



Bar Temático: Breganight¹

Alex de Sales Melgaço²
Aline Almeida Silveira³
Cynara Bastos Marinho⁴
Luciana Guimarães Moraes Souza⁵
Marli de Almeida Dornelas⁶
Priscila Allen dos Santos Bertelli⁷
Raquel Gonzaga Pereira da Costa⁸
Professor: Julio Cesar Alessi de Carvalho Lafeta⁹
Centro Universitário de Belo Horizonte UNI-BH.

Resumo: O trabalho a seguir foi realizado na disciplina de Design e teve como proposta a criação de um projeto visual de um bar temático. O tema escolhido para o nosso bar foi o brega, que a partir de uma metodologia projetual desenvolvemos o projeto. Foi desenvolvido um sistema de identidade visual e uma maquete em 3D para melhor visualização da ambientação proposta.

Palavras-chave: Bar temático; design; identidade visual.

1 INTRODUÇÃO

Através de um projeto de identidade visual e design de ambientação, foi possível praticar conceitos básicos do design gráfico: composição, tipografia, cor, forma, legibilidade, funcionalidade e conceito. Com esse projeto os alunos tiveram a oportunidade de construir um sistema completo de identidade visual de um bar temático que forneceu o conceito base para a criação da marca e peças gráficas, gerando um manual de aplicação e uma representação em 3D digital.

¹ Trabalho submetido ao XVI Prêmio Expocom 2009, na Categoria Áreas Emergentes e Produção Transdisciplinar em Comunicação, modalidade Formatos Multimídias.

² Estudante do 7º. Semestre do Curso Produção Editorial, email: almelgaco@hotmail.com

³ Estudante do 7º. Semestre do Curso Produção Editorial, email: alinysilveira@yahoo.com.br

⁴ Estudante do 7º. Semestre do Curso Produção Editorial, email: cynarabh@gmail.com

⁵ Estudante do 7º. Semestre do Curso Produção Editorial, email: luciana_gms@yahoo.com.br

⁶ Estudante do 7º. Semestre do Curso Produção Editorial, email: marliad@ig.com.br

⁷ Estudante do 7º. Semestre do Curso Produção Editorial, email: priscilaallen@yahoo.com.br

⁸ Aluno líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso Produção Editorial, email: keul.gpc@gmail.com

⁹ Orientador do trabalho. Professor do Curso Produção Editorial, email: julioale@oi.com.br



2 OBJETIVO

O trabalho teve como principal objetivo a criação de um projeto de design de ambientação de um bar temático, com uma concepção de um ambiente agradável, alternativo e descontraído, para um público diferenciado, de classe A que fosse atraído pela temática, e diferenciais estéticos do bar, fora do padrão comum da sociedade. Como resultado do projeto era necessário a criação de um manual de aplicação da marca, com a normatização da identidade visual do bar que tem como nome e logomarca *Breganight*; além de uma representação em 3D.

3 JUSTIFICATIVA

O design de ambientação tem importante papel em projetos que visam criar ambientes comerciais com diferenciais estéticos e conceituais em busca de ambientes atrativos para públicos específicos. A criação de um projeto completo: identidade visual e design de ambientação é um importante exercício prático de técnicas e conceitos para desenvolver projetos na área, com um grande mix de peças gráficas e aplicações visuais baseadas em um conceito pré-estabelecido.

O professor Júlio Alessi definiu o tamanho da área que seria o bar com mezanino e deixou que o tema fosse escolhido pelo grupo. Após discussões sobre o assunto foi escolhido a produção de um bar brega. A atividade desenvolvida junto ao conteúdo da disciplina de Design exigiu um trabalho de reunião de elementos que representasse o visual “brega”. Dessa forma, através de um trabalho investigativo na busca de símbolos que pudessem reunir determinadas condições de significado, construiu-se uma identidade visual exclusiva e marcante.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Para desenvolvimento deste trabalho foi realizada pesquisas sobre tema para escolha elementos considerados brega que seriam utilizados na criação do projeto. Houve uma preocupação com a organização do espaço, uma área no nível da rua e um mezanino, para

que tivesse uma circulação interessante, tornando o mesmo um ambiente agradável. Tínhamos opção de fazer uma maquete para apresentação do projeto, ou uma representação em 3D. Foi escolhido o 3D digital pela facilidade de visualização do espaço, com as definições de cores, texturas, estampas e iluminação. Assim, fizemos uma parceria com um aluno do curso de Design Gráfico (uma vez que não temos acesso a esse tipo de programa no curso de Produção Editorial). Ele criou o 3D de acordo com a planta baixa que produzimos, mais as orientações de cada espaço, como deveria ser preenchido, com as delimitações de cores, texturas, estampas e iluminação.

Além disso, fomos orientados pelo professor a fazer um manual de identidade visual, com as normas e padrões de utilização de uma marca. Após estudarmos alguns exemplos como o da IPEAD, da FACE/UFMG (Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas Administrativas e Contábeis de Minas Gerais), fizemos um manual para nossa marca, *Breganight*. O manual representa a normatização exclusiva da linguagem visual, que é o meio em que se dá o processo de comunicação com as definições claras em relação ao uso da identidade visual, o que é de suma importância na consolidação da imagem da marca.

A partir do manual ficaram definidas as cores que podem ser utilizadas, tanto em CMYK e RGB quanto em Pantone. Estabeleceu-se o tamanho mínimo em que a marca pode ser utilizada, 50mm; além das aplicações: positivo sobre o branco, negativo sobre o preto e em fundos coloridos. Foi estipulada a tipografia institucional Família Harlow Solid talic e Família Arial e demonstramos, inclusive, as restrições na utilização da marca.



Ilustração 1: Aplicações da marca: positivo sobre o branco e negativo sobre o preto.

Também foi necessário a criação de outros produtos editoriais para que fosse aplicada a mesma identidade visual feita para a marca do bar. Então fizemos um cardápio, um avental,

que seria o uniforme dos funcionários do bar e um porta-copo.



Ilustração 2: Produtos com identidade visual da marca

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O design de ambientação do bar foi pensado desde sua entrada, onde teria um letreiro luminoso com o nome do bar.



Ilustração 3: Nome do bar com a identidade visual

Em relação à disposição dos imobiliários, foi planejado para que tivesse um local de dança em frente a um palco para apresentação de músicos. Ao lado do palco há um sofá de canto, com uma mesa e as outras ficam mais no meio do bar. À direita da entrada, possui um balcão, que fica de frente ao palco, com alguns bancos altos para quem preferir. Além desse espaço, há o

mezanino, um lugar mais tranquilo que serve para grupos que querem conversar mais à vontade, ou casais, com opção de escolher a música que desejam ouvir pelo jukebox. Também pode-se assistir shows, já que este fica de frente para o palco. Ele é fechado com vidro com uma plotagem de uma imagem brega, onde quem está na parte inferior não vê quem está em cima, porém do mezanino tem uma semi-visão da parte de baixo.



Ilustração 4: Imagem utilizada na plotagem do vidro do mezanino.

Todos os assentos do mezanino são pufes com estampas de zebra, vaca e onça. A iluminação do bar é mais difusa e indireta. Uma característica marcante é a presença de espelhos no fundo da parede do bar e do palco, além da escada e do contorno deste. As paredes possuem cartazes de ícones da música brega, como, Sidney Magal, Waldick Soriano, Reginaldo Rossi; além de alguns discos de ouro. Todas as mesas são redondas, imitando discos de vinil. As cadeiras são coloridas, o chão é quadriculado e o balcão do bar é todo com bolinhas de gude, protegido com um vidro temperado por cima. O efeito visual é demarcado pelas cores e o excesso de elementos decorativos que indicam o brega. Assim como imagens de ícones da música que remetem a conotação do brega. Os espelhos remetem ao visual dos anos 80 das casa noturnas, principalmente as danceterias. Os anos oitenta foram considerados por vários especialistas como o auge de um estilo e de uma cultura brega.



Ilustração 1: Orientação dos imóveis, com as estampas, cores e formatos.

6 CONSIDERAÇÕES

O trabalho nos indicou as diversas possibilidades de trabalho do Produtor Editorial, e serviu para compreendermos melhor o alcance da comunicação visual. Foi uma experiência interessante também, ao termos que lidar com um profissional de outra área, apresentando uma proposta de trabalho e orientando como deveria ser realizado, em uma dinâmica interessante de trabalho que sai das atividades fechadas de sala de aula e se abre para uma perspectiva metodológica mais ampla que envolve lidar com outros profissionais como ocorre na maioria dos trabalhos no mercado de trabalho.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DONDIS, Donis A.. **Sintaxe da linguagem visual**. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

FRUTIGER, Adrian. **Sinais e símbolos: desenho, projeto e significado**. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

KINDERLEY, Dorling. **Design do século**. São Paulo: Ática, 1997.

MUNARI, Bruno. **Das coisas nascem coisas**. São Paulo: Martins Fontes, 1998.



O valor do design: guia ADG Brasil de prática profissional do designer gráfico. São Paulo: Senac, 2003.

TAVARES, Mauro Calixta. **A força da marca: como construir e manter marcas fortes:** São Paulo: Harbra, 1998.