



Centro Universitário de Brasília - UniCEUB

Faculdade de Tecnologia e Ciências Aplicada -  
FATECS

TAÍS ANDRADE HORTA BARBOSA

**BRASÍLIME:**

**Um projeto de *design* de superfície em Brasília.**

Brasília

2015

TAÍS ANDRADE HORTA BARBOSA

**BRASÍLIME:**

**Um projeto de *design* de superfície em Brasília.**

Projeto experimental de conclusão do curso de Publicidade e Propaganda, do Centro Universitário de Brasília – UniCEUB, orientado pela Prof. Carolina Alves.

Brasília

2015

TAÍS ANDRADE HORTA BARBOSA

**BRASÍLIME:**

**Um projeto de *design* de superfície em Brasília.**

Projeto experimental de conclusão do curso de Publicidade e Propaganda, do Centro Universitário de Brasília – UniCEUB, orientado pela Prof. Carolina Alves.

Brasília, 23 de Junho de 2015.

Banca examinadora:

---

**Prof. Carolina Assunção e Alves**

(Orientadora)

---

**Prof. André Luis Cesar Ramos**

(Examinador)

---

**Prof. Lourenço Lima Cardoso**

(Examinador)

## **AGRADECIMENTOS**

A meu valioso irmão, Teo, por sempre me inspirar a ser uma pessoa melhor. Designer-sócio do Estúdio Marujo e companheiro de vida e carreira, agradeço por me apoiar criativamente e pela paciência tida durante todo o processo de realização deste projeto.

A minha mãe, obrigada, por apoiar minhas ideias e ajudar na revisão do texto. A minha avó por ter cuidado de mim em um ambiente de carinho, compartilhando sua experiência de vida. E às duas por terem me ajudado a coletar informações para este trabalho e por terem me acompanhado na tarefa de recortar e colar os painéis de lambe-lambes.

Aos meus professores, Carolina Assunção e André Ramos, por terem acreditado no meu projeto e pela orientação, apoio, dicas e carinho.

as águas do paranoá  
não correm para o mar

viram nuvens  
e ficam paradas no ar

**Nicolas Behr**

## RESUMO

Este projeto experimental de conclusão do curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário de Brasília - UniCEUB, consiste num processo de criação de texturas/padrões visuais a partir de características de Brasília através da visão dos brasilienses, trabalhando a comunicação por meio do *design* de superfície em intervenções urbanas. O trabalho se inicia com um estudo sobre a fase de efervescência cultural pela qual está passando a capital do país, o que instigou a curiosidade e a vontade de participar desse momento criativo. E a forma escolhida para realização da parte prática foi a intervenção urbana, com a intenção de ocupar espaços públicos por meio da fixação de pôsteres lambe-lambes espalhados por lugares pré-selecionados do Plano Piloto, e de valorizar elementos característicos da cidade, conseqüentemente, colaborando com as produções locais. Para embasar a proposta, estudaram-se alguns conceitos relacionando comunicação e *design* em metodologia projetual e autores como Evelise Anicet Ruthschilling (2009), Rodolfo Fuentes (2009), Lucia Santaella (2002), Norval Baitello (2014) e Bruno Munari (2001).

**Palavras-chave:** *Design* de superfície. Texturas. Padrões visuais. Brasília. Intervenção urbana. Lambe-lambe.

## RESUMEN

Este proyecto de graduación del curso de Publicidad y Propaganda del Centro Universitario de Brasilia - UniCEUB consiste en el proceso de creación de texturas y padrones visuales desde características de Brasilia por medio de la mirada de los brasilienses, trabajando el diseño de superficie en intervenciones urbanas dentro de la comunicación. Se inicia con un estudio acerca de la fase de efervescencia cultural por la cual se está pasando la capital brasileña, el que instigó la curiosidad y ganas de participar de ese momento creativo. Y la forma elegida para realización del producto fue la intervención urbana, con la intención de ocupar espacios públicos por medio de la fijación de pósteres distribuidos por locales previamente seleccionados del Plano Piloto (el centro de Brasilia), y de valorizar elementos características de la ciudad, consecuentemente, ayudando con las producciones locales. Para embazar la propuesta, se estudió algunos conceptos relacionando comunicación y diseño en metodología proyectual y autores como Evelise Anicet Ruthschilling (2009), Rodolfo Fuentes (2009), Lucia Santaella (2002), Norval Baitello (2014) e Bruno Munari (2001).

**Palabras-llave:** *Diseño* de superficie. Texturas. Padrones visuales. Brasilia. Intervención urbana. Póster.

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> - Linha do Tempo do <i>Design</i> de Superfície.	<b>19</b>
<b>Figura 2</b> - Coleção “aqui existem palavras” do coletivo Aqui em BSB.	<b>29</b>
<b>Figura 3</b> - Azulejos de papel.	<b>30</b>
<b>Figura 4</b> - <i>Dingbats</i> Brasília.	<b>31</b>
<b>Figura 5</b> - Painel referente a “Brasília é um ovo”.	<b>34</b>
<b>Figura 6</b> - Painel referente a “Tempo imprevisível”.	<b>34</b>
<b>Figura 7</b> - Painel referente a “Brasília inteira vai”.	<b>35</b>
<b>Figura 8</b> - Painel referente a “Mais carro que gente”.	<b>35</b>
<b>Figura 9</b> - Painel referente a “O céu é o mar”.	<b>36</b>
<b>Figura 10</b> - Painel referente a “Nem beco, nem esquina”.	<b>36</b>
<b>Figura 11</b> - Imagem explicativa do processo de criação referente a “Brasília é um ovo”.	<b>40</b>
<b>Figura 12</b> - Segunda imagem explicativa do processo de criação referente a “Brasília é um ovo”.	<b>40</b>
<b>Figura 13</b> - Imagem explicativa do processo de criação referente a “Tempo imprevisível”.	<b>41</b>
<b>Figura 14</b> - Imagem explicativa do processo de criação referente a “Brasília inteira vai”.	<b>42</b>
<b>Figura 15</b> - Segunda imagem explicativa do processo de criação referente a “Brasília inteira vai”.	<b>43</b>
<b>Figura 16</b> - Imagem explicativa do processo de criação referente a “Mais carro que gente”.	<b>43</b>
<b>Figura 17</b> - Imagem explicativa do processo de criação referente a “Céu é o mar”.	<b>44</b>
<b>Figura 18</b> - Imagem explicativa do processo de criação referente a “Nem beco, nem esquina”.	<b>45</b>
<b>Figura 19</b> - Imagem da produção dos lambe-lambes.	<b>46</b>
<b>Figura 20</b> - Imagem da produção dos lambe-lambes.	<b>46</b>
<b>Figura 21</b> - Imagem da produção dos lambe-lambes.	<b>46</b>
<b>Figura 22</b> - Imagem da produção dos lambe-lambes.	<b>47</b>
<b>Figura 23</b> - Imagem da produção da cola.	<b>47</b>



<b>Figura 24</b> - Imagem do painel de lambe-lambes “Brasília é um ovo”.	<b>48</b>
<b>Figura 25</b> - Imagem do painel de lambe-lambes “Nem beco, nem esquina”.	<b>48</b>
<b>Figura 26</b> - Imagem do painel de lambe-lambes “Tempo imprevisível”.	<b>49</b>
<b>Figura 27</b> - Imagem do painel de lambe-lambes “Céu é o mar”.	<b>49</b>
<b>Figura 28</b> - Imagem do painel de lambe-lambes “Mais carro que gente”.	<b>50</b>
<b>Figura 29</b> - Imagem do painel de lambe-lambes “Brasília inteira vai”.	<b>50</b>

## SUMÁRIO

<b>1 CAMINHO TEÓRICO .....</b>	<b>15</b>
1.1 Comunicação .....	15
1.2 <i>Design</i> e comunicação.....	17
1.3 <i>Design</i> .....	17
1.4 Metodologia projetual .....	20
<b>2 CONTEXTUALIZAÇÃO .....</b>	<b>22</b>
2.1 Brasília.....	22
2.2 Não-lugar .....	25
2.3 Intervenção urbana.....	25
2.4 Lambe-lambe.....	26
<b>3 CASO BRASÍLIA .....</b>	<b>28</b>
3.1 Projetos inspiradores.....	28
3.1.1 <i>Aqui em BSB</i> .....	28
3.1.2 <i>Ações Poéticas do Poro</i> .....	29
3.2 Brasília dos brasilienses.....	31
3.2.1 <i>Brasília é um ovo</i> .....	32
3.2.2 <i>Tempo imprevisível</i> .....	32
3.2.3 <i>Brasília inteira vai</i> .....	32
3.2.4 <i>Mais carro que gente</i> .....	32
3.2.5 <i>O céu é o mar</i> .....	33
3.2.6 <i>Nem beco, nem esquina</i> .....	33
3.3 Referência visual .....	33
3.3.1 <i>Painéis</i> .....	34
3.4 Requisitos .....	37
3.4.1 <i>Azulejo</i> .....	37
3.4.2 <i>Contrastes</i> .....	37
3.4.3 <i>Forma orgânica</i> .....	38
3.4.4 <i>Aplicação</i> .....	38
3.5 Criação de alternativas .....	39
3.6 Intervencionando o urbano .....	45
<b>CONCLUSÃO.....</b>	<b>51</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>52</b>
<b>APÊNDICE - LISTA DE INICIATIVAS BRASILIENSES .....</b>	<b>55</b>

## INTRODUÇÃO

Perceber Brasília, ao lado do crescimento econômico e populacional, desenvolvendo seu lado cultural e artístico de uma forma peculiar e genuína, privilegiando as gerações brasilienses. A Brasília de 1960 mostrava-se como uma cidade meramente administrativa e os jovens brasilienses vêm transformando esse cenário. Isso despertou o meu desejo de participar desse movimento. Este trabalho é um mergulho nessa experiência, de forma a entender o processo criativo e nele se inserir.

De acordo com a pesquisa *O Sonho Brasileiro*, um estudo sobre o Brasil e o futuro a partir da perspectiva do jovem de 18 a 24 anos, promovido pela BOX1824:

Essa geração não pensa trabalho necessariamente como seus pais pensavam. Não é apenas acúmulo de dinheiro ou status social que está em jogo para eles. Investigando a simbologia do trabalho para esses jovens, observamos alguns novos significados. Eles não negam questões funcionais, como dinheiro e estabilidade, mas a diferença é que não param por aí. Encontramos muitos jovens conectando sua realização pessoal à profissão dos seus sonhos. Em ser algo. Essas buscas não são dissociadas, elas vêm juntas. O trabalho é cada vez menos visto como necessidade, e cada vez mais como elemento de realização e expressão. Os exemplos profissionais mais admirados são aqueles que conseguem aliar as duas coisas. Uma não menos importante que a outra. Ambas integradas. (BOX1824, 2011)

O resultado dessa pesquisa corrobora o atual cenário do empreendedorismo no País, e Brasília não se exclui desse contexto. Nos últimos anos, a cidade vem sendo palco de iniciativas que demonstram uma forte efervescência cultural. Esse movimento espontâneo, protagonizado por jovens brasilienses, toma proporções significativas na medida em que vem ocupando e valorizando espaços públicos até então não aproveitados com uma frequência regular. Isso faz com que esses lugares tornem-se ponto de encontro de pessoas que se interessam por cultura, em modo geral (arte, gastronomia, *design*, música). Enquanto isso, a cidade ganha uma produção mais autêntica, que valoriza os elementos locais, fazendo parte da construção de uma nova identidade, criando oportunidades profissionais/artísticas às gerações genuinamente brasilienses. Além disso, microempreendedores são estimulados a abrirem seus negócios, evitando o êxodo de profissionais para outras cidades do país e até do exterior.

De acordo com Ana Arruda Neiva (2014), jornalista e produtora cultural, em entrevista ao Retrato Brasília<sup>1</sup>, um projeto que mapeia o comportamento da cultura jovem brasiliense por meio de um estudo qualitativo, essa onda de empreendedorismo criativo é o que faz as pessoas não quererem mais se mudar da cidade, e sim, mudar a cidade.

Ao tratar sobre o tema da construção da identidade da capital, depara-se também com a apropriação do espaço como uma forma coletiva de expressão. As pessoas ocupam um lugar e usufruem dele de maneira diferente da habitual. “Não é que Brasília tenha sido feita para a escala humana, é que a escala humana foi pensada para ser experimentada de outra forma.” (BÍLÁ, 2014, p. 44)

Um exemplo disso no contexto de Brasília é o Eixo Monumental, que congrega os edifícios que abrigam a alma político-administrativa do país e do governo local, e que nos finais de semana é ocupado por esportistas. Isso faz parte dessa afirmação de identidade.

A cultura brasileira pode ser expressada através da criatividade que vem do jovem. Criatividade é uma forma natural da expressão jovem, e representa identidades culturais nascentes. (BOX1824, 2011)

Das iniciativas que valorizam a cultura local, inspirando-se na cidade com a intenção de recriá-la criativamente, podem ser destacadas: Limonada Project, Picnik, Chef nos Eixos, Céu com Cinema, Experimente Brasília, O Novo Guia de Brasília; lojas BSB Memo, Endossa, Cobogó, Brasília Conceito; projetos Quadrado Brasília, Quadrado, Retrato Brasília e coletivos Aqui em BSB, Transverso.

Várias outras iniciativas de jovens brasilienses também podem ser citadas: Estúdio Marujo, Cajuína e Cabine; Grande Circular, Pântano de Manga, Gurulino, Enfeltrados, Pomb e algumas galerias independentes como Objeto Encontrado e Tigers Saloon. Registram-se ainda casos de brasilienses que começaram suas carreiras na cidade natal, alcançaram repercussão nacional, mas mantêm o vínculo com a cidade e o respeito às raízes, como a cantora Ellen Oléria e a banda Móveis Coloniais de Acajú.

---

<sup>1</sup> Site referente ao Retrato Brasília. Disponível em: <<http://retratobrasilia.com.br>>. Acesso em: Abril/2015.

<sup>2</sup> Fotografias aéreas de Joana França. Disponível em:

Com a popularização da internet no início dos anos 2000 e, conseqüentemente, a maior presença das redes sociais no dia a dia das pessoas, o conceito de compartilhamento de conteúdo tomou outro enfoque, passou a ser uma necessidade. E essa sede de compartilhar envolve a rotina desses jovens, empreendedores e artistas, quanto ao movimento cultural que floresce em Brasília. Acrescenta-se a explicação de Galciani Neves (2014), mestre em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP) e professora na Fundação Armando Alvares Penteado (FAAP) e na Escola Entrópica do Instituto Tomie Ohtake: as pessoas não prezam por apenas produzir, mas por não produzirem sozinhas, preferem sempre estar conectadas umas com as outras.

O que deve ser destacado desse momento de efervescência cultural da cidade é o reconhecimento dos elementos locais. O ato de desenvolver arte inspirada em Brasília faz com que a identidade da capital se afirme. E com a intenção de participar desse processo, surgiu o interesse pelo tema de valorização das características da cidade na visão dos brasilienses, para produzir algo que venha a acrescentar à construção da nova identidade. Além disso, viu-se a oportunidade de aproveitar campos emergentes do *design*, como o desenvolvimento de texturas e padrões visuais e a aplicação em superfícies.

Este projeto foi nomeado BRASÍLIME por representar a união entre Brasília (brasíli), um espaço urbano aberto a novas experiências, e o “eu” como um dos elementos construtores da transformação do espaço público. Pretende-se, através da identificação de características da cidade e sob o enfoque artístico pessoal, criar texturas/padrões visuais, que possam servir como referência colaborativa e inspiradora a designers, artistas plásticos, artesãos e admiradores da cultura regional. As ilustrações desenvolvidas serão aplicadas em forma de intervenção urbana do tipo lambe-lambe, que consiste em pôsteres colados com uma técnica própria.

Para isso, a metodologia adotada compôs-se de coleta de dados sobre a cidade e seus moradores e o aprofundamento teórico sobre *design* de superfície; em seguida, a apresentação de alternativas para o objeto de estudo, propondo a aplicação do *design* desenvolvido.

No capítulo 1, são levados em consideração alguns conceitos como forma de embasamento teórico, recorrendo a autores como autores como Evelise Anicet Ruthschilling (2009), Lucia Santaella (2002) e Bruno Munari (2001). No capítulo 2,

há uma contextualização de termos técnicos no cenário de Brasília. Logo, no terceiro capítulo, é feita uma descrição detalhada do processo criativo usado durante o desenvolvimento da parte prática. O capítulo 4 abrange outros projetos que, de alguma forma, possuem aspectos em comum com o BRASÍLIME. O capítulo seguinte mostra painéis de referências visuais, parte da metodologia de *design*. No capítulo 6, são selecionadas e explicadas as características da cidade a serem representadas e aplicadas como texturas/padrões visuais. À continuação, são detalhados os requisitos para a produção dos lambe-lambes. No capítulo 8, apresentam-se as alternativas do *design* proposto. E, no último capítulo, são expostas as soluções finais.

## 1 CAMINHO TEÓRICO

### 1.1 Comunicação

Tratando-se de um trabalho de Publicidade e Propaganda que tem por objetivo promover uma interação entre a cidade e o público que nela vive, não poderia faltar o conceito de Comunicação.

A professora Lucia Santaella enfatiza a força da comunicação, utilizando três adjetivos que a caracterizam:

A comunicação é inevitável porque, mesmo quando não queremos, estamos o tempo todo emitindo mensagens para o outro. Ela é irreversível porque não podemos voltar atrás naquilo que já foi comunicado. Por fim, a comunicação é irrepitível porque todos e tudo estão continuamente mudando. Em razão disso, mesmo quando lemos o mesmo livro, ou assistimos a um mesmo filme pela segunda ou quarta vez, esse filme não será para nós o mesmo filme. (SANTAELLA, 2011, p. 22)

Klaus (1969, p. 18), por sua vez, define comunicação como “a troca de informação entre sistemas dinâmicos capazes de receber, estocar ou transformar informação.” Ou seja, a comunicação abrange toda e qualquer forma de interação, seja ela visual ou interpessoal.

Dentro da comunicação, destaca-se o conceito de comunicação visual, dada a importância da estética neste projeto, que tem como propósito transformar elementos abstratos em formas concretas através da imagem.

Nas palavras de Murani:

Tema muito vasto, que vai desde o desenho até a fotografia, as artes plásticas, o cinema; desde as formas abstratas até as reais, de imagens estáticas a imagens em movimento, de imagens simples a imagens complexas, desde problemas de percepção visual que concerne ao lado psicológico do tema, como relações entre figura e fundo, mimetismo, moiré, ilusões óticas, movimento aparente, imagens e ambiente, permanência retiniana e imagens póstumas. Tema que compreende todas as artes gráficas, todas as expressões gráficas, desde a forma dos caracteres até a paginação de um cotidiano, desde os limites da legibilidade das palavras a todos os meios que facilitam a leitura de um texto. (2001, p. 8).

Numa sequência de conceitos, depara-se com a ideia de Semiótica, a ciência da significação e de todos os tipos de signos (SANTAELLA; NOTH, 2004, p. 7).

Visto que a comunicação é o processo social básico de produção e compartilhamento do sentido por meio da materialização de formas simbólicas (SANTAELLA; NOTH, 2004, p. 23), pode-se compreender o reconhecimento cada vez maior dos papéis que os fenômenos semióticos desempenham na comunicação social.

Baitello, em seu livro *A era da iconofagia*, complementa:

O sentido reinante de nosso tempo é a visão... Recordamos, pensamos, sonhamos através de imagens que invadem nossa existência, afastando-a da vida real, projetando-nos em uma dimensão virtual em que os sentidos e as linguagens do nosso corpo são substituídos pelas imagens que as máquinas criam para nós. (2014, p. 8).

A relevância da imagem no cotidiano urbano remete ao significado de mensagem. Dessa forma, é indiscutível a importância dos elementos e técnicas da comunicação visual. Por isso, Dondis (1997, p. 22) afirma que qualquer acontecimento visual é uma forma com conteúdo, mas que esse conteúdo é influenciado pela importância dos elementos constitutivos, como o tom, a cor, a textura, a dimensão, a proporção e as relações compositivas com o significado.

Contudo, conforme argumenta Panizza em sua dissertação *Metodologia e Processo Criativo em Projeto de Comunicação Visual*:

Não é, no entanto, apenas a soma de elementos e técnicas que traduzem o real significado de uma mensagem. Todo um mecanismo de percepção, universalmente compartilhado pelo ser humano, mas também dependente de culturas, épocas e regiões geográficas, participa ativamente do processo de decodificação de uma mensagem visual. Uma série de critérios subjetivos influi tanto na codificação quanto na decodificação desta mensagem. (2004, p. 35).

É exatamente esse olhar pessoal descrito por Panizza que tem importância neste trabalho, sendo valorizado dentro das múltiplas interpretações possíveis a partir do desenvolvimento criativo dessa proposta. Com todos esses conceitos, comunicação visual, semiótica e seus elementos, chega-se à ideia de *Design*.



## 1.2 *Design* e comunicação

Através da utilização de formas, cores, imagens, materiais gráficos, o *design* pode ser classificado como uma prática comunicadora. Para fortalecer o conceito, Herbert Read (FUENTES, 2009, p. 23) complementa: “O *design* é veículo de informação”.

Aprofundando o significado, Rodolfo Fuentes (2009), em *A prática do design gráfico*, discorre sobre a composição do *design*, caracterizando informação como o conteúdo útil da mensagem e resumindo a composição desse conceito em fluxo e suporte. Por isso, o significado de cultura visual se configura ciclicamente:

Os produtos de design ‘publicados’ como tais influem nas correntes estéticas, gerando leituras artísticas pessoais e fenômenos de comunicação visual de massa, que por sua vez alimentam os códigos geradores de novas mensagens de massa. (FUENTES, 2009, p. 24)

Considerando que a comunicação engloba a mensagem transmitida pelo *design*, é possível afirmar que existe um ponto de conexão entre eles. Por isso, não se pode tratar de um sem mencionar o outro.

Em seguida, será abordado o conceito de design de uma forma mais detalhada sob a ótica deste trabalho.

## 1.3 *Design*

O *design* tem como objetivo solucionar problemas, num processo de criação e simplificação de ideias. “O *design* nasceu com o firme propósito de por ordem na bagunça do mundo industrial.” (CARDOSO, 2011, p. 15). É por meio da estratégia e da criatividade que o *design* acontece.

Um dos ramos que se destacam na área é o *design* gráfico, que se caracteriza por ser a expressão visual de um conceito, que trabalha a comunicação através de uma metodologia projetual.

O *design* gráfico gerou a estrutura invisível que dá existência às atividades humanas que se entendem como determinantes atuais do “desenvolvimento” da sociedade: o marketing, a moda, as comunicações, o entretenimento e a educação – e suas infraestruturas de marketing como universos dentro de universos. (FUENTES, 2009, p. 19)

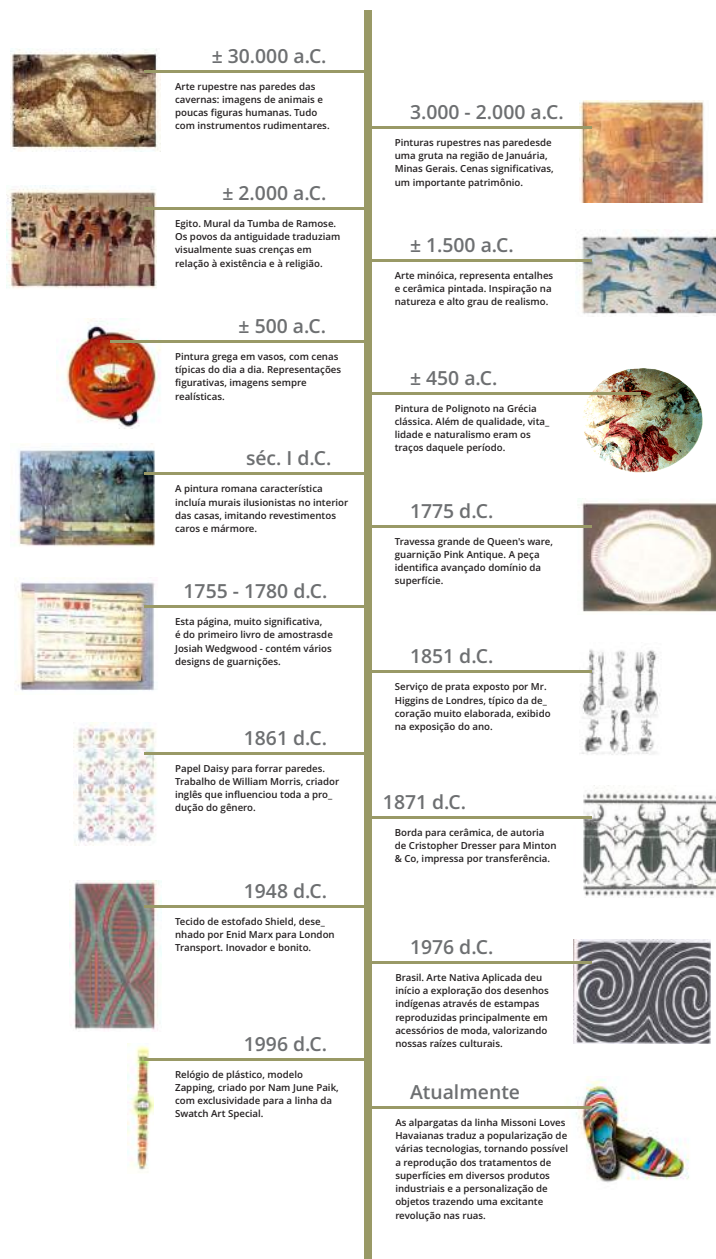
Além disso, o *design* gráfico é responsável pela estética de elementos textuais e não-textuais, trabalhando a relação entre imagem e texto, gerando materiais gráficos impressos e para web.

Outro ramo a ser destacado é o de *design* de superfície, que vive um momento de grande importância no Brasil, consolidando-se como um campo específico de conhecimento e atuação profissional. A inter-relação de várias áreas e o acelerado desenvolvimento tecnológico aumentam as possibilidades de constituição das superfícies, o que faz com que elas ganhem cada vez mais relevância nos debates atuais sobre arte e *design*.

*Design* de Superfície é uma atividade criativa e técnica que se ocupa com a criação e desenvolvimento de qualidades estéticas, funcionais e estruturais, projetadas especificamente para constituição e/ou tratamentos de superfícies, adequadas ao contexto sociocultural e às diferentes necessidades e processos produtivos. (RUTHSCHILLING, 2008, p. 23).

A designer, consultora de cores e responsável por adotar a nomenclatura “*design* de superfície” no Brasil, Renata Rubim, criou uma linha do tempo para apresentar a história da área.

**Figura 1 - Linha do Tempo do *Design* de Superfície.**



**Fonte:** Site Renata Rubim. Disponível em: <[http://renatarubim.com.br/wpcontent/uploads/2013/09/tempo\\_superficie.pdf](http://renatarubim.com.br/wpcontent/uploads/2013/09/tempo_superficie.pdf)>. Acesso em: Março/2015.

Um dos conceitos mais estudados dentro do *design* de superfície é o de texturas, o qual Munari (2001, p. 11) resume em “Sensibilização (natural ou artificial) de uma superfície, mediante sinais que não alterem sua uniformidade.”

Outro conceito de grande relevância nesse contexto é o de módulo. “Módulo é a unidade da padronagem, isto é, a menor área que inclui todos os elementos

visuais que constituem o desenho” (RUTHSCHILLING, 2008, p. 64). Ou seja, é a partir da repetição do módulo que se cria o padrão visual.

Panizza (2004, p. 29) explica que o conteúdo é influenciado pela importância das suas partes constitutivas, por isso a importância dos dois conceitos citados anteriormente.

#### 1.4 Metodologia projetual

Após contextualizar *design* e comunicação, é pertinente trabalhar o conceito de metodologia projetual. Como se trata de um trabalho de comunicação visual, que exige muito da criatividade do autor, existem discussões sobre adotar-se um método ou não, como na dissertação de Mestrado de Janaina Panizza (2004), *Metodologia e processo criativo em projetos de comunicação visual*.

Para muitos autores, método e criatividade são conceitos que não devem caminhar juntos. “Utilizar métodos e procedimentos significava reduzir o potencial criativo do projeto [...]” (PANIZZA, 2004, p. 81). Porém, por outro lado, existe o argumento:

A metodologia de projeto, apesar de um certo rigor, não implica no abandono da criatividade, como é o receio de tantos; mas uma vez eleita a maneira de proceder em cada etapa do processo é necessária uma certa disciplina, que é aquilo que favorece a eficiência do método. (PANIZZA, 2004, p. 85)

Evelise Anicet Ruthschilling, no livro *Design de Superfície*, aborda o *design* a partir da liberdade metodológica.

Não existem fórmulas, mesmo porque o design de superfície é herdeiro da arte, em que há liberdade visual e de lógicas criativas autorais. Essa abordagem, clara para artistas, tem gerado muitas incompreensões por parte de outros estudiosos e profissionais. [...] O designer de superfície domina os elementos compositivos e suas relações operacionais. Assim, tem a liberdade de construir seus projetos, optando pela ausência de alguns elementos e a recorrência de outros. Dessa forma, alguns designers encontram seus próprios estilos e métodos de trabalho. (RUTHSCHILLING, 2008, p. 63,70).

Bruce Archer (1967), por sua vez, parte do princípio de que o *Design* surge de um processo de etapas metodológicas e propõe a sua divisão em três fases:

1. fase analítica, composta pela recompilação de dados, ordenação,

avaliação, definição dos condicionantes, estruturação e hierarquização;

2. fase criativa, composta pelas implicações, formulação de ideias diretoras, escolha ou ideia básica, formalização da ideia e verificação;

3. fase executiva, composta pela valorização crítica, ajuste de ideia, desenvolvimento, processo interativo e materialização.

Após apresentação de propostas quanto a uma metodologia projetual mais adequada em seu artigo de mestrado, Panizza (2004, p. 87) sugere uma personalização por parte do profissional quanto aos métodos adotados, pois acredita que essa forma é mais eficiente do que a aplicação de métodos-padrão.

Sendo assim, para este trabalho, que tem como foco a cidade de Brasília, seu contexto cultural e suas características mais peculiares, foram definidas algumas etapas metodológicas a serem seguidas. A primeira consistirá na coleta de características da cidade sob o ponto de vista de seus moradores, através de uma seleção e análise de produções locais que participam das atuais iniciativas culturais. Essa etapa será feita inicialmente para facilitar o primeiro passo do desenvolvimento das texturas/padrões visuais, o processo de seleção de elementos que serão usados como inspiração para a criação. Também terá foco a conceituação, através da revisão bibliográfica composta por autores contemporâneos de *Design*. A etapa seguinte se caracterizará pela sugestão de propostas para atender ao objetivo deste projeto. Por último, serão selecionadas as alternativas a serem aplicadas em forma de pôsteres lambe-lambes, como intervenção urbana.

## 2 CONTEXTUALIZAÇÃO

Ao usar fontes de informação como base para este projeto, percebe-se a importância de descrevê-las e especificá-las. No processo de seleção de dados, foram citados autores como: Santaella, 2002 e 2004; Ruthschilling, 2009; Munari, 2001, entre outros. Também, reportagens retiradas do jornal Correio Braziliense, por exemplo, "Brasília fora do papel" (REVISTA DO CORREIO, 2014, n. 487), em que se contextualiza a arte brasiliense, destacando os artistas da cidade; além de entrevistas ao Retrato Brasília, um projeto que abrange temas atuais sobre a capital, como a arte urbana e o empreendedorismo jovem.

### 2.1 Brasília

A capital do Brasil, a cidade planejada, a cidade criativa.

Brasília foi inaugurada em 21 de Abril de 1960, com projeto urbanístico de Lúcio Costa e arquitetura de Oscar Niemeyer. Está localizada em um planalto, o Cerrado é o bioma predominante, podendo-se dizer que as estações do ano se resumem ao período seco e frio (entre Maio e Setembro) e ao chuvoso e quente (entre Outubro e Abril) (BILÁ, 2014, p.178; JINKINGS, Daniela, 2010).

O mapa da cidade tem a forma de um avião. O Plano Piloto contém dois elementos principais: o eixo rodoviário, arqueado na direção norte-sul, e o eixo monumental, na direção Leste-Oeste, ambos encontrando-se na estação rodoviária. Nesse eixo, estão os setores cultural e administrativo, localizando-se na posição oeste os setores hoteleiro e a Praça Municipal, onde se concentram os órgãos administrativos do Distrito Federal. O eixo rodoviário é dividido em duas "asas": norte e sul, com superquadras residenciais. Com as águas do Rio Paranoá, foi criado o Lago Paranoá, para aumentar a umidade do local. Em torno do Plano Piloto surgiram cidades satélites, que juntas comportam uma população de 2.852.372 habitantes.

O projeto do arquiteto e urbanista Lucio Costa não era apenas o traçado de uma cidade voltada para a administração pública e que expressava "a grandeza de uma vontade nacional", como determinava o edital do concurso (1956). Ele sugeria uma nova concepção de vida, baseada no resgate de valores essenciais ao bem-

estar coletivo. Uma cidade-parque em que homem e natureza convivessem de forma harmoniosa e em que os laços comunitários fossem fortalecidos. Uma capital arrojada e moderna, com um sistema viário inovador, pontuada por monumentos de forte impacto cívico e arquitetônico. A concepção do Plano Piloto nasceu do gesto de quem assinala uma cruz.

Entre os princípios básicos do projeto estão a setorização urbana por atividades determinadas e uma técnica rodoviária que elimina cruzamentos. A cidade gira em torno de dois grandes troncos de circulação, o Eixo Monumental, que vai de Leste a Oeste, e o Eixo Rodoviário-Residencial, que vai de Norte a Sul, cortado transversalmente pelas vias locais.

Com exceção da área central, onde prevalecem edifícios mais altos e mais aglomerados, o Plano Piloto se caracteriza pela paisagem horizontalizada, pela predominância de espaços livres e pela grande amplitude visual. A concepção urbana de Brasília se sustenta em quatro escalas: a residencial, a monumental, a gregária e a bucólica.

A escala residencial, construída ao longo do Eixo Rodoviário, traduz um conceito novo de moradia, com superquadras de apartamentos cercadas de verde, edifícios de gabarito baixo suspensos sobre pilotis e unidades de vizinhança que estimulam a convivência, com seus comércios locais, praças, escolas e outros equipamentos comunitários. O espaço para casas geminadas ficou mais afastado do eixo central, na parte Oeste.

“A serenidade urbana assegurada pelo gabarito uniforme de seis pavimentos, o chão livre e acessível a todos através do uso generalizado dos pilotis e o franco predomínio do verde [...]”, descreveu Lucio Costa no documento *Brasília Revisitada*, de 1987.

A escala monumental é a que mais diferencia Brasília das outras cidades, essa monumentalidade da cidade pretende explicitar que é a capital de um país. Ela abriga, no eixo monumental, os centros de decisões políticas e administrativas do país e do Distrito Federal e também a arquitetura genial de Oscar Niemeyer, com suas curvas femininas e vãos audaciosos.

A escala gregária, construída em torno da Plataforma Rodoviária, no coração da cidade, inclui comércio, agências bancárias, consultórios, escritórios, hotéis e centros de diversões. Em *Brasília Revisitada* (1987), Lucio Costa esclareceu que com essa escala seu objetivo era “criar um espaço urbano mais densamente

utilizado e propício ao encontro”.

A escala bucólica permeia e integra as outras três escalas, com extensas faixas gramadas, canteiros ornamentais, parques, áreas arborizadas e de lazer. Brasília é conhecida no mundo como uma cidade-parque, onde o verde e os amplos espaços livres estão integrados de forma harmoniosa ao dia a dia urbano, emoldurando e integrando todas as áreas do Plano Piloto. “Tudo isso que faz de Brasília uma das cidades de maior proporção em área verde por número de habitantes do mundo (100m<sup>2</sup> por habitante)”, como escrito na edição especial do Correio Braziliense, *Brasília da Humanidade* (2007, p. 15).

As escalas da capital brasileira são bem representadas nas fotografias<sup>2</sup> aéreas de Joana França, arquiteta formada na Universidade de Brasília e fotógrafa pelo *International Center of Photography* em Nova York.

Este ano (2015), Brasília completa 55 anos e o telejornal Bom Dia DF homenageia a cidade com uma série de reportagens<sup>3</sup> sobre as perspectivas dos moradores da cidade. O tema principal da homenagem “Brasília 55 anos” é “Qual o seu lugar preferido em Brasília?”.

Na arquitetura padronizada das quadras do Plano Piloto, destaca-se a 205/206 norte, conhecida como Babilônia, por seus jardins suspensos e algumas outras características, como: o lado do comércio é intencionalmente voltado às residências, há duas passagens subterrâneas que ligam a 205 à 206, há rampas e muros, diferentemente de qualquer outra comercial na cidade. Essa tipicidade divide os brasilienses entre os que acham a quadra estranha e os que enxergam um grande potencial nela.

Alguns movimentos de ocupação e valorização da quadra vêm acontecendo há alguns anos. Ateliês, arte de rua, encontros e eventos começam a fazer da 205/206 norte, uma quadra mais frequentada, autêntica e de grande potencial. Muitas reportagens e documentários sobre ela também fazem parte desse movimento de valorização da quadra mais díspar de Brasília, arquitetonicamente

---

<sup>2</sup> Fotografias aéreas de Joana França. Disponível em: <<http://www.joanafranca.com/aeacutereas.html>>. Acesso em: Março/2015.

<sup>3</sup> Reportagens do Bom Dia DF em homenagem aos 55 anos de Brasília. Disponível em: <<http://g1.globo.com/distrito-federal/bom-dia-df/videos/>>. Acesso em: Março/2015.



falando. Ou seja, lugares como essa quadra da Asa Norte se incluem na cultura de apropriação de lugares, o que será melhor explicado em seguida.

## 2.2 Não-lugar

O artigo de Wisgner Damiano, *A despersonalização do lar: o não-lugar como objeto de consumo da pós-modernidade (2013)*, destaca que o cidadão contemporâneo passa a ser, cada vez mais, um consumidor do espaço.

Em resumo, os 'não-lugares' são desprovidos de personalidade, de história. Seus ocupantes não se diferem, sendo apenas parte do conjunto de pessoas que transitam por seu espaço. Os maiores exemplos de não-lugares são os hotéis, aeroportos, rodoviárias, parques de lazer, dentre outros. Lugares reconhecidos em qualquer parte do mundo, independente do país em que se encontram ou da língua local. Quem os frequenta não altera seu funcionamento, não cria vínculo com ele e não produz nenhuma história. Da mesma forma, não é, em momento algum, reconhecido com singularidade. Os não-lugares não só não apresentam personalidade própria, como despersonalizam seus frequentadores. (DAMIÃO; DIESEL, 2013, p. 52).

Trazendo esse conceito para o contexto brasileiro, pode-se observar a frequente apropriação desses não-lugares nos últimos tempos na cidade. Um exemplo interessante é o uso de uma praça no Setor Bancário Sul, que, durante os dias úteis, é um lugar de passagem dos servidores públicos, e aos fins de semana é utilizado como pista de skate para jovens. "As passagens-subterrâneas de Brasília são espaços reclusos em pleno centro urbano que se tornaram muito convidativos à arte de rua e eventos alternativos" (BÍLÁ, 2014, p. 31). Diante desse vazio, proporcionado pelo não-lugar, artistas da cidade viram oportunidades de ocupação por meio de intervenções urbanas.

## 2.3 Intervenção urbana

Houve um tempo em que o termo intervenção era privilégio legítimo de militares, estrategistas ou planejadores e o urbano adjetivava o futuro ainda longínquo para a maioria da população mundial. Se a intervenção urbana foi, no século XX, predominantemente heterônoma, uma ordem vinda de cima, a partir da segunda metade deste mesmo século, os artistas começaram a interceptar tal heteronomia e a apropriar-se da possibilidade de intervir no mundo real e na cultura, irreversivelmente urbanos. (MARQUEZ; CANÇADO, 2010, p. 1).

A intervenção urbana, como manifestação artística, pode ser caracterizada como forma de ocupação da cidade, por acontecerem fora dos museus e galerias, propondo novas relações socioespaciais. Geralmente, com formas efêmeras, imagéticas, móveis ou colaborativas, elas modificam o espaço urbano a fim de criar novas expectativas, reflexões, pontos de vista que não são comuns no cotidiano. A intervenção urbana particulariza lugares e recria paisagens.

É fácil encontrar diversos tipos de intervenção urbana em Brasília, principalmente neste momento em que a cidade vive sua própria recriação por seus moradores. Instalações, eventos, grafites e lambe-lambes são algumas das intervenções espalhadas pela cidade.

## 2.4 Lambe-lambe

A colagem de papel, como também é chamado o lambe-lambe, compõe a *sticker art*, uma forma de arte urbana que utiliza etiquetas adesivas coloridas como suporte. O artista plástico paulista, Hélio Schonmann, descreve o lambe-lambe como uma imagem essencialmente nômade.

[...] O lambe-lambe vem se tornando, cada vez mais, um campo fértil à experimentação gráfica, abarcando xilogravura, stencil, desenho, fotografia, tipografia e imagem digital. [...] O processo de elaboração do lambe-lambe tem outra natureza, inclusive por que ele é concebido para um campo pré-determinado e restrito – a folha de papel. (SCHONMANN, 2010)

Dentro da linguagem de arte urbana contemporânea, os lambe-lambes se caracterizam por serem pôsteres, normalmente encontrados em espaços públicos, sendo, assim, uma forma de intervenção urbana. Não possuem um tamanho específico e são colados com cola de polvilho ou de farinha, podem, também, ser pintados com tinta látex, spray ou guache. O conceito do lambe-lambe resume-se em informar de forma eficaz, prática e a baixo custo, por isso a facilidade em produzi-lo.

Sendo assim, considerando a publicidade como técnica de comunicação, o lambe-lambe pode ser entendido como um meio publicitário exterior. Na história da publicidade, os cartazes são uma forma de divulgação antiga, usada frequentemente, em seus primórdios, para ações políticas ou artísticas, além de ter sobrevivido ao surgimento das novas mídias. O objetivo dele é divulgar uma

informação visualmente e, quando apenas tem valor estético, passa a ser considerado um pôster.

### 3 CASO BRASÍLIA

Após a parte teórica deste projeto, inicia-se a prática. Até então, foram trabalhados conceitos relacionados ao tema, e, a partir de agora, será demonstrado como o processo criativo aconteceu para que se pudesse chegar ao resultado esperado.

Como já citado anteriormente, é importante, em um trabalho de design, seguir a metodologia proposta. Por isso, a seguinte etapa fortalecerá a importância do processo criativo de um projeto de design de superfície.

Primeiramente, o trabalho teve como foco um tempo de pesquisa e inspiração, ambos feitos diariamente a partir de observações, análises e comparações. Junto com as idas a eventos pela cidade e a saída de campo para fotografá-la, esses exercícios auxiliaram na percepção de diferentes pontos de vista sobre Brasília.

O capítulo seguinte tratará de projetos que se relacionam com o BRASÍLIME de alguma forma. São eles: Aqui em BSB, Ações Poéticas do Poro e *Dingbats* Brasília. O primeiro valoriza as características brasilienses de forma criativa através de postais; o segundo tem a intervenção urbana como produto; e o terceiro mostra a transformação de elementos característicos e tradicionais da capital em tipografia.

À continuação, será determinado o caminho a ser seguido para que as alternativas sejam geradas e, logo, o resultado final seja produzido.

#### 3.1 Projetos inspiradores

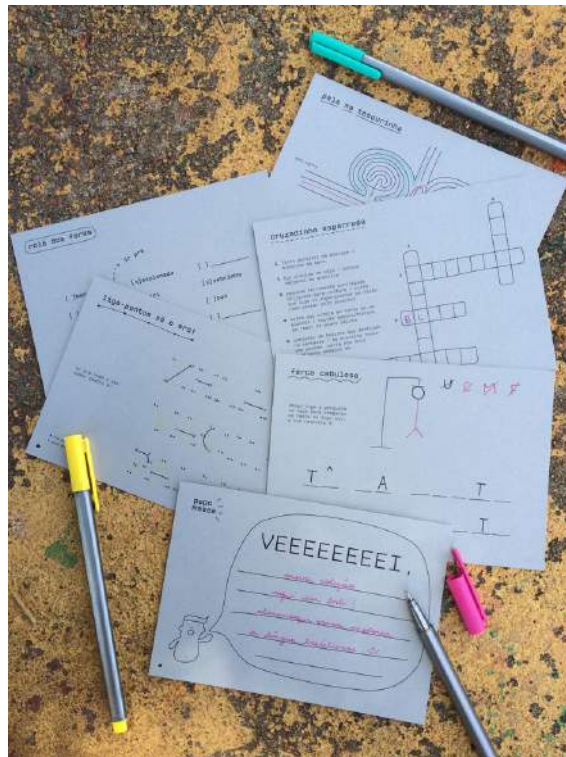
##### 3.1.1 *Aqui em BSB*

Trata-se de um coletivo de postais brasilienses. O objetivo é explorar a cidade de formas diferentes, sob uma perspectiva mais sutil e humana, fugindo dos postais turísticos tradicionais. Os cartões são produzidos por coleções, cada uma com sua abordagem própria, tanto na escolha do tema, quanto dos materiais, e tem como inspiração o dia a dia dos brasilienses. Além disso, a face destinada à escrita é diagramada de uma forma original, como pode-se ver na imagem a seguir, de

forma a propiciar uma interação com o usuário. Com todas essas especificidades, esse projeto se aproxima do BRASÍLIME.

Algumas características valorizadas por esse coletivo são: gírias dos brasilienses, cotidiano de pessoas comuns em Brasília, lugares populares da cidade e suas peculiaridades.

**Figura 2 -** Coleção “aqui existem palavras” do coletivo Aqui em BSB.



**Fonte:** Página do coletivo no Facebook. Disponível em: <<https://www.facebook.com/aquiembbsb/timeline>>. Acesso em: Maio/2015.

### 3.1.2 Ações Poéticas do Poro

O Poro é formado pelos artistas Brígida Campbell e Marcelo Terça-Nada!, criado em 2002, em Belo Horizonte. Esse projeto busca apontar sutilezas, criar imagens poéticas e trazer à tona aspectos da cidade que se tornam invisíveis pela vida acelerada nos grandes centros urbanos. Para isso, eles utilizam intervenções urbanas, que são quase sempre efêmeras. O projeto proporcionou a criação de um *e-book* para que mais pessoas pudessem experienciar as criações.

Uma das intervenções urbanas que fazem parte desse projeto tem como tema “Azulejos de papel”, instalada em fachadas de casas de diversas cidades

desde 2008. Por serem de papel, os azulejos passam a sofrer a ação do tempo, assim como as paredes que os receberam. Os azulejos têm o formato de 15x15cm, são impressos em papel jornal com uma cor. Também são distribuídos para que as pessoas façam suas próprias instalações.

A proposta descrita acima se relaciona com o projeto BRASÍLIME quando este também se inspira na forma de um azulejo para a criação dos lambe-lambes, o que será melhor detalhado nos requisitos. Também se aproximam as ideias ao colocar o conceito de intervenção urbana em prática.

**Figura 3** - Azulejos de papel.



**Fonte:** E-book Intervalo, respiro, pequenos deslocamentos. Disponível em: <[http://issuu.com/poro/docs/ebook\\_poro?e=1526189/6512211](http://issuu.com/poro/docs/ebook_poro?e=1526189/6512211)>. Acesso em: Abril/2015.

### 3.1.3 *Dingbats Brasília*

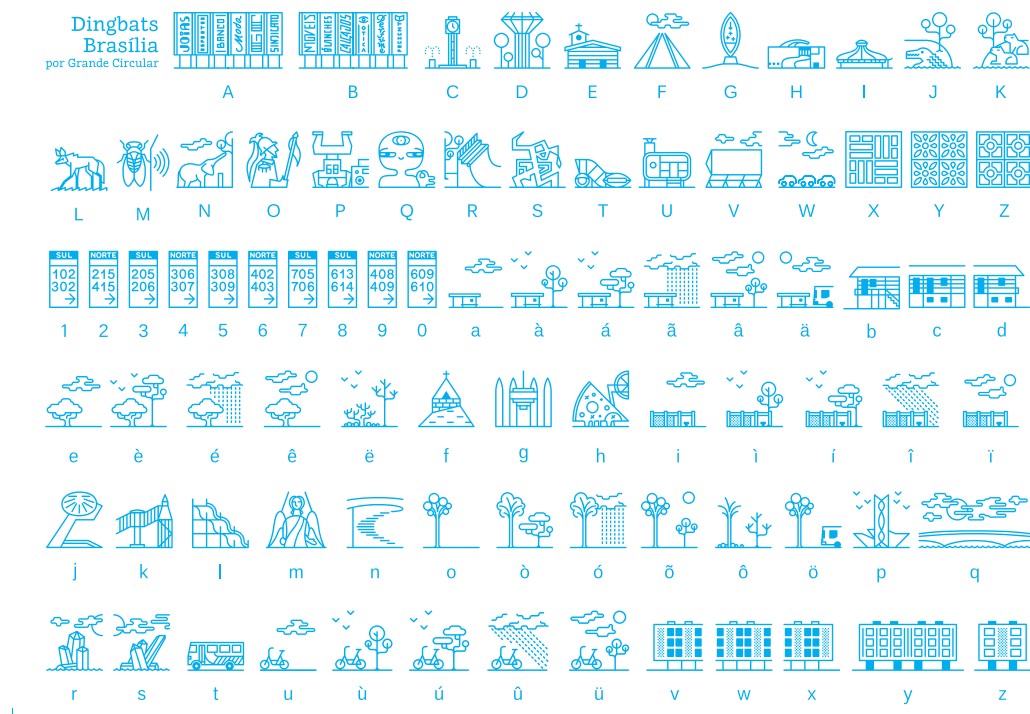
Partindo de elementos culturais característicos e tradicionais da cidade de Brasília, o coletivo Grande Circular<sup>4</sup>, em parceria com o Retrato Brasília, criou em comemoração aos 55 anos da capital uma fonte minimalista.

---

<sup>4</sup> Site referente ao coletivo Grande Circular. Disponível em: <<http://www.grandecircular.com>>. Acesso em: Abril/2015.

O escritório de design selecionou elementos tanto concretos, como abstratos: o primeiro shopping da cidade, o Conjunto Nacional, as cigarras, os cobogós, o Cine Drive-in, as paradas de ônibus, as placas de sinalização, os ipês em diferentes épocas do ano, o clima imprevisível, o foguete do parque da cidade, entre muitos outros.

**Figura 4 - Dingbats Brasília.**



**Fonte:** Site do Grande Circular. Disponível em: <<http://www.grandecircular.com>>. Acesso em: Abril/2015.

O que essa proposta tem de comum com este trabalho é a representação de Brasília em forma de ilustrações, usando elementos que caracterizam a cidade e que fazem parte dela. Esse projeto valoriza a cultura local e é um exemplo atual da gama de produções jovens que compõem o momento de efervescência cultural já citado.

### 3.2 Brasília dos brasilienses

A partir de análises, comparações, observações e, principalmente, da visão pessoal da autora desenvolvida através de contato com trabalhos e projetos de

*design* essencialmente brasilienses, foram selecionadas seis características que compreendem a cidade vista por seus moradores de forma particular.

### *3.2.1 Brasília é um ovo*

Brasília é uma cidade grande, porém com características de cidade pequena: amigo em comum é o elemento-chave de qualquer relação entre brasilienses. “Brasília é um ovo” é a descrição dada por quem vive aqui. “Diz a lenda que em Brasília só existem três pessoas: eu, você e nosso amigo em comum.” (BÍLÁ, 2014, p. 152);

### *3.2.2 Tempo imprevisível*

O clima da cidade é próprio dela, é imprevisível, pode estar chovendo em um bairro, enquanto no bairro vizinho faz sol, e seus moradores já se acostumaram a isso, precisam sempre estar prevenidos. “Chove no Eixinho, mas não chove no Eixão”, como diz a letra da música “Chove no Eixinho” produzida pelo Sistema Criolina<sup>5</sup>.

### *3.2.3 Brasília inteira vai*

A cidade carece de eventos e festas, então quando acontece algum, já é esperado encontrar “todo mundo” lá; esse movimento de pessoas a um mesmo ponto de encontro é característico de Brasília.

### *3.2.4 Mais carro que gente*

A cidade fica intransitável das 17h30 às 18h30 e quando chove, então, fica lenta; quando não há vaga nas comerciais, o costume é estacionar na residenciais. Por isso, as quadras que possuem um comércio completo ficam sempre cheias.

---

<sup>5</sup> Música “Chove no Eixinho” do Sistema Criolina. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=QUllaRsoPmc>>. Acesso em: Maio/2015.



### 3.2.5 O céu é o mar

O céu é mais conhecido como o mar, que faz falta, mas é substituído pelo lago. Como previsto no tópico 16 do relatório do Plano Piloto de Brasília por Lúcio Costa (1991), os prédios residenciais não devem passar o limite de seis andares, e por isso, o céu parece ser maior que em outros lugares, onde os prédios ocupam boa parte da vista, escondendo-o de quem o vê de baixo.

### 3.2.6 Nem beco, nem esquina

Brasília não possui beco, nem esquina; a cidade foi planejada de forma que não deixa espaço para os becos. As esquinas não se formam pelo fato de os prédios se aglomerarem em setores. Talvez seja por não existir becos, nem esquinas, que as pessoas costumam se cruzar mais.

O critério de escolha dessas características privilegiou o olhar dos brasilienses em relação a Brasília, e não a visão externa, nacionalmente divulgada, tais como “aqui só tem corrupto”, “cidade árida”, “não tem nada pra fazer”. Assim, pretendeu-se valorizar o sentimento do povo em face da cidade em que vive e buscar dar uma visão lúdica e artística ao trabalho a ser desenvolvido.

## 3.3 Referência visual

Após a fase de observação, estudo e seleção de elementos representativos, iniciou-se a criação dos painéis de referência visual, com o objetivo de facilitar o processo de transformação desses caracteres em formas ilustrativas para o desenvolvimento das texturas e padrões visuais.

Para a composição de cada painel, houve um momento de pesquisa e escolha de imagens e cores que pudessem se relacionar com cada uma das características previamente escolhida.

As ideias relacionadas a cada tema estão mais bem detalhadas no capítulo 8, onde é explicado o processo criativo adotado para criação de alternativas.

### 3.3.1 Painéis

**Figura 5** - Painel referente a “Brasília é um ovo”.



**Figura 6** - Painel referente a “Tempo imprevisível”.

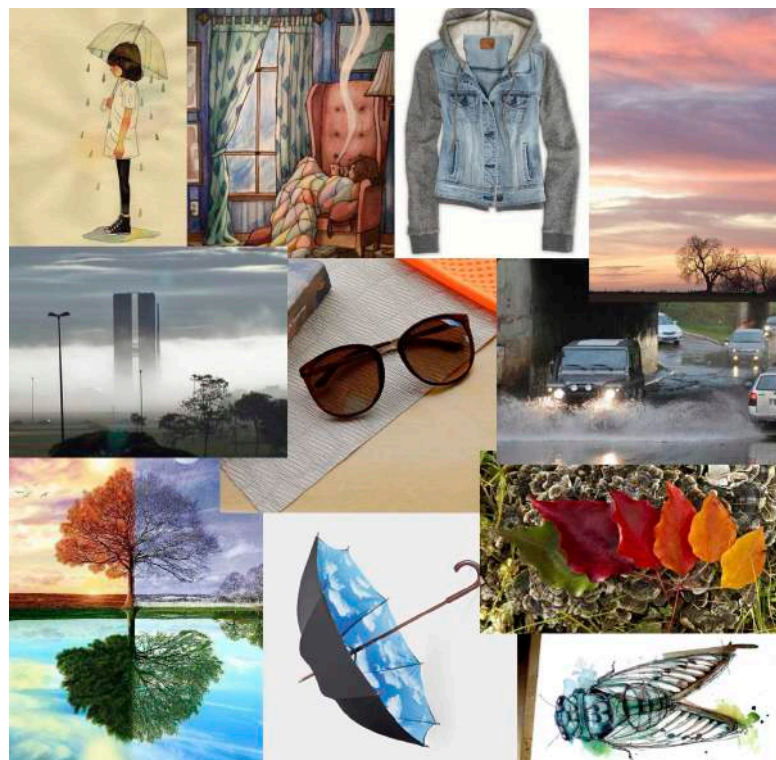
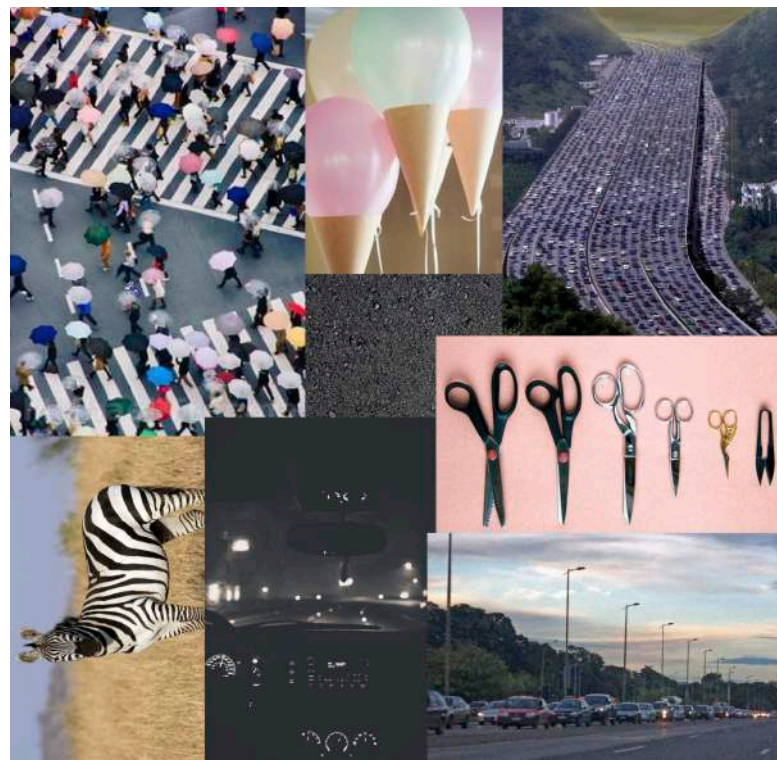


Figura 7 - Paineis referentes a “Brasília inteira vai”.



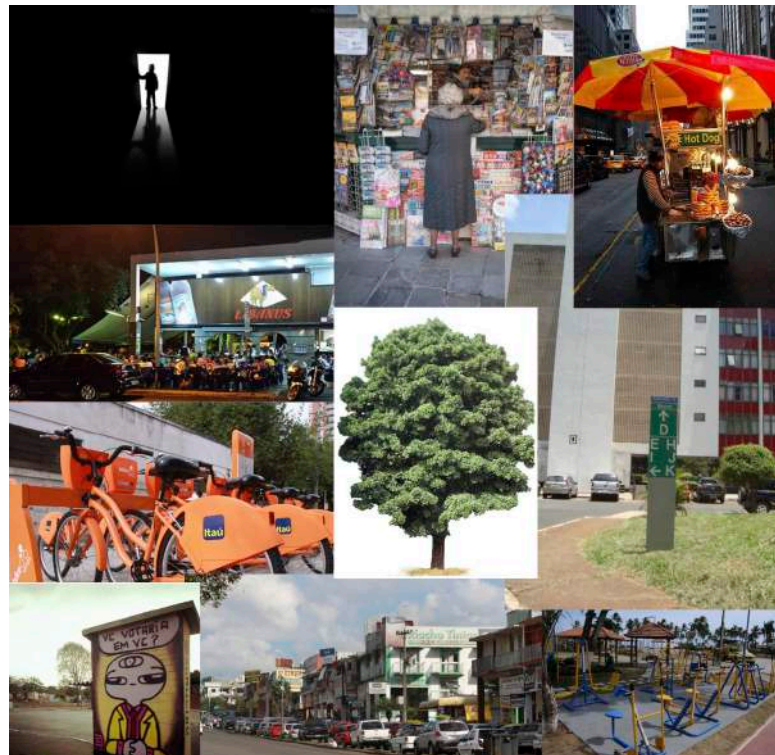
Figura 8 - Paineis referentes a “Mais carro que gente”.



**Figura 9** - Paineis referentes a “O céu é o mar”.



**Figura 10** - Paineis referentes a “Nem beco, nem esquina”.



### **3.4 Requisitos**

Passando à fase seguinte do projeto, percebeu-se a necessidade de destrinchar requisitos para o desenvolvimento do produto em si, a partir das exigências descobertas durante o processo de pesquisa teórica prévia e referências visuais.

#### *3.4.1 Azulejo*

Com a intenção de fazer um contraponto com a ideia de azulejo, elemento particular da arquitetura de Brasília, os lambe-lambes receberiam o formato de um quadrado. Os originais medem 15x15cm; porém, para melhor visualização das intervenções, preferiu-se usar as medidas de 30x30cm, levando em consideração que as pessoas, na maioria dos casos, verão de longe e em movimento.

Essa escolha se deu por inspiração no trabalho de Athos Bulcão, artista que adotou Brasília, e nela se inspirou para produzir azulejos e painéis de integração revelando grande sensibilidade para intervenções em espaços públicos, produzindo obras que se incorporam harmonicamente à paisagem e estão acessíveis a qualquer cidadão.

#### *3.4.2 Contrastes*

A instalação dos lambe-lambes aconteceria em locais de passagem, com o objetivo de transmitir uma sensação de novidade em um lugar comum, por onde as pessoas transitam diariamente. Para isso, seria necessário abusar do contraste de texturas e cores com as paredes nas quais seriam feitas as intervenções, intencionalmente chamando a atenção de quem passar por elas.

Também a escala dos pôsteres deveria ser proporcional à distância entre o público e o painel, devendo ser escolhida de acordo com o espaço em que ele será fixado. Por isso, cada tema receberia uma disposição diferente entre os azulejos lambe-lambe, o que será melhor detalhado na continuação do trabalho.

### 3.4.3 Forma orgânica

Para sair do convencional, pretendeu-se também fazer uso de formas orgânicas e mais detalhadas para compor as texturas/padrões visuais e, assim, evitar uma visão estereotipada da cidade, em que os elementos modernistas se sobressaem a quaisquer outros. A intenção é, principalmente, mostrar a possibilidade de produção local sem utilização dos mesmos traços ou formas geométricas.

### 3.4.4 Aplicação

Cada série de lambe-lambes seria aplicada em um lugar diferente da cidade, onde o tema da intervenção urbana possa conversar com o ambiente.

a) UnB: a Universidade de Brasília se caracteriza por ser um ponto de frequentes encontros entre pessoas. Trata-se de um lugar grande, tradicional e que conta um pouco da história da cidade. Desde sua criação, é um local em que as pessoas se cruzam “do sul ao norte” e essa particularidade possibilitou perceber que a primeira série de lambe-lambes se adequa às condições propostas pelo lugar. Ou seja, o tema entra em acordo com o contexto, “Brasília é um ovo” remete a essa pequena distância entre os brasilienses.

b) Parada de ônibus: seria escolhida uma parada de ônibus pelo Plano Piloto para receber a série “Tempo imprevisível”, por ser onde as pessoas costumam se proteger tanto do sol, quanto da chuva.

c) Parque da Cidade: por ser um lugar para entretenimento bastante frequentado nos finais de semana e comumente reunir os brasilienses em diversos eventos, receberia a série “Todo mundo vai”, que procura representar o movimento das pessoas em dia de encontros organizados.

d) Tesourinha: a tesourinha faz parte dos lugares que lotam com o trânsito, é a passagem que mais interage com os carros. Por isso, seria nela a aplicação da série “Mais carro que gente”.

e) Passagem subterrânea: A passagem subterrânea foi escolhida para receber a série “O céu é o mar”, por fazer o contato entre o escuro e o claro, o baixo e o alto, é onde o céu afunda na terra, criando a relação com o mar.

f) Babilônia: “Nem beco, nem esquina” seria aplicada na quadra 205/206 norte, representando o planejamento das quadras residenciais que não previam becos, nem esquina.

O processo de escolha dos locais se baseou na intenção de aproveitar espaços típicos da cidade, de grande fluxo de transeuntes, e com os quais grande parte da população se identifica, por estarem presentes no cotidiano urbano.

### **3.5 Criação de alternativas**

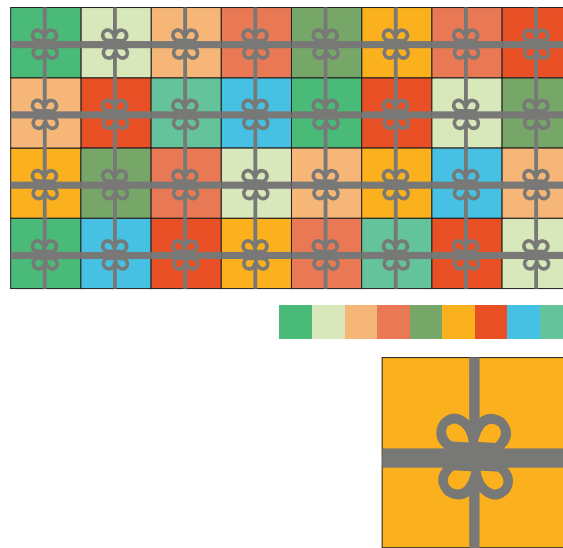
Com o processo de inspiração para criação das texturas e padrões visuais descrito anteriormente, partiu-se para a prática. Algumas alternativas foram criadas para cada característica previamente selecionada. Todas as opções desenvolvidas exigiram um *brainstorm* de palavras que pudessem ser relacionadas com o tema trabalhado.

O processo de escolha das cores e de definição da disposição dos módulos visou permitir a utilização das peças em diferentes ângulos, formando diversos painéis com texturas distintas.

A primeira, “Brasília é um ovo”, se resumiu à ideia de conexão, proximidade, contato, rede de pessoas, ligação. Também foram pensados elementos da cidade que poderiam ser usados na representação dessa característica brasiliense, como: cobogó, tesourinha, flor de ipê.

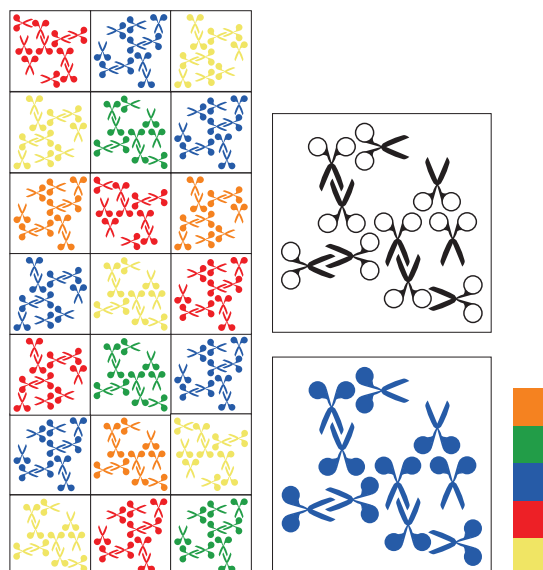
Para uma das alternativas desenvolvidas, pensou-se em criar um gráfico de conexão entre as tesourinhas, partindo do conceito de conectar as ruas, de criar passagens. Dessa forma, pôde-se definir a caracterização da proximidade entre as pessoas que vivem em Brasília.

**Figura 11** - Imagem explicativa do processo de criação referente a “Brasília é um ovo”.



A seguir, a segunda alternativa para a mesma característica. Já nessa opção, foi usada a forma de uma tesoura substituindo a famosa “tesourinha” (vias de trânsito), para formar um *link* que representasse a conexão entre as pessoas que vivem em Brasília. A escolha das cores se deu com o propósito de colorir o ambiente onde será aplicado este lambe-lambe, subsolo da UnB.

**Figura 12** - Segunda imagem explicativa do processo de criação referente a “Brasília é um ovo”.



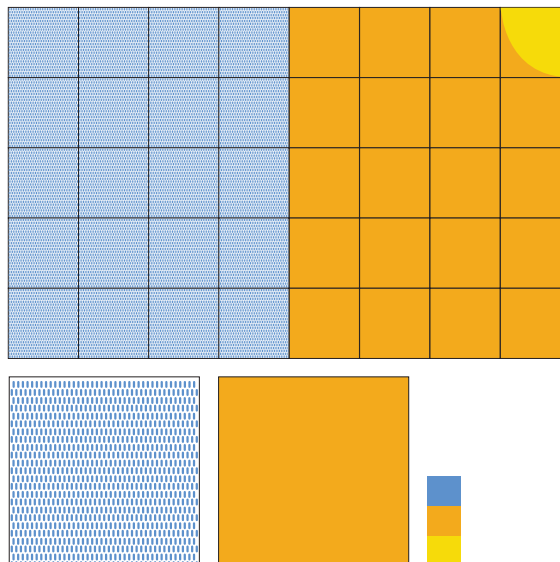
Já para o aspecto da imprevisibilidade do tempo, o *brainstorm* foi feito a partir de ideias como mudança de cores do céu; lugares próximos com fenômenos



meteorológicos diferentes; estação do ano sendo representada através das flores, da grama ou até da cigarra, muito presente nas árvores das entrequadras; tesourinha alagada; parada de ônibus como proteção.

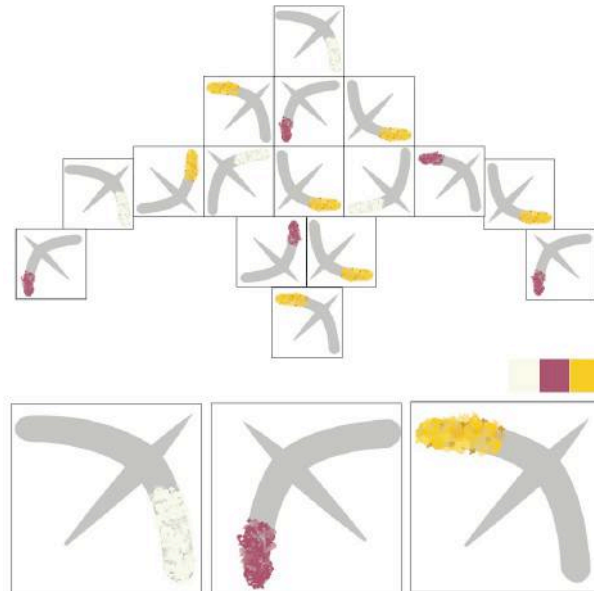
A ideia inicial foi representar um mesmo lugar com duas situações climáticas diferentes. Levando em consideração que os lambe-lambes serão aplicados em uma parada de ônibus, viu-se a oportunidade de criar um painel interativo, que incentivasse as pessoas a tirarem fotos simulando que estão na divisão entre a chuva e o sol.

**Figura 13** - Imagem explicativa do processo de criação referente a “Tempo imprevisível”.



Já o caso de “Brasília inteira vai” pode ser relacionado a conceitos como aglomeração, formigueiro, contraste entre cheio e vazio, desordem, forma de um avião desequilibrado, acúmulo de elementos.

**Figura 14** - Imagem explicativa do processo de criação referente a “Brasília inteira vai”.

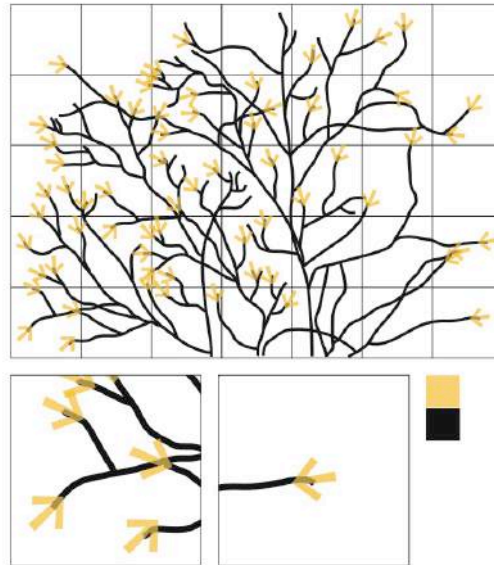


Então, a partir do traçado arquitetônico do Plano Piloto, elaborado por Lucio Costa, criou-se um avião estilizado, para representar Brasília. As flores de ipê aglomeradas em algum ponto das asas representam as pessoas, mostrando a cidade em desequilíbrio nas ocasiões em que há algum evento aonde grande parte da população vai.

As flores estão sobrepostas e receberam opacidades diferentes, para transmitir uma multidão diversificada. Já as cores foram pensadas partindo das três florações de ipê existentes na cidade: amarelo, rosa e branco. E cinza para o caso dos aviões, representando o concreto. Além disso, os lambe-lambes serão dispostos em forma geométrica que lembre um avião.

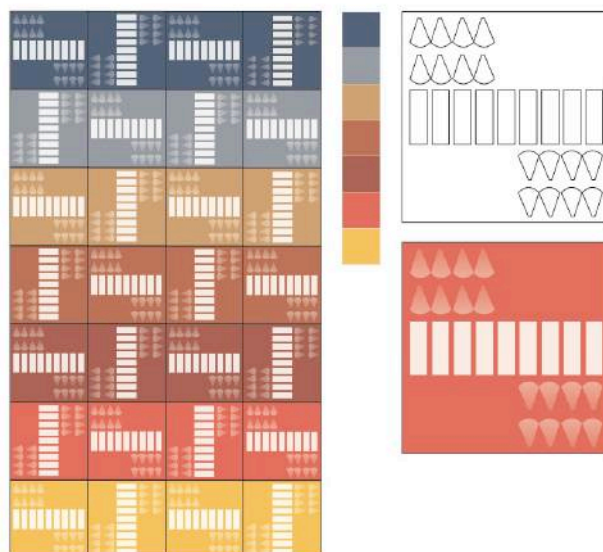
Outra alternativa para essa mesma característica foi utilizar o que a sinalização da cidade tem de mais particular: as setas estilizadas das placas, além dos galhos secos das árvores. Nessa textura, elas representam o movimento da cidade em dia de evento. A cor escolhida para as setas foi amarelo para simular as flores de um ipê.

**Figura 15** - Segunda imagem explicativa do processo de criação referente a “Brasília inteira vai”.



Para “Mais carro que gente”, foi possível remeter aos elementos da hora do *rush*, por exemplo, a faixa exclusiva para ônibus, sinalização de trânsito, cruzamentos na W3, paradas de ônibus cheias, zebra (Sistema de Serviço Especial de Transporte de Vizinhança), repetição de elementos, ritmo, pôr do sol.

**Figura 16** - Imagem explicativa do processo de criação referente a “Mais carro que gente”.



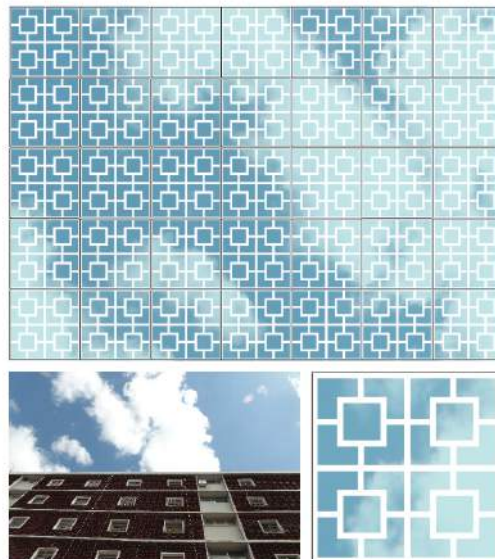
Utilizaram-se, nesse conceito, a faixa de pedestre e os faróis dos carros, chamando atenção para o contraste entre a quantidade de pedestres e de carros

nas ruas. O pôr do sol da hora do *rush* e suas cores em *dégradés* ajudaram a compor o fundo dos módulos.

Em relação ao céu de Brasília, os conceitos de amplitude, *nuances* de cores, nuvens, pássaros, altura, torre de TV, Congresso Nacional, Catedral, elementos do céu no lago (vice-versa), céu recortado através dos galhos secos/cobogós, horizonte vieram à tona. Uma das alternativas de representação foi mostrar a amplitude do céu através dos cobogós.

Para a composição do painel foi utilizada uma fotografia autoral tirada na SQS 106 e adaptada para permitir uma melhor tonalidade para a composição dos módulos junto às formas dos cobogós.

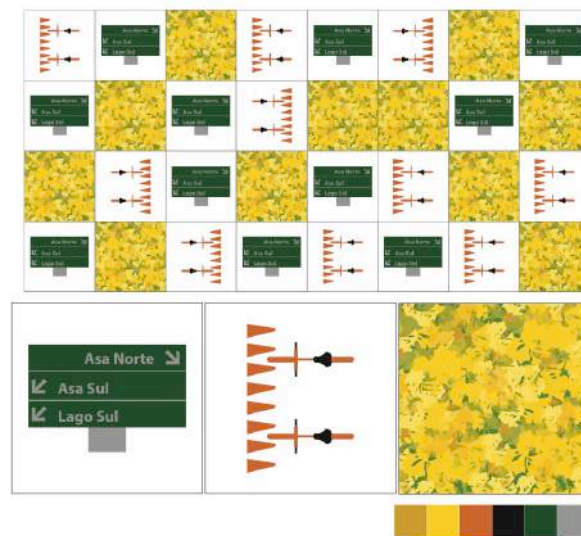
**Figura 17** - Imagem explicativa do processo de criação referente a “Céu é o mar”.



Já para representar a não existência de beco e esquina em Brasília, a proposta partiu dos conceitos de mapa, quadras residenciais e comerciais, lojas em sequência, círculo, barraquinha de cachorro-quente, bar, banca de revista, pracinha.

Uma das ideias se resumiu em usar elementos que estão presentes nesses lugares, como placa de sinalização, flores no chão e bicicletas. As cores utilizadas foram as reais de cada item.

**Figura 18** - Imagem explicativa do processo de criação referente a “Nem beco, nem esquina”.



### 3.6 Intervencionando o urbano

Os temas que receberam duas alternativas de representação, “Brasília é um ovo” e “Brasília inteira vai”, passaram por um processo de seleção das melhores delas. Os requisitos para a escolha foram subjetivos. Acredita-se que a segunda opção do primeiro tema (figura 12, p.37) e a primeira do segundo (figura 14, p.39) representam melhor o conceito proposto.

Com os leiautes dos lambe-lambes prontos e selecionados, o próximo passo foi levá-los à gráfica para que fossem produzidos em forma de painéis com doze módulos cada, facilitando a produção e reduzindo custo e tempo. A impressão foi feita em papel AP75 com as medidas de 120x90cm e os painéis exigiram o corte de cada peça, que foi feito à mão.

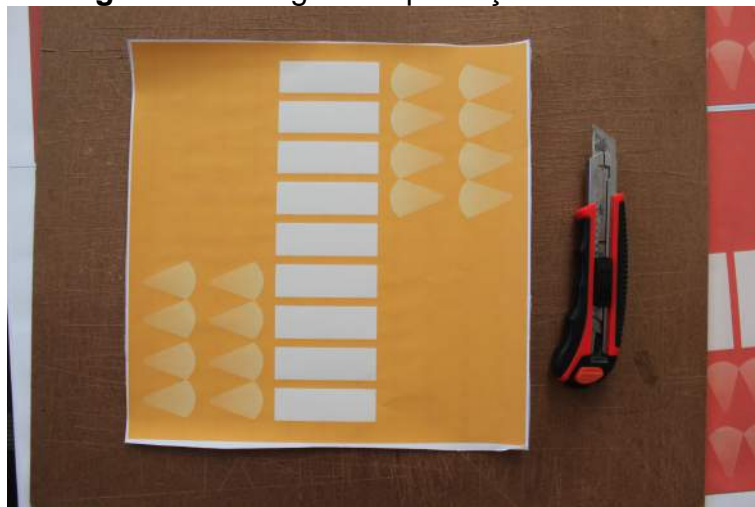
**Figura 19** - Imagem da produção dos lambe-lambes.



**Figura 20** - Imagem da produção dos lambe-lambes.



**Figura 21** - Imagem da produção dos lambe-lambes.



**Figura 22** - Imagem da produção dos lambe-lambes.



Em seguida, a etapa prática se resumiu em produzir a cola. Diluiu-se um litro de cola branca plástica em dois litros de água, o que rendeu uma mistura suficiente para a colagem de 200 lambe-lambes.

**Figura 23** - Imagem da produção da cola.



O processo de aplicação dos lambe-lambes se deu no sábado (16) e no domingo (17) de maio durante o dia, devido à maior segurança e para conseguir melhor qualidade nas fotos. Cada painel levou em torno de cinco minutos para ser finalizado e, para estar de acordo com a proposta deste projeto, as intervenções urbanas foram espalhadas entre a Asa Norte e a Asa Sul.

Em todos os casos, os materiais usados para colagem foram um rolo de pintura, um pincel grosso e cola. Para registrar todo o processo, foram usadas uma câmera fotográfica digital e uma câmera GoPro.

O primeiro painel aplicado foi o referente à característica “Brasília é um ovo”. O local escolhido foi o subsolo do Instituto Central de Ciências da UnB, mais conhecido como minhocão.

**Figura 24** - Imagem do painel de lambe-lambes “Brasília é um ovo”.



Já o segundo, representando o tema “Nem beco, nem esquina”, foi colado na entrada para a passagem subterrânea da comercial da 206 norte. A intenção do painel foi caracterizar a formação de uma esquina literalmente, sendo aplicado na dobra da parede.

**Figura 25** - Imagem do painel de lambe-lambes “Nem beco, nem esquina”.





A terceira aplicação foi do tema “Tempo imprevisível”, na parada de ônibus da L2 norte, altura da 406, no lado voltado para a quadra residencial.

**Figura 26** - Imagem do painel de lambe-lambes “Tempo imprevisível”.



O seguinte painel foi referente ao “Céu é o mar”, aplicado na passagem subterrânea da 102 sul, por ser um local de bastante movimento, pois é acesso à rua das farmácias e ao Hospital de Base.

**Figura 27** - Imagem do painel de lambe-lambes “Céu é o mar”.



Já os lambe-lambes “Mais carro que gente” foram montados e colados na tesourinha da 206 sul. A dificuldade experienciada nessa aplicação deve-se ao pequeno espaço livre existente entre a rua e a parede, exigindo rapidez e maior atenção no processo.

**Figura 28** - Imagem do painel de lambe-lambes “Mais carro que gente”.



Por último, o tema “Brasília inteira vai” foi colado em um mural do Parque da Cidade, no estacionamento 3.

**Figura 29** - Imagem do painel de lambe-lambes “Brasília inteira vai”.



## CONCLUSÃO

A experiência de transformar o abstrato em concreto, participando efetivamente do momento de arte urbana, pôde demonstrar que o potencial artístico da cidade é grande e que a produção local tende a crescer.

Este projeto possibilitou ir a lugares ainda desconhecidos, o que propiciou um contato mais estreito com a realidade de uma Brasília menos estereotipada. Pôde-se perceber a existência de manifestações artísticas espalhadas pela cidade, revelando que a efervescência cultural não se dá apenas nos eventos organizados, mas está presente em todas as áreas, tornando artistas desconhecidos parte do movimento cultural local e fortalecendo a identidade urbana. Também despertou um sentimento de respeito aos trabalhos artísticos encontrados, gerando uma preocupação em não aplicar os lambe-lambes sobre eles.

Essa vivência ampliou o interesse em prosseguir nesse processo de criação de intervenções urbanas, como forma de inserção nesse significativo movimento de efervescência cultural de Brasília. Os painéis elaborados não foram assinados propositalmente, a fim de possibilitar um compartilhamento de autoria através da interação coletiva e da interpretação individual. A partir disso, surgiu a reflexão sobre provável assinatura nos futuros trabalhos, determinando, assim, uma identidade pessoal às criações e facilitando o reconhecimento delas por parte do público.

Após a aplicação dos painéis, acompanhou-se cada um deles semanalmente, observando o envolvimento das pessoas. Essa interação se deu, em alguns casos, por meio da danificação ou destruição dos lambe-lambes e, com isso, pôde-se refletir como a arte de rua, ao fazer parte do espaço público, está sujeita a qualquer tipo de reação.

Assim, partindo do princípio de que o BRASÍLIME se integrou ao urbano de forma artística, envolvendo as pessoas e a cidade a cada nova interpretação, chega-se à conclusão de que o projeto não teve um fim, ele seguirá gerando novos impactos e atingindo mais pessoas indefinidamente. Criação e criador inserem-se no espaço urbano brasiliense, local de inúmeras potencialidades criativas, muitas ainda a serem exploradas, e onde “as águas do Paranoá viram nuvens e ficam paradas no ar”.

## REFERÊNCIAS

BAITELLO, Norval. **A era da iconofagia**. São Paulo: Paulus, 2014.

BÍLÁ, Gabriela. **O novo guia de Brasília**. Brasília: do Autor, 2014.

BIOGRAFIAS. **Athos Bulcão**: artista plástico. Disponível em:  
<<http://www.biografia.inf.br/athos-bulcao-artista-plastico.html>>. Acesso em:  
Maio/2015.

BOX1824. **Pesquisa o sonho brasileiro**. 2011. Disponível em:  
<<http://pesquisa.oonhobrasileiro.com.br/indexi2.php?id=148>>. Acesso em:  
Abril/2015.

BRAGA, Andrea; FALCÃO, Fernando. **Guia de urbanismo, arquitetura e arte de Brasília**. Brasília: Fundação Athos Bulcão, 1997.

CAMPBELL, Brígida; TERÇA-NADA, Marcelo. **Intervalo, respiro, pequenos deslocamentos**. Disponível em:  
<[http://issuu.com/poro/docs/ebook\\_poro?e=1526189/6512211](http://issuu.com/poro/docs/ebook_poro?e=1526189/6512211)>. Acesso em:  
Abril/2015. [e-book]

CONCURSOSDEPROJETO.ORG. **Editais do concurso nacional do Plano Piloto da nova capital do Brasil**. 2010. Disponível em:  
<<http://concursosdeprojeto.org/2010/04/21/editais-concurso-brasilia/>>. Acesso em:  
Abril/2015.

CORREIO BRAZILIENSE. **Campanha #eusoubsb**. Disponível em:  
<<http://www.correiobraziliense.com.br/eusoubsb/>>. Acesso em: Abril/2015.

CORREIO BRAZILIENSE. **Turistas falam o que acham sobre Brasília**. 2014. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=XOYyHisTVGM>. Acesso em: Maio/2015.

COSTA, Danillo. Coletânea de design, *antiques* e arte. **Correio Braziliense**, 5 set/2014.

COSTA, Lucio. **Brasília revisitada**. 1985/1987. Disponível em:  
<<http://www.jobim.org/lucio/bitstream/handle/2010.3/3262/III%20A%2009-03051%20L.pdf?sequence=3>>. Acesso em: Março/2015.

COSTA, Lucio. **Brasília, cidade que inventei**. 1991. Disponível em:  
<[http://www.brasiliapoetica.blog.br/site/media/relatorio\\_plano\\_piloto\\_de\\_brasilia\\_web2.pdf](http://www.brasiliapoetica.blog.br/site/media/relatorio_plano_piloto_de_brasilia_web2.pdf)>. Acesso em: Abril/2015.

DAMIÃO, Wisgner; DIESEL, Ursula. **A despersonalização do lar**: o não-lugar como objeto de consumo da pós-modernidade. 2013. Disponível em:  
<<http://www.publicacoesacademicas.uniceub.br/index.php/arqcom/article/view/1967/2120>>. Acesso em: Março/2015.

FREITAS, Renata Oliveira. **Design de superfície: as ações comunicacionais táteis nos processos de criação.** São Paulo: Blucher, 2012.

FUENTES, Rodolfo. **A prática do design gráfico: uma metodologia criativa.** São Paulo: Rosari, 2009.

GREENPEACE. **Guia prático de como fazer lambe-lambes.** 2013. Disponível em: <<http://www.greenpeace.org/brasil/pt/Documentos/Guia-pratico-de-como-fazer-lambe-lambes-em-sua-cidade/>>. Acesso em: Abril/2015.

GUIMARÃES, Luciano. **A cor como informação.** São Paulo: Annablume, 2004.  
HERDY, Arthur; MEIRELES, Olívia. Aposta redonda: como empresas de Brasília se preparam para faturar alto na cidade que vai abrigar sete jogos da Copa do Mundo. **Veja Brasília**, n.9 , 24-28, fev/2014.

JINKINGS, Daniela. A cidade das duas estações. **Correio Braziliense.** 2010. Disponível em: <[http://stat.correioweb.com.br/cbonline/2010\\_04/50anos/bsb14-2104.pdf](http://stat.correioweb.com.br/cbonline/2010_04/50anos/bsb14-2104.pdf)>. Acesso em: Março/2015.

LUPTON, Ellen; PHILLIPS, Jennifer. **Fundamentos do design.** São Paulo: Cosac Naif, 2008.

MARQUEZ, Renata; CANÇADO, Wellington. **Na corda bamba: intervenções urbanas em dança contemporânea.** 2010. Disponível em: <<http://www.geografiaportatil.org/files/na-corda-bamba.pdf>>. Acesso em Abril/2015.

MUNARI, Bruno. **Design e comunicação visual.** São Paulo: Martins Fontes, 2001.

NEIVA, Ana Arruda. **Novos pioneiros - arte.** 2014. Entrevista concedida ao Retrato Brasília. Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=ZG9RN6\\_h1xE](https://www.youtube.com/watch?v=ZG9RN6_h1xE)>. Acesso em: Março/2015.

NEVES, Galciani. **Painel arte.** 2014. Entrevista concedida ao Retrato Brasília. Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=0-1Jc8b\\_4C0](https://www.youtube.com/watch?v=0-1Jc8b_4C0)>. Acesso em: Março/2015.

PANIZZA, Janaina F. **Metodologia e processo criativo em projetos de comunicação visual.** São Paulo: 2004.

RETRATO BRASÍLIA. A arte autossustentável. **Revista do Correio**, 2-11 set/2014.

REVISTA DO CORREIO. Brasília fora do papel. **Revista do Correio**, n. 487, set/2014.

RODOFERROVIÁRIA PRODUTORA. **Videocase Babilônia Norte.** 2014. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=BifL9d4b56Y>>. Acesso em: Março/2015.

RUTHSCHILLING, Evelise Anicet. **Design de superfície.** Porto Alegre: UFRGS, 2009.

SANTAELLA, Lucia; NOTH, Winfried. **Comunicação e semiótica**. São Paulo: Hacker, 2004.

SANTAELLA, Lucia. **Comunicação e pesquisa**: projetos para mestrado e doutorado. São Paulo: Hacker, 2002.

SCHONMANN, Hélio. **Lambe-lambre**. Disponível em:

<<http://www.belasartes.br/site/acontece/noticias?n=771>>. Acesso em: Maio/2015.

VIVA CAPITAL. **Museu virtual de Brasília**. Disponível em:

<[http://www.museuvirtualbrasil.org.br/PT/plano\\_piloto.html](http://www.museuvirtualbrasil.org.br/PT/plano_piloto.html)>. Acesso em: Março/2015.

## APÊNDICE - LISTA DE INICIATIVAS BRASILIENSES

Limonada Project: rede de eventos, que reúne produções locais. Disponível em: <<http://limonadaproject.tumblr.com>>. Acesso em: Junho/2015.

Picnik: projeto que une minifestivais de música com bandas, feiras gastronômicas, artesanato, moda, design, workshops de dança, espaço para meditação, prática de esportes aquáticos, brinquedos para crianças. Disponível em: <<http://projetodraft.com/picnik-mostra-a-forca-da-economia-criativa-de-brasilia/>>. Acesso em: Junho/2015.

Chef nos Eixos: evento gastronômico promovido pelo site Querocomer. Comida gourmet na rua, comida de chef a preço acessível, feira gastronômica, domingo no Eixão. Disponível em: <<https://www.facebook.com/chefsnoseixos>>. Acesso em: Junho/2015.

Céu com Cinema: festival de filmes ao ar livre, aproveitando o espaço urbano. Disponível em: <<https://www.facebook.com/ceucomcinemabsb>>. Acesso em: Junho/2015.

Experimente Brasília: projeto que proporciona experiências verdadeiras com brasilienses que vivem o lado mais legal da cidade, apaixonantes e que amam compartilhar a sua Brasília com visitantes. Disponível em: <<http://www.experimentebrasilia.com.br>>. Acesso em: Junho/2015.

O Novo Guia de Brasília: livro com informações sobre Brasília. Disponível em: <<https://www.facebook.com/novoguiadebrasilia>>. Acesso em: Junho/2015.

BSB Memo: loja de souvenirs e camisetas de Brasília. Disponível em: <<https://www.facebook.com/bsbmemo>>. Acesso em: Junho/2015.

Endossa: loja colaborativa. Disponível em: <<http://endossa.com>>. Acesso em: Junho/2015.

Cobogó: loja com conceito *vintage*. Disponível em: <<http://mercadocobogo.com.br>>. Acesso em: Junho/2015.

Brasília Conceito: loja de produtos que traduzem a singularidade de Brasília. Disponível em: <<https://www.facebook.com/BrasiliaConceito>>. Acesso em: Junho/2015.

Quadrado Brasília: um blog para retratar, conectar e ocupar Brasília. Disponível em: <<https://quadradobrasilia.wordpress.com>>. Acesso em: Junho/2015.

Quadradozinho: ilustração em quadrados de madeira produzidos artesanalmente. Disponível em: <<https://www.facebook.com/ilustreQuadradozinho>>. Acesso em: Junho/2015.

Retrato Brasília: projeto com patrocínio do Banco do Brasil e realização do CCBB e Correio Braziliense – propõe a construção de um mapa estético e comportamental da cultura jovem brasileira por meio de um estudo qualitativo de seus grupos e expressões mais relevantes em quatro grandes plataformas de atuação – Artes, Design, Empreendedorismo e Cultura Urbana. Disponível em: <<http://retratobrasilia.com.br>>. Acesso em: Junho/2015.

Aqui em BSB: coletivo de posts com características de Brasília. Disponível em: <<https://www.facebook.com/aquiemsbs>>. Acesso em: Junho/2015.

Coletivo Transverso: visa proporcionar de forma gratuita um olhar poético ao cotidiano dos passantes por meio de intervenções no espaço público. Disponível em: <<https://www.facebook.com/coletivotransverso/timeline>>. Acesso em: Junho/2015.

Estúdio Marujo: estúdio de *design* gráfico. Disponível em: <<https://www.facebook.com/EstudioMarujo>>. Acesso em: Junho/2015.



Estúdio Cajuína: busca integrar a multiplicidade de linguagens criativas, expressões em multimídia e o diálogo com todos os meios audiovisuais. Disponível em: <<http://www.estudiocajuina.com/home/>>. Acesso em: Junho/2015.

Estudio Cabine: escritório criativo de fotografia. Disponível em: <<http://estudiocabine.com.br/gallery/homepage/>>. Acesso em: Junho/2015.

Grande Circular: escritório de Design. Disponível em: <<http://www.grandecircular.com>>

Pântano de Manga: coletivo brasileiro de design e produção cultural, que atua em três frentes principais: Produtos, Projetos Culturais e Oficinas. Disponível em: <<http://pantanodemanga.com>>. Acesso em: Junho/2015.

Gurulino: personagem brasileiro criado em 2012. Disponível em: <<https://www.facebook.com/GurulinoBook>>. Acesso em: Junho/2015.

Enfeltrados: criações manuais feitas de feltro. Disponível em: <<http://enfeltrados.iluria.com>>. Acesso em: Junho/2015.

Pomb: *graffiti* e ilustrações. Disponível em: <<http://thalesfernando.com>>. Acesso em: Junho/2015.

Objeto Encontrado: galeria café. Disponível em: <<http://objetoencontrado.com.br>>. Acesso em: Junho/2015.

Tiger Saloon: espaço para *tattoo*, *piercing* e galeria. Disponível em: <[https://www.facebook.com/Tigerssaloon?ref=br\\_rs](https://www.facebook.com/Tigerssaloon?ref=br_rs)>. Acesso em: Junho/2015.

Ellen Oléria: cantora brasileira, vencedora do The Voice Brasil 2012. Disponível em: <<http://ellenoleria.com.br>>. Acesso em: Junho/2015.

Móveis Coloniais de Acajú: banda brasileira. Disponível em: <<http://moveiscoloniaisdeacaju.com.br>>. Acesso em: Junho/2015.