura 46).

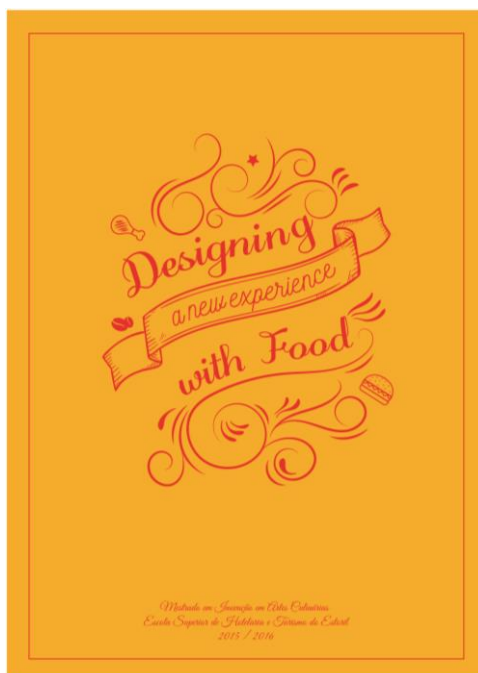


Figura 42. Capa final, Publicação MIAC

*Mestrado em Inovação em Artes Culinárias*  
*Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril*  
*2015 / 2016*



MESTRADO EM INOVAÇÃO EM ARTES CULINÁRIAS  
ESCOLA SUPERIOR DE HOTELARIA E TURISMO DO ESTORIL  
2015 / 2016

Figura 43. Alteração da fonte tipográfica

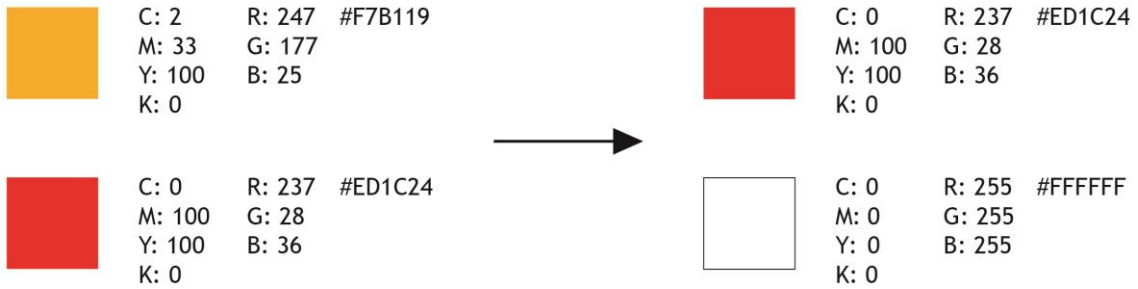


Figura 44. Alteração de cores



Figura 45. Alteração na composição gráfica

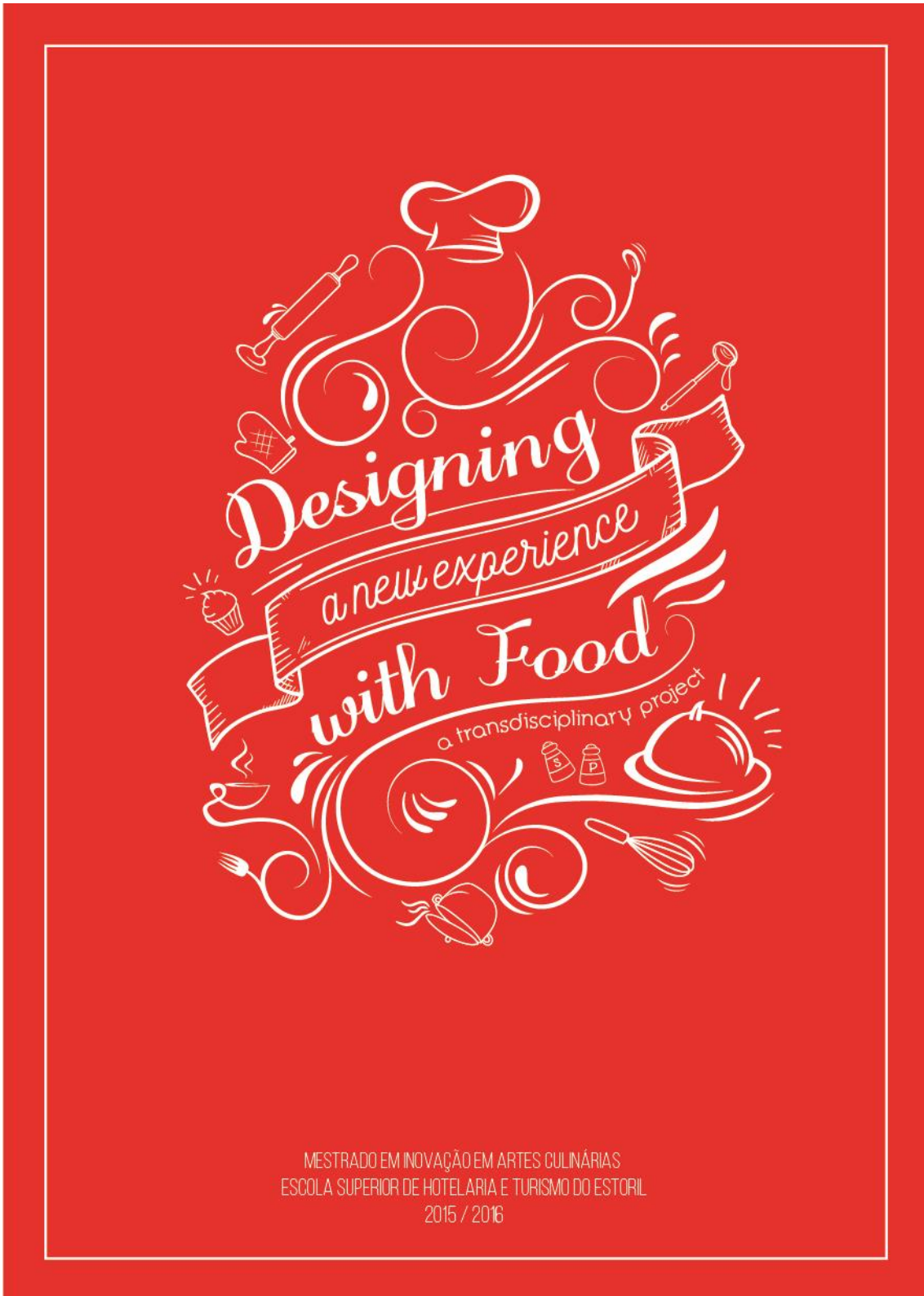


Figura 46. Capa final, Publicação MIAC

### 3.4.6 Desenvolvimento final do interior, Publicação MIAC

O interior da publicação foi realizado com a ferramenta *Adobe InDesign*<sup>10</sup>, aqui o fundamental objetivo foi criar uma grelha adequada, varias páginas com organizações distintas, um índice, páginas com apenas texto, páginas somente com imagem e páginas onde fossem englobadas ambas composições. Na grelha foram realizadas algumas experiências, variando o número de colunas, como esta publicação teria de destacar maioritariamente imagens a opção passou por uma grelha aberta, isto é, uma grelha com apenas duas colunas, podendo assim dar espaço à disposição das imagens. A grelha foi concebida com as seguintes medidas, margem exterior 0,75cm (a), margem entre colunas 0,42cm (b), margem interior 1,97cm (c), margem superior 1,97cm (g) e margem inferior 1,55cm (f), medidas estas contidas numa pagina desenhada por 21cm de altura (d) por 15cm de largura (e), (Figura 47).

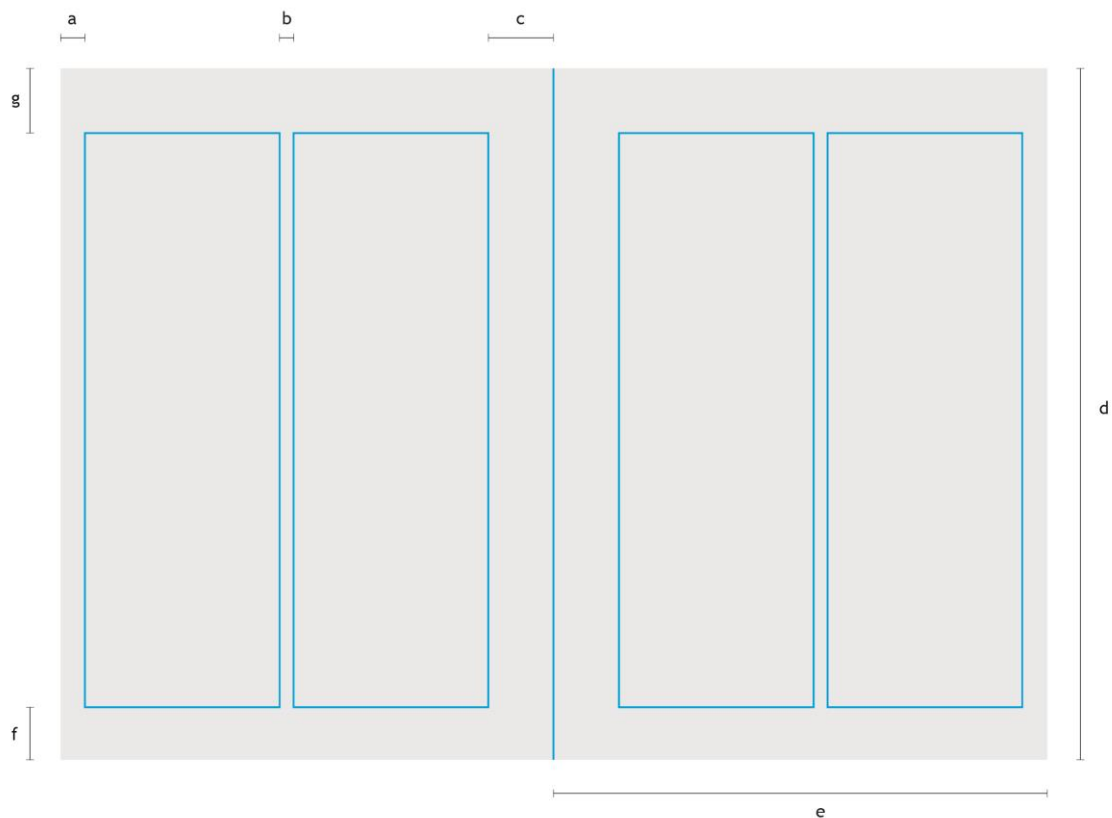


Figura 47. Grelha, Publicação MIAC

<sup>10</sup> N.A.: Programa de organização de páginas, desenvolvido e comercializado por *Adobe Systems*

O índice (Figura 48) foi concebido próximo da linha gráfica da capa, utilizando fontes tipográficas semelhantes, como *Nexa Rust Script L* no dístico do índice, *Gill Sans MT Condensed*, *Microsoft*, nos números da paginação e *Minion Pro*, Robert Slimbach, no texto. Foram selecionadas gamas cromáticas dentro da identidade da capa e uma organização simples, onde a interpretação do índice fosse descomplicada.



Figura 48. Índice, Publicação MIAC

Numa publicação editorial é essencial a criação de uma estrutura para uma melhor organização entre imagens e texto. Foram formuladas paginações para situações onde fosse necessária uma grande quantidade de texto, favorecendo-lhe assim zonas maiores, tanto para grande quantidade de texto como para frases de destaque (Figura 49).

Foram formuladas também paginações onde fosse preciso destacar maioritariamente imagens, onde a informação escrita não fosse necessária estar presente ou caso fosse, adicionar só pequenos títulos ou legendas à imagem publicada (Figura 50).

Por fim, paginações onde tivessem ambos presentes, desde imagens com maior ou menor dimensão, a texto complementares a cada uma dessas imagens, desde pequenas frases de auxílio a textos de maior extensão, sempre com alinhamentos distintos (Figura 51).

Os espaços brancos foi algo pelo qual se optou em algumas paginações, pois a página “respirava” melhor, ficando mais leve e limpa. A cor foi um elemento que foi variando, pois também irá depender das imagens finais que forem selecionadas para estarem presentes na publicação.

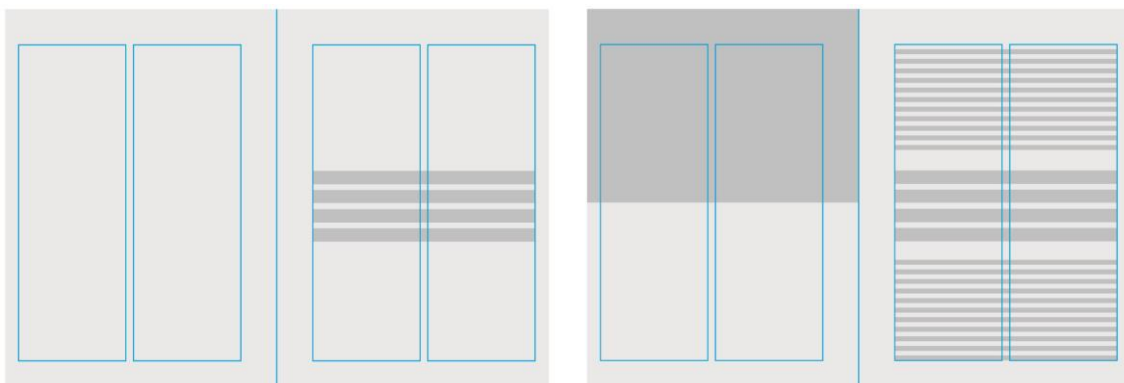


Figura 49. Estrutura de paginação com texto, Publicação MIAC

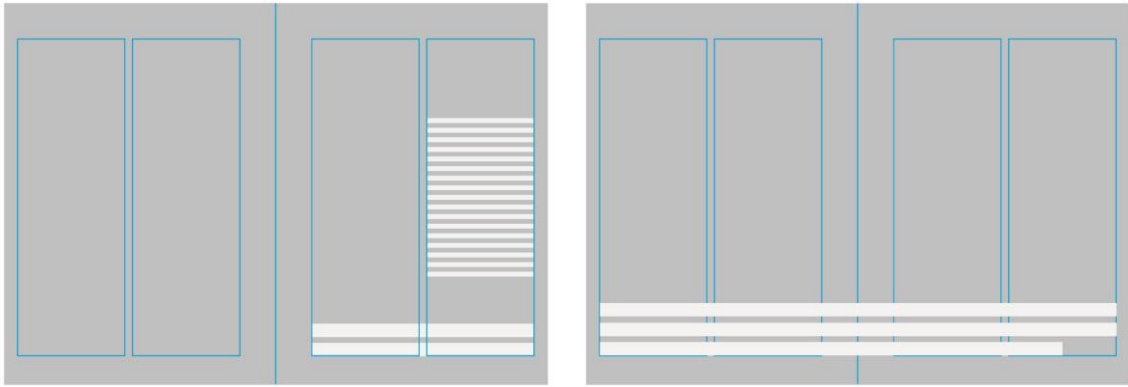


Figura 50. Estrutura de paginação com imagem, Publicação MIAC

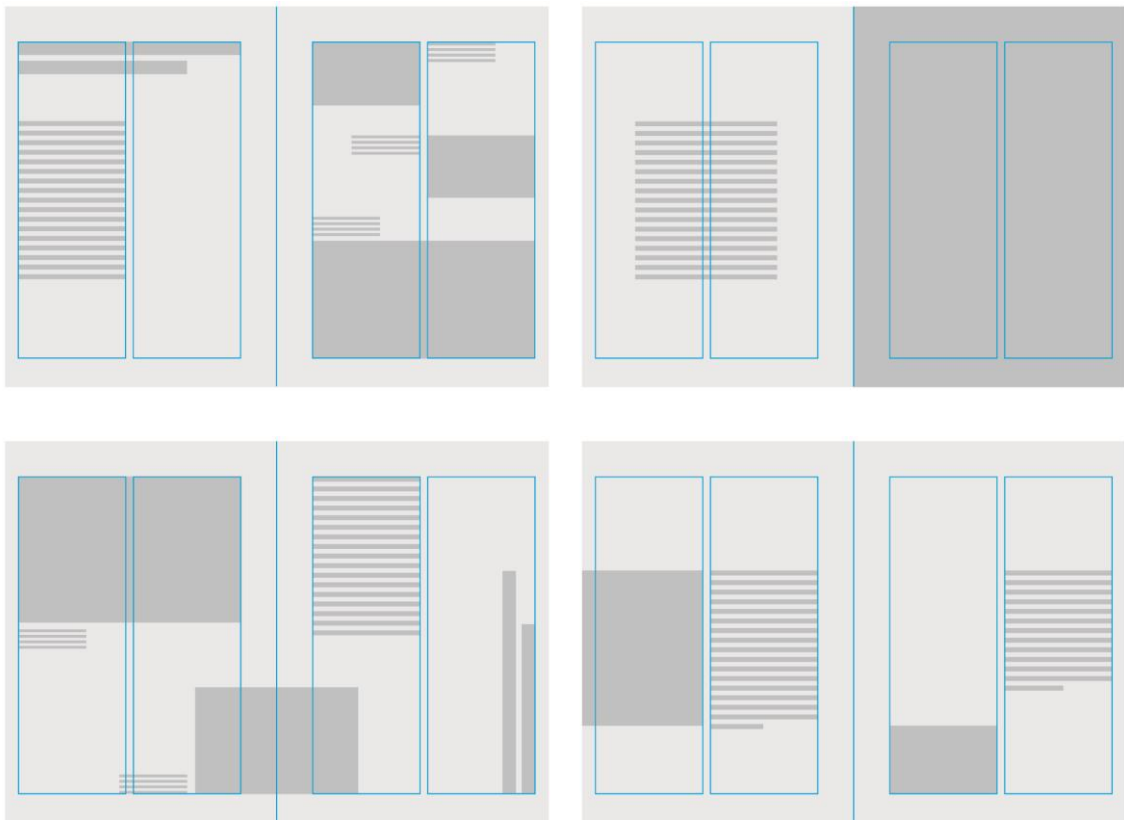


Figura 51. Estrutura de Paginação com imagem e texto, Publicação MIAC

Posteriormente a concepção de uma estrutura base para a publicação editorial foi criada uma simulação da mesma, ainda não havendo o material necessário para inserir no interior foram utilizadas outras imagens e textos para que esta simulação fosse realizada. No interior da publicação procurou-se encontrar diversificadas composições, através de cores, organizações diferentes, mas tendo sempre em conta o grafismo inicial, tal como se solicitava no lançamento do projeto. Numa primeira paginação, sendo esta a parte inicial da publicação, foram utilizadas cores neutras e concebida uma pagina apenas para texto, sendo inserida uma frase ou citação de destaque (Figura 52), utilizando a fonte tipográfica *Bebas Neue*, variação Book e caso haja autor na citação é utilizada a fonte tipográfica, *Times New Roman*, Victor Lardent. A paginação seguinte foi pensada para utilização de grande mancha de texto, utilizando a tipografia *Nexa Light*, Svetoslav Simov; uma área para texto com corpo de letra maior, utilizando a fonte tipográfica *Caneletter Script*, Måns Grebäck; e concedendo também espaço para uma imagem (Figura 53). A paginação sequente foi considerada para a utilização de uma grande imagem de destaque no fundo e onde o texto esteve presente apenas num título e num pequeno texto de legenda, utilizando a tipografia *Amperzand* (Figura 54).



Figura 52. Simulação de paginação, Publicação MIAC



Figura 53. Simulação de paginação, Publicação MIAC



Figura 54. Simulação de paginação, Publicação MIAC

Nas paginações seguintes optou-se por seguir por tons cromáticos quentes, mais especificamente o vermelho utilizado na capa da publicação. Foram concebidas várias paginações para a exposição de imagens e texto (Figura 55, 56 e 57), como referido anteriormente na estrutura da publicação. Nesta simulação os títulos foram devidamente destacados, desde o seu posicionamento, tamanho de corpo de letra, até à fonte tipográfica utilizada, que neste caso foi *Slabs Thin*, Jovanny Lemonad; em determinadas páginas foram dedicadas áreas para maiores manchas de texto, posicionadas dentro de cada coluna da grelha, utilizando a tipografia *Mongolian Baiti*, ainda as imagens dispostas fazem-se acompanhar de uma legenda com o corpo de letra menor e empregando a fonte tipográfica *Nexa Light*.



Figura 55. Simulação de paginação, Publicação MIAC



Figura 56. Simulação de paginação, Publicação MIAC



Figura 57. Simulação de paginação, Publicação MIAC

Nas paginações posteriores houve a necessidade de conceder maior destaque às imagens, reduzindo as áreas de grande quantidade de texto (Figura 58 e 59), ficando apenas áreas para frases de menor extensão, mas de maior destaque, empregando as fontes tipográficas *Minion Pro* e *Script MT*, variação *Bold*, Fritz Stelzer.

Por fim, a contracapa e lombada (Figura 60) foi composta pelo seguimento da capa, na lombada apenas se colocou o título e a sigla da instituição, já na contracapa ficou organizada com uma zona de texto (*Nexa Light*) para uma sinopse, caso fosse preciso, e pequenos elementos gráficos já presentes na capa anteriormente.



Figura 58. Simulação de paginação, Publicação MIAC



Figura 59. Simulação de paginação, Publicação MIAC



Figura 60. Contracapa e lombada, Publicação MIAC

### 3.4.7 Fontes tipográficas utilizadas, Publicação MIAC

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Figura 61. Fonte tipográfica *Opificio Serif*, Monofonts

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Figura 62. Fonte tipográfica *Minion Pro*, Robert Slimbach

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Figura 63. Fonte tipográfica *Gill Sans MT Condensed*, Microsoft

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Figura 64. Fonte tipográfica *Bebas Neue*, variação *Book*, Dharma Type

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Figura 65. Fonte tipográfica *Times New Roman*, Victor Lardent

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

Figura 66. Fonte tipográfica *Nexa Light*, Svetoslav Simov

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

Figura 67. Fonte tipográfica *Caneletter Script*, Måns Grebäck

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
0123456789

Figura 68. Fonte tipográfica *Slabs Thin*, Jovanny Lemonad

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

Figura 69. Fonte tipográfica *Mongolian Baiti*

**A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z**  
**a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z**  
**0 1 2 3 4 5 6 7 8 9**

Figura 70. Fonte tipográfica *Script MT*, variação *Bold*, Fritz Stelzer

## Conclusão

Com a constante evolução da tecnologia a internet tem cada vez um papel mais possante na comunicação, sendo este meio mais direto, rápido e económico na passagem de informação entre pessoas. Tendo em consideração que o digital é cada vez o formato mais usual na sociedade atual, não se pode esquecer a forma tradicional, o físico, e na transmissão de informação esta contem ainda um destaque imenso no grande mundo da comunicação. Foram os principais conceitos teóricos que foram tomados como ponto de partida no desenvolvimento do presente relatório.

O objetivo primordial deste estágio curricular foi obtido com destaque positivo, respondendo às necessidades exigidas pela organização, num formato digital foi divulgado o evento *A Saudade Portuguesa*, como se pretendia e deu-se a conhecer determinados trabalhos gastronómicos selecionados, em versão editorial.

Durante este percurso académico, de estágio curricular, foram surgindo algumas dificuldades, mas com dedicação e vontade de aprender, foram facilmente ultrapassadas. Decisões de grande importância ocorreram durante a realização dos projetos e em conjunto com o coordenador e designer Ricardo Bonacho foram optadas pelos melhores procedimentos, indo ao encontro do que era pretendido em cada projeto realizado.

Estes anos como estudante da UBI foram sempre de progresso, ano após ano, aprendendo novos conteúdos, técnicas de trabalho e vivenciando novas experiências, mas de um ponto de vista profissional faltaria outro tipo de vivências e conhecimentos, que na minha opinião só com a ligação direta ao mundo do trabalho é que se poderiam adquirir. Devido a estas razões a opção de estágio curricular, em relação às outras duas opções disponíveis, pareceu-me a mais vantajosa para mim e para meu futuro enquanto profissional designer.

Concluindo, poder usufruir de dois estágios curriculares trimestrais, foi muito benéfico para a minha pessoa, num âmbito profissional onde pude adquirir vários conhecimentos, hábitos e métodos laborais, lidar diretamente com o mercado de trabalho na área do design, perspetivando melhor aquilo que o cliente pretendia com cada proposta de trabalho, aprender a utilizar novas ferramentas e conhecer os procedimentos pelo qual um projeto passa, desde a sua conceção inicial até à arte final. Numa perspetiva mais pessoal o estágio curricular trouxe-me diversos enriquecimentos, como a autonomia de trabalho, integração, liderança profissionalismo e a excelência. Para tornar estes pontos positivos um facto, só foi possível graças ao grupo de profissionais com quem lidei neste período de estágio curricular, onde ofereceram um grande auxílio neste desafio vivenciado.

# Bibliografia

- Baines, Phil; Haslam, Andrew. (2002), *Tipografía, función, forma y diseño*. Barcelona, Editorial Gustavo Gili, SL.
- Bruton, Dean. (2012) *Digital design: a critical introduction*. Londres, Berg.
- Castells, M. (1999), *A sociedade em rede*. Paz e Terra.
- Freyer, Conny, (2008), *Digital by design: crafting technology for products and environments*. Londres, Thames & Hudson.
- Getz, D. (2005). *Event Management & Event Tourism*. New York, Cognizant Communication Office.
- Goldblatt, J. (2005). *Special Events: event leadership for a new world*. New Jersey, Wiley.
- Heller, Steven. (1997), *Design Literacy: Understanding Graphic Design*. New York, Allworth.
- Jardí, Enric. (2007). *Twenty-two Tips on Typography (that some designers will never reveal)/ Twenty-two Things You Should Never do with Typefaces (that some typographers will never tell you)*. Barcelona, Actar.
- Jute, André. (1999). *Grelhas e estrutura do design gráfico*. Lisboa, Destarte.
- Lampraia, J. (1998), *Comunicação Empresarial*, Texto Editora.
- Lupton, Ellen. (2011), *Intuición, Acción, Creación, Graphic Design Thinking*. Barcelona, Editorial Gustavo Gili,SL.
- Lupton, Ellen. (2014). *Type on Screen: a guide for designers, developers, writers, and students*. New York, Princeton Architectural.
- O'Reilly, T. (2005), *What Is Web 2.0 - Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*, O'Reilly Publishing.
- Olins, Wally. (2003). *On Brand*. Londres, Thames & Hudson.
- Solas, Javier González. (2002), *Identidad visual corporativa. La imagen de nuestro tiempo*. Madrid, Editorial Síntesis.
- Steane, Jamie. (2014). *The principles & processes of interactive design*. Londres, Bloomsbury.
- Wheeler, Alina. (2013), *Designing Brand Identity*. 4ª Edição. New Jersey: John Wiley & Sons.

# Webgrafia

[www.eshte.pt/](http://www.eshte.pt/) (Consultado em maio de 2016)

[miac20152016.wordpress.com/category/a-saudade-portuguesa/](http://miac20152016.wordpress.com/category/a-saudade-portuguesa/) (Consultado em maio de 2016)

[www.b-on.pt/](http://www.b-on.pt/) (Consultado em setembro de 2016)

[www.bond.ubi.pt/](http://www.bond.ubi.pt/) (Consultado em agosto de 2016)

[www.behance.net/gallery/28891191/History-of-the-Future-Book](http://www.behance.net/gallery/28891191/History-of-the-Future-Book) (Livro: *History of the Future*, Atelier Martino&Jaña) (Consultado em maio de 2016)

[www.behance.net/gallery/27424271/Pensamento-de-Pedra-Book](http://www.behance.net/gallery/27424271/Pensamento-de-Pedra-Book) (Livro: *Pensamento de Pedra*, Atelier Martino&Jaña) (Consultado em maio de 2016)

[www.behance.net/gallery/7050483/Alberto-Sampaio-Photobiography-Book](http://www.behance.net/gallery/7050483/Alberto-Sampaio-Photobiography-Book) (Vídeo: *Alberto Sampaio's Photobiography*, Atelier Martino&Jaña) (Consultado em maio de 2016)

[www.vimeo.com/8439038](http://www.vimeo.com/8439038) (Vídeo: *The Ten Commandments - motion (kinetic) typography*, Vit Ryznar / REASONAR.com) (consultado em março de 2016)

[www.youtube.com/watch?v=ev-ut9lea5E](http://www.youtube.com/watch?v=ev-ut9lea5E) (Vídeo: *CV Motion Graphic* (valianasandra), Valiana Sandra) (Consultado em março de 2016)

[www.youtube.com/watch?v=MLADiDtR1fc](http://www.youtube.com/watch?v=MLADiDtR1fc) (Vídeo: *Bairro das Artes 2012*, Flúor Design) (Consultado em abril de 2016)

[www.vimeo.com/141199957](http://www.vimeo.com/141199957) (Vídeo: *Casa Fernando Pessoa - Rebranding*, GBNT Shaping Communication) (Consultado em abril de 2016)

[www.vimeo.com/104535668](http://www.vimeo.com/104535668) (Vídeo: *Amadora - Liga Ao Futuro*, GBNT Shaping Communication) (Consultado em abril de 2016)

[www.dafont.com/pt/](http://www.dafont.com/pt/) (Consultado em abril de 2016)

[www.1001fonts.com/](http://www.1001fonts.com/) (Consultado em abril de 2016)

[www.finedininglovers.com/blog/points-of-view/food-design-contest/](http://www.finedininglovers.com/blog/points-of-view/food-design-contest/) (Consultado em Setembro de 2016)

[ifooddesign.org/definitions/](http://ifooddesign.org/definitions/) (Consultado em Setembro de 2016)

[www.agifreu.com/docencia/imagem\\_corporativa.pdf](http://www.agifreu.com/docencia/imagem_corporativa.pdf) (*Imagem Corporativa*) (Consultado em setembro de 2016)

[www.didatticacoris.uniroma1.it/materiali/12.08.39\\_Event%20Tourism%20\\_GETZ.pdf](http://www.didatticacoris.uniroma1.it/materiali/12.08.39_Event%20Tourism%20_GETZ.pdf), (*Eventos*) (Consultado em agosto de 2016)

# Fontes das Figuras

Figura 1. Vítor Monteiro (2016)

Figura 2. <http://www.eshte.pt/pt/comunicacao/identidade-visual-eshte> (2016)

Figura 3. Ricardo Bonacho (2016)

Figura 4. Ricardo Bonacho (2016)

Figura 5. Ricardo Bonacho (2016)

Figura 6. Vítor Monteiro (2016)

Figura 7. Vítor Monteiro (2016)

Figura 8. Vítor Monteiro (2016)

Figura 9. Vítor Monteiro (2016)

Figura 10. Vítor Monteiro (2016)

Figura 11. Vítor Monteiro (2016)

Figura 12. [www.youtube.com/watch?v=ev-ut9lea5E](http://www.youtube.com/watch?v=ev-ut9lea5E) (2016)

Figura 13. Vítor Monteiro (2016)

Figura 14. Vítor Monteiro (2016)

Figura 15. Vítor Monteiro (2016)

Figura 16. Vítor Monteiro (2016)

Figura 17. [www.youtube.com/watch?v=MLADiDtR1fc](http://www.youtube.com/watch?v=MLADiDtR1fc) (2016)

Figura 18. [www.vimeo.com/141199957](http://www.vimeo.com/141199957) (2016)

Figura 19. [www.vimeo.com/104535668](http://www.vimeo.com/104535668) (2016)

Figura 20. Ricardo Bonacho (2016)

Figura 21. Vítor Monteiro (2016)

Figura 22. Vítor Monteiro (2016)

Figura 23. [www.behance.net/gallery/28891191/History-of-the-Future-Book](http://www.behance.net/gallery/28891191/History-of-the-Future-Book) (2016)

Figura 24. [www.behance.net/gallery/27424271/Pensamento-de-Pedra-Book](http://www.behance.net/gallery/27424271/Pensamento-de-Pedra-Book) (2016)

Figura 25. [www.behance.net/gallery/7050483/Alberto-Sampaio-Photobiography-Book](http://www.behance.net/gallery/7050483/Alberto-Sampaio-Photobiography-Book) (2016)

Figura 26. Vítor Monteiro (2016)  
Figura 27. Vítor Monteiro (2016)  
Figura 28. Vítor Monteiro (2016)  
Figura 29. Vítor Monteiro (2016)  
Figura 30. Vítor Monteiro (2016)  
Figura 31. Vítor Monteiro (2016)  
Figura 32. Vítor Monteiro (2016)  
Figura 33. Vítor Monteiro (2016)  
Figura 34. Vítor Monteiro (2016)  
Figura 35. Vítor Monteiro (2016)  
Figura 36. Vítor Monteiro (2016)  
Figura 37. Vítor Monteiro (2016)  
Figura 38. Vítor Monteiro (2016)  
Figura 39. Vítor Monteiro (2016)  
Figura 40. Vítor Monteiro (2016)  
Figura 41. Vítor Monteiro (2016)  
Figura 42. Vítor Monteiro (2016)  
Figura 43. Vítor Monteiro (2016)  
Figura 44. Vítor Monteiro (2016)  
Figura 45. Vítor Monteiro (2016)  
Figura 46. Vítor Monteiro (2016)  
Figura 47. Vítor Monteiro (2016)  
Figura 48. Vítor Monteiro (2016)  
Figura 49. Vítor Monteiro (2016)  
Figura 50. Vítor Monteiro (2016)  
Figura 51. Vítor Monteiro (2016)  
Figura 52. Vítor Monteiro (2016)  
Figura 53. Vítor Monteiro (2016)

Figura 54. Vítor Monteiro (2016)

Figura 55. Vítor Monteiro (2016)

Figura 56. Vítor Monteiro (2016)

Figura 57. Vítor Monteiro (2016)

Figura 58. Vítor Monteiro (2016)

Figura 59. Vítor Monteiro (2016)

Figura 60. Vítor Monteiro (2016)

Figura 61. Vítor Monteiro (2016)

Figura 62. Vítor Monteiro (2016)

Figura 63. Vítor Monteiro (2016)

Figura 64. Vítor Monteiro (2016)

Figura 65. Vítor Monteiro (2016)

Figura 66. Vítor Monteiro (2016)

Figura 67. Vítor Monteiro (2016)

Figura 68. Vítor Monteiro (2016)

Figura 69 Vítor Monteiro (2016)

Figura 70. Vítor Monteiro (2016)