

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO (TCC)  
ESPECIALIZAÇÃO EM DESIGN GRÁFICO UFRGS 2018-2020

GRAZIELE BORGUETTO SOUZA

PRIMEIRA IMPRESSÃO: CONHECENDO A GRÁFICA DA UFRGS

Orientadora: Prof. Dra. Maria do Carmo Curtis

Porto Alegre  
2020

## RESUMO

A Gráfica da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) atende todos os setores da Universidade, sendo responsável pela impressão dos materiais de expediente, teses, dissertações e de diversos outros materiais produzidos pela comunidade acadêmica. Uma das atividades que a gráfica oferece são as visitas guiadas, ação que atende à comunidade da UFRGS. Durante as visitas, os participantes conhecem os meios de produção, recebem explicações sobre o funcionamento do maquinário, dos materiais, etc. Porém, conforme verificado no setor, a atividade não tem um planejamento que a estruture. Entende-se que o Design pode contribuir no planejamento das visitas guiadas, considerando as demandas do setor e dos participantes, proporcionando à gráfica um roteiro da visita, assim como material de sua divulgação, e um material de apoio, a fim de melhorar a experiência. Assim, esse projeto tem como objetivo aprimorar o serviço oferecido pela gráfica nas visitas guiadas por meio do design gráfico, como forma de satisfazer as necessidades da própria gráfica e da comunidade da UFRGS.

**Palavras-chave:** Gráfica. Visita Guiada. Design Gráfico. UFRGS.

## LISTA DAS FIGURAS

Figura 1 - Esboço de aplicação do Método de Desdobramento em 3 Etapas (MD3E).	10
Figura 2 - Brainstorm de geração de alternativas.....	18
Figura 3 – Resultado do mapa mental.....	19
Figura 4 - Moodboard de imagens internas da gráfica da UFRGS.....	19
Figura 5 - Esboços de ideias para a construção da identidade visual.....	20
Figura 6 - Alguns esboços digitais para a composição da identidade visual.....	20
Figura 7 - Solução final da identidade visual.....	21
Figura 8 - Cores usadas na Identidade Visual.....	21
Figura 9 - Elementos principais da criação da Identidade Visual.....	22
Figura 10 - Ilustração da planta baixa da gráfica da UFRGS.....	22
Figura 11 - Fonte utilizada na criação da identidade visual.....	23
Figura 12 – Identidade visual no grid.....	23
Figura 13 – Identidade visual monocromática.....	23
Figura 14 - Alternativas de redução da identidade visual.....	24
Figura 15 - Esboço das informações para a construção do infográfico.....	25
Figura 16 - Elaboração do infográfico do roteiro da visita.....	26
Figura 17 - Rascunho das informações para a construção do folder.....	27
Figura 18 - Layout da solução final do folder.....	28
Figura 19 - Layout dos materiais de divulgação.....	29
Figura 20 – Conjunto dos elementos produzidos.....	30
Figura 21 – Mapa do projeto.....	31

## LISTA DOS QUADROS

Quadro 1 - Esboço de aplicação do Método de Desdobramento em 3 Etapas.....	13
Quadro 2 - Brainstorm de geração de alternativas.....	14

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>7</b>
1.1 JUSTIFICATIVA .....	8
1.2 PROBLEMA DE PROJETO.....	8
1.3 OBJETIVOS .....	8
<b>1.3.1 Objetivo geral .....</b>	<b>8</b>
<b>1.3.2 Objetivos específicos.....</b>	<b>9</b>
1.4 METODOLOGIA.....	9
<b>2 PRÉ-CONCEPÇÃO .....</b>	<b>11</b>
2.1 FASE DE PREPARAÇÃO: .....	11
<b>2.1.1. Entrevista e questionário.....</b>	<b>11</b>
2.2. ANALISE DO PROBLEMA .....	12
<b>2.2.1 Análise do problema de design .....</b>	<b>13</b>
2.3 DEFINIÇÃO DO PROBLEMA DO PROJETO .....	13
<b>2.3.1 Definição dos objetivos .....</b>	<b>14</b>
<b>2.3.2 Requisitos e Restrições.....</b>	<b>15</b>
<b>3 CONCEPÇÃO .....</b>	<b>17</b>
3.1 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS, AVALIAÇÃO, SELEÇÃO E REALIZAÇÃO DA SOLUÇÃO.....	17
<b>3.1.1 Nome .....</b>	<b>17</b>
<b>3.1.2 Identidade Visual.....</b>	<b>18</b>
<b>3.1.3 Infográfico.....</b>	<b>24</b>
<b>3.1.4 Folder .....</b>	<b>27</b>
<b>3.1.5 Material de divulgação.....</b>	<b>29</b>
<b>4. AVALIAÇÃO .....</b>	<b>30</b>
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>32</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>33</b>
<b>APÊNDICE A – ENTREVISTAS E QUESTIONÁRIOS.....</b>	<b>34</b>
<b>APÊNDICE B – ENTREVISTA COM A SERVIDORA JOSEANE RANZOLIN .....</b>	<b>42</b>
<b>APÊNDICE C – ORGANIZAÇÃO DAS AÇÕES A SEREM REALIZADAS.....</b>	<b>44</b>
<b>APÊNDICE D – VISTA ISOMÉTRICA DA PLANTA BAIXA DA GRÁFICA DA UFRGS.....</b>	<b>45</b>

<b>APÊNDICE E – LINHAS GUIAS NA CONSTRUÇÃO DO INFOGRÁFICO.....</b>	<b>46</b>
<b>APÊNDICE F – DESENVOLVIMENTO DO INFOGRÁFICO COM AS CORES CMYK.....</b>	<b>47</b>
<b>APÊNDICE G – TESTE DE IMPRESSÃO DO INFOGRÁFICO.....</b>	<b>48</b>
<b>APÊNDICE H – LINHAS GUIAS NA CONSTRUÇÃO DO FOLDER .....</b>	<b>49</b>
<b>APÊNDICE I – APLICAÇÃO DO LAYOUT NO MOCKUP .....</b>	<b>50</b>
<b>APÊNDICE J – TESTE DE IMPRESSÃO DO FOLDER.....</b>	<b>51</b>
<b>APÊNDICE K – APLICAÇÃO DO MATERIAL DE DIVULGAÇÃO NO MOCKUP DO INSTAGRAM .....</b>	<b>52</b>

## 1 INTRODUÇÃO

A Gráfica da UFRGS é órgão integrante da Secretaria de Comunicação (SECOM) da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, com mais de 70 anos de atividades. Atende todos os setores da Universidade, sendo responsável pela impressão dos materiais de expediente, teses, dissertações e diversos outros materiais produzidos pela comunidade acadêmica. Ressalta-se também a existência de projetos que visam ao descarte sustentável e reaproveitamento dos materiais não utilizados.

Além desses projetos, a gráfica recebe algumas turmas da UFRGS, de diferentes cursos, para visita guiada. Essas visitas iniciaram em 2013, ministradas e organizadas pela servidora Joseane Ranzolin, quando realizou um curso na Faculdade de Comunicação da Universidade para alunos de diversas áreas. Nessa ocasião, surgiu interesse de um dos participantes, que entrou em contato para levar a turma para conhecer a gráfica. Atualmente, a solicitação é realizada por meio de agendamento por e-mail. Apesar de a gráfica atender a toda a comunidade acadêmica, a procura por esse serviço em comparação com a quantidade de turmas é baixa, não possuindo ampla divulgação.

Levando em consideração a importância de relacionar a prática com a teoria passada em sala de aula, o planejamento da visita guiada precisa ser sistematizado para poder potencializar o serviço, tanto por quem está usufruindo, quanto por quem está trabalhando. Desse modo, o conceito do projeto visa a potencializar as visitas guiadas tanto na sua divulgação como na experiência do usuário ao oferecer um material instrucional específico.

Para despertar o interesse do público, necessita-se criar meios de divulgação, organizar as informações oferecidas durante a proposta, e desenvolver materiais de apoio que enriqueçam a experiência dos visitantes. Nesse sentido, o projeto pretende oferecer aos diferentes públicos, interessados em obter informações sobre produção gráfica, um folder com orientações para envio de arquivos a serem impressos. É uma demanda constatada no setor, que precisa ser desenvolvida.

## 1.1 JUSTIFICATIVA

Sendo um importante setor da Universidade, a Gráfica visa a atender a maior parte da comunidade acadêmica. Uma forma de contato com essa comunidade são as visitas guiadas, previamente agendadas.

As visitas têm o intuito de mostrar como são feitos os processos de construção e de impressão, dando aos alunos a oportunidade de aprenderem as etapas dos processos de impressão, que vão desde a pré-impressão até a montagem final. Como a autora, servidora pública da Universidade, está alocada na gráfica, justifica-se o interesse em contribuir na potencialização das visitas guiadas, com o apoio da gestão do setor.

Diante dessa situação, entende-se que o design gráfico pode ser útil para esse serviço, tanto na divulgação quanto na organização do roteiro. Assim, criar um projeto da visita guiada pode contribuir para a visibilidade da gráfica, facilitando a comunicação com o público.

Durante as visitas, espera-se que a gráfica possa oferecer informações importantes sobre envios de materiais e fechamentos de arquivos pelos solicitantes, bem como ensinar sobre o processo de impressão (materiais, maquinários, acabamentos, etc.).

## 1.2 PROBLEMA DE PROJETO

Como o design pode contribuir na divulgação e na organização das visitas guiadas à gráfica para aprimorá-las como serviço oferecido à comunidade da UFRGS?

## 1.3 OBJETIVOS

### 1.3.1 Objetivo Geral

Desenvolver um projeto de Design que proporcione ao público interessado em informações gráficas uma solução que satisfaça as necessidades da comunidade da UFRGS. Pretende-se desenvolver um projeto de Design Gráfico que aprimore as visitas guiadas à gráfica por meio de sua divulgação, do planejamento do roteiro e da produção de um material de apoio.



### 1.3.2 Objetivos específicos

- a) Compreender como se processa a visita guiada à gráfica da UFRGS;
- b) Investigar os interesses e as necessidades do público e da Gráfica;
- c) Desenvolver materiais de divulgação;
- d) Estudar o espaço disponibilizado pela Gráfica para a visita, a fim de estabelecer o roteiro mais adequado, seja do ponto de vista da manutenção das atividades rotineiras do setor, seja dos interesses dos participantes em conhecer os processos desenvolvidos na gráfica, e contato direto com maquinário;
- e) Investigar junto aos profissionais da gráfica os conteúdos/ procedimentos de maior demanda pelos visitantes a fim de desenvolver material de apoio para melhorar a comunicação entre a comunidade e o setor.

### 1.4 METODOLOGIA

Esta é uma pesquisa de caráter teórico-aplicado, constituída de embasamento teórico de diversos autores e pesquisa de campo para posterior aplicação de uma possível solução ao problema. Assim, esta pesquisa também é descritiva, pois gera um relatório por meio de uma abordagem qualitativa com coleta de dados com os usuários.

Para o desenvolvimento deste trabalho será utilizado o método aberto de Santos (2006), chamado de “Método de Desdobramento em 3 Etapas (MD3E)” (Figura 1). Ele se divide em três grandes etapas: a pré-concepção, a concepção e a pós-concepção (SANTOS, 2006). A característica desse modelo é que não se trata de uma metodologia linear e pode ser utilizada com outras ferramentas, possibilitando a inclusão de etapas metodológicas de diversos autores que possam contribuir no desenvolvimento do projeto.

A etapa de **pré-concepção** consiste no embasamento teórico e na coleta de dados. Pesquisou-se como as visitas guiadas são realizadas atualmente, e foi realizada uma investigação, com questionário aos visitantes e funcionários da gráfica, a fim de compreender o problema, as necessidades, desejos e demais informações pertinentes ao trabalho (JORDAN, 2000).

Buscou-se sintetizar as informações coletadas tanto com o questionário quanto sobre as visitas guiadas, e assim definir quais seriam os pontos que precisariam ser trabalhados nesse projeto. Para isso, usaram-se etapas de metodologia de Löbach (2001): Coleta de Informações, Análise do Problema e Definições do Problema. Também foi utilizada a etapa de problemática de Bonsiepe (1984).

A etapa de **concepção** dá início ao desenvolvimento da solução, por meio de técnicas criativas e gerações de alternativas, como, por exemplo, o *brainstorm* (Baxter, 2000) e esboço de ideias (Löbach, 2011). É nesta etapa que são avaliadas, aprimoradas e selecionadas as melhores alternativas geradas para o resultado final.

Finalizando, na etapa de **pós-concepção**, conforme o avanço das análises, os resultados apontarão as necessidades mais importantes do trabalho. Assim, a lista de etapas deve ser aprimorada de acordo com os rumos do projeto.

**Figura 1 - Esboço de aplicação do Método de Desdobramento em 3 Etapas (MD3E)**



Fonte: Adaptado de Santos (2006).

## 2 PRÉ-CONCEPÇÃO

A etapa de pré-concepção foi desenvolvida com a pesquisa de campo, na qual se buscou contato com o público alvo, alunos, professores e funcionários da gráfica, para identificar os principais problemas para o direcionamento do projeto.

Ainda, a pesquisa bibliográfica serviu para a definição da metodologia utilizada neste projeto.

### 2.1 FASE DE PREPARAÇÃO:

Conforme já referido, a autora é servidora pública lotada na gráfica da UFRGS, de modo que tem ciência do contexto em que as visitas ocorrem atualmente. A partir disso, após contato preliminar com a servidora responsável pelas visitas, delimitou-se qual seria o público ideal a ser entrevistado. Foram escolhidas três funcionárias da gráfica, incluindo a acima citada, pois estão envolvidas no processo da visita, além de duas professoras e alunos que participaram da visita em momento anterior.

A entrevista com a servidora responsável pelas visitas e o questionário aos demais foram aplicados por meio virtual.

#### 2.1.1. Entrevista e questionário

Foi realizado um questionário para obter informações sobre a perspectiva dos usuários sobre as visitas, sendo aplicado em uma professora da UFRGS, curso de Design Visual e Design de Produto, nove alunos de diferentes cursos e três funcionárias da gráfica envolvidas na iniciativa. A elaboração das perguntas teve como objetivo coletar informações para entender os pontos positivos e negativos das visitas guiadas.

As perguntas foram formuladas para entender sobre as expectativas dos usuários antes da realização da visita, se foram atendidas essas expectativas, quais são os pontos positivos e negativos, e sugestões de melhorias. Para os funcionários da gráfica e para a professora, foram enviadas as perguntas por e-mail e pelo aplicativo *Whatsapp*. Para as respostas dos alunos, o questionário foi criado e

tabulado na plataforma do *Google Forms*. A disponibilização foi feita de forma *online* e divulgada na página do site *facebook* do curso de comunicação da UFRGS.

O questionário foi direcionado para todos que já fizeram a visita guiada na gráfica da UFRGS, e ficou disponível online para receber respostas durante dez dias, entre os dias 15 e 24 de julho de 2020, resultando em 9 respostas de alunos. As respostas podem ser visualizadas no apêndice A.

Para compreender o funcionamento das visitas guiadas, foi realizada também uma entrevista com a servidora pública Joseane Ranzolin, ministrante das visitas desde o início, em 2013. Essa entrevista (Apêndice B) teve como pontos principais coletar dados como: data de início das visitas, tempo de duração, público interessado, roteiro, partes do setor que são mostradas e a importância dessas visitas para a Gráfica e a Universidade.

## 2.2. ANALISE DO PROBLEMA

Utilizando as 3 perguntas para o problema, da metodologia de Bonsiepe (1984), definiram-se os caminhos para o projeto, a fim de obter a melhor solução para o problema.

- **O quê?**

As visitas à Gráfica da UFRGS, em decorrência da falta de material gráfico e organização das informações, deixam de atingir um público maior, tendo pouca procura e pouca divulgação.

- **Por quê?**

As visitas guiadas são muito importantes para o aprendizado dos alunos, que conseguem relacionar-se diretamente com os meios de produção da gráfica da UFRGS, a qual tem potencial para ser uma referência para a comunidade. Sendo um órgão público, é importante explorar seu potencial para atender o público da melhor forma possível.

- **Como?**

A partir da perspectiva do design gráfico, aperfeiçoar o roteiro e organizar as informações da visita, por meio de entrevistas com a comunidade da gráfica, professores e alunos que delas participaram.

Além disso, elaborar material gráfico de divulgação dessas visitas, tendo como finalidade desenvolvê-lo de forma sustentável e econômica, para alcançar o máximo de interessados.

### 2.2.1 Análise do problema de design

Ao analisar as respostas dos usuários, tanto do público quanto da gráfica, na entrevista e questionário aplicados, além de levar em conta a experiência da própria autora no setor, levantaram-se alguns pontos importantes com potencial de desenvolvimento no projeto:

**Quadro 1: Necessidades dos usuários e possibilidades de desenvolvimento**

<b>Usuários</b>	<b>Necessidade</b>	<b>Possibilidades</b>
Professores e alunos	Envio de dúvidas e questões específicas para serem apresentadas durante a visita guiada	No agendamento, colocar um campo em que possam indicar dúvidas e expectativas
Funcionários	Dispor de um método de comunicação interno na gráfica para organizar os materiais apresentados na visita guiada com antecedência	Divulgação interna: criar um canal de comunicação interno para transmitir informação sobre o agendamento das visitas aos funcionários da produção.
Gráfica	Divulgar as visitas	Divulgação externa: site institucional, redes sociais e campus da UFRGS
	Identificar as informações que a gráfica acha importante e que os usuários devem informar no envio de material a ser produzido	Produção de folder com informações técnicas sobre fechamento de arquivos a ser entregue aos visitantes

**Fonte: Elaborado pela autora (2020).**

### 2.3 DEFINIÇÃO DO PROBLEMA DO PROJETO

O quadro acima evidenciou os diversos pontos que poderiam ser melhorados pelo design gráfico no caso da visita à gráfica. Optou-se por focar nas necessidades da gráfica (linha 4 do quadro) referente à divulgação e folder instrucional.

Nesse aspecto, novamente analisaram-se as respostas obtidas no questionário e nas entrevistas, para delimitar os pontos que pudessem ser explorados no desenvolvimento do projeto.

Questões como:

**Quadro 2: Pontos que podem ser explorados no desenvolvimento do projeto gráfico**

<b>Quais as falhas/dificuldades na comunicação das visitas guiadas com a comunidade acadêmica (usuários)?</b>	<b>Quais aspectos precisam ser melhorados no roteiro das visitas guiadas, a fim de tornar a experiência mais agradável? O que está problemático, na perspectiva do usuário, durante a visita?</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nenhuma divulgação oficial das visitas feitas pela gráfica;</li> <li>- Poucas pessoas conhecem a gráfica e o trabalho que ela faz;</li> <li>- Pouca procura;</li> <li>- Não tem material de divulgação;</li> <li>- Não tem informações disponíveis sobre as visitas;</li> <li>- Falta organização das informações;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Planejamento interno, horário, comunicação e avisos dentro da gráfica;</li> <li>- Preparar materiais e maquinário antes das visitas;</li> <li>- Pensar no espaço físico para comportar turmas grandes;</li> <li>- Não ter todas as máquinas funcionando e exemplos de material disponíveis;</li> <li>- Feedback das visitas;</li> <li>- Brindes/material que poder ser entregue para os visitantes;</li> <li>- Faltam exemplos práticos – material de exemplos;</li> <li>- Ter um briefing para a produção se preparar com um material que possa enriquecer as visitas e atingir as intenções da turma.</li> </ul>

Fonte: Elaborado pela autora (2020).

A partir do quadro acima, por fim, definiram-se três problemas macros a serem abarcados pelo presente projeto: a divulgação, a documentação do roteiro e material informativo.

### 2.3.1 Definição dos objetivos

Conforme Löbach (2001, p. 149) “através do pre-estabelecimento dos fatores de influência definem-se as metas, que deverão ser alcançadas com aplicação de processos criativos”. Assim, tentou-se traçar um paralelo com os três pontos acima para buscar possíveis soluções.

Foi então que se estipularam três linhas-chave sobre o tema geral e a problemática. A primeira delas, relacionada à **divulgação**, supõe-se que o desenvolvimento da identidade visual da visita guiada proporcionaria uma referência para gerar um material de divulgação da atividade junto à comunidade da UFRGS, além de gerar maior identificação da iniciativa.

Outro ponto detectado foi sobre a **estruturação do roteiro das visitas guiadas**. Sendo uma atividade desenvolvida por uma servidora de forma espontânea, esse projeto precisaria ser documentado para que não ficasse dependente de uma só pessoa. Assim, outras pessoas autorizadas poderiam ser capazes de oferecer, inclusive no futuro, além de constituir valioso registro da universidade.

Em terceiro lugar, evidenciou-se a necessidade de elaborar um **material de apoio**, na forma de um folder, com informações importantes sobre como enviar arquivos para a gráfica. Conforme a rotina do atendimento da gráfica e conversa com as servidoras responsáveis, ficou evidente que muitas pessoas que enviam material para a gráfica não sabem como fazer o fechamento de arquivos corretamente.

A constatação foi que deveriam ser atendidos esses três pilares na proposta final do projeto: a divulgação, a documentação do roteiro e material informativo. A divulgação deveria ser mais acessível e esclarecedora. O conteúdo do serviço deveria ser claro e objetivo, de forma que qualquer pessoa pudesse seguir. Em relação ao material informativo, o objetivo seria concentrar as informações que a gráfica entende que os usuários deveriam saber ao enviar o material, para diminuir a chance de erros/problemas na hora da impressão.

### **2.3.2 Requisitos e Restrições**

Tendo em vista que o ambiente em que se desenvolve a ação visada no projeto é a gráfica da UFRGS, instituição de ensino pública, e que a divulgação, o roteiro e material de apoio são os principais objetivos, foram identificados os seguintes requisitos e restrições:

- **Requisitos:**

- Material de divulgação online (site da UFRGS, site da Gráfica, intranet, redes sociais);
- Atendimento de maior parcela da comunidade da UFRGS;
- Materiais disponíveis na gráfica da UFRGS;

- **Restrições:**

- Poucos recursos financeiros;
- Utilização apenas dos recursos disponíveis no setor (maquinário, espaço de divulgação, etc);
- Impossibilidade de teste dos resultados de forma presencial, por conta da pandemia de COVID-19;



### 3 CONCEPÇÃO

Em suma, o desenvolvimento do projeto é focado no desenvolvimento nas seguintes soluções: identidade visual, material gráfico de divulgação, infográfico estruturando o roteiro da visita guiada e folder aos visitantes, com dicas de fechamento de arquivo. A organização inicial das etapas podem ser visualizadas no apêndice C

Todas as etapas foram desenvolvidas de forma colaborativa com quatro designers<sup>1</sup> e com a servidora Joseane, responsável pelas visitas guiadas na gráfica. O desenvolvimento e a escolha das soluções foram definidos por meio de votação entre todos os participantes. Esse contato foi feito de forma virtual, utilizando o aplicativo *Whatsapp*.

#### 3.1 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS, AVALIAÇÃO, SELEÇÃO E REALIZAÇÃO DA SOLUÇÃO

##### 3.1.1 Nome

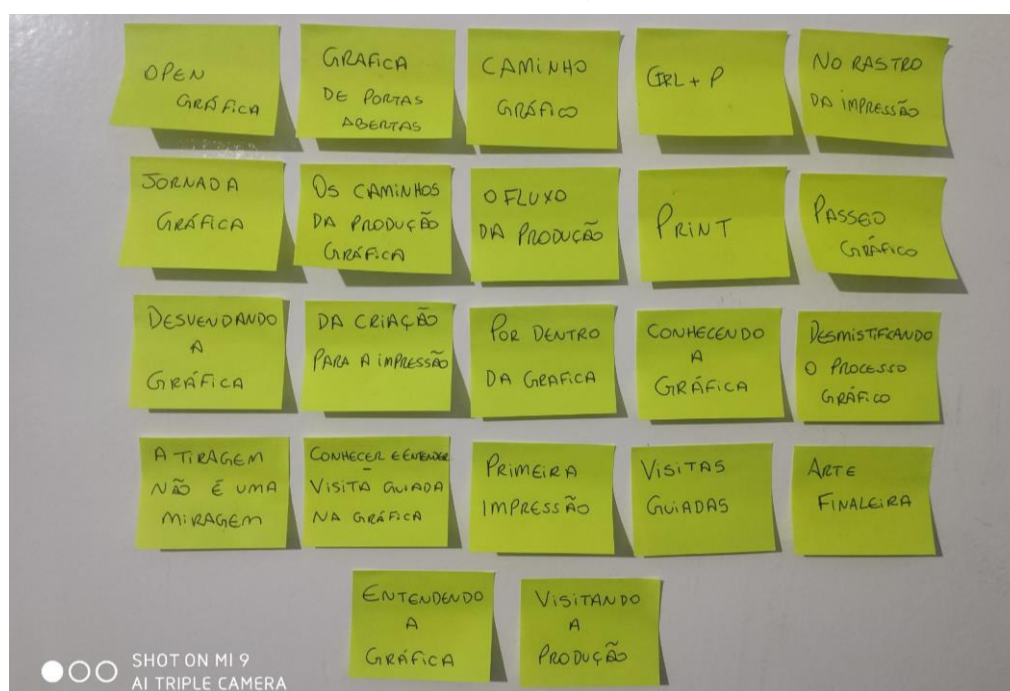
O primeiro passo foi a escolha do nome do projeto. De acordo com Strunck (2012) o *naming* (nome) deve ser original, de fácil compreensão e deve ter uma relação próxima com o conceito pelo qual ele vai ser designado.

Para a escolha do nome usou-se a ferramenta *brainstorm* (PLATTNER, 2000). A intenção do *brainstorm*, de acordo com Plattner (2010), é alavancar o pensamento coletivo com envolvimento, construção e discussão de ideias. Foram propostas diversas ideias, pela autora e pelos colaboradores, buscando atender aos problemas estabelecidos anteriormente (Figura 2).

---

<sup>1</sup> L. Reis, graduada em Design pela Universidade Unisinos; B. Freitas, graduado em Design pela Universidade Feevale; M. Schirmer, graduado pela Universidade Feevale; T. Salomão, graduanda em Design Visual pela UFRGS.

Figura 2 - **Brainstorm** de geração de alternativas



Fonte: Elaborado pela autora (2020).

Das alternativas geradas, a escolhida, por meio de votação dos colaboradores, foi “Primeira Impressão”, que faz referência, simultaneamente, à impressão gráfica e ao conceito/nota que se constrói ao conhecer algo/alguém novo (nesse caso, a gráfica).

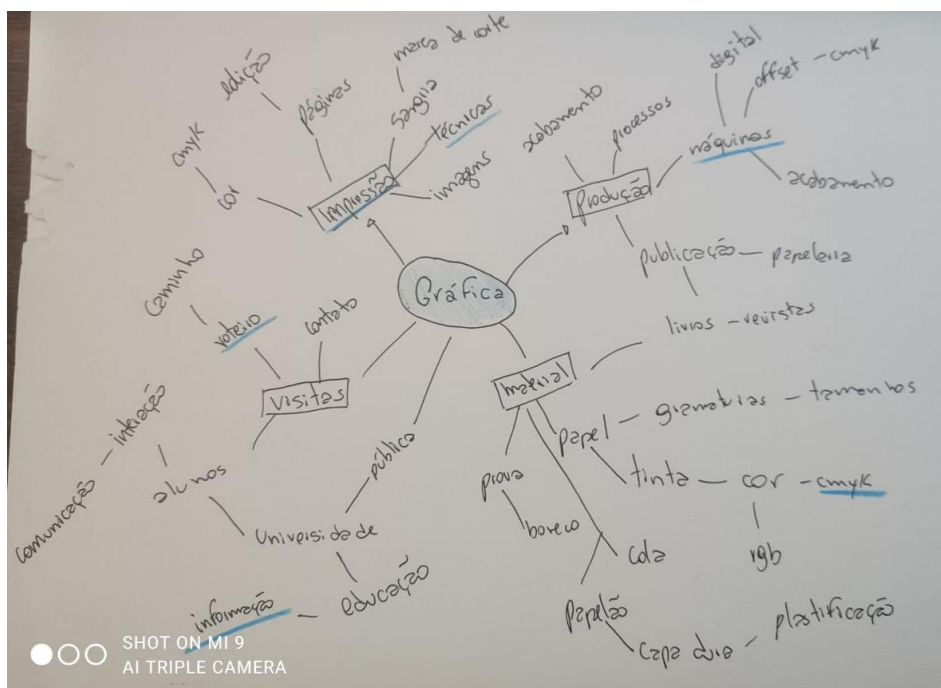
Após, expandiu-se o título para “Primeira Impressão: Conhecendo a Gráfica da UFRGS”, com a junção da alternativa vencedora a outra, a fim de identificar o projeto. A escolha da segunda frase também foi feita por votação.

### 3.1.2 Identidade visual

Assim que foi definido o *naming*, foi desenvolvida a identidade visual para “Primeira Impressão: Conhecendo a Gráfica da UFRGS”. Buscou-se um conceito inspirado em elementos de impressão, relacionados a gráfica, com estilo tipográfico sem serifa, que tivesse a representatividade da gráfica da UFRGS e relação com a visita guiada.

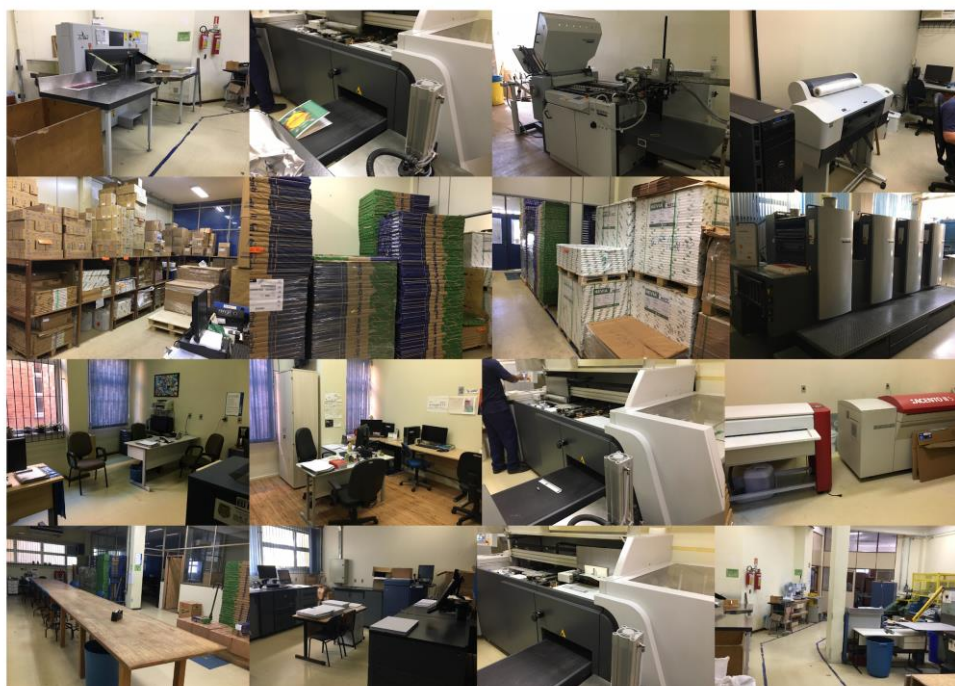
Inicia-se, então, a etapa de geração de alternativas. Para buscar elementos de composição, criou-se um mapa mental (BUZAN, 2005) e moodboard de imagens internas da gráfica da UFRGS que pudessem inspirar na composição (Figuras 3 e 4).

Figura 3: Resultado do mapa mental



Fonte: Elaborado pela autora (2020).

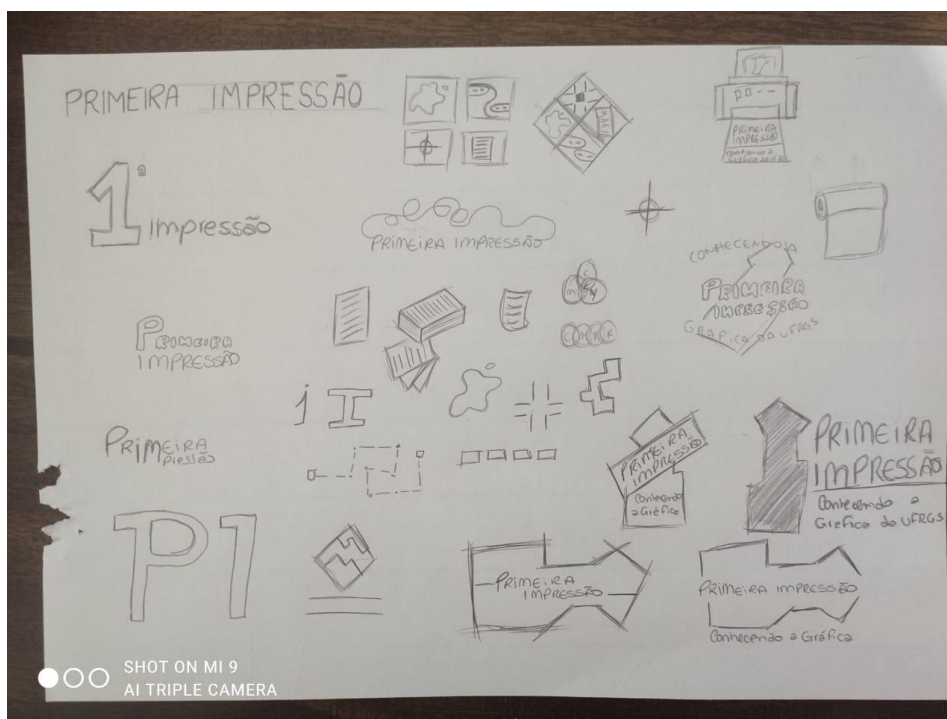
Figura 4: Moodboard de imagens internas da gráfica da UFRGS



Fonte: Elaborado pela autora (2020).

Por fim, foram realizados alguns *sketches*, buscando variações de formas, símbolos e tipografias que remetessem aos conceitos estabelecidos (Figura 5).

Figura 5: Esboços de ideias para a construção da identidade visual



Fonte: Elaborado pela autora (2020).

Dessas alternativas, algumas foram vetorizadas (Figura 6) e depois enviadas para os quatro designers e servidora Joseane para a votação.

Figura 6: Alguns esboços digitais para a composição da identidade visual



Fonte: Elaborado pela autora (2020).

O resultado da votação entre os colaboradores foi a figura do canto inferior esquerdo. A imagem escolhida como identidade visual da visitação à gráfica passou por alguns refinamentos para alcançar o resultado final, conforme segue abaixo (Figura 7):

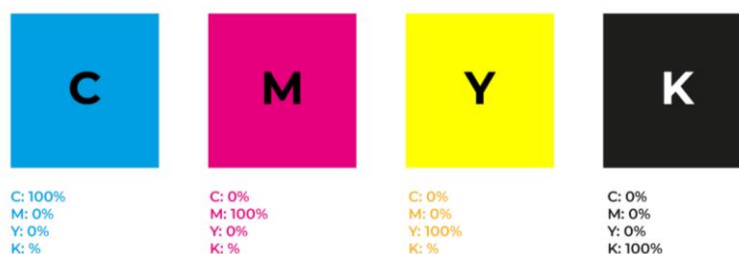
**Figura 7: Solução final da identidade visual**



**Fonte: Elaborado pela autora (2020).**

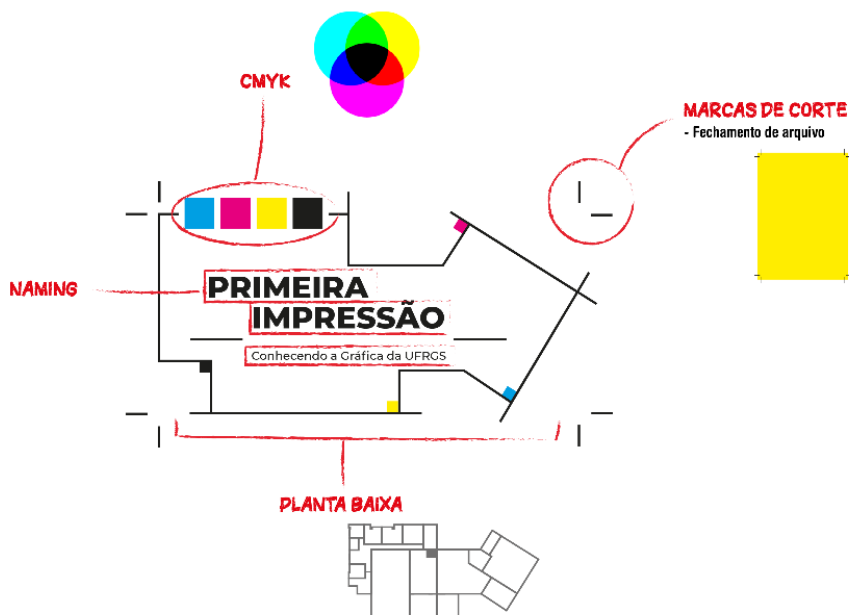
As cores escolhidas foram padrão CMYK (ciano, magenta, amarelo e preto). No processo de impressão é usado o sistema CMYK, que pode ser definido como cor-pigmento. As cores possuem grande importância na identificação visual de uma marca e sua utilização de forma estratégica otimiza o reconhecimento por parte do público (Figura 8). Como elementos de apoio, foram usadas as marcas de corte, elemento presente no fechamento de arquivos (Figura 9). O contorno da planta baixa da gráfica, local onde são realizadas as visitas guiadas, foi utilizado como base (Figura 10).

**Figura 8: Cores usadas na Identidade Visual**



**Fonte: Elaborado pela autora (2020).**

Figura 9: Elementos principais da criação da Identidade Visual



Fonte: Elaborado pela autora (2020).

Figura 10: Ilustração da planta baixa da gráfica da UFRGS



Fonte: Elaborado pela autora (2020).

A fonte utilizada é uma fonte sem serifa, Montserrat<sup>2</sup>; extrabold, para destaque, e a regular como apoio (Figura 11). Além de a fonte escolhida, por ser sem serifa, funcionar bem em materiais online - o que atende o objetivo da divulgação da visita em sites e redes sociais -, também traz um aspecto de simplicidade e objetividade à produção, pois de fácil compreensão, o que é essencial para atingir o grande público.

<sup>2</sup> Fonte criada por Julieta Ulanovsky. Disponível em: <<https://fonts.google.com/specimen/Montserrat#about>>. Acesso em: 23 out. 2020.

Figura 11: Fonte utilizada na criação da identidade visual

# Montserrat

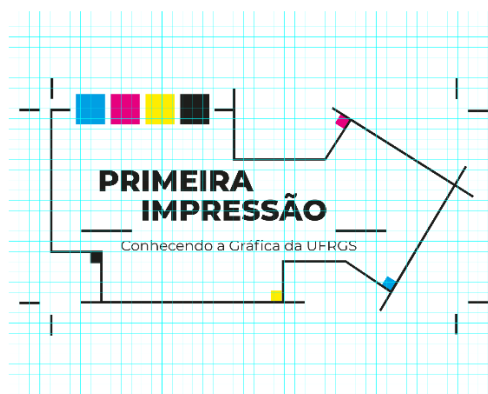
ExtraBold

Regular

Fonte: Elaborado pela autora (2020).

Na construção do desenho de identidade visual é necessário, ainda, o foco no equilíbrio e harmonia da imagem. Para isso, analisou-se a distância e alinhamento dos elementos, com a ajuda de uma malha articulada (*grid*) conforme figura 12.

Figura 12: identidade visual no grid



Fonte: Elaborado pela autora (2020).

Eventualmente, pode ser necessária a utilização da identidade visual em processos de impressão com limitação de cores. Para esses casos, na figura 13, foram geradas as versões monocromáticas da identidade visual.

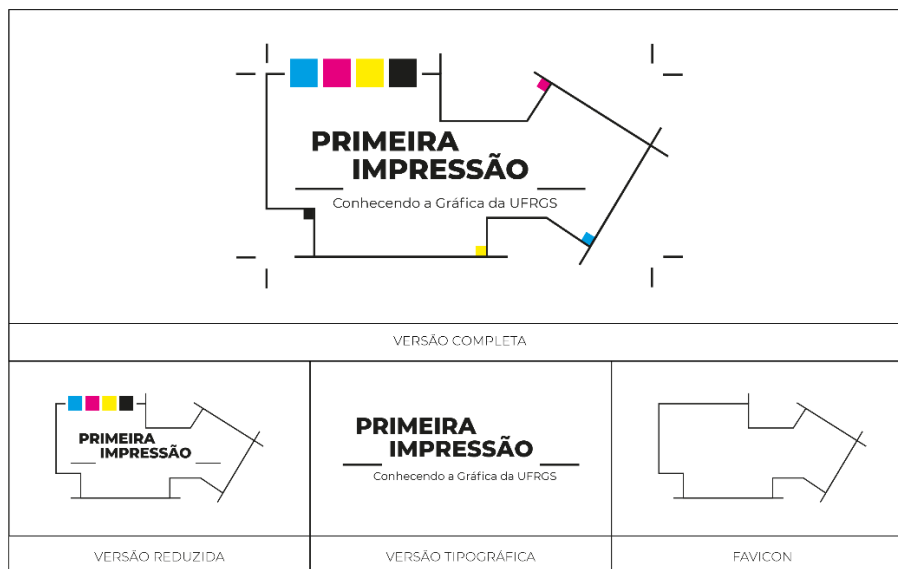
Figura 13: Identidade Visual monocromática



Fonte: Elaborado pela autora (2020).

Além da limitação de cores, acima mencionada, algumas ocasiões podem requerer limitação de tamanho na aplicação da identidade visual (Figura 14). Para tanto, criaram-se alternativas reduzidas, conforme figura abaixo.

**Figura 14: Alternativas de redução da identidade visual**



**Fonte: Elaborado pela autora (2020).**

### 3.1.3 Infográfico

A identidade visual confeccionada nos itens anteriores objetivaram consolidar a marca da visita à gráfica da UFRGS.

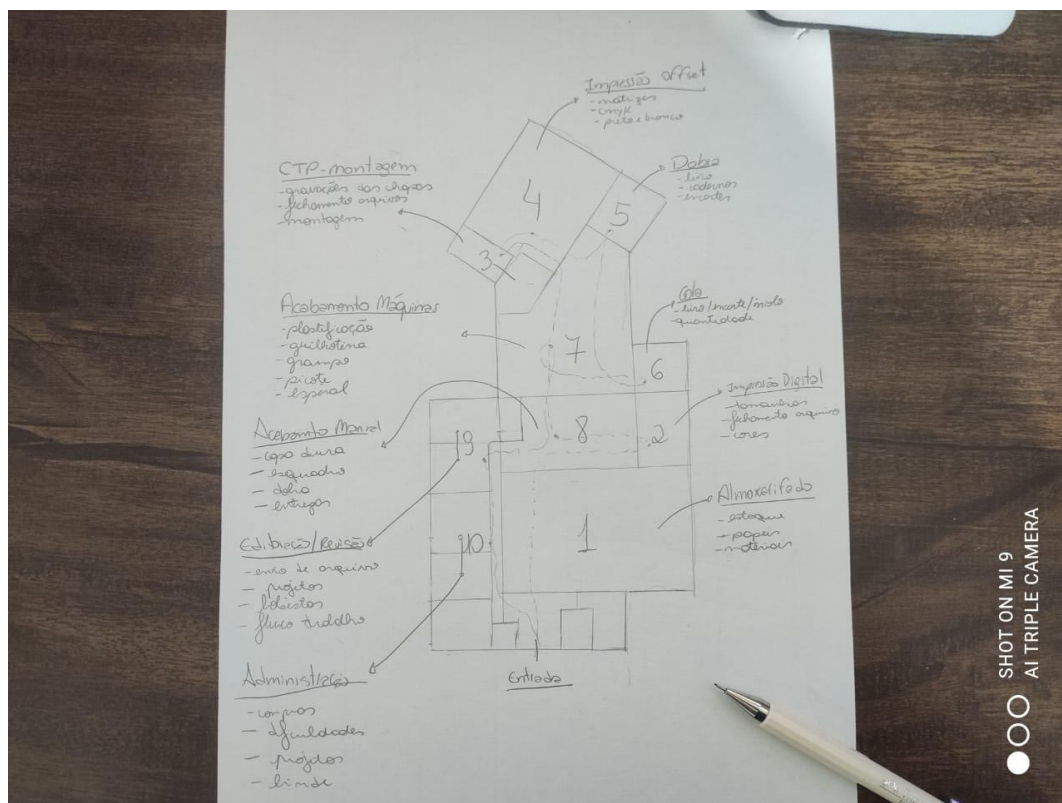
Passou-se, a partir daí, a atentar à necessidade de documentação do roteiro, tanto para organização das visitas, a curto prazo, quanto para registros futuros da gráfica, possibilitando a realização das visitas, caso necessário, por outros servidores.

Nesse cenário, entende-se ser útil o Design de Informação, o qual “trata-se do desenvolvimento de recursos (físicos ou virtuais) que transformam dados em informações, de tal forma que forneça conhecimento ao usuário no desempenho de uma tarefa, de uma forma eficaz.” (SCHERER, 2017).

Para a construção do infográfico, utilizou-se como fonte a planta-baixa da gráfica, na intenção de deixar em evidência quais salas são visitadas e em que ordem (Figura 16). Além disso, foi registrada qual a explicação repassada aos visitantes em cada um dos espaços (Figura 15).



Figura 15: Esboço das informações para a construção do infográfico



Fonte: Elaborado pela autora (2020).

Para garantir a harmonia com a identidade visual, manteve-se a utilização do padrão de cores CMYK e a fonte Montserrat. Mais detalhes do desenvolvimento do Infográfico, podem ser visualizados nos apêndices D, E, F e G.

O material foi produzido para divulgação digital e física. No caso do infográfico impresso, pensou-se ser possível a exposição do material nas dependências do setor, a fim manter informados os funcionários da gráfica quanto à forma de realização das visitas. Além disso, entende-se que é cabível a exposição do infográfico nos corredores da Universidade, servindo também como forma de divulgação ao público.

Após testes de impressão do infográfico, decidiu-se utilizar papel de tamanho 93x30cm – maior medida impressa na máquina de impressão digital Konica Minolta da gráfica -, de modo que foi possível incluir dois arquivos de 46cmx30cm em um mesmo papel. O tipo de papel a ser utilizado, respeitado o tamanho referido, dependerá da disponibilidade do setor, priorizando a reciclagem de materiais.

Figura 16: Elaboração do infográfico do roteiro da visita



1	2	3	4	5
<b>ALMOXARIFADO</b>	<b>IMPRESSÃO DIGITAL</b>	<b>CTP/MONTAGEM</b>	<b>IMPRESSÃO OFFSET</b>	<b>DOBRA</b>
Estoque Papéis (tipos, gramaturas, tamanhos) Produtos Projetos sustentáveis Aproveitamento	Máquinas Cores Fechamento de arquivo Dificuldades	Montagem Gravação das chapas Fechamento de arquivo Amostras/boneco	Matrizes Máquina CMYK Preto e Branco	Como é feito um livro Cadernos Umidade do papel Junção dos encartes
6	7	8	9	10
<b>COLA</b>	<b>ACABAMENTO MAQUINÁRIO</b>	<b>ACABAMENTO MANUAL</b>	<b>EDITORAÇÃO E REVISÃO</b>	<b>ADMINISTRATIVO</b>
Colagem do livro Quantidade por hora	Plastificação Guilhotina Grampo Picote Espiral Etapa terceirizada: verniz, facas e estampas.	Processos de capa dura Esquadros Dobra manual Prensa Empacotamento Entregas	Envio de Arquivo Projetos Bolsitas Fluxo de trabalho Programas utilizados	Compras de material Dificuldades Projetos da Gráfica Brinde

Material resultado do projeto de conclusão do curso de Especialização em Design Gráfico pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Desenvolvido por Crazielle Borghetto. Orientação: Profa. Dra. Maria do Carmo Curtis

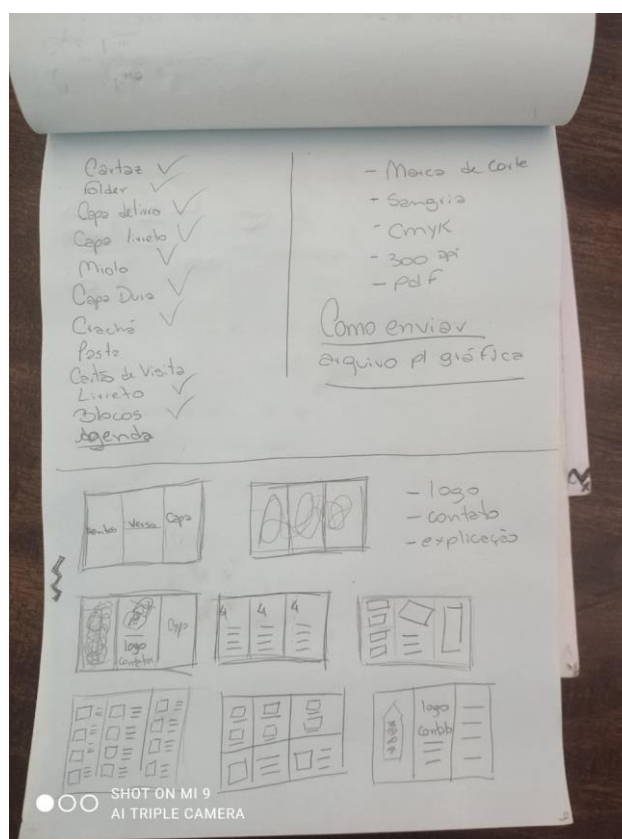
Fonte: Elaborado pela autora (2020).

### 3.1.4 Folder

O folder foi criado para atender o terceiro aspecto levantado na análise do problema da visita: a dificuldade de alguns clientes no fechamento dos arquivos que são enviados para a impressão e o atraso que tal situação cria no trabalho da gráfica.

Pela entrevista com a servidora Joseane, foram identificadas as principais dúvidas dos clientes no momento de envio do material (Figura 17).

**Figura 17: Rascunho das informações para a construção do folder**



**Fonte: Elaborado pela autora (2020).**

Conclui-se que a melhor forma de expandir o alcance desse material e, ao mesmo tempo, enriquecer a experiência da visita, seria realizar a impressão do material durante a visita, de forma que os visitantes pudessem ver, na prática, todas as etapas da produção, e levar o folder como brinde, ao final.

A partir dessa ideia, resolveu-se criar o folder em papel tamanho A4, com duas dobras, para aproveitar ao máximo o espaço do material e reduzir os custos da produção.

As cores e fontes usadas, mais uma vez, são as mesmas estabelecidas anteriormente (padrão CMYK e fonte Montserrat) (Figura 18). Para mais detalhes do desenvolvimento do folder, consultar os apêndices H, I e J.

Figura 18: Layout da solução final do folder

**REGRAS BÁSICAS**

- 1 O arquivo deve conter marcas de corte
- 2 Colocar, no mínimo, 3mm de sangria
- 3 Salvar no padrão de cores CMYK
- 4 As imagens devem estar em alta resolução  
**300 dpi**
- 5 Salvar no formato PDF

**PRIMEIRA IMPRESSÃO**  
Contatando a Gráfica da UFRGS

**COMO ENVIAR SEU ARQUIVO PARA A GRÁFICA**

Gráfica da UFRGS

CONTATO:  
E-mail: [grafica@ufrgs.br](mailto:grafica@ufrgs.br)  
Tel: (51) 33085078  
Site: [www.ufrgs.br/grafica](http://www.ufrgs.br/grafica)

Dicas de fechamento de arquivo: alguns modelos de materiais impressos pela gráfica. Caso sua dúvida não esteja neste manual, entre em contato com a gráfica.

legenda: arte sangria e marca de corte

**Capa Livro**

contracapa lombada capa

Capa, lombada e contracapa no mesmo arquivo

**Capa Dura**

Fazer a arte da capa dura sempre é um desafio. Muitos esquecem que a arte precisa ser feita em um tamanho maior por causa do papelão. Existem duas formas de fazer a capa dura: com lombada ou com wire-o.

Ex: Um livro tamanho 15cm x 21 cm

No caso da capa dura com lombada, é preciso considerar as seguintes medidas: além dos 15x21, mais 3,5 cm de cada lado (0,5 cm referente ao papelão, e 3 cm para envolver a arte no papelão). Então para um livro 15x21 a arte precisa ser criada nas seguintes dimensões: **55 cm x 28 cm** onde,

15cm + 0,5cm + 8cm (lombada) + 0,5cm + 15cm = 48cm x 21cm  
\*é necessário colocar 0,5 cm a mais de lado todo da lombada para a dobra

15,5cm + 0,5cm\* + 8cm lombada + 0,5cm\* = 49cm x 22cm  
\*0,5cm de cada lado para o papelão. Cuidar o perfil com (ou sem)

18,5cm + 0,5cm + 8cm lombada + 5cm wire-o = 55cm x 28cm  
(3cm de cada lado para envolver o papelão)

**Capa Livroreto**

Qualquer material que seja dobrado ao meio, mesmo arquivo

contracapa capa

Para qualquer miolo de livro, revista, livreto, bloco, agenda, etc., não é preciso posicionar duas páginas em cada lado da folha. A montagem dos cadernos é feita em nossas máquinas.

**Miolo**

1... 2...

- Capa, lombada e contracapa no mesmo arquivo;  
- Cuidar para que a arte da contracapa esteja invertida

**Capa Bloco**

dobracapa lombada capa

- Capa, lombada e contracapa no mesmo arquivo;  
- Cuidar para que a arte da contracapa esteja invertida

**Crachá**

Cartões de visita, panfletos, e demais impressões frente e verso devem ser enviadas em dois arquivos separados.

- Não colocar a marca dos furos;  
- Deixar um espaço sem informação de 1,5 cm na parte de cima, para os furos.

**Folder**

dobra interna verso capa parte interna

97 mm 100 mm 100 mm 100 mm 100 mm 97 mm

- Atenção no tamanho de cada uma das páginas, para que as informações não fiquem em cima da dobra;  
- Não colocar marca de dobra no arquivo.

**Capa Dura**

Para o material com acabamento wire-o, não é preciso calcular a lombada, mas é necessário fazer a arte da capa e da contracapa em arquivos separados.

15 cm + 0,5cm + 3 cm = 18,5 cm  
21cm x 0,5cm + 3cm = 21,5 cm  
**Total = 28,5 cm x 24,5 cm**

Fonte: Elaborado pela autora (2020).

### 3.1.5 Material de divulgação

Este projeto, por fim, focou na criação de material de divulgação online da visitação, a ser exposto no site da UFRGS, site da Gráfica, redes sociais e demais plataformas disponíveis.

A intenção foi manter, mais uma vez, a fonte e padrão de cor utilizado, além de destacar fotografias da gráfica e elementos centrais da identidade visual criada, conforme tópicos anteriores (Figura 19). Ademais, foi objetivo dessas criações a simplicidade das imagens e ausência de “poluição” visual, a fim de estimular o interesse do público.

Figura 19: Layout dos materiais de divulgação



Fonte: Elaborado pela autora (2020).

As imagens foram criadas pensando, como exemplo, as publicações no site Instagram, com potencial de adaptação para outras plataformas. No apêndice L encontram-se exemplos dessa divulgação.

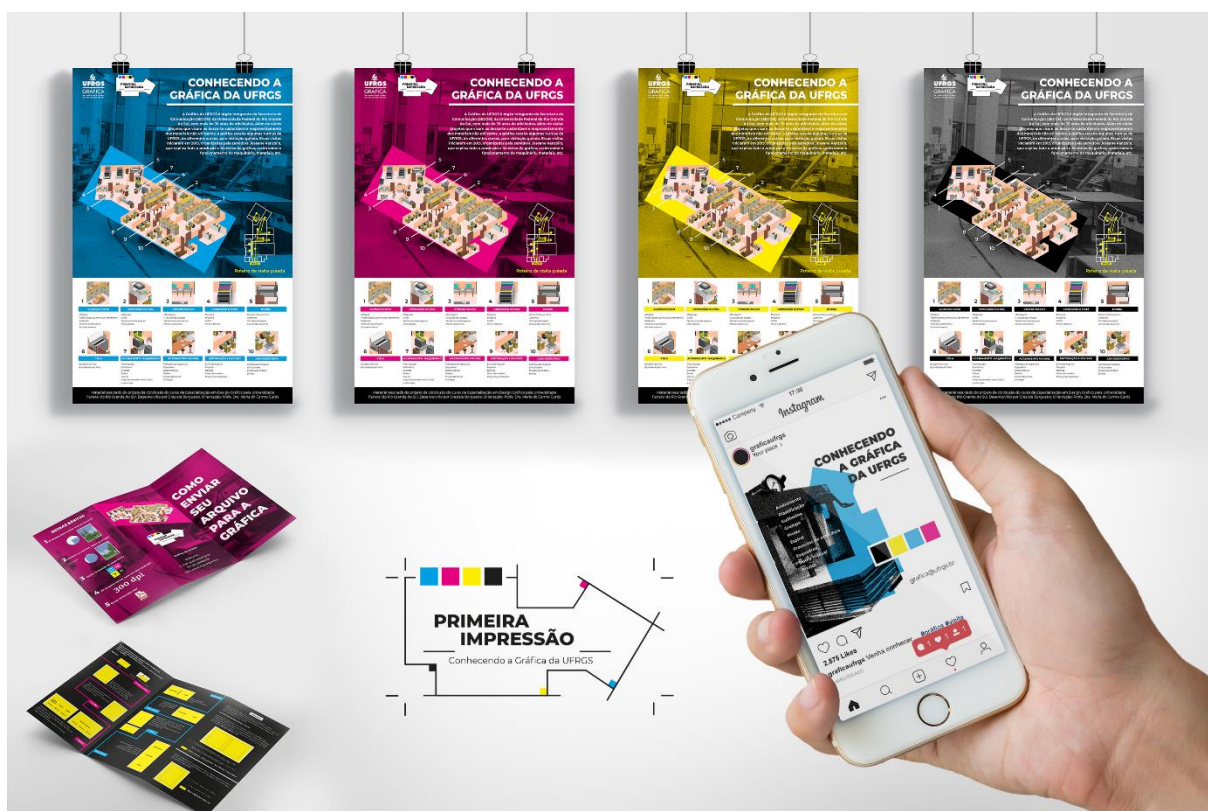
## 4 AVALIAÇÃO

Para visualizar, em conjunto, o que foi realizado (figura 20), foi desenvolvido um mapa do projeto, no qual são descritos os objetivos do projeto e o que foi construído para atingi-los.

O valor central a ser atingido foi “construir informações sobre a visita guiada na gráfica da UFRGS”, representado no quadrante central da figura 21. Os quadrados ao entorno referem-se às quatro criações desenvolvidas no projeto. Nas extremidades, são apresentados os aspectos principais de cada produção.

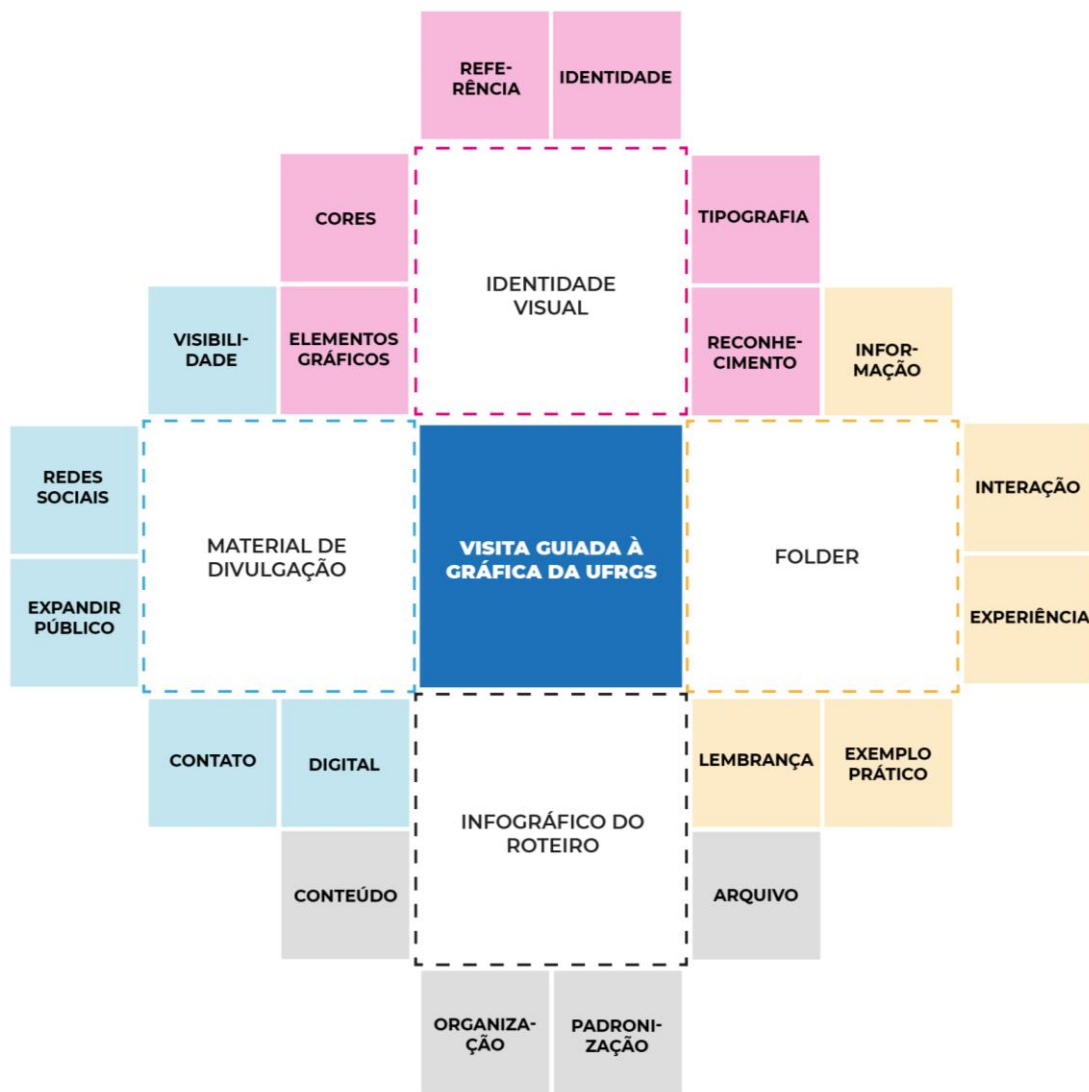
Esse painel foi utilizado como referência para garantir que todos os pontos do problema tenham sido contemplados pelo projeto.

Figura 20: Conjunto dos elementos produzidos



Fonte: Elaborado pela autora (2020).

Figura 21: Mapa do projeto



Fonte: Elaborado pela autora (2020).

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A coleta de dados forneceu informações valiosas para o desenvolvimento do projeto e o entendimento do problema, muito em função da participação das respondentes, conforme já destacado por esse trabalho.

Percebeu-se que a visita guiada é um serviço essencial para a comunidade acadêmica, pois as respostas coletadas no questionário demonstraram interesse em participar dessa atividade e satisfação com o serviço.

Notou-se, também, que para o serviço manter a qualidade é preciso criar materiais que consolidam e contribuam para o desenvolvimento da atividade.

Os materiais aqui desenvolvidos podem ajudar na construção de outros materiais essenciais não citados, como: divulgação em diferentes plataformas, impressão em diferentes superfícies (tecidos, plásticos, metais, etc), novo formulário de agendamento, melhora na comunicação interna sobre a visita, e o que mais for necessário.

Acredita-se, portanto, que a solução apresentada conseguiu atingir os objetivos apresentados ao criar materiais que ajudam na divulgação e organização das visitas guiadas. Porém, a avaliação só será efetivada quando for aplicado de fato. Devido à limitação de tempo disponível para a realização desse projeto e da pandemia, não pôde ser validada com os usuários.

Apesar disso, a gestão da gráfica, ciente deste projeto e suas conclusões, acredita na implementação e efetividade das criações aqui apresentadas.

Acredita-se que, com essa pesquisa, seja possível contribuir para que a Gráfica da UFRGS consiga expandir o projeto das visitas guiadas, assim como divulgar seus serviços para a comunidade.



## REFERÊNCIAS

- BAXTER, Mike R. **Projeto de Produto**: guia prático para o design de novos produtos. São Paulo Edgard Blücher, 2000. 260 p.
- BONSIEPE, Gui. **Metodologia experimental**: desenho industrial. Brasília, DF: Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico, 1984. 86 p.
- BUZAN, Tony. **Mapas mentais e sua elaboração**: um sistema definitivo de pensamento que transformará a sua vida. São Paulo, Cultrix, 2005.
- JORDAN, Patrick W. **Designing Pleasurable Products**. New York: Taylor & Francis, 2000. 216 p.
- LÖBACH, Bernd. **Design Industrial**: Bases para a configuração de produtos industriais. São Paulo: Edgar Blücher, 2001. 206 p.
- PLATTNER, Hasso. **Bootcamp bootleg**. Stanford University Institute of Design. Disponível em: <<http://dschool.stanford.edu/wp-content/uploads/2013/10/METHODCARDS-v3-slim.pdf>>. Acesso em: 13 abr. 2016.
- SANTOS, Flávio Anthero Nunes Vianna dos. Método Aberto de Projeto para o Uso no Ensino do Design Industrial. **Design em Foco**, Salvador, BA, v. 3, n. 1, p. 33-49, 2006. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=66130104>>. Acesso em: 19 mai. 2020.
- SCHERER, Fabiano de Vargas. **Sistematização e proposição de metodologia de projeto para sinalização espaço – usuário – informação**. Tese (Doutorado) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Escola de Engenharia Programa de Pós-Graduação em Design. Porto Alegre, 2007. Disponível em: <<https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/163751/001024826.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 12 out. 2020.
- STRUNCK, Gilberto. **Como criar identidades visuais para marcas de sucesso**. 4. ed. Rio de Janeiro: Rio Books, 2012.

## APÊNDICE A – ENTREVISTAS E QUESTIONÁRIOS

### PROFESSORA

**Nome:** Priscila Zavadil

- **Cargo:** Professora Magist. Superior - Depto de Design e Expressão Gráfica UFRGS

- Como ficou sabendo da visita guiada na gráfica?

O professor que ministrava a disciplina de Produção Gráfica antes de eu assumir me indicou.

- **O que despertou o interesse em procurar a gráfica para essas visitas guiadas?**

Por pertencer à própria UFRGS e facilitar o acesso aos alunos. Também por ser uma gráfica pequena e assim possibilitar que os alunos vejam todos os processos claramente. Por fim, o atendimento da Jose é sempre excepcional, os alunos aprendem muito com a visita e suas explicações.

- **Em qual/quais disciplina(s) a senhora leva os alunos para a visita guiada?**

Processos de Produção Gráfica

- **Quais são as expectativas da visita em comparação com o que está sendo ensinado na disciplina?**

Possibilitar que os alunos vejam na prática os processos de impressão e acabamento que aprendem através de teoria e de vídeos e outros materiais de apoio em sala de aula. Ter contato com profissionais do setor e conhecer o dia a dia da gráfica.

- **A visita atende os pontos da disciplina e as dúvidas dos alunos?**

Sim.

- **Os alunos demonstram gostar da visita?**

Sim.

- **Quais são os feedbacks dos alunos depois da visita?**

Conseguem entender com mais clareza os procesos, principalmente o funcionamento dos maquinários - gravação de chapas e impressão offset.

- **Teria alguma recomendação ou sugestão de melhoria? Algum ponto a explorar?**

Não me ocorre nada no momento.

## **FUNCIONÁRIA DA GRÁFICA**

- **Nome:** Cleonice

- **Função/Cargo:** acabamento

- **Você sabe como funciona as visitas guiadas na gráfica?**

Sim. Vem uma turma de alunos que visitam todos os setores da gráfica. Guiados pela servidora Joseane, que explica em detalhes o que cada setor ou máquina fazem.

- **Quando acontece as visitas, você participa dela mostrando alguma máquina, função ou com alguma explicação?**

Sim. Quando necessário mostro como funcionam alguma máquina que trabalho os alunos gostam e tem curiosidade em saber e ver.

- **Você gosta quando acontece essas visitas na gráfica?**

Sim. Porque é uma oportunidade que nós da gráfica temos em mostrar nossos trabalhos. A maior parte dos visitantes não sabem que as capa dura dos livros são feitos manualmente. **A gente faz uma capa e monta o livro pra eles verem.**

- **O que interfere no teu trabalho?**

No meu trabalho não interfere, ao contrário, eles veem a gente fazendo os trabalhos e ficam curiosos em saber como é feito.

- **Os alunos demonstram gostar da visita?**

Sim, os alunos tiram fotos, fazem perguntas sobre algum material específico.

- **Teria alguma recomendação ou sugestão de melhoria? Algum ponto a explorar? Algo que tornasse essas visitas melhores tanto para o setor quanto para os alunos?**

A minha sugestão seria que nós do acabamento sabermos os dias de visita, para nos organizar e até ter algum material para mostruário.

- **Nome:** Julia Dias

- **Função/Cargo:** Impressor Offset 4 cores

- **Você sabe como funciona as visitas guiadas na gráfica?**

Acho que as visitas são feitas para que os alunos entendam como é o processo dos matérias executado pela Gráfica.

- **Quando acontece as visitas, você participa dela mostrando alguma máquina, função ou com alguma explicação?**

Sim, muitas vezes estou imprimindo, então mostro alguns detalhes de encaixe de cor ou acerto, troca de chapas que eles acham bem interessante.

**- Você gosta quando acontece essas visitas na gráfica?**

Acho que é importante as visitas, para que compreendam como é o processo e o tempo de cada setor.

- O que interfere no teu trabalho? Não interfere em nada.

**- Os alunos demonstram gostar da visita?**

Sim, muitas vezes eles mesmos interagem fazendo perguntas. Alguns são bem curiosos, se interessam bastante.

**- Teria alguma recomendação ou sugestão de melhoria? Algum ponto a explorar?**

Nas visitas eles podem perguntar quando houver curiosidade, para melhor entender.

## **RESPONSÁVEL PELAS VISITAS GUIADAS**

**Nome:** Joseane Ranzolin

**Cargo:** Técnico Gráfico - Atendimento

**A Quanto tempo ocorre as visitas guiadas?** 2013

**Sempre foi tu que deu as visitas?** Sim Sempre

**Como e quem teve a ideia de começar a fazer as visitas?**

Eu dei um curso na Fabico para alunos de diversos cursos, daí um dos alunos teve a ideia e pediu para o professor levar a turma para visitar a gráfica. Essa ideia foi se espalhando para outras pessoas também. A Jussara (chefe da gráfica na época) adorou a ideia e incentivou a fazer.

**Como foi a primeira visita? teve mudanças desde essa primeira para agora nas ultimas?**

Como eu gosto muito de fazer isso, foi bem legal, mas claro teve bastante mudanças em relação ao meu conhecimento. Com o tempo fui me aprimorando e podendo tirar mais dúvidas, pude dar mais informações. A gente tenta focar não na parte teórica que eles já sabem e sim nos problemas que a gente tem. Problemas de fechar arquivos, coisas que interferem nas máquinas. Sempre procuro focar no que eles não tem acesso nas aulas teóricas e nos problemas que passamos para eles não passarem quando precisarem enviar arquivo para alguma gráfica.

**A professora ou quem solicita pede alguma coisa, digo ela pede para dar foco em alguma parte?**

As vezes o professor pede: quero que mostre mais a costura, etc. As turmas de produção gráfica precisa mostrar tudo. A de biblioteconomia na costura; processos fotográficos do IFRS, focar na pré-impressão. Mas sempre mostramos tudo.

**A direção da gráfica sempre apoiou as visitas?**

Sim, sempre apoiaram e sempre gostaram bastante.

**Tem mais procura agora do que antes, ou sempre teve a mesma procura?**

Primeiro começou só com um curso: o design. Depois foi pra publicidade, e agora temos até turmas do IFRS, biblioteconomia.

**Quantas visitas por semestre são feitas?**

São em torno de 4 a 5 visitas por semestre.

**Pra ti qual a importância das visitas para a gráfica? o que tu acha que contribuiu para a universidade e para o setor?**

Eu acho super importante, porque os alunos podem ver na prática o que eles aprendem na sala de aula, então para a universidade acrescenta ter uma parte prática para visualizar o que é visto na sala de aula, dar exemplos, saber dos problemas com pessoas que trabalham com isso diariamente. E eles trazem coisas, os questionamentos, trazem novidade para nós. Acaba sendo uma troca. A professora tem uma dúvida e a gente conversa sobre o assunto, é bem interessante. Eles trazem o que tá acontecendo lá fora, no mundo do design, da pp, e a gente traz essa parte industrial.

**O que tu acha que poderia melhorar? o que tu acha que precisa para as visitas ficarem melhores?**

A gente podia profissionalizar mais, envolver mais pessoas, mais maquinário. Se preparar mais para as visitas. Fazer um folder de como funcionar a gráfica, algumas coisas poderiam profissionalizar para poder fazer mais visitas e expandir para mais cursos e pessoas de fora.

**ALUNOS (google forms)**

**TOTAL:** 9 alunas

**Curso e semestre:**

Formada em publicidade e propaganda pela UFRGS em 2019/2

Publicidade, 4

design visual - 2011/1 (já formada)

Design Visual - 8º semestre

Design de produto/7

Design Visual 6º semestre

Design Visual, 9º semestre

Design Visual - 9º

Design Visual e estou entre 6ª e o 7º semestre do curso.

**Qual foi teu primeiro contato com a Gráfica da UFRGS?**

-No segundo semestre da faculdade, na cadeira de produção gráfica.

-Aula de produção gráfica

- foi numa disciplina de Projeto

-Visita guiada/saída de campo na disciplina de Processos de Produção Gráfica em 2016

-Aula de ppg

-Trabalhando em uma bolsa da extensão, desenvolvi alguns materiais para impressão com a marca do projeto

- na disciplina de Processos de Produção Gráfica

-Numa visita guiada na disciplina de PPG (Práticas de Produção Gráfica) ministrada pelo professor Ricardo Sastre.

-Foi durante a visita técnica que fiz na disciplina de Processos de Produção Gráfica em 2016.

**Conhecia a Gráfica da UFRGS antes das visitas guiadas?**

- não

- não

- Sim, já acompanhava suas produções por conta da impressão do Jornal da UFRGS.

- Pessoalmente não, só sabia que havia uma gráfica da UFRGS.

- Não
- Nao
- Sim
- Somente sabia da existência
- não

**Quais são as expectativas da visita em comparação com o que está sendo ensinado na disciplina?**

-Pra mim foi muito importante conhecer a gráfica, é muito diferente de só ouvir o processo na teoria, ver na prática o que acontece e porquê acontece é imprescindível pro aprendizado.

-Acho que são altas expectativas pois estamos estudando vários processos e como funcionam, e lá poderemos ver de perto

-não tive muitas expectativas na época... então não sei dizer

-As expectativas foram superadas, conhecemos diferentes processos de produção gráfica in situ, tipos de papel, máquinas e fluxos de trabalho da Gráfica.

-Entender o processo de impressão gráfica

-Aprender o processo de impressão de materiais gráficos por inteiro

-Aprender sobre os processos de produção gráfica na prática

-Foram ótimas! É extremamente marcante a experiência de estar em um ambiente ou invés de falar sobre ele. Sem falar que quando visitamos o local nos foi mostrado diversas áreas, desde produção de conteúdo (Nupe - diagramação e editoração, e a área de revisão textual), indo para a área de impressão (todos os maquinários foram explicados) e distribuição. Uma visita completa.

- Acredito que para o Design Visual, conhecer sobre como acontecem a produção de materiais gráficos mais comuns e a área editorial(contando revistas, periódicos e etc.).

**A visita atendeu os pontos da disciplina e as dúvidas dos alunos?**

-Sim, com certeza.

-sim

-acho que sim, deu pra ver bem a parte do funcionamento e separação de cores, e mostrou pro pessoal que tem que saber fechar arquivos direito, rsrs

-Sim, durante a visita dúvidas foram sanadas conforme surgiam pelo guia, além de tratarmos sobre a visita na aula seguinte, retomando pontos importantes.

-Apesar de rápida, sim

-Sim

-Sim, a gráfica da UFRGS é bem equipada e cobre uma boa gama de conteúdos apresentados na disciplina

-Particularmente, sim! Fiquei muito satisfeita com o modo que nos foi explicado, e toda as minhas dúvidas foram sanadas no momento da visita.

- sim!

### **Você gostou da visita? Seus colegas demonstram gostar da visita?**

- Todos nós curtimos bastante, acho que foi super esclarecedor.

- sim, apesar de serem muitas pessoas para um espaço relativamente pequeno para o grupo circular e todos ouvirem o que era dito

- eu gostei, acho que os colegas também

- Sim, uma das poucas no curso de Design da UFRGS.

- Gostei, acho que os colegas também

- sim

- Gostei, e a maioria dos colegas aparentou ter gostado também

- Eu gostei muito e também identifiquei a aprovação por parte dos colegas.

- Eu AMEI a visita, foi muito decisivo para a minha vida acadêmica. Após a visita, comecei a apreciar cada vez mais meu curso e me interessei cada vez mais em trabalhar com design editorial. E sem esquecer, a visita foi tão didática e instigante que me fez querer ir trabalhar na Gráfica e aprender cada vez mais. Foi uma das melhores experiências que tive na UFRGS. E sim, meus colegas gostaram!

### **Teria alguma recomendação ou sugestão de melhoria? Algum ponto a explorar?**

- Acho que a gráfica podia ser mais explorada dentro da universidade, eu fui saber que existia só nessa visita.

- dividir em grupos menores para as visitas serem mais proveitosas

- não sei dizer

- Poderiam haver mais visitas guiadas/saídas de campo em outras disciplinas também. Este tipo de atividade reúne a turma e de forma dinâmica enriquece muito a



visão sobre "onde e como" materiais e produtos de design são manipulados e materializados no mercado.

- Ver exemplos práticos para a profissão, cartão de visitas, revistas, folders, embalagem....

- Não

- Não, bom trabalho.

- Poderíamos ter tido algum brinde na visita, não tenho certeza se teve, mas algo que contasse a história e serviços oferecidos, mas nada que não seja oferecido pela internet, só algo que pensei agora. De resto, é isso! Bom sorte na pesquisa! ;)

- Para mim, as visitas técnicas na gráfica acho super didática e completa, trazendo uma experiência real e acolhedora aos estudantes.

## APÊNDICE B – ENTREVISTA COM A SERVIDORA JOSEANE RANZOLIN

### Como funcionam as visitas guiadas?

A professora manda e-mail perguntando se pode fazer uma visita guiada. São atendidos geralmente 3 cursos: curso técnico de biblioteconomia do IFRS, publicidade e propaganda e design.

Dura em torno de 1h30.

Primeira parte a ser mostrada: **almoxarifado**. Explicação do que tem: os papeis, as tintas, os químicos. Falo sobre a sustentabilidade, sobre os formatos de papeis e os tamanhos, qual é o melhor formato de arquivo para aproveitamento do papel e o que se faz para evitar esses desperdícios. Caso o cliente não queira mudar o formato, é explicado o que se faz com as sobras. Aqui é explicado sobre os blocos sustentáveis. Depois, **impressão digital**: quantas máquinas digitais a gráfica tem, preto branco, colorido. Como é feito o processo, quais são os problemas que são enfrentados, o que diferencia a escolha da impressão digital para a offset, os tipos de acabamentos usados posteriormente. É um dos fatores que pode definir qual máquina usar. Quando fugimos dessa decisão padrão: grande quantidade e pequena quantidade. Quanto imprime por hora, como é feita a montagem. Problemas de enviar o arquivo errado e o que gera.

**Pré impressão**: mostro a máquina ctp, como se grava a chapa, quando se usa a impressora de prova de cor, como são montados os arquivos. Explico que a primeira triagem é feita no atendimento, em que é vista a sangria e marcas de cortes. Caso não tenham: explico para o cliente que vai ter borda branca, vínculos, algo que pode estar corrompido. É explicado que recebemos muitos arquivos errados, porque a universidade não é uma agência, e sim um conjunto de setores próprios que enviam as artes e nem sempre esses setores têm alguém adequado para fazer esse material. Após a triagem, é montado um boneco e se for aprovado é encaminhado para o setor digital ou setor ofset (onde serão feitas as chapas que são matrizes de impressão).

**Offset**: São mostradas as matrizes dentro das máquinas, a máquina 4 cores e a preto e branca. Ordem das cores. Resposta de dúvidas e perguntas.

**Máquina de dobra**: é explicado como é feito um livro, como são feitos os cadernos e como são dobrados. Quais são as dificuldades: umidade do papel, sujar o papel, usar ou não verniz sobre a impressão. Depois é mostrado como é feita a junção das dobras:

por meio do encarte quando é grampeado, ou do alce, quando vai ser colocado. Diferença entre eles, de acordo com o acabamento. É mostrada a Ordem de Serviço.

**Coladeira:** explico como é colado o livro, quantos livros são colados por hora. A visita se torna mais rica quando tem todas as máquinas funcionando, mas nem sempre estão e não tem como ligar elas só para tour porque é muito gasto, desperdício.

Plastificação, guilhotina, grampo, picote, espiral, e coisas que não são feitas lá como o verniz, as facas e estampas.

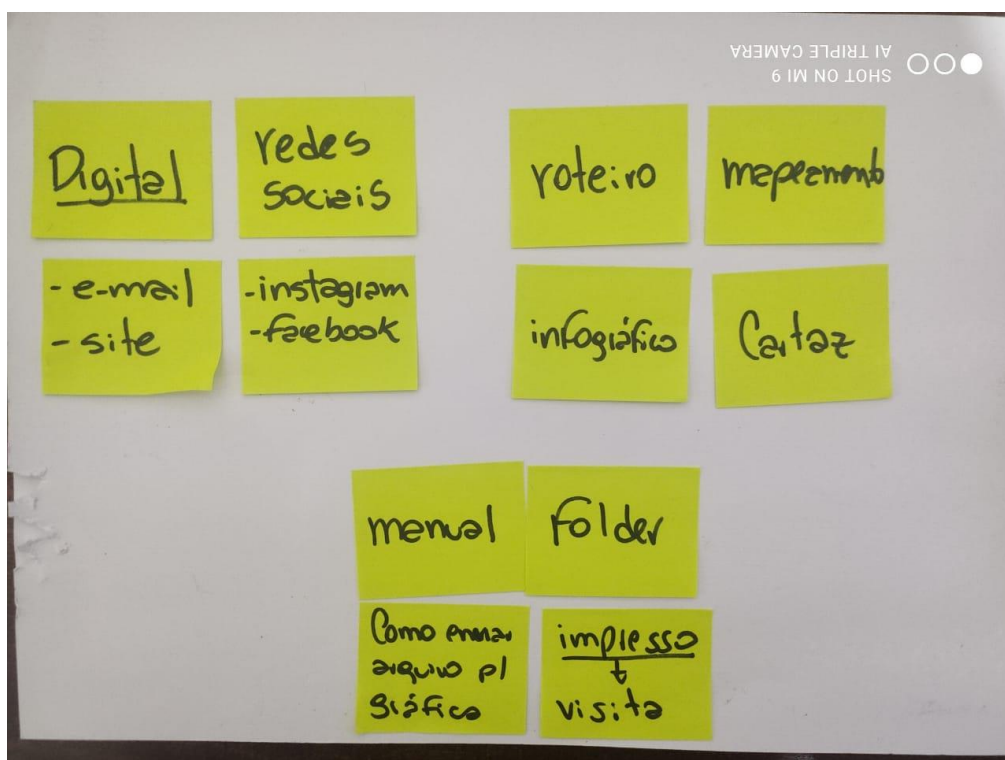
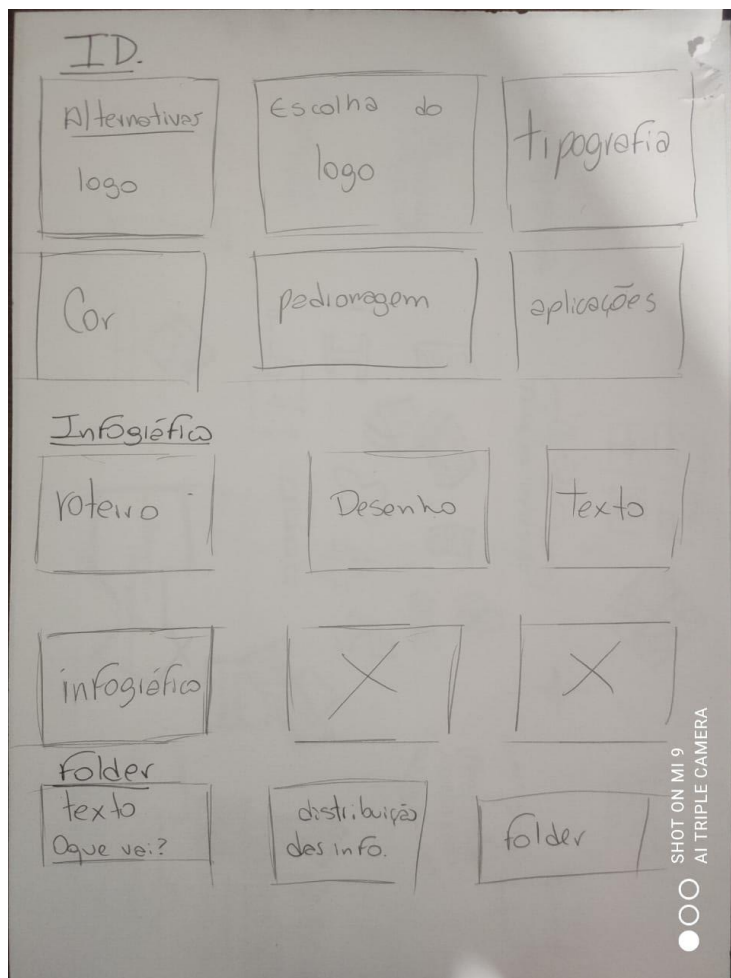
**Acabamentos:** processos de capa dura, esquadros. Empacotar e como entrega.

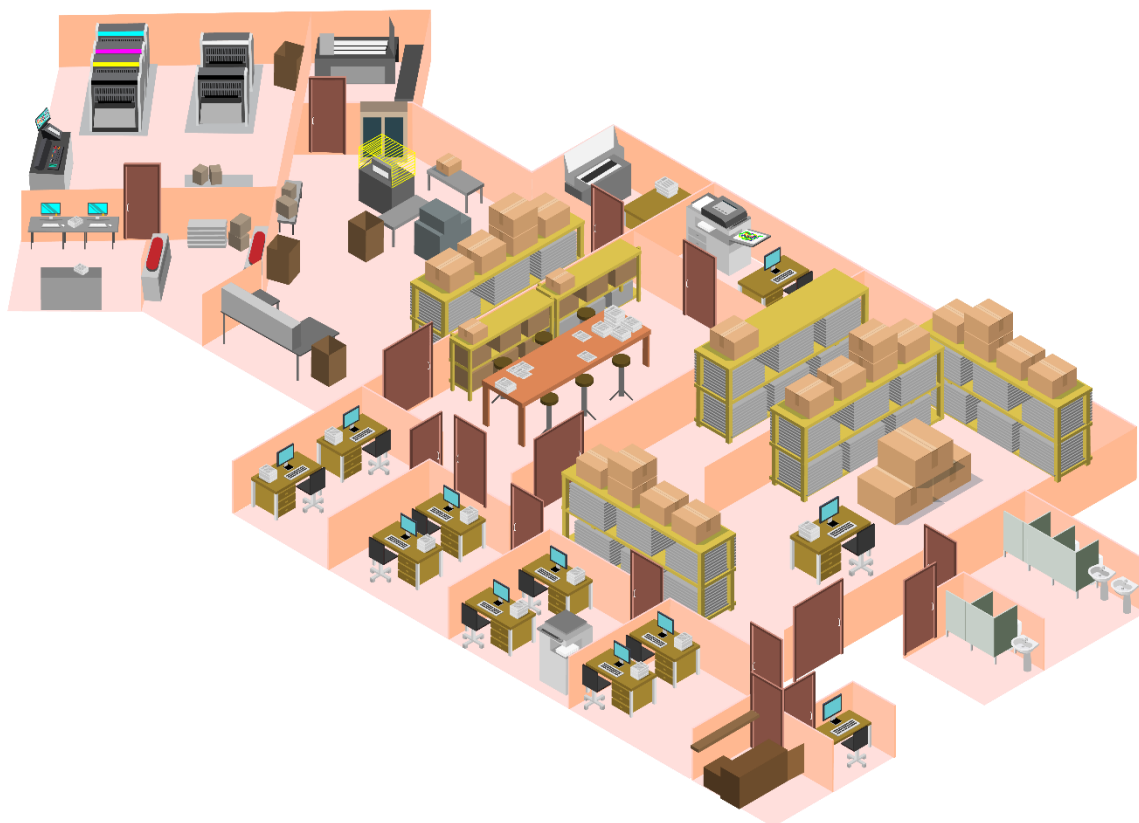
Depois passa para a editoração e a própria Michele explica a revisão.

Explicado como são feitas as compras de material, as dificuldades dos processos de licitação e o tempo que isso demanda.

Depois é falado dos projetos e é dado para eles um bloco do fio da meada.

## APÊNDICE C – Organização das ações a serem realizadas



**APÊNDICE D – Vista isométrica da planta baixa da gráfica da ufrgs**

## APÊNDICE E – Linhas guias na construção do infográfico





## APÊNDICE G - Teste de impressão do infográfico



**UFRGS**  
GRÁFICA



**PRIMEIRA IMPRESSÃO**

# CONHECENDO A GRÁFICA DA UFRGS

A Gráfica da UFRGS é órgão integrante da Secretaria de Comunicação (SECOM) da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, com mais de 70 anos de atividades. Além de vários projetos que visam ao descarte sustentável e reaproveitamento dos materiais não utilizados, a gráfica recebe algumas turmas da UFRGS, de diferentes cursos, para visitação guiada. Essas visitas iniciaram em 2013, organizadas pela servidora Joseane Ranzolin, que explica toda a produção e histórico da gráfica, assim como o funcionamento do maquinário, materiais, etc.



**Roteiro da visita guiada**

 <b>1</b>	 <b>2</b>	 <b>3</b>	 <b>4</b>	 <b>5</b>
<b>ALINHAMENTO</b>	<b>IMPRESSÃO DIGITAL</b>	<b>CTP/MONTAGEM</b>	<b>IMPRESSÃO OFFSET</b>	<b>DOBRA</b>
Cabeçalho Regras (típicos, gramaturas, tamanhos) Rodapés Projetos sustentáveis Aproveitamento	Máquinas Cores Faturamento de arquivos Dimensões	Montagem Criação de arquivos Fechamento de arquivos Arquivos e cores	Matrizes Máquina CMYK Preto e Branco	Corte e furo com laser Costuras Linhas de dobra Junção de encadernação
 <b>6</b>	 <b>7</b>	 <b>8</b>	 <b>9</b>	 <b>10</b>
<b>COLA</b>	<b>ACABAMENTO MAQUINÁRIO</b>	<b>ACABAMENTO MANUAL</b>	<b>EDITORÇÃO E REVISÃO</b>	<b>ADMINISTRATIVO</b>
Colagem do livro Quantidade por hora	Fiação (cabeça) Clichê Criação Fiação Espiral Cálculo necessário: metros, furos e estampa	Flocagem de capa livre Flocagem Dobra manual Flocagem Encadernação Encadernação	Lista de arquivos Revisão Revisão Fluxo de trabalho Programação de máquinas	Controle de materiais Cálculos Projetos de Criação Gestão

Material resultado do projeto de conclusão do curso de Especialização em Design Gráfico pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Desenvolvido por Crazele Borghetto. Orientação: Profa. Dra. Maria do Carmo Curtis



## APÊNDICE H – Linhas guias na construção do folder

### REGRAS BÁSICAS

- O arquivo deve conter marcas de corte
 
- Colocar, no mínimo, 3mm de sangria
 
- Salvar no padrão de cores CMYK
 
- As imagens devem estar em alta resolução  
**300 dpi**
- Salvar no formato PDF
 



**PRIMEIRA IMPRESSÃO**  
Imagem e Gráfica em LFPDS

Gráfica da UFRGS

CONTATO:  
 E-mail: [grafica@ufrgs.br](mailto:grafica@ufrgs.br)  
 Tel: (51) 33085078  
 Site: [www.ufrgs.br/grafica](http://www.ufrgs.br/grafica)

# COMO ENVIAR SEU ARQUIVO PARA A GRÁFICA

**Dicas de fechamento de arquivo: alguns modelos de materiais impressos pela gráfica. Caso sua dúvida não esteja neste manual, entre em contato com a gráfica.**

**legenda:**

sangria e marca de corte

arte                      sangria e marca de corte

### Capa Livro

Qualquer capa que tenha lombada colada

quartacapa    lombada    capa

Capa, lombada e quartacapa no mesmo arquivo

Qualquer material que seja dobrado ao meio: mesmo arquivo

quartacapa    capa

### Capa Dura

Fazer a arte da capa dura sempre é um desafio. Muitos esquecem que a arte precisa ser feita em um tamanho maior por causa do papelão. Existem duas formas de fazer a capa dura: com lombada ou com wire-o.

**Ex: Um livro tamanho 15cm x 21 cm**

No caso da capa dura com lombada, é preciso considerar as seguintes medidas: além dos 15x21, mais 3,5 cm de cada lado (0,5 cm referente ao papelão e 3 cm para envolver a arte no papelão). Então, para um livro 15x21, a arte precisa ser criada nas seguintes dimensões: **55 cm x 28 cm** onde,

15cm x 21cm

15cm + 0,5cm + 8cm (lombada) + 0,5cm + 15cm = 49cm x 21cm  
\* necessário colar 0,5 cm de cada lado da lombada para a dobra

15,5cm x 0,5cm + 8cm (lombada + 0,5cm) + 15,5cm = 49cm x 22cm
0,5cm de cada lado para o papelão. Deve ir a parte que fica visível

18,5cm + 0,5cm + 8cm (lombada + 5cm) + 18,5cm = 55cm x 28cm  
(3cm de cada lado para envolver o papelão)

Para o material com acabamento wire-o, não é preciso calcular a lombada, mas é necessário fazer a arte da capa e da quartacapa em arquivos separados.

15 cm x 0,5cm + 3 cm = 18,5 cm

21cm x 0,5cm + 3cm = 24,5 cm

**Total = 28,5 cm x 24,5 cm**

### Crachá

Cartões de visita, panfletos, e demais impressões frente e verso devem ser enviadas em dois arquivos separados.

- Não colocar a marca dos furos;  
 - Deixar um espaço sem informação de 1,5 cm na parte de cima, para os furos.

dobra interna    verso    capa  
 97 mm    100 mm    100 mm

parte interna  
 100 mm    100 mm    97 mm

- Atenção no tamanho de cada uma das páginas, para que as informações não fiquem em cima da dobra;  
 - Não colocar marca de dobra no arquivo.

### Miolo

Para qualquer miolo de livro, revista, livreto, bloco, agenda, etc., não é preciso posicionar duas páginas em cada lado da folha. A montagem dos cadernos é feita em nossas máquinas.

1

2

edeocapab    lombada

lombada    capa

- Capa, lombada e quartacapa no mesmo arquivo;  
 - Cuidar para que a arte da contra capa esteja invertida

### Folder

### Capa Bloco



APÊNDICE J – Teste de impressão do folder



## APÊNDICE K – Aplicação do material de divulgação no mockup do instagram

