



Universidade de Brasília

**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO EM PROGRAMAÇÃO
VISUAL**

Vinil Hostel: sistema de identidade visual

Anna Caroline Pedrosa de Lima Nogueira Corrêa Marques

**Brasília
2013**

Anna Caroline Pedrosa de Lima Nogueira Corrêa Marques

**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO EM PROGRAMAÇÃO
VISUAL**

Vinil Hostel: sistema de identidade visual

Monografia apresentada como exigência
para obtenção do grau de Bacharelado
em Desenho Industrial da Universidade de
Brasília.

Orientadora: Marisa Cobbe Maass

**Brasília
2013**

À minha querida avozinha Maria, que
não teve tempo de me ver me formar.
Te amo onde quer que esteja.

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, agradeço a Deus, em quem acredito fielmente e que me dá conforto nas horas difíceis. Obrigada à minha mãe, meu pai, irmãos e melhores amigas, que muitas vezes acreditaram em mim e em meus "talentos" muito mais do que eu acho que mereço. Meus pais, pelos inúmeros sacrifícios que sempre fizeram para dar a mim e aos meus irmãos a melhor educação possível, por se preocupar com nosso futuro e nos apoiar em nossas decisões. Eu reconheço o sacrifício de vocês.

Obrigada à minha querida orientadora, professora Marisa, pela paciência e preocupação comigo e meu trabalho em um momento tão difícil da minha vida.

E obrigada de novo à Shirley e Mayume, pois o projeto se iniciou com vocês!

RESUMO

O trabalho aqui apresentado é um Relatório de Diplomação em Programação Visual e consiste na Proposta de Sistema de Identidade Visual do Vinil Hostel, um hostel interativo cujo tema central é a música. O trabalho foi desenvolvido como continuação de um projeto de conclusão de curso em Projeto do Produto do Desenho Industrial, onde se desenvolvia o sistema de serviço para esse hostel.

Palavras-chave: Desenho Industrial, Programação Visual, Hospedagem, Hostel, Música, Identidade Visual

ABSTRACT

This project is a graduation conclusion paper in Graphic Design and consists in a Visual Identity System development of the Vinil Hostel, an interactive hostel which central theme is the music. The project has been worked as a continuation of a project of graduation conclusion in product design, where it was developed the service system for this hostel.

Palavras-chave: Design, Graphic, Lodging, Hostel, Music, Visual identity

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Metodologia.....	11
Figura 2 – Esquema demonstrativo.....	12
Figura 3 – Filosofia do Vinil Hostel.....	24
Figura 4 – Público-alvo – grupo 1.....	25
Figura 5 – Público-alvo – grupo 2.....	26
Figura 6 – Painel de estilo hosteis.....	27
Figura 7 – Painel palavras-chave.....	27
Figura 8 – Painel ambientalização da música.....	28
Figura 9 – Letreiro Neon.....	29
Figura 10 – Painel Vinil.....	29
Figura 11 – Painel Rock.....	30
Figura 12 – Painel palavras-chave rock.....	30
Figura 13 – Painel Samba.....	31
Figura 14 – Painel palavras-chave Samba.....	31
Figura 15 – Painel Axé.....	32
Figura 16 – Painel palavras-chave axé.....	32
Figura 17 – Painel Bossa-Nova.....	33
Figura 18 – Painel palavras-chave bossa-nova.....	33
Figura 19 – Painel Funk.....	34
Figura 20 – Painel palavras-chave funk.....	34
Figura 21 – Painel Forró.....	35
Figura 22 – Painel palavras-chave forró.....	35
Figura 23 – Painel sertanejo.....	36
Figura 24 – Painel palavras-chave sertanejo.....	36
Figura 25 – Zebra Hostel.....	37
Figura 26 – Hostel 7.....	38
Figura 27 – Ô De Casa Hostel.....	39
Figura 28 – Cia das Letras.....	40
Figura 29 - Painel geração de alternativas 1.....	42
Figura 30 – Painel geração de alternativas 2.....	43
Figura 31 - Painel geração de alternativas 3.....	43
Figura 32 – Painel geração de alternativas 4.....	44
Figura 33 - Painel geração de alternativas 5.....	45
Figura 34 – Fontes do logotipo.....	45

Figura 35 – Símbolo do Vinil Hostel.....	45
Figura 36 – Painel Identidade visual do Vinil Hostel.....	46
Figura 37 – Fonte auxiliar.....	47
Figura 38 – Construção da Marca.....	47
Figura 39 – Paleta de cores da marca.....	47
Figura 40 – Paleta de cores auxiliar da marca.....	48
Figura 41 – Aplicação em envelope.....	49
Figura 42 - Aplicação em papel timbrado.....	50
Figura 43 - Aplicação em cartões de visita.....	50
Figura 44 - Aplicação no facebook.....	51
Figura 45 – Elementos auxiliares.....	52
Figura 46 – Placa sinalização geral.....	52
Figura 47 – Sinalizações gerais.....	53
Figura 48 – Sinalizações dos quartos.....	53
Figura 49 – Sinalização os banheiros.....	54
Figura 50 – Paleta de cores da decoração.....	55
Figura 51 – Exemplos de decoração.....	56
Figura 52 – Aplicação em roupa.....	57

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
1.1 Contexto.....	10
1.2 Justificativa	10
1.3 Objetivos	11
1.3.1 Geral	11
1.3.2 Específicos	11
1.4 Processo metodológico.....	11
2 LEVANTAMENTO DE DADOS	13
2.1 Pesquisa Bibliográfica.....	13
2.1.1 Hospitalidade e marketing de hospitalidade14	Erro! Indicador não definido.
2.1.2 Classificação de um serviço hoteleiro.....	14
2.1.3 Turismo.....	15
2.1.3.1 Tipos de turismo.....	14
2.1.4 Classificação de hotéis segundo objetivo comum de seus usuários.....	16
2.1.6 Música.....	18
2.1.6.1 Música como manifestação cultural.....	17
2.1.6.2 Música no Brasil.....	179
2.1.6.3 Samba	19
2.1.6.4 Bossa Nova	19
2.1.6.5 Forró	20
2.1.6.6 Axé Music	20

2.1.6.7 Rock.....	21
2.1.6.8 Sertanejo	21
2.1.6.9 Funk.....	22
2.1.7 Identidade visual	23
2.1.7.1 Marca	23
2.1.7.2 Formas de apresentação de uma marca	23
2.1.7.3 Elementos da identidade visual	24
2.2 Vinil Hostel	24
2.2.1 Tema.....	24
2.2.2 Missão.....	25
2.2.3 Valores	25
2.2.4 Filosofia.....	26
2.2.5 Estrutura	26
2.2.6 Público-Alvo	27
2.3 Análises	28
2.3.1 Paineis visuais	28
2.3.2 Concorrentes e similares	39
3 REQUISITOS	4329
4 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS.....	44
5 IDENTIDADE VISUAL DO VINIL HOSTEL	47
5.1 Construção da marca e área de respiro	48
5.2 Paleta de cores	49
5.3 Manual de instruções da identidade visual	50
5.4 Aplicações.....	51
5.4.1 Papelaria básica	51
5.4.2 Aplicação virtual	53
5.4.3 Sinalização.....	54
5.4.3.1 Sinalização geral.....	54
5.4.3.2 Sinalização específica	55
5.4.4 Decoração interna.....	56
6 CONCLUSÃO.....	58
REFERÊNCIAS.....	60

1 INTRODUÇÃO

1.1 Contexto

A cidade de Brasília é um dos grandes centros econômicos e de eventos do Brasil. Por ser um alvo, em sua maioria, de turismo acadêmico, político e de negócios, quase total de sua demanda hoteleira é voltada para esse tipo de público e, tornando a média de preços de hospedagem muito cara e excluindo turistas de menores recursos.

Pensando nessa problemática, foi realizado um trabalho de conclusão de curso em Projeto de Produto, do Desenho Industrial, onde se criou um sistema de funcionamento de um hostel em Brasília. Surgiu, então, como resultado, o Vinil Hostel.

1.2 Justificativa

Brasília é uma das cidades com o maior custo de vida do Brasil. Esse perfil não foge às alternativas de hospedagem da cidade. Desde que as pensões foram proibidas de funcionar na W3 por determinação judicial em 2008, as opções de hospedagem de curto tempo e baixo custo ficaram quase escassas no centro da capital. Além do alto custo, o tipo de serviço turístico não está voltado para o público não executivo ou acadêmico, afastando, assim, possibilidades de interesse desse tipo de turista em relação à cidade.

Para atrair esse tipo de público, é preciso oferecer um estabelecimento que se pareça com ele e que atenda às suas necessidades. A maneira de apresentação de qualquer tipo de estabelecimento é essencial para que haja uma identificação do público para com o lugar, possibilitando uma boa primeira impressão. Uma identidade visual que demonstre a personalidade do lugar convém para um bom potencial de atração e fixação na memória de seu público.

1.3 Objetivos

1.3.1 Geral

Desenvolver um sistema de identidade visual para o Vinil Hostel.

1.3.2 Específicos

- Desenvolver uma identidade visual para o hostel e suas aplicações:
 - Placa dos quartos;
 - Papelaria básica;
 - Bottons;
 - Rouparia;
 - Aplicação virtual;
- Desenvolver a sinalização interna;
- Definir as diretrizes para o design do interior do estabelecimento.

1.4 Processo metodológico

O levantamento de dados é a etapa onde se obtém todas as informações sobre a empresa cuja identidade visual será desenvolvida, no caso, o Vinil Hostel. Nessa etapa, é desenvolvido o briefing do hostel, e em paralelo, feitas pesquisas bibliográficas e análises de painéis visuais e de empresas similares para auxiliar na compreensão dos conceitos da empresa. Parte-se então para a definição dos requisitos do projeto que apontarão as direções certas para a geração de alternativas e definição da alternativa final, para que por último seja realizado o desenvolvimento de seus conceitos derivados, que são as aplicações e diretrizes

para decoração e sinalização.



Figura 1 – Metodologia
Fonte: Autoria própria.

2 LEVANTAMENTO DE DADOS

2.1 Pesquisa Bibliográfica

Para que se possam compreender os princípios que o Vinil Hostel defende, é preciso conhecer alguns conceitos.

2.1.1 Hospitalidade e marketing de hospitalidade

Hospitalidade se resume à acolhida calorosa e agradável. Esses conceitos variam de acordo um referencial, que no caso seria o tipo de público do meio de hospedagem.

O Marketing de hospitalidade é um estudo voltado para o encantamento e satisfação de necessidades e desejos de hóspedes, obtida por meio de uma acolhida prazerosa, afim de fazer com que o hóspede sempre opte por aquele local para se hospedar, e o indique a outras pessoas (propaganda boca a boca).

Marketing:

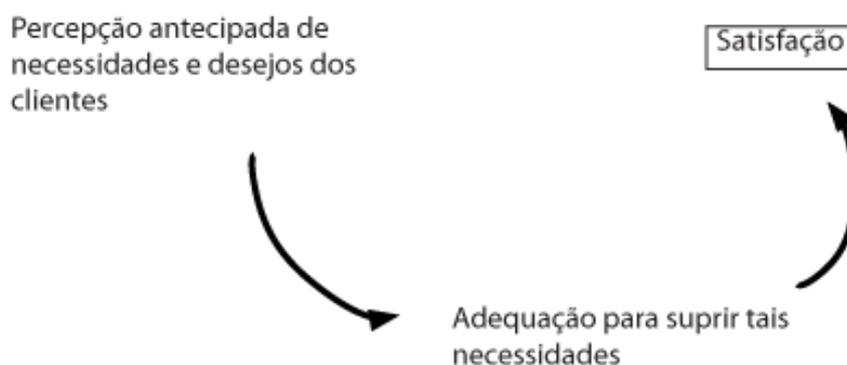


Figura 2 - Esquema demonstrativo do marketing de hotelaria
Fonte: Autoria própria.

2.1.2 Classificação de um serviço hoteleiro

O serviço hoteleiro é classificado como um serviço perecível (que dura menos de 6 meses) destinado ao consumidor final (consumidor é diferente de cliente, no caso do serviço hoteleiro, pois nem sempre o hóspede é a pessoa que procura e seleciona o hotel e faz as reservas).

2.1.3 Turismo

Turismo pode ser definido como "deslocamento temporário de pessoas, para outros locais, que não o seu domicílio, e por motivo outro que não a sua função remunerada" (SERSON, 1999)

2.1.3.1 Tipos de turismo

Há vários critérios de classificação de turismo: Por classe social, termos geográficos, meios de transporte, faixa etária e de acordo com motivações.

a) Por classe social

- Turismo classe baixa: turismo "barato", que envolve hospedarias de baixo custo, geralmente com transportes terrestres (ônibus ou carro);
- Turismo classe média: envolve transportes aéreos (geralmente classe econômica) e hotéis de médio a alto custo (geralmente 3 estrelas);
- Turismo classe alta: é o tipo de turismo mais caro, que envolve hotéis 5 estrelas e transportes de primeira classe.

Levando em consideração que a maioria das viagens para Brasília é a trabalho e que os hotéis disponíveis são de médio a alto custo, o turismo da cidade seria classificado como de classe média e alta.

O hostel na cidade procuraria atender as pessoas que, por serem minoria, são excluídas da demanda turística brasiliense. Porém, apesar de oferecer uma opção de hospedagem de baixo custo, o público-alvo não está focado na classe baixa, mas em jovens de classe média ainda não estabilizados financeiramente.

b) Turismo por termos geográficos

O turismo por termos geográficos se divide em turismo nacional e internacional. Por ser a capital do Brasil e abrigar muitos eventos, Brasília é palco dos dois tipos de turismo, tanto para os hotéis de alto custo, quanto para os hosteis.

c) Turismo por meio de transporte

Essa classificação se divide em turismo aéreo, cujo meio de transporte são os aviões, terrestre, ônibus, carros e trens e marítimo, com navios. No caso de Brasília as possibilidades seriam aérea e terrestre com o uso de carros ou ônibus.

d) Turismo por faixa etária

- Turismo jovem: com pessoas de baixa faixa etária que viajam sozinhas, geralmente mochileiros (a maioria frequenta hosteis).
- Turismo adulto: pessoas adultas com estabilidade financeira que viajam com suas famílias.

No caso de Brasília, teria que ser feita uma nova categoria mesclando as duas: turismo adulto, porém, sozinho, pois em sua maioria, os turistas destinados à capital são adultos que viajam a trabalho.

e) Turismo de acordo com motivações

- Turismo de lazer: turismo feito durante férias escolares ou de trabalho com o objetivo de descanso e lazer;
- Turismo de Congresso: pessoas que visitam alguma cidade por ter um evento de trabalho/estudo;
- Turismo cultural: pessoas que se deslocam para estudar e participar de cursos;
- Turismo de negócios ou a trabalho.

A cidade de Brasília costuma receber, em sua maioria, os turistas que vão a trabalho/negócios, turismo cultural e de congresso. No caso de um hostel que se situaria na cidade, ele receberia além de turistas de lazer, os de congresso e cultural, mas que não tenham condições financeiras para se hospedar em um hotel no padrão do setor hoteleiro da capital federal, pois a cidade costuma receber

muitos prestadores de concursos públicos.

2.1.4 Classificação de hotéis segundo objetivo comum de seus usuários

a) Hotéis de negócios

São hotéis destinados a pessoas que viajam a negócio e terão uma estadia curta. Geralmente se situam no centro da cidade e próximo a centros comerciais. Muito comuns em Brasília.

b) Hotéis ou estâncias turísticas

São hotéis que atendem pessoas de férias, localizados em cidades turísticas.

c) Hotéis residenciais ou flats

São hotéis para hóspedes permanentes ou de longa estadia. Suas acomodações são como mini apartamentos que possuem serviço de quarto.

d) Hotéis de “beira de estrada”

São hotéis ou pousadas para viajantes de automóvel que necessitam de pouso noturno. Geralmente oferecem apenas café da manhã, pois seus hóspedes costumam deixar o local pela manhã.

e) Hostel

O Hostel é uma maneira prática, divertida e segura de se hospedar em todo o mundo. Cada instalação conserva suas particularidades e charme, refletindo a cultura de cada região, o que torna as viagens ainda mais interessantes e inesquecíveis. (<http://www.hihostelbrasil.com.br/faca-parte.html>)

Hostel ou albergue é um meio de hospedagem constituído por quartos coletivos que contam com camas ou beliches, dispondo na maioria das vezes também de cozinhas e banheiros coletivos

separados em razão do sexo (masculino/feminino), além de terem, em alguns casos, piscinas, salas de jogos e/ou bibliotecas. (<http://www.mundosebrae.com.br>)

2.1.5 “Hostel boutique” e “Hostel design”

Novos conceitos de hostel de acordo com suas características visuais e serviços estão surgindo mundo afora. “Hostel Boutique” e “Hostel Design” já se consolidaram na Europa e estão se firmando no Brasil.

“Hostel boutique” é um conceito derivado dos hotéis boutique, que são hotéis que prezam a qualidade à quantidade. Portanto, possuem poucos quartos, mas muitas opções de serviços e entretenimento, além de possuírem a decoração desenvolvida cuidadosamente para o tema/estilo do hotel. O "hostel boutique" também possui ambientes mais elegantes com um toque de exclusividade, pensados para seu estilo único, também são hosteis menores e apresentam serviços e opções de entretenimento possíveis para que o custo baixo característico desse tipo de hospedagem seja mantido. O "hostel design" é um hostel com ambientes planejados, modernos e contemporâneos e que abriga um grande número de leitos.

2.1.6 Música

2.1.6.1 Música como manifestação social, comportamental e cultural

A música é uma das principais manifestações sociais e culturais da humanidade. O antropólogo Alan P. Merriam defende a música como um meio de interação social, feita de humanos para humanos e como um comportamento que se aprende em grupo. Ele defende ainda que ela deve ser estudada também antropologicamente, tanto como parte da cultura como enquanto cultura.

Por ser um comportamento que se aprende em grupos, a música reflete, assim, ao longo da história da humanidade, as características de cada povo.

2.1.6.2 Música no Brasil

A música no Brasil, como movimento cultural, derivou de vários movimentos juntos, devido à grande mistura de povos que aqui habitaram. Apesar de o samba ser conhecido mundo afora e simbolizar a cultura brasileira, existem outros ritmos que definem cada região do Brasil. No geral, todos os ritmos brasileiros foram derivados de quase todos os mesmos povos, tendo, alguns, mais influência em um ritmo que outros.

A cultura africana, espanhola, portuguesa e indígena influenciaram, então, no desenvolvimento de ritmos que caracterizam a cultura brasileira, como forró, lambada, samba, bossa nova, e derivados. Porém, ritmos “importados” também fazem parte da cultura musical do Brasil. O *rock*, *reggae* e *black music* tem grande peso no cenário nacional.

2.1.6.3 Samba

O samba surgiu da mistura de estilos musicais de origens africana e brasileira no Rio de Janeiro, em comunidades baianas de lá. É tocado com instrumentos de percussão acompanhados por violão e cavaquinho em sua forma mais simples.

As letras contam a vida e o cotidiano dos habitantes da cidade, com destaque para as comunidades pobres. Nos sambas mais modernos, a temática apresenta grande presença do romantismo.

2.1.6.4 Bossa Nova

A Bossa Nova surgiu na década de 1950 como um movimento da emergência urbana do país na fase desenvolvimentista da presidência de Juscelino Kubitschek e concentrou-se no Rio, precisamente na zona sul. Suas primeiras apresentações foram nas universidades das zonas mais nobres.

É um estilo que tem influências do jazz e samba, da cultura Americana do Pós-Guerra combinada à ao impressionismo erudito. Apesar de ter tido um fim cronológico, sua identidade e estilo nunca morreram e é um dos estilos brasileiros mais conhecidos pelo mundo.

2.1.6.5 Forró

Forró é a denominação para o estilo musical e dança de casal típicos do nordeste brasileiro. Surgiu no século XIX e possui temática ligada aos aspectos culturais, dificuldades da vida no sertão e cotidianos da região Nordeste do Brasil.

A música de forró é acompanhada dos seguintes instrumentos musicais: triângulo, sanfona e zabumba.

2.1.6.6 Axé Music

O *Axé Music* é um estilo musical relativamente novo surgido no estado da Bahia na década de 1980 durante as manifestações populares do Carnaval de Salvador. Esse estilo é uma grande mistura de ritmos como samba, frevo pernambucano, ritmos afro-brasileiros, reggae, merengue, forró, maracatu e outros ritmos afro-latinos. Possui forte presença de guitarras, instrumentos de sopro e percussão que tocam em um ritmo muito rápido e dançante.

As apresentações típicas desse estilo são feitas em blocos com a presença de um trio elétrico sempre com uma grande massa de pessoas seguindo-o. Assim como o samba, virou símbolo do carnaval brasileiro e atrai gente do mundo inteiro.

2.1.6.7 Rock

O *rock and roll* surgiu nos Estados Unidos na década de 1950, tendo origens no Jazz e música country americanos e chamou atenção pelo ritmo rápido e dançante, tendo como seu símbolo inicial o cantor Elvis Presley. Com o passar do tempo, foi ganhando novas ramificações e cada década é simbolizada com um estilo de rock diferente. É um dos gêneros musicais que mais apresenta ramificações.

No Brasil, surgiu na década de 60 e apresentou fases diferentes de acordo com a história nacional. No entanto, a década de 80 foi bem marcada pelo surgimento de bandas que deixariam sua marca por muitos anos.

Brasília é tida como a capital do rock nacional, pois seu cenário musical contém o surgimento de muitas bandas e cantores de sucesso, como Legião Urbana, Capital Inicial, Raimundos, Plebe Rude, Oswaldo Montenegro, Cássia Eller, Paralamas do Sucesso, entre outros, que tiveram grande importância na história do rock brasileiro, onde sua musicalidade aderiu um tom mais agressivo e suas letras, assuntos mais críticos, e cujas composições se tornaram clássicos da música nacional.

2.1.6.8 Sertanejo

Música sertaneja é um gênero musical do Brasil derivado da música caipira, produzido a partir da década de 1910 por compositores rurais e urbanos, cujo som da viola é predominante. Apesar de ser considerada a música caipira, ou moda de viola, como estilos do sertanejo, esses foram os primeiros surgidos, onde os sertanejos, que geralmente moravam em locais isolados e rurais, começaram a fazer composições com instrumentos artesanais da época colonial.

O estilo caracterizava-se pela propagação de suas canções por duplas, sendo esta prática comum até os dias atuais. Embora o estilo musical tenha permanecido sem graves alterações ao longo dos anos, os seus instrumentos, ritmo, melodia, temas e estilo de dupla sofreram diversas transformações.

Com o passar dos anos, o estilo musical sertanejo foi ganhando

características e se adaptando ao novo público, que já não era rural, mas urbano. Foram assim, mudando as temáticas das letras de vida rural para românticas e melancólicas, e sendo usados instrumentos musicais em ritmos mais parecidos com os da música Pop, como guitarras de formas lentas, e batidas leves.

Após um período sem destaque nas mídias, o sertanejo volta a ter atenção com sua nova evolução. O uso de violas continua, mas dessa vez há uma influência cada vez maior do *country music* norte-americano e de ritmos latinos como cumbia e salsa e, assim, a viola recebe a companhia de violinos, e de forte batida de baterias e percussão em ritmo bem rápido, acompanhados da sanfona, influenciada pelos ritmos nordestinos como forró e “arrocha”. Esse novo período da música, denominada Sertanejo Universitário, ganhou proporções mundiais, sendo destaque em rankings de países europeus e latino-americanos.

2.1.6.9 Funk

O Funk brasileiro surgiu na década de 1980 nas favelas do estado do Rio de Janeiro. Apesar de ter o mesmo nome, é um estilo musical diferente do Funk norte americano. O surgimento deu início nos anos de 1970, onde os DJs de bailes cariocas começaram a buscar referências na música negra dos Estados Unidos, surgindo bailes blacks, de hip hop e soul. Assim, cada DJ foi aperfeiçoando seu som até chegar ao estilo conhecido do funk carioca, sendo compostos e apresentados por seus devidos MC's.

Além das influências citadas, uma grande característica do funk veio derivado de um estilo musical chamado *miami bass*, recém surgido na Flórida dos anos 80, e que trazia letras erotizadas batidas sincronizadas e mais rápidas. Surge assim o “batidão”, ritmo base das músicas do funk carioca.

As letras, em sua maioria, se referem a temas sexuais, ou sobre a vida nas comunidades. Porém, com a popularização do funk pelo Brasil, ele começou a ter suas próprias versões em diversas regiões, principalmente da grande São Paulo, surgindo, assim, novas ramificações, como o “funk ostentação” cujas letras se referem às riquezas conquistadas pelos MC's. O funk carioca ganhou destaque também mundo afora, principalmente Europa e América Latina.

2.1.7 Identidade Visual

2.1.7.1 Marca

Marca, segundo a lei brasileira, é todo sinal distintivo, visualmente perceptível, que identifica e distingue produtos e serviços, bem como certifica a conformidade dos mesmos com determinadas normas ou especificações técnicas.

A marca registrada garante ao seu proprietário o direito de uso exclusivo no território nacional em seu ramo de atividade econômica. Ao mesmo tempo, sua percepção pelo consumidor pode resultar em agregação de valor aos produtos ou serviços. (INPI).

Marca é o conjunto de elementos gráficos que identificam empresas, instituições ou produtos. A marca é a essência de um bom programa de identidade visual (RIBEIRO, 1987).

A concepção da marca reflete as características de uma empresa, principalmente para o público para o qual ela é voltada, pois uma boa marca permite uma fácil identificação do público para com a empresa.

2.1.7.2 Formas de apresentação de uma marca

- Nominativa: é aquela constituída por uma ou mais palavras no sentido amplo do alfabeto romano.
- Figurativa: é aquela constituída por qualquer forma estilizada de letra e número, isoladamente.
- Mista: é aquela que mescla as características da nominativa e figurativa, combinando elementos nominativos e figurativos.

2.1.7.3 Elementos da identidade visual

- a) Logotipo: particularização da escrita de um nome. É o corpo de texto presente na marca. Pode ser feito a partir de um desenho (lettering) ou de fontes já existente.
- b) Símbolo: sinal gráfico que identifica um nome, idéia, produto ou serviço. É uma representação apenas visual, que representa conceitos da empresa.
- c) Cor: cores relacionadas à empresa representada, formando a personalidade visual. A paleta de cores tem uma grande importância dentro da marca, pois uma cor pode apresentar diferentes significados para culturas diferentes, como por exemplo, na Índia, enquanto o branco representa luto, na cultura ocidental, ele é representado pelo negro.
- d) Aplicações: são as diferentes formas em que a marca pode ser apresentada, de acordo com as situações em que ela aparecer.
- e) Alfabeto padrão: é a definição da tipografia auxiliar que deverá ser aplicada em textos relacionados à empresa quando junto à aplicação da marca.

2.2 Vinil Hostel

Vinil Hostel traz o básico do conceito de boutique hostel para o serviço de hospedagem de um hostel. Ele apresenta como tema central a música. O hostel valoriza todo o tipo de arte (principalmente local), mas o tema música foi escolhido por ser uma das formas de arte mais populares do mundo e uma das mais presentes em Brasília e marcantes do Brasil. Afinal, esta cidade “espalhou” muitos músicos de sucesso país afora, além do fato de que o próprio Brasil possui ritmos conhecidos no mundo inteiro.

2.2.1 Tema

A intenção do tema do hostel é interagir musicalmente com várias culturas,

possibilitando que pessoas de outros países possam mostrar mais da música com a qual está familiarizada e que elas conheçam o cenário musical brasileiro que vá além do básico “samba e bossa-nova”.

Para isso, o hostel oferecerá eventos que sempre envolverão música em sua atração, procurando convidar bandas de Brasília que procuram espaço pra divulgar seu trabalho, e dando espaço para a música internacional ser divulgada.

Além disso, todos os quartos do hostel apresentarão, um tema diferente, dentro de ritmos musicais presentes no Brasil. São eles: Samba, Bossa Nova, Rock, Forró, Funk, Axé e Sertanejo. A escolha desses estilos foi feita baseada em sua popularidade internacional.

2.2.2 Missão

O Vinil Hostel tem a missão de receber e acomodar os visitantes de Brasília, garantindo a sua melhor ambientação e conforto; promover sua interação com a população e dar suporte ao conhecimento dos valores culturais e turísticos da cidade por meio da arte e da música.

2.2.3 Valores

Ambientalização: Se sentir à vontade em uma terra estranha é fundamental para uma boa experiência.

Conhecimento mútuo: Quando você conhece a cidade e a cidade conhece você.

Interação: Não basta apenas conhecer um lugar superficialmente, mas interagir com ele e com sua população (Isso vale tanto para a cidade, quanto para o hostel).

Escolha: A possibilidade de escolha traz mais segurança em sua hospedagem, e um sentimento de pagamento justo.

Música: A música existe em todo mundo e é uma forma universal de se expressar. Conhecer música nova une as pessoas e ouvir uma música de sua região

gera um conforto emocional a quem está longe de casa.

2.2.4 Filosofia

A base dos serviços do hostel é a integração, não só entre os hóspedes e com o espaço físico do hostel, mas também com a cidade e a população.



Figura 3 – Filosofia Vinil Hostel
Fonte: Autoria própria.

Faz parte das características de um hostel ter um espaço de convivência. O hostel pode promover eventos nesse espaço para incentivar a interação. Esses eventos podem atrair nativos do local que também vão interagir com os hóspedes. O hostel pode ainda oferecer atividades na cidade que façam parte do cotidiano da população local.

Passar o máximo de informações sobre o turismo, o serviço do hostel e o funcionamento da cidade garante que o hóspede se sinta confortável, pois sabe o que vai encontrar e pode se programar e organizar para evitar imprevistos.

2.2.5 Estrutura

A estrutura física do hostel apresenta:

- 7 suítes compartilhadas: seis delas contendo seis camas e uma contendo

quatro. Uma suíte de seis leitos e a de quatro leitos são exclusivamente femininas, enquanto o restante é misto;

- Uma recepção;
- Uma sala de televisão;
- Um banheiro feminino e um masculino para as áreas comuns;
- Um refeitório/bar para os hóspedes e não hóspedes;
- Uma cozinha para o uso dos hóspedes;
- Uma cozinha para o uso dos funcionários;
- Lavanderia;
- Área para pelo menos dois computadores;
- Área livre para pequenas exposições;

2.2.6 Público-Alvo

O público-alvo de um hostel se resume a pessoas de variadas idades que se interessam em conhecer novas pessoas, por um ambiente que gere integração, entretenimento e novas experiências. Geralmente são pessoas de classe média a alta.

Se hospedar em um hostel está longe de ser por falta de opção para esse tipo de público. Por mais que os baixos custos sejam atrativos, os frequentadores de hostel fazem isso por questão de estilo de vida.

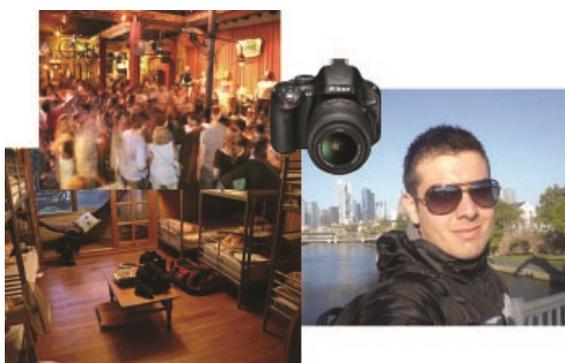


Figura 04 – Público-alvo – grupo 1
Fonte: Autoria própria.

Entretanto, no caso de Brasília, por ser uma cidade que tem um alto custo de

vida e estadia, a parte de público que procura uma hospedagem mais barata por questões financeiras e que ficaria em um hostel por essa razão, não pode ser excluída, pois é um número significativo. Eles são pessoas jovens, geralmente ainda cursando a faculdade e estão na cidade para prestar concurso público (muito frequente em Brasília) ou participar de congressos acadêmicos.



Figura 05 – Público-alvo – grupo 2
Fonte: Autoria própria.

2.3 Análises

2.3.1 Painéis visuais

Para dar início ao desenvolvimento da marca, foram feitos painéis visuais e, a partir deles, painéis de palavras e expressões que representassem aspectos da empresa.

O painel abaixo contém imagens de diversos hosteis pelo mundo, obtidas a partir de pesquisas nos sites e blogs especializados em hosteis e em conhecimentos adquiridos durante viagens antes mesmo do início do projeto.



Figura 06 – Painel de estilo hosteis 1
Fonte: Autoria própria.

A partir desse painel, foi gerado um painel com palavras dividido em grupos de acordo com a característica que representam, sendo o primeiro sobre o estilo do hostel, o segundo sobre sua aparência, o terceiro sobre seu serviço e o quarto sobre sua inspiração. Dessa forma, foram escolhidos uma palavra de cada para que se formasse um grupo de conceitos principais.



Figura 07 – Painel palavras-chaves
Fonte: Autoria própria.

O painel a seguir se refere ao tema do hostel, a música, e seus diversos momentos, como os comportamentais, e como ele pode ser representado em um ambiente.

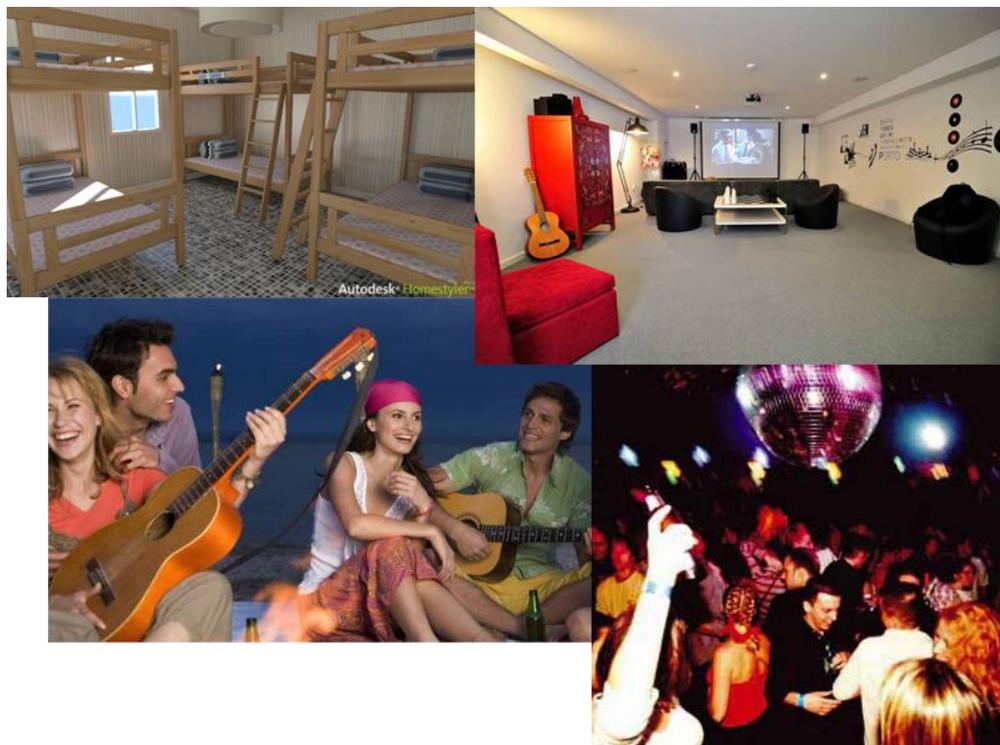


Figura 08 – Painel ambientalização música
Fonte: Autoria própria.

O painel seguinte é composto por trabalhos de um artista britânico chamado Chris Bracey, cujo trabalho, composto por diversas placas e letreiros em neon, está espalhado por toda região de Soho em Londres. Esse painel servirá de auxílio e referência para o desenvolvimento da marca do Vinil Hostel.



Figura 9 – letreiro em neon
Fonte: Autoria própria.

Foi feita também uma pesquisa visual acerca do vinil como objeto e seus componentes, como vitrola, materiais, entre outros. A partir desse painel poder-se-ia retirar elementos que poderiam fazer parte da marca.



Figura 10 – Painel vinil
Fonte: Autoria própria.

Os próximos painéis são referentes aos temas dos quartos do hostel e após cada, há um painel com as palavras ou expressões-chaves retiradas a partir das imagens e da pesquisa bibliográfica.

Logo abaixo, há o painel Rock and Roll. Percebe-se que as características desse estilo vão além de apenas musical, mas comportamental. Ele expressa rebeldia, personalidade forte, fuga de padrões e grande presença de características remetente a épocas passadas, pois é um estilo que se apega muito à sua história. Apresenta cores mais sóbrias em suas composições.



Figura 11 – Painel rock
Fonte: Autoria própria.



Figura 12 – Painel palavras-chave rock
Fonte: Autoria própria.

O próximo painel é referente ao símbolo musical brasileiro: o samba. Apresenta sua importância para o carnaval, sua origem no Rio de Janeiro, a participação da cultura baiana em sua formação e sua característica mais suburbana do Rio. As cores verde e amarelo ganham destaque pelo simbolismo do samba sobre o Brasil.



Figura 13 – Painel samba
Fonte: Autoria própria.



Figura 14 – Painel palavras-chave samba
Fonte: Autoria própria.

Já o painel abaixo se refere ao Axé e mostra sua característica de ser um estilo musical de festa, também um símbolo do carnaval brasileiro, e de forte presença baiana. Assim como a cidade de Salvador, é um estilo muito colorido, com características orgânicas em suas aplicações gráficas.



OLODUM

Figura 15 – Painel axé
Fonte: Autoria própria.



Figura 16 – Painel palavras-chave axé
Fonte: Autoria própria.

Os painéis sobre bossa nova e funk carioca mostram dois lados completamente diferentes de uma cidade. O primeiro se situa em áreas nobres, tem bastante referência à Ipanema, praia, cores pastéis, formas orgânicas e sinuosas que lembram o corpo feminino. O segundo se situa na periferia, tem relação com arte urbana, e erotismo.



Figura 17 – bossa nova
Fonte: Autoria própria.



Figura 18 – painel palavras-chave bossa nova
Fonte: Autoria própria.



Figura 19 – Paineis funk
Fonte: Autoria própria.



Figura 20 – Paineis palavras-chave funk
Fonte: Autoria própria.

O painel de forró tem muita referência à cultura nordestina, que é uma das mais ricas do país. Contendo muitas cores saturadas e quentes, faz referência ao sertão, às festas juninas, e ao modo de vida do nordestino.



Figura 21 – Pannel forró
Fonte: Autoria própria.



Figura 22 – Pannel palavras-chave forró
Fonte: Autoria própria.

Apesar de a música sertaneja ter diferentes épocas, seu painel mostra que, ao longo dos anos, ela manteve algumas características intactas, como a referência da vida do campo, os chapéus, as cores terrosas, presença de violas e muito xadrez em suas vestimentas.

2.3.2 Concorrentes e similares

Muitos hosteis mais atuais dão grande importância à sua identidade, que está inserida em sua marca, decoração e até mesmo serviços, reforçando a ideia de unidade e organização. Os painéis abaixo são de hosteis que fazem bom uso de sua marca, além de manter uma unidade e coerência em toda a aparência do local.

O ZBRA Hostel fica no Rio de Janeiro e, apesar de não ter um tema definido, percebe-se toda uma unidade visual em seu ambiente. Eles exibem sua marca em quadro de avisos, almofadas e vendem produtos com suas aplicações. A paleta de cores é bem variada, mas percebe-se que sempre dá destaque para contrastes nas combinações.

A marca é nominativa, não contendo símbolo e sua fonte também é usada para algumas outras aplicações, que não a marca, como no site deles, por exemplo.



Figura 25 – Pannel ZBRA hostel
Fonte: Autoria própria.

O Hostel 7 fica em Brasília, tendo sido inaugurado ainda neste ano de 2013. Ele tem como temática Brasília e sua história, e, assim, toda sua decoração tem algumas referências dos anos 60. Cada quarto é nomeado a partir de pessoas que fizeram parte da história da cidade, como Athos Bulcão e Lúcio Costa, mas não possuem decoração personalizada, mudando apenas as cores de cada quarto.

A marca do hostel é formada apenas por um símbolo, não possuindo logotipo, em tons diferentes de verde.

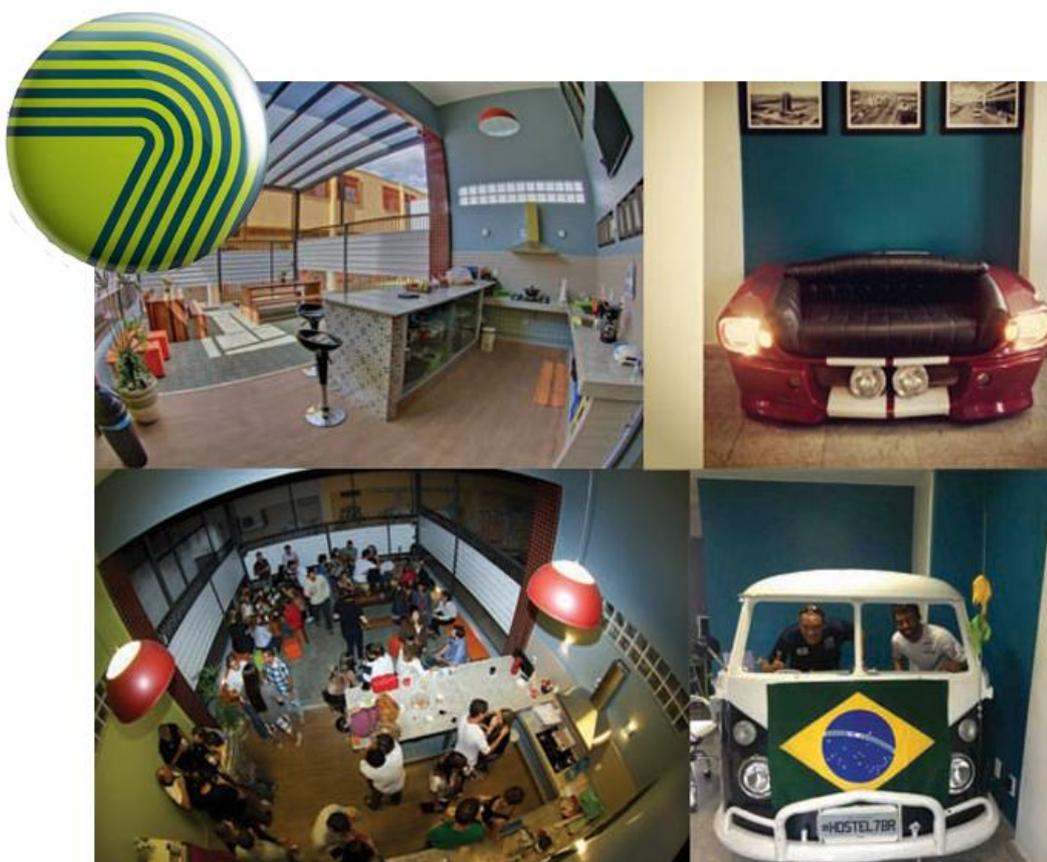


Figura 26 – Painel hostel 7
Fonte: Autoria própria.

O próximo hostel fica em São Paulo e se chama Ô de Casa. Sua marca apresenta um símbolo que se mescla no logotipo. Símbolo este que é utilizado em muitas aplicações, quase como um “personagem” do hostel.



HOSTEL
BARÔ
QUARTOS

ACONTECE
NA MÍDIA
SERVIÇOS

AMIGOS
LOCALIZAÇÃO
CONTATO



BarÔ



Leve pra Casa
Várias coisinhas legais



Figura 27 – Painel hostel Ô DE CASA
Fonte: Autoria própria.

Esse último painel mostra um exemplo de marca onde ela apresenta diferentes versões, mas sempre mantém um mesmo estilo. Trata-se da Cia. Das Letras. Mesmo com tantas versões da marca, percebe-se a presença de alguns elementos que mantém a identidade integrada e torna percebível o fato de pertencerem à mesma empresa.



Figura 28 – Painel Cia das Letras
Fonte: Autoria própria.

3 REQUISITOS

A partir da análise de todos os concorrentes e similares e das definições do Vinil Hostel, juntamente com o sistema de serviço desenvolvido para ele, foi gerada uma lista de requisitos para a identidade visual como um todo, e específicos para a marca e suas aplicações. São eles:

- A identidade visual deve ser flexível;
- Deve fazer parte da identidade visual um elemento de fácil reconhecimento que possa ser aplicado em grande parte do hostel e seus componentes;
- A decoração do local deve estar de acordo com seu tema e obedecer a suas definições.

4 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS

A geração de alternativas foi dividida em duas fases. A primeira foi uma espécie de dissecação do vinil e seus elementos, afim de obter possíveis símbolos e elementos visuais.

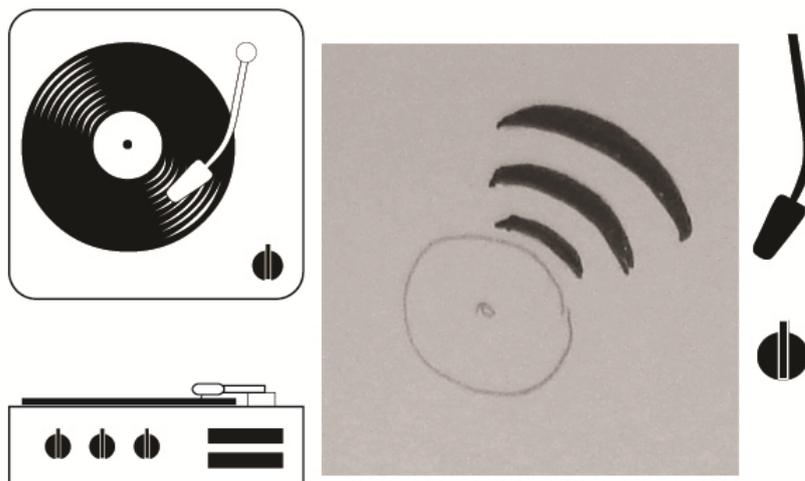


Figura 29 – Painel geração de alternativas 1
Fonte: Autoria própria.

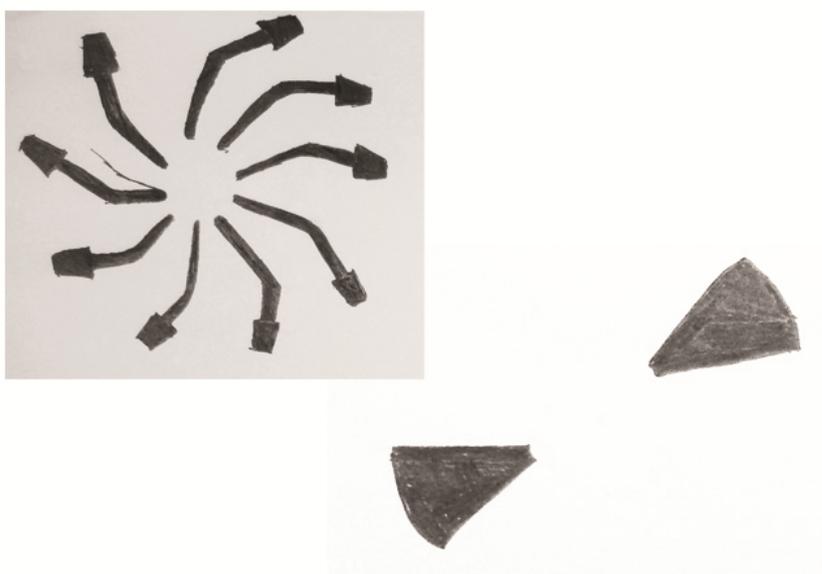


Figura 30 – Painel geração de alternativas 2
Fonte: Autoria própria.

No começo, havia uma tentativa de fugir da opção de usar a figura do próprio vinil como símbolo. Considerando todas as aplicações possíveis e necessárias, o vinil, dentro de todos os elementos foi escolhido como símbolo da marca.

Para o logotipo, a intenção desde o início era remeter aos letreiros neons. Portanto, a maioria das alternativas geradas foi para esse fim.

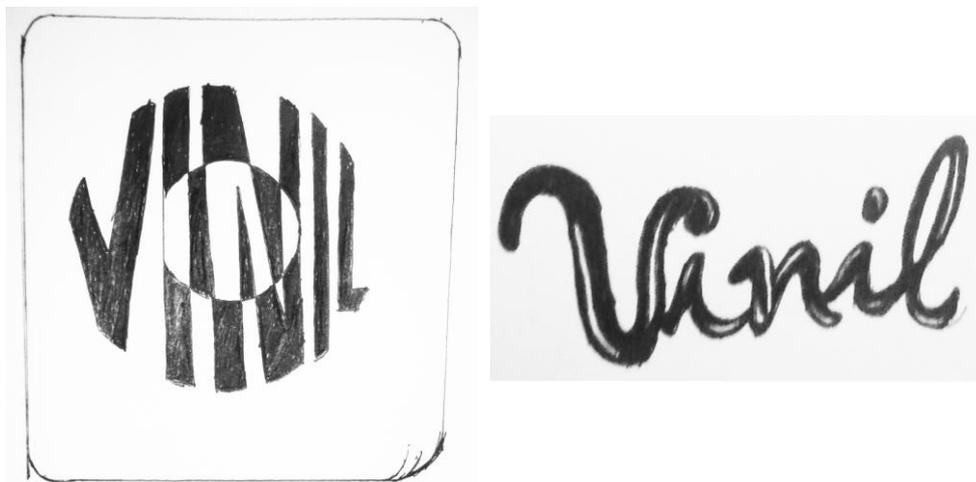


Figura 31 – Painel Painel geração de alternativas 3
Fonte: Autoria própria.

Foram feitos, também, teste de tipografias para esse fim.



Figura 32 – Painel Painel geração de alternativas 4
Fonte: Autoria própria.

HOSTEL BENDER THIN
HOSTEL BENDER SOLID
HOSTEL BENDER INLINE
HOSTEL BENDER INLINEONLY
HOSTEL BLANCH CAPS
HOSTEL BLANCH CAPS LIGHT
HOSTEL BLANCH CAPS INLINE
HOSTEL VEVEY REGULAR

Figura 33 – Painel Painel geração de alternativas 5
Fonte: Autoria própria.

5 IDENTIDADE VISUAL DO VINIL HOSTEL

Após todos os testes e gerações de alternativas, chegou-se às escolhas finais para a composição da marca. Para o logotipo, foram escolhidas duas fontes.

Kaffeehaus Neon Regular
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890

VEVEY REGULAR
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 1234567890

Figura 34 – fontes do logotipo
 Fonte: Autoria própria.

Baseadas nelas, foram feitas alterações para a aplicação no logotipo.

Para o símbolo, foi escolhida a figura do vinil, com algumas alterações de proporção.



Figura 35 – Painel símbolo do Vinil Hostel
 Fonte: Autoria própria.

Eis, então, a marca do Vinil Hostel:



Figura 36 – Painel identidade visual do Vinil Hostel
 Fonte: Autoria própria.

A tipografia auxiliar escolhida foi a tipografia Kyrial Pro Sans, que possui 24 pesos, sendo preferível as escolhas da família Condensed.



Figura 37 – Painel fonte auxiliar
Fonte: Aatoria própria.

Também podem ser usadas para aplicação em placas as fontes que foram inspiração para a composição da marca.

5.1 Construção da marca e área de respiro

Com o intuito de minimizar os erros de uso da marca, é feita uma estrutura paramétrica onde as proporções da marca são mostradas. Nessa estrutura, a unidade de medida é o valor de “y” que corresponde a algum item da marca. Neste caso, ela corresponde a distância entre cada letra da palavra “HOSTEL”.

Também é demonstrada, nessa estrutura, uma área de respiro da marca que deve ser respeitada para que nenhum outro elemento invada seu espaço visual, comprometendo sua visibilidade. Na estrutura, ela está representada como a área escura de cada aplicação da marca.

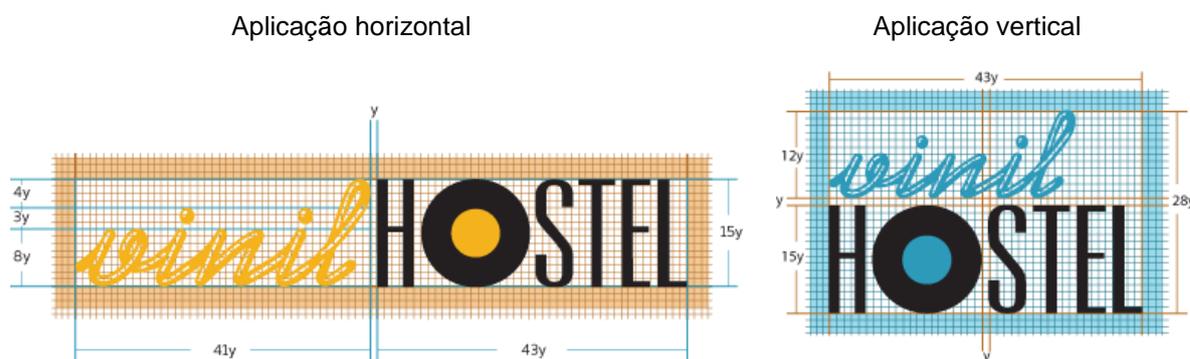


Figura 38 – Painel construção da marca
Fonte: Autoria própria.

5.2 Paleta de cores

A paleta de cores da marca é composta por três cores e suas tonalidades. Para a aplicação correta delas, é preciso se atentar ao fato de que o centro da figura do vinil sempre terá a mesma cor que a palavra “vinil”.



Figura 39 – Painel paleta de cores da marca
Fonte: Autoria própria.

A paleta de cores auxiliar é mais abrangente e serve para os elementos de composição do local de onde a marca for aplicada. Ela apresenta também diferentes tonalidades para que se possa causar forte contraste de cores nos trabalhos com a marca.

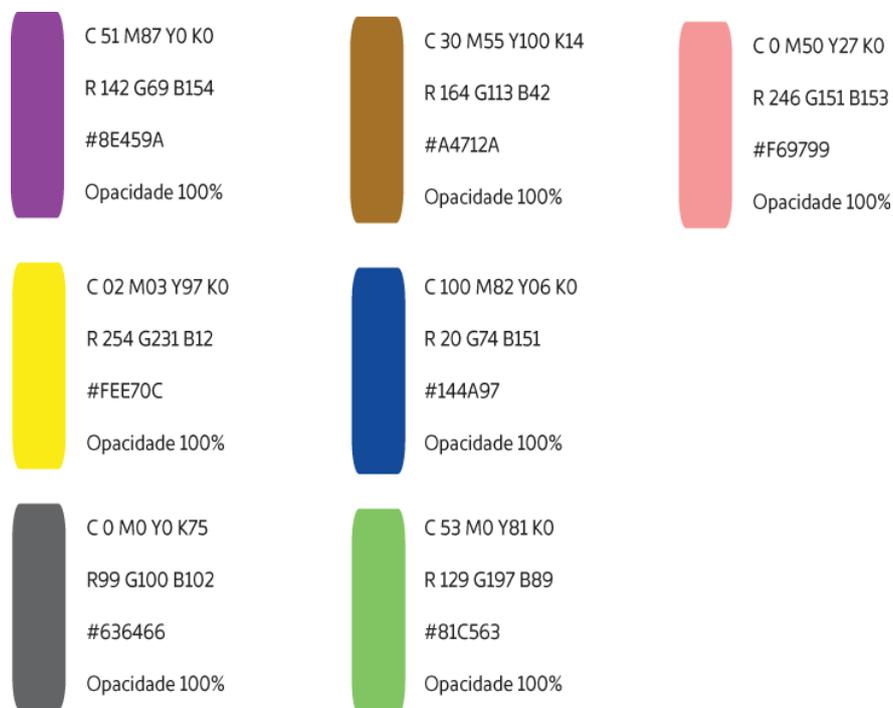


Figura 40 – Painel paleta de cores auxiliar da marca
Fonte: Autoria própria.

5.3 Manual de instruções da identidade visual

Manual da marca é uma apresentação visual a respeito de como a marca deve se comportar em diferentes contextos de aplicação. E serve como um guia prático de ajuda quando houver dúvidas a respeito de como devem ser dispostas as informações da identidade visual corporativa.

Sua finalidade é de orientar a aplicação da marca. Nele, estão apresentadas a construção da marca, técnicas de uso, cores e fontes institucionais, formas, dimensões, hierarquia e aplicações, visando a minimização de erros no momento de aplicação da identidade visual em peças gráficas.

Ele está anexado ao DVD que entregue para alimentar o repositório de monografias do Desenho Industrial.

5.4 Aplicações

É muito importante que esteja bem definido como a marca deverá ser aplicada em cada situação que ela aparecer. Algumas requerem trabalhos gráficos profissionais, portanto, essas serão demonstradas de forma definitiva.

5.4.1 Papelaria básica

A papelaria básica constitui nas formas de apresentação e documentação de uma empresa. Seus elementos básicos são envelopes, papel timbrado e cartão visita. Abaixo, as aplicações definidas para essa área.

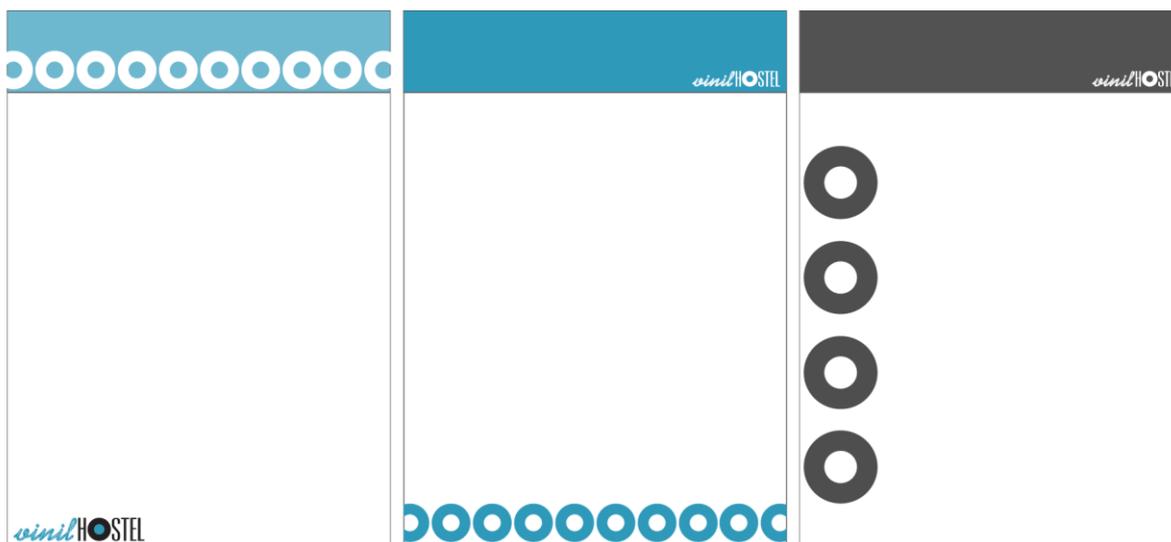


Figura 41 – Painel aplicação em envelope
Fonte: Autoria própria.

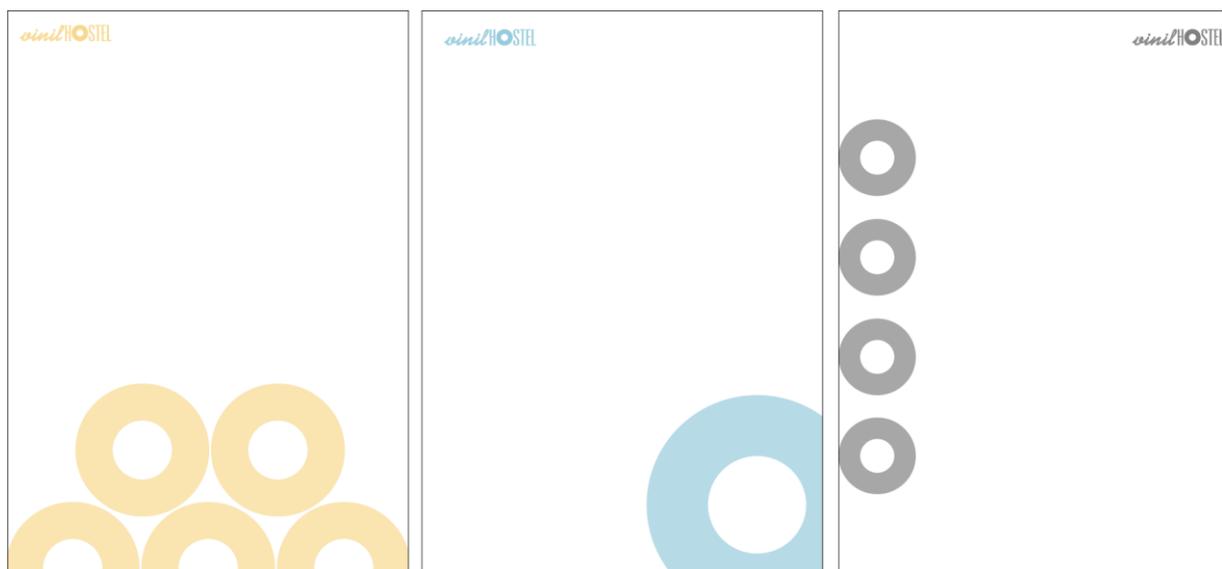


Figura 42 – Aplicação em Papel timbrado
Fonte: Autoria própria.



Figura 43 – Aplicação em cartões visita
Fonte: Autoria própria.

5.4.2 Aplicação virtual

Uma correta aplicação virtual é muito importante visto a grande importância de um bom site e boa presença nas redes sociais. Para a página do Facebook, por exemplo, deve-se atentar às medidas da capa e foto de perfil. A capa da página do facebook mede 851x315px enquanto a foto mede 283x283 px.

Exemplos de fotos de perfil



Exemplo de capa com foto de perfil



Figura 44 – Painel aplicação no Facebook
Fonte: Autoria própria.

Foram desenvolvidos também ícones para serem elementos visuais aplicados no site do hostel, apresentando mais dinamicidade.



Figura 45 – elementos auxiliares
Fonte: Autoria própria.

5.4.3 Sinalização

A sinalização dos quartos será dividida em dois grupos: o da sinalização geral, e o da específica.

5.4.3.1 Sinalização geral

A sinalização geral é aquela que serve apenas para indicar locais e objetos obrigatórios no hostel. Ela foi desenvolvida a partir de um elemento criado a partir do painel de imagens sobre vinil, o player comum dos anos 80.

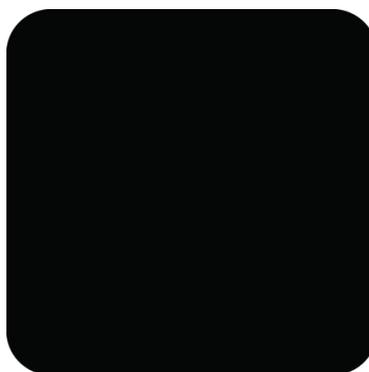


Figura 46 – placa da sinalização geral
Fonte: Autoria própria.

Para a sinalização geral, ela será sempre apresentada na cor verde-água igual a especificada para a marca do hostel.



Figura 47 – sinalizações gerais
Fonte: Autoria própria.

5.4.3.2 Sinalização Específica

A sinalização específica se refere à sinalização estilizada para algum evento ou lugar do hostel que mereça grande destaque por alguma característica em particular. Os quartos do hostel tem uma placa estilizada de acordo com o seu tema.



Figura 48 – Painel sinalizações dos quartos
Fonte: Autoria própria.

Os banheiros de áreas comuns também apresentam sinalização personalizada.

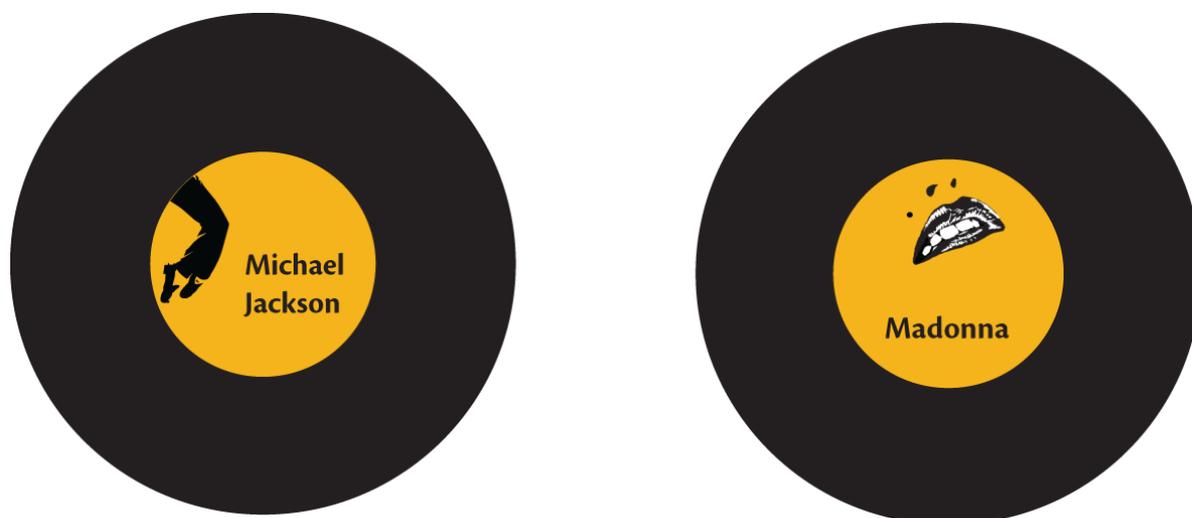


Figura 48 – Painel sinalizações dos banheiros
Fonte: Autoria própria.

A sinalização dos quartos será aplicada em vinis de verdade, simulando as artes que continha nos antigos vinis, e penduradas na porta dos quartos.

5.4.4 Decoração interna

A Decoração interna terá certa liberdade de ser feita, porém, alguns pontos devem ser obedecidos. A decoração com objetos referentes à música é fundamental. Além disso, há uma paleta de cores que deverá ser respeitada para cada ambiente.

Para as áreas comuns, a paleta de cores acerca das cores auxiliares da marca também será aplicada. Para os quartos, uma paleta simples de três cores foi desenvolvida para cada um para serem aplicadas em paredes, colchas, toalhas, etc.



Figura 49 – Painel paleta de cores da decoração
Fonte: Autoria própria.

A partir das cores mostradas acima, foram feitos dois exemplos de como elas podem ser aplicadas. Os exemplos são ilustrativos e demonstram os quartos Bossa-Nova e Rock.

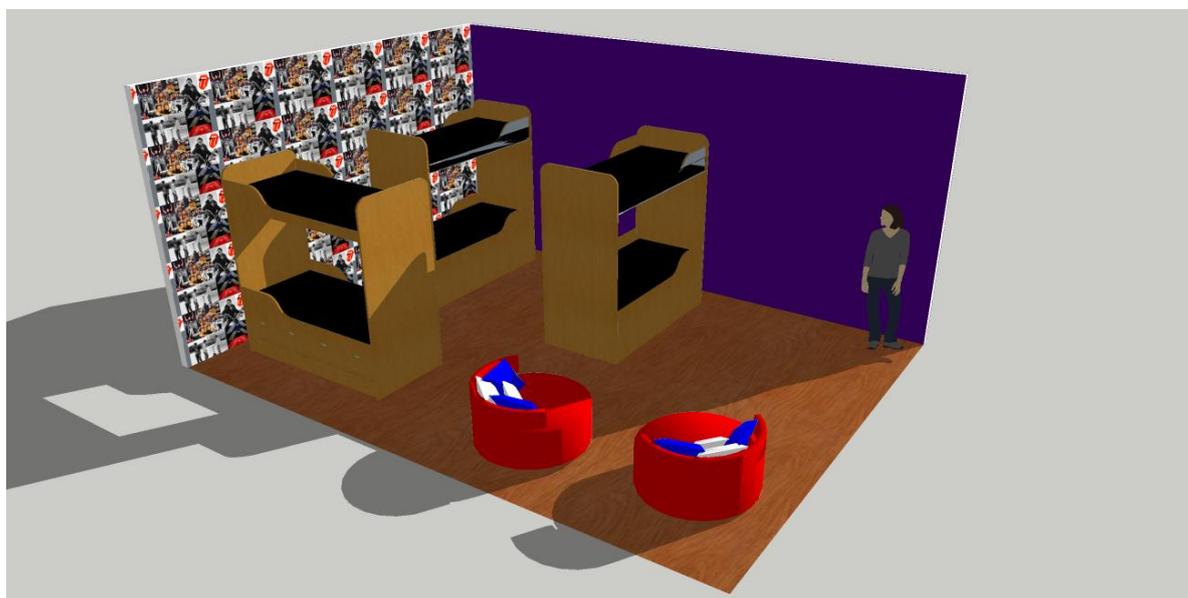


Figura 51 – Painel exemplo de decoração
Fonte: Autoria própria.

5.4.5 Roupagem

Para a aplicação na roupagem, a identidade visual sofrerá pequenas mudanças compatíveis com o tipo de aplicação: o bordado. Como será feito em

ponto cheio.



Figura 52 – Aplicação em roupa
Fonte: Autoria própria.

6 CONCLUSÃO

A liberdade criativa que o ambiente de um hostel proporciona fez desse trabalho uma missão prazerosa.

O projeto mostra que nem sempre a liberdade criativa é sinônimo de simplicidade do trabalho, pois se tem muitas opções a serem consideradas, com o perigo de que o projeto fuja de suas características.

Contudo, essa liberdade foi fundamental para demonstrar o que o Vinil Hostel tem de principal característica: a valorização criativa da arte.

REFERÊNCIAS

CAMARGO, L. O. L. **Hospitalidade**. São Paulo: Aleph, 2004. 102p.

CARVALHO, O. M. **Estratégias para ocupação da rede Hoteleira de Brasília nos finais de semana**. 2003. 50f. Monografia (Bacharelado em Turismo) - Universidade de Brasília, Brasília, 2003.

LEMES, W. D. **Mercado turístico de Brasília e sua principal vocação turística**. 2009. 57f. Monografia (Bacharelado em Turismo) - Universidade de Brasília, Brasília, 2009.

SERSON, F. M. **Hotelaria A Busca da Excelência**. São Paulo: Cobra Editora, 1999. 122p.

GAVIN Ambrose, & PAUL Harris. **Dicionário Visual de Design Gráfico**, Editora Bookman, 2009

Mundo Sebrae. Disponível em: <<http://www.mundosebrae.com.br>> Acesso em: 27 mai. 2013

Turismo Brasil. Disponível em:
<http://www.turismo.gov.br/turismo/noticias/todas_noticias/20100530-1.html> Acesso em: 22 mai. 2013

Revista de Antropologia - Som e música. Questões de uma Antropologia Sonora. Disponível em:
< http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0034-7012001000100007&script=sci_arttext>
Acesso em: 16 out. 2013

A contribuição da música folclórica no desenvolvimento da criança. Disponível em: < <http://seer.ucg.br/index.php/educativa/article/viewFile/1416/932>>
Acesso em: 12 out. 2013

O processo de desenvolvimento de uma identidade visual. Disponível em:
<<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2007/resumos/r0187-1.pdf>>
Acesso em: 5 nov. 2013

Brasil Escola. Disponível em: <<http://www.brasilecola.com/artes/musica.html>>
Acesso em: 16 out. 2013