

Escola Superior de Artes e Design

**Relatório de Estágio/Projeto**  
Mestrado de Design Gráfico

**A CASA QUE CRESCE CONTIGO**  
Estudo de Design Gráfico e Design Social:  
Divulgação da Fundação António Luís  
de Oliveira

Ana Cláudia Fernandes de Almeida

**Caldas da Rainha**  
**Março de 2019**





## **A CASA QUE CRESCE CONTIGO**

Estudo de Design Gráfico e Design  
Social: Divulgação da Fundação António  
Luís de Oliveira

Relatório de Estágio de Mestrado apresenta-  
da ao IPL, realizada para obtenção de grau de  
Mestre em Design Gráfico sob orientação da  
Professora Isabel Barreto Fernandes.

Ana Cláudia Fernandes de Almeida

**Caldas da Rainha**  
**Março de 2019**



## **Agradecimentos**

Em primeiro lugar, agradeço à orientadora, Isabel Barreto Fernandes, pela ajuda neste relatório de estágio e pela dedicação e apoio notável da orientação deste estudo.

Agradeço também a equipa Time Out Lisboa, pela oportunidade de trabalho, disponibilidade e acompanhamento contínuo ao longo do período do estágio curricular.

Também quero agradecer, à Junta de Freguesia de Campolide, principalmente ao Presidente André Couto, à Fundação António Luís de Oliveira, e a toda a equipa, às crianças e jovens pela oportunidade, disponibilidade e colaboração neste período de estudo.

Agradeço à minha família, à minha mãe, ao Gonçalo e meus amigos, pela motivação e apoio que me dispensaram, pois sem eles não poderia ter alcançado o resultado do presente relatório de estágio.

Por último, deixo um especial agradecimento à Time Out, por me ter proporcionado a oportunidade de ingressar no estágio profissional.

# Índice

05	Agradecimentos	46	2.5. Caso de Estudo
06	Índice	46	2.5.1. Enquadramento e Objetivos
07	Índice Imagens	47	2.5.2. Fundação António Luís de Oliveira
08	Resumo	48	2.5.2.1. Localidade - Campolide
09	Abstract	49	2.5.2.2. Síntese Histórica
10	Introdução	51	2.5.2.3. Coletividades e Associações no Bairro
		51	2.5.3. Público Alvo
	<b>CAPÍTULO I</b>	52	2.6. Processo de trabalho
	<b>ESTÁGIO</b>	52	2.6.1. Recolha de dados
14	1.1. Introdução	53	2.6.1.1. Questionários   Jovens
15	1.2. Time Out	53	2.6.1.2. Questionários   Colaboradores
17	1.3. Redação	53	2.7. Análise dos Resultados
18	1.4. A Publicação	54	2.7.1. Resultados dos questionários   Jovens
20	1.5. Integração na Equipa	58	2.7.2. Resultado   4º Questão
21	1.6. Metodologia e Processo de Trabalho	59	2.7.3. Resultados dos Questionários   Colaboradores
22	1.7. Calendário	64	2.8. Observação Direta
22	1.8. Trabalho Realizado	65	2.9. Reflexão II
22	1.8.1. Fase I - Adaptação	67	2.10. Proposta Prática
23	1.8.2. Fase II - Integração	67	2.10.1. Objecto Gráfico
24	1.8.3. Fase III – Concretização	67	2.10.2. Estudos Criativos
24	1.9. Projetos Após Estágio	70	2.10.3. Estruturação
24	1.9.1. Bar Awards 2017	71	2.10.4. Formato
27	1.10. Reflexão I	71	2.10.5. Layout
		72	2.10.6. Cor
		72	2.10.7. Tipografia
		72	2.10.8. Logotipo
		73	2.10.9. Elementos gráficos
		73	2.10.10. Material
		74	2.10.11. Orçamentos
		75	2.11. Proposta Final
		78	2.12. Validação JFC
30	2.1. Design Social	80	Conclusão
31	2.1.1. A importância e responsabilidade	82	Referências bibliográficas
33	2.2. Design gráfico	84	Anexos
34	2.2.1. O papel atual do Design Gráfico		
35	2.2.2. O papel social do Designer Gráfico		
36	2.3. Design Editorial		
37	2.3.1. Publicação		
37	2.3.1.1. Infografia		
38	2.4. Referências de Estudo		
39	2.4.1. Referência I		
40	2.4.2. Referência II		
42	2.4.3. Referência III		
43	2.4.4. Referência IV		
44	2.4.5. Referência V		

## Índice de Imagens

Fig.1 - 1ª Capa Time Out Londres	15
Fig.2 - 1ª Capa Time Out Lisboa	15
Fig.3 - Fotografia - Redação	16
Fig.4 - <i>Layout</i> Grande Alface	18
Fig.5 - <i>Layout</i> Na Cidade	18
Fig.6 - <i>Layout</i> Livros	19
Fig.7 - <i>Layout</i> Palco	19
Fig.8 - Paginação 2 Por 1	22
Fig.9 - Paginação Séries	23
Fig.10 - Paginação Noite	23
Fig.11 - Paginação Grande Alface	23
Fig.12 - Logotipo - <i>Bar Awards</i> Lisboa 2017	25
Fig.13 - Infografia - <i>Bar Awards</i> Lisboa 2017	26
Fig.14 - Capas - Livros Coleção Zero Desperdício	39
Fig.15 - Campanha publicitária - "A Avó veio trabalhar"	40
Fig.16 - Actividades: bordar e serigrafia	41
Fig.17 - Logotipo - "Design é Preciso"	42
Fig.18 - Processo e metodologia da organização	42
Fig.19 - Representação dos pictogramas	43
Fig.20 - Processo e desenvolvimento dos pictogramas	43
Fig.21 - Fotografias - Livro "Zonzo: Investigadores Urbanos	44
Fig.22 - Mapa - Lisboa: Bairro e Freguesias, 2018	48
Fig.23 - Logotipo - 1ª versão	68
Fig.24 - Logotipo - Versão final	68
Fig.25 - Infografia - Conteúdo visual	69
Fig.26 - Definição do conteúdo visual/ textual	69
Fig.27 - Estruturação	70
Fig.28 - Formato	71
Fig.29 - <i>Layout</i>	71
Fig.30 - Logotipo - A CASA QUE CRESCE CONTIGO	72
Fig.31- Elementos gráfico - Infografia	73
Fig.32 - Fotografias - Proposta final	76

## Resumo

O presente relatório deve ser entendido como uma reflexão teórica/prática sobre a importância do contributo do design social e do designer gráfico no contexto da Fundação António Luís de Oliveira, em Campolide, como o projeto prático e sobre a importância do estágio curricular na revista Time Out, em Lisboa e o design editorial.

O objetivo deste relatório consiste em entender a responsabilidade do design social na sociedade e perceber em que aspetos o designer gráfico pode contribuir para preservar a sua importância e evolução. O trabalho tem ainda como objetivo descrever o estágio curricular realizado e apresentar o estudo de aplicação prática relacionado com uma realidade social num bairro em Lisboa. Está dividido em três capítulos: a Apresentação do Estágio, o Estudo Teórico-Prático e a Aplicação Prática.

Primeiramente foi realizada uma pesquisa, seleção, estruturação e síntese da informação recolhida em contexto empresarial na redação. Depois, o processo de análise exigiu, um enquadramento teórico onde foi abordada a importância do design social e do design gráfico, o papel atual do design gráfico e o papel social do designer gráfico. Este capítulo, conclui com casos de estudo sobre projetos de design social. Por último, foi desenvolvido uma publicação para divulgar e promover a FALO. O estudo prático, apresenta ainda uma validação pela Fundação do objeto gráfico desenvolvido.

Após discutidas as questões relativas ao processo de trabalho e desenvolvimento prático do projeto, foram registados os resultados que determinaram as conclusões e as aprendizagens e as competências necessárias para aplicar na vida profissional.

**Palavras-Chave:** Design Gráfico, Design Editorial, Design Social, Intervenção Local.

## Astract

This report must be understood as a theoretically/ practical reflexion about the importance of the contribute of social design in the context of António Luís de Oliveira's foundation, in Campolide, as a practical project about the importance of the curricular internship for Time Out magazine in Lisbon and the relevance of editorial design.

The purpose of this report consists in understanding the responsibility of social design amongst society allowing to find out in wich ways the graphic designer can contribute to preserve its importance and for its evolution. It is also one of the paper's main purposes to descibe the internship and to present the study on the practical aplication related to a reality context in a social housing locasted in Lisbon.

The paper is sectioned in three chapters: the presentation of the internship, the theoretical/ practical study and the practical implementation.

Primarily, a research has been conducted, followed by a selection, a structuring and a summary of the collected information within the business context of the magazine editorial.

Next, there was an analysis process that demanded for a theoretical framework in wich has been approached the social and graphic design's importance as well as the social role of the graphic designer.

This chapter, concludes in case studies about social design projects, the current role of the graphic design as well as the social performance of the graphic designer. At last, it has been developed a publication to disclose and promote foundation. The practical study also includes a validation of the graphic object from the foundation's board. After discussing the issues about the work process and development of the practical project, the results that determine the conclusions, knowledge and needed skills to apply professionally have been registred.

**Key-works:** Graphic design; editorial design; social design; local intervention

## Introdução

Após a realização do estágio curricular houve necessidade de realizar uma investigação, que depois de levantar muitas questões, teve como principal intenção desenvolver um projeto de interesse pessoal realizado segundo o tema design social.

Enquanto o estágio permite conhecer metodologias de trabalho e desenvolver competências técnicas na área do design editorial, os projetos de investigação, desenvolvem competências técnico-científicas. A análise de vários estudos e questões relacionadas ao campo de estudo aqui presente, procurou reunir informações acerca da área de estudo – Design Social, e sobre o objeto em estudo – a Fundação António Luís de Oliveira, procurando atender às necessidades da instituição.

Os projetos sociais são cada vez mais conhecidos e divulgados, e o seu impacto tem contribuído para melhorar as condições sociais anteriormente observadas. Também os aspetos do voluntariado pelos jovens adultos têm-se desenvolvido essencialmente através de organizações ou eventos coletivos.

No entanto, o trabalho de voluntariado de iniciativa individual pode resultar de forma muito positiva. Quando por exemplo a intervenção envolve crianças e jovens com necessidades específicas do foro familiar, a comunicação com eles pode ser facilitada, caso a abordagem seja feita por indivíduos também jovens e com vontade de ajudar. Na área do design gráfico, há muitas publicações que podem ser desenvolvidas com mais ou menos intervenção das comunidades. Um projeto gráfico que tem como principal objetivo a realização de uma publicação de modo a ajudar a divulgar uma instituição de cariz social, pode favorecer o envolvimento da comunidade e a integração das crianças e jovens da Fundação no meio, assim como também, realçar a importância do papel do design gráfico como meio privilegiado para aproximar a sociedade. Questões relativas ao processo de análise e desenvolvimento da publicação, como a estruturação da publicação, a definição das rubricas e o formato foram elementos pertinentes que só foram desenvolvidos após a informação obtida junto da comunidade da mesma.

O estudo de campo, sobretudo um primeiro contacto com a Fundação, pesquisas e resultados obtidos, estabeleceram parâmetros essenciais para desenvolver o projeto prático.

Contudo, a investigação pretende entender a importância do design social, a sua relação com o design gráfico, para capacitar a relevância do trabalho pretendido segundo a sociedade atual.



# CÁPITULO I

## ESTÁGIO

## 1.1. Introdução

Ao ingressar no Mestrado de Design Gráfico tivemos bastante interesse em aprofundar conhecimentos na área do Design Editorial. Ao longo do curso foi possível investigar e aperfeiçoar experiências nesse âmbito o que levou à escolha do modelo de estágio curricular para finalizar o Mestrado. A opção selecionada recaiu sobre uma redação de uma publicação, porque considerámos que fazia sentido aplicar os conhecimentos obtidos e perceber como funcionava uma organização desse tipo, o que produziam, o seu público-alvo, os temas tratados e o mercado de trabalho. O processo de procura não foi fácil, mas a nossa primeira opção para estágio foi aceite.

O estágio foi realizado na redação da revista Time Out Lisboa<sup>1</sup>, publicação de cultura e lazer sobre Lisboa. O motivo que fez procurar uma redação foi a curiosidade e interesse por perceber como funcionava uma equipa de redação, para além de querermos aprender sobre os processos e metodologias de trabalho dentro da mesma. Compreender a influência de trabalhar num espaço open space e aprender quantos colaboradores são necessários e qual a sua função na equipa.

Os principais objetivos que levaram à realização do estágio curricular na redação da Time Out foram:

- Vontade de adquirir competências técnicas e criativas;
- Compreender o processo e as metodologias de trabalho na área do design editorial;
- Integrar uma equipa profissional e no mundo real das redações;
- Adquirir experiência profissional por forma a valorizar aptidões pessoais;
- Desenvolver competências e métodos de trabalho que se aplicassem no desenvolvimento do trabalho teórico-prático.

---

1. Av. da Liberdade, 10, 4º. 1250-144, Lisboa, no antigo edifício cinema Condes.

## 1.2. Time Out

A Time Out é uma marca britânica, conhecida pelos seus guias turísticos e revistas semanais de roteiro e informação cultural. Foi lançada em Lisboa pelo grupo, em 2007. (Cardoso, 2007).

“Fascinated with the culture of 1960s London and a need for reliable information about what was going on, Tony Elliott founded Time Out in August 1968 during his summer vacation from Keele University. He produced the first edition on the kitchen table in his mother’s house in Kensington with £70, part of a recent twenty-first-birthday present from his aunt.” Time Out (2017)

Tony Elliot fundou a Time Out em Londres (Fig.1), mas depressa o negócio tornou-se numa marca de renome internacional. As revistas Time Out, têm como edições principais Londres, Nova Iorque e Chicago, e são uma compilação semanal, quinzenal ou mensal, conforme o país. São revistas que apresentam o roteiro de teatro, cinema, arte, moda e eventos, com artigos jornalísticos e críticas de cada redação independente. (Cardoso, 2007)

“Time Out has grown into the leading global media and entertainment brand which spans 108 cities in 39 countries and provides the very best inspiration, information and booking opportunities for the arts, entertainment, culture, food and drink, and shopping.” Time Out (2017)

Sendo uma revista cosmopolita está presente nas principais cidades mundiais, e tem uma edição dedicada a cada uma delas. O objetivo da revista é dar a conhecer aos leitores o que de melhor se pode fazer dentro de cada cidade. Em Portugal, a revista possui duas edições, Time Out Lisboa (Fig.2) e Time Out Porto<sup>2</sup> que é gerida por um diretor geral da Time Out Portugal.

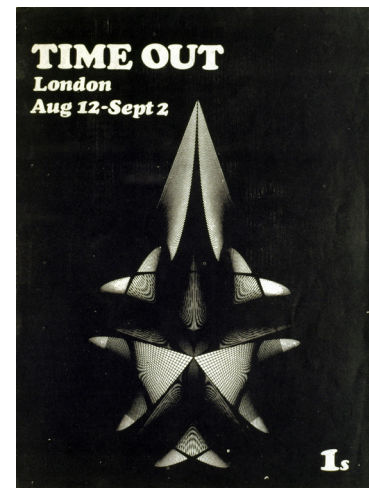


Fig.1. Primeira edição Time Out Londres, de 12 Agosto a 2 de Setembro de 1968.



Fig.2. Primeira edição Time Out Lisboa, de 26 de Setembro a 2 de Outubro de 2007.

2. A Time Out Porto foi lançada em Abril de 2010 com uma tiragem de 14 mil exemplares com periodicidade mensal.

Fig.3 . Redação; Fotografia: Manuel Manso



### 1.3. A Redação

A redação<sup>3</sup> é formada por cinco departamentos fundamentais para manter a organização e o funcionamento da revista:

1. O Departamento Editorial é composto pelo diretor, diretor-adjunto, jornalistas responsáveis pelas secções, *copydesk* e alguns colaboradores.
2. No Departamento de Arte estão integrados o diretor de arte e os designers, o coordenador de imagem e os fotógrafos;
3. O Departamento Comercial é formado pelo diretor e *accounts* comerciais;
4. O Departamento de Marketing é composto por um gestor e um produtor e assistente de eventos;
5. O Departamento Financeiro é composto por um gestor de contabilidade e um secretário que fornece assistência ao gestor e à redação.

À esquerda, (Fig.3) apresenta-se o espaço *open space* da redação como anteriormente foi referido.

---

3. A redação é composta por: **Coordenador de edição:** Controla todo o processo de edição, prazos, mantém o contato com os jornalistas, designers fornecendo material escrito e iconográfico; acompanha o designer no desenho da paginação final e aprovação para a gráfica; é responsável pelo conteúdo do número da revista e trabalha em colaboração com o diretor de arte, **Director de arte:** Responsável pela organização e hierquização dos conteúdos e por todo o material gráfico; **Editores:** Corrige os erros de textos, podendo também retificar erros de paginação tipográfica (palavras mal partidas, estilos mal aplicados, etc); **Jornalistas:** Responsável pela apuração, investigação e apresentação de notícias ou de outra informação; **Designers Gráficos:** Membros da equipa responsáveis pela maquetação e paginação da revista; **Copydesk:** Rescreve o texto, muda a construção das frases, dos parágrafos e dos títulos desde que o jornalista esteja de acordo **Gráfica:** Recebe dos designers as artes finais da publicação, produz provas de cor e faz chapas de offset, imprime dobra/vinca, agrafa os cadernos e encapa.

## 1.4 A Publicação

A revista é composta por dois temas tendo como principais assuntos novidades e curiosidades dentro da cidade de Lisboa e por onze secções, que são: Grande Alface (Fig.4), Na Cidade (Fig.5), Grande Ecrã, Livros (Fig.6), Palco (Fig.7), Música, Noite, Gay, Compras, Comer & Beber e Bastidores.



Fig.4. Layout - Master Grande Alface;



Fig.5. Layout - Master Na Cidade;



Fig.6. Layout - Master Livros;



Fig.7. Layout - Master Palco;

## 1.5 Integração na Equipa

O primeiro dia de contato com a equipa foi preenchido por uma visita de trabalho às instalações e por uma reunião. A reunião serviu para conhecer o trabalho realizado anteriormente. Foi analisado o portfólio, o tipo de grafismo, os aspetos estéticos e também a metodologia de trabalho. Seguiu-se uma breve apresentação dos projetos realizados, através da plataforma online *Behance*<sup>5</sup>. O trabalho editorial realizado no 1º ano de Mestrado, foi o projeto que suscitou maior interesse. Depois o diretor de arte mostrou como funcionava a revista e explicou o conceito geral de cada secção e rubrica.

Nos dias seguintes, e principalmente durante a primeira semana, iniciou-se o processo de integração na equipa de trabalho através de testes de conhecimentos gráficos na área editorial. Esses testes serviram para analisar a rapidez de trabalho e agilidade com os softwares requeridos. Para além daqueles, também tivemos de aprender a trabalhar com o programa *K4*<sup>6</sup>, que é fundamental para organizar a revista, assim como permite que os jornalistas escrevam nas respetivas páginas após estarem desenhadas.

---

5. Site onde os designers colocam os projetos, género de portfólio; 6. Programa que interage com a equipa e se organiza e relaliza a revista para depois imprimir.

## 1.6 Metodologia e Processo de Trabalho

O processo de trabalho, na sua generalidade, inicia-se sempre com apresentação de um *tema de capa*<sup>7</sup>. Todas as semanas existe a distribuição de tarefas a cada jornalista e a cada designer. Um designer faz o tema de capa, outro o tema secundário, ficando o terceiro responsável por desenhar as restantes secções<sup>8</sup> da revista. Após a reunião, tanto os designers como os jornalistas guiam-se por um plano realizado pelo diretor editorial. Esse plano determina o número de páginas, as páginas que pertencem a cada secção e por fim, o número e o espaço onde entra a publicidade. Tal como foi referido, os designers estão divididos por tarefas, uns por trabalhos mais criativos e outros por realizar a paginação na integra.

A revista após ser desenhada e escrita passa por três fases:

- 1ª Fase - Aprovação do *layout* e texto pelos editores seniores;
- 2ª Fase - Aprovação da página prova feita pela copydesk;
- 3ª Fase - Introdução dos *pdfs* no *insite*; Aprovação final das páginas; Último processo, envio para a gráfica.

Após todas as secções serem fechadas a revista é vista e revista de um modo geral, no programa - *Insite*<sup>9</sup> e depois de serem aprovadas são enviadas para a gráfica.

Nota: A revista normalmente é fechada à Segunda-Feira para estar nas bancas Quarta-Feira, este processo repete-se sempre todas as semanas, sendo que quando existe feriados a revista fecha um dia mais cedo.

---

7. É o tema principal da publicação que remete para a foto de capa; 8. Nome dado à divisão ou subdivisão composta pela publicação; 9. Programa onde se coloca os *pdfs* para os editores aprovarem a revista assim como para a gráfica imprimir.

## 1.7. Calendário

No cronograma são discriminadas as tarefas realizadas em cada fase do período de estágio curricular na redação da Time Out Lisboa. O estágio teve a duração de 16 semanas, de 14 de Dezembro de 2016 a 14 de Março de 2017, no total de 3 meses, com uma carga horária de 8 horas diárias - 405h totais. O cronograma (**Anexo A**) discrimina ainda as fases desenvolvidas durante esse período.

## 1.8 Trabalho Realizado

De seguida serão apresentadas as fases de trabalho realizado que foram pertinentes para a realização do período de estágio. A evolução do trabalho realizado, distinguimos três fases: Adaptação, Integração e Concretização.

### 1.8.1 Fase I - Adaptação 2 PRIMEIRAS SEMANAS

Nas primeiras semanas, iniciou-se o processo de integração na equipa. Como já referido, foram realizados testes de conhecimentos gráficos na área editorial e nos programas *Adobe InDesign*, o programa principal, *Adobe Photoshop* e *Adobe Illustrator*, de forma a testar a capacidade de trabalhar com esse *software*. Ainda assim, também foi necessário aprender a trabalhar com o programa *K4 Publishing System*, que é uma ferramenta fundamental para organizar a revista e dividir em várias categorias. O *K4 Publishing System*, é uma plataforma cruzada que vincula o *InDesign* e o *InCopy* a um banco de dados SQL para fornecer um sistema de fluxo de trabalho colaborativo adequado para grupos de trabalho individuais e empresas de publicação. Nesta fase paginámos secções relativamente simples, como o 2 Por 1 (**Fig.8**); Séries (**Fig.9**); Noite (**Fig.10**); Grande Alface (**Fig.11**).



Fig.8 Paginação 2 Por 1;



### 1.8.3 Fase III – Concretização 2 MESES

Na última fase já tínhamos autonomia e iniciativa para desenhar as secções principais da revista. Ficámos responsáveis por algumas secções que as tivemos de desenvolver todas as semanas. Ainda nesta fase, juntamente com o diretor de arte redesenhámos a revista Time Out Porto.

## 1.9 Projetos Após Estágio

Após terminar o estágio curricular foi-nos pedido para integrar profissionalmente a Time Out ao abrigo de um contrato de estágio profissional. Desse período (que se estendeu até Dezembro de 2017) seleccionámos dois projetos que considerámos relevantes.

### 1.9.1. Projeto - Bar Awards 2017

No evento Bar Awards 2017 teve como objetivo premiar os melhores bares e cocktails de Lisboa e foram divididos em categorias. Neste trabalho tivemos que desenvolver:

- a criação do logo para o site; (Fig.12)
- animações motion graphics para a apresentação do evento; (Fig.13)
- o desenvolvimento dos ícones
- o desenvolvimento do layout para as redes sociais;
- e também as artes finais para o evento.

TimeOut  
BAR AWARDS  
LISBOA 2017

Fig.12 - Logotipo *Bar Awards Lisboa 2017*;

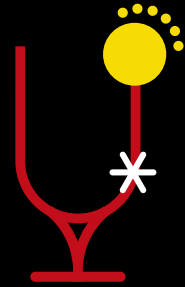
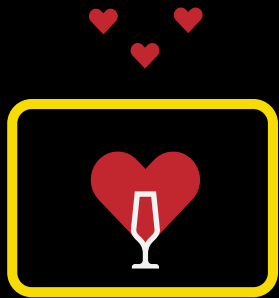


Fig.13 - Infografia - Bar Awards Lisboa 2017;

### 1.10 Reflexão I

Foi com grande persistência e alguma dificuldade que superei a etapa do estágio curricular de forma muito positiva e construtiva, quer a nível profissional quer pessoal. Foi bastante motivador trabalhar numa redação, a responsabilidade de desenhar uma revista não é de todo muito fácil, pois requer muita preocupação desde a fase de desenhar página, passando por todos os processos de edição até à última fase, a arte final.

O processo, como já foi referido – 1.5. Metodologias e Processo de Trabalho, foi um processo ao qual tive algumas dificuldades em adaptar-me, devido às fases importantes que são passadas. No entanto, requer muita atenção para não haver falhas para que a revista seja sempre impressa sem erros para os leitores. Ainda na fase de adaptação, o programa que utilizamos - k4 foi um processo de aprendizagem fácil e realizado com grande evolução.

Dentro da redação o contacto direto com os jornalistas foi enriquecedor e importante para percebermos o tema que vão escrever, entendermos se gostavam do layout que o designer aplicou, como também partilhar ideias e outras opiniões importantes para a evolução do trabalho do mesmo. Aprendi bastante com os meus colegas designers e com o resto dos colegas de redação. Tudo o que aprendi no Mestrado consegui aplicar no estágio sempre num progresso gradual de aprendizagem bastante positivo, o que para mim foi bastante importante e construtivo.

A Time Out, foi a minha segunda escola porque ensinou bases, regras e conceitos ao nível da área de editorial/paginação que desconhecia. Foi com grande motivação e aptidão que trabalhei com a equipa, de departamento de Marketing e Comercial a realizar projetos, como por exemplo: *Bar Awards Lisboa 2017*, foi um evento que teve uma dimensão importante tanto a nível de trabalho realizado por mim como pela sua importância.

Por fim, a Time Out foi o início de uma grande experiência na área que sempre ambicionei aprender e evoluir profissionalmente, e que após o estágio curricular ainda me proporcionou um estágio profissional, portanto considero que o estágio foi uma grande oportunidade para finalizar o meu mestrado e dar início à minha carreira profissional.



# CÁPITULO II

"A CASA QUE CRESCE CONTIGO"

Neste capítulo pretende-se compreender o significado de design social e entender a importância do papel e a responsabilidade do designer gráfico no contexto deste estudo. Ao longo do capítulo, para além destes aspetos, também abordaremos dois temas que fazem parte do desenvolvimento deste projeto - Design Gráfico e Design Editorial.

## 2.1 Design Social

O design social relaciona-se com a área do design que tende a preocupar-se com o papel do designer e sua responsabilidade na sociedade, sobretudo na questão da utilização do processo de design para realizar uma mudança social, no que diz respeito a melhorar o bem-estar do ser humano.

Na obra “Design For The Real World - Human Ecology and Social Change”, Victor Papanek (2011) refere a importância na participação e desenvolvimento de projetos com grande pertinência a nível mundial e onde se aplicam os princípios do design social.

“... applied the principles of socially responsible design in collaborative projects with concerns such as UNESCO and the World Health Organization.”  
(Papanek Foundation, 2011)

### 2.1.1 A importância e responsabilidade do Design Social

Papanek defendeu consistentemente a utilização do design como uma força para melhorar a qualidade de vida nos países em desenvolvimento e das comunidades periféricas na Europa e nos Estados Unidos. (Papanek Foundation, 2011). Segundo Papanek, os designers e outros profissionais da área contribuem para a responsabilidade do design social e estão habilitados a provocar mudanças reais através do desenvolvimento de um bom design.

“He travelled and published widely, and through intensive research incorporated the aesthetics and practices of vernacular design into his thinking and teaching.” (Papanek Foundation, 2011)

O design para a sociedade, consiste em desenvolver produtos que atendam às necessidades reais e específicas das comunidades menos favorecidas, social, cultural e economicamente assim como, de algumas populações, como pessoas com necessidades especiais devido à idade, saúde ou inaptidão. O design social relativamente à área profissional tende a atuar, com soluções que resultem na melhoria da qualidade de vida, em áreas onde não há intervenção do designer e nem interesse do mercado.

Na década de 60 e início da década de 70, Papanek chamou atenção para um design que entenda e solucione problemas da sociedade. Segundo um artigo de Pazmino (2007; 2), a responsabilidade do design frente a uma quantidade enorme de informação que geramos e que tentamos que seja rececionada e lembrada, mostra o que o design é capaz de fazer.

É também da responsabilidade do designer, gerar uma conscientização nas empresas nas quais trabalha, para que tenham o conhecimento e informação em educação social de forma a passar a mensagem à sociedade (não se preocupando apenas com o lucro). Sabemos que isto é importante para a “Income generation”, para completar a falta de empregos, mas não sabemos até que ponto as empresas estão realmente sensibilizadas para colaborar.

O autor tentou mostrar um caminho alternativo para o designer, o desenvolvimento de um design, não para o mercado em si, mas para o indivíduo, para a comunidade. (Papanek,1972)

Segundo o autor, é relevante recuperar as empresas através de informação pertinente facultada através do conhecimento de profissionais competentes, pessoas dignas e com criatividade para dar à sociedade uma oportunidade para mudar. É também é importante que as empresas tenham uma visão holística e clara da noção da mudança e das consequências que ela poderá trazer para a formação. Uma gestão que integre designers na equipa permite ter uma visão mais integrada e com mais preocupação com o destino final, permeando toda a empresa desde o desenvolvimento de produtos e serviços, até à comercialização.

## 2.2 Design Gráfico

O significado do termo “design gráfico” tem várias interpretações. Segundo Frascara (2000; 19), usa-se para referir o processo de programar, projetar, coordenar, selecionar e organizar uma serie de elementos e fatores que culminam num objeto gráfico. A palavra design também pode ser usada em relação a objetos criados pela mesma atividade. A palavra gráfico significa desenhos, gravuras, figuras gráficas (ícones), e como podem ser usados em vários contextos.

O termo “design gráfico” passa a ter um significado relevante e a ser a designação de uma profissão, cuja atividade é, em geral, uma ação de conceber, programar, projetar e realizar a comunicação visual por meios industriais, destinados a transmitir mensagens específicas a determinados grupos.

*“A graphic designer is who create ideias, manipulates words and/or pictures, and generally solves problems of visual communication”. (Peter Gorb, 1978)*

Portanto, um designer gráfico é um especialista em comunicação visual e o seu trabalho relaciona-se com todos os passos do processo de comunicação num contexto. A ação de criar um objeto visual é o aspeto que faz parte desse processo, o qual tem os seguintes aspetos:

1. Definir o problema;
2. Desenvolver objetos;
3. Conceber estratégia comunicação;
4. Visualização;
5. Programação do produto;
6. Supervisão do produto;
7. Avaliação

### 2.2.1 **Papel social do Design Gráfico**

Segundo Braga (2011; 13), a questão do papel do design na sociedade à medida que vamos evoluindo, tende a aparecer com frequência em algumas publicações, em cursos de licenciatura e pós-graduação, como também, em fóruns de discussão. Sobre a questão do papel social do design gráfico, existe pouca bibliografia.

No entanto, ao avaliarmos o papel social dentro do design gráfico existem projetos, ou problemas que podem ser realizados com a colaboração de membros da sociedade. São deveres e procedimentos que orientam o comportamento ético dos indivíduos nas suas especialidades e no exercício da atividade profissional, em prol dessa colaboração com e para a sociedade.

Segundo Villas-Boas (2007; 27), o design gráfico refere-se à área de conhecimento e à prática profissional específica de ordenação estético-formal de elementos textuais e não-textuais que compõem objetos gráficos destinados à reprodução, com o objetivo expressamente comunicativo.

O autor identifica os limites que correspondem a quatro aspectos básicos formais, funcionais objetivos, metodológicos e funcionais subjetivos ou simbólicos.

Por fim, considera-se essencial que a metodologia projetual seja sintetizada por três momentos projetuais importantes – problematização, concepção e especialização.

### 2.2.2 Papel atual do Designer Gráfico

O design gráfico adapta-se ao desenvolvimento da sociedade no qual se insere. Apesar de normalmente não ser um assunto sobre o qual a maioria das pessoas dialoga diariamente, o design está bem integrado na sociedade. Ele torna-se diferente não só a partir do momento em que é implementado, mas quando é bem resolvido e adequado às necessidades da pessoa ou organização, ou seja, o design gráfico projeta linguagens, pensa muito detalhadamente e comunica, não só de forma eficiente, mas também estética e inteligivelmente tendendo para uma melhor experiência pessoal e profissional

Através da investigação realizada por Yamoto (2014; 12) podemos observar a avaliação atual do papel social do designer. O designer gráfico é importante no que diz respeito ao contributo social porque procura promover benefícios à comunidade, valorizando e utilizando o processo de design já referido. Este pode contribuir dentro de diversas áreas do design, não estando somente limitado aos meios digitais e editoriais.

### 2.2.3 Design Editorial

A palavra *editorial* significa, em geral, artigos que expressam a opinião do editor sobre assuntos de interesse particular num determinado momento. “Design editorial”, passou a significar narrativas com curadoria para aqueles com uma paixão por partilhar um ponto de vista, interesses ou mesmo uma marca. Podemos definir o design editorial como um jornalismo visual, que se distingue facilmente das outras áreas do design gráfico e de outros formatos. (Zappaterra, 2014; 8).

A maioria dos conteúdos editoriais tem como objetivo principal comunicar uma ideia ou contar uma história por meio da organização, apresentação das palavras<sup>10</sup> e elementos visuais.

O design editorial cumpre diferentes funções muito importantes como dar expressão e personalidade ao conteúdo, atrair e manter os leitores e estruturar o material de forma clara. Estas funções têm de ser trabalhadas juntas de forma lógica para que seja agradável, útil ou informativo.

“O design editorial é a estrutura por meio da qual uma determinada história é lida e interpretada. Consiste tanto na arquitetura geral da publicação (e estrutura lógica que isso implica) como no tratamento específico da história (à medida que ela força ou mesmo desafia essa própria lógica).”

Martin Venezky, Diretor de Arte. Speak (2014)

---

10. “Apresentação de palavras” refere-se à disposição dos títulos e do corpo de texto.

### 2.2.3.1 Publicação

Publicação provém do latim *publicatiōne* “venda em hasta pública” que significa ato ou efeito de disponibilizar ao público algo impresso, como livro, revista, jornal, etc.; obra impressa distribuída ao público; divulgação. (Zappaterra, 2014; 8) A publicação editorial pode entreter, informar, instruir, comunicar, educar ou mesmo ser uma junção destas palavras.

“Design editorial é design de publicações - revistas impressas que saem mais de uma vez, normalmente com aparência distintiva e única.” Vince Geada, diretor de arte, Zembra. (2014)

#### 2.2.3.1.1 Infografia

A expressão é proveniente da palavra em inglês *infographics*, que por sua vez seria a abreviação de *information graphics*. A infografia é uma contribuição informativa, elaborada no jornal impresso e digital, que facilita a compreensão dos acontecimentos, ações ou coisas da atualidade (Cairo, 2008; 21). Mais, a infografia transforma problemas complexos em imagens fáceis de entender, independentemente do veículo que os suporta.

A função da infografia não se restringe a simplificar o difícil como foi referido anteriormente, mas também evidenciar as situações em que o texto isolado não configura a estrutura ideal para apresentar um determinado conteúdo informativo, fazendo da associação – texto + imagem, a forma mais adequada de comunicação. (Kano, 2013; 11)

A infografia apresenta possibilidades estruturais que vão para além dos gráficos e mapas. Segundo Teixeira (2010; 33), a infografia pressupõe uma narrativa. Para contextualizar a palavra narrativa é uma exposição de factos; uma narração; um conto ou uma história. As narrativas são expressas por distintas linguagens, tais como:

linguagem verbal; linguagem gráfica e linguagem representativa. (Priberam, 2018)

A narrativa, neste caso, é construída a partir da inter-relação da imagem (que é mais do que uma ilustração com valor estético) com o texto (que vai além de uma simples legenda ou título), e que tem o propósito claro de contribuir para a construção e consequente compressão da narrativa. Portanto, no caso da infografia, cada imagem e cada texto devem ser pensadas como elementos que auxiliem a construção da mesma. (Teixeira, 2010; 34)

### 2.3 Referências de Estudo

Este ponto tem como principal objetivo, a pesquisa e recolha de projetos realizados sobretudo em Portugal, mas também no estrangeiro, de forma a analisar e comparar projetos para sintetizar informação essencial para fundamentar a proposta prática.

Os projetos incidem, não só, na área do design gráfico e do design editorial, mas principalmente (e conforme o estudo desenvolvido na segunda parte deste relatório), na área do design social. Para entender melhor esta área de conhecimento, foi necessário analisarmos vários exemplos de projetos realizados com o mesmo intuito para perceber o seu alcance e poder criar uma proposta para o estudo prático.

Seguidamente apresentam-se cinco (5) casos de estudo, projetos que promovem o Design Social, quatro (4) implementados em Lisboa e um (1) no Brasil.

### 2.3.1 Referência I

## COLEÇÃO ZERO DESPÉRDÍCIO

#### Local

Portugal, Lisboa.

#### Objetivo geral

Este projeto procurou promover o aproveitamento de todos os bens alimentares confeccionados sobrantes nas escolas para sensibilizar os mais novos para a importância de evitar o desperdício alimentar e de produtos.

#### Objetivo prático

Coniste numa coleção de quatro livros educativos infantis destinados aos alunos do 1º ciclo. Atualmente encontram-se nas escolas e bibliotecas, sendo considerado um projeto de cariz social devido ao contributo para os mais novos, para a sociedade, como forma de sensibilizar e educar os mesmos para o seu futuro.

#### Duração

O Projeto piloto foi desenvolvido em 2014, por iniciativa da FAO<sup>11</sup> como uma boa prática a replicar globalmente. Neste momento, iniciou-se a fase de *scaling-up* com o financiamento e participação.

#### Parceiros

Câmara Municipal de Lisboa e Fundação Calouste Gulbenkian.



Fig.14. Capas - Livros Coleção Zero Desperdício;

11. FAO - Food and Agriculture Organization. A Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação (FAO) é uma agência especializada das Nações Unidas que lidera os esforços internacionais para combater a fome. (Fonte: [fao.org](http://fao.org), 2018); 12.

### 2.3.2 Referência II

#### "A AVÓ VEIO TRABALHAR"

##### Local

Lisboa, Portugal

##### Objetivo geral

Iniciativa criada pelo psicólogo Ângelo Campota e a designer Susana António, é um projeto de aprendizagem, partilha e *empowerment*<sup>12</sup>, que através dos louvores tradicionais e do design, aumenta o poder de intervenção dos seniores na sociedade. Sediado no Eixo de São Paulo (freguesia de Lisboa), num contexto territorial que apresenta fragilidades urbanísticas e sociais, o projeto tem como ponto de partida uma premissa de reinserção socioprofissional dos idosos - o atelier.

##### Objetivo prático

O objetivo do projeto é estimular o impulso empreendedor e criativo da comunidade sénior, a partir de produtos de design e desafios criativos, como uma das ferramentas de inovação social, promovendo o co-design e a coprodução de produtos e serviços.

O laboratório criativo "A Avó veio trabalhar", recuperou o património imaterial do território, cujos seniores são guardiões, e canalizou o potencial empreendedor dos participantes, para a formação, produção e comercialização de produtos representativos da comunidade local.

##### Parceiros

Iniciativa da Fermenta (Associação), em parceria com a Casa Pia de Lisboa.



Fig.15. Campanha publicitária - "Avó veio trabalhar"

12. Empowerment - Ação que permite melhorar a qualidade e a produtividade dos colaboradores. (Fonte: MILLS, 1996)



Fig.16. Actividades: bordar e serigrafia;

### 2.3.4 Referência III "DESIGN É PRECISO"

#### Local

Lisboa, Portugal.

#### Objetivo geral

A designer Filipa Pias é responsável e organizadora que incide na realização de projetos que contribuam para o desenvolvimento social, através de uma bolsa de designers voluntariados com a sua experiência e disponibilidade, ajudem as instituições de solidariedade social em Portugal. Os principais objetivos são desenvolver uma rede de cooperação voluntária entre instituições, designers e parceiros de produção; estimular a partilha de conhecimento entre todos os intervenientes, através da gestão e inclusão dos seus contributos e sugestões durante o processo de desenvolvimento do projeto; e contribuir para alterar a perceção que existe do design e dos designers.

#### Objetivo prático

Incide em projetos relacionados com todas as áreas do design.

#### Duração

Nasceu desde 2009 até presente.

#### Parceiros

Foi parceiro do Ano Europeu do Voluntariado 2011.

## Design é preciso

Fig.17. Logotipo.

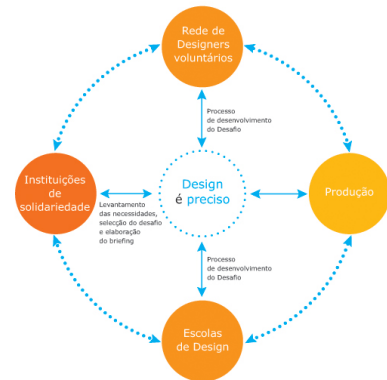


Fig.18. Processo e metodologia da organização.

### 2.3.5 Referência IV COLOR ADD

#### Local

Lisboa, Portugal.

#### Objetivo Geral

Este projeto foi concebido pelo designer Miguel Neiva com o objetivo de criar um sistema universal de identificação de cores para daltónicos.

#### Objetivo Prático

Os principais elementos do Color ADD são a forma e a cor de forma a concretizar uma comunicação universal na cultura e religião. Este projeto atua em três áreas importantes: educação, saúde e transportes por serem áreas com maior necessidade pelo portador da doença.

#### Duração

Projeto académico de 8 anos, tornou-se público em 2008 com muitas pesquisas em parceria com sociólogos e entrevistas a pessoas portadoras.

#### Parceiros

Empresa Viarco.



Fig.19. Representação dos pictogramas.

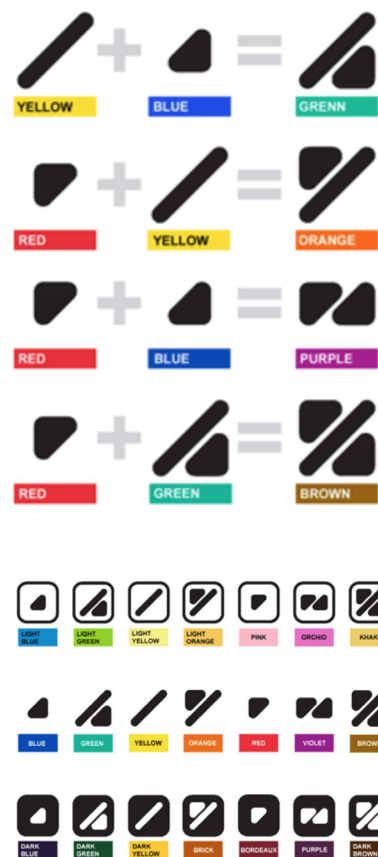


Fig.20. Processo e desenvolvimento dos pictogramas.

### 2.3.3 Referência V

## ZONZO - INVESTIGADORES URBANOS

### Local

Brasil, Morro da Babilônia.

### Objetivo geral

O projeto Zonzo nasceu a partir de um convite a crianças dos 9 aos 13 anos de idade, residentes no Morro da Babilônia (Rio de Janeiro), para contar, representar e reconstruir coletivamente o espaço onde moram. Um dos principais objetivos foi de as crianças brincarem, desenharem e reconhecerem o seu território assim como os seus deveres e direitos.

### Objetivo prático

Criação de um livro que convida as crianças a desenharem e retrata registros da vida do cotidiano das mesmas nessa publicação, a “zanzarem”<sup>13</sup> pela cidade e a tornarem-se investigadores urbanos. Foi impresso em três cores em parceria com a *Risotrip*<sup>14</sup>.

### Duração

Projeto de 3 meses.

### Parceiros

Editora Temporária.



Fig.21. Fotografias - Livro “Zonzo: Investigadores Urbanos”;

13. Zanzarem - zanzar. Verbo intransitivo, andar ao acaso = Vaguear; 14. *Risotrip Print Shop Co.* – Estúdio carioca de impressão em risografia.



## 2.5 Caso de Estudo

Este capítulo apresenta os objetivos da proposta prática da investigação. Integra uma análise de campo do objeto de estudo, o principal enfoque deste projeto - a Fundação António Luís de Oliveira, que se localiza no bairro de Campolide<sup>15</sup>, em Lisboa e a descrição da proposta gráfica. Depois da experiência anterior no estágio e o estudo teórico-prático desenvolvido optou-se por aplicar os conhecimentos adquiridos na nossa área de residência por ser desde sempre o ponto de partida e de ter bastante interesse em participar e ajudar de forma voluntária a comunicação visual, na divulgação e promoção de ações de carácter social - no fundo, participar localmente no apoio social.

### 2.5.1 Enquadramento e Objetivos

O projeto desenvolve o aspeto social, mas tem sobretudo um carácter muito pessoal. Depois de várias pesquisas de campo e segundo o Presidente da Junta de Freguesia de Campolide, o Dr. André Couto, com quem reunimos várias vezes, surgiu a oportunidade de intervir na Fundação António Luís de Oliveira devido às necessidades de apoio das crianças e jovens, e de poder criar um objeto gráfico ligado socialmente com elas de forma a promover mais a sua integração no meio e ainda ajudar a divulgar a Fundação e as suas atividades.

Contudo, o objetivo da publicação encontra sentido na necessidade de envolver os jovens num projeto de investigação social, de maneira a dar relevância ao design gráfico e social de modo a divulgar o trabalho prático realizado. Para além de ser um projeto de investigação, proporcionou um contacto com a Fundação de uma forma mais profunda e particular.

---

<sup>15</sup>. Bairro onde reside a autora.

Este projeto valoriza a Fundação e procura divulgar a mesma perante a comunidade, neste caso, de Campolide de modo a que possam compreender melhor as necessidades em ajudar e crescimento da mesma, o dia-a-dia destas crianças, assim como, as formas de poder contribuir voluntariamente.

### 2.5.2 **Fundação António Luís de Oliveira**

A Fundação é responsável por um Lar de Infância e Juventude situado em Lisboa, na freguesia de Campolide, foi fundada em 1921 por um emigrante vindo do Brasil, António Luís de Oliveira, pelo facto de não ter tido filhos, resolveu conjuntamente com a sua esposa acolher seis crianças do sexo masculino. Atualmente, acolhe 27 crianças e jovens, rapazes e raparigas, entre os 6 e os 21 anos. (FALO, 2017)

Inicialmente, a fundação foi apelidada por “Asilo Escola”, devido às crianças serem acolhidas e frequentarem o ensino regular. Até 2003 o lar apenas continuou a acolher crianças e jovens do sexo masculino. Em 2007, a Fundação António Luís Oliveira reabre as portas com um acordo com a Segurança Social para acolher 27 crianças. Para além disto, passou também a receber crianças do sexo feminino, dando maior preferência ao acolhimento de irmãos devido à grande escassez de vagas para integrar os mesmos. A Fundação encontra-se abrangida pelo estatuto do Decreto – lei nº119/83 sendo a sua finalidade acolher crianças e jovens que foram retiradas aos pais com base em razões diversas e por ordem do tribunal. (FALO, 2017)



### 2.5.2.1 Localidade - Campolide

A Fundação Ant3nio Lu3s de Oliveira situa-se em Campolide (Fig.22), freguesia portuguesa do concelho de Lisboa, pertencente 3 zona centro de Lisboa. Este local, para al3m de ser zona de resid3ncia foi desde sempre 3rea de interven33o priorit3ria. Campolide 3 composta por quatro bairros: Liberdade, Alto da Serafina, Quinta da Bela Flor e Cal3ada dos Mestres.

Fig.22. Mapa - Lisboa : Bairros e Freguesias, 2018.  
Fonte: Maximilian D3rrbecker. 2008.

### 2.5.2.2 Síntese Histórica

Grande parte da história de Campolide começa a participação da construção de um dos maiores patrimónios da freguesia, o Aqueduto das Águas Livres que atualmente configura a população que reside na mesma. No século XVIII, distinguiram-se duas áreas urbanas na freguesia, uma inicialmente para os “mestres”, com melhores condições de residência, e outra para os “operários”, improvisada e semeada de barracas. As transformações viárias e urbanas alteraram significativamente a condição destes últimos, sem, no entanto, retirar o carácter ao velho sítio de Campolide, cuja história e tradições merecem serem mais conhecidas e valorizadas.

“E se os problemas derivados da estratificação social antiga têm vindo a ser de algum modo atenuados, as suas marcas e memórias persistem no quotidiano e na realidade social de comunidade de Campolide. (JFC, 2017)

O bairro de Campolide foi a primeira freguesia da cidade de Lisboa a promover comemorações de rua no 1º aniversário do 25 de Abril. A existência de uma forte dinâmica popular e associativa levou à constituição, em 1975, da União dos Clubes de Campolide, em que participavam 32 coletividades ou associações. As cooperativas Bela Flor e do Bairro da Liberdade fizeram tentativas para diminuir as carências de alojamento, mas tiveram um êxito relativo. Mais tarde, verificou-se um forte afluxo de imigrantes.

“(…) a população residente diminuiu para quase metade nos últimos trinta anos do século XX, passando dos 30.110 habitantes registados em 1970 para 26.655 em 1981, 21.669 em 1991 e 15.927 em 2001. O censo de 2011 inscreve o que parece indiciar uma tendência de estabilização da população, com 15.460 residentes.” (JFC, 2017)

Nos últimos anos (Séc. XX), destaca-se no plano social a obra do Centro Paroquial de São Vicente de Paulo, no Bairro da Liberdade, a execução do Plano Especial de Realojamento, com a demolição das barracas da Quinta do José Pinto. Entre 1994 a 1998, assistiu-se também à construção de um conjunto urbano de luxo, a que se chamou Nova Campolide, justamente no local onde existiam alguns dos mais antigos vestígios de Campolide.

Em 1997 entrou em funcionamento o Eixo Viário Norte-Sul e, em 1998, a Avenida Miguel Torga. Em 2000, foi inaugurada a nova estação ferroviária, na calçada da Quintinha, surge um novo conjunto habitacional, e por último, entre a Av. José Malhoa e o Eixo Norte-Sul, construíram as chamadas *Twin Towers*, frente a Monsanto.

“Tudo isto são mudanças que irão afetar a identidade local, mas que o saudável bairrismo das gentes de Campolide saberá certamente integrar, sem perder o carácter.” (JFC, 2017)

Segundo Couto (2017), Campolide deve deixar de ser o “primo pobre de Campo de Ourique”. Afirma a existência de um plano de delegação de competências para o programa de intervenção prioritário para reabilitar toda zona em termos sociais e urbanos.

“Para Campolide a reforma administrativa foi fantástica. (...) passámos a ser cada vez mais uma freguesia com muita capacidade de intervenção no terreno”. (Couto, 2017)

Ainda segundo o autarca, existem dois projetos, o Campolide Cem por Cento Seguro e o Programa de Intervenção Prioritário, principalmente para intervir diretamente nas realidades do Bairro da Liberdade e no Bairro da Serafina visto que existem problemas como o abandono escolar, tráfico de estupefacientes e alguma criminalidade. Os projetos são responsabilidade da Junta de Freguesia e da Camara Municipal de Lisboa para reabilitar os espaços públicos e contrariar o abandono dos mesmos nas últimas décadas.

Também nas zonas antigas um dos grandes problemas residia no espaço público, porque foram abandonados durante anos. Posto isto, “uma das nossas grandes prioridades é a reabilitação. Acabar com o facto de ter as pessoas a caminhar no asfalto e os carros estacionados (...)”. (Couto, 2017)

### 2.5.2.3 Coletividades e associações no bairro

Na freguesia de Campolide existem coletividades e associações pertencentes à freguesia desde que ela se formou. Coletividades e associações que fizeram e ainda fazem parte da história de Campolide, tais como:

- Liberdade Atlético Clube - Bairro da Liberdade;
- Santana Futebol Clube - Quinta da Bela Flor;
- Sport Lisboa e Campolide - Calçada dos Mestres;
- Clube Recreativo Popular - Calçada dos Mestres.

Segundo o presidente da junta, o panorama das coletividades de Campolide está debilitado, dado que a freguesia com uma população envelhecida, tem menos tecido associativo. Algumas coletividades já fecharam e outras foram reabilitadas, deixaram de ser desportivas, passando a ser de um “centro” convívio e recreio.

### 2.5.3 Público-alvo

Neste caso prático, a publicação com a designação - A Casa Que Cresce Contigo – tem como público-alvo, primeiramente os residentes da Fundação, depois os moradores da Freguesia de Campolide, pertencentes a várias classes sociais, as autoridades da junta de freguesia e da Camara de Lisboa, os mecenas e, por fim, o público em geral. Com esta informação, sabendo que o público-alvo se divide entre alguns leitores mais jovens e outros, adultos e seniores foi, importante jogar com as duas dinâmicas.

## 2.6 **Processo de trabalho**

O processo de trabalho iniciou-se com a recolha de dados através da/de:

- Análise de casos de estudo de Design Social de outras organizações/instituições;
- Observação direta dos espaços e organizações da zona de Campolide;
- Entrevistas (informais) com o presidente da junta de freguesia;
- Entrevistas e questionários aos membros da comunidade FALO e observação direta da fundação; para obter informação, analisar e reunir os elementos necessários para projetar o objeto gráfico.

Depois deu-se lugar ao processo criativo, definição do conceito, estruturação do objeto, seleção dos elementos (textos e grafismos), escolha da técnica e do meio para a produção gráfica do protótipo da parte prática da investigação. Por fim, com o resultado obtido, pudemos validar o protótipo junto do público-alvo, ou seja, perceber a opinião dos membros da Fundação e do presidente da junta de freguesia de Campolide com vista à reflexão final.

### 2.6.1 **Recolha de dados**

Nesta fase, pretendeu-se compreender a realidade do bairro e recolher as informações necessárias para perceber as necessidades dos jovens da Fundação, por isso, como primeiro contacto tivemos uma reunião com o Presidente da Junta de Freguesia de Campolide para obter informação geral da fundação.

### 2.6.1.1 Questionários aos jovens

Junto com os membros da Fundação aplicou-se um questionário estruturado, de autopreenchimento aos colaboradores e outro, com alguma assistência pessoal do investigador, aos jovens.

O questionário aos jovens (**Anexo B**), está dividido em quatro questões de construção frásica simples visto que estamos a tratar de jovens com idades entre os 12 e 18 anos de idade e alguns com certas dificuldades. Este questionário desenvolveu-se segundo uma reunião marcada com a diretora e assistida por estagiários e monitores da Fundação. Foi aplicado à hora do lanche de forma a que os jovens se sentissem à vontade e eu pudesse observar e conviver com eles, analisando e tirando algum partido do estudo.

### 2.6.1.2 Questionários aos Colaboradores

Neste estudo, utilizou-se um questionário estruturado, de autopreenchimento, com perguntas abertas. O questionário foi enviado por e-mail para a FALO devido à falta de tempo de ambas as partes.

O questionário, cujo guião se apresenta no (**Anexo C**), é composto por dez perguntas que ditam algum desenvolvimento por parte do entrevistado visto que estamos a tratar dos colaboradores da Fundação. Para este estudo, as suas opiniões foram fundamentais, por isso, entrevistou-se a Diretora Irina Patinhas; a Assistente Social Alexandra Santos e por último, a Estagiária Sofia.

## 2.7 Análise dos Resultados

A recolha de informação realizou-se em três fases junto da FALO. A primeira foi uma reunião com a diretora. A segunda foi a aplicação de um questionário aos jovens. A terceira a aplicação de um questionário aos colaboradores. E por último, um novo contacto com os jovens para concluírem a **Q.5** do questionário.

### 2.7.1 Resultados dos questionários realizados aos jovens

Seguidamente apresenta-se a análise das respostas do questionário realizado às catorze crianças e jovens presentes na FALO. No entanto, existe (1) jovem que não responde ao mesmo.

#### Análise Q.1 - O que a FALO representa para ti?

Identidade	Futuro	Família	Abrigo	Segunda casa	Local	NR
JOVEM 1				X		
JOVEM 2		X				
JOVEM 3			X			
JOVEM 4	X					
JOVEM 5	X					
JOVEM 6				X		
JOVEM 7				X		
JOVEM 8				X		
JOVEM 9					X	
JOVEM 10				X		
JOVEM 11				X		
JOVEM 12				X		
JOVEM 13				X		
JOVEM 14						X
<b>TOTAL</b>	2	1	1	8	1	1

QUADRO 1.1 | NR: "Não Responde"

Relativamente à **Q.1**, a maioria dos jovens (**10**) consideram que a FALO é a (**1**) segunda casa, abrigo ou família. Com isto, podemos afirmar que estes jovens, sentem-se bem em casa, sentem-se felizes, confortáveis, o que lhes trará mais tranquilidade, que lhes permitirá atingir sucesso pessoal e profissional. Os restantes jovens (**3**) consideram a FALO um local de passagem (**1**) ou futuro (**1**). Quanto ao jovem que considera a FALO um local de passagem, entende-se que a fundação não traz segurança, estabilidade, felicidade, sendo por isso apenas uma ponte de mudança na sua vida. Por fim, os restantes que consideram a FALO um futuro, percebe-se que a mesma proporciona um futuro promissor, em todos os aspetos.

**Análise Q.2** - Se pudesses, o que gostarias de mudar dentro da FALO?

Identidade	Regras	Comida	Equipa	Condição económica	Nada	NR
JOVEM 1	X					
JOVEM 2					X	
JOVEM 3				X		
JOVEM 4	X	X	X			
JOVEM 5	X				X	
JOVEM 6				X		
JOVEM 7			X			
JOVEM 8		X		X		
JOVEM 9					X	
JOVEM 10	X	X	X			
JOVEM 11						
JOVEM 12					X	
JOVEM 13						X
JOVEM 14	X	X				
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>1</b>

Quanto à **Q.2**, temos cinco (**5**) jovens que gostariam de alterar as regras. Não podendo retirar grandes conclusões, visto serem jovens com idades, entre os 12 a 18 anos, e ser muito deles fases de “não quererem” aceitar as mesmas, existindo sempre alguém descontente. Três (**3**) jovens que gostavam de alterar a equipa devido as regras ou talvez não gostem do tratamento do mesmo. Quatro (**4**) responderam que gostariam de melhorar condições económicas da fundação, podendo não estar satisfeitas com o material, espaço ou instalações. Por fim, quatro (**4**) consideram que não mudariam nada estando por isso confortáveis pelas condições que são proporcionadas. Nota: Três (**3**) respondem comida, pelo gosto pessoal ou hábito.

**Análise Q.3** - Em que atividades costumas participar?

Qual é atividade que mais gostas de fazer?

Respostas Identidade	Ginásio	Actividade dentro da FALO	Actividade extra curricular	Desporto	Não participa em actividade	NR
JOVEM 1	X					
JOVEM 2	X					
JOVEM 3		X				
JOVEM 4		X				
JOVEM 5				X		
JOVEM 6				X		
JOVEM 7		X				
JOVEM 8				X		
JOVEM 9			X			
JOVEM 10				X		
JOVEM 11					X	
JOVEM 12		X				X
JOVEM 13		X				
JOVEM 14						
<b>TOTAL</b>	2	5	2	4	1	1

Na questão **Q.3**, as respostas ficaram divididas entre as atividades dentro da FALO e fora da mesma em que sete (7) jovens preferem atividades extra curriculares e cinco (5) dentro da FALO. Relativamente aos cinco (5) jovens que preferem fazer atividades dentro da FALO é um fator idade sendo, no entanto, uma boa oportunidade de criar atividades pedagógicas para poderem explorar outros campos. Os restantes, talvez por serem mais velhos e por existir parcerias para criar outro tipo de atividades extra curriculares para espaiarem, conhecerem pessoas novas.

**Análise Q.4** - Desenha a recordação mais feliz que já tiveste na FALO?

Respostas Identidade	Chegada à FALO	Sala de convívio	Actividade dentro da FALO	Actividade fora da FALO	Dormir	NR
JOVEM 1					X	
JOVEM 2					X	
JOVEM 3						
JOVEM 4	X					
JOVEM 5	X	X				
JOVEM 6		X				
JOVEM 7		X				
JOVEM 8			X			
JOVEM 9				X		
JOVEM 10				X		
JOVEM 11				X		
JOVEM 12				X		
JOVEM 13				X		
JOVEM 14						X
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>1</b>

Relativamente à **Q.4**, verifica-se que dois (**2**) jovens responderam que a recordação mais feliz que tiveram na FALO foi a chegada à Fundação, dois (**2**) jovens o dormir, três (**3**) jovens a sala de convívio, uma minoria, um (**1**) apenas respondeu as atividades dentro da FALO, a maioria, cinco (**5**) jovens as atividades fora da FALO. Analisa-se que a maioria dos jovens sentem-se felizes dentro da FALO. Por fim temos dois (**2**) jovens que recordam com maior felicidade a chegada à FALO, o que mostra o quão importante é a fundação nas suas vidas, dois (**2**) jovens gostam mais de dormir ou por ser um local seguro ou então um espaço onde se podem reservar. (Anexo D)

### 2.7.2 Resultados do 2º Contacto com os jovens: 4ª questão reformulada

Num segundo contacto com os jovens sobre a recolha de dados da FALO, sentiu-se necessidade de se reformular a 4ª questão, de forma a dar mais tempo para responder com uma ilustração, de modo a verificar o lado mais criativo dos jovens. (Anexo E) Neste terceiro encontro os jovens não estavam todos devido ao horário escolar e por isso só responderam oito (8) jovens.

**Análise Q.4** – Qual o sonho que gostarias de realizar? Desenha-o.

Respostas Identidade	Jogador de futebol	Super-Herói	Médico/ Enfermeiro	Fuzileiro	Animador Sócio cultural
JOVEM 1	X				
JOVEM 2	X				
JOVEM 3		X			
JOVEM 4		X			
JOVEM 5			X		
JOVEM 6				X	
JOVEM 7					X
JOVEM 8					
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>

Relativamente à análise da resposta Q.4 reformulada, verifica-se que dois (2) jovens gostavam de ser jogadores de futebol, dois (2) referiam super-heróis, um (1) ser médico ou enfermeiro, um (1) fuzileiro e um (1) outro que gostava de ser animador sócio cultural. Segundo esta questão, analisa-se que a maioria dos jovens, isto segundo as idades, existe um interesse em seguir um rumo profissional, o que são aspetos positivos para a FALO continuar a crescer. Podemos verificar os desenhos realizados desta 2ª Fase. (Anexo E)

Nesta fase, os jovens da Fundação tiveram duas semanas para realizar os desenhos de maneira a terem tempo para pensarem e para os realizarem com mais cuidado e criatividade. Considerou-se a expectativa para o futuro uma questão pertinente porque era necessário perceber quais eram os seus objetivos ou os seus sonhos, sabendo que são jovens que estão numa Fundação sobre proteção. Analisando os resultados, verificou-se uma evolução segundo a diferença de idades, uns mais no tema do fantástico e outros mais realistas. Na sua maioria, em cinco (5) casos, percebeu-se que existia vontade dos jovens integrarem uma vida profissional.

### 2.7.3 Resultados Questionário aos Colaboradores

Seguidamente, apresenta-se a análise das respostas do questionário realizado aos três colaboradores da Fundação (2ª fase) com o objetivo de entender e enquadrar as necessidades da mesma.

#### **Análise Q.1** - Qual é a sua função principal na FALO?

- A. Direção Técnica e Psicóloga;
- B. Assistente Social;
- C. Estagiária.

Relativamente à **Q.1**, verifica-se que a função de cada colaborador da equipa da FALO está distribuída e organizada por hierarquia, sendo que existe como cargo superior a diretora, técnica e psicóloga; a seguir existe a assistente social e por último, um estagiário.

### **Análise Q.2 - O que é a FALO para si?**

*A. Foi o início da sua experiência profissional. Ao longo da sua profissão aprendeu a gerir situações e a reinventar novas formas de intervir com diferentes tipos de crianças e jovens. Para além de ser uma atividade profissional, é também um local onde ajuda a construir sonhos e definir estratégias para cada um deles;*

*B. Não é só o local de trabalho, mas sim a sua segunda casa. Onde cria afetos e relações, não só com profissionais como também com as crianças de que é responsável. A FALO é uma casa que cuida, protege e influencia a motivação pessoal e o desenvolvimento do seu trabalho;*

*C. Foi uma etapa não só para a conclusão da licenciatura, mas uma aprendizagem para a realização e exploração de uma série de ligações com diferentes pessoas, quer ao nível dos diferentes profissionais quer ao nível das crianças e jovens*

Relativamente à **Q.2**, verifica-se que para os três colaboradores é uma experiência profissional em constante desenvolvimento, onde aprendem a intervir e lidar com situações distintas diariamente e com diferentes jovens e crianças. Para além da sua profissão, também consideram a FALO como a sua segunda casa sendo que a fundação influencia bastante a motivação pessoal de cada um para desempenhar o seu trabalho.

### **Análise Q.3 - Quais as ações que se poderiam desenvolver para promover o seu trabalho com as crianças na Fundação?**

*A. As ações mais importantes que se poderiam desenvolver para consolidar um bom trabalho terapêutico é baseado nas regras, nas rotinas e nos limites. Trabalhar ao nível da consistência, coerência e continuidade;*

*B. Encontrar uma forma das crianças estarem mais presentes na comunidade. Por exemplo: fazer uma campanha local com autocolantes, como se tratasse de uma marca e se conversasse sobre a Fundação;*

*C. Realização de projetos de acordo com cada criança. Promoção de ações de voluntariado. Dinamizar atividades na Fundação.*

Relativamente à **Q.3**, verifica-se que existe uma necessidade em dar continuidade à aplicação das regras, rotinas e definir limites para que cada criança e jovem possam ter um desenvolvimento equilibrado e harmonioso. Por outro lado, observa-se que há vontade por parte dos co-

laboradores de experimentarem novas estratégias para que as crianças e jovens da FALO estejam mais presentes e integradas na comunidade. Um exemplo apresentado é a ideia de promover o trabalho com os jovens da FALO no bairro (com criação de autocolantes e conversas sobre a Fundação), outra ideia é a de promover ações de voluntariado junto da FALO.

**Análise Q.4** - Qual é a rotina das crianças e jovens dentro da FALO?

*A. Todas as crianças vão à escola tentando adequar o ensino à necessidade de cada uma. Muitos deles têm atividade extracurriculares, por exemplo: Judo, Esgrima, Ginástica, Futebol, Ginásio e Natação. Existe horas de refeições, horários para deitar/acordar, tomar banho e estudar.*

*B. A residência é a sua casa. Saindo para a escola e atividades extracurriculares;*

*C. São realizadas diferentes atividades e tarefas ao longo do dia. Acordar, ir à escola, as refeições, o deitar fazem parte da rotina das crianças e jovens. Cada criança em particular, e para cobrir as dificuldades escolares, realizam-se horas extra de estudo.*

Relativamente à **Q.4**, verifica-se perante as respostas dos colaboradores que a rotina destas crianças e jovens passa muito pelo acompanhamento escolar regular dependendo da dificuldade sentida por cada e como motivação extra as mesmas têm direito a realizar atividades extracurriculares fundamental para dinamizar a suas rotinas.

**Análise Q.5** - Tendo presente a situação de cada jovem, como se poderia ajudar na sua integração na sociedade/futuro profissional?

*A. É importante estar sempre atento ao comportamento das crianças e jovens perante o seu percurso escolar como também perceber as suas maiores dificuldades. Perante a situação de cada criança é atribuído um voluntário para ajudar a melhorar resultados escolares. Tendo o cuidado de pensar na integração na sociedade e no mundo profissional, proporcionando conversas e mostrando caminhos e possibilidades de escolhas sobre o mesmo;*

*B. Apoio escolar. Ajuda na integração profissional através de apoio para empregabilidade tendo em conta a orientação vocacional;*

*C.A integração futura das crianças e jovens na sociedade passa essencialmente pela capacitação e promoção da autonomia dos mesmos. De futuro, pretende-se que as crianças e jovens se sintam apoiados e consigam estabelecer contacto com diferentes instituições, não esquecendo o acompanhamento por parte de outra equipa técnica que siga o caso particular.*

Relativamente à **Q.5**, verifica-se que existe uma preocupação enorme perante o tema da integração na sociedade/futuro profissional, sobretudo é dada muita atenção, são realizadas conversas e mostrado sugestões alternativas sobre o mesmo aos jovens.

**Análise Q.6 - Os jovens participam em atividades extracurriculares? Quais?**

*A. Sim, participam. Referido na questão Q.4.;*

*B. Principalmente atividades desportivas; Judo, Natação, Dança, Ginástica e ginásio para os mais velhos;*

*C. As atividades extracurriculares vão de encontro às preferências de cada jovem. Sobretudo atividades desportivas sendo por exemplo: Futebol, Judo, Dança, Kickboxing, entre outros.*

Relativamente à **Q.6**, verifica-se que todos os jovens participam em atividades extracurriculares, e que elas são essencialmente desportivas.

**Análise Q.7 - Nestas atividades extracurriculares têm bons resultados?**

*A. Apresentam bons resultados, no modo geral empenham-se e mostram grande motivação ao participarem nas atividades;*

*B. Sim. Alguns entram em competições nacionais e também viajam para o estrangeiro;*

*C. Mostram-se motivados em relação as atividades e são bem-sucedidos.*

Relativamente à **Q.7**, verifica-se que os jovens correspondem de forma muito positiva às atividades extracurriculares, sobretudo as atividades desportivas onde apresentam grande motivação e envolvimento.

**Análise Q.8** - Quais os eventos em que a FALO participou com a comunidade do bairro?

A. *Arraial de Campolide - Santos Populares, com uma banca de venda de rifas e divulgação da Fundação;*

B. *Participaram no Arraial de Campolide e na inauguração do quiosque;*

C. *Realização de festas dentro do lar com o intuito de receber e dar a conhecer a FALO. Envolvência em atividades realizadas pela comunidade.*

Relativamente à **Q.8**, verifica-se que segundo os colaboradores **a)** e **b)** houve interesse em promover a FALO perante a comunidade, o que denota que essa iniciativa, sendo bastante interessante é uma possibilidade a desenvolver. Segundo os colaboradores existe a intenção de continuar a dar a conhecer a Fundação.

**Análise Q.9** - Acha útil haver divulgação da FALO?

A. *Sim. É com toda a certeza um dos pontos a trabalhar e onde ainda existe muito por fazer. Sendo importante preservar a individualidade e a intimidade de cada criança e jovem;*

B. *Pode ser útil tendo em atenção a salvaguarda da privacidade das crianças;*

C. *A divulgação da FALO pode ser positiva no sentido em que se pode efetivamente conseguir cobrir as necessidades sentidas, no entanto, pode-se revelar comprometedor na questão da segurança e bem-estar das crianças e jovens, visto estarem ao cuidado de um organismo que se rege por leis.*

Relativamente à **Q.9**, verifica-se que os colaboradores acham útil a divulgação da Fundação, mas dão atenção ao facto de existir a necessidade de preservar os direitos dos jovens.

**Análise Q.10** - Como poderia envolver a comunidade e as outras instituições do bairro de Campolide?

A. *Através de ações com a comunidade. Onde os reformados com capacidades poderiam trocar horas por serviços de voluntariado;*

B. *Sobretudo no voluntariado, em parcerias e apoios pontuais ou económicos;*

*C. Através de um contacto direto com a Fundação. Dentro da comunidade, realizar-se workshops, voluntariado, eventos e festas temáticas.*

Relativamente à **Q.10**, verifica-se que os três colaboradores sugerem ideias distintas que poderiam funcionar na sua opinião como um bom impulso (descrito nas alíneas **a)**, **b)** e **c)**).

## 2.8 Observação Direta

Na primeira visita, houve uma reunião com a diretora da Fundação António Luís de Oliveira com o intuito de explicar os objetivos do estudo e o interesse em fazer parte do grupo de pessoas que poderiam ajudar a divulgar a fundação, perceber as suas necessidades e outras informações sobre a mesma, assim como a relação com os jovens. Numa segunda visita, o objetivo prioritário foi a realização de um questionário aos jovens. Assistimos a uma reunião dos colaboradores com a diretora. Essa reunião é realizada todas as semanas e é onde debatem os pontos positivos e pontos negativos do comportamento dos jovens da fundação. Nessa reunião, foi-lhes dado o conhecimento do objetivo do projeto, ao qual concordaram e deram todo o apoio e em ajudar nesta nova iniciativa prática para divulgar a fundação.

Ainda nessa visita, e após a reunião, divulgámos o objetivo do projeto aos jovens. Obtivemos respostas positivas e os jovens mostraram-se motivados por ser uma experiência que pretende divulgar a FALO através do seu contributo. No entanto, houve alguma dificuldade em envolver alguns jovens, neste caso, os da faixa etária entre os 15 e os 18 anos. São jovens que estão em plena adolescência e questionaram o objetivo de ter de desenhar e de não o saberem fazer. Os jovens, de um modo geral, são educados. Os mais novos parecem mais felizes, participativos e interessados, os mais velhos assumem uma postura de indiferença e desconfiança.

Em relação à Fundação, o ambiente é confortável o suficiente para as crianças e jovens, sendo um edifício que abriga neste momento 27 crianças e jovens (2017) com um espaço individual para cada um. O espaço é constituído por uma cozinha, um refeitório, um terraço - espaço para lazer (como por exemplo, fazer algumas atividades lúdicas), uma sala de estudo e duas salas de convívio. Dois balneários, um para rapazes e um para

raparigas e por último, existe a área do gabinete administrativo.

De uma forma geral, sentiu-se que as crianças e jovens mostravam confiança nos colaboradores e requerem muito apoio dos mesmos, visto ser a família mais próxima que têm durante alguns meses ou até mesmo durante anos, tudo devido à situação específica de cada jovem. A Fundação é uma segunda casa para estes jovens dadas as condições das suas famílias. Esta residência trabalha no sentido de dar uma nova oportunidade e de dar continuidade a uma boa formação pessoal e profissional de forma a garantir um futuro estável e equilibrado.

## 2.9 Reflexão II

Selecionar a Fundação António Luís de Oliveira como caso de estudo, foi pertinente para esta investigação e também um desafio. À priori não foi um trabalho simples, pois apresentou algumas limitações e contratempos, mas deu-nos muito prazer. Após a análise dos resultados, compreendemos que o objetivo tinha sido alcançado – como designer/investigadora ter uma experiência de intervenção social. Tal como foi referido anteriormente, o local de estudo foi Campolide, bairro de Lisboa que nos é familiar porque residimos nele.

Ao iniciar a investigação na Junta de Freguesia de Campolide, foi possível identificar os projetos sociais a decorrer nessa freguesia e selecionar um projeto que fosse de encontro aos nossos interesses, de modo a dar seguimento à investigação. No decorrer dos contactos com o Presidente da Junta, foi possível captar a sua atenção e a sua colaboração. Essa colaboração foi dada através de apoio informativo e com um incentivo para avançar com o projeto.

Numa 2ª fase, já no contexto da organização e após algumas reuniões na Fundação António Luís de Oliveira, conseguimos realizar os questionários aos jovens para recolher dados para melhor conhecermos essa comunidade e para o conteúdo do objeto gráfico a desenvolver.

Ao estudar os resultados, verificámos a existência de alguma semelhança e nivelamento nas respostas dos jovens. Os adolescentes eram provenientes de diferentes contextos, de ambientes com condições limitadas devido ao meio familiar, determinou o seu crescimento, e afetou o desenvolvimento cognitivo e comportamental.

Um jovem nesta situação precisa de um maior e espe-

cial apoio, necessita de condições que se considera que a mesma defende. Numa luta diária, tenta preservar o ambiente acolhedor e dar respostas às necessidades existentes na mesma.

Esta investigação tem um valor acrescido porque ao longo do estudo, podemos verificar que a Fundação é uma “segunda casa”; “um abrigo”, “uma família”, e o mais importante, que prepara os jovens para um futuro. De um modo geral, isso pode significar que a mesma cumpre com os objetivos, os sociais e os humanos. Alguns elementos da comunidade residente evidenciam descontentamento com a regras aplicadas dentro da Fundação, mas visto serem jovens, com uma faixa etária entre os 6 e os 18 anos, é normal existir este género de contrastes relativamente aos colaboradores que fazem a gestão da casa. No entanto, outros estão satisfeitos com a Fundação e “não mudariam nada”.

Pela observação direta realizada e contacto pessoal com os jovens, compreendemos que eles se sentem mais motivados e obtêm melhores resultados se realizarem atividades lúdicas e/ou extracurriculares. Essas atividades são muito importantes porque são um complemento de aprendizagem que desenvolve as capacidades individuais de responsabilidade e autoconhecimento, fundamentais para o crescimento de cada jovem. Estas atividades são também necessárias por forma a conseguir mais apoios ou parcerias com associações, instituições e empresas que queiram ajudar ou apoiar novas atividades. Um exemplo, seria implementar encontros ou workshops com os jovens, por períodos curtos, em complemento ao horário de estudo, que despertasse interesse explorando assuntos sobre a integração no futuro profissional numa área pretendida.

Por último, observa-se que os jovens esperam e ambicionam um futuro promissor, com objetivos bem definidos (alguns deles), o que revela ser um aspeto muito positivo. Ainda assim, existe muito trabalho para fazer, visto terem sempre casos novos de jovens a entrar na Fundação e problemas de última hora para resolver, como de transporte, de saúde, entre outros. Refletir sobre os dados obtidos nesta fase do projeto investigativo, permitiu partir para o desenvolvimento de uma segunda parte de trabalho prático, e que teve como intuito dar a conhecer e ajudar a divulgar a mesma.

## 2.10 **Proposta Prática**

Após a identificação e caracterização do problema, apresentamos o desenvolvimento do objeto gráfico, neste caso, um folheto realizado para divulgar e promover a Fundação António Luís de Oliveira.

O processo de trabalho iniciou-se com a definição do conceito da publicação, depois com a realização dos estudos criativos, modelos de propostas e proposta final. A definição do formato e a sua criação, teve por base uma estrutura realizada segundo a análise dos resultados obtidos através do questionário. Toda a parte gráfica foi pensada para dar resposta a um modelo de publicação expressiva e comunicativa.

### 2.10.1 **Objeto Gráfico**

Após várias pesquisas, análises e estudos realizados obtivemos um conteúdo gráfico que ilustra os resultados pretendidos. O objeto é um desdobrável com o objetivo de divulgar a Fundação de forma gratuita.

### 2.10.2 **Estudos Criativos**

Neste processo, desenvolveram-se alguns estudos até alcançarmos a proposta final, tendo em conta a seleção relativamente à análise dos questionários, tanto dos jovens como dos colaboradores da Fundação. Esses dados serviram para definirmos o conteúdo textual e gráfico do objeto. Ao analisarmos esse material, percebemos que o conteúdo recolhido era suficiente para criarmos um objeto gráfico com um grafismo visual simples e apelativo.

A sua divulgação também foi ponderada, dado que o objetivo era ser distribuída na freguesia de Campolide, em futuros eventos organizados pela JFC. Ao longo do processo de desenvolvimento do projeto, tivemos em conta quatro pontos essenciais: a estrutura, o formato; o material; e a forma de distribuição do objeto.

### 1º Fase - DEFINIÇÃO DO FORMATO

Na 1ª fase de desenvolvimento da proposta gráfica, e como primeiro *input* para o projeto, procurámos perceber qual seria o melhor formato para divulgar a informação. Em reunião com a FALO, propusemos alguns conceitos do modo como poderia funcionar o objeto gráfico para concretizar o objetivo, mantendo um briefing de um objeto prático e económico. Realizaram-se testes feitos em papel com vários formatos, e posteriormente avaliou-se o conteúdo textual para definir a divisão e a estruturação do modelo.

### 2ª Fase - DEFINIÇÃO DO CONTEÚDO, GRAFISMO E COR

Nesta fase, o objetivo foi enquadrar o conteúdo textual de encontro aos ícones pretendidos para o objeto gráfico. Começámos por dar títulos às várias partes/divisões e transcrever o texto por palavras-chaves, como ícones, de modo a realizar uma narrativa gráfica.

Como referido anteriormente (2.2.3.1.1), a **Infografia** deve ter o cuidado de dar uma linha de seguimento para o leitor não se perder. Essa opção de criar uma infografia, permitiu definir ícones, que para além de serem perceptíveis, são acompanhados sempre com um termo respetivo do significado e/ou tarefa.

Estudámos o folheto primeiro com duas cores, preto e vermelho, mas na cor vermelha utilizámos 30% de transparência para termos contraste e dinâmica de fundo.

### 3ª Fase - CONCRETIZAÇÃO

Nesta fase, com o apoio da JFC e da FALO concluímos o processo de estudo do objeto. Após alguns ensaios e alterações, criámos duas opções de cor e valorizámos a técnica artística RISO. Esta opção técnica foi apresentada nas reuniões com a FALO e a JFC para a sua aprovação. É uma técnica com a qual nos sentimos bastante à vontade, dado ter sido utilizada em trabalhos realizados ao longo do Mestrado. Pensámos também que esta opção iria trazer uma identidade especial ao objeto gráfico e que iria ser valorizada pelo público-alvo.



FALO

Fig 23. Logotipo - 1ª versão.



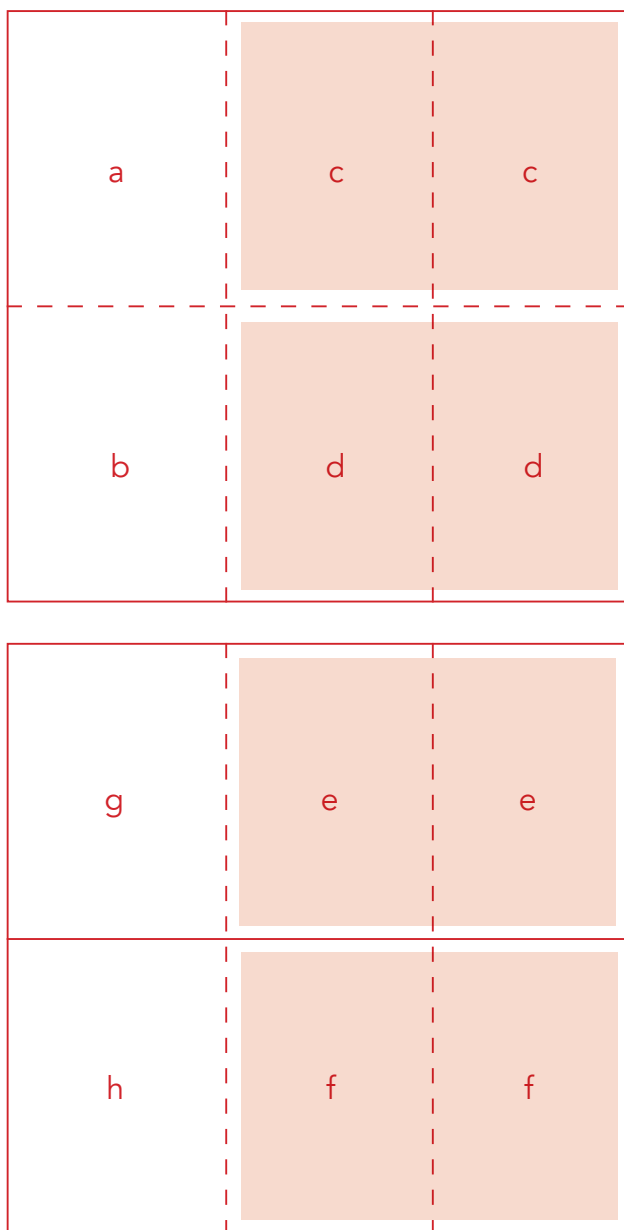
FALO

Fig 24. Logotipo - Versão final



### 2.10.3 Estruturação

A estruturação do objeto é uma ferramenta importante para organizar o espaço visual e serve para enquadrar o conteúdo textual e gráfico. No entanto, o objeto gráfico desenvolvido divide-se em duas partes, frente e verso, e nelas introduzimos vários itens: capa; contracapa; as rubricas; quem somos; o que fazemos; o que gostaríamos de mudar; o que gostaríamos de ser; o texto Resumo - História da Fundação António Luís de Oliveira e Apelo; e o texto Editorial, Paginação e Parcerias. (Fig. 27)



- a. Capa;
- b. Contracapa;
- c. Quem somos - 1ª Parte;
- d. O que fazemos - 2ª Parte;
- e. O que gostaríamos de mudar - 3ª Parte;
- f. O que gostaríamos de ser - 4ª Parte;
- g. Texto: História e APelo à FALO;
- h. Texto: Editorial

Fig 27. Estruturação;

#### 2.10.4 Formato

Por formato, entende-se por a relação proporcional entre a largura e altura da publicação. Esta proporção pode ser racional (quando é possível dividir a página em quadrados), irracional (quando apenas é possível dividir em retângulos) ou áurea. Neste caso, o objeto enquadra-se dentro do formato irracional, uma vez que possui como dimensões 297x314mm (A3), ou seja, uma relação proporcional de 3:2. (Fig. 28)

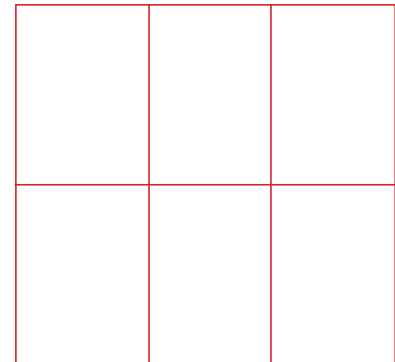


Fig 28. Formato 3:2;  
297x314 mm  
2 páginas

#### 2.10.5 Layout

Por layout entende-se o termo referente ao modo de distribuição e arranjo dos elementos gráficos num determinado espaço ou superfície. O layout implica a tarefa de compilar todo o material gráfico – fotografias, documentos de texto, ilustrações, infografias, diagramas – e prepará-lo para eventual impressão. Este processo exige a manipulação dos elementos editoriais até se atingir um resultado satisfatório, ou seja, o layout final. (Rodrigues, 2013: p.53)

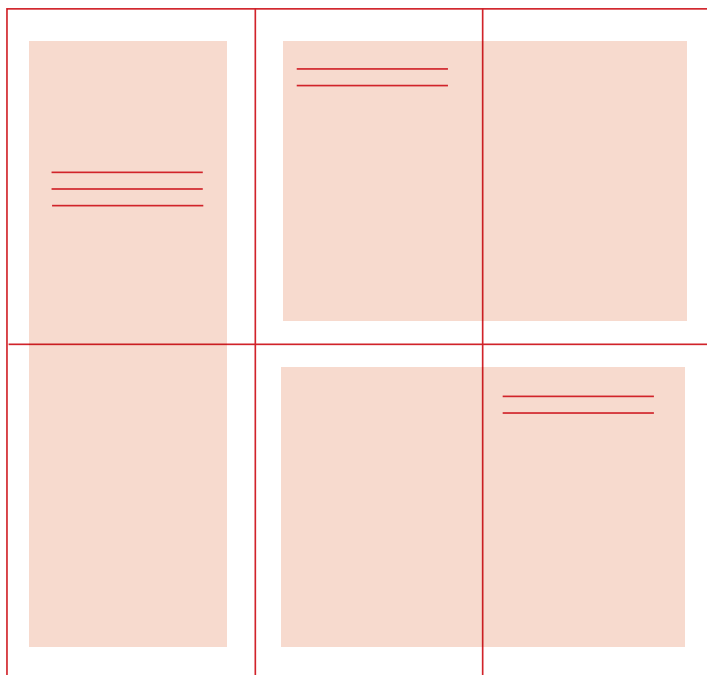


Fig 29. Layout

### 2.10.6 Cor

A aplicação da cor no objeto gráfico tem de ser bem realizada. O objecto, na sua versão final, é apresentado em formato de três cores (vermelho, azul e preto). Para além do aspeto estético, a impressão a três cores está vinculada com questões técnicas – Risografia, mais precisamente custos de impressão. O objeto definido consiste numa página desenhada frente e verso para o número total de 300 cópias, máximo.

### 2.10.7 Tipografia

A escolha tipográfica adequada é fundamental para a coerência entre o design e o conteúdo da publicação. Tendo em conta que se torna num dos principais elementos visuais utilizados, para além da cor. A escolha tipográfica é melhor sucedida quando a mesma depende da sensibilidade tipográfica do designer e requer um conhecimento avançado e atual sobre a qualidade funcional e estética de um tipo de letra, como por exemplo: seleccionar o tipos de letra criados para a função específica que lhe é atribuída, a fim de proporcionar impacto visual, funcional e psicológico no objeto gráfico. Os tipos de letras possuem detalhes ao nível estético que comunicam uma personalidade relevante em relação ao seu ponto de vista estético que ajuda no seu processo de seleção tipográfica.

### 2.10.8 Logotipo

A escolha do logotipo é predominante porque representa e simboliza a identidade do objeto gráfico, neste caso a publicação criada para divulgar a Fundação António Luís de Oliveira, cujo o nome surgiu segundo a análise dos questionários realizados aos membros da mesma. O logotipo é junção das palavras que traduzem, de um modo geral, o ponto de partida e a função fundamental da Fundação - A Casa Que Cresce Contigo. Mais um vez a tipografia teve predominância no objeto gráfico e ganhou coerência entre o design e o seu conteúdo visual.

### Papercut regular

*Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Cras vitae congue nibh. Nam in aliquet nulla, adipiscing elit. Cras vitae congue nibh. i aliquet nulla.*

### PAPERCUT REGULAR

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, CONSECTETUR ADIPISCING ELIT. CRAS VITAE CONGUE NIBH. NAM IN ALIQUET NULLA, LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, CONSECTETUR ADIPISCING ELIT. CRAS VITAE CONGUE NIBH. NAM IN ALIQUET NULLA.

### Mont

*Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Cras vitae congue nibh. Nam in aliquet nulla, Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Cras vitae congue nibh. Nam in aliquet nulla, Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nam in aliquet nulla,*

**a CASA  
que CRESCE  
CONTIGO**

Fig. 30. Logotipo - A Casa Que Cresce Contigo;

### 2.10.9 Elementos gráficos

Em relação aos elementos gráficos desenvolvidos (Fig. 31) ao longo da infografia foram totalmente pensados em relação à palavra-chave a que cada um se referia. Como a infografia é algo visual, que “pode integrar palavras e imagens de forma dinâmica e fluída” (Gray, 2007).

O modelo de ilustração desenvolvido, compila informação e design, ou seja, elementos gráficos que compreendem a visualização e o entendimento da informação a ser transmitida, de forma a que seja facilmente assimilado pelo recetor. Assim, a infografia funciona como um elemento fundamental na mancha gráfica do objeto, que ajuda a compreender, através de uma forma mais visual, o conteúdo implícito. A dimensão da ilustração é estipulada em função da área de cada divisão, e para cada tema, sendo assim delimitada uma área dividida na folha, segundo a estruturação e enquadramento definido.

### 2.10.10 Material

Em relação ao material selecionado para o objeto gráfico, para além do formato ter sido pensado tendo em conta o seu valor estético, também foi valorizado as questões técnicas, da impressão final risografia, de modo a enriquecer ainda mais esteticamente o objeto.

A técnica RISO apresenta uma impressão muito idêntica à serigrafia, que se configura como uma cópia, com um efeito muito artesanal. A Risografia (*Risograph* ou apenas RISO), é uma marca de impressoras criadas no Japão nos anos 80 para viabilizar impressões de baixo custo em alto volume (Cola55, 2018).

O papel escolhido foi A3 Edizione 1.3. 100g com as cores: Blue/red/black.

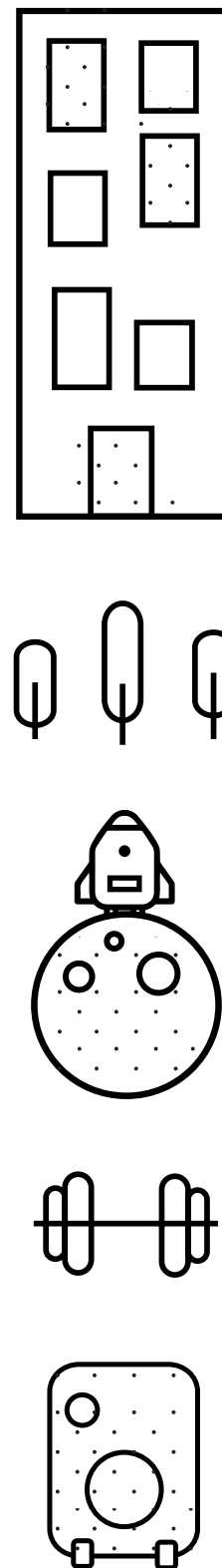


Fig 31. Elementos gráficos - Infografia;

### 2.10.11 Orçamentos

Após reunir todos os dados e concluir a proposta gráfica, realizámos dois pedidos de orçamento a gráficas que são especialistas neste tipo de artes finais. Isto serviu também para obter informações, em termos de preços e quantidades, para a Junta de Freguesia de Campolide.

#### ORÇAMENTO 1 – DESISTO (LISBOA)

##### **50 Cópias**

4 Masters mais 200 Impressões (Medium Blue/Crimson) + 25 Folhas A3 Edizione 1.3. 100g = 49,5€

##### **100 Cópias**

4 Masters mais 400 Impressões (Medium Blue/Crimson) + 50 Folhas A3 Edizione 1.3. 100g = 57€

##### **1000 Cópias**

4 Masters + 4000 Impressões (Medium Blue/Crimson) + 500 Folhas A3 Edizione 1.3. 100g = 355€

#### **Nota:**

Todos estes orçamentos são isentos de IVA.

Condições de pagamento: pagamento no ato da entrega do projeto, exceto para o caso das 1000 cópias, nesse caso requeresse 50% do valor adiantado.

#### ORÇAMENTO 2 – IDEIAS COM PESO (LISBOA)

##### **50 Cópias**

90gr = 30€

##### **100 Cópias**

90gr = 55€

##### **1000 Cópias**

90gr = 465€

### 2.11 **Proposta Final**

Em síntese, ao longo do processo houve algumas alterações realizadas no objeto gráfico desenvolvido, mas chegados à fase final, conseguimos validar a proposta, tanto na JFC como na Fundação.

A proposta final configurou o desenvolvimento de vários pontos que se consideram fundamentais para a construção deste tipo de objeto prático, tais como: a definição da proposta, o desenvolvimento dos estudos criativos (muito importante para o processo de planificação e estruturação do objeto de forma a dividir o conteúdo textual e gráfico, perceber o formato e entender o layout), a utilização da cor, a criação dos elementos gráficos e, por fim, o material escolhido segundo a técnica de Risografia.

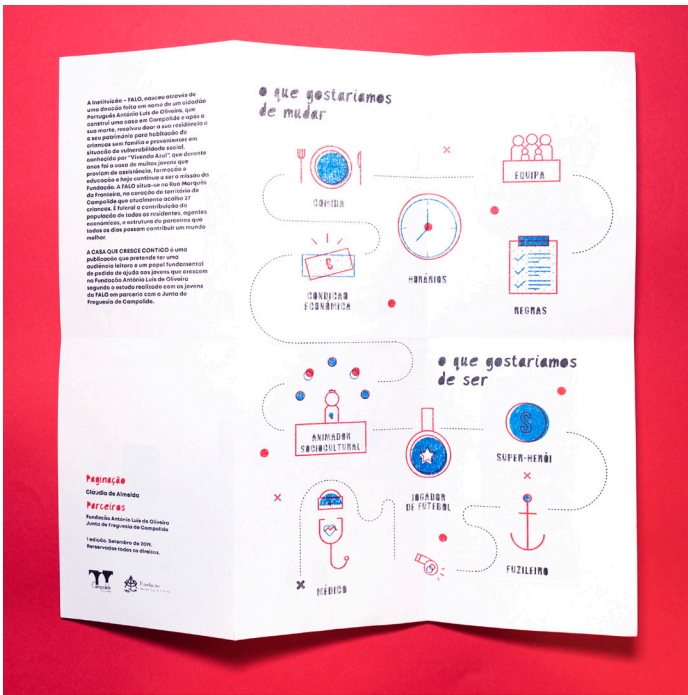
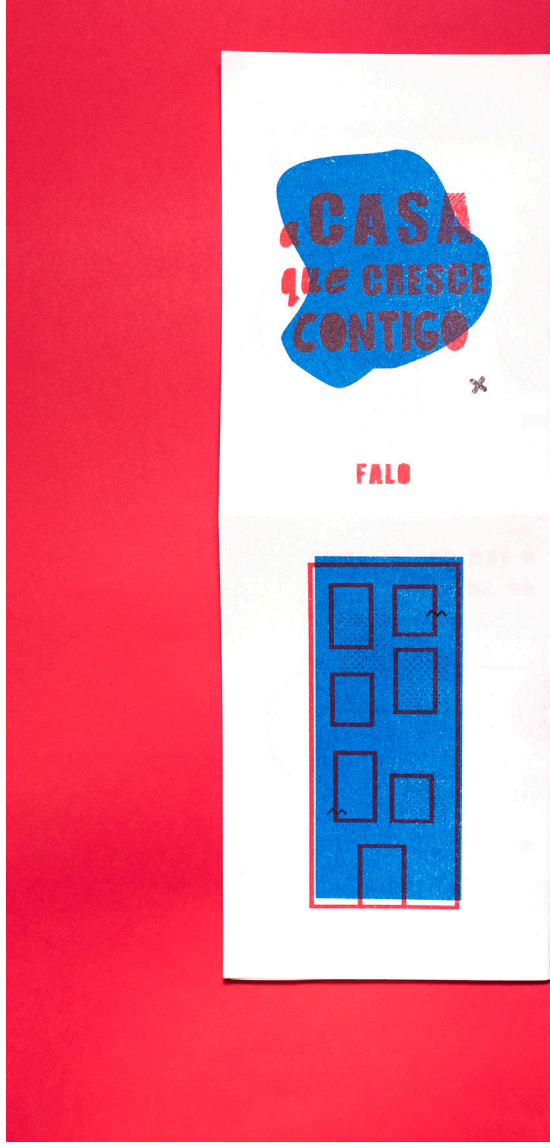
No caso deste objeto prático, a mancha gráfica tem maior visibilidade do que o conteúdo textual de modo a facilitar a leitura pelo público-alvo. Os resultados evidenciam elementos dinâmicos, conseguidos através da linha desenhada e de forma a que o leitor seja encaminhado de um início a um fim de leitura, de maneira a passar por todos os temas sem fugir de nenhum.

O objeto tem uma continuidade de leitura que torna mais fácil e simples a compreensão do mesmo. Durante a leitura, são apresentados vários elementos iconográficos e infográficos. Estes elementos gráficos conferem ao objeto um carácter mais ilustrativo e jovial que completa igualmente o conteúdo textual.

Este objeto gráfico só resultou desta forma, por causa de um processo de pesquisa e de trabalho em parceria com a Fundação António Luís de Oliveira e a Junta de Freguesia de Campolide. Esta última, deu uma ajuda fundamental quando sugeriu a fundação como um projeto de oportunidade para concretizar a aplicação prática do trabalho.



Fig 32. Fotografias - Proposta final.  
Fotografia: Inês Félix



### 3.12 Validação pela JFC

Para viabilizar o seguimento do projeto, foi necessário a aprovação e validação do objeto gráfico. A ideia de aprovar o protótipo junto da JFC pareceu-nos importante, pois poderia acrescentar valor ao mesmo.

Assim, em reunião com o Dr. André Couto, Presidente da Junta de Freguesia de Campolide, apresentámos o protótipo e pedimos a sua opinião. Nesse encontro, foi solicitado que respondesse a um conjunto de questões abertas por forma a orientar melhor o objetivo da reunião, a apresentar todas as ideias fundamentais do projeto e a observar como o objeto gráfico era compreendido. As questões apresentadas encontram-se no (Anexo F) - Transcrição da Entrevista. O Presidente observou o folheto e em simultâneo explicávamos os objetivos do encontro e realizávamos perguntas pertinentes para o projeto. Ao terminar a apresentação, o Presidente afirmou que gostou muito da proposta e que “estava simples e apelativa”. No entanto, salientou o seguinte:

- Um aspeto que não era intuitivo e tinha a ver com a forma de distribuição do folheto pelas pessoas do bairro e vizinhos da FALO, era que se deveria acrescentar uma informação de como a comunidade poderia ajudar a FALO. Essa observação pareceu-nos importante, sendo que se poderá dar resposta, integrando na contracapa a informação de um contacto (telefone, email ou/e site) para ajuda.
- Outro aspeto referido, foi o de poder ser reforçado a estrutura do folheto, o qual compreende dois conteúdos distintos, um mais institucional (apresentação e história da FALO) e outro mais informativo (sobre os jovens e as suas vivências e necessidades). Na sua opinião, deveria ser integrado uma terceira parte, mais significativa, com o conteúdo de apelo ao envolvimento das pessoas, devendo a mesma, estar mais explícita para o objeto ficar completo.

(Nota: No verso do folheto, existe um espaço próprio para o efeito, mas ainda não tinha o texto do apelo integrado no protótipo).

No final, fez ainda algumas considerações. Verificou que as respostas por parte dos jovens vão de encontro às neces-

sidades sentidas por eles, e considerou valioso para a JFC ter conhecimento para poder atuar. Referiu que a Fundação ainda tem alguns problemas financeiros e toda a ajuda que puder obter de doadores é muito relevante. Por fim, mencionou que é uma instituição muito peculiar, dado que “não há assim tantas organizações que recebem crianças” que têm um historial particular e a quem lhes é proporcionada uma casa (lar).

Sendo a distribuição do folheto via caixa de correio um assunto a ponderar, concluiu dizendo que há eventos nos quais a JFC participa e o pode divulgar. Como exemplo, referiu um na altura do Natal - o Jantar da Academia no Parque do Calhou, em Monsanto, jantar esse muito grande, em que todas as pessoas gostam de participar e são defensoras de causas sociais.

## Conclusão

Na década de 60 e início da década de 70, Victor Papanek evocou atenção para o design que se entende e soluciona problemas da sociedade – Design Social. Este tema foi fundamental para entender e resolver a investigação do projeto prático, no que toca à responsabilidade do design gerar uma conscientização, não só para o mercado, mas principalmente para a comunidade, para a nossa sociedade.

Este relatório, teve como primeira etapa o estágio curricular na revista Time Out Lisboa. Essa experiência pré-profissional retivemos com grande atenção, superando cada dificuldade com vontade e empenho. Os temas com que trabalhamos semanalmente na publicação, são sobre a cidade de Lisboa, e isso, permitiu obter muito conhecimento sobre lugares, eventos, bairros e organizações. Tudo o que aprendemos no mestrado foi importante para aplicar no estágio, pois permitiu experienciar um processo construtivo bastante positivo. Como consequência, consideramos que a Time Out foi uma segunda escola. Nesse contexto, pudemos aprender as bases, as regras e os conceitos associados às áreas do design editorial e design gráfico, por forma a enriquecer a aprendizagem e a evoluir profissional e pessoalmente.

Ainda como resultado do trabalho desenvolvido, fomos convidados para fazer parte da equipa através de um estágio profissional. Findo esse estágio, renovaram o contrato, e atualmente pertencemos a equipa de colaboradores da empresa. Após a aprendizagem obtida no estágio, deu-se seguimento à investigação do projeto prático com base num projeto social que envolve o designer num papel fundamental – o de interveniente social. Tal como foi referido, o Design Social é mais que uma responsabilidade, pois demonstra a extensão que o design pode ter, para lá do design de comunicação. Design Social implica o conhecimento da educação social que atua para a sociedade, de modo a utilizar a criatividade como oportunidade para mudar e melhorar as condições dos grupos ou comunidades.

Neste contexto, foi importante percebermos o papel social e fundamental do designer gráfico, e descobrir que o papel social consiste em utilizar habilitações e qualificações específicas para fazer cumprir atividades específicas com membros da sociedade, como por exemplo no caso prático – com a Fundação António Luís de Oliveira.

O objetivo da atividade, que tem como principal função comunicar, tem como preocupação fundamental o aspeto formal da reprodução do objeto gráfico, tendo em conta a metodolo-

gia-problematização, conceção e especialização do tema a tratar, por forma a ajudar a concretizar as necessidades das pessoas ou da comunidade em estudo.

Ainda em relação à parte prática, aprofundar o estudo do Design Editorial ajudou a perceber que não é só significativo a disposição da mancha gráfica, mas sim, como se deve comunicar uma ideia ou contar uma história por meio da organização e apresentação das palavras e elementos gráficos – Infografia. Ao analisar cinco casos de referência, reunimos informação que foi fundamental para comparar projetos e para estruturar e desenvolver a parte prática.

No final do estudo, foi possível apresentar uma proposta prática de promoção e divulgação da Fundação. A proposta criada é um folheto desdobrável, estruturado em duas partes, frente e verso, e desenvolvido ao logo da investigação em colaboração com a Junta de Freguesia de Campolide (JFC) e da Fundação, localizada precisamente no bairro de Campolide em Lisboa.

O projeto suscitou bastante interesse pessoal por se tratar de uma comunidade juvenil, e desta forma poder estar em contato com uma realidade social real, com necessidades particulares, que desconhecíamos. Foi muito importante compreender como funciona uma instituição com vinte e oito (28) jovens, dependentes da equipa responsável, e cada um, com uma história de vida difícil e particular.

A escolha do nome para a proposta desenvolvida – A Casa Que Cresce Contigo – explica-se, pois segundo os dados recolhidos e a análise realizada, concluiu-se que a aquela vivência é uma nova oportunidade, uma segunda casa, uma família para os jovens e crianças.

O folheto tem como objetivos difundir o trabalho da fundação através da “voz” dos seus membros, apresentá-la à comunidade local e envolver as pessoas do bairro que queiram ajudar. A proposta do folheto, após ter sido aprovado e validada pela mesma como um projeto promissor, num futuro próximo, irá ser distribuído em eventos sociais organizados pela JFC, a pessoas, a associações e a outros parceiros, dispostos ajudar a fundação.

Em síntese, o processo de pesquisa aplicado que permitiu a realização deste relatório, resulta da observação, estudo, experiência e reflexão no estágio na Time Out e também, da investigação teórico-prática para o projeto de design social em colaboração com a Fundação e a JFC.

## Referências bibliográficas

- Alcina Maria Correia Melo de Oliveira Pato. (2013). A Problemática do Design em Portugal: Responsabilidade Cultural e Social do Designer.
- Almeida, N. de. (n.d.). Quando a inovação o design e a responsabilidade social se misturam.
- Arquisur. (n.d.). Zonzo: Investigadores Urbanos. Retrieved from <http://arquisur.org/premios/premio-aroztegui/categoria-d/zonzo-investigadores-urbanos/?lang=pt-br>
- Braga, Marcos da Costa.(org.). O papel social do design gráfico: história, conceitos & atuação profissional. São Paulo: editora Senac, 2011.
- B-on. (n.d.). Boas Práticas. Retrieved from <https://www.b-on.pt/boas-praticas/>
- Campolide, J. de F. de. (n.d.). História. Retrieved February 5, 2018, from <http://www.jf-campolide.pt/campolide/historia>
- Cardoso, J. A. (n.d.). Revista Time Out chega ao mercado português.
- Colab55. (n.d.). Entenda por que estamos viciados em Risografia.
- Fermenta. (n.d.). A avó veio trabalhar - Old is the New Young. Retrieved February 9, 2018, from <http://www.fermenta.org>
- Frascara, J. (2000). Diseño gráfico y comunicación. Comunicacion y Hombre.
- Kátia, R. M. (2013). Design social em Portugal: a perspetiva humana do produto. Universidade de Lisboa, Faculdade de Belas Artes.
- Lisboa, C. M. de. (n.d.). Lançamento da Coleção de Livros Zero Desperdício. Retrieved February 9, 2018, from [http://www.cm-lisboa.pt/no\\_cache/noticias/detalhe/p/2/article/lancamento-da-colecao-de-livros-zero-desperdicio](http://www.cm-lisboa.pt/no_cache/noticias/detalhe/p/2/article/lancamento-da-colecao-de-livros-zero-desperdicio)
- Locals, A. (n.d.). A avó veio trabalhar. Marcela L'Amour Wanderley, Pollyanna Sitônio Andrade, R. Q. de B. e W. G. L. J. (2013). Design Social.
- Maria José Sousa, C. S. B. (2014). Como Fazer Investigação, Dissertações, Teses e Relatórios. Lisboa: Pactor.
- Meiros, S. C. P. (2012). Infografia jornalística em Portugal: estudo de caso de dois diários e um semanário. Infografia jornalística em Portugal: estudo de caso de dois diários e um semanário. Retrieved from <http://repositorio.uac.pt/handle/10400.3/3076>
- Meliande, C. (n.d.). Editora Temporária: Zonzo - Investigadores Urbanos. Retrieved February 9, 2018, from <https://clarameliande.com/Editora-temporaria-2>
- Oliveira, F. A. L. de. (n.d.). Fundação. Retrieved February 5, 2018, from <http://www.falo.pt/fundacao.html>
- Oliveira, F. A. L. de. (n.d.). Notícias. Retrieved February 5, 2018, from <http://www.falo.pt/noticias.html>
- Out, T. (n.d.). History of Time Out. Retrieved February 9, 2018, from <https://www.timeout.com/about/history>
- Papanek, V. (1971). Design for the real

world. Human Ecology and Social Change. New York: Thames & Hudson.

Papanek, V. (1977). Diseñar para el mundo real: Ecología humana Y Cambio social. (Ediciones Blume, Ed.). Madrid: H. Blume. Retrieved from <https://www.amazon.com/Diseñar-para-mundo-real-ecología/dp/8472141160>

Pazmino, A. V. (2007). Uma reflexão sobre Design Social, Eco Design e Design Sustentável. Simpósio Brasileiro de Design Sustentável, 1.

Pias, F. (n.d.). Design é preciso. Retrieved February 9, 2018, from <https://filipapias.wordpress.com/design-e-preciso/>

Sato, S. N. (2017). A infografia na divulgação científica: um estudo de caso da revista {Pesquisa} {Fapesp}.

Teixeira, T. (2010). Infografia e Jornalismo.

Villas Boas, André. O que é e (o que nunca foi) design gráfico. 6a Ed. ampl. Rio de Janeiro. 2AB, 2007.

Wikiwand. (n.d.). Time Out (magazine) - History.

Yamamoto, R. K. K. (2014). Papel social do designer gráfico: realidades e premissas.

Zero Desperdício. (n.d.). Coleção Zero Desperdício. Retrieved February 9, 2018, from <http://furnas.citi.pt/zerodesperdicio/>



# **ANEXOS**

## **Glossário**

### ***Briefing***

Conjunto de informações reunidos para o desenvolvimento de um trabalho;

### ***Moodboard***

Conjunto de ideias, referências visuais para representar o conceito visual do projeto;

### ***Brainstorming***

Técnica para desenvolvimento de novas ideias ou resolução de problemas, baseada numa discussão em que várias pessoas fazem muitas sugestões para que sejam escolhidas as melhores ou uma fusão delas;

### ***Layout***

Modo de distribuição e arranjo dos elementos gráficos num determinado espaço ou superfície;

### **Plano**

Plano editorial, arranjo ou disposição geral da revista, de um livro, de uma publicação; Planificação da revista Time Out;

### **Secção**

É o nome dado à divisão ou subdivisão composta, neste caso pela publicação,

### **Tema de capa**

Divisão ou subdivisão mais importante que complementa a capa da publicação;

### **Rubrica**

Título dos capítulos de livros, revistas e publicações;

### ***Income generation***

Geração de rendimentos.

# ANEXO A

## CRONOGRAMA

Calendário de tarefas em relação à realização do Estágio Curricular e Relatório de estágio.

MESES TAREFAS	15 dias	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Estágio Curricular												
<b>Fase I</b> Integração												
<b>Fase II</b> Adaptação												
<b>Fase III</b> Concretização												
Actividade Investigativa												
<b>Design Social</b>												
<b>Design Gráfico</b>												
<b>Design Editorial</b>												
<b>Estudo de Casos</b>												
Aplicação Prática												
<b>Caso de Estudo</b> <i>FALO</i>												
<b>Recolha</b> <b>de dados</b>												
<b>Questionários aos</b> <b>jovens</b>												
<b>Questionários aos</b> <b>colaboradores</b>												
<b>Análise</b> <b>dos Resultados</b>												
<b>Proposta Prática</b>												
<b>Escrita Relatório</b> <b>de Estágio</b>												

## **ANEXO B**

### **QUESTIONÁRIO AOS JOVENS**

Guião realizado às crianças e jovens da FALO

#### **Inquérito**

JOVENS DA FALO

Nome:

Idade:

1. O que a FALO representa para ti?
2. Se pudesses, o que gostarias de mudar dentro da FALO?
3. Em que atividades costumavas participar? Qual é atividade que mais gostas fazer?
4. Desenha algo que represente a recordação mais feliz que já tiveste na FALO.

Obrigada pela colaboração.  
Cláudia de Almeida

## ANEXO C

### QUESTIONÁRIO AOS COLABORADORES

Guião realizado aos colaboradores da FALO

#### Inquérito

DIRETORA | COLABORADORES

Este presente questionário tem como objetivo perceber as necessidades das crianças e jovens da Fundação António Luís de Oliveira; que tipo de ações se podem desenvolver para se entregar no meio social do bairro perante as atividades da mesma. Por ultimo, entender se é pertinente divulgar a Fundação e como gostariam que fosse realizado.

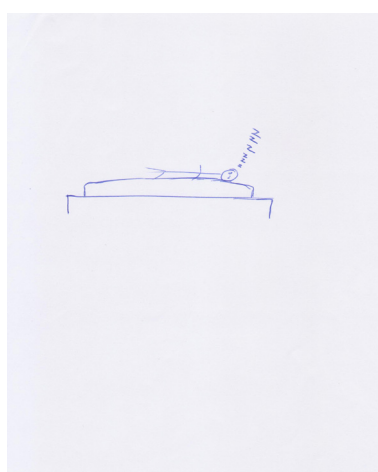
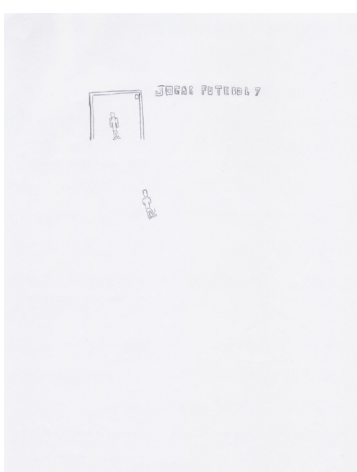
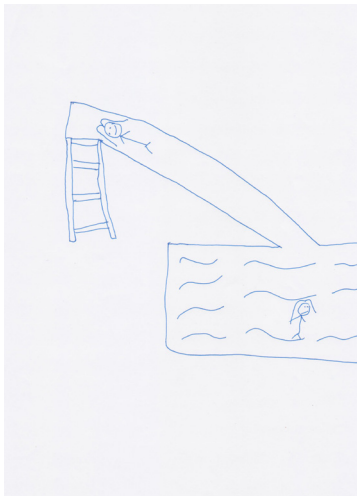
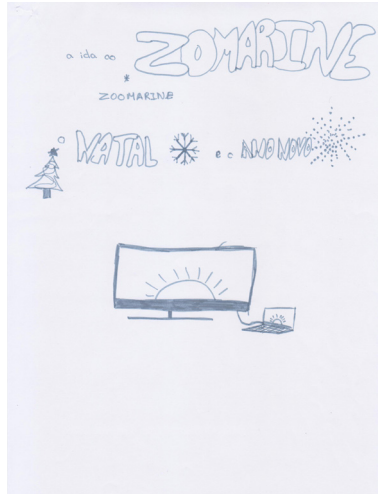
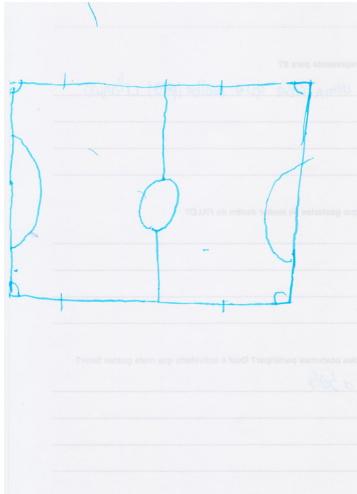
1. Qual é a sua função principal na FALO?
2. O que é o FALO para si?
3. Quais as ações que se poderiam desenvolver para promover o seu trabalho com as crianças na Fundação?
4. Qual é rotina das crianças e jovens dentro da FALO?
5. Tendo presente a situação de cada jovem, como se poderia ajudar na sua integração na sociedade / futuro profissional?
6. Os jovens participam em atividades extra curriculares? Quais?
7. Nestas atividades extra curriculares têm bons resultados?
8. Quais os eventos em que a FALO participou com a comunidade do bairro?
9. Acha útil haver divulgação da FALO?
10. Como se poderia envolver a comunidade e as outras instituições do bairro de Campolide?

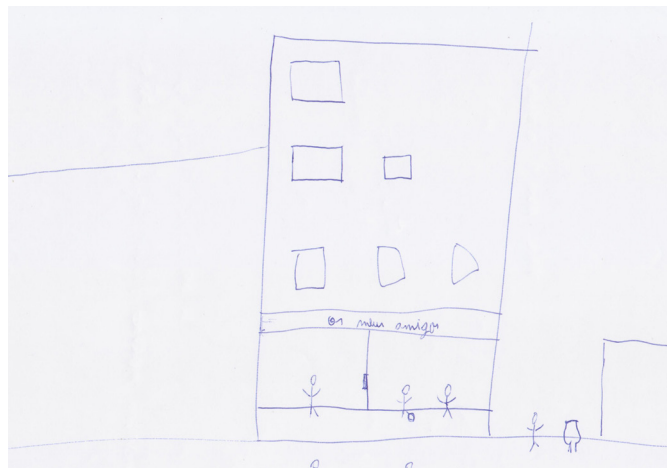
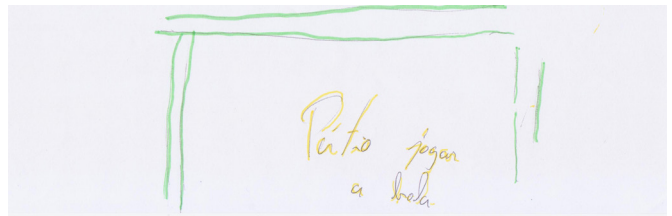
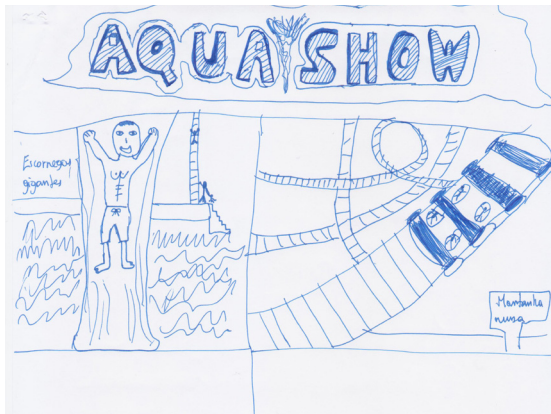
Obrigada pela colaboração.  
Cláudia de Almeida

## ANEXO D

### DESENHOS - 1ª FASE

Desenhos referentes à análise da Q.4 da 1ª Fase do questionário realizado aos jovens da FALO.

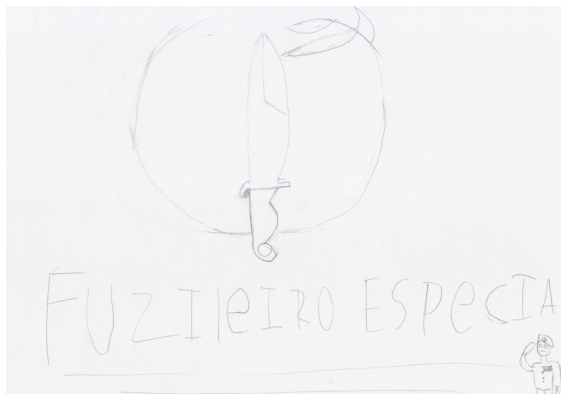
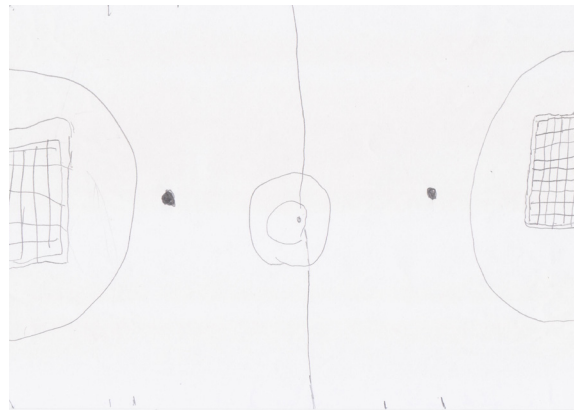
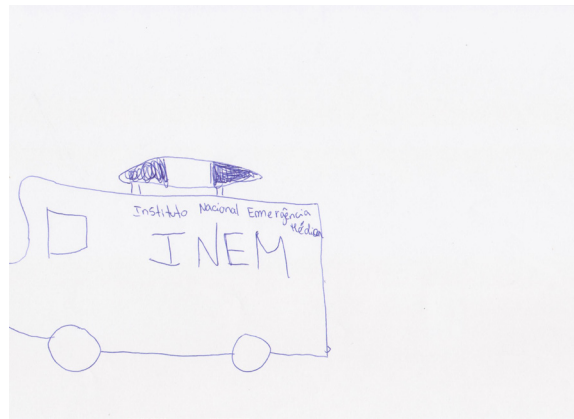




## ANEXO E

### DESENHOS - 2ª FASE

Desenhos referentes à análise da Q.4 da 2ª Fase do questionário realizado aos jovens da FALO.



## ANEXO F

### ENTREVISTA - PRESIDENTE DA JFC

Transcrição da Entrevista realizada ao Presidente André Couto, no dia 17-12-2018, às 14h em Campolide.

Depois de explicarmos os objetivos, apresentámos algumas perguntas abertas pertinentes para o projeto:

1. O que é o objeto?
2. O porquê desta opção gráfica?
3. A quem se destina?
4. Porque que é que importante para os moradores da freguesia este objeto sobre a FALO?
5. Qual o valor que vão dar ao seu conteúdo?
6. Como vai ser distribuído e com que frequência?

Em resposta, o Sr. Presidente referiu que: "... gostou muito da proposta, que estava simples e apelativa" e salientou que o único ponto que não era intuitivo e ainda assim fundamental, era o seguinte: "Se nós quisermos distribuir o folheto para as pessoas, vizinhos, à volta da Fundação; daqui não sei de que forma as pessoas podem fazer para ajudar, porque acaba por não ter um contacto, e em última análise um pedido de ajuda."

Achou que o conteúdo "está bem estruturado" no que diz respeito a termos pensado numa ferramenta que unisse dois pontos fundamentais no objeto - a Apresentação da FALO, como a divisão dos conteúdos; O que somos; O que fazemos; O que gostaríamos de mudar; e ao mesmo tempo, o objetivo de envolver as pessoas neste apelo. O presidente afirmou que essa parte deveria estar mais explícita para o objeto estar completo. Em relação à afirmação do Presidente, defendemos que o texto falso que se encontra no verso do folheto era para esse resultado, no qual concordou.

Ao observar o conteúdo gráfico do folheto comprovou que as respostas por parte dos jovens vão de encontro às necessidades sentidas e achou engraçado entre alguns pontos expostos não ter noção, que é um trabalho valioso para a JFC ter conhecimento e poder atuar.

Durante a conversa, o Presidente referiu que "a FALO é uma Instituição que ainda tem alguns problemas financeiros, que deixaram de ter confeção própria e passaram a ter um doador que entrega as refeições diárias, embora a comida seja boa, não tem a mesma qualidade. Foram opções

que se tinha de tomar".

A FALO é uma instituição muito peculiar, não são assim tantas as instituições que recebem as crianças e que são a casa das mesmas, ainda mais crianças que têm o historial o que têm.

Voltando ao objeto, está muito bem conseguido e graficamente muito giro. "tem um caminho quase tipo IKEA, que nos obriga a passar por todos os pontos, desde que entramos até sairmos. Está simples. Na parte joga-se as palavras-chaves com os ícones." (...) "Está muito giro, o que gostaríamos de mudar e o que gostaríamos de ser"

Em relação a algumas alterações, na parte, o que gostaríamos de fazer - colocar o ícone "estudar" para não ser só parte lúdica. E ainda, relativamente à distribuição do objeto, "a distribuição na caixa do correio tenho algumas reservas. Mesmo que não seja distribuído na caixa de correio, há eventos aos quais a JFC vai, por exemplo, na altura do Natal, que é um clássico, existir estes mesmos para as instituições. Jantar de Natal na Academia do Calhou Lisboa, é por si só um jantar grande em que todas as pessoas gostam de participar. É um grupo que estão dentro destas causas sociais e que também apoiam a nossa instituição". O Presidente salienta que não quer dinheiro, que leva as crianças até essas associações e oferecem presentes, "pois funcionam muito com este tipo de abordagem, não estamos à procura diretamente de dinheiro, salienta" (...) "O objetivo é que ajudem diretamente as crianças que para a JFC está tudo bem."

Todavia, afirma que "a JFC sente falta de um "apoio" a dar às 200/300 pessoas que estão no jantar, que querem saber, o que é a FALO" (...) "Pego no microfone e explico" (...) "mas se tiverem algo palpável na mão que possam ver enquanto desfrutam do jantar ou enquanto esperam pelo segundo prato, a atenção fica retida no folheto e guardam."

(...) "Portanto, o objeto é sem dúvida um objeto viável a concretizar e este sim, seria o nosso público-alvo, pessoas que nos queiram sobretudo ajudar, a apoiar, pessoas que organizam eventos sociais são fundamentais."

