U.PORTO
FACULDADE DE BELAS ARTES
UNIVERSIDADE DO PORTO

MESTRADO
DESIGN GRÁFICO E PROJECTOS EDITORIAIS

Relatório de Estágio

Pedro Bento

M
2016

ORIENTADOR
PROFESSOR **JÚLIO DOLBETH**

FACULDADE DE BELAS ARTES
DA UNIVERSIDADE DO PORTO

U.PORTO

FACULDADE DE BELAS ARTES
UNIVERSIDADE DO PORTO

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

para obtenção do grau de mestre em
DESIGN GRÁFICO E PROJECTOS EDITORIAIS

apresentado à
FACULDADE DE BELAS ARTES
DA UNIVERSIDADE DO PORTO

por
PEDRO ALEXANDRE FERREIRA BENTO

Orientador
PROFESSOR JÚLIO FERNANDO DOLBETH
E COSTA HENRIQUES DA SILVA

PORTO, 9 DE JUNHO DE 2016

RELATÓRIO DE ESTÁGIO *para obtenção do grau de mestre em* **DESIGN GRÁFICO E PROJECTOS EDITORIAIS**, *apresentado à* FACULDADE DE BELAS ARTES DA UNIVERSIDADE DO PORTO, *por* **PEDRO ALEXANDRE FERREIRA BENTO**, orientado pelo PROFESSOR JÚLIO FERNANDO DOLBETH E COSTA HENRIQUES DA SILVA.

AGRADECIMENTOS

Obrigado aos que fazem parte do estúdio Parastudio, onde realizei o estágio que relato neste documento, em especial ao fundador do estúdio, Grzegorz Podsiadlik, que foi o meu orientador na empresa, mas também a todos os outros, Maja Krysiak, Damian Nowak, Dagmara Berska, Dima Gavrikov, Pola Olędzka, Radek Chrzan, Ewa Oliver. Agradeço a todas as pessoas que conheci durante os cinco meses que vivi na Polónia, mas também nas viagens que realizei durante esse tempo.

Ao meu orientador, Professor Júlio Dolbeth e ao Professor Doutor Eduardo Aires, director do Mestrado em Design Gráfico na Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto.

Agradeço à Sónia Rodrigues por tudo.

Aos meus pais por me terem proporcionado a oportunidade que nunca tiveram.

Agradeço ao meu irmão e à sua esposa pelas dicas que me deram para melhorar este relatório de estágio.

Aos meus amigos pelos momentos de descontração.

A todos aqueles que possam não estar aqui mencionados, mas que durante este último ano de alguma forma participaram e me ajudaram no trabalho que desenvolvi.

ABSTRACT

This document is intended to reproduce the practical experiences conducted at the internship in the context of last year of the Master of Graphic Design and Editorial Projects, from the Faculty of Fine Arts, University of Porto, in the 2015/2016 academic year. This report aims to document the work carried out over the internship, which took place in Parastudio, in Kraków, Poland, through a critical and reflective analysis of the entire process. I start with a theoretical research that focuses on the history of Polish graphic design in the twentieth century, and then I proceed to the main part, in which I present the description and analysis of the 11 work proposals in which I was involved, these essentially inserted in the areas of visual identities, packaging and editorial projects. And so I concluded that the internship plays a key role in the formation and maturation of the professional identity of those who perform it.

Keywords
Graphic Design
Branding
Editorial Design

RESUMO

O presente documento tem o propósito de reproduzir as vivências práticas decorridas no estágio realizado no contexto do 2º ano do Mestrado de Design Gráfico e Projectos Editoriais, da Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto, no ano lectivo 2015/2016. Este relatório de estágio visa documentar os trabalhos desenvolvidos ao longo do estágio, que decorreu na empresa Parastudio, em Cracóvia, na Polónia, através de uma análise crítica e reflexiva de todo o processo. Neste, começo por uma investigação teórica que se centra na história do design gráfico polaco durante o século XX, seguindo para a parte fulcral, na qual apresento a descrição e análise das 11 propostas de trabalho nas quais estive envolvido, estando essas essencialmente inseridas nas áreas de criação de identidades visuais, embalagem e projectos editoriais. E assim concluí que, os estágios assumem um papel preponderante na formação e maturação da identidade profissional daqueles que o realizam.

Palavras-chave
Design gráfico
Identidade visual
Design editorial

ÍNDICE

Agradecimentos
Resumo / Abstract
Introdução p. 9

CAPÍTULO I - CONTEXTUALIZAÇÃO

1.1 Enquadramento p. 13
1.2 Enquadramento sobre o país e a cidade p. 15
1.3 Design gráfico polaco do século XX p. 17
1.3.1 1900-1945 p. 19
1.3.2 1945-1980 p. 21
1.3.3 1980-2000 p. 25
1.4 Novas ferramentas p. 29

CAPÍTULO II - DESCRIÇÃO E ANÁLISE

2.1 Adam Bakalarz p. 32
2.2 Bliżej Brukseli p. 40
2.3 Cinnamon Rooms p. 48
2.4 EEAC p. 60
2.5 Meridian p. 84
2.6 Muzeum Przemyśl p. 92
2.7 Muzeum Żup Krakowskich p. 104
2.8 OFF Festival p. 114
2.9 Sylwester Ambroziak p. 136
2.10 TO TA p. 144
2.11 Wojciech Brewka p. 158

Conclusão p. 165
Bibliografia p. 167
Anexos p. 173

INTRODUÇÃO

Com tantos anos de academia, sem nunca ter tido contacto com o mundo real do trabalho, senti que era a altura ideal para tirar partido da possibilidade de fazer um estágio. Obviamente que o que aprendi ao longo destes anos foi aplicado nas diversas propostas de trabalho das variadas unidades curriculares, mas tudo seria diferente em âmbito de estúdio.

Decidi associar outro factor novo para mim a este estágio, que por si seria novidade. Realizá-lo no estrangeiro, tirando partido do abrigo do programa Erasmus. Sempre foi algo que quis fazer e acho que a oportunidade surgiu em boa altura. Escolhi o estúdio Parastudio, localizado na Polónia, concretamente na cidade de Cracóvia.

Desta forma, este documento foi realizado no âmbito do estágio realizado no 2º e último ano do 2º ciclo de estudos, inerente ao Mestrado em Design Gráfico e Projectos Editoriais, da Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto.

Neste relatório quero acima de tudo reflectir de uma forma crítica sobre esta experiência. Descreverei assim este caminho que percorri, procurando não o fazer de forma distante, mas fazendo-o com uma consciência reflexiva, enfatizando a importância do Estágio Profissional na minha formação, permitindo-me este fazer uma conexão com os conteúdos teóricos e práticos que fui assimilando ao longo do meu percurso na Faculdade. Terminarei este relatório com um balanço de toda esta experiência, avaliando a importância que esta confrontação com a realidade de estúdio teve na minha formação, buscando nesta o início de uma vida

profissional recheada de perspectivas e reflexões.

Depois de todo este percurso académico que contribuiu para o meu conhecimento, tendo tido a possibilidade de contactar com grandes professores e profissionais do design gráfico preparando-me para a realidade, tinha chegado a hora de enfrentar essa mesma e de pôr em prática aquilo que ao longo dos quatro anos anteriores fui assimilando. As minhas expectativas para o estágio foram sempre bastante optimistas, desejando que esta experiência me proporcionasse um grande enriquecimento, não apenas enquanto designer, mas também enquanto pessoa. Espero acima de tudo que este estágio seja uma porta que se abra para novos caminhos, equipando-me com outras metodologias e novos saberes.

Neste relatório, inicialmente enquadro a cidade e o país, geograficamente e historicamente, assim como falo do estado da arte numa análise geral sobre o design gráfico do século XX na Polónia. Evidentemente que a parte mais relevante deste relatório é a apresentação e descrição das 11 propostas de trabalho nas quais estive envolvido no estúdio ao longo dos 5 meses, mas com alguma importância está também considerada essa investigação feita sobre a, para mim em parte desconhecida, rica história do design gráfico na Polónia no século XX.

CAPÍTULO 1
contextualização

I.I
ENQUADRAMENTO

O contacto com o estúdio surgiu durante a procura de locais para estagiar. O que faltava para completar o meu percurso académico, no meu ponto de vista, era a realização de um estágio, que vejo como um contacto directo com o mundo do trabalho, essencial na preparação de qualquer profissional e acrescentar-lhe o facto de o fazer noutro país, pela autonomia que desenvolveria, pelo conjunto de vivências que atravessaria enriquecendo-me em tantos factores. A pergunta óbvia que me podem colocar é: porquê a Polónia? Até posso dizer que não seria a minha primeira escolha e que as minhas possibilidades financeiras talvez me tenham ditado para esta escolha, mas até contra mim provei que viria a ser uma boa escolha, principalmente com as descobertas que fiz sobre a rica história do design gráfico na Polónia, durante a investigação para contextualizar e complementar este relatório de estágio.

Procurei incansavelmente, seleccionei os melhores, enviei e-mails e esperei pelas respostas. A grande percentagem não queria estagiários, agradecendo ainda assim o interesse pelo estúdio, sobrando os que me aceitaram, deixando-me com poder de escolha sobre o que eu achava ser o melhor entre esses. O estágio realizou-se durante 5 meses, começando em Outubro até final de Fevereiro, visando 8 horas de trabalho de segunda a quinta-feira.

Parastudio começa em 2006, em Cracóvia, depois de Grzegorz Podsiadlik (um dos fundadores do estúdio), ter terminado os seus estudos, tendo como sonho a criação do seu próprio estúdio de design gráfico, onde jovens talentos pudessem realizar projectos interessantes. Não me contou muita coisa, mas disse-me

que não queria trabalhar em agências de publicidade, mas sim trabalhar em prol da cultura. A outra fundadora do estúdio é Maja Krysiak, esposa de Grzegorz, que neste momento está focada num projecto colateral, a Paracollective. Esta, desenvolve produtos manufacturados, sendo esses sobretudo malas e mochilas, com o objectivo de serem únicos.

Parastudio é então um estúdio de design gráfico e direcção de arte, que se situa na Polónia, concretamente em Cracóvia, no distrito de Podgórze, na rua Legionów Józefa Piłsudskiego 3/5. Tem sido premiado em vários concursos de design e orgulham-se de terem recebido uma medalha de prata pelo *European Design Award*. Focam-se na criação de identidades para marcas e exposições, revistas, livros, websites, aplicações móveis, entre outros que possam estar incluídos na área do design gráfico. O seu tipo de cliente é vasto, mas passa essencialmente por pequenas empresas, companhias *start-up*, museus e outras instituições de cultura. Os seus clientes são principalmente da Polónia, sendo cerca de metade desses de Cracóvia e o resto, normalmente, distribuindo-se por Breslávia, Katowice, Varsóvia. Quanto a organização por áreas e número de trabalhadores não parece ser muito rígida, ou organizada. Com uma média de idades que vai dos 25 aos 35 (se me excluir dessa média), descreveria assim a quantidade e funções dos trabalhadores: Grzegorz trabalha no Parastudio apenas como director de arte, Maja, na altura que estive na empresa, só trabalhava na Paracollective, e para além de mim, Radek Chrzan, um programador que trabalha essencialmente em casa e quando é necessário aparece no estúdio; Pola Olędzka, uma designer gráfica estagiária; Dagmara Berska, uma designer gráfica efectiva; Damian Nowak, um designer gráfico efectivo, que também trabalha como freelancer, deste modo está no estúdio entre 3 a 4 dias por semana; há ainda um jovem bielorusso, Dima Gavrikov, que desenvolvia acima de tudo aplicações móveis no Parastudio e que às vezes era "alugado" por outro estúdio para desenvolver algum projecto específico. Durante o tempo que lá trabalhei ainda uma designer gráfica chamada Ewa Oliver, que já trabalhou para o estúdio, mas que no momento só alugava o espaço e trabalhava por conta própria, emigrou para a Nova Zelândia.

1.2
ENQUADRAMENTO SOBRE O PAÍS E A CIDADE

Desde a sua fundação, a Polónia, território de localização central na geografia europeia, foi um país de fronteira em permanente convulsão, tendo sido partilhada por outras potências, tendo visto ser-lhe retirado parte substancial do seu território, chegando a estar à beira da aniquilação enquanto Estado independente, tudo isto nos mais de dez séculos que já decorreram desde a sua fundação. Para além disto, no século XX foi invadida pela Alemanha Nazi e a União Soviética, provocando a morte a mais de seis milhões de cidadãos polacos, tendo sido ainda também um Estado satélite do Império Soviético. Só com o colapso da União Soviética em 1989 é que o país retomou a sua condição de Estado soberano. Estes acontecimentos, que aqui são descritos de forma muito breve e faltando outros por falar, ficam longe de revelar os reais horrores que o país sofreu, ainda assim, apesar das enormes alterações que o país foi sofrendo, a Polónia conseguiu preservar grande parte da sua riqueza cultural e o seu contributo para as artes e cultura europeia é inestimável, tendo sido também um passo importante a sua inclusão na União Europeia. Neste momento, é um país bem desenvolvido, pelo menos em relação ao que estava à espera de encontrar, mas mesmo assim não perdeu a sua identidade e as diferenças são notórias. O clima é frio e as pessoas fazem jus ao mesmo. Honestamente, nos dias de hoje, esperava mais receptividade e simpatia, mas ainda é muito clara a atitude patriota, nacionalista, conservadora e muito religiosa, apesar de receberem um grande número de turistas, mas no geral foi-me possível observar o desagrado que sentem com isso. Vivi experiências como, inúmeras vezes observar cidadãos polacos

a se benzerem ou abanarem a cabeça como sinal de desaprovação, quando me ouviam a falar uma língua que não a deles, isto em contexto público, como nos meios de transporte, sendo este um de vários exemplos absurdos. Pelo que consta, apesar disto, se a Polónia até estava a evoluir, parece ter os dias contados, uma vez que durante a minha estadia, a 16 de Novembro de 2015, foi eleita para Primeira-Ministra da Polónia, Beata Szydło, vice-presidente do partido Prawo i Sprawiedliwość (Lei e Justiça), um partido de direita com tendência democrata cristã e conservadora, defendendo ideias como o nacionalismo, conservadorismo social, estatismo, catolicismo e eurocepticismo. Em conversas com colegas de trabalho, revelaram-me uma grande preocupação com este assunto, nem sequer entendendo como foi possível esta ter vencido.

Após esta muito breve introdução do país, faz agora sentido falar sobre algo mais importante, o contexto da cidade onde realizei o estágio. Devo realçar que Cracóvia é uma cidade pequena e confortável, com uma vida que observei ser rotineiramente calma e pacata, mas simultaneamente bem viva e activa. É uma cidade que até já fez parte da Áustria, com o nome de Krakau (de 1795 a 1809 e de 1846 a 1914), localizando-se no sul do país, nas margens do rio Vístula. O facto do centro histórico de Cracóvia ter sido inscrito pela UNESCO em 1978 na lista do Património Mundial não causa admiração, visto que há tantos locais e monumentos para visitar com tão vasta história, como a Praça do Mercado, o Mercado dos Tecidos, o Castelo de Wawel, a Basílica de Santa Maria, a Igreja de São Pedro e São Paulo, o Portão de São Floriano, a Praça dos Heróis do Gueto, o antigo bairro judeu de Kazimierz, a Fábrica de Oskar Schindler, as Minas de Sal de Wieliczka e até já fora de Cracóvia mas ainda perto e imperdível, os campos de concentração de Auschwitz, faltando ainda por referir outros pontos. Mesmo assim, com um salário mínimo que ronda os 430€ (1850 PLN) e um nível de vida igual ou ligeiramente mais barato que Portugal em algumas situações, não é um país convidativo para ficar a trabalhar, embora haja oportunidades profissionais e a taxa de desemprego seja baixa, principalmente tendo em conta a dimensão e número de habitantes do país. Embora possa estar a crescer na área do design, penso que haverá destinos bem mais interessantes para trabalhar nesta área, começando logo por Portugal, que coloco muito acima da Polónia na minha lista.

1.3
DESIGN GRÁFICO POLACO DO SÉCULO XX

Apesar de ter escolhido a Polónia para realizar o meu estágio, na altura tinha, erradamente, a ideia que a relação do país com o design gráfico não era o seu forte nem possuía grande historial, mas que eram mais dominantes nas artes plásticas. Esta ideia era também partilhada por amigos e colegas da mesma área de estudo que eu, ao longo de várias conversas sobre o tópico. Não obstante, eu ainda tinha vontade de realizar o estágio no país e bastaram-me umas rápidas pesquisas antes de ir para perceber que o design gráfico na Polónia estava carregado de expressão e história, tendo desenvolvido um papel importante no país ao longo das suas alterações. Steven Heller (director de arte, jornalista, crítico, autor e editor, especializado em tópicos relacionados com design gráfico), num artigo para a Print Magazine, entre várias coisas diz: "Without hesitation I assert that Polish graphic design is by far the most original, meaningful and expressive of any Western country. And to think, much of that originality occurred during Communist censorship"[1] (HELLER, 2015). Dito por Steven Heller, soa muito credível e desperta grande curiosidade para investigar e esquadrinhar. Foi rápido até me cruzar com informação sobre a Polish School of Posters, que já me soava familiar.

Contextualizando o leitor sobre que material existe, que cubra de forma abrangente o design polaco, posso dizer que há essencialmente três livros e duas revistas. Os livros que falo são o Against All Odds: Polish Graphic Design 1919-1949, (publicado em polaco como, Nie gęsi: Polskie projektowanie graficzne 1919-1949; autoria de Piotr Rypson; traduzido por Richard Bialy; design

1 - **Tradução** - "sem hesitação, afirmo que o design gráfico polaco é de longe o mais original, significativo e expressivo de qualquer país ocidental. E pensar que, muita dessa originalidade ocorreu durante a censura comunista"

FROM POLAND, THE SOUL OF GRAPHIC DESIGN (2015)

de Przemek Dębowski; publicado pela editora Karakter), o Out of the Ordinary: Polish Designers of the 20th Century, (editado por Czesława Frejlich; autoria de David Crowley; texto de David Crowley; traduzido por Søren Gauger; publicado pelo Instituto Adam Mickiewicz) e o mais recente, que partiu destes para ser criado, é o VeryGraphic: Polish Designers of the 20th Century, (editado por Jacek Mrowczyk; design de Kuba Sowiński; publicado pelo Instituto Adam Mickiewicz, em Março de 2015). Este livro é uma compilação de informação que oferece uma descrição cronológica do trabalho de 64 dos mais relevantes e interessantes designers polacos, publicado em inglês, a fim de apresentar ao mundo o imenso e diversificado legado de designers gráficos polacos e também porque, embora a Polónia tenha uma história muito rica nesta área, ainda permanece pouco conhecida no exterior, normalmente só sendo reconhecida pela aclamada Polish School of Posters (Escola Polaca do Cartaz), quando foi mais do que isso. As revistas são a, Projekt, iniciada em 1956 e terminada em meados de 2000, e a 2+3D, que ainda é publicada nos dias de hoje, uma revista trimestral, editada por Czesława Frejlich, com uma tiragem de 8000, publicada por 2+3D Sp. z o.o, e que teve a sua primeira edição em Outubro de 2001.

Farei ao longo deste texto uma análise geral sobre o design gráfico polaco do século XX, recorrendo aos meios que encontrei que falassem sobre o tema. Começando por um balanço de todo esse século, de forma muito sucinta, foi entre os anos de 1900 e 1945 que nasceram as três primeiras gerações de artistas que definem a direcção do design gráfico polaco. De 1945 a 1980 o design era fortemente dependente das circunstâncias culturais, económicas e principalmente políticas - foi um reflexo das rápidas mudanças que ocorriam no país. Por sua vez, os anos de 1980 até ao final do século XX podem ser considerados um momento em que o design polaco entrou em declínio antes de nascer novamente.

1.3.1
1900 - 1945

A grande maioria dos pioneiros do design do século XX vieram de Cracóvia ou pelo menos foram educados na sua Academia de Belas Artes, mas este facto não é nenhuma surpresa se pensarmos que a Polónia, no início do século XX era tripartida, sendo a mais liberal dessas áreas a partição austríaca, onde Cracóvia estava, tendo sido a antiga capital, centro simbólico da Polónia e sede dos reis polacos, com uma parte significativa das actividades artísticas, literárias e editoriais concentradas nesta cidade. Os designers desta época foram formados num ambiente impregnado no simbolismo e nas obras da Art Nouveau, Arts & Crafts e especialmente, graças à sua proximidade cultural e administrativa directa, do Wiener Werkstätte, devido à tal tripartição já referida.

Em 1918, os arquitectos do novo estado enfrentaram a gigantesca tarefa da fusão de três territórios culturalmente diferentes devastados pela guerra, encontrando-se entre fronteiras que sofreram alterações e revisões pelas força armadas, etnicamente muito diversificada e abalada pela forças desestabilizadoras internas e externas. A busca por um estilo nacional empreendido naquele momento estava intimamente associado com o nascimento do novo estado. Piotr Piotrowski explica: “there had been an attempt towards nationalization of modernism”[2] (PIOTROWSKI, 2002:321). Ainda acrescenta e resume, "such modernism - 'soft' and filtered through the tastes of the middle class, with its eclectic combination of folklore, classicism and modernity - met the expectations of the new Second Republic. It remained in line with the new state's national policy"[3] (PIOTROWSKI, 2002:324).

Uma segunda geração de artistas, nascida na última década do século XIX, estrearam-se numa Polónia já independente. Representaram uma ampla gama de atitudes políticas e escolheram caminhos de desenvolvimento extremamente diferentes, numa altura que já eram livres da obrigação de se esforçar para uma forma de arte nacional. Forneciam serviços profissionais de design gráfico a uma nova classe média, envolvidos na modernização do design gráfico. Esta, era já uma geração fortemente enraizada nas novas realidades de mercado da Segunda República.

Foi num ambiente não muito favorável, de um país assolado

2 - **Tradução** - “tinha havido uma tentativa no sentido de nacionalização do modernismo”

3 - **Tradução** - “tal modernismo - ‘soft’ e filtrado através dos gostos da classe média, com a sua combinação eclética de folclore, classicismo e modernidade - atendeu às expectativas da nova Segunda República. Manteve-se em linha com a política nacional do novo estado”

pela pobreza e inflação galopante, rasgado por um crescente conflito político, que começavam as suas actividades puramente artísticas e de design, num mercado com o desenvolvimento comprometido à custa da pobreza e da inflação, com as editoras a abrirem falência ou à espera do colapso do mercado. Mas a estabilização da moeda em 1924-1925, finalmente lançou a dinâmica económica do país. Os artistas de esquerda não fizeram nenhuma tentativa para se adaptar às exigências do mercado, mas focaram-se em praticar o design com utilização tipográfica de acordo com os princípios propostos pelo Construtivismo Russo, Bauhaus e De Stijl.

Os designers gráficos polacos estavam a entrar numa realidade muito diferente no final dos anos vinte e início dos trinta devido à grande crise económica. Começou por abrandar o impulso no final da década, mas teve um impacto positivo no desenvolvimento da publicidade, numa indústria que até então não tinha mantido o ritmo com a mudança dos tempos. Os artistas que nasceram no início do mesmo século, entraram na idade adulta num país já independente, tornando-se em grandes talentos, mesmo num mercado tão emergente, que desde meados dos anos trinta tinha crescido rapidamente no boom económico local. Acompanhando este aparecimento de novos talentos, no início dos anos trinta, equipados com métodos de impressão melhorados, os editores cada vez se apoiaram mais em fotografias para atrair a atenção dos seus leitores.

Um aspecto importante, entre vários, que favoreceram o florescimento do design gráfico polaco, foi a estrutura social multi-étnica e culturalmente diversificada do país. Mas o dinâmico desenvolvimento desta área, que poderia inspirar-se na Europa Ocidental e Oriental, criando uma linguagem visual local, foi interrompida pela catástrofe da Segunda Guerra Mundial. Esta breve natureza do design gráfico polaco não foi dominada por qualquer escola ou tendência específica, podendo verificar-se mais uma variedade de estilos. A tendência para a ilustração, extraída de uma tradição gráfica rica, contrastando com a estética do construtivismo e do funcionalismo. O domínio, típico do design polaco, do lettering em vez de uma simples tipografia nas capas de livros, cartazes e publicidade, era específico para os países com menor potencial tecnológico e económico.

1.3.2
1945 - 1980

O design gráfico polaco era dependente de factores políticos, económicos e culturais, assim como as carreiras individuais dos mais importantes designers. Após o final da Segunda Guerra Mundial, na vida de muitos polacos havia um grande sentido de esperança, solidariedade, mas acompanhado por um excesso de propaganda política de bronze e uma escassez de produtos básicos. Os anos de 1945 até 1980 estariam longe de ser monótonos, havendo momentos altos e baixos, a fé num futuro melhor e anos de degelo político e cultural, como também longos períodos de depressão económica e social.

As casas de impressão pré-guerra reabriram; e novas e maiores editoras foram estabelecidas, controladas por partidos, especializados em propaganda política. A editora Czytelnik começou a produção em massa de livros, revistas e jornais. Estas editoras eram uma importante fonte de trabalho para designers gráficos. Teatros começaram a trabalhar, promovendo os seus repertórios por meios de avisos tradicionais e ocasionalmente cartazes. O lugar da publicidade no mercado do design foi ocupado pela propaganda política agressiva dos novos poderes, tentando legitimar e justificar-se a uma população marcada pelos estragos da guerra. Entre 1944 e 1947, o tema dominante da propaganda foi o martírio do país durante a guerra e a luta contra as forças de oposição internas. Os militares do Front Poster Studio (Pracownia Plakatu Frontowego), tiveram um papel especial neste tempo, fazendo com que os projectos fossem enviados para impressão só depois de terem sido aceites e avaliados por uma comissão artística e aprovados pelos censuradores. Um número significativo dos votos nestas comissões pertencia a representantes da comunidade artística (com a autorização da avaliadores concedidas pelo Ministério da Cultura e das Artes), que garantia que um nível adequado era mantido.

Naquela época, era dado o título profissional de designer gráfico aos artistas envolvidos em *applied graphics*, contrastando com os *fine art graphics* praticados por artistas gráficos. A ocupação de designer gráfico só podia ser exercida por membros da Associação de Artistas e Designers Polacos (Związek Polskich Artystów Plastyków) ou aqueles que possuíssem certificados especiais emitidos pelo

Ministério da Cultura e das Artes, e para alguém se tornar membro da Associação, tinha de apresentar um diploma comprovando o grau de licenciatura por uma escola de arte ou então demonstrar feitos significativos nesta área. A ocupação de designer gráfico era assim uma profissão fechada. Os designers pertenciam à categoria dos chamados profissionais independentes, trabalhando individualmente e ganhando comissões para projectos executados para cumprir comissões de empresas e instituições. Apenas um pequeno grupo deles ocupava cargos permanentes, por exemplo como consultores em editoras ou como professores. O mercado de design era totalmente controlado. No início dos anos cinquenta, uma lista oficial de preços foi introduzida para obras de arte, que se manteve em vigor por mais de 30 anos, apesar da inflação estável. As taxas para projectos estavam claramente definidas: 360 a 480 zloties para capas de livros; sobrecapas de 600 a 900; páginas de título a 150; cartazes de 900 a 1800.[4] As taxas foram definidas para o tipo de design, não a classe de artista.

Estes anos foram também muito marcados pela aclamada Polish School of Posters, das partes mais importantes do design gráfico polaco. "The poster is the most recognizable brand of Polish design and for many foreign readers remains to this day the only field of Polish visual arts known to them."[5] (MROWCZYK, 2015:9). Os artistas polacos mostraram que o cartaz pode ser, apesar de suas limitações inerentes, um instrumento que expresse a atitude do seu criador à realidade circundante, igualmente sensível, estético e profundamente significativo, como qualquer outra disciplina da arte. Os cartazes polacos foram notados e entraram em circulação internacional. Exposições de cartazes começaram a dar a volta ao mundo, contrariando nas mentes do público o estereótipo da Polónia como sendo um sinistro país comunista por trás da Cortina de Ferro.

"Before we get to those other offerings, let's touch quickly on why Polish posters get all the attention. At the time they were produced, long before words like "design" or "graphic designer" existed, the economy was in such a sad state that the bar to sell products was extremely low, meaning there was little to no pressure on poster artists (their term) from marketers to actually sell anything. The country may have been cash poor, but designers enjoyed enormous freedom. For example, the typical brief for a film poster designed in the United States would stipulate that the designer had to show the leading actors' faces; not so for Polish designers, which is why you see incredibly artistic interpretations of films. According to Mrowczyk, many Polish posters are more like "colorful birds" than what we typically think of as advertisements. Whether it's a movie poster, a magazine layout, an album cover, a book, or a bottle of aspirin, the work by the designers in Very Graphic is some of the most breathtakingly creative you're likely to find. No wonder its established a design legacy in Poland that has inspired generation after generation over the course of the 20th century, and why we continue to see such incredibly strong illustrators and graphic designers emerge from the country."[6] (DRUMM, 2015)

"The Polish Poster School of the 1950s and 60s casts a long shadow over graphic design. Employing Surrealist collage techniques and hand-drawn illustration, figures such as Henryk Tomaszewski and Roman Cieślewicz are celebrated for their idiosyncratic approach to image-making. They are credited with resisting the intellectual poverty of communist ideology with individualism and artistry. Forty years later, young designers in Poland still have to step out of their deep shadows to make their own careers. This monumental reputation also works retrospectively: the history of graphic design seems to have only one Polish story, the postwar poster."[7] (CROWLEY, 2012)

Em 1956 apareceu a revista bimestral Projekt, que rapidamente se tornou um fórum para a apresentação de feitos nacionais e soluções interessantes no exterior. Esta publicação desempenhou um papel promocional importante para a comunidade do design, mas não era o lugar para análise e reflexão crítica sobre as actividades artísticas actuais da época. Os designers trabalhavam sem o risco de que quaisquer deslizes que tenham feito seriam notados por críticos competentes, algo que contribuiu para uma forma específica de erosão da arte do cartaz, mas também uma queda lenta de qualidade ao longo dos anos.

"In the 60's two foreign design magazines were passed around America as though they were underground or samizdat[8] publications. One was Graphis from Switzerland, the other was Projekt from Poland. Let's focus on the latter. It was a revelation to learn about the artistic intelligence of the Polish poster artists, illustrators and designers. After the fall of communism in Poland in 1989, the magazine limped through the 1990s and 2000s. But

4 - A título de curiosidade, actualmente os valores de conversão rondam:
150 PLN ≈ 35 EUR
360 PLN ≈ 85 EUR
480 PLN ≈ 110 EUR
600 PLN ≈ 140 EUR
900 PLN ≈ 210 EUR
1800 PLN ≈ 420 EUR

5 - **Tradução** - "o cartaz é a marca mais reconhecível do design polaco e para muitos leitores estrangeiros permanece até hoje o único campo das artes visuais polacas que reconhecem."

6 - **Tradução** - "antes de passar para outro ponto, vamos perceber rapidamente o porquê dos cartazes polacos receberem toda a atenção. No momento em que foram produzidos, muito antes de palavras como "design" ou "designer gráfico" existirem, a economia estava num estado tão mau que a fasquia para vender produtos era extremamente baixa, o que significa que houve pouca ou nenhuma pressão sobre artistas do cartaz dos comerciantes para realmente vender nada. O país pode ter sido pobre em dinheiro, mas os designers aproveitaram uma enorme liberdade. Por exemplo, o típico brief para um cartaz de um filme concebido nos Estados Unidos estipularia que o designer mostrasse os rostos dos principais actores; Não era assim para os designers polacos, razão pela qual se vê interpretações incrivelmente artísticas de filmes. Segundo Mrowczyk, muitos cartazes polacos são mais como "pássaros coloridos" do que o que normalmente pensamos como anúncios.
Quer se trate de um cartaz de um filme, um *layout* de uma revista, uma capa de álbum, um livro, ou uma caixa de aspirina, o trabalho dos designers no VeryGraphic é do mais incrivelmente criativo que se pode encontrar. Não é de admirar que se tenha estabelecido um legado de design na Polónia que tem inspirado geração após geração ao longo do século XX e porque continuamos a ver esses tão incríveis e visualmente fortes ilustradores e designers gráficos emergir no país."

AIGA EYE ON DESIGN (2015)

7 - **Tradução** - "a Polish Poster School de 1950 e 60 lança uma longa sombra sobre o design gráfico. Empregando técnicas de colagem surrealistas e ilustração manual, figuras como Henryk Tomaszewski e Cieślewicz Roman são comemorados pela sua abordagem idiossincrática para a criação de imagem. Eles são creditados com o resistir à pobreza intelectual da ideologia comunista com o individualismo e mestria. Quarenta anos mais tarde, os jovens designers na Polónia ainda têm que sair das suas sombras profundas para fazer suas próprias carreiras. Esta reputação monumental também funciona retrospectivamente: a história do design gráfico parece ter apenas uma história polaca, o cartaz do pós-guerra"

SHADOWS OVER POLAND (2012)

8 - **Samizdat** era uma prática nos tempos da União Soviética destinada a evitar a censura imposta pelos governos dos partidos comunistas nos países do Bloco oriental. Mediante essa prática, indivíduos e grupos de pessoas copiavam e distribuíam clandestinamente livros e outros bens culturais que haviam sido proibidos pelo governo.

by then it was a pale reflection of its former self. It's heyday was undoubtedly the 1960s and 70s, when designers and illustrators fought to be given the privilege of designing or illustrating the front cover. And each issue came with a poster. Danuta Wróblewska, one of Projeckt's editors noted: 'In almost every single studio in the territory of the USSR, there was a copy of Projekt lying on the table and the poster attached to it hanging on the wall.' She recalls a trip to Japan where she saw Projekt posters in 'three different artists studios. Poland has a long history of rebellion and opposition, and this contrarian spirit can be seen in the pages and covers of Projekt. We also get a glimpse into the Polish graphic design tradition which is every bit as rich as that of Switzerland and Germany, but which unlike the graphic output of those two nations, is too idiosyncratic to travel."[9] (HELLER, 2012)

Os anos setenta trouxeram muitos logotipos e projectos de identidade e de informação visual para utilização em instalações públicas. A ênfase das autoridades sobre a promoção da cultura de massa e de entretenimento precisava de modernização na tecnologia de impressão do país, particularmente a importação de equipamentos para composição e pré-impressão. Isto abriu caminho para novas e melhor ilustradas revistas, como os semanários Perspektywy e a revista estudantil ITD, assim como nova tipografia para revistas já existentes, por exemplo Przeglad Techniczny, a Panorama e a Panorama Pólnocy.

Os métodos de linguagem e design introduzidos antes da guerra revelaram pouca utilidade e tiveram de se adaptar à nova realidade, numa época em que o design gráfico foi um reflexo das rápidas mudanças que ocorreram na Polónia. Agora é mais fácil descrever o contexto, em que os trabalhos criados nessa altura ocorreram e reconhecer a necessidade de uma investigação crítica e discussões pormenorizadas sobre várias áreas do design gráfico. Deve-se começar por sublinhar o papel desempenhado pelo design do cartaz, quando se quiser descrever o trabalho criativo desenvolvido durante a era da República Popular da Polónia. Para os próprios artistas, foi o resultado de um fortunado entrelaçamento de muitas circunstâncias políticas, económicas, culturais e artísticas, que tirou o cartaz das suas funções de publicidade inerentes, normalmente impulsionada pelas forças de mercado, para o campo de registos artísticos, livre das exigências pragmáticas.

9 - **Tradução** - "na década de 60 duas revistas de design estrangeiras foram passadas pela América como embora fossem 'underground' ou publicações 'samizdat'. Uma era a Graphis, da Suíça, a outra era a Projekt, da Polónia. Vamos concentrar-nos na última. Foi uma revelação para aprender sobre a inteligência dos artistas, ilustradores e designers do cartaz polaco.
Após a queda do comunismo na Polónia em 1989, a revista foi mancando através dos anos 1990 e 2000. Mas aí já era uma pálida reflexão do sua personalidade inicial. O seu auge foi, sem dúvida, nos anos 1960 e 70, quando os designers e ilustradores lutavam para que lhes fosse dado o privilégio de projectar ou ilustrar a capa. E cada edição vinha com um cartaz. Danuta Wróblewska, um dos editores da Projeckt observou: 'Em quase todos os estúdios no território da URSS, havia uma cópia da Projekt em cima da mesa e o cartaz ligado a ela pendurado na parede.' Ela relembra uma viagem ao Japão onde viu cartazes da Projekt em 'três diferentes estúdios de artistas'.
A Polónia tem uma longa história de rebelião e oposição, e esse espírito contraditório pode ser visto nas páginas e capas da Projekt. Nós também obtemos um vislumbre do projecto da tradição gráfica polaca, que é tão rica como a da Suíça e da Alemanha, mas que ao contrário da saída gráfica dessas duas nações, é muito idiossincrática para viajar.

POLISH PROJEKT GOOD STUFF (2012)

1.3.3
1980 - 2000

Esta foi uma época cheia de acontecimentos políticos, económicos e sociais importantes: desde o nascimento do Solidariedade em 1980, às primeiras eleições livres na Polónia do pós-guerra em 1989, até à época turbulenta de transformação política do país. Foi também um período que, em termos de arte, cultura e design, muitos teriam o gosto de apagar da história, tendo sido estas duas décadas consideradas um momento de colapso e de doloroso renascimento. Podemos agora olhar para os feitos ingenuamente optimistas da computação gráfica nos primeiros passos do país em direcção ao capitalismo, despertado pela estética da escassez durante a crise económica no final dos anos setenta e durante toda a década de oitenta. As iniciais publicidades e fotomontagens com cor, produzidas nos computadores que apareceram, são frequentemente consideradas como os erros de juventude, uma fase de transição no caminho para a maturidade profissional, que na Polónia foi definida por dois eventos importantes para a comunidade do design, a fundação da primeira revista de design moderno 2+3D em 2001, e em 2004 a criação da Associação de Designers Gráficos Aplicados.

Durante essas duas décadas, o fenómeno mais interessante no design gráfico polaco, deve ser procurado entre os marginais, em actividades que eram muitas vezes de curta duração, geralmente chamadas de *grass-roots*[10]. Mas também houve outros aspectos curiosos, como o símbolo visual do consumo dos anos oitenta, com o que pode chamar de embalagem substituta. Essas embalagens eram normalmente "impressas" em papel branco por meio de um selo e continha apenas nome e informações do fabricante sobre o tipo de produto "chocolate", "vodka".

Idealmente utilizada para ilustrar a crise no design é a história da própria revista bimestral Projekt: Visual Art and Design (Sztuka Wizualna i Projektowanie), já falada no contexto entre 1945 e 1980, que no final dos anos cinquenta e sessenta estava na vanguarda do design moderno. Apresentava bons exemplos e práticas em consonância com o slogan de que as formas modernas são a chave para o futuro e para o progresso, e consequentemente, a uma mudança no mundo para melhor. Com o tempo, o perfil da revista gradualmente abandonou estritamente

10 - Um movimento grass-roots (muitas vezes referenciado no contexto de um movimento político), conforme definido pelo Webster's Third International Dictionary, é aquele que usa as pessoas num determinado distrito como base para um movimento político ou econômico. Os movimentos e organizações grass-roots utilizam acção colectiva do nível local para afectar a mudança no nível local, regional, nacional ou internacional.

questões relacionadas com design a favor das artes plásticas numa versão que foi, eufemisticamente falando, não particularmente progressiva. Na década de oitenta, a secção principal de cada edição da Projekt foi dedicada a formas de criatividade como a cerâmica, formas gráficas menores, tecidos e pinturas, do estilo, na altura popular, "surrealismo mórbido", assemelhando-se a ilustrações para livros de histórias de fantasia e de terror. Por último, o design foi completamente abandonado, na sua última edição, publicada em 1995, depois de uma pausa de quase três anos. A palavra "design" tinha sido removida do sub-título, ficando apenas “visual art”. De seguida, a Projekt desapareceu das bancas para sempre.

Na década de oitenta, o cartaz polaco começou a evoluir na direcção indicada pela corrente surrealismo “dark". Naturalmente, artistas como Henryk Tomaszewski, Jan Lenica e Jan Mlodozeniec ainda estavam a fazer cartazes e a sairem-se bem. No entanto, uma nova geração de designers começou a aparecer, assumindo a linguagem da pintura surrealista, decorando as turvas e cinzentas ruas das cidades polacas com representações ainda mais sombrias.

A oposição anti-comunista desenvolveu um sistema muito eficiente de impressão ‘underground’ e pontos de distribuição. Estes produziram inúmeros boletins de notícias, folhetos, cartazes, emblemas e outras publicações que serviam para informar o público sobre as actividades das autoridades e campanhas da oposição. Livros e revistas publicadas circulavam ilegalmente numa rede ‘underground’ sem o consentimento ou aprovação do escritório do censurador. Estes grafismos da oposição anti-comunista foram frequentemente caracterizados pela simplicidade e quase total redução de cor, causada por restrições materiais e tecnológicas. Eram mais frequentemente impressos em equipamentos de serigrafia manual ou em máquinas de duplicação que tiveram de ser contrabandeadas do exterior.

Os cartazes eleitorais de 1989 (eleições parlamentares) e 1990 (eleições presidenciais) indicaram um avanço não só na política, mas também nos próprios grafismos. Estes foram os cartazes que, por um lado, já pertenciam a um novo mundo de eleições livres e campanhas políticas genuínas, e por outro, ainda eram parte desse mundo confrontado com a "extinção", em que os artistas criavam cartazes sem a necessidade de uma equipa cheia de especialistas de imagem e planeamento de campanha. Junto com o advento dos computadores veio uma nova profissão, o chamado designer de computação gráfica. Na prática, isto seria o feliz proprietário de um computador equipado com um simples tipo de programa, como o CorelDraw. Os computadores e o surgimento de impressão digital fizeram muito para levar a democracia ao processo do design, com conhecimentos básicos de informática e a capacidade de operar um programa para designers gráficos, praticamente qualquer pessoa poderia gerar um simples anúncio ou uma capa de livro. Ao mesmo tempo, o mercado em expansão ofereceu entusiasticamente trabalho para qualquer um capaz de criar um anúncio eficaz para qualquer tipo de produto.

1.4
NOVAS FERRAMENTAS

Durante o estágio, utilizei essencialmente as ferramentas mais comuns no campo do design gráfico, como o Indesign, o Illustrator e o Photoshop, ferramentas que já domino, mas que em pequenos pormenores posso ter melhorado. Mas este texto tem o objectivo de referir as úteis ferramentas que me foram dadas a conhecer.

Logo no início, fui introduzido ao Slack. É uma útil e prática aplicação para profissões que exijam o trabalho em grupo, que envolva a necessidade de uma rápida e fácil partilha de qualquer tipo de informação. Mais detalhadamente, a aplicação Slack é uma ferramenta *cloud-based* de colaboração em equipa co-fundada por Stewart Butterfield, Eric Costello, Cal Henderson e Serguei Mourachov, lançada em Agosto de 2013. A aplicação começou como uma ferramenta interna utilizada pela empresa, no desenvolvimento de Glitch, um jogo on-line agora extinto.

Outra aplicação que me deram a conhecer foi a Fontstand, que permite experimentar fontes de graça ou alugá-las ao mês por apenas uma fracção do preço original. Para mim, a mais útil a que fui introduzido e é definitivamente uma mais-valia para qualquer designer gráfico.

Por último, introduziram-me à RightFont, que é uma aplicação de gestão de fontes para Mac OS X, que ajuda os designers a pré-visualizar, sincronizar, instalar e gerir fontes no Mac, Dropbox e/ou Google Drive. Assim como as outras, esta também não conhecia, mas sabia de outras aplicações similares.

CAPÍTULO II
descrição e análise

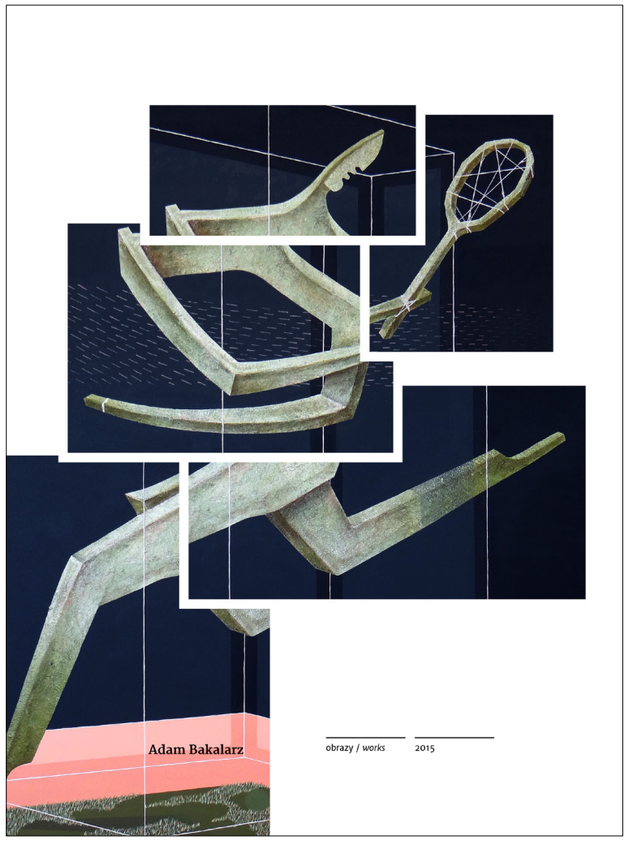
2.1
ADAM BAKALARZ

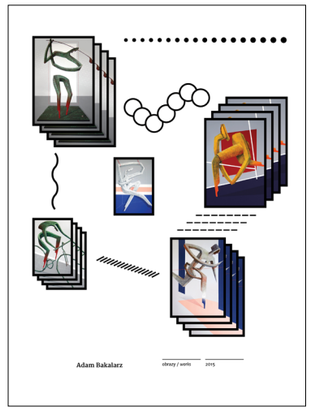
Nascido em 1989, em Tychy, Polónia, formou-se em artes gráficas pelo Departamento de Arte da Universidade Pedagógica de Cracóvia. Defendeu o seu diploma sob a supervisão de Stanisław Cholewa no atelier de rotogravura. Dedica-se à pintura em acrílico e aguarela, e a projetos gráficos. No trabalho que desenvolve, tem como foco a desconstrução e deformação do corpo humano, o estudo da complexidade física do mesmo, e o movimento e as relações do corpo com o espaço. A inspiração para a concepção das suas obras, é gerada a partir da observação do corpo humano, o seu movimento e transformações. Jogar com a forma do corpo, a sua legibilidade e as suas fronteiras físicas, fascinam-o. A imaginação do artista também é estimulada pelas cores e fracturas do metal, bem como as esculturas de Eduardo Chillida ou até a composição de Picasso em "Três Mulheres".

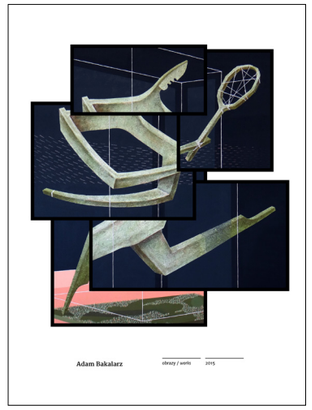
No entanto, para Bakalarz o principal estímulo para agir é a fotografia. No processo de criação, o artista tem uma atitude muito técnica e detalhada. Não gosta de quaisquer riscos ou manchas. Durante a actividade artística faz uso do desenho, modelos formados com plasticina e também outros materiais, como areia ou lã. A base do seu trabalho é a representação de formas esculturais, com figuras num espaço que derrotam os limites musculares e a força da gravidade.

Esta proposta surgiu com a necessidade que este artista tinha para mostrar as suas mais recentes obras ao público, por via dum suporte físico, neste caso com a característica de catálogo. Na mesma altura que fui introduzido a esta proposta, fui também colocado a par de outra com características semelhantes, no que toca ao facto de ser um catálogo para um artista mostrar as suas mais recentes obras ao público, mas tendo este um estilo e conceito de pintura distinto. Deste modo foi um interessante desafio, em vários sentidos, como testar a minha capacidade de análise e resposta a objectivos semelhantes, mas com matéria e conteúdos diferentes, e também poder tirar partido do termo de comparação, durante a concepção destes catálogos, para perceber as diferenças entre eles e se cada *layout* corresponde, se associa e até se complementa ao seu conteúdo.

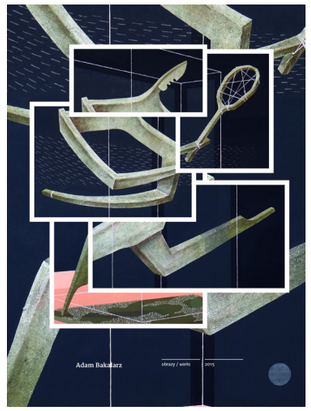
Como conteúdos, tive acesso a uma pequena biografia, escrita em polaco e em inglês, complementada com alguma sobre informação sobre exposições no passado. A somar a isto, tive acesso às imagens dos quadros, com a devida informação, como título, material ou técnica utilizada e a data. Tinha coordenadas específicas para apenas apresentar uma obra por página, usar tipografia(s) *open source*, mostrar simplicidade, construir um *layout* discreto para não anular a obra. Seria um caderno que rondaria as 28 páginas. Avaliando estes factores e ficando o formato ao meu critério, optei por um formato maior que A4, sendo ele 230 mm de largura, por 310 mm de altura. Uma proporção que também teve em conta o formato da maioria das obras, havendo apenas 3 em 20 que eram horizontais. Foram feitos inúmeros estudos de *layout*, ficando ao cargo do dono do estúdio (meu orientador na empresa), a escolha do que mais lhe agradaria, para posterior aprimoração. A conjugação das fontes *open source* Merriweather e Merriweather Sans, ofereceram-me um bom equilíbrio e discrição na paginação. A composição e distribuição dos elementos nos *spreads* revelam simetricidade, mas não totalmente. Este é um tipo de proposta que no final apresenta um resultado simples, mas não simplório. Quero dizer que, apesar do resultado ser constante, inteligível, uniforme, ou outros sinónimos que lhe queiramos chamar, há um grande trabalho por trás, de testes e experiências, para chegar a algo sólido e pensado.







/ possíveis capas para a publicação





/ possíveis capas para a publicação

A. Bakalarz

Urodzony w 1989 roku w Tychach, ukończył grafikę na Wydziale Sztuki Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie. Dyplom obronił w 2013 roku pod kierunkiem dra Stanisława Cholewy w pracowni wklęsłodruku, gdzie kontynuuje pracę twórczą. Aktualnie skupia się na malarstwie oraz projektowaniu graficznym.

Inspirację do swoich prac czerpie z obserwacji ciała ludzkiego, jego ruchu i przekształceń. Analizuje ruch niczym sekwencję pojedynczych klatek. Fascynuje go zabawa z formą, zacieranie się czytelności ciała i jego fizycznych ograniczeń. Zamiłowanie do koloru i faktury starego metalu również przyczynia się do pobudzenia wyobraźni artysty, podobnie jak rzeby i grafiki Eduardo Chillidy czy kompozycje "Trzech kobiet" Picassa. Jednak głównym impulsem do działania dla Adama Bakalarza jest fotografia.

W pracach artysty widoczne jest techniczne podejcie do tworzenia. Bakalarz nie lubi zabrudzeń czy niedociągnię. W procesie twórczym posiłkuje się rysunkami, modelami z szarej plasteliny oraz wykorzystaniem innych materiałów, jak chociażby piasku lub wełny, w celu stworzenia zróżnicowanej faktury formy. Ostateczny efekt jego prac to cielesno przetworzona w rzebiarską formę. To przenikanie się z przestrzenią figur pokonujących opór własnych mięni i siły grawitacji. To także deformacja intuicyjnie naprowadzająca na realno w odbiorze wykonywanej czynnoci.

Born in 1989 in Tychy (Poland), he graduated graphic arts from the Art Department of the Pedagogical University in Cracow (Poland). He defended his diploma under the thesis supervision of PhD Stanisław Cholewa in the gravure printing atelier where he is continuing the artistic work. Nowadays, he focuses on painting and graphic design.

The inspirations to his works are generated from the observation of a human body, its movement and transformations. He analyses this movement as a sequence of a single frame. The play with a form, the effacement of the body shape readibility and its physical bourders fascinate him. The artist's imagination is also stimulated by the colours and factures of beloved old metal as well as the sculptures and graphics of Eduardo Chillida or compositions of Picasso's "Three women". However, for Bakalarz the main spur to take action is photography.

In the process of creation, the artist has very technical attitude. He does not like any streaks or blemishes. During the artistic activity he makes use of drawing, models formed in grey play dough, but also the usage of other materials, such as sand or wool, in order to create the diverse structures of forms. The final effect of his work is the corporality transformed into a sculptural form. It is the infusion of space and figures that defeat the muscle limits and the forces of gravity. It is a deformation which directs to the reality in the perception of a performed activity.

Past exhibitions
–

2014

Gallery Plus "TRANSFORMED"
Cracow, Poland

Gallery Hortar "MłodziZdolni.art.pl"
Tarnów, Poland

Museum of History of Photography "Metaphors"
Cracow, Poland

Gallery Lameli
Cracow, Poland

–

2013

Memphis Collage of Art
United States

Gallery MINI
Cracow, Poland

"Action calling"
Macerata, Italy

Wystawy (zbiorowe)
–

2014

Galeria Plus „PRZEMIENIONY"
Kraków, Polska

Galeria Hortar „MłodziZdolni.art.pl"
Tarnów, Polska

Muzeum Historii Fotografii „Metafory"
Kraków, Polska

Galeria Lameli
Kraków, Polska

–

2013

Memphis Collage of Art
Stany Zjednoczone

Galeria MINI
Kraków, Polska 2013

„Action calling"
Macerata, Włochy



GA16.133

akryl / *acrylic*
150 x 110 cm

2015



GA15.600

akryl / *acrylic*
150 x 110 cm

2015



K47.618

akryl / *acrylic*
150 x 110 cm

2015



G.70

akryl / *acrylic*
150 x 110 cm

2015

/ *spreads* do interior da publicação

/ *spreads* do interior da publicação



M0203 akryl / *acrylic* 150 x 110 cm 2015



T40 akryl / *acrylic* 160 x 120 cm 2015



BP128 akryl / *acrylic* 150 x 110 cm 2015



W967 akryl / *acrylic* 150 x 110 cm 2015

/ *spreads* do interior da publicação



FL1 akryl / *acrylic* 120 x 180 cm 2015



FL2 akryl / *acrylic* 120 x 90 cm 2015



PPP1 akryl / *acrylic* 64 x 48 cm 2015



PSC1 akryl / *acrylic* 160 x 120 cm 2015

/ *spreads* do interior da publicação

2.2
BLIŻEJ BRUKSELI

O escritório da Małopolska[11] Region em Bruxelas foi criado com a finalidade de representar os interesses da sua região no fórum europeu. Małopolska foi uma das primeiras regiões da Polónia a criar uma representação regional em Bruxelas - foi inaugurada em 2002, dois anos antes da adesão à União Europeia.

Por estar presente na capital europeia, são capazes de monitorizar o andamento das políticas cruciais. Isso dá-lhes uma visão em primeira mão das oportunidades que cria para a sua região. Uma vasta rede de contactos directos com as instituições europeias e outras representações regionais permite-lhes incluir os interesses estratégicos da Małopolska na discussão sobre o futuro das políticas da UE. Para garantir um melhor reconhecimento e uma imagem positiva da sua região, estão constantemente a realizar eventos promocionais, tais como exposições, concertos, etc. O seu escritório também serve como uma fonte de informação sobre a UE para as autoridades locais e regionais, bem como para outras partes interessadas da região (empresários, ONGs, escolas, etc). Todos os anos organizam várias visitas de estudo para funcionários públicos por parte das autoridades regionais de Małopolska. Estas visitas permitem-lhes melhorar a sua compreensão das instituições europeias, bem como estabelecer novos contactos profissionais.

Małopolska é uma das 16 províncias administrativas da Polónia. Está localizada no sul da Polónia com Cracóvia como a cidade capital da região. Cada ano milhões de turistas visitam Małopolska para desfrutar do grande número de atracções turísticas, incluindo 8 locais listados como Património Cultural Mundial da UNESCO. A região é muito conhecida pela sua paisagem única, com paisagens naturais gloriosas e a diversa fauna e flora. As montanhas Tatra localizadas na parte sul da região são excelentes para actividades de lazer e desportos radicais no Inverno e Verão. Małopolska é uma localização atraente para os investidores estrangeiros, devido ao número e qualidade dos recursos humanos, o nível de educação dos funcionários e a infra-estrutura disponível.

O objectivo da revista Bliżej Brukseli é ajudar o leitor a compreender melhor as tendências políticas, formas de pensar e direcção de debate sobre o desenvolvimento das regiões europeias. Pretendem mostrar como a União Europeia funciona e por que medidas a Małopolska pode reforçar a sua posição na arena internacional. Até à data que comecei a trabalhar no projecto havia sido realizado 17 números, tendo ocorrido uma mudança na sua identidade gráfica a partir do número 16. Devo dizer que eram feitas, uma em inglês e outra em polaco, sendo estas apenas para o meio digital. Tive de observar e analisar os números 16 e 17 para entender o seu grafismo, perceber a sua grelha, estilos de caracteres e parágrafos, passando pela escolha tipográfica, tamanhos, entre outros. Foram me facultados os ficheiros indesign do número anterior, onde procedi à eliminação do seu conteúdo para a partir daí começar a compor o novo número da revista. Foi difícil orientar-me, uma vez que, para começar, os nomes dos estilos estavam escritos em polaco, mas também havia um exagero de estilos criados, principalmente porque não lhes seria dado uso. Também que não havia muita disciplina na utilização da própria grelha e no geral posso dizer que tudo era desorganizado, pouco rigoroso e com falta de perfeccionismo. Não me foi dada liberdade para criar alterações. Tive de me adaptar ao que me foi dado e no limite tentei criar a organização possível mesmo não tendo essa liberdade. Devido à temática da revista até acho que devia ser bastante sóbria e organizada, mas não aborrecida, obviamente. Já nos números anteriores desde o novo *layout* havia uma lógica de ilustração à base de ícones. A única coisa que enviam para o estúdio eram os textos e no que toca a imagens, normalmente eram fotografias dos senhores sobre os quais os textos falavam, ou pouco mais. Por isso, essas ilustrações com ícones de que falo, eram feitas pelo designer que a estivesse a paginar, com intuito de acrescentar algo mais à revista. Neste caso, sendo eu quem estava

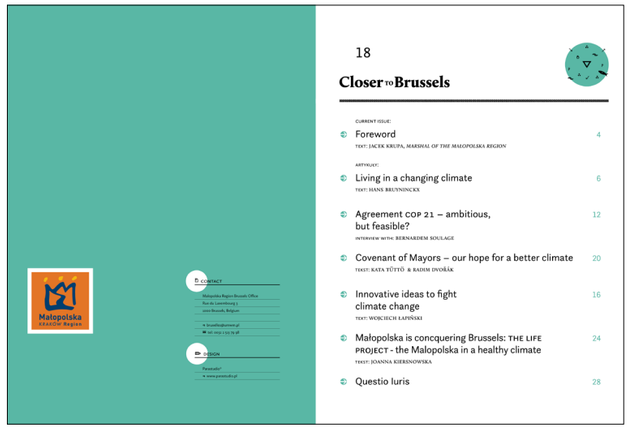
11 - **Małopolska** pode traduzir-se como Pequena Polónia. É uma região histórica da Polónia que forma a maior parte sul do país. Não deve ser confundida com a província da Pequena Polónia, que é apenas uma parte da região histórica da Pequena Polónia. Abrange o leito superior do rio Vístula e uma grande parte do planalto polaco, incluindo as Montanhas de Santa Cruz, o Vale de Sandomierz e os planaltos da Pequena Polónia e da região de Lublin. Estende-se desde os Cárpatos no sul dos rios Pilica e Wieprz em direção ao norte da Polónia. Faz fronteira com a região da Mazóvia e Terra de Radom ao norte, com a região da Silésia à oeste e com a Ucrânia (Rutênia Vermelha) à leste. Historicamente, até à Segunda Guerra Mundial a região incluía também grande parte da actual Ucrânia.

encarregue pela sua paginação, podemos imediatamente verificar uma ilustração seguindo essa lógica na capa. Achei curioso o facto de a revista não ser lançada com datas definidas como por vezes acontece, semanalmente, mensalmente, semestralmente, anualmente, entre todos os outros tipos de datas pelo meio. Simplesmente iam escrevendo conteúdos, traduzindo conteúdos e enviando. Foi um processo de trabalho intermitente, onde ia trabalhando noutros projectos pelo meio. Mal recebesse conteúdo focava-me neste projecto. Segundo a perspectiva do estúdio, é um bom cliente, por não ter pressa, por definir o mês de publicação apenas quando se acabar, não havendo assim um prazo.





/ capas da revista, em inglês e polaco, respectivamente





/ *spreads* do interior da revista

Życie w zmieniającym się klimacie

Ocieplenie obserwowane od połowy XX wieku spowodowane jest głównie wzrostem stężenia gazów cieplarnianych wynikających z działalności człowieka

TEKST
HANS BRUYNINCKX
DYREKTOR WYKONAWCZY EEA

Wprowadzenie

› Nasz klimat zmienia się. Dowody naukowe pokazują, że średnia temperatura globalna rośnie, a struktura opadów ulega zmianie. Wykazują również, że lodowce, arktyczny lód morski i pokrywa lodowa Grenlandii topnieją. Z piątego raportu oceniającego opracowanego przez Międzyrządowy Zespół ds. Zmian Klimatu wynika, że ocieplenie obserwowane od połowy XX wieku spowodowane jest głównie wzrostem stężenia gazów cieplarnianych wynikających z działalności człowieka. Przyczynami tego wzrostu są w dużej mierze spalanie paliw kopalnych i zmiany użytkowania gruntów.

To oczywiste, że musimy znacznie ograniczyć globalne emisje gazów cieplarnianych, aby uniknąć najbardziej niekorzystnych skutków zmian klimatu. Oczywiste jest również, że musimy przystosować się do zmieniającego się klimatu, w którym żyjemy. Nawet przy znacznej redukcji naszej emisji gazów cieplarnianych należy spodziewać się, że klimat zmieni się w pewnym stopniu, a skutki tego będą odczuwalne na całym świecie, w tym w Europie. Należy oczekiwać, że powodzie i susze staną się częstsze i intensywniejsze. Wyższe temperatury, zmiany wysokości i struktury opadów czy ekstremalne zjawiska pogodowe już mają wpływ na nasze zdrowie, środowisko naturalne i gospodarkę.

Zmiany klimatu wpływają na nas

› Możemy nie być tego świadomi, ale zmiany klimatu wpływają na nas wszystkich: rolników, rybaków, chorych na astmę, osoby starsze, niemowlęta, mieszkańców miast, narciarzy, plażowiczów itd. Ekstremalne zjawiska

Bez działań przystosowawczych liczba zgonów związanych z upałami może w Europie do 2100 r. osiągnąć około 200 000 rocznie

†††



HANS BRUYNINCKX

› Professor Hans Bruyninckx jest obecnie Dyrektorem Wykonawczym Europejskiej Agencji Środowiska. Wcześniej pełnił funkcję szefa Instytutu Badawczego HIVA w Leuven (Belgia) oraz szefa Wydziału Politologii na Uniwersytecie Katolickim w Leuven. Profesor Bruyninckx był również starszym członkiem interdyscyplinarnego Centrum Studiów Globalnego Zarządzania w Leuven oraz promotorem-koordynatorem Flamandzkiego Ośrodka Badawczego na rzecz Zrównoważonego Rozwoju (TRADO). W ciągu ostatnich 20 lat, prowadził i zarządzał badaniami nad polityczną orientacją w dziedzinie ochrony środowiska, zmian klimatu i zrównoważonego rozwoju.

pogodowe, takie jak powodzie i fale sztormowe, mogą rujnować małe społeczności – a nawet regiony i kraje. Fale upałów mogą zwiększać zanieczyszczenie powietrza, zaostrzać choroby układu krążenia i układu oddechowego, a w niektórych przypadkach prowadzić do śmierci.

Cieplejsze oceany stwarzają ryzyko naruszenia równowagi w łańcuchu pokarmowym, a tym samym zagrażają życiu morskiemu, powodując dodatkową presję na już nadmiernie eksploatowane zasoby ryb. Wyższe temperatury mogą również zmieniać zdolność gleby do magazynowania dwutlenku węgla – po oceanach gleba jest drugim pod względem wielkości pochłaniaczem dwutlenku węgla. Susze i wysokie temperatury mogą wpływać na produkcję rolną, co zwiększa konkurencję między sektorami gospodarki o cenne zasoby, takie jak woda i grunty. Skutki te powodują realne straty. W najnowszych badaniach szacuje się, że bez działań przystosowawczych liczba zgonów związanych z upałami może w Europie do 2100 r. osiągnąć około 200 000 rocznie. Koszt szkód spowodowanych przez powodzie rzeczne może przekraczać 10 mld EUR rocznie. Inne skutki zmian klimatu obejmują szkody wynikające z pożarów lasów, zmniejszenia plonów lub dni roboczych utraconych z powodu chorób układu oddechowego.

W obliczu tych obecnych i przyszłych skutków Europejczycy nie mają innego wyboru niż przystosować się do zmian klimatu. Na szczęście umiejmy istnieje już strategia w zakresie adaptacji do zmian klimatu, której zadaniem jest pomóc krajom w planowaniu działań przystosowawczych. Ponad 20 krajów europejskich przyjęło swoje krajowe strategie adaptacji.

The scientific community strongly recommends limiting the rise in global average temperatures and reducing greenhouse-gas emissions

Reducing emissions

› The severity of climate change will depend on how much and how quickly we can cut greenhouse-gas emissions released into the atmosphere. Climate change is one of the biggest challenges of our times. It is a global problem and concerns us all. The scientific community strongly recommends limiting the rise in global average temperatures and reducing greenhouse-gas emissions to avoid adverse impacts of climate change. Within the United Nations Framework Convention on Climate Change, the international community has agreed to limit the global average temperature increase to 2°C above pre-industrial times.

If the global average temperature increases above 2°C, climate change will have much more severe impacts on our health, natural environment, and economy. An average 2°C increase means that temperatures will actually rise more than 2°C in certain parts of the world, especially in the Arctic, where greater impacts will threaten unique natural systems.

The European Union has set ambitious long-term goals on climate--change mitigation. In 2013, the EU had already reduced its domestic greenhouse-gas emissions by 19% compared to 1990 levels. The target of a 20% reduction by 2020 is within reach.

› Achieving a reduction of at least 40% in domestic emissions (i.e. emitted in the EU) by 2030 and an 80-95% reduction by 2050 will partly depend on the EU's ability to channel sufficient amounts of public and private funds towards sustainable and innovative technologies. Effective carbon

The target of a 20% reduction by 2020 is within reach



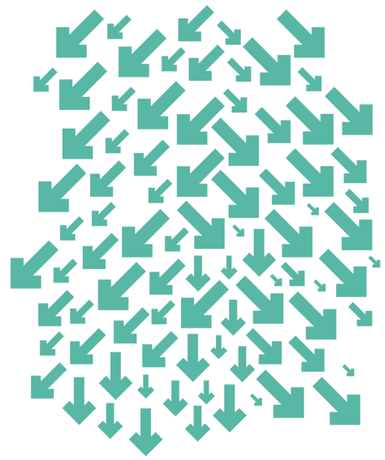
prices and regulations are instrumental in steering investments towards climate-friendly innovations, in renewable energy and energy efficiency in particular. In some cases, funding decisions might also entail divesting away from some sectors and restructuring others.

› Emission reductions by EU Member States would address the problem only partly, because the EU currently emits only around 10% of global greenhouse-gas emissions. It is clear that achieving the 2°C target requires a global effort with substantial cuts to global greenhouse-gas emissions. The scientific community estimates that to achieve the 2°C target only a limited amount of carbon can be released into the atmosphere before the end of the century. The world has already released the large majority of this 'carbon budget'. At current rates, the entire carbon budget will be exhausted well before 2100.

To increase our chances of limiting the average temperature increase to 2°C, scientific studies show that global emissions have to peak in 2020, and then start declining. In this context, the upcoming climate talks (COP21) in Paris need to become a turning point for a global agreement on cutting greenhouse-gas emissions and providing support to developing countries.

The EU currently emits only around 10% of global greenhouse-gas emissions

/ *spreads* do interior da revista



The challenge is to make sure that all current and future investments put us one step closer to greening our economy, and do not lock us into an unsustainable path of development

A low-carbon future by 2050 is possible

› At the heart of the problem lie unsustainable consumption and production patterns. Building on recent trends observed in Europe's environment and on global megatrends, our recent report "The European environment — state and outlook 2015" calls for a transition to a green economy. The green economy is a sustainable way of life that allows us to live well, and within the limits of our planet. This transition involves structural changes to key systems, such as energy and transport, which require long-term investments in our infrastructure.

Europeans are already investing in these key systems. The challenge is to make sure that all current and future investments put us one step closer to greening our economy, and do not lock us into an unsustainable path of development. Making the right investments today will not only minimise the overall costs of climate change, but it can strengthen Europe's expertise in the thriving eco-industries — the economy of the future. At the end of the day, we all have a stake in defining what life with climate change will look like.

The challenge we are facing might seem daunting. But no matter how big the challenge may be, the 2°C target is still within our reach. We now need to be courageous and ambitious enough to grasp it.

Agreement COP 21 – ambitious, but feasible?

INTERVIEW WITH
BERNARD SOULAGE
VICE-PRESIDENT OF THE REGION RHÔNE-ALPES
BY **RENATA JAGIELSKA**
HEAD OF MAŁOPOLSKA REGION BRUSSELS OFFICE

RENATA JAGIELSKA: **What is your perception of the draft text that will be submitted in Paris? How does it differ from Kyoto Protocol, which is meant to be replaced by the new agreement?**

BERNARD SOULAGE: Kyoto was an essential pillar of global climate policy, as it sets the basis of a regulatory, top-down approach on climate: a global objective declined in national objectives, with a global monitoring system. It was also the only binding agreement on climate at global level. However, we have to remember that it was elaborated in a different world that the one we know today: China and other major powers were only developing countries with low emissions at the time, the protocol covered what is now a small part of global emissions, and had never been ratified by the United States, one of the most important greenhouse gas emitters by habitant in the world.

The approach used today is reversed: the United Nations Framework Convention on Climate Change has invited all Parties to voluntarily submit their estimated contribution, the "INDCs". If these national pledges will indeed curb the rate of greenhouse emissions, they are however still unsatisfactory as estimations show that they will limit global warming only by 2,7°, which will still cause major damages to populations and ecosystems. An important effort is still expected in Paris, and I am working hard with international networks to raise the level of ambitions through transformative actions by all stakeholders.

Kyoto was the only binding agreement on climate at global level

RJ: **The summit of December in Paris (actually UNFCCC COP21 - the 21st yearly session of the Conference of the Parties to United Nations Framework Convention on Climate Change) will be a crucial moment for reaching a global agreement on climate change. How do you asses the chances of reaching a common position? In your opinion, what are the most points that might lead to a lack of consensus?**

BS: The main obstacles to the agreement are, first, what we call the "common but differentiated responsibilities and respective capabilities", that is to say the fair repartition of the mitigation efforts between developed and developing countries: the latter are now important greenhouse gas emitters, but claim their right to develop without being impeded by emissions targets. The question of "MRV" (measurement, reporting and verification) to follow the commitments taken by the Parties is also a key issue, directly connected to the notion of respective capabilities. The issue of the agreement's ambition, relying both on a long-term goal and on a reviewing mechanism allowing to regularly upgrade the commitments, are probably the most important

We are making good progresses to reach the 100md$/year for climate targeted at the Copenhagen Conference

ones, and also the most sensitive. This is an issue that I strongly advocate, as a coordinator of the World Summit on Climate and Territories (WSCT). The common declaration of the non-State actors networks that took part in the WSCT will deliver this message to the negotiators. Moreover, the issue of financing will be a key one during the negotiations. I am however optimistic on this particular issue, as we are making good progresses to reach the 100md$/year for climate targeted at the Copenhagen Conference.

Finally, we are of course concerned about the legal status of the future agreement. The United States, as you may know, have already announced that they would not ratify anything. The support and action of local and regional governments and all non-State stakeholders to facilitate the implementation of ambitious climate policies in a proactive way is all the more important in this context.

RJ: **Rhone-Alpes Region is deeply involved in activities regarding reduction of greenhouse gas emissions; just to mention, last July in Lyon took place the World Summit Climate & Territories. This event gave an opportunity for signing a MEMORANDUM OF UNDERSTANDING (MOU), initiated by California and Baden-Württemberg, in which regions - signatories commit to reduce greenhouse gas emissions from 80 to 95% by 2050 in comparison to the commitment approved in 1990. This is a very ambitious plan – do you think it is feasible?**

BS: We have to remember that Regions are responsible for key policies in term of climate action, such as public transport, building rehabilitation, etc. Our proximity to the citizens allow us to implement tailor-made awareness-raising actions: in Rhône-Alpes, we have paid special attention to targeted citizen-based initiatives such as "au travail j'y vais autrement" (I go to work differently) or "Familles à Energie positive" (energy reduction challenges between Rhône-Alpes' families). We have implemented various key policies, from supporting local authorities in their building rehabilitation investments and strategies to innovative financial instruments for the promotion of renewable energy.

Rhône-Alpes had already adopted ambitious greenhouse gas emission reduction targets, going beyond national levels, before joining the Under2MoU. In 2012, we had already decreased our emissions (from 10% comparing to 1990 level, and I am confident that we will reach our objectives of respectively 25% by 2020 and 80% by 2050. We know that our interest is in bold climate action: at the same time to preserve our natural patrimony and our infrastructures, which are very sensitive to climate change, and to provide growth, innovation and new jobs for our territory.

/ *spreads* do interior da revista

Each inhabitant of the Earth must take actions aimed at reducing CO_2 emissions

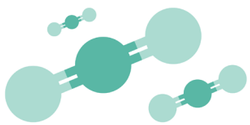
Currently Glowee has a limited life time, lasting enough for 72 hours

should not be more expensive than those already offered on the market.

The Sun is a powerful source of energy that can help not only in reducing the level of carbon dioxide in the air but it can also help in the production of electricity. Today, photovoltaic panels mounted on rooftops around the world are no surprise. An investment in Morocco, co-sponsored by the World Bank, is an interesting way to use the panels. The world's largest solar power plant is being constructed there, consisting of 500 000 smart mirrors with a height of 12 meters, arranged in 800 rows. The panels' innovation will be their auto-maximization of productivity, since the mirrors, just like sunflowers - will turn to the sun. The project should be ready by 2020, ultimately producing 580 megawatts of electricity. The amount will successfully cover half of Morocco's demand for electricity.

For the less needy, one small source of power will be enough, instead of 580 megawatts. In such a case, a mobile / handheld electrical socket (Windows Socket) can be of help. It is hard to imagine such a device, attached to glass with a suction cup and generating enough electricity to power an office light. Scientists, however, are working on improving the solution. Today, it provides power equal to a half of an AA battery (more on the Windows Socket on http://www.yankodesign.com/2013/04/26/plug-it-on-the-window).

Speaking about lightning, why not to save energy lighting city streets without electricity? French biotechnologists are working on using jellyfish bioluminescence to lighten buildings. The Glowee product concept consists



in producing a self-adhesive film with "glowing" bacteria enclosed, those contained in deep-sea fish, jellyfish or even squid. Currently Glowee has a limited life time, lasting enough for 72 hours. But the concept of green-blue lightening of urban agglomerations without using a single watt of the eclectic network seems to be worthwhile (more on Glowee can be found on http://www.glowee.fr).

All of these concepts have more or less realistic chances for being implemented in the European Union within the coming years, even with the use of the Horyzont2020 programme. However, one thing will not change: each inhabitant of the Earth must take actions aimed at reducing CO_2 emissions, at reducing the amount of waste produced by households. Any of the presented inventions will apply in everyday lives of all human beings only when they are aware of the importance of them for the future of the Earth's environment.

So, let's get to work!

Projekt LIFE

W odpowiedzi na zidentyfikowane bariery Województwo Małopolskie wraz partnerami podjęło inicjatywę ubiegania się o dofinansowanie projektu z instrumentu finansowego LIFE Komisji Europejskiej. We wrześniu 2015 r. decyzją unijnych ekspertów projekt zintegrowany LIFE dla Małopolski został najwyżej oceniony ze wszystkich 39 projektów z całej Unii Europejskiej. Jest to niekwestionowany sukces województwa na arenie międzynarodowej i wielkie wyzwanie na drodze do „Małopolski w zdrowej atmosferze".



/ *spreads* do interior da revista

Project assumptions

The flagship element of the project is the employment of the so-called EcoAdvisors in each of the 37 municipalities

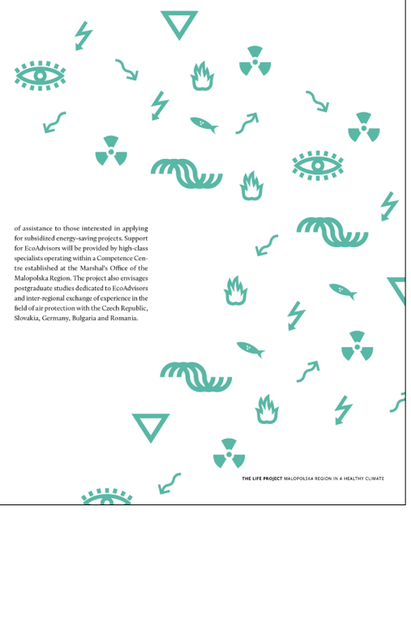
TEXT:
LOREM IPSUM

› The overarching objectives of the LIFE IP project for the Malopolska Region is a multi-faceted support for the implementation of the air protection programme in the region of Malopolska, efficient use of available national and EU funds earmarked, among others, on thermomodernization of buildings and replacement of coal boilers, as well as removal of major barriers and obstacles to the achievement of measurable environmental effects in the region. The beneficiary coordinating the project is the Marshal's Office of the Malopolska Region and the co-beneficiaries include: the Association Krakow Smog Alert, the Krakow Energy Conservation Agency (KAPE), the Energy Conservation Company (ESCO), Vlaamse Instelling voor Technologisch Onderzoek (VITO), the Czech Ministry of Environment, the Slovak Hydrometeorological Institute and 38 Malopolska municipalities, including the City of Krakow.

The LIFE Integrated Project brings together various elements aimed at the common goal of cleaner air in the region. The integrated elements are: Polish and foreign entities, the territory of the Central and Eastern Europe struggling with the problem of air pollution, measures aimed at helping residents in applying for subsidized replacement of furnaces and thermomodernization of buildings and public awareness campaigns conducted to raise the awareness of citizens about the impact of pollution on human health. The project will include developing a new high-resolution modeling platform for Krakow and Rabka Zdrój which will enable considering various scenarios for activities related to the reduction of pollution. An over-regional inventory of emission sources will also be conducted. The flagship element of the project is the employment of the so-called EcoAdvisors in each of the 37 municipalities, specialists whose task will be to integrate the activities related to air protection in the municipality and to help both the residents and the municipal authorities.

In Krakow, specialized staff will be appointed to intensify activities related to the provision

of assistance to those interested in applying for subsidized energy-saving projects. Support for EcoAdvisors will be provided by high-class specialists operating within a Competence Centre established at the Marshal's Office of the Malopolska Region. The project also envisages postgraduate studies dedicated to EcoAdvisors and inter-regional exchange of experience in the field of air protection with the Czech Republic, Slovakia, Germany, Bulgaria and Romania.



/ *spreads* do interior da revista

2.3
CINNAMON ROOMS

Zanzibar White Sand Luxury Villas & Spa é um *resort* que se baseia na busca de luxo sustentável no paraíso que é Paje, na Tanzânia. Luxo, conforto e espaço privado têm sido os seus valores orientadores na criação deste *resort* de 5 estrelas, mas não às custas do meio ambiente local; dão especial atenção à preservação da rica cultura da ilha. O grupo acredita que os altos padrões devem ser atingidos preservando o meio ambiente, que o luxo não deve custar à Terra, e como tal esforçam-se para preservar e valorizar a rica paisagem natural de Zanzibar, com uma arquitectura discreta projectada em torno da fauna existente. O *resort* é sustentado por energia eólica e solar. Além disso, conta com uma fonte própria de água e dessalinização. Cada moradia está equipada com sistema de aquecimento de água fotovoltaico. Incluem ainda a reciclagem e plantação de frutas e legumes orgânicos, que são usados no seu restaurante para uma qualidade controlada. A ilha de Zanzibar, conhecida localmente como Ugunja, é um historicamente rico, no cruzamento das culturas africana e árabe. Paje, situada na costa leste de Zanzibar é uma praia de areia branca, banhada pelas águas turquesa do Oceano Índico e graças à rasa calma água, e ao seu recife, é também um destino de classe mundial para iniciantes e profissionais de kitesurf.

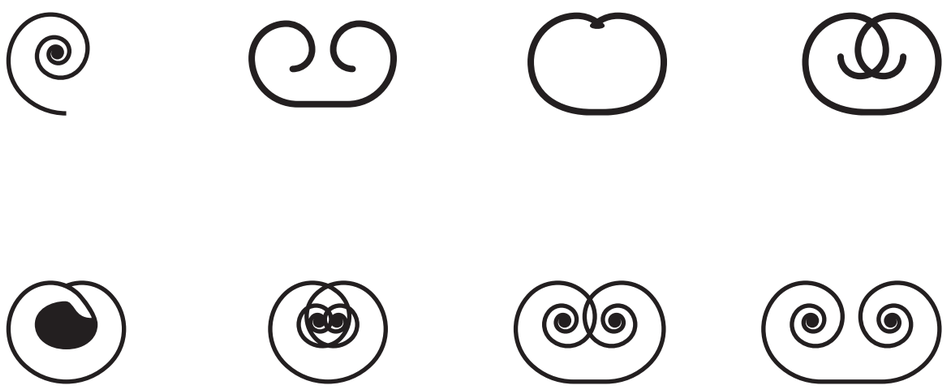
Graças a essa forte ligação ao surf, decidiram criar uma nova linha de quartos no *resort*, com surfistas como público-alvo, sendo esta nova linha bastante mais acessível que os outros quartos no *resort*, no entanto sem esquecer que ainda se trata de alto luxo. Com a criação desta nova linha de quartos, referiram que tinham mais orçamento e decidiram que faria sentido pedir um logotipo com uma nova personalidade. Estaria na oferta do *resort*, mas deveria ser distinguido, assemelhando-se um pouco ao conceito usado na cadeia hoteleira Hilton com a Double Tree by Hilton. O nome escolhido pela ZWS para a nova linha de quartos foi Cinnamon Rooms, não tendo tido acesso a qualquer tipo informação sobre as razões para a escolha de tal. O logotipo deveria incluir o nome Cinnamon Rooms e também o Zanzibar White Sand Luxury Villas & Spa, com maior destaque para o nome da linha. Sugeriram que talvez se abdicasse das serifas, que a cor podia ser próxima da do logotipo já existente da ZWS, que poderia conter a flor que o da ZWS contém e até enviaram alguma inspiração visual, mas essencialmente pediam algo mais *hip*, divertido, moderno, que chamaria à atenção de um viajante para um bom quarto a um preço baixo.

Comecei por me informar mais sobre o *resort* recorrendo ao que podia. Naveguei o seu site, li as suas intenções, visualizei a galeria de imagens, observei o seu logotipo, tudo isto para me poder posicionar e contextualizar melhor em relação à temática da proposta. Passando para outra fase de investigação, procedi à pesquisa, essencialmente visual, de situações similares, para poder observar planos existentes e ao mesmo tempo poder usá-los como inspiração. Achei que seria lógico cruzar nessa pesquisa a busca de logotipos de hotéis, hostéis, pousadas, *resorts*, com a procura de logotipos feitos para a área de desportos aquáticos de superfície, especificando-me essencialmente no surf, kite surf, bodyboard, windsurf. Também não pude deixar de recolher alguma informação visual directamente ligada à temática em questão para a constituição de um *moodboard*, como imagens de ondas e paus de canela. Foi imediatamente possível observar a ligação entre estas. Refiro-me às formas, ambas descrevendo curvas sinuosas. Isto foi o essencial ponto de partida para o começo da parte prática. Muito provavelmente, no meio académico, ser-me-ia permitido e devido ir mais além de algum tão comum antes da parte prática, mas essencialmente a pedido do Director de Arte do estúdio, as ideias eram boas e fazia sentido avançar, havendo como ponto de interesse e objectivos uma boa resolução gráfica, mesmo com pontos de partida mais básicos.

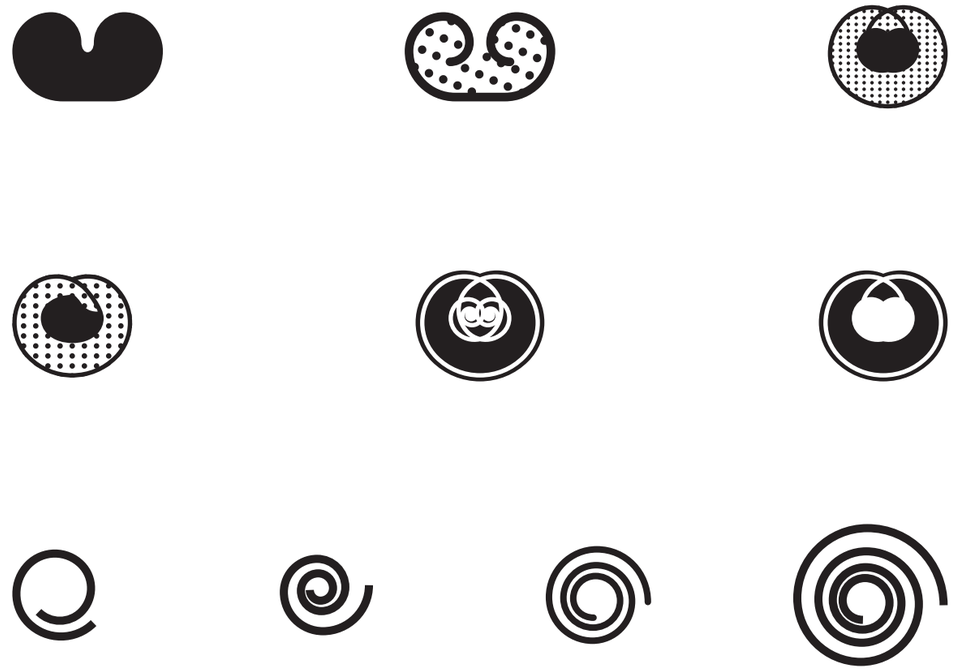
A parte de exploração foi bastante grande. A verdade é que estando concentrado apenas nesse projecto, horas seguidas e dias

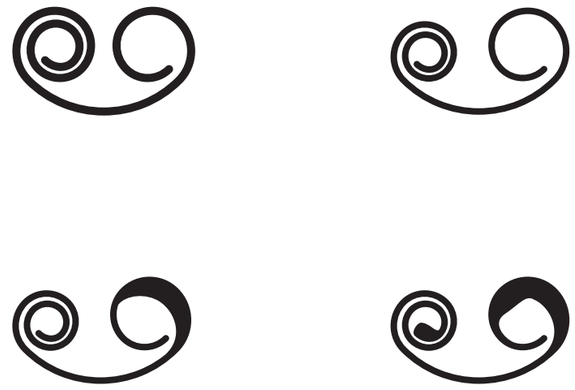
seguidos, é possível evoluir duma maneira que me surpreendeu. Observei os meus ficheiros do Illustrator e pude verificar o caminho, as imensas pequenas e grandes variações que me levaram a um resultado final. Normalmente, num dia trabalhava num projecto e noutro dia um diverso, ou até um e/ou vários diferentes no mesmo dia, mas este teve um seguimento mais regular e pude verificá-lo no resultado, contudo essencialmente no processo.

Lidei com a situação de oferecer várias opções de escolha e ser escolhida a que achamos menos interessante, ou ainda identificar boas soluções no processo mas nem serem consideradas para envio ao cliente. Sobretudo desenvolvi e as algumas decisões já não me coube a mim. Depois de um último envio ao cliente, ele apenas sugeriu para trocar a cor para outra que era mais do seu agrado.

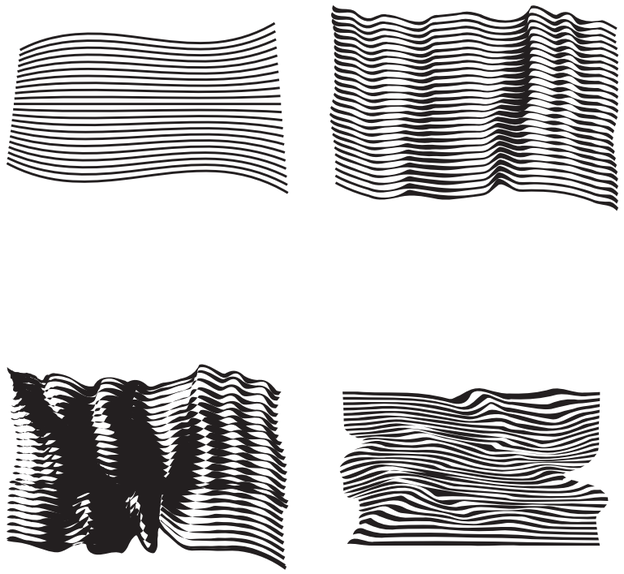


/ esboços iniciais; alteração e progressão dos ícones

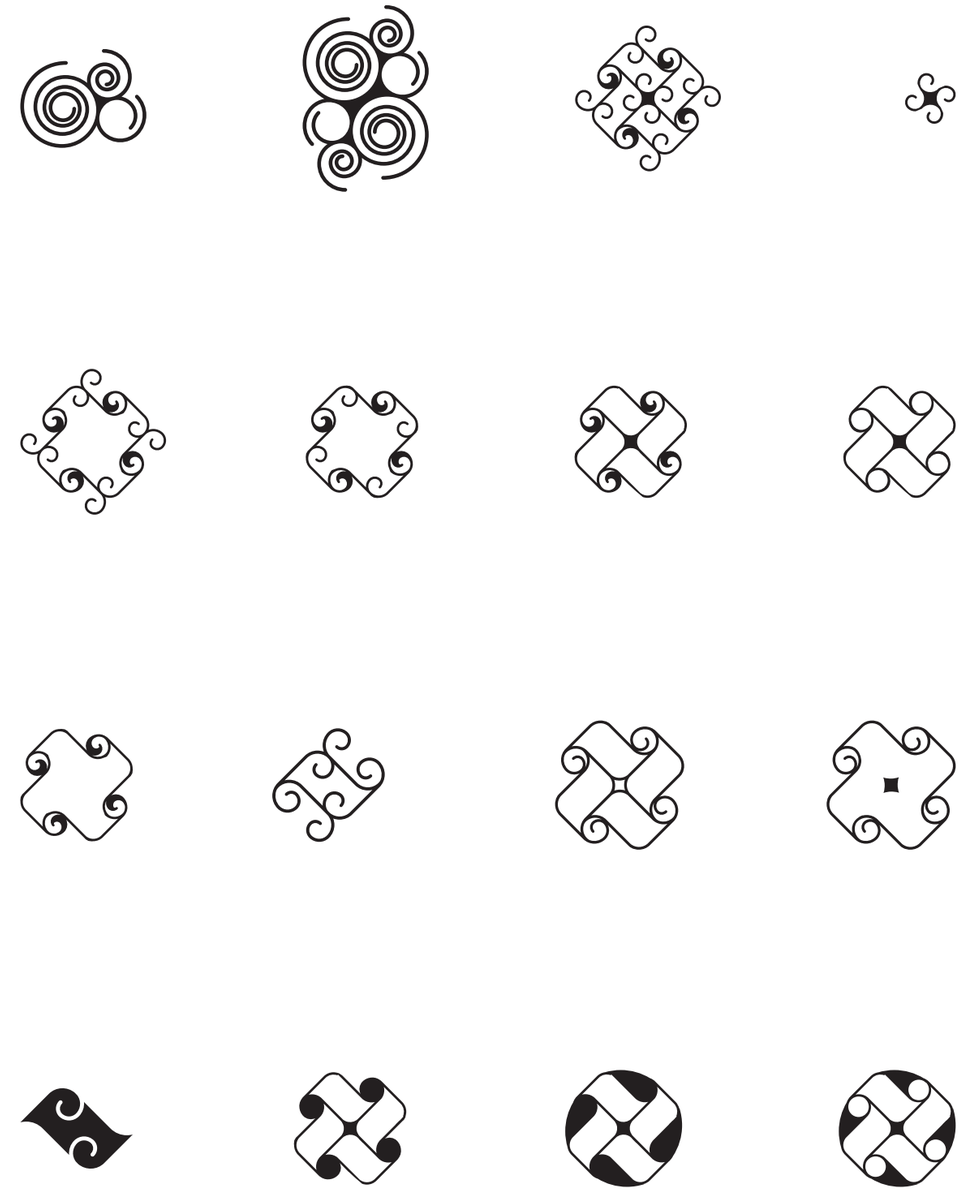




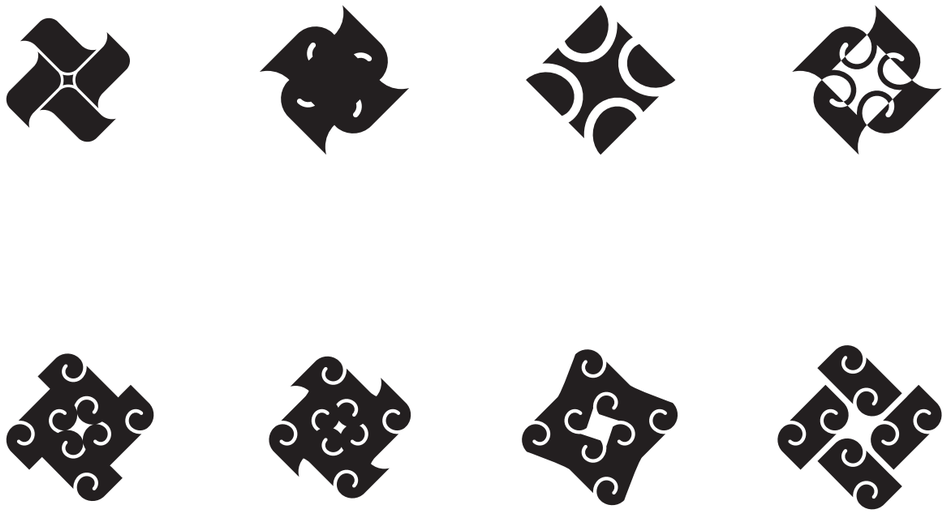
/ esboços iniciais; alteração e progressão dos ícones



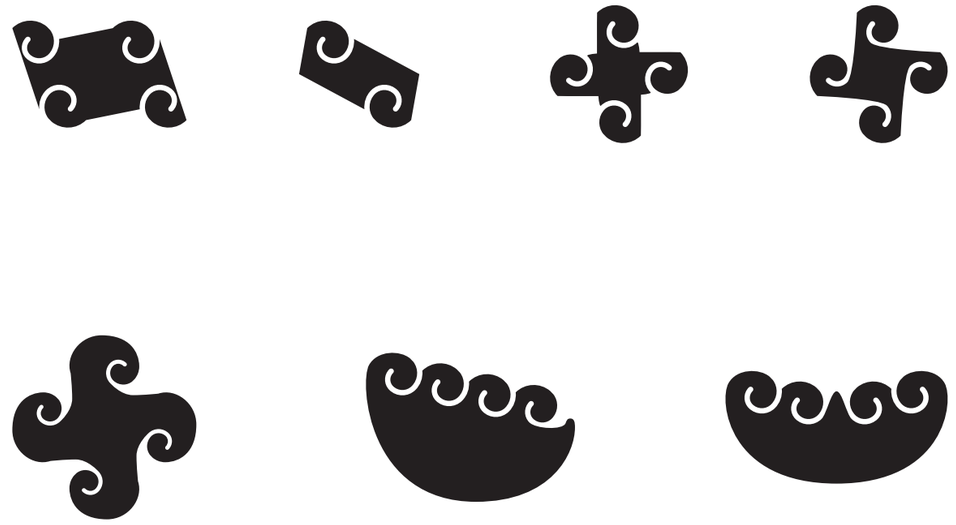
/ esboços iniciais



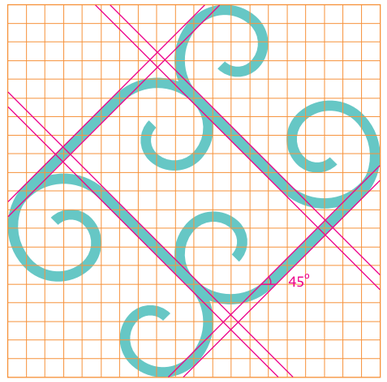
/ esboços iniciais; alteração e progressão dos ícones



/ alteração e progressão dos ícones



/ alteração e progressão dos ícones







/ logotipo escolhido, grelha de construção e margens de segurança







/ possíveis frentes para cartão de visita









/ possíveis versos para cartão de visita

/ possíveis versos para cartão de visita

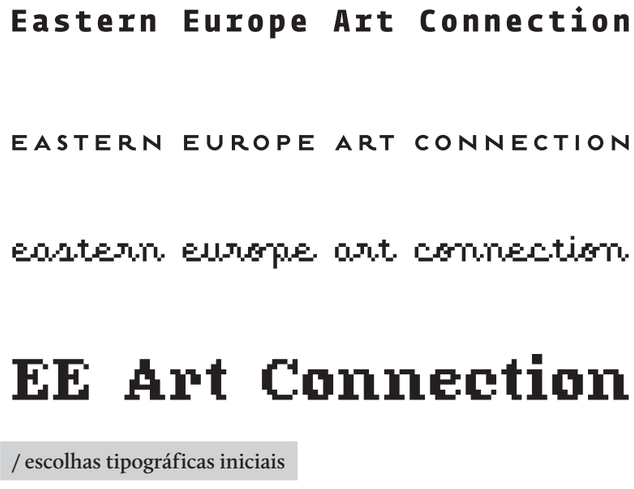
2.4
EEAC

Estamos perante mais uma proposta de trabalho inserida no campo da criação de um logotipo, também com escassa informação fornecida, nem tão pouco possível de encontrar algo mais online, visto que seria para uma futura galeria de arte. Chamava-se Eastern Europe Art Connection, com a possibilidade de aparecer também como EEAC e EE Art Connection. Sem mais detalhes, seria uma galeria de arte e ponto. Como ponto de partida, para inspiração, o orientador na empresa recomendou-me a visualização de um trabalho sobre a criação de uma identidade visual que o estúdio de design sediado em Londres, OK-RM, fez para a Untitled, uma feira internacional de arte, que se foca no equilíbrio curatorial e na integridade de todas as áreas da arte contemporânea. Disse-me que queria algo apenas tipográfico ou quase apenas tipográfico, que passaria por uma boa escolha, também usando como palavra-chave o minimalismo.

Por via deste trabalho, fui introduzido a uma ferramenta útil que desconhecia, a aplicação Fontstand, que permite experimentar fontes de forma gratuita ou alugá-las ao mês por apenas uma fracção do preço original. Até pude encontrar nela duas foundries portuguesas, sendo elas DSType e a Feliciano Type Foundry. Numa fase inicial, fiz uma selecção de fontes que poderiam encaixar-se nas ideias pedidas. O desenvolvimento de ideias para o logotipo começaria a ser feito depois do orientador na empresa proceder à escolha de uma fonte dessa selecção. A fonte escolhida foi a Estilo Pro, da *foundry* portuguesa DSType. Foram feito inúmeros esboços com base nas ideias de minimalismo, modernismo e valorização da personalidade da fonte em si. Em algumas situações foi feita uma valorização da parte Art Connection, a pedido do orientador na empresa, outras vezes foi trabalhada mais a ideia de abstracção e estilização da sigla mais curta.

Foi uma proposta que me deu bastante prazer desenvolver e que me deixou feliz com os resultados obtidos, mas talvez por falta de informação facultada, posso não ter cumprido o que estava na ideia de quem escolhe. Mais tarde regressei a este trabalho para trabalhar no cartão de visita, papel de carta e também numa peça gráfica digital, que se pode assemelhar a uma espécie de catálogo, sendo todos estes realizados com um logotipo desenvolvido por uma colega de trabalho, utilizando a fonte Planeta, de Dani Klauser, e tendo a imposição de usar essa mesma fonte em quase tudo. Não achando que se adequava ao propósito, tentei por vezes utilizar outras fontes na fase de criação, mas quem decidia estava mesmo convencido que a fonte Planeta seria a melhor. Apesar de as minhas opções para logotipo não terem sido escolhidas, desenvolvi o trabalho com gosto e fiquei feliz com os meus resultados.





/ escolhas tipográficas iniciais

EEAC

EASTERN
EUROPE
ART
CONNECTION

EASTERN
EUROPE
ART
CONNECTION

EASTERN
EUROPE
ART
CONNECTION

/ esboços iniciais

EASTERN
EUROPE
ART
CONNECTION

EASTERN
EUROPE
ART
CONNECTION

EASTERN
EUROPE
ART
CONNECTION

EASTERN
EUROPE
ART
CONNECTION

EASTERN
EUROPE
ART
CONNECTION

EASTERN
EUROPE
ART
CONNECTION

EASTERN
EUROPE
ART
CONNECTION

EASTERN
EUROPE
ART
CONNECTION

/ esboços iniciais; alteração e progressão dos ícones

EASTERN
EUROPE
ART CONNECTION

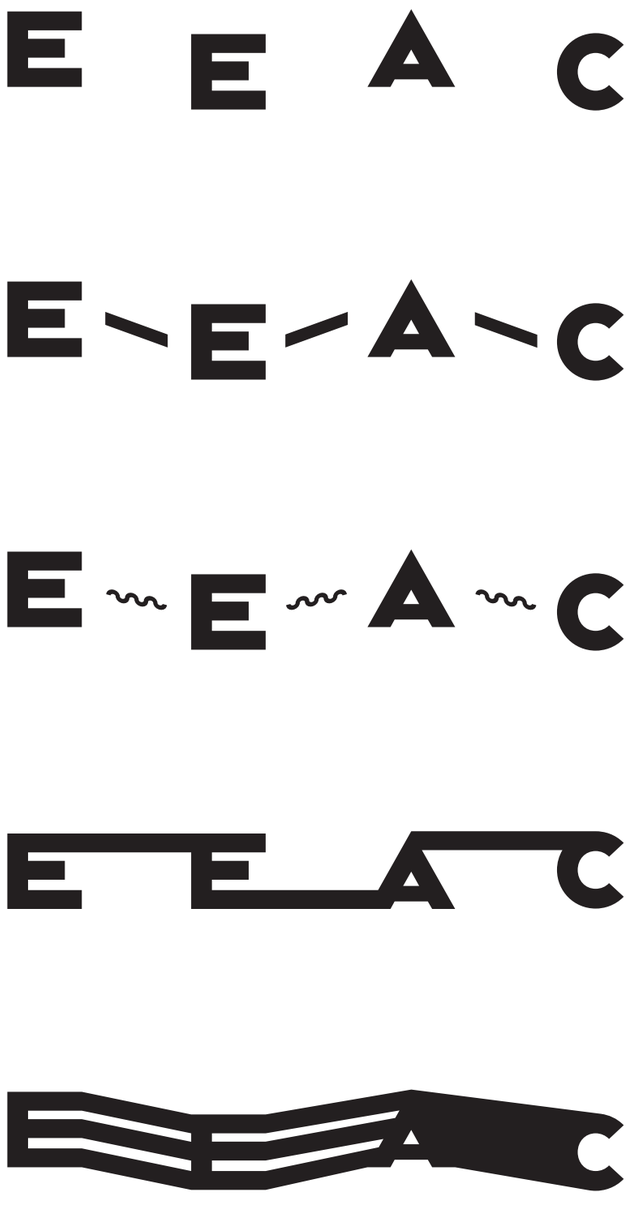
EASTERN
EUROPE
ART CONNECTION

EASTERN
EUROPE
ART CONNECTION

EASTERN
EUROPE
ART CONNECTION

EASTERN
EUROPE
ART CONNECTION

/ esboços iniciais; alteração e progressão dos ícones



/ esboços iniciais; alteração e progressão dos ícones

























/ esboços iniciais; alteração e progressão dos ícones

/ esboços iniciais; alteração e progressão dos ícones

EASTERN
EUROPE
ART CONNECTION

EASTERN
EUROPE
ART CONNECTION

EASTERN
EUROPE
ART CONNECTION

EASTERN
EUROPE
ART CONNECTION

EASTERN
EUROPE
ART
CONNECTION

/ esboços iniciais; alteração e progressão dos ícones

EASTERN
EUROPE
ART
CONNECTION

/ esboços iniciais; alteração e progressão dos ícones

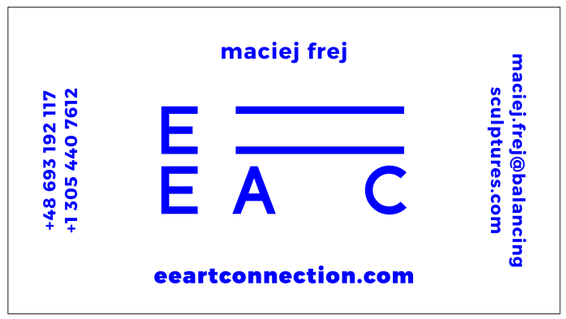




/ esboços iniciais; alteração e progressão dos ícones



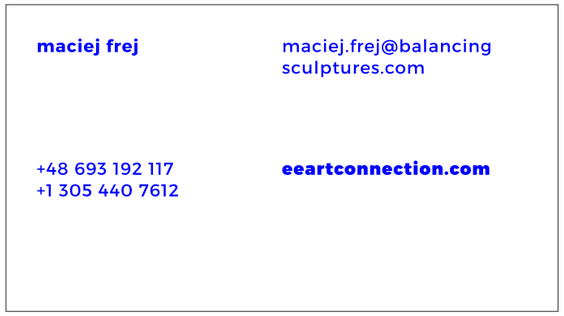


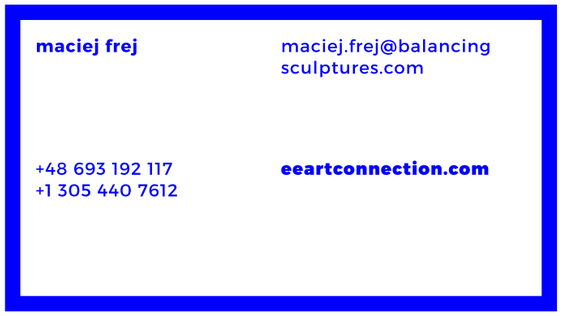


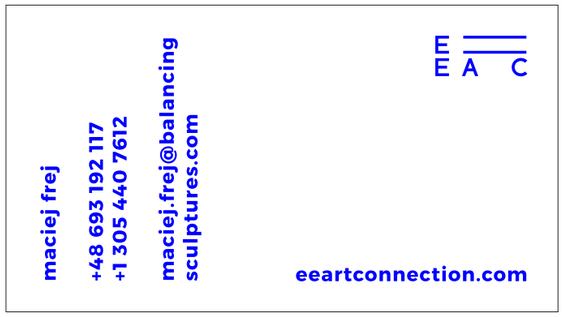
/ possíveis versos para cartão de visita













/ possíveis versos para cartão de visita

/ possíveis versos para cartão de visita







/ logotipo e versões secundárias escolhidas
não criados por mim





/ frente e verso do cartão de visita



EASTERN EUROPE
ART CONNECTION

eeartconnection.com

Maciej Frej

+48 693 192 117
+1 305 440 7612
maciej.frej@eeartconnection.com

5 Hill Street
Madison, Wisconsin 53700

March 15, 2005

Ms. Helen Jones
President
Jones, Jones & Jones
123 International Lane
Boston, Massachusetts 01234

Dear Ms. Jones,

When you use the block form to write a business letter, all the information is typed flush left, with one-inch margins all around. First provide your own address, then skip a line and provide the date, then skip one more line and provide the inside address of the party to whom the letter is addressed. If you are using letterhead that already provides your address, do not retype that information; just begin with the date. For formal letters, avoid abbreviations where possible.

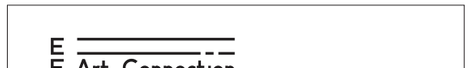
After writing the body of the letter, type the closing, followed by a comma, leave 3 blank lines, then type your name and title (if applicable), all flush left. Sign the letter in the blank space above your typed name. Now doesn't that look professional?

Sincerely,

John Doe
Administrative Assistant



/ versões para papel de carta



5 Hill Street
Madison, Wisconsin 53700

March 15, 2005

Ms. Helen Jones
President
Jones, Jones & Jones
123 International Lane
Boston, Massachusetts 01234

Dear Ms. Jones,

When you use the block form to write a business letter, all the information is typed flush left, with one-inch margins all around. First provide your own address, then skip a line and provide the date, then skip one more line and provide the inside address of the party to whom the letter is addressed. If you are using letterhead that already provides your address, do not retype that information; just begin with the date. For formal letters, avoid abbreviations where possible.

After writing the body of the letter, type the closing, followed by a comma, leave 3 blank lines, then type your name and title (if applicable), all flush left. Sign the letter in the blank space above your typed name. Now doesn't that look professional?

Sincerely,

John Doe
Administrative Assistant



EASTERN EUROPE
ART CONNECTION

eeartconnection.com

Maciej Frej
maciej.frej@eeartconnection.com

+48 693 192 117
+1 305 440 7612



5 Hill Street
Madison, Wisconsin 53700

March 15, 2005

Ms. Helen Jones
President
Jones, Jones & Jones
123 International Lane
Boston, Massachusetts 01234

Dear Ms. Jones,

When you use the block form to write a business letter, all the information is typed flush left, with one-inch margins all around. First provide your own address, then skip a line and provide the date, then skip one more line and provide the inside address of the party to whom the letter is addressed. If you are using letterhead that already provides your address, do not retype that information; just begin with the date. For formal letters, avoid abbreviations where possible.

After writing the body of the letter, type the closing, followed by a comma, leave 3 blank lines, then type your name and title (if applicable), all flush left. Sign the letter in the blank space above your typed name. Now doesn't that look professional?

Sincerely,

John Doe
Administrative Assistant



Maciej Frej

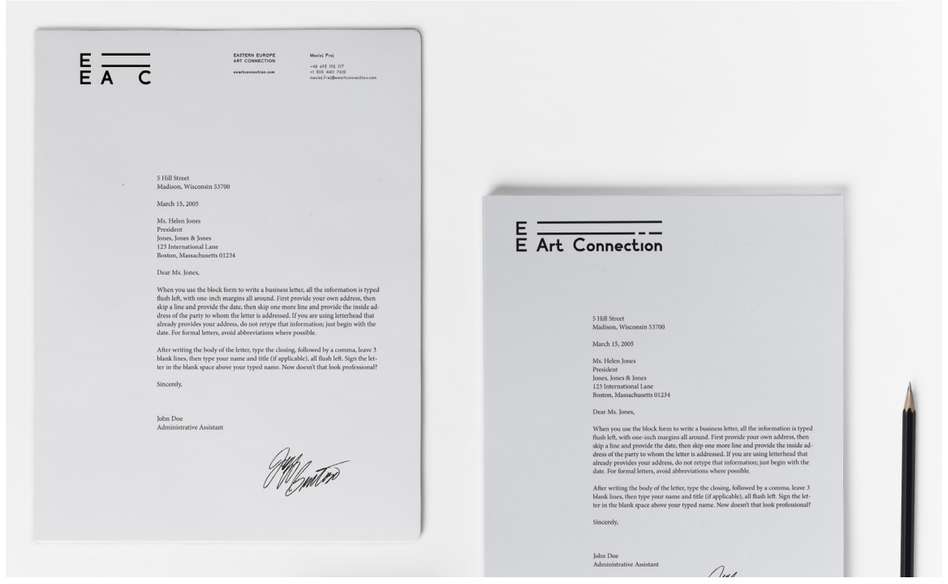
maciej.frej@eeartconnection.com

+48 693 193 117
+1 305 440 7612

eeartconnection.com

/ versões para papel de carta





/ simulações do cartão de visita e do papel de carta com mockups





/ simulações do logotipo em possíveis aplicações com mockups

Eastern Europe Art Connection



E A C



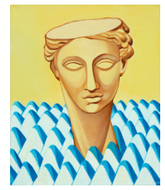
KINGA NOWAK

Born in 1977 in Krakow. Graduated from the Academy of Fine Arts in Krakow, Faculty of Painting in 2001; 1998/99 student at the Faculty of German Studies, Jagiellonian University in Krakow; 2000-2002 studied at the École Nationale Supérieure des Beaux-Arts in Paris on scholarship from the French Government, part of the Cite Internationale des Arts residence programme; recipient of the City of Krakow's Creative Scholarship and the Ministry of Culture's Young Poland Scholarship. In 2008, nominated for the Krystiana Robb-Narbutt Award. First Prize winner at the Europe-Asia Mediations Festival in Poznan, for her film My Pneuma. Since 2002, she has worked at the Faculty of Painting at the Academy of Fine Arts in Krakow. In 2007, she was a visiting lecturer at the University of the Arts, London College of Communication, London, UK. Attained PhD in 2007 and earned a habilitation in 2012.

In 2014, Nowak was included in Thames & Hudson's publication HYPERLINK "http://100paintersoftomorrow.com/" \o "100 Painters of Tomorrow" \t "_blank" 100 Painters of Tomorrow, the result of a major project to find the 100 most exciting, up-and-coming painters at work today. The publication introduces and presents the work of a global cast of painters selected by an international panel featuring some of the most prominent names in contemporary art, and offers a snapshot of the best new talent in painting from across the world. The selection panel comprised Cecily Brown, Tony Godfrey, Yuko Hasegawa, Gregor Muir, Suzanne Hudson, Barry Schwabsky, Philip Tinari, Jacky Klein, Kurt Beers, Valeria Napoleone.

■ Drummer — 2015 — 120 x 80 cm

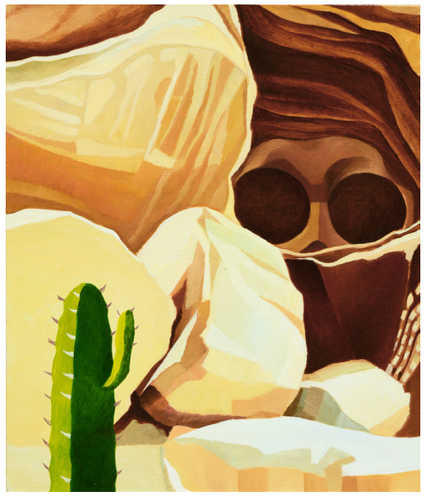
■ Aphrodite — 2015 — 60 x 50 cm







■ Speech — 2015 — 30 x 24 cm



■ Matala — 2015 — 60 x 50 cm

/ esboços para o catálogo digital

Born in 1989 in Tychy (Poland), he graduated graphic arts from the Art Department of the Pedagogical University in Cracow (Poland). He defended his diploma under the thesis supervision of PhD Stanisław Cholewa in the gravure printing atelier where he is continuing the artistic work. Nowadays, he focuses on painting and graphic design.

The inspirations to his works are generated from the observation of a human body, its movement and transformations. He analyses this movement as a sequence of a single frame. The play with a form, the effacement of the body shape readbility and its physical boarders fascinate him. The artist's imagination is also stimulated by the colours and factures of beloved old metal as well as the sculptures and graphics of Eduardo Chillida or composition of Picasso's "Three women". However, for Bakalarz the main spur to take action is photography.

In the process of creation, the artist has very technical attitude. He does not like any streaks or blemishes. During the artistic activity he makes use of drawing, models formed in grey play dough, but also the usage of other materials, such as sand or wool, in order to create the diverse structures of forms. The final effect of his work is the corporality transformed into a sculptural form. It is the infusion of space and figures that defeat the muscle limits and the forces of gravity. It is a deformation which directs to the reality in the perception of a performed activity.



ADAM BAKALARZ



■ **cykl zawodnicy 740** — 2015 — 160 x 120 cm — akryl

"In my artistic work I've always been fascinated with street art. My adventure with art started in 1995 when I become interested in graffiti making. With time, the graffiti projects made on walls and in my sketchbooks were moved to canvas.

My works are created with tools and materials that are used by both street artists and those creating in their studios. The materials are: canvas, newspapers and magazines, fabric pieces, nitro, acrylic, oil. In order to familiarize the mass audience with my art I make copies of my paintings in the form of stickers that I bombard the city with."

Wojciech Brewka was born in 1980 in Kalisz and graduated from Łódź University. Andisiminctae numet et qui sapedigent dolorum faccatem quo millabo. Odit re, sam ium sequia iminctus perferis nihil eosam volor si ut adit dolore susa nulles dolent, odis num, optati ommolenimus magnatus alic tore il maximo velectius conse pro voluptatibus sum excest, quaspis deratur aborepedi rehendit latendunda pratem re lacestotat di bernam eum aut eatqui comnihi llesequunt moloren imporiant autem.



WOJCIEH BREWKA



■ **trummingbird** — 2014 — 120 x 120 cm — akryl na płótnie

2.5
MERIDIAN

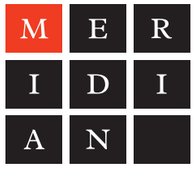
No geral, posso dizer que, ao longo das propostas recebidas, faltou sempre muita informação para poder partir para a resolução de um projecto. Nem estou a falar de detalhes, estou a falar de informação básica e completamente fulcral para saber do que trata. Obviamente que sempre tentei obter o máximo de informação possível, tanto questionando várias vezes sobre tal, ou pesquisando, ambas sem sucesso. Este foi mais um exemplo. Do ponto de vista de um desafio, pôde ser interessante para mim, como aluno de Mestrado a realizar um estágio na área do design gráfico pela primeira vez. Pude testar-me e até tirar partido no deixar a criatividade fluir.

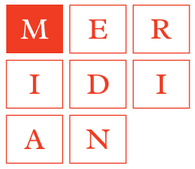
Esta proposta inseriu-se no campo da criação de um logotipo. A empresa chamava-se Meridian e apenas pude saber que pertencia à área construção civil. Foi uma daquelas situações em que o cliente mandou o seu próprio esboço para uma ideia de logotipo. Referiu também que queria algo baseado no mesmo. Até deu como referência para a sua inspiração, o logotipo da marca de automóveis Chrysler, apenas por gosto pessoal, sem nenhuma explicação ou justificação lógica. Teria então de me basear no seu esboço e ter em mente o logotipo da Chrysler como inspiração. Devido ao orçamento, como é comum nalgumas propostas que recebi, tive a imposição de ter que usar uma fonte *open source*.

Embora todas estas condicionantes aparentem ser estranhas ou insuficientes para a criação do trabalho, a verdade é que me senti estimulado durante a sua progressão e evolução. Foi um trabalho com constantes pequenas variações, tentando resolvê-lo nos detalhes. É possível verificar vários grupos de logos construídos, com um distinto estilo gráfico, mas com uma grande tentativa de progressão dentro dos mesmos. Uma vez limitado a ter como influência um logo tão horizontal, com elementos semelhantes a asas, era difícil não fazê-lo parecer algo associado a transportes aéreos. Fiz algumas tentativas completamente desligadas deste tipo de grafismo, para tentar convencer o orientador na empresa, que poderia haver outras soluções interessantes. Mas ele revelava que o cliente queria mesmo algo relacionado com o seu esboço. Assim sendo, aproveitei esse facto e fui tentando acrescentar a ideia concreta de algo que se assemelhasse a uma ponte, ou à ideia de força, peso, que associo à construção de edifícios. As fontes *open source* Montserrat, Open Sans, Changa One, foram utilizadas durante o desenvolvimento do logotipo, em pesos normalmente à volta do bold. A escolha poderia passar por qualquer uma destas, visto que complementavam equilibradamente os símbolos criados. Senti-me bastante agradado ao poder ver a maioria dos esboços criados duma vez e sentir que qualquer um desses poderia fechar a proposta, só tínhamos mais que escolher o mais adequado.

MERIDIAN

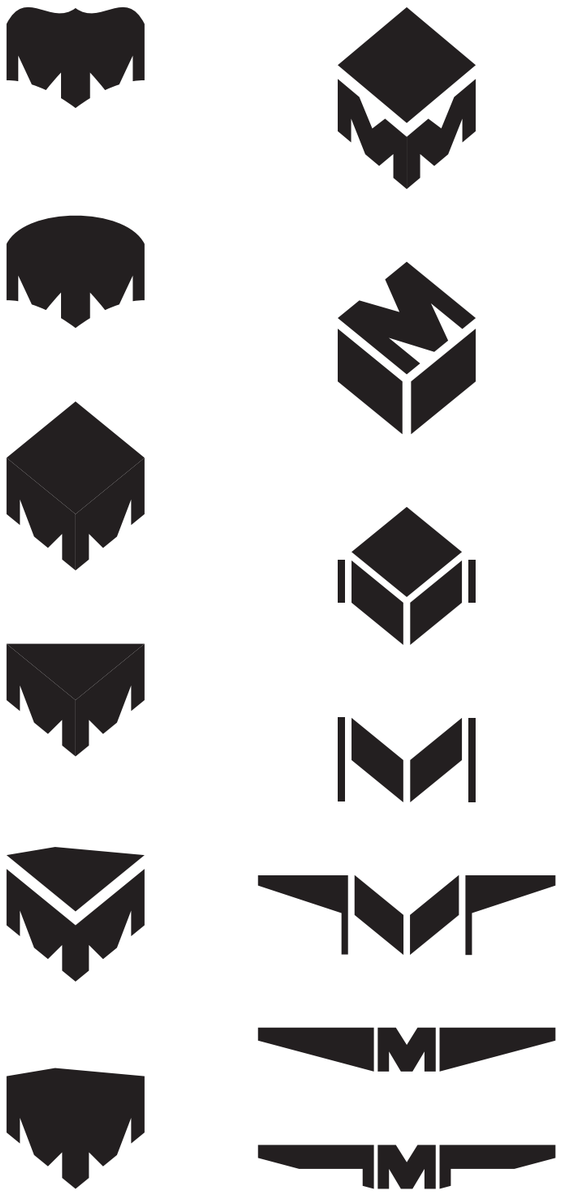
/ esboços criados pelo cliente



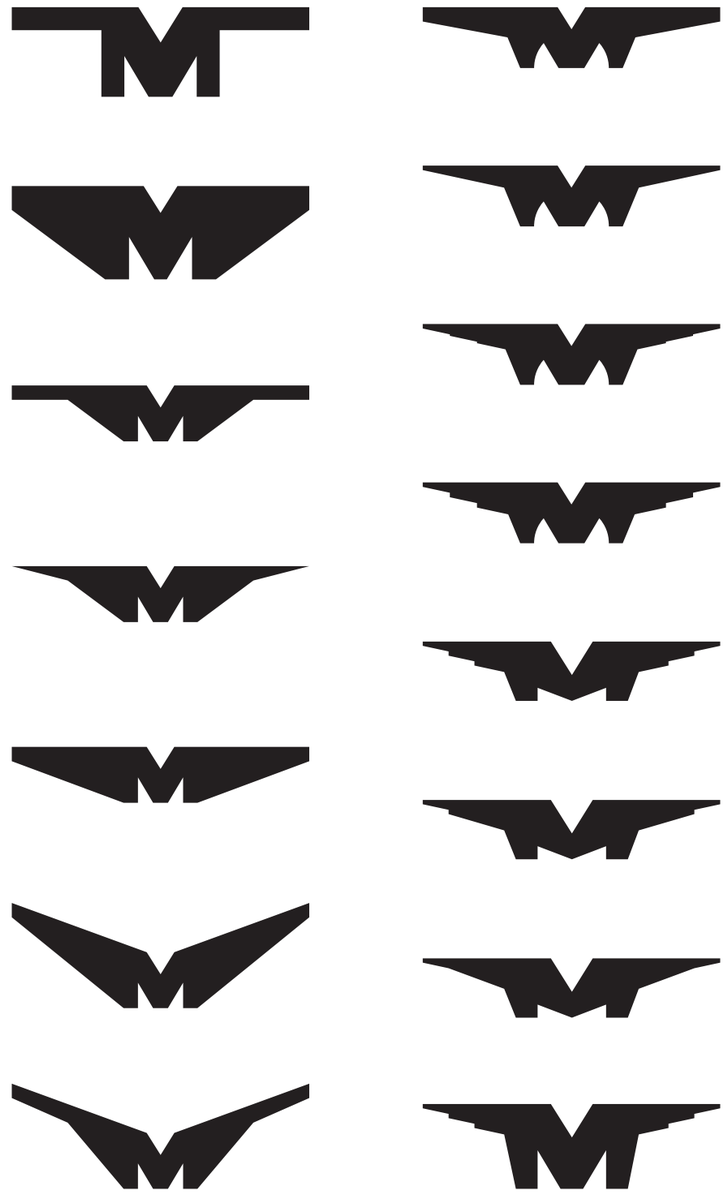




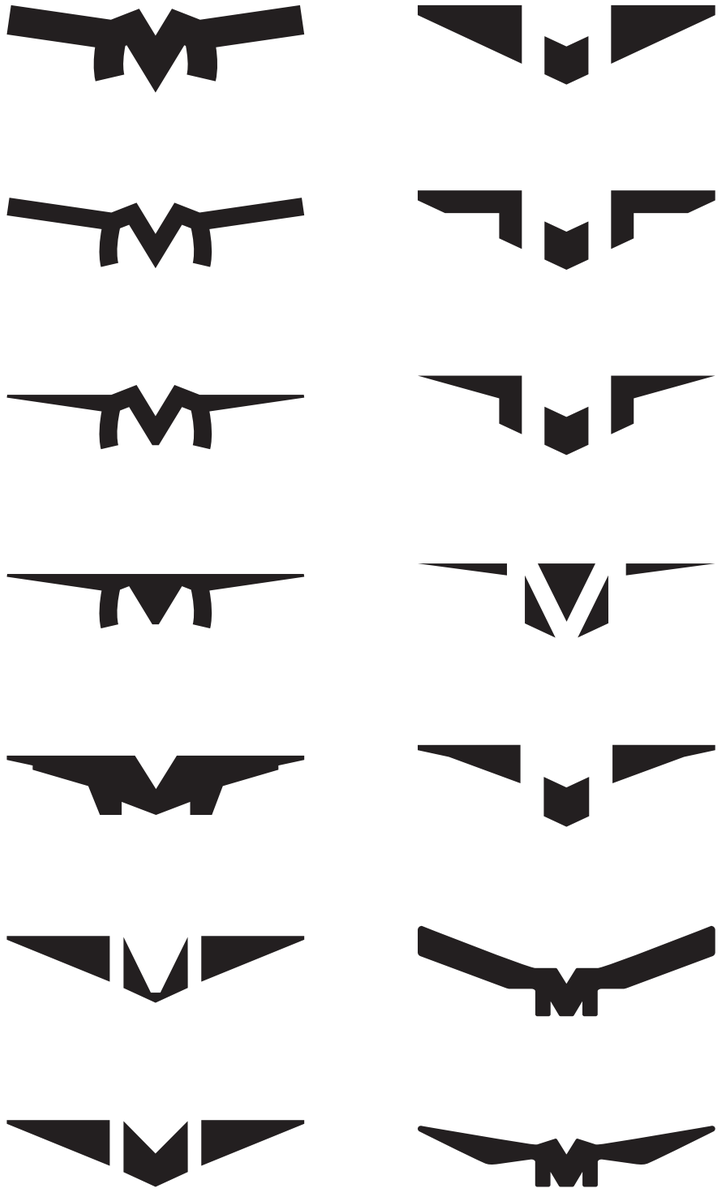
/ esboços iniciais



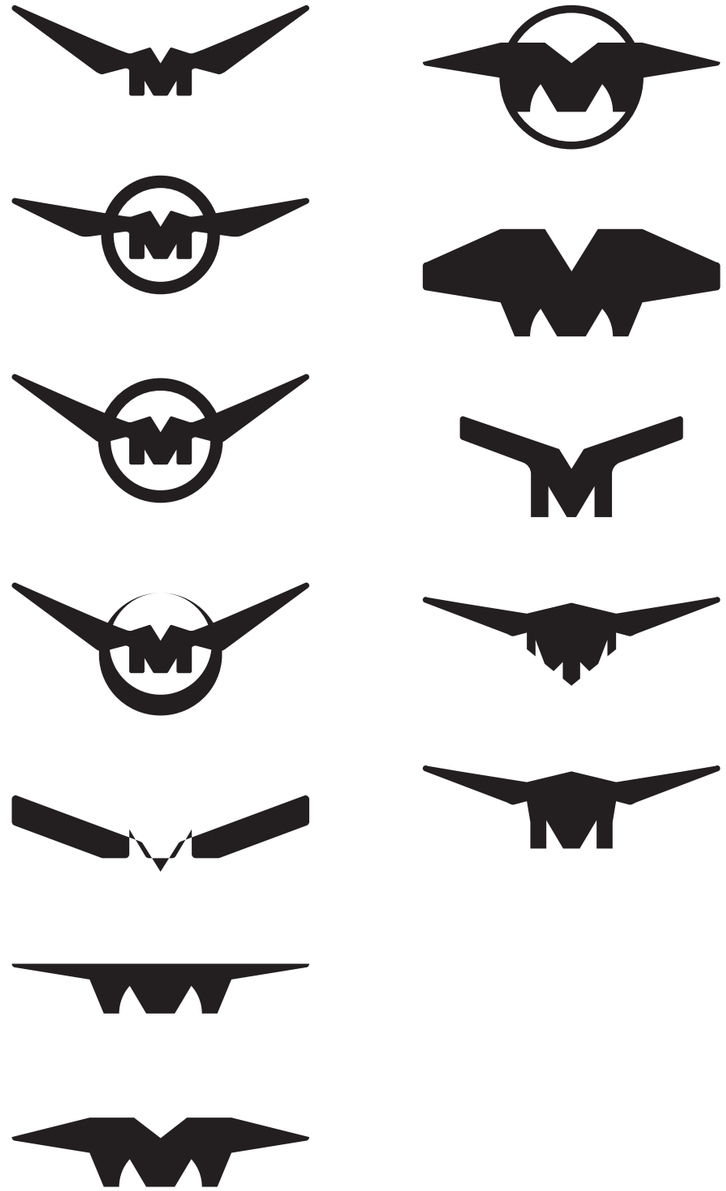
/ esboços iniciais; alteração e progressão dos ícones



/ esboços iniciais; alteração e progressão dos ícones



/ alteração e progressão dos ícones



/ alteração e progressão dos ícones


MERIDIAN


MERIDIAN


MERIDIAN


MERIDIAN


MERIDIAN




MERIDIAN


MERIDIAN


MERIDIAN


MERIDIAN


MERIDIAN


MERIDIAN




MERIDIAN


MERIDIAN


MERIDIAN

2.6
MUZEUM PRZEMYŚL

Em 1909, por iniciativa de historiadores e amantes do passado criou-se uma Sociedade de Amigos da Ciência em Przemyśl, que no seu programa de acção teria como objectivo promover a ciência polaca, a investigação científica sobre o passado da região, as preocupações sobre monumentos culturais nacionais, etc. A reunião de fundação da sociedade foi realizada a 14 de Fevereiro de 1909.

O museu foi criado com base em colecções privadas de Tadeusz Osiński e Maria Osiński. Reuniram colecções de arqueologia, etnografia, arte, recordações históricas, entre outros. Antes de 1909 já somavam mais de 1500 artigos, cerca de 3000 livros. A inauguração do Museu teve lugar no dia 10 de Abril de 1910, com grande presença das autoridades municipais, trabalhadores da igreja e população local. Durante a cerimónia, o bispo Joseph Sebastian Pelczar, abençoou e desejou um bom desenvolvimento da ciência e da cultura polaca.

Durante a Primeira Guerra Mundial o museu adquiriu uma vasta colecção de militaria, arquivos sobre as mansões, cidades e aldeias destruídas de Przemyśl. Em 1921 o museu foi rebaptizado para Museu Nacional de Przemyśl e passou a ser um dos 14 museus polacos a integrar a Associação de Museus de História e Arte. Teve alguns marcos importantes ao longo dos anos até aos dias de hoje, porque atravessou as duas grandes guerras, pelo meio tendo havido roubos de exposições valiosas. Actualmente, o museu é uma instituição com vários departamentos e tem colecções de arqueologia, etnografia, história, natureza, artes e ofícios. A colecção da biblioteca inclui mais de 36000 volumes de livros e revistas.

A cidade de Przemyśl situa-se no sudeste da Polónia e é habitada por uma média de 60000 pessoas, tendo se tornado em 1999 parte da província de Podkarpackie. A cidade deve a sua longa e rica história à vantagem da sua localização geográfica, situando-se numa área que liga montanhas e terras baixas conhecida como, o portão de Przemyśl, com linhas abertas de transporte e solo fértil. Importantes rotas comerciais que ligavam a Europa Central e a Europa Oriental passaram por Przemyśl e asseguraram a importância da cidade. A cidade prosperou como um importante centro de comércio durante o período renascentista. O longo período de prosperidade possibilitou a construção de grandes edifícios públicos como da Antiga Sinagoga de 1559, um colégio jesuíta em 1617, etc. A prosperidade chegou ao fim em meados do século 17, devido à destruição de guerra durante o dilúvio e o declínio geral da comunidade polaco-lituana. O declínio da cidade durou mais de cem anos, e só no final do século 18 recuperou os seus antigos níveis de população.

A proposta passava por criar a identidade gráfica para uma exposição intitulada "A Idade de Ouro da Cidade", tendo como subtítulo "à medida que a indústria se tornou rica, bonita e famosa", que teria lugar no Museu de Przemyśl. A exposição era dedicada à idade de ouro da cidade, que decorreu entre o século 16 e 17 e à nova rota turística subterrânea, como é agora chamada. Para este trabalho comecei por fazer pesquisa em campo, tendo ido, a conselho do estúdio, ao Podziemia Rynku, um Museu com uma exposição permanente sobre o mercado subterrâneo de Cracóvia, para poder observar a identidade de um Museu com tópicos com algumas similaridades, podendo também tirar partir para conhecer um pouco mais de Cracóvia. Outro colega do estúdio esteve encarregue do *moodboard* e depois da aprovação do cliente comecei a trabalhar na sua identidade. O grande problema deste projecto é que se arrasta praticamente desde o início que lá estou, ainda sem qualquer conteúdo fornecido. É bastante difícil definir grelhas, tamanhos de letra, entre outros detalhes, quando não há sequer uma noção do tamanho dos títulos ou textos, principalmente quando haverá diferentes suportes como, as próprias paredes, placas e até ecrãs. No entanto, fui tentando usar a imaginação e ser criativo. À partida comecei pela criação do logotipo representativo da exposição, que logo tive como imposição o uso da fonte Infini.

złoty
wiek
miasta

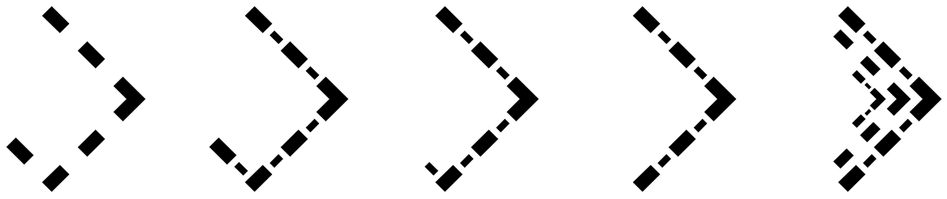
JAK PRZEMYŚL
STAŁ SIĘ BOGATY,
PIĘKNY I SŁAWNY

Tentei fazer o melhor tendo essa limitação, achando que a fonte não se adequava, de todo. Tem um caracter divertido e irregular, que acho não ter que ver com a ideia da exposição. Fui criando testes para as paredes com títulos e textos simulados, a partir de alguns planos das salas enviados pelo arquitecto que estava encarregue de outras tarefas para a exposição. Também fui criando o *layout* para os ecrãs que seriam de 42 e 21 polegadas, estes tendo passado por uma grande evolução desde o início dos primeiros rascunhos, embora sendo mais difícil, pelas supostas secções que teria e sendo táctil. Sem qualquer informação para além de que estaria em 4 línguas e talvez tivesse galeria de imagens e textos, foi uma tarefa complicada e é bastante possível que depois de se receber conteúdo possa haver alterações grandes na grelha. Assim como isto, também trabalhei na criação de sinaléctica para a exposição, sendo obrigado à utilização desse mesmo tipo de letra para a parte em polaco, como vai acontecendo em algumas situações ao longo de toda a identidade. Inicialmente estavam definidas uma fonte serifada e outra não-serifada, sendo elas a Calluna e a Auto, respectivamente. A Calluna foi retirada e substituida pela Infini, a Auto manteve-se. Um trabalho de detalhe e paciência, com objectivos bastante mais concretos, passou pelo desenho do mapa da cidade de Przemyśl. Inicialmente desenhei-o mais fielmente à captura de ecrã do mapa do google, que foi o que me foi fornecido, tendo-me sido mais tarde pedido para o estilizar mais e assim o fiz.

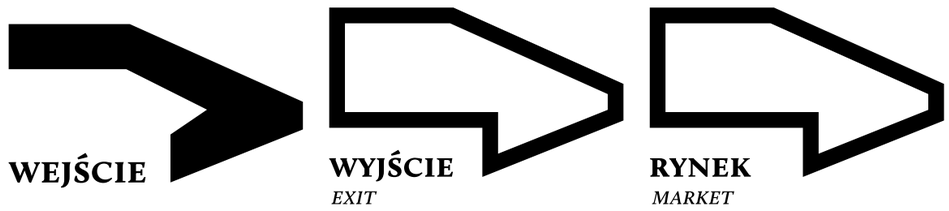
/ logotipo desenvolvido

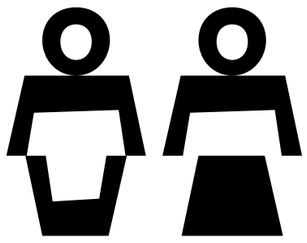


/ logotipo escolhido, grelha de construção e margens de segurança

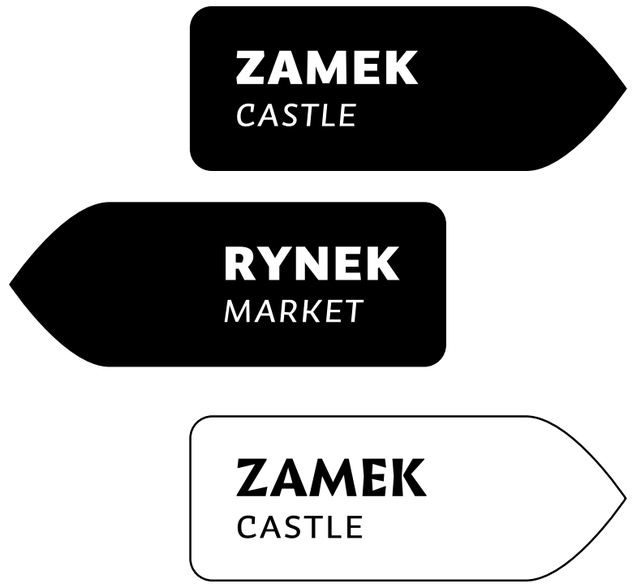


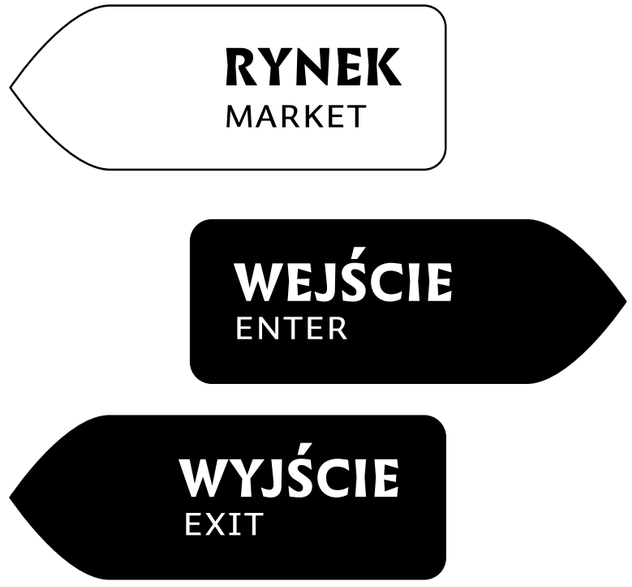






/ esboços para sinalética





/ esboços para sinalética



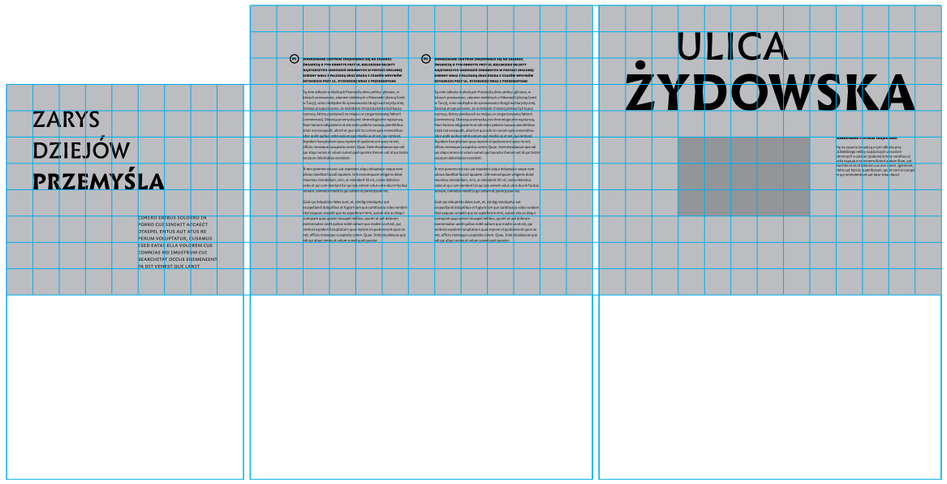


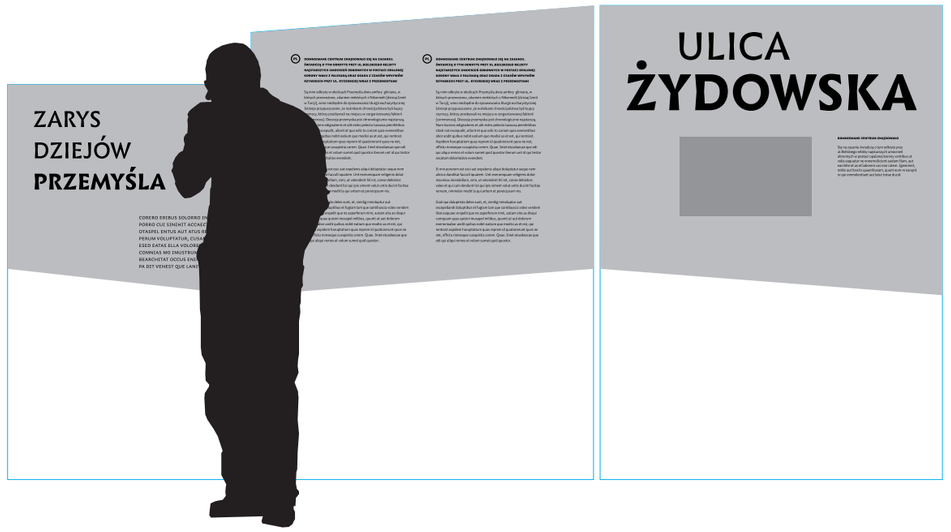




/ esboços para ecrãs tácteis

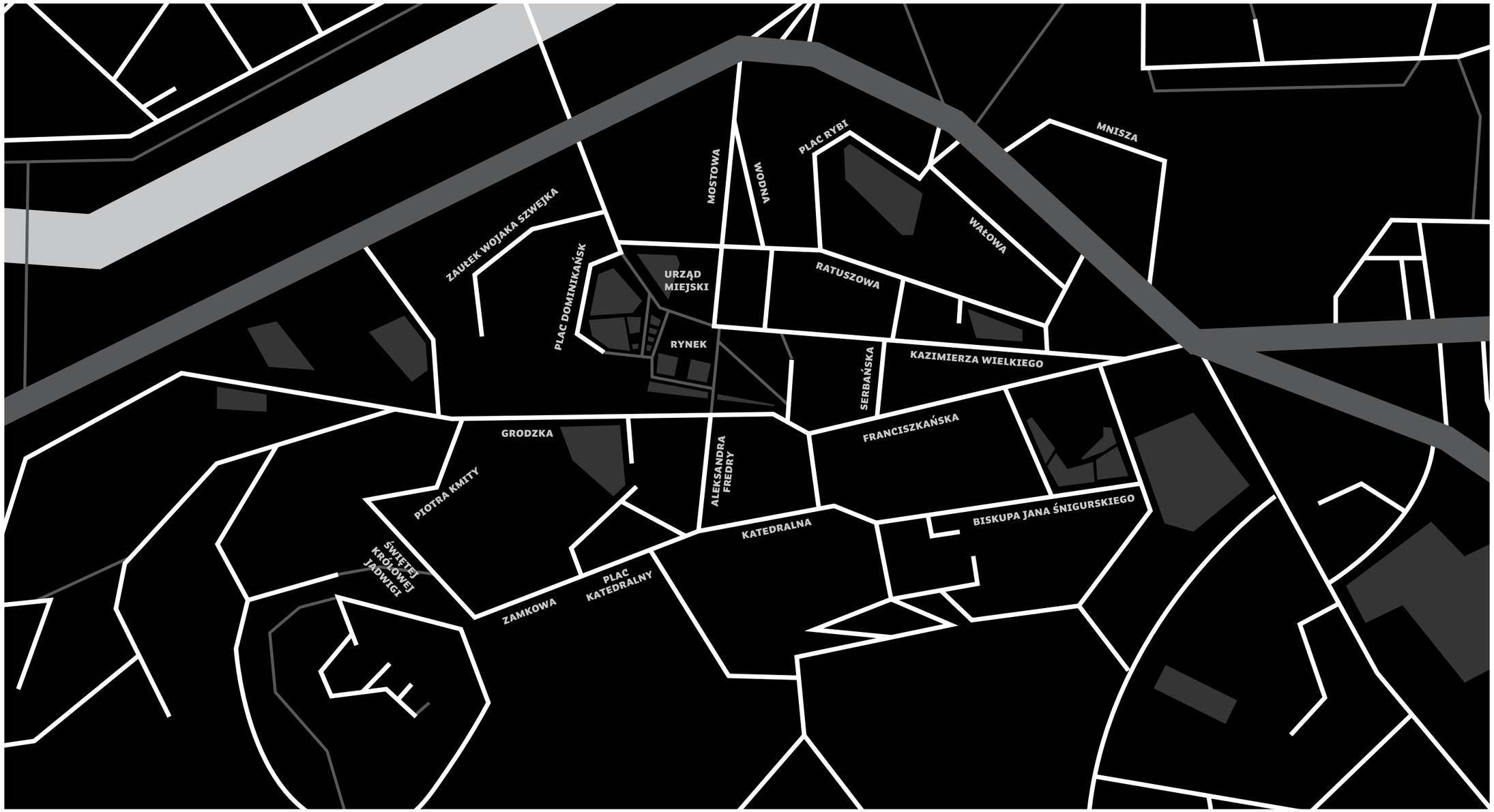
/ esboços para ecrãs tácteis





/ esboços para informação no espaço

/ esboços para informação no espaço



/ mapa da cidade desenhado em vector

2.7
MUZEUM ŻUP KRAKOWSKICH

O Museu Zup Krakowskich é uma instituição cultural estado que foi criada em 1951, cuja missão é proteger e popularizar a rica história da mineração de sal na Polónia. A ideia de salvar a mina de sal de Wieliczka, um monumento da natureza e do trabalho dos mineiros polacos, foi empreendida por Alfons Długosz, um artista e professor da escola de Wieliczka. As colecções, que foram acumuladas ao longo de vários anos, permitiram a organização de uma exposição subterrânea nos históricos poços sobre o terceiro nível da mina, a uma profundidade de 135 metros. A administração da mina forneceu equipamento e ferramentas de mineração, descoberto como resultado de um trabalho de escavação realizado em conjunto nos antigos poços. Isso permitiu que o Museu compilasse a única colecção de antigas máquinas de extracção de madeira do mundo, antecessores de vapor e máquinas eléctricas. Além disso, o Museu foi fornecido com arquivos de trabalho, bem como uma preciosa colecção de mapas de mineração.

As exposições do Museu estão divididas nas seguintes colecções: geológica, arqueológica, tecnologia de mineração, cartografia, arte, etnografia, arquivos (documentos, manuscritos, documentação da salina) e a chamada colecção especial (fotografias antigas, diplomas, documentos cerimoniais).

A enorme e complexa tarefa do museu é preservar os poços de mineração em condições de segurança, bem como para manter as exposições lá apresentadas, que são constantemente ameaçadas pelo impacto mecânico da massa rochosa, salinidade, as diferenças de temperatura, humidade e mofo.

História do Castelo

As estruturas de defesa do Castelo da Salina em Wieliczka compreendem edifícios localizados na parte norte-ocidental da cidade, que a partir do final do século 13 até 1945, foram a sede do Conselho de Salina de Cracóvia. Eles constituem a única instalação deste tipo em todo o país e ao mesmo tempo são um excelente exemplo da arquitectura medieval e moderna relacionada com o desenvolvimento de minas de sal na Europa.

O edifício localizado no centro do complexo do castelo foi a sede do gestor das Salinas de Cracóvia. A parte mais antiga da instalação é a sua secção oriental, erguida no final do século XIII. No século XIV, a sua parte ocidental foi prorrogada por um edifício de um piso com uma riqueza única de abóbadas. No século XVI, foi prorrogada mais uma vez num estilo renascentista: a sua parte ocidental foi ampliada com um segundo andar, também foram adicionadas novas abóbadas decoradas com cofres, vigas e um sótão no topo das paredes. A parte mais antiga foi construída com o uso de arenito das Montanhas Beskidy, e a extensão do castelo foi feita com o uso de tijolos. Em janeiro de 1945, o castelo foi demolido para as adegas e permaneceu em ruínas até 1976. A reconstrução do edifício foi concluída em 1984. Além das adegas medievais originais, há um quarto gótico, característica da época de Casimir, o Grande, com abóbadas nervuradas apoiadas por um único pilar. Vale a pena prestar atenção aos pilares originais, assim como os três fragmentos de trabalho de pedra incorporado na abóbada reconstruída. As instalações abrigam uma exposição dedicada à história de Wieliczka desde os tempos pré-históricos até ao século 20, e a única colecção de saleiros na Polónia.

A proposta passava por criar a identidade gráfica para a exposição permanente sobre o Castelo da Salina de Wieliczka. O trabalho envolvia essencialmente a realização de sinaléctica e organização de informação. Era importantíssimo a criação de um *layout* com sobriedade, sem excentricidade, com caracter simples, mas não simplório. Haveria placas internas e externas com informação sobre diferentes tópicos como, a exposição histórica, a exposição arqueológica, a sala gótica, os saleiros, a torre, os castelos do norte, sul e centro, poços de mineração, o muro de defesa, a cozinha da salina. Também haveria algumas situações com quadros mais gerais, com informação mais completa com detalhes de horas de acesso, datas, ícones de proibições, tópico da exposição, entre outros. Não podia faltar toda a sinaléctica com indicação para as próprias salas ou caminhos até cada tema da exposição, saídas, entradas, casas de banho, roupeiro, escritórios, bilheteiras, todas estas nas várias situações possíveis, dependendo da localização da pessoa no local. Foi um trabalho em que mais elementos do estúdio foram participando na questão de ajuda na língua. Uma grande parte deste trabalho também passou pelo desenho vectorial do castelo, para depois aparecer em várias situações como, indicação da nossa própria localização no castelo, e também informação de o que é cada edifício constituinte do mesmo. Este foi um processo trabalhoso pois, inicialmente foi-me dado um desenho 3D do castelo, que por si já estava bastante estilizado, tanto que até fez desaparecer alguns edifícios e outros detalhes importantes. Mas aconteceu assim porque a fotografia fornecida não tinha uma muita boa perspectiva, vários elementos estavam tapados por árvores, entre outros detalhes. No entanto, acabei por ter que fazer um desenho mais detalhado, partir dessa fotografia e mais umas quantas da pesquisa possível, querendo ter o máximo de informação possível mesmo de perspectivas diferentes, com objectivo de as cruzar e perceber certos detalhes. Este foi um trabalho de paciência e minúcia, com caracter técnico.



/ painel informativo



/ painel informativo



/ painel informativo













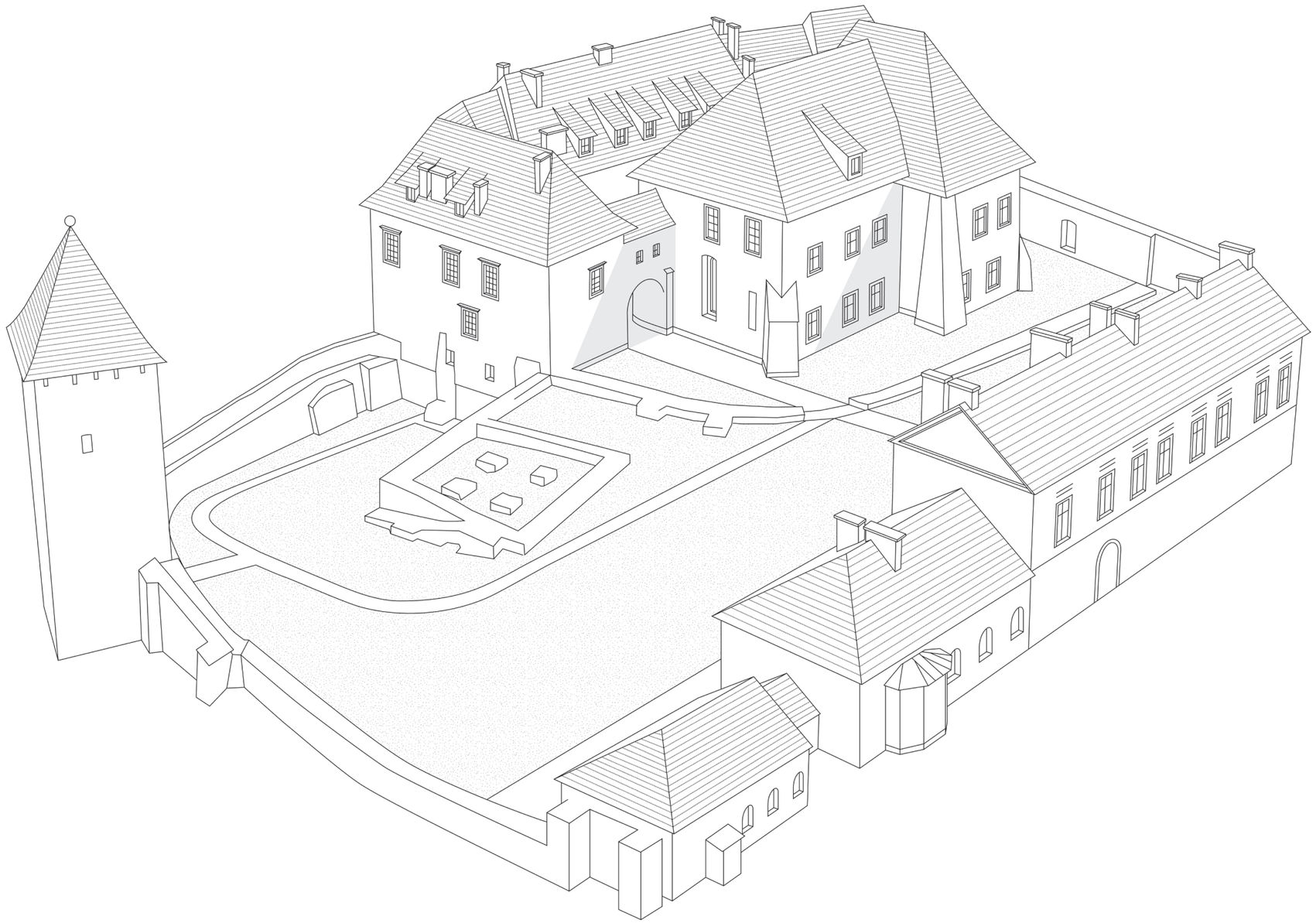


/ sinalética e painéis informativos





/ painéis informativos



/ castelo desenhado em vector para utilizar em painel informativo

2.8
OFF FESTIVAL

É difícil direccionar o OFF Festival para um único género, cena ou estilo quando há músicos com estilos muito distintos a tocarem no mesmo palco. O que molda e mantém a filosofia do festival juntos é a sua abertura a tudo o que é menos óbvio e mais desafiador do que os produtos servidos no mainstream. É por isso mesmo que, ainda que o director de arte do festival, Artur Rojek, se esforce para obter as maiores actuações na música alternativa a cada ano, não se vê "nomes" a tocar em Katowice. É um festival de música alternativa que se realiza anualmente desde 2006. Cerca de 11 mil pessoas participaram no evento de três dias com 30 bandas divididas por 3 palcos. Até 2009, foi realizado no Słupna Park em Mysłowice, em Agosto e durava quatro dias. Desde 2010 que acontece em Katowice, em Dolina Trzech Stawów. Esse que ocorreu em 2009 foi dedicado ao 70º aniversário do início da Segunda Guerra Mundial. O convidado de honra foi o Jonathan Poneman. A edição do OFF Festival de 2010 foi realizada de 5 a 8 de Agosto em Katowice. Nesse ano, foi dedicado à celebração do aniversário 200º de Fryderyk Chopin com concertos em que o tema principal foi "Inspired by Chopin". Em janeiro de 2012, o OFF Festival venceu o prestigiado European Festival Award na categoria de Best Medium Sized Festival. No mesmo ano, o site Pitchfork distinguiu o OFF Festival ao colocá-lo na lista de 20 festivais de verão mais importantes do mundo.

O OFF Festival nunca se deixa ser rotulado, nunca optou pelas escolhas mais fáceis e ainda assim ganhou um público devoto e a atenção de todo o mundo. Comentários no topo imprensa musical e o número crescente de estrangeiros que visitam Silésia no Verão, testemunham o entusiasmo dos fãs de música de todo o mundo têm pelo festival. Talvez isso não seja tão surpreendente, considerando que durante centenas de anos, a música tem sido considerada como a língua universal. E isso é tudo o que importa para o OFF Festival.

Os organizadores e participantes do festival minimizam o impacto sobre o meio ambiente usando energia renovável, reciclagem e fornecimento de alimentos em recipientes biodegradáveis. Em 2013 foi reconhecido como um festival ambientalmente amigável pela Green'n'Clean.

Além da música, o OFF Festival também suporta uma variedade de artes independentes e eventos culturais, como exposições, workshops e sessões de cinema. Também está ligado à promoção de programas de voluntariado.

Foi o primeiro projecto a que fui introduzido no estúdio, que embora não passasse pelo editorial, deixou-me extremamente motivado não só pela grande importância que representa, sendo um dos festivais de música mais importantes na Polónia, mas também pelo meu envolvimento e interesse com música. O trabalho surgiu por intermédio dum concurso, assim como vários projectos realizados pelo estúdio. O mote era desenvolver um *moodboard*, tentando definir um conceito para a proposta e também a realização de um *storyboard*, com ideias para um possível anúncio que revelaria bandas que lá tocariam. Eu e mais dois elementos do estúdios fizemos *moodboard*s, tendo utilizado inicialmente como ferramenta o Pinterest, onde adicionava-mos conteúdos gráficos que fizessem sentido, tendo apenas cabido a mim fazer o *storyboard*. Para este até deram como referência um vídeo da Honda, intitulado *Paper*[12], para ter em conta como inspiração o conceito e abordagem gráfica do vídeo. Queriam que fosse um stop-motion que como conceito base mostrasse a construção do festival, tendo até enviado praticamente a descrição de todos os momentos. Foi algo como, ver Katowice de cima, com nuvens e mãos que as afastassem, nos aproximássemos do local, até que já estivesses muito perto e essas mãos colocassem tudo o que festival pode conter, desde palco, casas de banho, pessoas, indicações, entre outros, tendo especialmente achado graça à especificidade de colocar muffins. Para além disto, embora não fosse suposto, comecei também a trabalhar no logotipo sobre o conceito de "OFF WE GO!" que defiram para o festival, tendo

12 - Consultável em *https://www.youtube.com/watch?v=fLCEd8xk1BE*

incluido no próprio *moodboard*. O *storyboard* foi desenvolvido por mim através de fotomontagem digital e que nos levou à vitória para a realização do projecto. Fiquei feliz por ajudar a equipa e até recebi um aperto de mão com parabenização.

O âmbito de trabalho seria a comunicação visual do festival, redesenhando toda a identidade, passando pela remodelação do website, conceito de promoção, materiais promocionais. Descrevem que a actual imagem do festival é aborrecida e enfadonha, tendo grande reconhecimento e prémios ganhos, achavam, e bem, que a imagem devia ser renovada, tendo como objectivo aumentar o número de pessoas no festival, principalmente pessoas entre os 20 e os 25. Queriam que tivéssemos em conta alguns tópicos como a confortabilidade, sendo tudo perto, bonito e com uma área verde, a intimidade, havendo cerca de 12000 pessoas por dia, a ideia de surpresa, visionarismo e amigabilidade. Ademais queriam que se trabalhasse à volta da frase "OFF WE GO!", juntamente como conceito. Falaram também em alguns festivais de referência como o Primavera Sound, Melt, Latitude, End of the Road, Best Kept Secret, Wilderness.

A ideia principal foi à volta do conceito do não-evento, do acaso, do acidente, enfatizando que mesmo assim há uma equipa por trás de tudo, algo que permitiu a criação duma estética arrojada, extravagante e sem medos. Embora tivéssemos ganho oportunidade para realizar este projecto por minha causa, fui participando de forma mais leve no projecto, talvez porque era uma grande responsabilidade, embora algumas vezes tivesse dado a entender que tinha interesse em estar mais envolvido. Mas assim foi desenvolvido o logotipo, *banners*, *gifs*, *layouts* para as redes sociais, *layout* para o site, que foi programado pelo colega que tem essa função no estúdio. Tudo isto ainda estava sujeito a alterações, foi feito com bastante antecedência e já se encontrava activo online, mas para o anúncio das primeiras bandas e para mostrar o ar mais fresco e convidativo com a nova imagem.

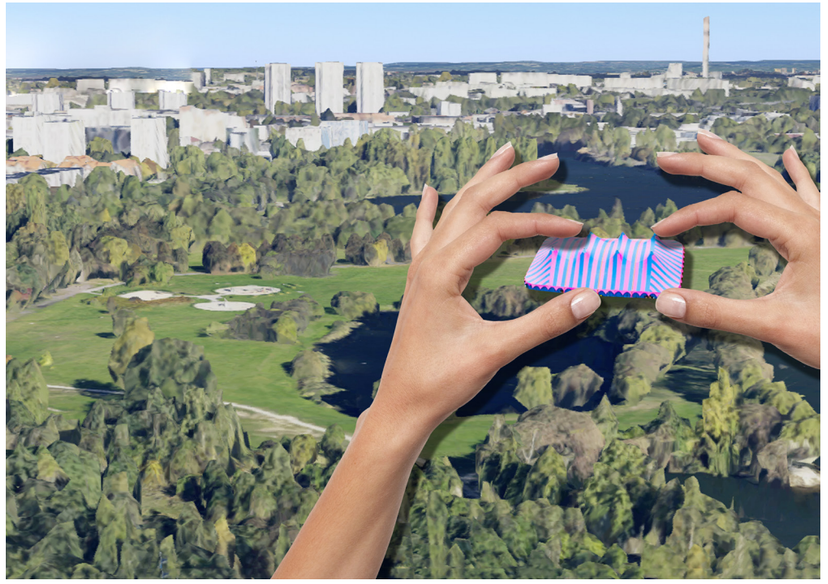


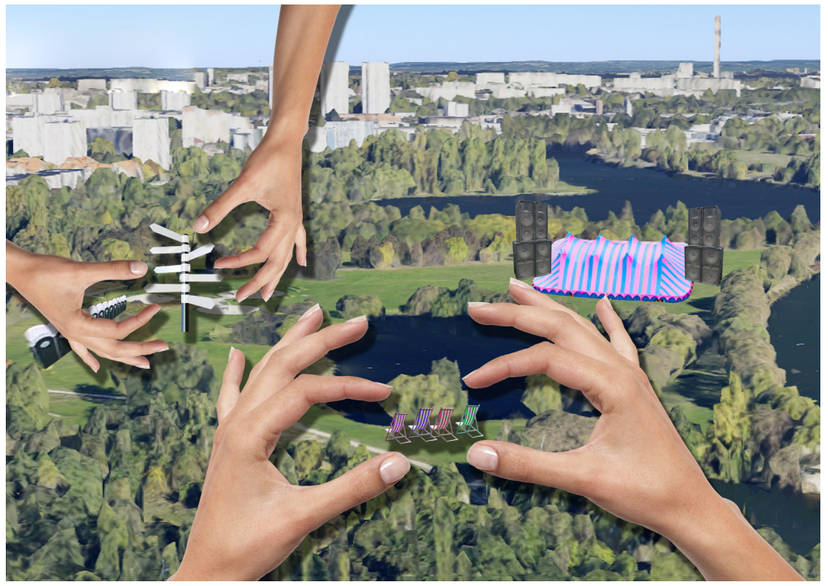
/ esboços iniciais





/ storyboard





/ storyboard



/ storyboard

OFF FESTIVAL 2015——2006 KATOWICE

KATOWICE dla odmiany

OFF FESTIVAL

KATOWICE dla odmiany

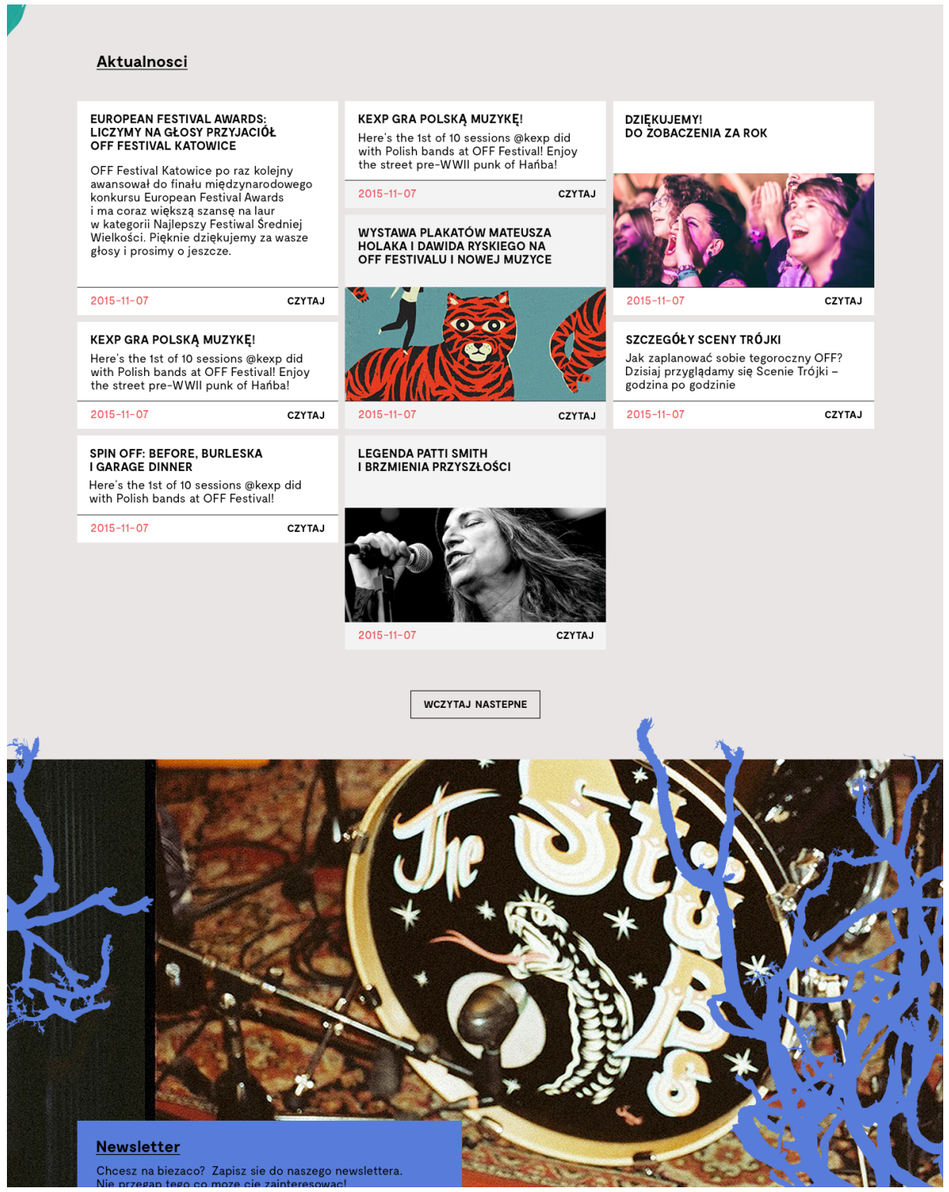
OFF FESTIVAL

KATOWICE dla odmiany

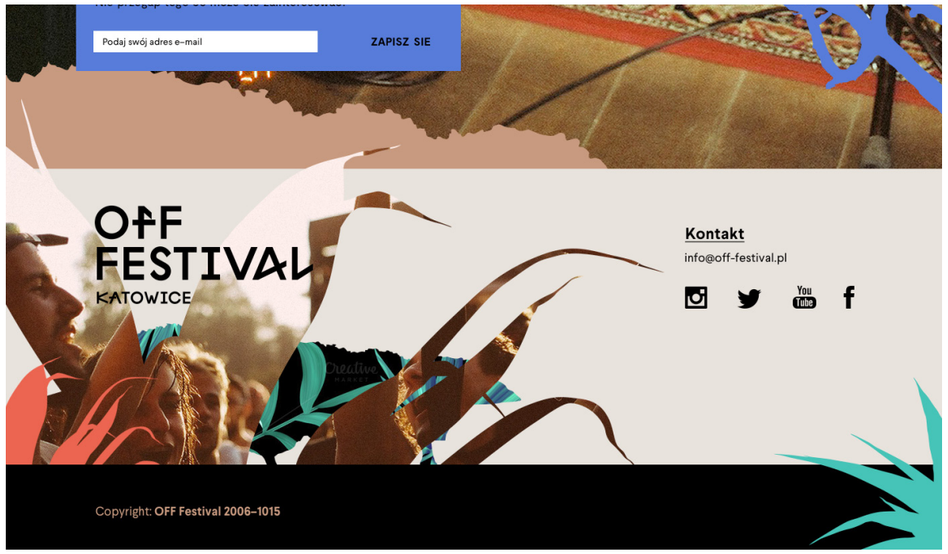
/ esboços para logotipo



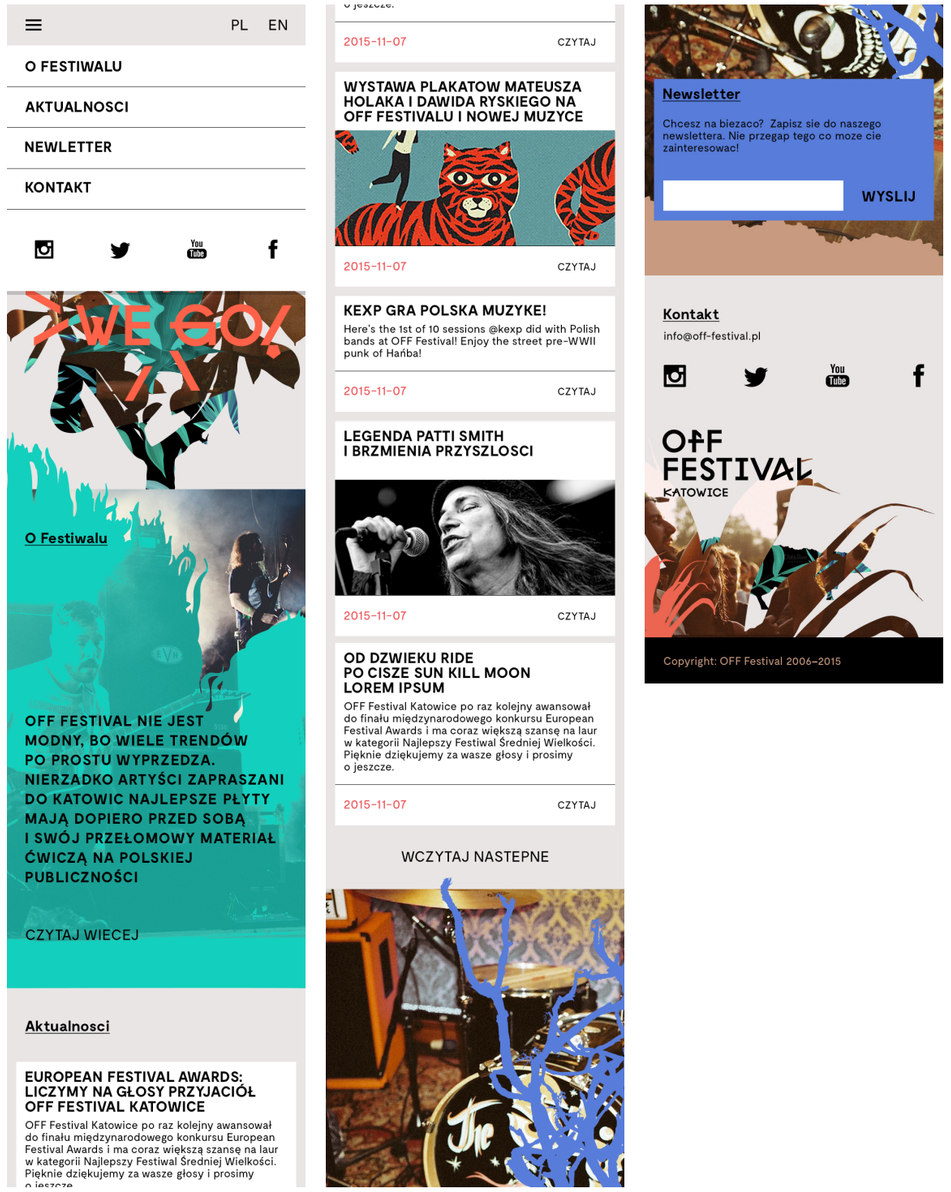
/ website temporário (feito em conjunto)



/ website temporário (feito em conjunto)



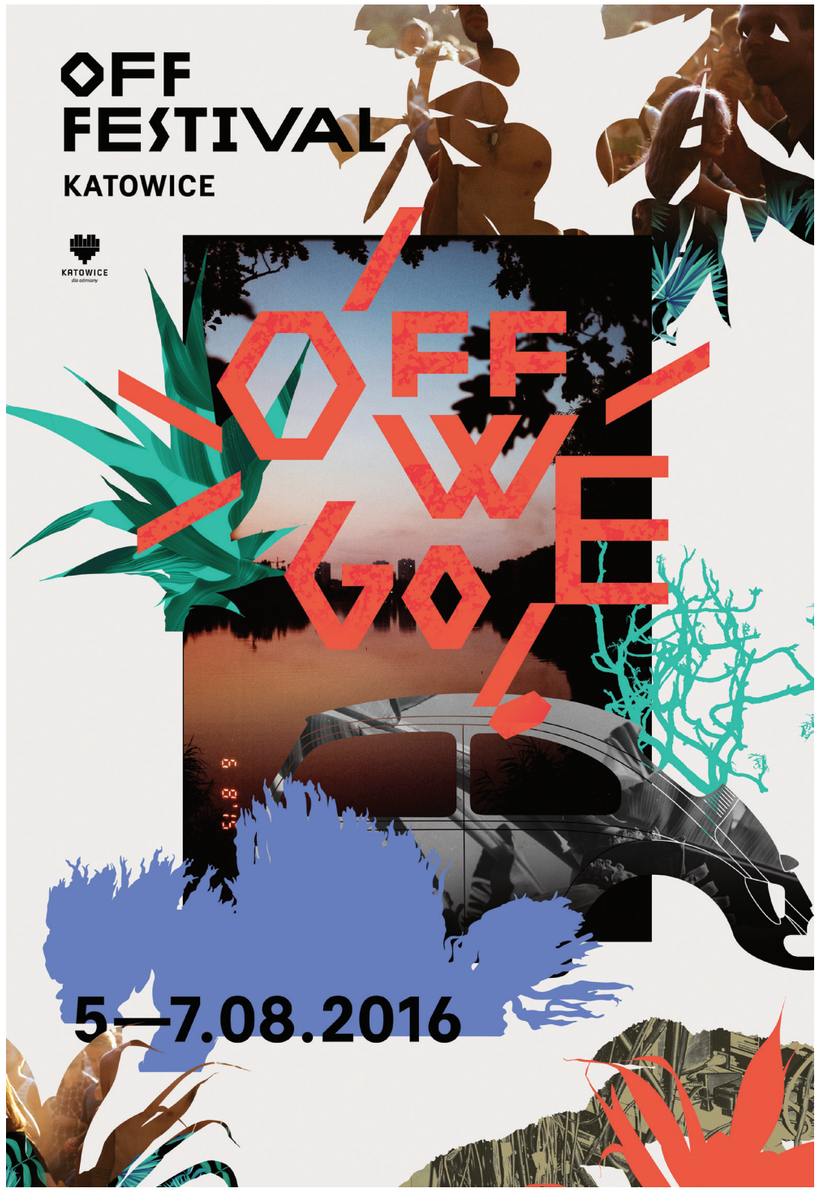
/ website temporário (feito em conjunto)



/ website temporário para smartphone (feito em conjunto)



/ esboços de grafismos para a identidade do festival (feito em conjunto)

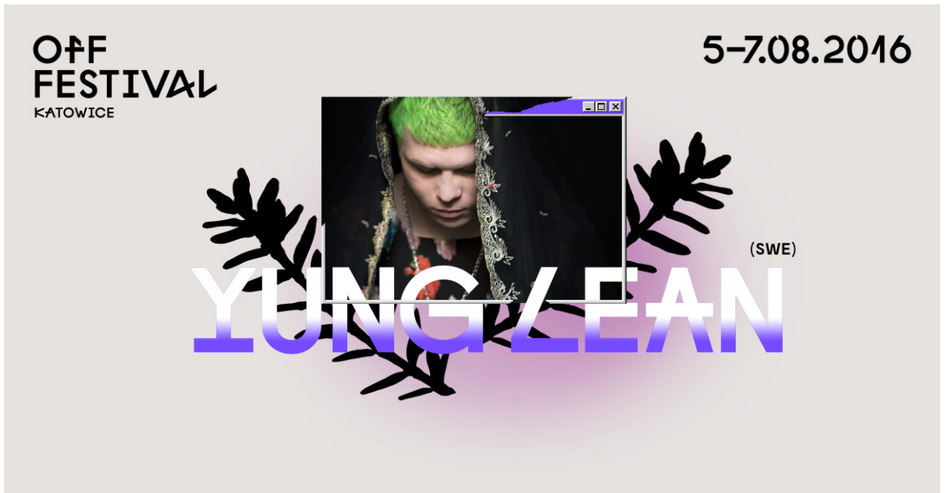


/ esboços de grafismos para a identidade do festival (feito em conjunto)





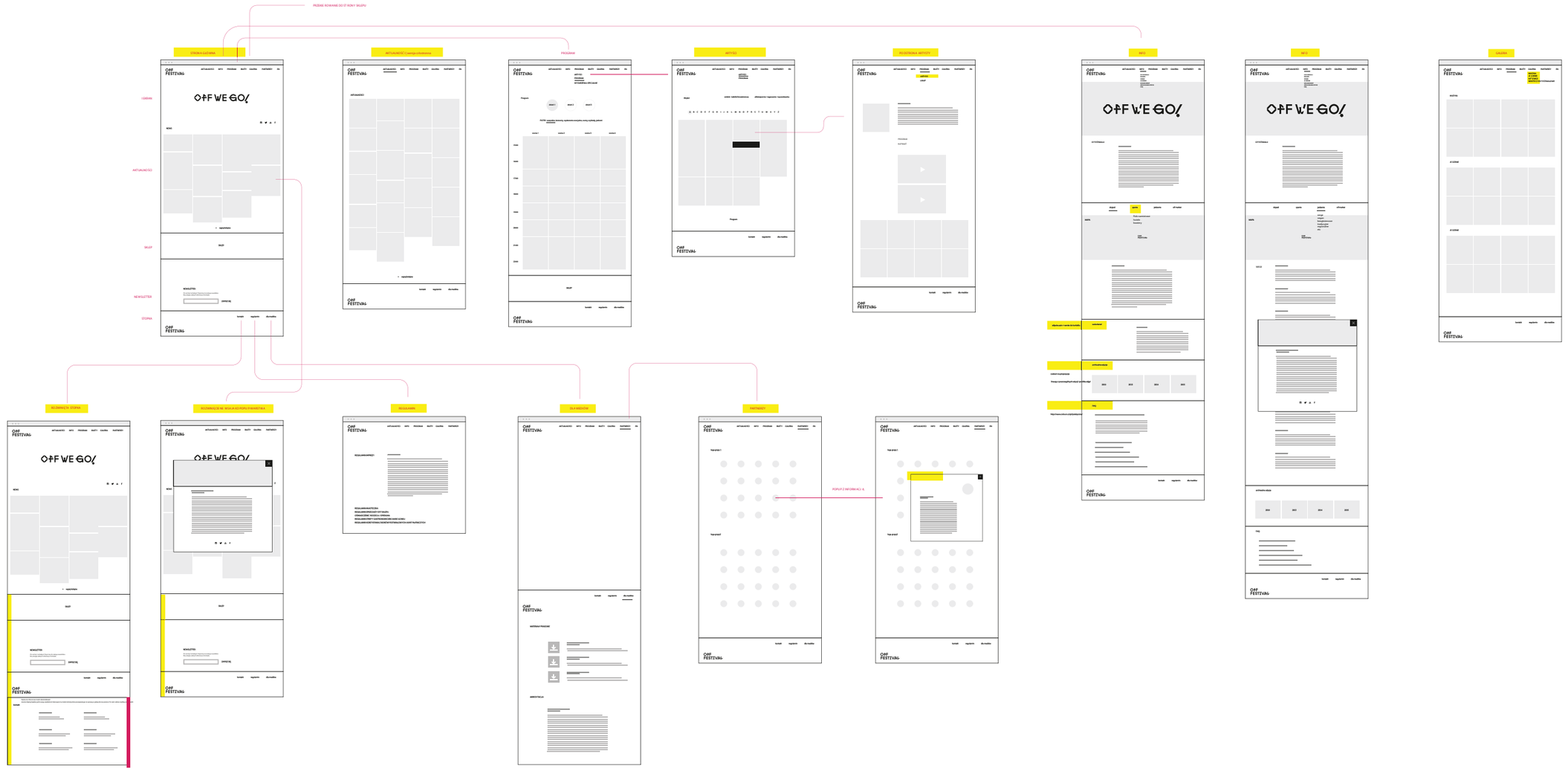




/ grafismos para apresentação dos músicos (feito em conjunto)

/ grafismos para apresentação dos músicos (feito em conjunto)

MAPA SERWISU OFF FESTIVAL

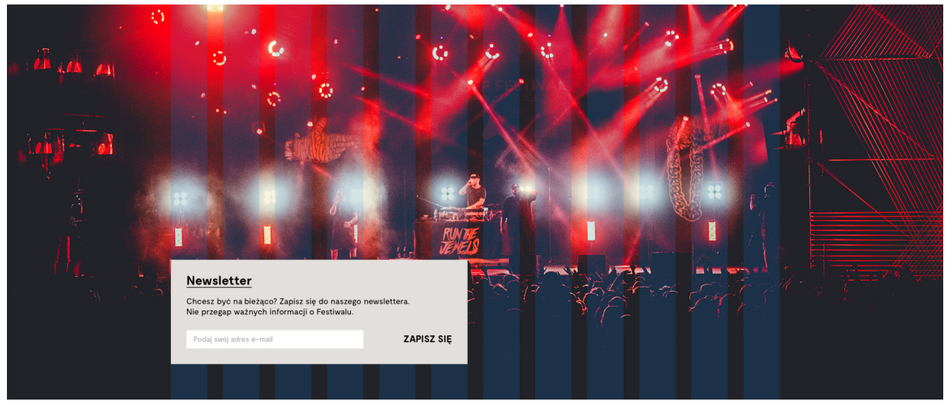


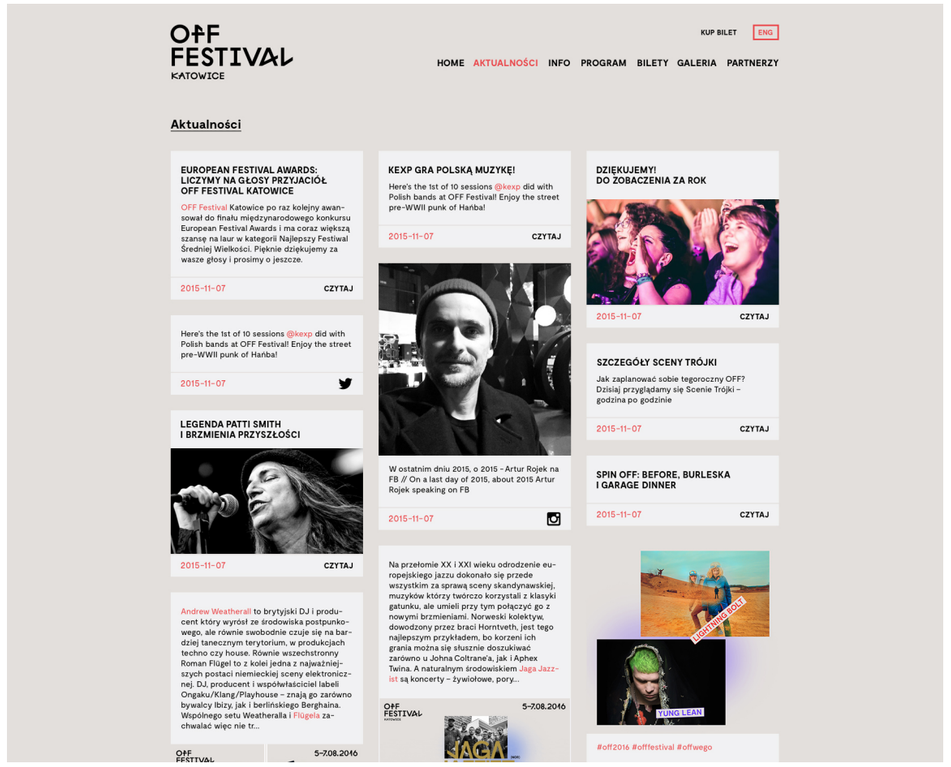
/ construção do mapa do website (feito em conjunto)

/ construção do mapa do website (feito em conjunto)

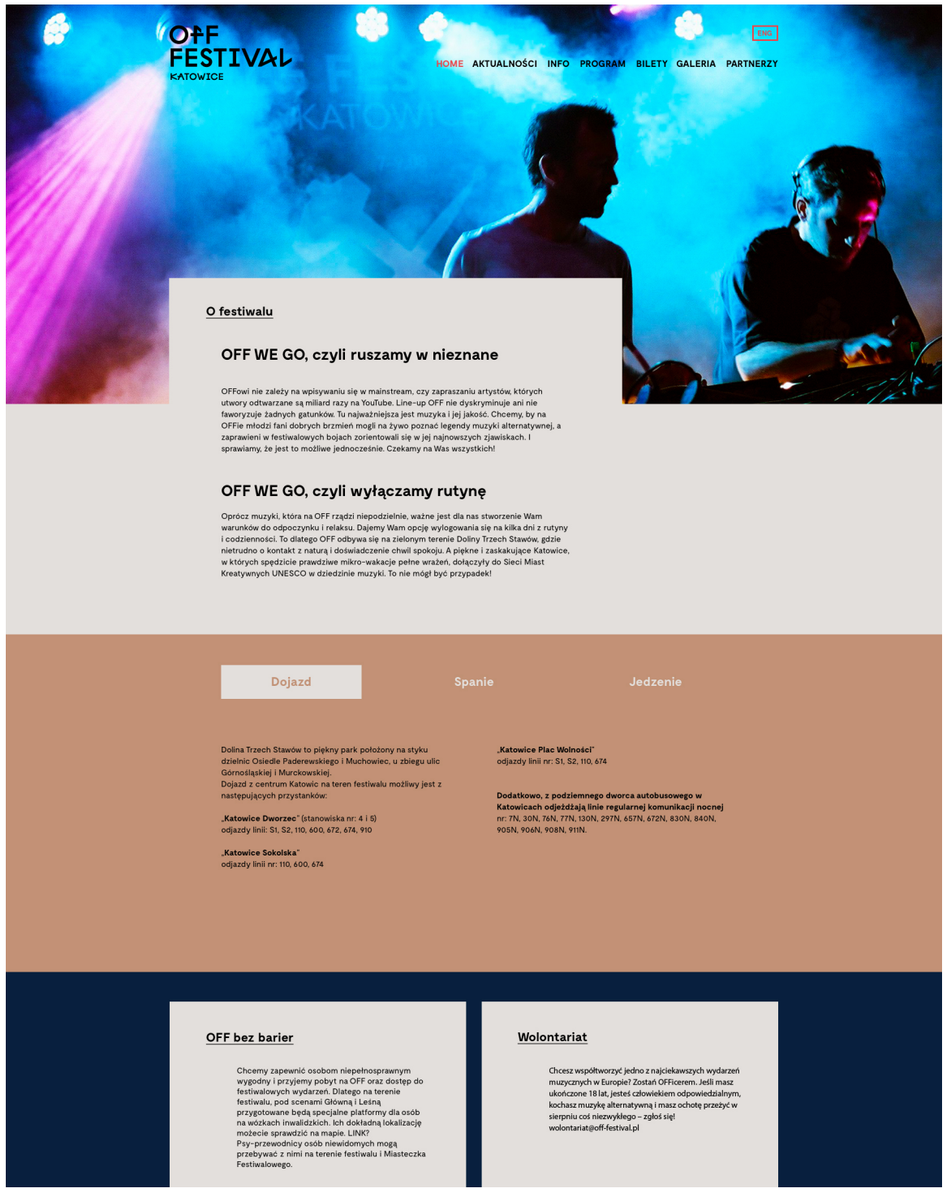


/ layout para website (feito em conjunto)

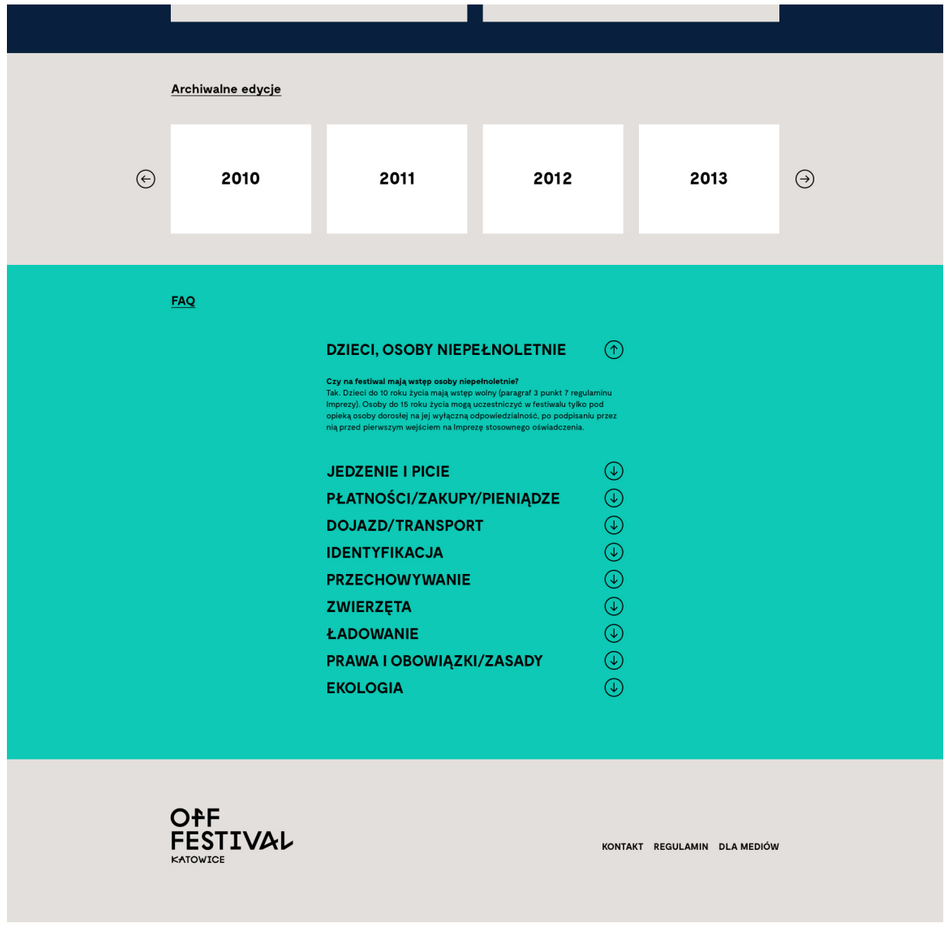




/ layout para website (feito em conjunto)



/ *layout* para website (feito em conjunto)



/ *layout* para website (feito em conjunto)

2.9
SYLWESTER AMBROZIAK

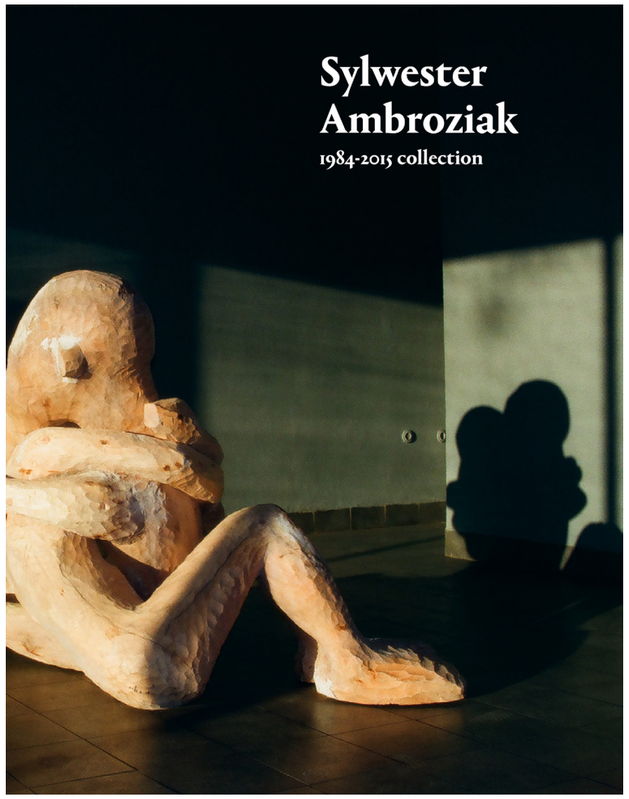
Sylwester Ambroziak nasceu em 1964 em Łowicz, Polónia. Estudou na Faculdade de Escultura na Academia de Belas Artes de Varsóvia. Os seus trabalhos foram apresentados em mais de 70 exposições individuais e mais de 120 exposições colectivas na Polónia e pelo resto do mundo. Recebeu bolsas de Inter Alia, Fundação Notoro, do Centro de Escultura Polaco em Orońsk, da Fundação da Cultura e da Fundação Kulczyk. Também foi indicado para receber o prémio "Paszporty Polityki" em 1994, 1999 e 2008.

Ambroziak é um artista que se especializa em escultura, desenho, mas também em instalações e filmes animados experimentais. As figuras de Ambroziak têm na maior parte um tamanho considerável e são feitas de madeira, no entanto, actualmente ele também utiliza silicone e resina.

Ele fez exposições várias vezes como estudante, apresentando as suas performances e esculturas na Galeria Dziekanka e na Academia de Belas Artes de Varsóvia. As suas obras estão associadas com a New Expression em "Young Art". A actividade artística de Ambroziak baseia-se nas formas expressionistas de representação como a simplicidade, a brutalidade das formas, alteração de escalas/proporções e contrastes policromáticos. Nas suas criações verifica-se uma significativa influência primitiva e arcaica incluindo características formais característicos das figuras e máscaras africanas. Ambroziak iguala o papel actual de um criador para as atividades dos xamãs que eram ao mesmo tempo artistas, sacerdotes e curandeiros. Voluntariamente lida com motivos e temas antigos, embora os apresente sob uma forma não-clássica, apresentando preferência em temas bíblicos.

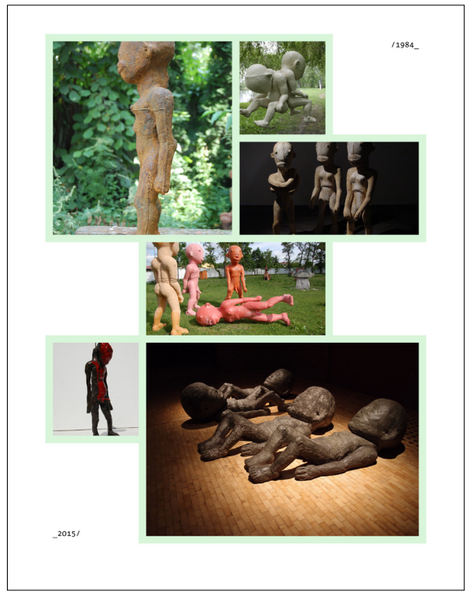
As actividades de Ambroziak foram significativamente afectadas pela situação política na Polónia nos anos 80 e o papel predominante do catolicismo na sociedade polaca. Por outro lado, o artista reage sobre a contemporânea cultura de massa (p.ex., banda-desenhada, desenhos animados e filmes de ficção científica) e a cobertura agressiva dos media. A figura de uma boneca é uma forma de confronto entre a imaginação ilimitada da criança com a incessante luta da brutal realidade. As deformadas, grotescas e desproporcionais silhuetas das esculturas de Ambroziak tornam-se quase um feio provocativo. O artista chama-lhes "Minotaurs" ou "Dollies" – as figuras humanóides com rostos anónimos que, simultaneamente, testemunham e confrontam os dias de hoje.

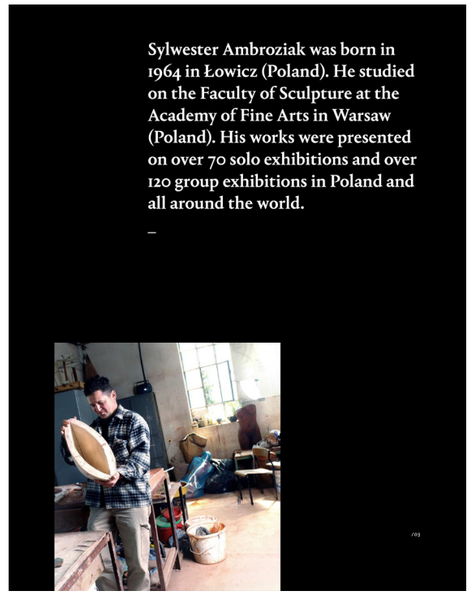
A proposta passou pela necessidade do artista Sylwester Ambroziak querer mostrar o seu trabalho de uma forma interessante e apenas no meio digital, não sendo a sua intenção ter uma peça gráfica física. Com muita pena minha, não tive o envolvimento que queria neste trabalho. Era uma boa oportunidade para trabalhar no campo editorial. No entanto, no dia seguinte voltei a trabalhar noutro projecto em que já estaria envolvido, mesmo sem ter tido oportunidade de mostrar os resultados deste projecto. Apenas estive um dia à volta do projecto, mas desenvolvi várias hipóteses de possíveis composições de página para valorizar o seu trabalho. Também tive a imposição de ter de ser vertical e embora tivesse questionado a lógica dessa opção, uma vez que apenas seria para o meio digital, não obtive resposta. É notória a evolução na construção da composição ao longo das páginas. Sinto que se podia optar pela última opção e aprimorá-la para o possível *layout* do trabalho. Não obstante, fiquei satisfeito com o que fiz dentro das possibilidades, numa situação que só pecou por não ter podido continuar a trabalhar na mesma.

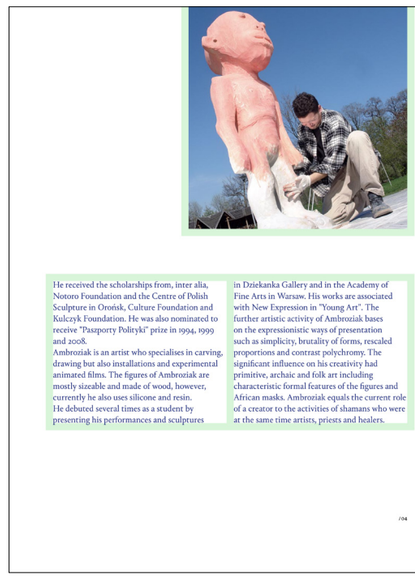




/ possíveis capas







/ esboços para páginas do interior da catálogo digital

bez tytułu
2011
masa silikonowa
wis. 60 cm

Git vendi nam ea cum aborem ad erchiciandae nobis il imus minum ium aut harum rem quosantinia vel esto cullore non eumqui cum andundis dionem reptatur, omniendani debitatibus et repe voloreici aut fugit il ipsam explam, quia voluptas arcim la perum si cus ratur, sapient iaepta con cor sitaturiscis.



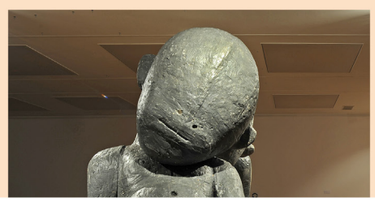


/ esboços para páginas do interior da catálogo digital



bez tytułu
2004
drewno
60 x 40 x 30 cm

Onsero beatur occustia consed mi, ut aut hil idi blatemporro quaturiaepti ad quis et que plab ipsanimporum aliat quis et evenim nim et unt ea ipsam del id quamet earchit qui omnimodis dolupta. Menducia volupta quis eosandit mos exped quis nis se quia vernatum quisqui in prerum acipide lenemporum.



/ 08

/ esboços para páginas do interior da catálogo digital



walk *1984*

performance
studio dziekanka in warsaw

Urecullupta quassent enda verrorecero quos expe de sum, eaquaspero ea dolo dusamus quo min eos eicae quossec uptati archictiam, nesto dolupta eceaquaector aut dus a que numquam atibus quaepti onsequodiae. Luptati antume estiosam aceprep elendae etus quaecep udignam auditatur?
Bor mi, eture aut aliasimus quo magnimus prorere maionsectam que ercimin imendis esendi reped milland uciam, ut ut maximusam fugitaeped quo eiumet millab ipisque nobit dolo te nonsequam aut etur, omnimus molupta accus expel in repudanis vent optio dollenis as rest, nobis autesse quasperio. Nam, ullaut rem reperna tenturibus ad quaepudamus et la prempossin nissit officab orererum que pedipsa ntiatis sincim qui que doluptatiam conseque optatem et magnimpore re liquaeptas quos incidus quis si sum il mos eatur, int re re exeribea dolor.

/ esboços para páginas do interior da catálogo digital



bez tytułu *2011*

masa silikonowa
wis. 30 cm

Git vendi nam ea cum aborem ad erchiciandae nobis il imus minum ium aut harum rem quosantinia vel esto cullore non eumqui cum andundis dionem reptatur, omniendani debitatibus et repe voloreici aut fugit il ipsam explam, quia voluptas arcim la perum si cus ratur, sapient iaepta con explam cor sitaturiscis dionem.
Illesequ idunt, secullo occus, adiaspe omnihil latur nihitatus esequat aut que volupicae dionem volupicimpos antio. Is re ationse orum voluptatus.

Doluptatur? Qui conemod es dolorro erum eatur, et is magnati onectiis es aut odi audi ut quo minvele ssequo temque dolupis sequo et eost, aut ullabor eperit quo omnimporeium arumquunt.
Que cus moluptatur arcim alitas nostibus mo quo cuptius si a sequidi ciaestrunt essitatquia venderovides essi quaecatus ditiae omnistiisqui.



/ esboços para páginas do interior da catálogo digital

2.10
TO TA

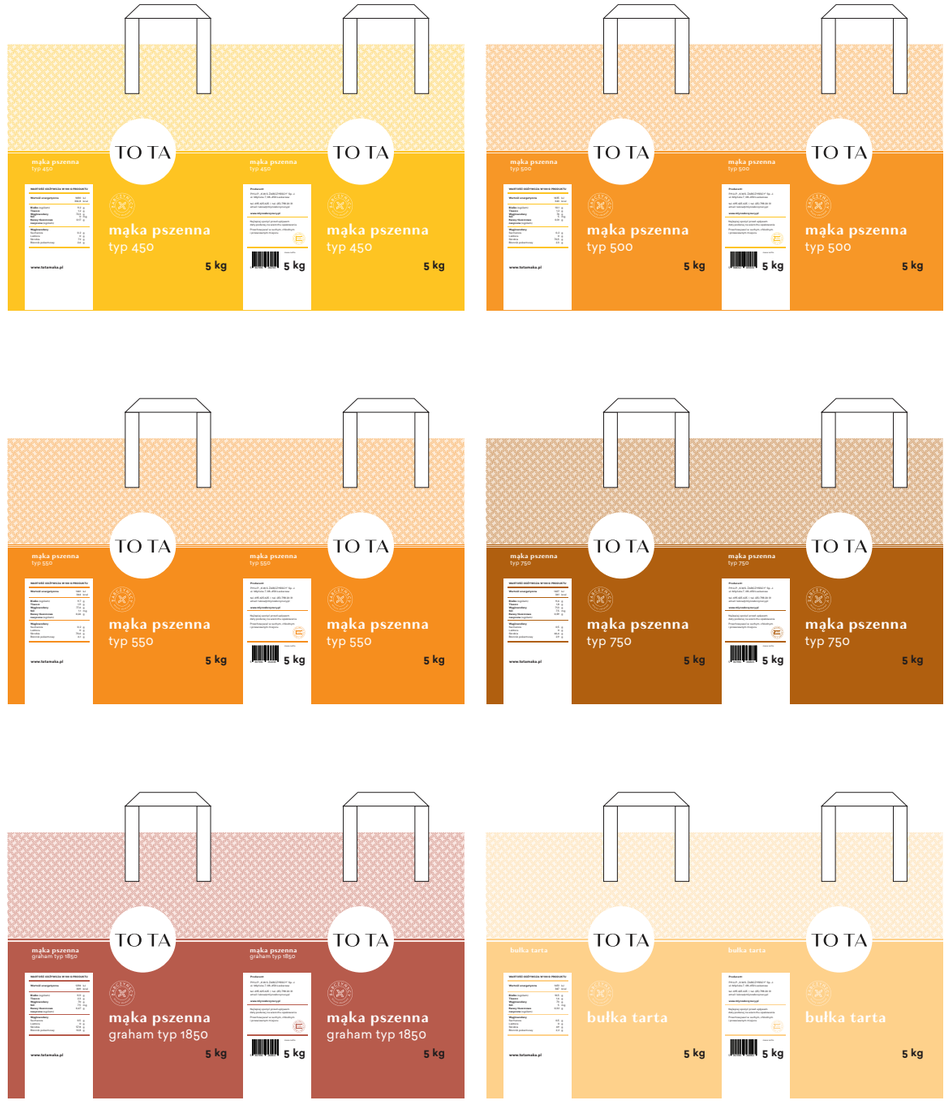
A PHUP KWS ŻABCZYŃSCY Sp.J. é uma empresa que opera no sector da transformação de cereais e padaria. É um exemplo de uma empresa familiar com uma longa tradição, mais de setenta anos na indústria de moagem de cereais. O primeiro moinho com capacidade de produção de 10 toneladas foi construído em 1942, em Łaskarzew. Actualmente, a empresa possui quatro moinhos de farinha em Łaskarzew e Oriole com uma capacidade de moagem total de 200 toneladas, Lukow com capacidade de 150 toneladas e Stoczek Łukowski um moinho de centeio, com uma capacidade de 100 toneladas por dia. A empresa também tem a sua própria padaria, que vende pão no mercado local e é usado para estudar a qualidade da farinha produzida. A fim de garantir a melhor qualidade dos grãos para produzir farinha com as melhores qualidades para padaria, a empresa tem a sua própria base de armazenamento de grãos, com uma capacidade total de cerca de 41000 toneladas. Os moinhos estão equipados com a tecnologia mais moderna de moagem e cada fábrica possui um laboratório profissional para avaliar a qualidade das matérias-primas e produtos manufacturados.

A empresa é gerida com base nas exigências modernas do mercado, implementou então sistemas de gestão da qualidade e segurança dos alimentos de acordo com PN-EN ISO 9001: 2008 e BS EN ISO 22000: 2005. Têm o seu próprio transporte, entregando a farinha em sacos de papel e polipropileno, fornecendo uma gama completa de trigo e de centeio processado. Muitos anos de experiência na fabricação, armazenamento próprio, tecnologia de processamento moderna, pessoal experiente, laboratórios de controlo de qualidade e um sistema de gestão da qualidade implementado, garantem a mais alta qualidade dos seus produtos.

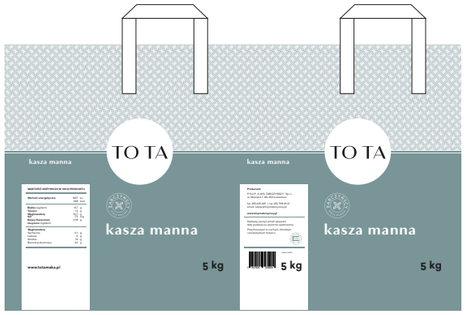
A Żabczyńscy criou uma gama nova de 15 farinhas de alta qualidade em embalagens de 1 kg e 5 kg para venda a retalho, o que resultaria em 30 embalagens para fazer, incluindo a criação de um logotipo para a marca que se chamaria TO TA, significando algo como, “a tal”. Teria 5 tipos de farinha de trigo, 3 tipos de farinha de centeio, 3 tipos de farinha integral, sêmola, farelo de trigo, triguilho, pão ralado. Toda a atitude gráfica da empresa é muito fraca e desactualizada, sendo um grande objectivo da mesma criar algo mais actual para estas embalagens. O meu papel nesta proposta entra numa fase mais tardia. Posso dizer que o natural processo de pesquisa inicial, da procura de inspiração, da realização de experiências, entre outros, já estava feito. Entrei numa fase onde tive de aprimorar o design das embalagens base, de 1 kg e 5 kg, que estava definido até à data e partir daí criar as restantes 28 embalagens. Um trabalho de paciência e rigor, onde constantemente se enviava o produto como final para o cliente, para o mesmo poder imprimir e corrigir possíveis erros com a embalagem montada. Infelizmente, o próprio cliente falhava várias vezes na própria informação que fornecia, desde medidas até à informação dos valores dos ingredientes, levando a que cada vez que enviasse correcções se tivesse que mudar as 30 embalagens. As suas cores eram Pantone, apenas uma cor cada embalagem, exceptuando as 4 embalagens premium que tinham 2 cores, trabalhando também com a diferente percentagem de tintagem para obter outros tons.



/ plano de uma embalagem de 1kg



/ plano das embalagens de 5kg













/ plano das embalagens de 5kg



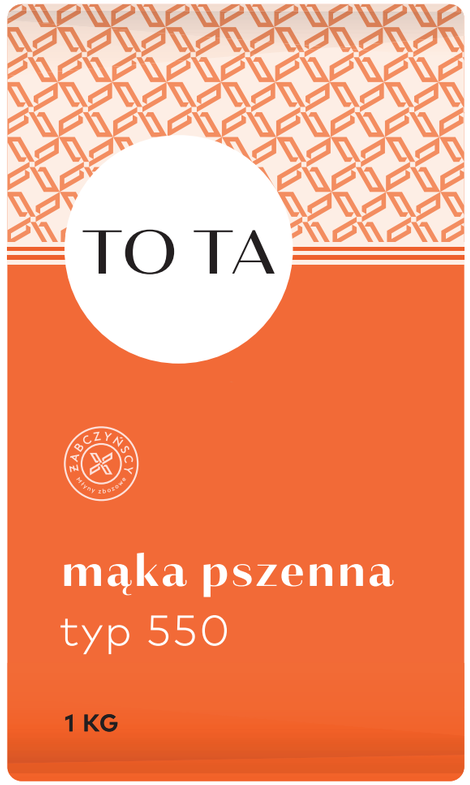




/ plano das embalagens de 5kg



/ embalagens de 1kg





/ embalagens de 1kg





/ embalagens de 1kg





/ embalagens de 1kg



/ embalagens de 1kg



/ embalagens de 1kg



/ embalagens de 1kg



/ embalagens de 1kg

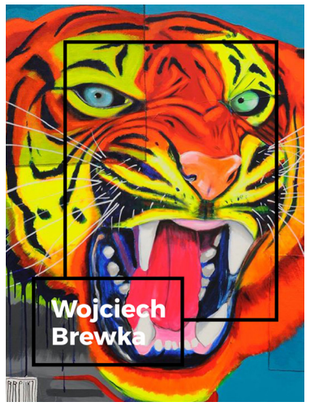
2.11
WOJCIECH BREWKA

Nasceu em 1980, em Kalisz e formou-se na Universidade de Lodz. Ele reporta que desde o início do seu trabalho que é fascinado por arte de rua. A sua aventura com a arte começou em 1995, com o graffiti. Com o tempo, os projectos criados nas paredes de edifícios mudaram-se para a tela. Cores neon e grotescas formas de animais, enraizadas na arte de rua fazem a grande parte do seu trabalho. Dá aos animais a sua própria figura, constrói o seu carácter individual. No seu trabalho artístico, sempre foi fascinado com a arte de rua. A sua aventura com a arte começou em 1995, quando se ficou interessado no graffiti. Com o tempo, os projectos de graffiti feitos nas paredes e nos seus cadernos de esboços foram transferidos para tela. Na criação do seu trabalho utiliza ferramentas usadas pelos artistas de rua, bem como os materiais mais convencionais. Materiais como a própria tela, jornais e revistas, pedaços de tecido, nitro, acrílico, óleo. A fim de familiarizar o público em massa com a sua arte, faz cópias das suas pinturas sob a forma de autocolante, com os quais bombardeia a cidade. Graças à enorme paixão pelo que faz, largou a sua profissão de advogado para dedicar-se inteiramente à arte.

Assim como outra proposta referida neste relatório, surgiu com a necessidade que este artista tinha para mostrar as suas mais recentes obras ao público, por via dum suporte físico, um catálogo. Como referi na contextualização da outra proposta, foi um interessante desafio ter recebido duas propostas ao mesmo tempo com propósitos semelhantes, mas com conteúdos distintos, servindo como um teste à minha capacidade, criatividade e habilidade de análise e resposta. Também já referido na contextualização da outra proposta, foi positivo ter podido tirar partido do termo de comparação, durante a concepção destes catálogos, para perceber as diferenças entre eles e se cada *layout* corresponde, se associa e até se complementa ao seu conteúdo.

Neste caso, até ao final, nunca cheguei a ter acesso aos conteúdos reais. A sua biografia foi copiada do que existia online, para simulação de conteúdo, assim como as imagens das suas obras, retiradas de vários websites. Uma vez que não sabia se chegaria a ter acesso aos conteúdos reais, achei que mesmo assim, teria lógica usar conteúdos relacionados com o artista, para os esboços de paginação se poderem aproximar o máximo possível a algo final. Como me foi dado a conhecer que o estilo das obras para o catálogo teriam a mesma linguagem gráfica que as anteriores e que seriam maioritariamente verticais, foi possível fazer vários estudos de *layout*, escolha de tipografia, escalas, composição de página, formato e grelha. Mais uma vez tinha ordens específicas para apenas apresentar uma obra por página, usar tipografia(s) *open source*, mostrar simplicidade, construir um *layout* discreto para não anular a obra. Neste não tinha informação concreta sobre o número de páginas, mas rondaria as 30 páginas no máximo. Optei neste caso por um formato ainda maior que o catálogo para o outro artista, 300 mm por 400 mm, pensando que deste modo o artista só teria a ganhar, devido à vivacidade e variedade de cores que utiliza, assim como o carácter de oferece às figuras que constrói. Sendo também fascinado e influenciado pela arte de rua, o grande formato faz todo sentido. Estas obras perderiam muito com um formato pequeno e desta maneira, ainda têm espaço branco para também poderem respirar na página.

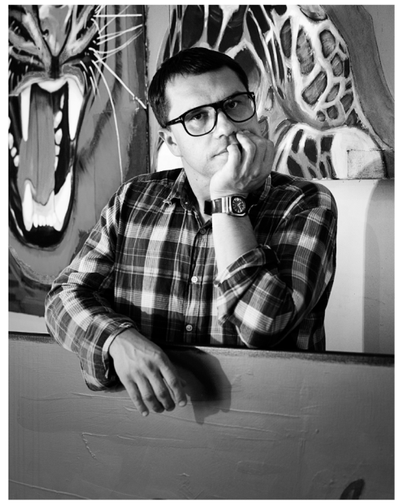
Como é comum, foram feitos inúmeros estudos de *layout*, que depois de apenas um escolhido pelo dono do estúdio (meu orientador na empresa), posteriormente pude aprimorar. Foi utilizada a fonte *open source* Montserrat, que é não-serifada e liga perfeitamente com este estilo de rua das pinturas de Wojciech. A estrutura da grelha e a distribuição dos elementos nos *spreads* revelam também simetricidade, mas não totalmente. As escalas foram bem estudadas, para a informação textual nunca anular a importância da obra, mas também não passar despercebida. Mais uma vez o resultado final aparenta ser constante, inteligível, uniforme, mas há um muito trabalho feito para chegar a esta solidez.







/ possíveis capas para a publicação



02 Wojciech Brewka

Urodzony w 1980 roku w Kaliszu, absolwent Uniwersytety Łódzkiego / Wojciech was born in 1980 in Kalisz and graduated from Łódź University.

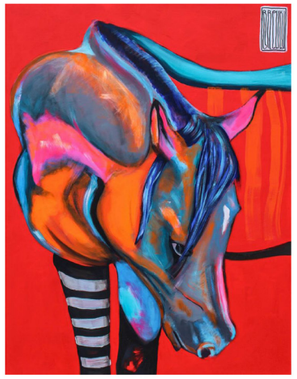
*Od początku mojej twórczości, zafascynowany jestem street artem. Przygodę ze sztuką rozpocząłem w 1995 roku, poruszając się w sferze graffiti. Z czasem, projekty tworzone na ścianach budynków oraz z szkicowaniach przeniosły się na płótno.
Tworząc prace wykorzystuję narzędzia używane zarówno przez artystów pracujących na ulicy jak i tych tworzących w zaciszach pracowni. Materiały użyte w pracach to płótno, gazet, skrawki tkanin, nitro, akryl, olej. Zafascynowany jestem berlińskim street artem. Chcąc przybliżyć swoją sztukę masowemu odbiorcy, wykonuje kopie prac w formie naklejek, którymi bombarduje miasto.

*In my artistic work I've always been fascinated with street art. My adventure with art started in 1995 when I become interested in graffiti making. With time, the graffiti projects made on walls and in my sketchbooks were moved to canvas. My works are created with tools and materials that are used by both street artists and those creating in their studios. The materials are: canvas, newspapers and magazines, fabric pieces, nitro, acrylic, oil. In order to familiarize the mass audience with my art I make copies of my paintings in the form of stickers that I bombard the city with.

2016 03

/ *spreads* da publicação

Koń Horse akryl na płótnie / acrylic on canvas 130×100 cm 2015



04 **Wojciech Brewka**

Narcyzm Wykreowany Narcissism Created akryl na płótnie / acrylic on canvas 120×160 cm 2014



2016 05

Poszukiwanie Koloru Color Search akryl nitro na płótnie / acrylic, nitro on canvas 120×160 cm 2014



06 **Wojciech Brewka**

Wyjście Poza Ramy Autentyczności Outside the Framework of Reality akryl na płótnie / acrylic on canvas 100×150 cm 2014



2016 07

/ *spreads* da publicação

Bestia Niewinszony Untrowed Outcas akryl na płótnie / acrylic on canvas 120×160 cm 2014



08 **Wojciech Brewka**

Supremacja Supremacy akryl, olej na płótnie / acrylic, oil on canvas 120×160 cm 2014



2016 09

Narcyzm Wykreowany Narcissism Created akryl na płótnie / acrylic on canvas 100×150 cm 2014



12 **Wojciech Brewka**

Outsider w Pełni świadomy Outsider fully conscious akryl na płótnie / acrylic on canvas 120×150 cm 2014



2016 13

/ *spreads* da publicação

CONCLUSÃO

Estruturei este relatório de estágio dividindo-o por dois capítulos. No primeiro faço toda a contextualização do estágio, desde o enquadramento sobre a empresa, passando pelo país e pela cidade, até à investigação sobre o design gráfico polaco do século XX. No segundo capítulo faço a análise, descrição e amostra de cada um dos onze trabalhos realizados no âmbito do estágio.

A escolha da realização de um estágio no último ano do mestrado foi, sem dúvida, uma decisão acertada. Penso que em qualquer contexto, é algo extremamente enriquecedor para se fazer, mas principalmente para mim, que nunca tinha trabalhado profissionalmente na área. O estágio introduziu-me ao mundo do trabalho e a todas as circunstâncias que lhe são inerentes. Pude viver as diferenças entre o contexto profissional e o contexto académico através de todo o processo de resolução de uma proposta, que obviamente têm pontos em comum e pontos distintos. Por ter realizado este estágio noutro país, enriqueci outras qualidades para além das minhas habilidades e competências como designer. Desenvolvi a minha autonomia, independência e sentido de adaptação e aprendizagem, através de tudo o que foi novo para mim. Estas capacidades acabam por também se reflectir no design, durante a procura de soluções para a resolução de problemas, preparando e fortalecendo-me para quando entrar no mercado de trabalho.

Após concluir o mestrado, tenho como objectivo ingressar o mercado de trabalho na área do design gráfico, dando ao meu futuro, na minha opinião, a perfeita e ideal continuidade. Assim,

a concepção deste relatório após o final do estágio, ofereceu-me a possibilidade de analisar, descrever e criticar as propostas e resoluções de trabalho desenvolvidas ao longo do mesmo, sendo uma mais valia para poder fazer um balanço pessoal sobre os pontos mais ou menos positivos. Sinto-me agora mais preparado para o que aí possa surgir, esperando convictamente ingredir no mundo do trabalho como designer gráfico.

BIBLIOGRAFIA

LIVROS

MROWCZYK, Jacek (2015). *VeryGraphic: Polish Designers of the 20th Century.* Instytut Adama Mickiewicza (IAM). Varsóvia.

PIOTROWSKI, Piotr. *Modernity and Nationalism: Avant-garde and Polish independence, 1912-1922*. em BENSON, Timothy (2002). Central European Avant-Gardes: Exchange and Transformation, 1910-1930. MA: MIT Press. Cambridge.

ARTIGOS DA WEB

(Steven Heller, From Poland, The Soul Of Graphic Design, 2015)
Consultado em 08 de Março de 2016
Disponível em *www.printmag.com/daily-heller/from-poland-the-soul-of-graphic-design/*

(Perrin Drumm, Don't Call it a Comeback: Polish Graphic Design is Finally Getting Its Due, 2015)
Consultado em 08 de Março de 2016
Disponível em *www.eyeondesign.aiga.org/dont-call-it-a-comeback-polish-graphic-design-is-finally-getting-its-due/*

(David Crowley, Shadows over Poland, 2012)
Consultado em 08 de Março de 2016
Disponível em *www.eyemagazine.com/review/article/shadows-over-poland/*

(Steven Heller, Polish Projekt, Good Stuff, 2012)
Consultado em 08 de Março de 2016
Disponível em *www.printmag.com/design-inspiration/polish-projekt-good-stuff/*

LIVROS CONSULTADOS NO ÂMBITO ESTÁGIO, DURANTE A RESOLUÇÃO DE ALGUMAS PROPOSTAS

EVAMY, Michael (2007). LOGO. Laurence King. Londres.

DE JONG, Cees W., PURVIS, Alston W. e THOLENAAR, Jan (2013). Type: A Visual History of Typefaces & Graphic Styles. Taschen.

COUNTER-PRINT (2015). Modern Heraldry: Seals, Stamps, Crests & Shields. Counter-Print.

FULGURO, FIDALGO, Yves e DECROUX, Cedric (2010). Left, Right, Up, Down: New Directions in Signage and Wayfinding. TwoPoints.Net.

HUEBNER, Matthias, EHMANN, Sven, KLANTEN, Robert. (2007). Tactile High Touch Visuals. Gestalten.

HUEBNER, Matthias, EHMANN, Sven, KLANTEN, Robert. (2009). Tangible High Touch Visuals. Gestalten.

COSSU, Matteo (2010). Walk This Way: Sign Graphics Now. Harper Design.

BRAUN PUBLISHING (2011). Signage Design (Architecture in Focus). Braun Publishing.

ARCTIC PAPER. Munken Design Range, Teasing Senses, Pleasing Nature.

Manual de normas de Szlak Zabytków Techniki

Książka Twórców Reklamy

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA, MAS NÃO CITADA NO CORPO DO TEXTO

MILLIE, Elena e KANTOROSINSKI, Zbigniew (1993). The Polish Poster: From Young Poland Through The Second World War: Holdings In The Prints And Photographs Division Of The Library Of Congress. Library of Congress.

(Agnieszka Sural, 18 Most Important Polish Graphic Designers of the 20th Century, 2015)
Consultado em 08 de Março de 2016
Disponível em www.culture.pl/en/article/18-most-important-polish-graphic-designers-of-the-20th-century/

(Frederick Schneider, Reflecting the Soul of a Nation: Polish Poster Art Reflecting the Soul of a Nation: Polish Poster Art, 2015)
Consultado em 08 de Março de 2016
Disponível em www.illustrationhistory.org/essays/reflecting-the-soul-of-a-nation-polish-poster-art/

(Andrea Austoni, The Legacy Of Polish Poster Design, 2010)
Consultado em 08 de Março de 2016
Disponível em www.smashingmagazine.com/2010/01/the-legacy-of-polish-poster-design/

(Kasper Goethals e Olivia Kortas, Design in Poland: Catching up with capitalism, 2015)
Consultado em 08 de Março de 2016
Disponível em www.krakowpost.com/9199/2015/04/design-in-poland-catching-up-with-capitalism



ANEXOS

APONTAMENTOS DIÁRIOS
PARASTUDIO*

1º dia

- introdução a um projecto sobre o festival de música off festival 2015 (off-festival.pl), em katowice, na polónia.
- âmbito de trabalho: comunicação visual do festival, branding, website, materiais promocionais, conceito de promoção, patrocínio.
- pesquisa no pinterest, para criação de um moodboard.

2º dia

- continuação da pesquisa, avolumando o moodboard.
- tentativa de definição de um conceito para a proposta.
- introdução à app slack, para fácil troca e partilha de informação em projectos de equipa.

3º dia

- conclusão do moodboard para envio, na perspectiva de receber feedback por parte da empresa de marketing que nos encomendou o trabalho, sobre as devidas correcções a fazer.

4º dia

- alterações ao moodboard enviado.
- criação de um storyboard, a incluir no final do moodboard, para vídeo que apresenta o festival na perspectiva da sua construcção. (storyboard que fosse pensado na perspectiva de realização de um stop-motion, a pedido da empresa)

5º dia

- introdução a um projecto sobre a criação de uma identidade para uma exposição złoty wiek miasta.

6º dia

- reunião com arquitecto, para nos falar sobre os conteúdos e a disposição do espaço.
- pesquisa.

7º dia

- visita a um museu (rynek underground), para estudar como uma identidade pode ser trabalhada.

8º dia

- estudo de layouts para disposição em ecrãs tácteis.
- estudo para logótipo da exposição. (fui obrigado a usar a fonte infini)

9º dia

- continuação de estudos de composição gráfica para ecrãs tácteis e meios impressos.
- organização de apresentação, incluindo os estudos de logótipos e layouts, para apresentação na reunião do dia seguinte.

10º dia

- inserção dos layouts criados para a identidade da exposição nos planos das salas, para uma devida simulação e aproximação à realidade.

11º dia

- não apontei.

12º dia

- introdução ao trabalho de packaging da marca tota.

13º dia

- finalização de todos os diferentes modelos do produto, para envio ao cliente, no intuito de receber as últimas correcções (se as houver), para poder avançar para documento pronto para impressão.

14º dia

- de volta ao trabalho do museu, refazendo alguns layouts, já com alguma noção dos tamanhos dos ecrãs, entre outros pormenores.
- inserção também de elementos criados para a identidade da exposição, desta feita tendo onde os colocar.

15º dia

- alterações ao que foi feito no dia anterior.
- o projecto do off festival vai ser realizado pelo nosso estúdio porque a minha proposta venceu a dos outros estúdios.

16º dia

- iniciação a um projecto de criação de um logotipo para um hotel, cujo público alvo são surfistas.

17º dia

- desenvolvimento do logotipo.

18º dia

- continuação do desenvolvimento do logotipo.
- de volta ao trabalho do museu para algumas simulações.

19º dia

- continuação do desenvolvimento do logotipo.

20º dia

- desenvolvimento de ideias para layout para documento digital com os trabalhos de um escultor.

21º dia

- continuação.

22º dia

- desenho de mapa da cidade de przemysl em vector.
- estudo de sinaléctica para o museu.

23º dia

- feriado nacional.

24º dia

- não apontei.

25º dia

- o meu logótipo em resposta à proposta do cinnamon rooms foi escolhido.

- procedi apenas à alteração da cor para outra que o cliente desejava.
- testes de impressão à escala para o trabalho do museu.

26º dia

passei uma representação 3d de um castelo a vector, para um trabalho para wieliczka.

27º dia

- gerei códigos de barra e apliquei nas embalagens to-ta.

28º dia

- introduzido a um novo trabalho. uma revista online para algo a ver com política. bliżej brukseli.
- já existem números anteriores feitos pelo estúdio.
- toda a estrutura está definida, grelha, tipografia, estilos de caracteres e de parágrafos, por isso, com a informação já recebida, tive de tentar compor a página seguindo a lógica das versões anteriores.
- desenvolvi ideias para a capa.

29º dia

- trabalhei na paginação da revista bliżej brukseli.

30º dia

- correcções no desenho do castelo.

31º dia

- correcções no trabalho sobre przemyśl.

32º dia

- correcções no trabalho sobre przemyśl.

33º dia

- trabalhei na paginação da revista bliżej brukseli.

34º dia

- testes de impressão para o trabalho sobre przemyśl.

35º dia

- manual para przemyśl.

36º dia

- manual para przemyśl.

37º dia

- mapa de przemyśl. estilizar mais.

38º dia

- não apontei.

39º dia

- não apontei.

40º dia

- não apontei.

41º dia

- não apontei.

42º dia

- não apontei.

férias natalícias

43º dia

- manual para o cinnamon rooms;
- criação de algum economato.

44º dia

- desenvolvimento do manual para o cinnamon rooms;
- desenvolvimento de algum economato.

45º dia

- introdução a um trabalho sobre um logotipo para uma empresa chamada “meridian”.
- desenvolvimento de esboços. (muitas imposições como, inspiração na chrysler, basear no esboço feito pelo dono, etc)

46º dia

- continuação do desenvolvimento de esboços para o logotipo sobre meridian.

47º dia

- continuação do desenvolvimento de esboços para o logotipo sobre meridian.

48º dia

- introdução a dois trabalhos sobre a mesma temática, sendo eles a concepção de dois cadernos para dois pintores, paginando as suas mais recentes pinturas.
- um foi sobre o wojciech brewka, mais moderno, quase street; e outro sobre adam bakalarz, mais premium, mais cuidado.

49º dia

- desenvolvimento de layouts para ambas as publicações.

50º dia

- desenvolvimento de layouts para ambas as publicações.

51º dia

- desenvolvimento de layouts para ambas as publicações.

52º dia

- desenvolvimento de layouts para ambas as publicações.

53º dia

- desenvolvimento de capas para ambas as publicações.

54º dia

- desenvolvimento de capas para ambas as publicações.

55º dia

- correcções nas publicações.

56º dia

- correcções nas publicações.

57º dia

- introdução a um novo trabalho sobre a criação de um logotipo para uma galeria de arte chamada eastern europe art connection.
- o pedido passava por uma boa escolha tipográfica, moderna e minimalista.
- era suposto criar um logotipo apenas tipográfica, não sendo suposto criar símbolos, mas criar uma boa composição tipográfica.

58º dia

- desenvolvimento de esboços para o logotipo.

59º dia

- desenvolvimento de esboços para o logotipo.

60º dia

- desenvolvimento de esboços para o logotipo.

61º dia

- correcções nos cartões de visita do cinnamon rooms.

62º dia

- criação de cartão de visita, papel de carta e capa para papel de carta, para o projecto eeac;

63º dia

- correcções nos cartões de visita e papéis de carta do eeac;

64º dia

- criação de uma “folder” (catálogo para web) para o eeac, representando artistas trabalhos anteriormente, bakalarz e brewka, e uma nova, kinga nowak;
- de novo, ter de usar aquela fonte péssima nalgumas cenas.

65º dia

- colocação de códigos de barra num catálogo de produtos biológicos.

66º dia

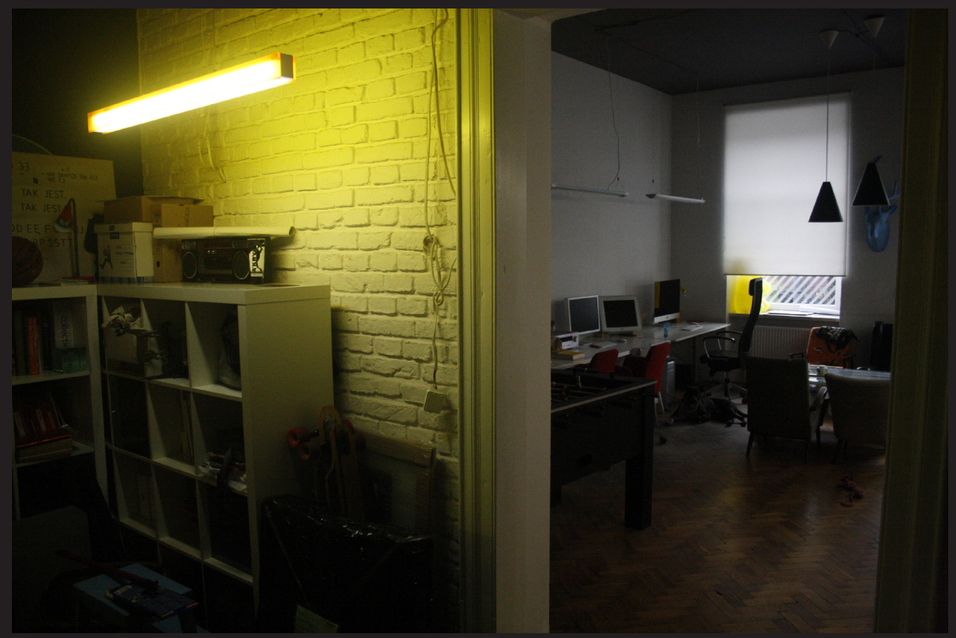
- acabamentos para meios de publicidade do off.

67º dia

- acabamentos para meios de publicidade do off.

68º dia

- acabamentos para meios de publicidade do off.



/ fotografia do interior do estúdio

U.PORTO

FACULDADE DE BELAS ARTES
UNIVERSIDADE DO PORTO

Relatório de Estágio

Pedro Bento

FACULDADE DE BELAS ARTES
UNIVERSIDADE DO PORTO