CENTRO UNIVERSITÁRIO BARÃO DE MAUÁ
GRADUAÇÃO TECNOLÓGICA EM DESIGN GRÁFICO

CARLOS EDUARDO CAMPOS
LARISSA CHAGAS MOTA
LUCAS GOLÇALVES DA SILVA
MARIA CECÍLIA CLARO DE OLIVEIRA
MARIA EDUARDA PERES GOSUEN
VICTOR MANOEL MESSIAS MOREIRA

CRIAÇÃO DA IDENTIDADE VISUAL DE UMA CASA NOTURNA NA CIDADE DE SÃO PAULO

Ribeirão Preto
2020

CARLOS EDUARDO CAMPOS

LARISSA CHAGAS MOTA

LUCAS GOLÇALVES DA SILVA

MARIA CECÍLIA CLARO DE OLIVEIRA

MARIA EDUARDA PERES GOSUEN

VICTOR MANOEL MESSIAS MOREIRA

CRIAÇÃO DA IDENTIDADE VISUAL DE UMA CASA NOTURNA NA CIDADE DE SÃO PAULO

Trabalho de conclusão de semestre apresentado ao centro universitário barão de mauá para a disciplina de projeto integrador.

Orientador: Paulo eduardo canedo nabas.

Ribeirão Preto

2020

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

RESUMO

O trabalho que se seguirá trata-se do desenvolvimento da identidade visual de uma casa noturna com a temática Cyberpunk. Feito para a disciplina de Projeto Integrador, esse projeto terá em sua composição assuntos relacionados às aulas ministradas no 2° semestre do curso de Design Gráfico do Centro Universitário Barão de Mauá, além de conhecimentos e habilidades dos próprios integrantes que ajudaram a compor o trabalho. De maneira geral, o projeto de identidade visual da casa noturna foi idealizado após análise da atual situação que se vive: por conta do novo Coronavírus, a população foi submetida a um estreitamento das relações sociais, como medida de de combate à proliferação do vírus; entretenato, aos primeiros indícios de retomada, à “normalidade”, notou-se a euforia do público perante a reconquista do que fora previamente interrompido, ou seja, o contato humano em situação de lazer. A partir de tais fatos, foi arquitetado o projeto para a casa noturna com a temática Cyberpunk, que se relaciona tanto com a situação Lazer, como com a situação Tecnologia – a qual a população intensificou o uso – porém, de modo desprendido de responsalidades. Dessa forma, o projeto em questão teve como base um estudo que abrangeu desde a interpretação do atual momento que se vive, elaboração de um briefing, desenvolvimento de personas, elaboração de esboços, pesquisa de mercado e, finalmente, a definição da identidade visual da marca.

Palavras-chave: Identidade Visual, Cyberpunk, Casa Noturna.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Logotipo da agência de design Future 14
Figura 2 - Persona Bianca 16
Figura 3 - Persona Bárbara 17
Figura 4 - Persona Renato 18
Figura 5 - Persona Lara 19
Figura 6 - Referências musicais 24
Figura 7 - Referências produções visuais 24
Figura 8 - Rerência local - Sputnik Bar 25
Figura 9 - Referência local - Taverna Medieval 26
Figura 10 - Referência local - Madame Underground Club 26
Figura 11 - Zona Alimentação 27
Figura 12 - Idealização 1 - Zona Bar 28
Figura 13 - Idealização 2 - Zona Bar 28
Figura 14 - Zona Imersiva 29
Figura 15 - Idealização 1 - Zona Shows 29
Figura 16 - Idealização 2 - Zona Shows 30
Figura 17 - Zona Camarote 30
Figura 18 - Referências logotipo 32
Figura 19 - Elemento Olho Biônico 32
Figura 20 - Tipografia utilizada 33
Figura 21 - Logotipo da cada noturna 33
Figura 22 - Variações do logotipo 34
Figura 23 - Paleta de cores da casa noturna 35
Figura 24 - Estampa com o logotipo da casa noturna 35
Figura 25 - Pôster da casa noturna com slogan 36
Figura 26 - Cardápio de drinks exclusivos da Zona Bar 37
Figura 27 - Cardápio de lanches exclusivos da Zona Alimentação 38
Figura 28 - Copo da casa noturna 39
Figura 29 - Cartão da casa noturna 39
Figura 30 - Exemplo de post para Instagram 40
Figura 31 - Exemplo de post para Facebook 41

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO 5
2 METODOLOGIA 6
2.1 Objetivos 6
2.2 Etapas do Desenvolvimento 7
2.3 Cronograma Completo 7
3 BRIEFING 8
3.1 Sobre O Projeto 8
3.2 Objetivo/ Visão 10
3.3 Sobre a marca 11
3.4 Informações adicionais 12
3.5 Prazo 12
4 O PROJETO 13
4.1 DNA da Marca 13
4.2 Definição de Personas 14
4.3 Entrevista 19
4.4 Referências Visuais 22
4.5 Idealização das Zonas 26
4.6 Identidade Visual 30
4.6.1 Paleta de Cores 33
4.6.2 Aplicações 34
5 CONCLUSÃO 41
REFERÊNCIAS 42
APÊNDICE A - FOTOS DO PÚBLICO-ALVO 'BIANCA' E 'BÁRBARA' PRODUZIDAS PELOS AUTORES 43
APÊNDICE B - FOTOS DO PÚBLICO-ALVO 'LARA' E 'RENATO' PRODUZIDAS PELOS AUTORES 56

1 INTRODUÇÃO

Ao fim de cada semestre letivo é necessário apresentar para a disciplina de Projeto Integrador, do Centro Universitário Barão de Mauá da unidade da Avenida Itatiata da cidade de Ribeirão Preto – SP, o desenvolvimento de uma ideia que abranja ao longo de seu conteúdo assuntos vistos nas aulas ministradas durante o mesmo semestre. A temática da disciplina de Projeto Integrador no 2° semestre do ano de 2020 foi ‘Fundamentos do Design’. A partir disso, o grupo optou por trabalhar em um cenário ficcional, o qual fora solicitado à agência Future de Design, um projeto de identidade visual voltado para o segmento do entretenimento, sendo o solicitante uma empresa estrangeira nomeada Big Parties Entertainemnt.

A ideia de um projeto de identidade visual de uma casa noturna com a temática CyberPunk veio através de um insight de um dos integrantes do grupo, e foi melhor desenvolvida posteriomente ao longo de discussões e, principalmente, durante a formulação do briefing e da metodologia. Sendo assim, tendo como pontos principais a atual vivência num período pandêmico, – que intensificou a dependência da tecnologia no dia-a-dia – que está atrelada ao desejo de retono ao contato presencial das relações humanas e a tendência de sucesso de estabelecimentos temáticos na cidade de São Paulo, foi proposta a criação de um ambiente CyberPunk.

A partir disso, foi possível dar início ao desenvolvimento de etapas que resultariam na identidade visual da casa noturna denominada VISION. Nela, o público alternativo poderá presenciar performances musicais e de expressão corporal, além de experimentar drinks e lanches exclusivos oferecidos pela primeira casa noturna com a temática CyberPunk da cidade de São Paulo. Tudo pensado para prover sensações únicas e inesquecíveis em cada frequentante.

Por último, a fim de estabelecer um projeto com conceito completo, foram feitos brainstorms e realizados busca de referências briefing; estipulção de público-alvo e personas; entrevista com participantes do movimento alternativo; pesquisa de mercado; realização de esboços idealizando o espaço interno da casa; e, finalmente, produção de fotos do público-alvo.

2 METODOLOGIA

No ano que se segue, sofre-se com a atual crise pandêmica do novo Coronavírus que abalou e segue abalando diversos pilares, tanto socias como econômicos, ao longo do Brasil e do mundo. Dentre tais pilares, destaca-se a indústria do lazer, a qual sofreu diretamente com as medidas estabelecidas pela Organização Mundial da Saúde. Como consequência, após um semestre com as portas dos estabelecimentos fechados, medidas mais flexíveis em alguns estados brasileiros revelaram o tom eufórico da população para retomar a liberdade de acesso aos bares e às casas de entretenimento. Tendo em vista a agitada vida noturna da cidade de São Paulo, que atrai toda a região; a grande repercussão que ambientes temáticos geram, como ocorre com a ‘Taverna Medieval’, o ‘Sputnik Bar’ e o ‘Madame Underground Club’; e a possível expansão do mercado de lazer no período pós pandemia, como enfatizado por Kiko Fernandes – produtor musical e coordenador do curso de Formação Executiva em Music Business da FGV – “[...] das dez maiores transmissões musicais feitas na internet desde o mês de abril até hoje, sete são do Brasil, o que suscita o questionamento da força desse mercado [...]”, foi, então, proposta a criação – por parte da empresa Big Parties Entertainment – de um ambiente temático na capital.

Assim, indo em concordância com o atual período que se vive – o qual constitui- se uma forte relação de dependência com a tecnologia – e a previsão promissora do mercado de entretenimento, idealizou-se a construção de uma nova casa noturna na cidade de São Paulo – SP; a qual caberá a agência Future desenvolver a identidade visual com o tema CyberPunk, que representa uma visão de mundo distópico que mescla a ciência avançada e uma mudança radical no sistema civil vigente.

2.1 Objetivos

Após justificar a escolha do tema selecionado, como pode ser visto acima, definiu-se os objetivos do Projeto Integrador, que possui nesse 2° semestre do ano de 2020 o eixo temático “Fundamentos do Design Gráfico”.

Sendo assim, serão desenvolvidos o naming, a marca e a identidade visual que represente de forma íntegra todos os aspectos da cultura Cyberpunk e seus

elementos, de modo que o público os reconheça e identifique-se; como também sugestões visuais para os ambientes internos, tais como: Zona Alimentação, Zona Bar, Zona Imersiva, Zonas Shows e Zona Camarote.

2.2 Etapas do Desenvolvimento

As etapas do desenvolvimento foram: discussão de ideias do projeto; elaboração do briefing; elaboração da metodologia; busca de informações – prancha de referências; brainstorm para logotipo; criação do logotipo; manual de identidade; desenvolvimento de sugestões para o espaço interno; ensaio e tratamento de fotos do público-alvo; desenvolvimento do documento e da apresentação final.

2.3 Cronograma Completo

As datas estipuladas para cada etapa foram: 12/08/2020 à 19/08/2020 – Discussão de ideias do projeto;
19/08/2020 à 07/09/2020 – Busca de informações – Prancha de referências; 07/09/2020 à 09/09/2020 – Elaboração do briefing e entrega;
09/09/2020 à 23/09/2020 – Elaboração da metodologia e entrega; 23/09/2020 à 30/09/2020 – Brainstorm para logotipo;
30/09/2020 à 07/10/2020 – Criação do logotipo e vetorização; 07/10/2020 à 28/10/2020 – Manual de Identidade visual completo;
*14/10/2020 à 28/10/2020 – Desenvolvimento de sugestões para o espaço interno;
*14/10/2020 à 28/10/2020 – Ensaio e tratamento de fotos do público-alvo; 28/10/2020 á 11/11/2020 – Montagem da apresentação e ajuste de detalhes finais; 16/11/2020 à 20/11/2020 – Seana de apresentação – Pré-Banca;
02/12/2020 à 08/12/2020 – Semana de apresentação – Banca final.

3 BRIEFING

Para um melhor esclarecimento do projeto, foram respondidas 25 perguntas que abordam detalhes do serviço, objetivos e visão, especificações da marca, informações adicionais e prazos estabelecidos. As respostas podem ser lidas a seguir.

3.1 Sobre O Projeto

01. Qual o projeto a ser desenvolvido?

A ideia a ser desenvolvida trata-se da criação da identidade visual de um ambiente do segmento de entretenimento; mais especificamente uma casa noturna, a qual deve-se representar de forma clara a temática cyberpunk – um gênero de ficção científica que foge dos padrões impostos – abordando a imagem futurista tanto no ambiente físico quanto nos elementos de comunicação.

02. Como o descreveria?

O projeto representa um espaço de entretenimento com raízes no punk rock dos anos 80-90 e na música eletrônica. Terá grande utilização de luzes neon e objetos futurísticos com características biomecânicas e será voltado, principalmente, a um público alternativo que se interessa pela temática e deseja fugir das casas noturnas padrões.

03. É um projeto novo?

Ao analisar o mercado de entretenimento da cidade de São Paulo – SP, no que diz respeito ao segmento de bares temáticos, não é um projeto inédito. Entretanto, a temática trazida – cyberpunk – é algo novo, não existindo qualquer estabelecimento semelhante que seja uma concorrência direta.

04. Defina quem o usará.

O projeto a ser desenvolvido possui como público-alvo a população jovem-adulto de 18 a 30 anos, de diferentes identificações (no que diz respeito à identidade de gênero) e pertencentes às classes A e B. Ademais, esse público, que em sua maior parte reside na cidade de São Paulo, interessa-se pela temática futurística, possui forte relação com as tecnologias atuais e é amante da cultura alternativa.

05. Cite três adjetivos para ele.

Alternativo, futurista e inovador.

06. Cite um ou dois adjetivos que NÃO condizem com o projeto.

Monótono e padrão.

07. Quais seus principais concorrentes?

Por se tratar de um ambiente temático, teria como principais concorrentes estabelecimentos já consolidados na cidade, como o a ‘Taverna Medieval’, ‘Sputnik Bar’, ‘Madame Underground Club’, entre outros com decoração temática e público semelhante.

08. Qual seu diferencial?

O diferencial da casa noturna será justamente sua temática, que proverá aos clientes uma experiência única que não será possível encontrar em outros estabelecimentos da cidade.

09. Que tipo de pesquisas serão realizadas para ele?

Para tal projeto serão realizadas pesquisas de referências visuais, para um aprofundamento na temática; pesquisas de mercado, para conhecimento mais detalhado da concorrência e pesquisa de público, para estudo das características dos futuros frequentadores.

10. Onde será o espaço físico do projeto?

Não há, ainda, um local definido para o espaço físico do projeto. Porém, estuda- se a possibilidade de bairros que movimentam a vida noturna da capital, como a Vila Madalena, Pinheiros, Vila Nova Conceição, ou ainda, Jardins.

11. Como será o ambiente?

Como citado anteriormente, o ambiente temático terá como conceito o cyberpunk. Sendo assim, será constituído por luzes neon e objetos futurísticos. Sem perder o conforto, a casa noturna terá um bar com drinks exclusivos; um espaço de convivência dinâmico, que oferecerá experiências imersivas por meio de equipamentos tecnológicos; uma área para shows; um espaço para DJ's e um local para alimentação.

12. Como serão os preços desse projeto?

A precificação do local será feita de acordo com a pesquisa de mercado, que analisará a concorrência. Contudo, de maneira geral, os preços da casa noturna atenderão de forma coerente e justa o público da classe média alta.

13. Qual mensagem sua marca deve transmitir aos seus consumidores?

A marca deverá transmitir aos consumidores a visão de um novo mundo, uma experiência única numa realidade futurística, a qual cada consumidor diferente viverá de forma individual e inesquecível.

3.2 Objetivo/ Visão

14. Qual o objetivo do desenvolvimento desta marca?

Trazer uma imagem futurística para o estabelecimento, lançando-o ao mercado e atendendo às expectativas do público-alvo.

15. Qual a expectativa para o projeto?

Espera-se que o projeto seja bem recebido e torne-se uma referência em inovação no segmento de entretenimento na cidade de São Paulo.

16. Atualmente qual a maior dificuldade que o projeto possui?

O maior obstáculo a ser enfrentando será conquistar o público ao apresentar uma temática muito distinta dos demais estabelecimentos.

3.3 Sobre a marca

17. Possui algum slogan?

O slogan da casa noturna é “Experiência além do limite”.

18. Possui preferência de cores a serem usadas na marca?

As cores selecionadas para representar a marca foram o roxo (#7700a6), rosa (#fe00fe), amarelo (#defe47), azul esverdeado (#00b3fe) e azul escuro (#0016ee).

19. Quais as inspirações do projeto?

O projeto possui como inspiração a estética presente nas produções visuais ‘Ghost in the Shell’, ‘Blade Runner’, ‘Blade Runner 2049’, ‘Altered Carbon’, ‘Matrix’, ‘Animatrix’, ‘Love, Death and Robots’, ‘O Quinto Elemento’, ‘Akira’, ‘Neuromancer’, ‘Cyberpunk 2077’ e alguns estabelecimentos temáticos localizados na cidade de São Paulo, como o ‘Sputnik Bar’, ‘Madame Underground Club’ e a ‘Taverna Medieval’.

20. Cite dois ou três logos que você tem como referência.

O logo criado possui como referência o logo do ‘Akira’ e do jogo ‘CyberPunk 2077’.

21. Onde a marca irá ser usada?

A marca estará presente no ambiente físico, em adereços da casa – como em copos – e nas ferramentas de divulgação, tanto on-line, quanto off-line – como as redes sociais oficiais da casa.

3.4 Informações adicionais

22. Qual serviço adicional gostaria que seja criado?

É requerido, ainda, o desenvolvimento da marca d'água.

23. Possui alguma informação ou observação adicional que seja importante no projeto?

Não há acréscimos a serem feitos.

3.5 Prazo

24. Qual o prazo disponível para a criação do projeto?

O projeto deve estar finalizado no mês de novembro de 2020.

25. Alguma data específica?

Não há nada definido até o momento. Contudo a entrega deve ser efetuada até a semana do dia 16 de novembro de 2020.

4 O PROJETO

O projeto de identidade visual da casa noturna com a temática CyberPunk foi solicitada à agência Future pela empresa de entretenimento estrangeira Big Paties Entertainment. Tal casa será voltada ao público de classe média alta e classe alta e conterá espaços que propiciem uma interação social-tecnológica com muito conforto e singularidade. Por conta desses fatores apresentados anteriormente, o processo de criação da idadentidade visual precisaria ser o mais autêntico possível. De maneira geral, VISION valoriza a experiência e a visão individual que cada frequentante terá no ambiente da casa.

A logo da agência Future, citada anteriormente pode ser vista abaixo.

Figura 1 - Logotipo da agência de design Future



Fonte: (Autores, 2020)

4.1 DNA da Marca

- **Missão, Visão e valores**

A fim de determinar o propósito da marca, foram definidos Missão, Visão e Valores para a casa noturna. Dessa forma, fica estabelecido como Missão, ou ainda a razão de existir, “Ser um espaço que fomente a cultura alternativa e crie momentos únicos”; a Visão, ou seja, a projeção de futuro para a marca, por sua vez é “Tornar cada vez mais presente o cenário alternativo”; e por último, estabeleceu-se os Valores: “Prezamos por uma experiência inesquecível e, principalmente, pelo respeito”.

- **Personalidade da Marca – Arquétipos**

Visando encontrar a essência da marca, foram definidos dois arquétipos que melhor expressam sua personalidade, são eles O Fora da Lei e O Mago. Segundo Ana Júlia Ramos, redatora freelancer da Rock Content, o arquétipo ‘O Fora da Lei’ é conhecido pela rebeldia, inquietude e pelo desejo de quebrar barreiras do cotidiano, essa personalidade tende a “revolucionar o que está ao seu alcance”; bem como ‘O Mago’, o qual Ramos descreve como um arquétipo que “tem como pilar a transformação da realidade e do senso comum. Pode contar com um ar de mistério, improvisação, ironia, ilusão e [...] muita magia”. De maneira geral, a combinação de ambos resulta em uma personalidade forte, que busca liberdade acima de tudo e enxerga o mundo de uma forma singular, desprendida de burocracias.

4.2 Definição de Personas

Para que houvesse uma melhor compreensão do público que frequentará a casa noturna, foram definidas quatro personas. Questões como: nome; idade; ocupação; dores; necessidades; o que pensa e sente; o que vê; o que fala e faz; e o que ouve, podem ser observadas e analisadas nas descrições de cada persona abaixo.

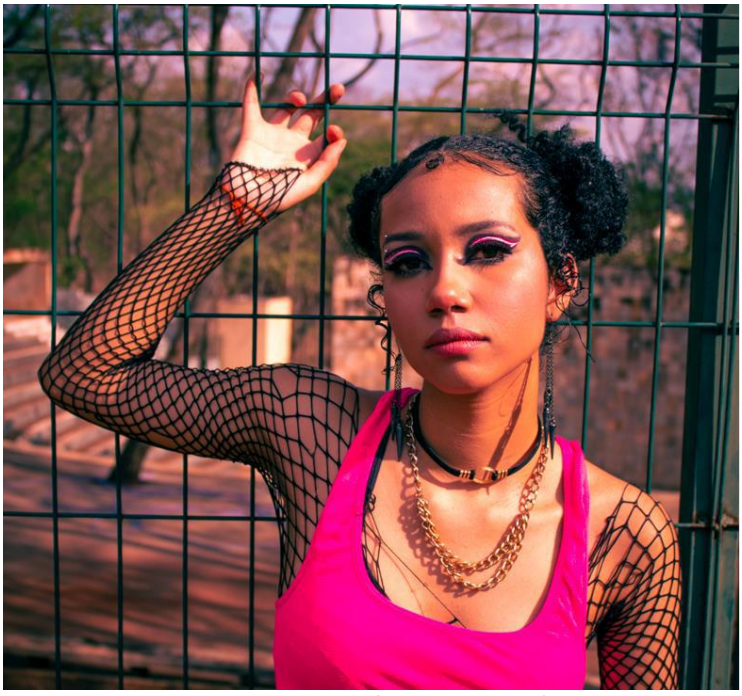
Bianca, 19 anos, estudante de enfermagem

Carrega consigo a incerteza da escolha da carreira profissional; por mais que seja apaixonada pela área da saúde, tem medo de não conseguir conciliar as responsabilidades da profissão, além de não saber trabalhar sob pressão. Deseja enfrentar a insegurança e, assim, concluir o ensino superior com êxito. Sonha também em trabalhar em um hospital infantil, pois adora crianças. Para Bianca, sucesso é fazer o que gosta todos os dias. Sente-se insegura e incomodada quando pensa no futuro, por isso gosta de traçar planos mais realistas para sua carreira; entretanto, justamente por conta do primeiro fato, é uma pessoa muito pessimista consigo mesma. Bianca tem uma irmã gêmea, Bárbara, ambas moram com os tios desde a infância após os pais terem falecido em um acidente. Melhores amigas desde então, são inseparáveis, porém possuem preferências totalmente distintas uma da outra. O principal assunto de Bianca atualmente é a graduação; quando não está focada nos estudos, faz

resenha, em seu blog pessoal, sobre os livros que leu. Escrever e ler são suas atividades favoritas. Como citado anteriormente, Bianca adora ler, sendo Neuromancer, de William Gibson, seu romance favorito. Foi na adolescência, após concluir a leitura do mesmo, que se interessou pela cultura alternativa, mais especificamente o Cyberpunk.

A foto de Bianca pode ser vista abaixo.

Figura 2 - Persona Bianca



Fonte: (Autores, 2020)

Bárbara, 19 anos, vendedora

Bárbara enfrenta todos os dias pressão de seus tios por não ter optado por fazer uma graduação. Ao contrário de sua irmã, não gosta de estudar. Atualmente está satisfeita trabalhando como vendedora em uma loja de maquiagem, mas tem medo do futuro, pois sabe que está em uma situação de vulnerabilidade financeira. Sonha em ser dona de se próprio negócio, independente do que seja. Como não sabe por onde começar, pensa em fazer um curso técnico na área de administração para poder dar os primeiros passos. Não gosta de pensar no futuro, nem de fazer planos. Por mais que passe a imagem de uma pessoa confiante, sente-se insegura sobre seus próprios sonhos, os quais compartilha apenas com a irmã. Gosta de sair todo fim de semana para casas noturnas e, por mais que possua vários amigos, tem como

confidente apenas sua irmã gêmea. Bárbara se diverte com revistas e programas de entretenimento, geralmente esses são seus principais assuntos. Todavia, é uma pessoa muito comunicativa e envolve as pessoas ao conseguir conversar sobre qualquer coisa. Apresentada por sua irmã à cultura Cyberpunk, interessou-se, aprofundou os conhecimentos e, atualmente, domina o assunto quando ele se trata de música. Acompanha as principais bandas do cenário alternativo e está sempre em busca de sons novos.

A foto de Bárbara pode ser vista abaixo.

Figura 3 - Persona Bárbara



Fonte: (Autores, 2020)

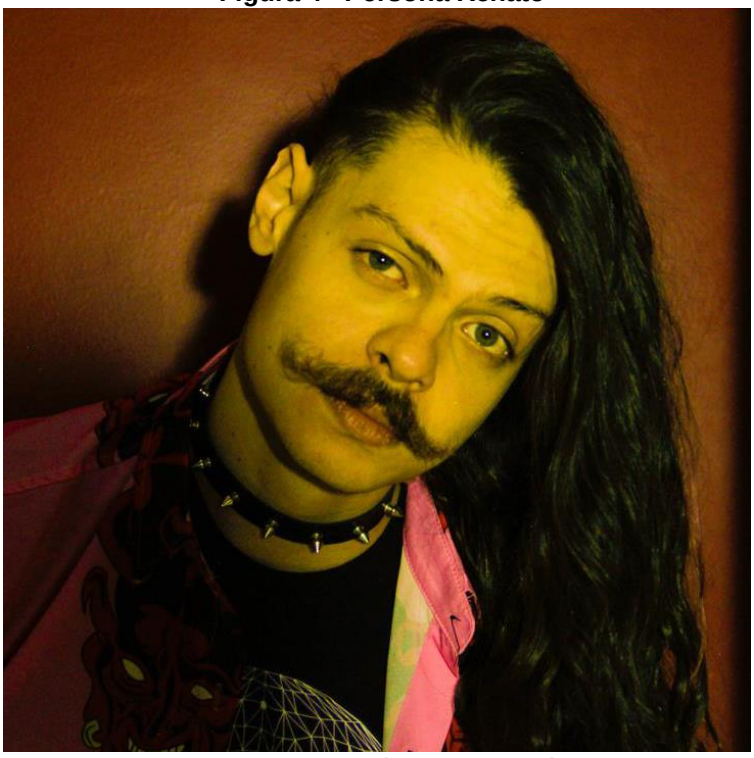
Renato, 26 anos, empresário

Dono de uma rede de salões de barbearia, Renato concentra toda sua energia para o bom funcionamento de seus estabelecimentos, por tal fato sente-se muito desgastado e, por vezes, pensa em desistir. Seu maior medo é falir e ter problemas financeiros. Para o empresário, sucesso é ter sua rede de salões em vários países ao redor do mundo. Para isso, mantém-se sempre atualizado, com os melhores profissionais e com técnicas inovadoras no que diz respeito à estética masculina. Renato é uma pessoa metódica e possui seus planos bem definidos, não gosta de

instabilidade. Sonha em ter seu estabelecimento como referência e acha essencial manter o padrão para evitar maiores preocupações. Possui poucos amigos e sai de casa para se distrair momentaneamente da rotina. Gosta de frequentar ambientes diferenciados que tragam novidades, além de espaços que não ofereçam apenas bebidas, tendo a possibilidade de experimentar comidas diferentes. Gosta de conhecer pessoas novas, por mais que se considere tímido, é um bom ouvinte. Seu principal hobbie está relacionado à gastronomia, mesmo sabendo cozinhar, frequenta muitos restaurantes e bares, considera seu paladar refinado. Além da gastronomia, Renato se interessa por música, mas principalmente por filmes e animes. Amante da cultura alternativa, tem o Cyberpunk como subgênero favorito, isso ocorreu na adolescência após assistir à animação japonesa “Akira”.

A foto de Renato pode ser vista abaixo.

Figura 4 - Persona Renato



Fonte: (Autores, 2020)

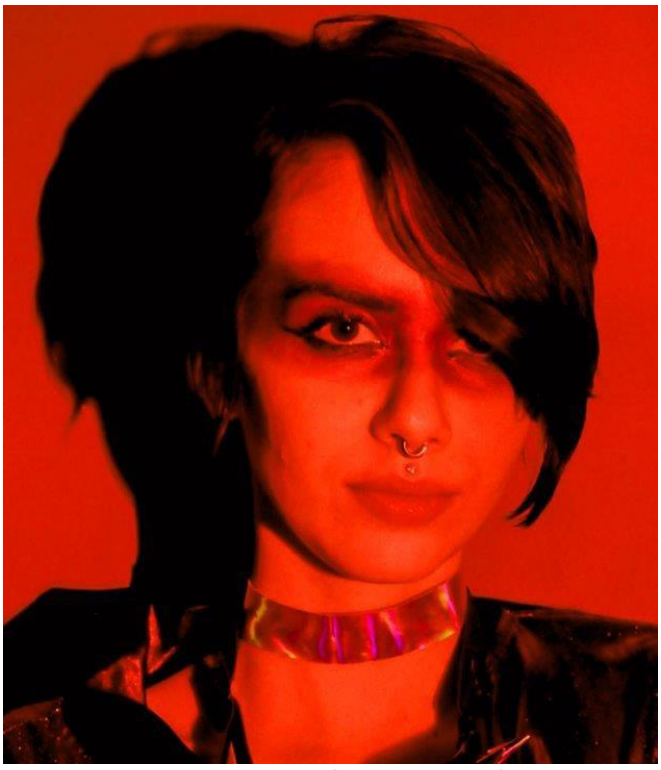
Lara, 23 anos, estudante de moda

O único medo de Lara é enfrentar seus pais, já que os mesmos nunca foram a favor da escolha de sua graduação. Ela possui vários planos para sua carreira, deseja revolucionar o mercado de vestidos de noivas, trazendo um design jamais

antes visto. Ela seria uma pessoa completa se tivesse o apoio dos pais. Lara é extremamente aberta, enxerga o mundo de uma forma positiva e carismática. Sonhadora, está sempre fazendo planos. Sua única preocupação, no momento, é decidir se terminará os estudos no Brasil ou na França. Pelo fato de seus pais sempre trabalharem muito, foi criada pela avó e, por conta disso, foi uma adolescente muito rebelde. Ela mantém o mesmo grupo de amigos desde o ensino médio e seu cotidiano é conciliado entre estudos e diversão. Foi durante a adolescência rebelde que conheceu o atual grupo de amigos que a apresentaram ao movimento alternativo, como sempre gostou de moda, customizava suas próprias roupas para que se pudesse se “diferenciar”. Mais tarde, atraída para o universo tecnológico, interessou-se pelo subgênero Cyberpunk. Assim, moda e tecnologia são seus assuntos favorito e a customização é um hobbie que mantém até hoje. Sua maior inspiração são os modelitos criados por Vivienne Westwood, sua estilista favorita.

A foto de Lara pode ser vista abaixo.

Figura 5 - Persona Lara



Fonte: (Autores, 2020)

De maneira geral, pode-se concluir que todas as personas definidas pertencem a uma classe privilegiada, sendo seus maiores medos relacionados ao fracasso profissional ou financeiro. Outra questão que também pode ser observada,

trata-se da busca pela aceitação por parte de algum familiar. Ademais, há o fator comum marcante de pertencimento que as quatro personas tiveram na adolescência; foi nessa fase da vida que todos entraram em contato com a cultura alternativa, mais especificamente o Cyberpunk, e definiram parte da sua personalidade, mantendo características advindas desse subgênero em seus cotidianos. Assim, é possível afirmar que todos buscam pela própria liberdade, mesmo com as inseguranças rotineiras.

4.3 Entrevista

A fim de obter respostas concretas para algumas questões, foi realizado um bate- papo com a Marli, de 19 anos, estudante de enfermagem e com a Marta, também com 19 anos, estudante pré-vestibular. Ambas se consideram integrantes ativas da cultura alternativa e relatam consumir diariamente as produções advindas dela. A transcrição da conversa pode ser lida abaixo.

Para esse texto, a fala de Marli será representada como M1, a de Marta como M2 e a da entrevistadora, Larissa como L.

L: Vocês acham a ideia da casa noturna temática viável?

M1: Sim, com certeza. Eu iria.

M2: Sim.

L: Aqui em Ribeirão, vocês acham que tem público para a casa noturna?

M1: Eu acho que tem e tem gente que não sabe o que, mas é curioso e acaba indo.

L: O nosso público-alvo vai dos 18 até os 30 anos. Vocês acham que é um público viável ou é muito abrangente?

M1: Eu acho viável, porque tem muita coisa do Cyberpunk que é mais antiga.

M2: É, verdade.

L: Em São Paulo, vocês acham que lá daria certo?

M2: (risos) Cem porcento!

L: Vocês conhecem alguma localização em São Paulo que seria melhor para a casa noturna?

M1: Localização não, porque eu não vou. Mas lá tem a Liberdade que é total Cyberpunk. M2: a Liberdade é o encontro de tribos lá.

M1: Mas não tem casa noturna lá, seria mais para fotos...

M2: Mas a cena alternativa é bem mais forte que aqui. Lá ‘pegaria’ mais.

L: Vocês acham que fazem parte da cultura alternativa?

M1: Não do Cyberpunk.

L: Como vocês entendem o Cyberpunk?

M2: Eu entendo o Cyberpunk como algo pós apocalíptico... das máquinas e 'tal'.

L: E por que vocês acham que as pessoas se conectam com o Cyberpunk?

M1: Porque querendo ou não, eu acho que é uma coisa muito provável de acontecer na nossa realidade e é algo que a gente vive.

L: Então é tipo o futuro?

M1: É tipo o futuro, não muito distante, bem próximo na verdade.

M2: Até porque o "De Volta para o Futuro" ...Sempre que pensam no futuro é a tecnologia que está envolvida, só que hoje se a gente prestar atenção no tanto que a tecnologia está no nosso presente, a gente está literalmente vivendo o futuro. Então, não é tão impossível.

L: Tem algo mais que queiram completar?

M2: Ah, eu acho que é uma 'parada' que envolve muita gente, não só quem 'tá' no meio alternativo, não é só visual.

M1: Igual eu... eu não sou Cyberpunk, mas eu já usava referências. Pelo menos no visual, a gente usa bastante.

L: E qual estilo alternativo vocês fazem parte?

M1: Eu faço parte do emo.

M2: (risos) De referência principal é o emo e o gótico. Eu prefiro mais o gótico, só que não é só roupa.

M1: É que na verdade tanto o gótico como o emo não 'é' só roupa, é música também.

L: O emo e o gótico são alternativos?

M1: É, são alternativos.

L: Então dentro da comunidade alternativa tem várias vertentes?

M2: Sim, várias vertentes.

M1: Dentro do gótico tem o cybergótico. Eu sei que o cybergótico não é gótico, mas está próximo (risos). E o Cyberpunk, eu acho que ele está mais próximo do gótico do que do emo.

L: Voltando a casa noturna, então vocês a frequentariam?

M1: Ah, com certeza!

L: E quais músicas vocês acham que tocariam?

M1: Eu não escuto música Cyberpunk, não sei o que é mesmo. O cybergoth eu escuto

mais, porque tem a ‘parada’ industrial e tal. Eu escuto algumas bandas industriais, só que eu não sei se tocaria.

M2: Ah, mas o cybergoth envolve o new wave, que é o gótico raiz (risos).

M1: É, tem o gótico raiz, que é assim... bandas bem tipo o Slipknot, eles têm pegada industrial. Mas eu escuto umas que tem aqueles barulhinhos de laser.

L: Dá um exemplo além do Slipknot.

Marli: Famosa?

L: Tanto faz (risos).

M1: Tem o Rammstein, que é industrial, é bem ‘pesadão’. Eu escuto uma banda que chama ‘Death Spells’, mas ela não é famosa. Tem o ‘Minding Less’, ‘Self Indusions’, eles têm aquele barulhinho de lazer, e se eu não me engano rock eletrônico é o nome do gênero deles.

M2: Ah, até o pop. Eu sou muito mais pro pop. O pop alternativo.

M1: Mas de verdade, pra música eu sou leiga. Eu me acho, porque eu não sei nome certinho, eu só escuto.

M2: Tem até uma cantora, que até hoje eu não saquei se ela é um robô ou se ela finge ser um robô, mas ela ‘ta’ bem assim nessa ‘pegada’.

M1: Tem também o álbum novo que lançou, ‘Chromatica’ da ‘Lady Gaga’. Tem total o estilo.

M2: Ah, outra coisa que eu achei muito louco sobre isso. Nos clipes dela, ela usa muito uma marca que é muito acessível para o visual alternativo. É uma marca e sapato, chama ‘Demonia’.

M1: Toda gótica tem uma ‘Demonia’. E ela tem um preço que é caro, mas não é impossível (risos). Mas eu achei isso muito legal, porque eu pensei “A Lady Gaga ‘ta’ usando um sapato que provavelmente eu vou ter”. Então é muito acessível, fez a gente pensar que “pode ser”, a gente pode ter um visual daquele.

M2: Ou um Harness.

M1: Exatamente. Eu gostei muito, eu ‘tô’ gostando muito, porque a cena alternativa ‘ta’ ficando mais vista. ‘Ta’ aparecendo até uns cantores estranhos (risos).

M2: É que antes não tinha isso.

L: É o que vocês falaram. Como é o futuro as pessoas automaticamente vão indo para aquilo.

M1: É isso mesmo.

L: Pra finalizar, o slogan que pensamos é “Experiência além do limite”. Com ele

a gente quis expressar que cada vez que você vai lá, a experiência é diferente, então você precisa aproveitar aquele dia ao máximo. Vocês acham que isso tem sentido?

Marta: Sim, eu até acho que lembra um pouco aquele negócio do apocalipse. Você nunca sabe qual será o último dia, então tem que curtir, porque amanhã pode não ter.

4.4 Referências Visuais

Primeiramente, antes de escolher as referências visuais para o projeto, foi preciso entender o significado e a origem da palavra Cyberpunk, dessa forma, segundo Gabriel Dantas do site Brasil Escola: “Cyberpunk, palavra originada a partir da cibernética, traz uma visão de universo underground da sociedade, ou seja, visão de contracultura, pois foge dos padrões impostos na intenção de obter novos espaços para expressão. É um gênero da ficção científica notado a partir de seu foco, baixo custo de vida e alta tecnologia”.

A partir da definição anteriormente apresentada, iniciaram-se buscas por referências visuais que pudessem trazer inspirações para o desenvolvimento da casa noturna. Assim, ajudaram a nortear o projeto as obras visuais ‘Neuromancer’, ‘Blade Runner’, ‘Matrix’, ‘Ghost in the Shell’, ‘Akira’ e ‘Love, Death and Robots’. Produções musicais, como ‘The Robots’ da banda Kraftwerk; ‘Shock To The System’ de Billy Idol; ‘Get Your Body Beat’ de Combichrist; ‘Timewave Zero’ de Grendel; ‘Wake up’ de Rage Against the Machine; e, por último, ‘Baby’s on Fire’ de Die Antwoord, foram também utilizadas como inspirações.

Um mosaico com as referência tanto musicais como visuais podem ser vistas a seguir.

Figura 6 - Referências musicais



Fonte: (Diversos, 2020)

Figura 7 - Referências produções visuais



Fonte: (Diversos, 2020)

Finalmente, buscou-se encontrar possíveis concorrentes na cidade sede. Ambientes como o Sputnik Bar, a Taverna Medieval e o Madame Underground Club, que se enquadram no comércio de casas noturnas temáticas, serviram igualmente como referência no que diz respeito ao processo de Benchmarking.

Mosaicos formados por imagens que caracterizam os ambientes utilizados como referência podem ser analisados logo abaixo, respectivamente Sputnik Bar, Taverna Medieval e Madame Underground Club.

Figura 8 - Rerência local - Sputnik Bar



Fonte: (Diversos, 2020)

Figura 9 - Referência local - Taverna Medieval



Fonte: (Diversos, 2020)

Figura 10 - Referência local - Madame Underground Club



Fonte: (Diversos, 2020)

4.5 Idealização das Zonas

Com o intuito de conectar-se mais ao projeto, rascunhou-se idealizações de layouts do ambiente. A partir das informações já coletadas nas etapas Briefing, Definição de Personas e Referências Visuais, foram arquitetados e divididos em Zonas: Zona de Alimentação (com lanches exclusivos), Zona Bar (com drinks exclusivos), Zona Imersiva (experiência imersiva com VR's), Zona shows e Zona Camarote. Todas as Zonas foram idealizadas tendo como intuito fazer com que os frequentadores saiam de suas rotinas e, segundo as definições das personas, como são pessoas que criaram uma relação com a temática ainda muito jovens, os ambientes transmitirão a sensação de bem-estar e, por vezes, nostalgia.

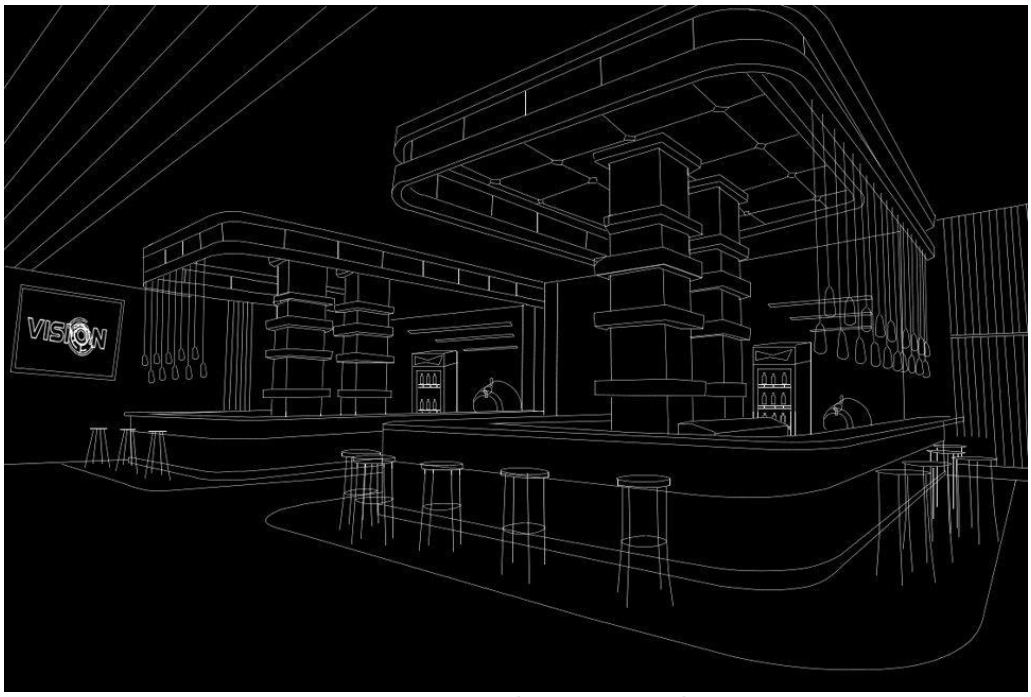
As idealizações esboçadas de forma tradicional ou digital podem ser analisadas a seguir.

Figura 11 - Zona Alimentação



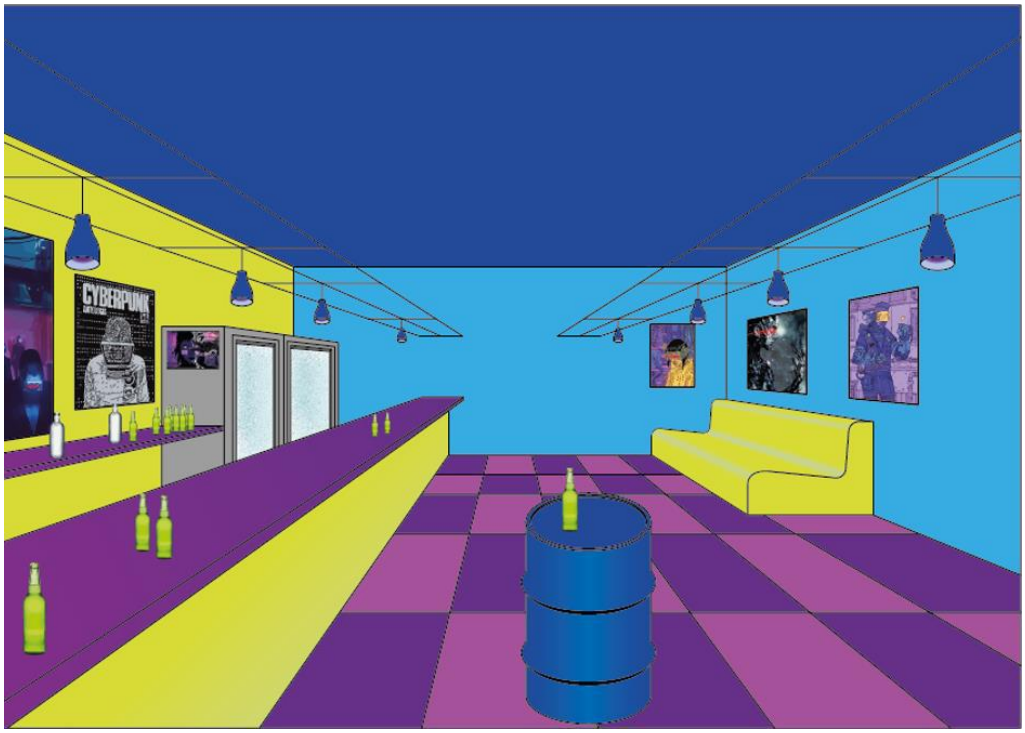
Fonte: (Autores, 2020)

Figura 12 - Idealização 1 - Zona Bar



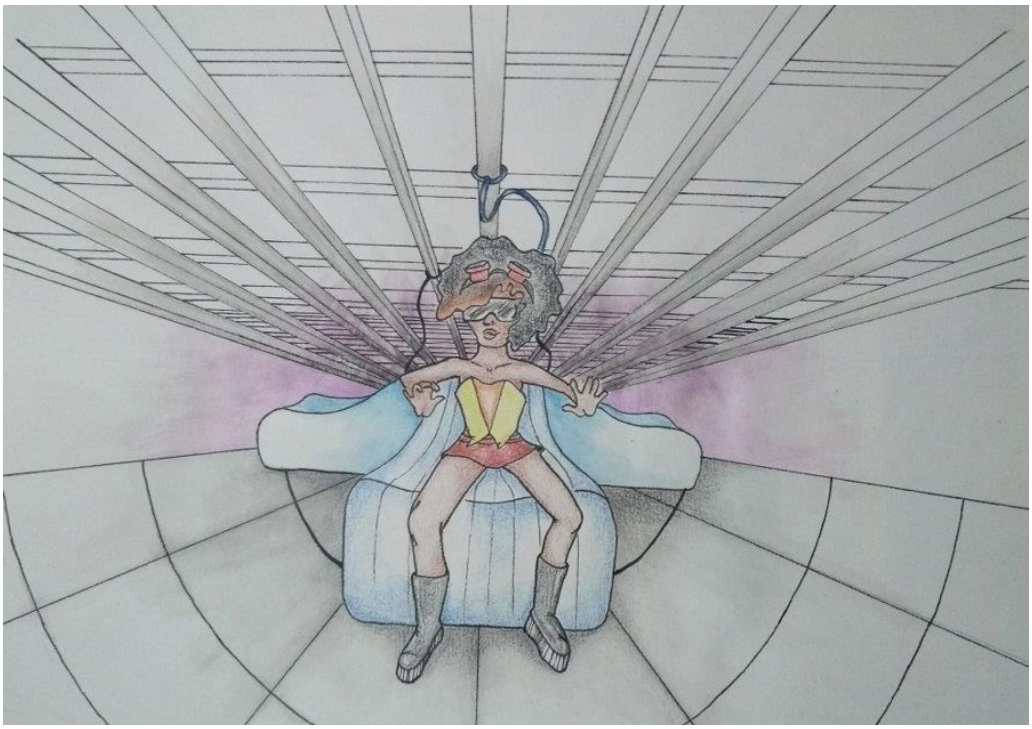
Fonte: (Autores, 2020)

Figura 13 - Idealização 2 - Zona Bar



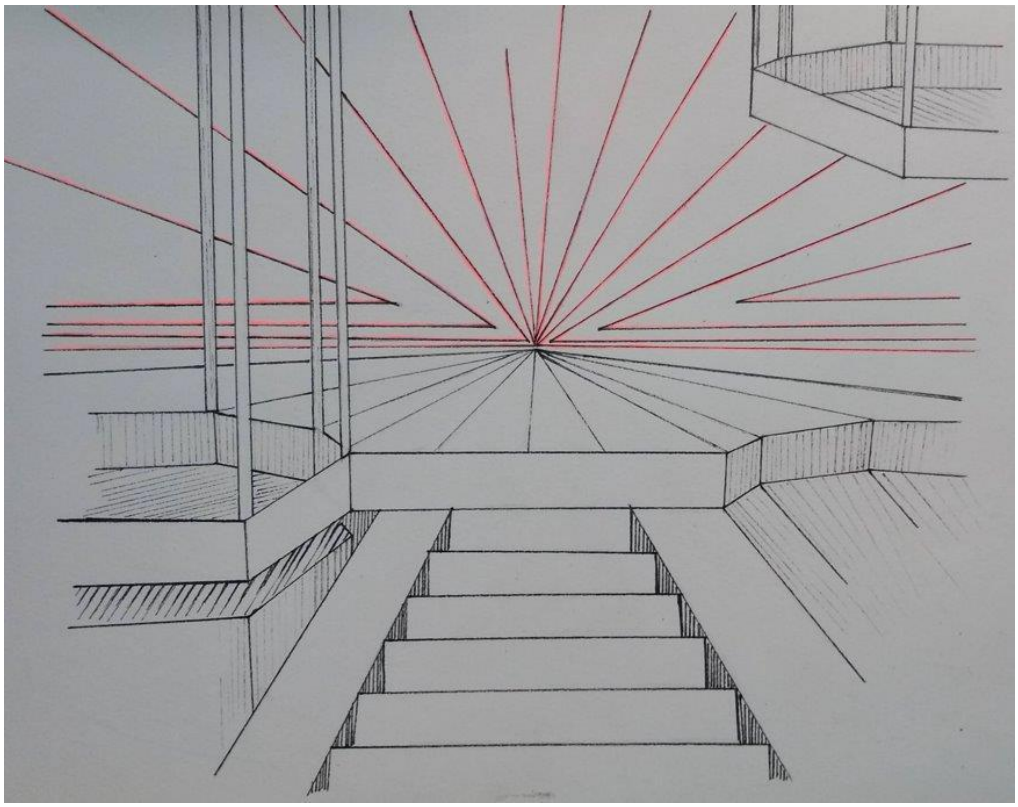
Fonte: (Autores, 2020)

Figura 14 - Zona Imersiva



Fonte: (Autores, 2020)

Figura 15 - Idealização 1 - Zona Shows



Fonte: (Autores, 2020)

Figura 16 - Idealização 2 - Zona Shows



Fonte: (Autores, 2020)

Figura 17 - Zona Camarote



Fonte: (Autores, 2020)

4.6 Identidade Visual

Após todos os estudos anteriormente realizados, foi possível definir a representação visual da casa noturna, que estará situada na cidade de São Paulo, possivelmente nos bairros Vila Madalena, Pinheiros, Vila Nova Conceição ou Jardins; todos caracterizados pela movimentada vida noturna. Os elementos definidos para a identidade visual são: Logotipo, Tipografia, Variações Cromáticas, Paleta de Cores e, por último, Aplicações.

O Logotipo é constituído pela palavra ‘Vision’ em caixa alta, sendo a letra ‘O’ substituída pela forma do olho biônico. De maneira mais específica, a palavra ‘Vision’ foi escrita a partir da fonte ‘Portico Outline’; o traçado que deixa amostra apenas a silhueta de cada letra, foi utilizado com o intuito de representar a experiência momentânea que será vivida naquele ambiente, algo tênue e passageiro e é exatamente por isso que deve ser vivido ao máximo, ao limite. Além disso, ‘Vision’ vem da ideia de visão, a qual cada pessoa terá uma forma de enxergar e viver o momento na casa noturna; a razão do seu emprego na língua inglesa dá-se por conta da sonoridade, que pode ser interpretada como um zumbido rápido, o que, ademais, vai de encontro à intenção descrita anteriormente: algo passageiro. Por último, o olho biônico, que representa a intersecção do homem com a tecnologia, ponto principal da estética Cyberpunk.

A seguir, é possível visualizar um mosaico com as referências utilizadas para a criação do logotipo, bem como as características abordadas anteriormente, como a tipografia, o elemento e, por último, o resultado final e as variações do mesmo.

Figura 18 - Referências logotipo



Fonte: (Diversos, 2020)

Figura 19 - Elemento Olho Biônico



Fonte: (Autores, 2020)

Figura 20 - Tipografia utilizada



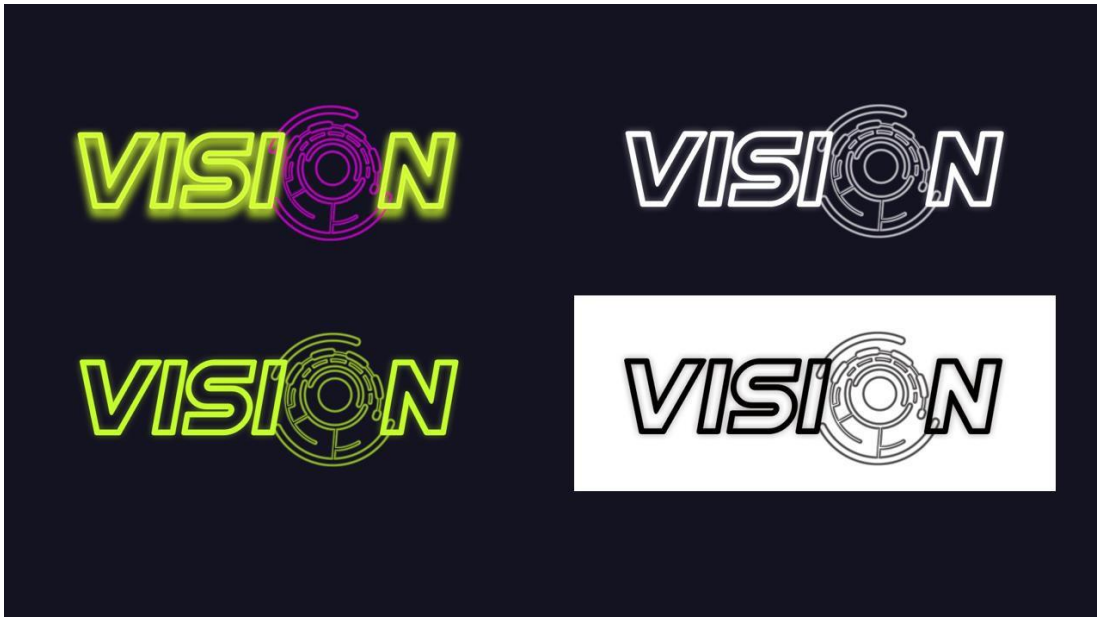
Fonte: (Autores, 2020)

Figura 21 - Logotipo da cada noturna



Fonte: (Autores, 2020)

Figura 22 - Variações do logotipo



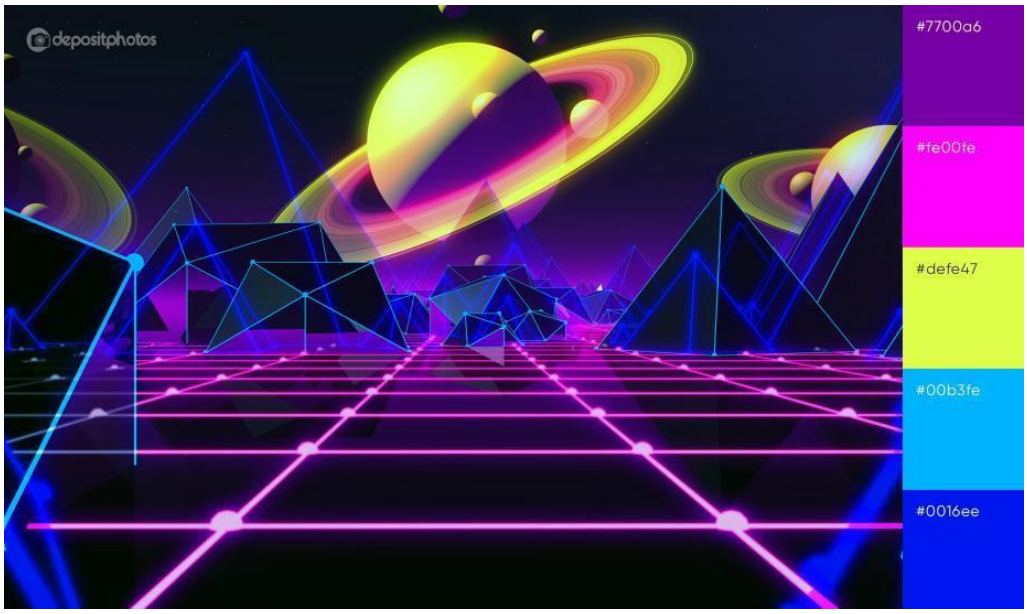
Fonte: (Autores, 2020)

4.6.1 Paleta de Cores

As cores selecionadas vão de acordo com a temática, além de terem sido projetadas para o ‘Relatório de Tendências Visuais do Depositphotos’, bem como descrito no blog por Maria Sibirtseva: “O slogan do relatório é “Pense à frente”, destaca o clima futurista das tendências que moldarão a indústria criativa em 2020. Entre as tendências mais impressionantes e elaboradas está a Distopia de Néon. Ele está fortemente ligado ao lançamento do jogo Cyberpunk 2077 em 17 de setembro e se espalhará muito além do mundo digital, influenciando artistas e designers em todo o mundo”. Sendo assim, foram selecionadas as cores #7700ab; #fe00fe; #defe47; #00b3fe; #0016ee.

Abaixo é possível analisar a paleta escolhida.

Figura 23 - Paleta de cores da casa noturna



Fonte: (Depositphotos, 2020)

4.6.2 Aplicações

Logo abaixo, é possível observar as peças criadas como apicação para a casa noturna Vision.

Figura 24 - Estampa com o logotipo da casa noturna



Fonte: (Autores, 2020)

Figura 25 - Pôster da casa noturna com slogan



Fonte: (Autores, 2020)

Figura 26 - Cardápio de drinks exclusivos da Zona Bar



Fonte: (Autores, 2020)

Figura 27 - Cardápio de lanches exclusivos da Zona Alimentação



Fonte: (Autores, 2020)

Figura 28 - Copo da casa noturna



Fonte: (Autores, 2020)

Figura 29 - Cartão da casa noturna



Fonte: (Autores, 2020)

Figura 30 - Exemplo de post para Instagram



Fonte: (Autores, 2020)

Figura 31 - Exemplo de post para Facebook



Fonte: (Autores, 2020)

5 CONCLUSÃO

Conforme fora visto ao longo do trabalho, o projeto de identidade visual da casa noturna temática ‘Vision’ foi bem sucessido no que diz respeito à captar a essência que se desejava passar com a temática CyberPunk, de modo a fazer com que o público-alvo se identificasse. De maneira geral, mesmo no atual período que vivemos, o projeto se torna inviável, principalmente por conta dos fatores atuais, que incluem o desejo da volta das relações sociais de forma presencial e a temática empregada na casa, seu diferencial.

REFERÊNCIAS

ARQUÉTIPOS: o que são e como usar na sua marca para engajar pessoas. o que são e como usar na sua marca para engajar pessoas. 2021. Disponível em: https://www.friendsmarketingdigital.com.br/post/arquetipos. Acesso em: 01 abr. 2020.

BARBOSA, Thercyo. **Estilo cyberpunk**. 2016. Disponível em: https://medium.com/tend%C3%AAncias-digitais/estilo-visual-do-universo-cyberpunk-552860530bbf. Acesso em: 01 abr. 2020.

DESCUBRA o que é buyer persona e passo a passo para criar as suas. Disponível em: https://rockcontent.com/br/blog/personas/. Acesso em: 01 abr. 2020.

FREIRIA, Nelson. **A Música Cyberpunk**. 2016. Disponível em: https://cyberculturabr.wordpress.com/2016/01/16/a-musica-cyberpunk/. Acesso em: 01 abr. 2020.

MACHADO, Carol. **Indústria do Entretenimento**: qual é o futuro desse ramo pós-pandemia?. Qual é o Futuro desse Ramo Pós- pandemia?. 2020. Disponível em: https://ricmais.com.br/arte-e-cultura/industria-do-entretenimento-qual-e-o-futuro-pos-pandemia/. Acesso em: 09 jul. 2020.

RODRIGUES, Ed. **Reimagnando o Design Gráfico Através de um Prisma de Cyberpunk, Brutalismo e Steampunk**. Disponível em: https://edrodrigues.com.br/blog/reimaginando-o-design-grafico-atraves-de-um-prisma-de-cyberpunk-brutalismo-e-steampunk/. Acesso em: 01 abr. 2020.

SIBIRTSEVA, Maria. **15 Paletas de Cores Cyberpunk para Design Distópicos**. 2020. Disponível em: https://blog.depositphotos.com/br/paletas-de-cores-cyberpunk.html. Acesso em: 01 abr. 2020.

APÊNDICE A - FOTOS DO PÚBLICO-ALVO ‘BIANCA’ E ‘BÁRBARA’ PRODUZIDAS PELOS AUTORES

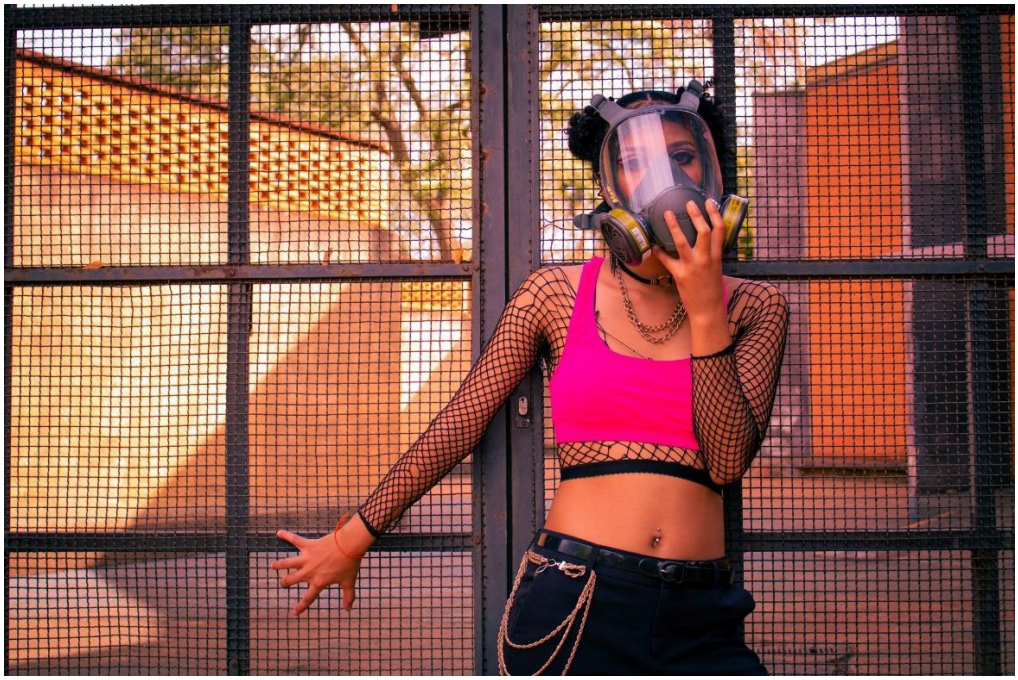




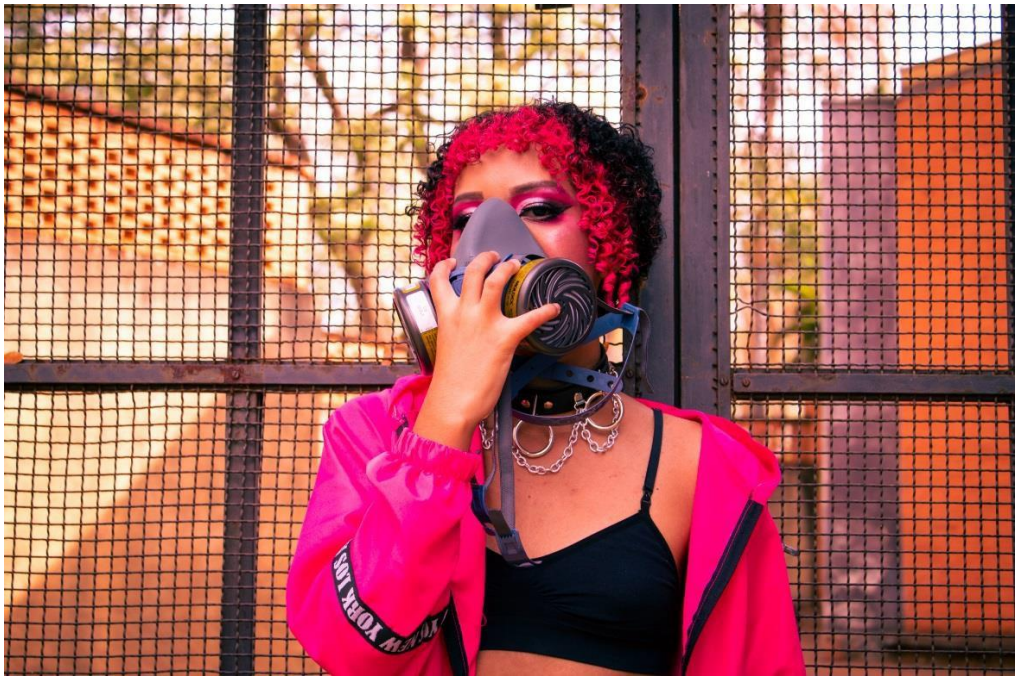


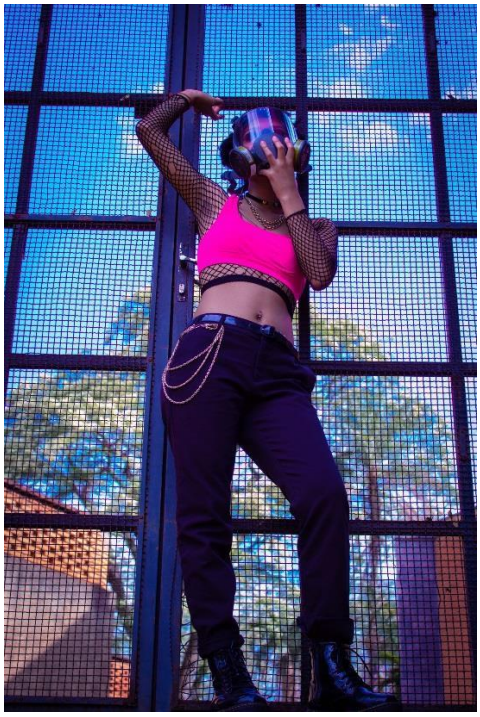


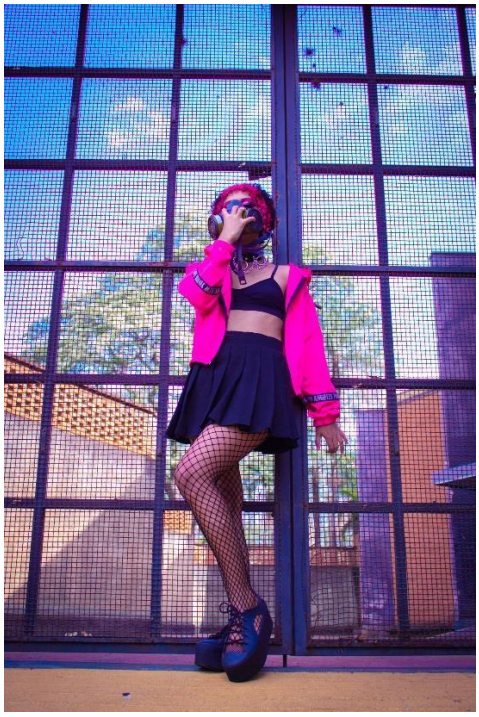






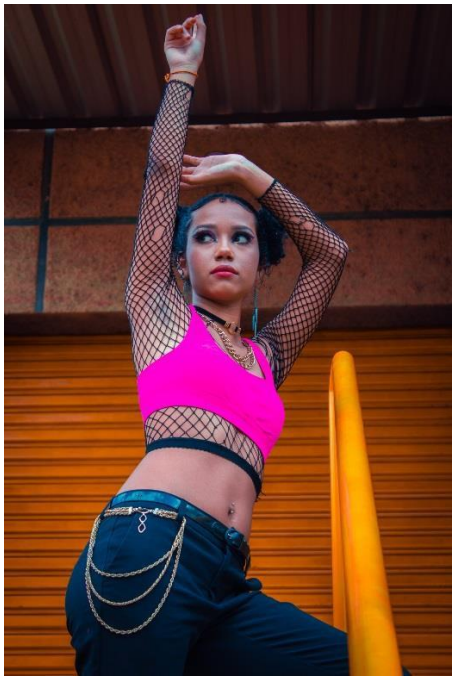


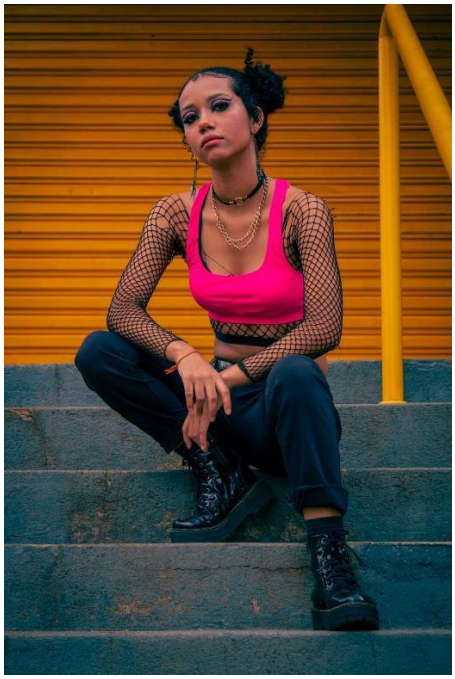




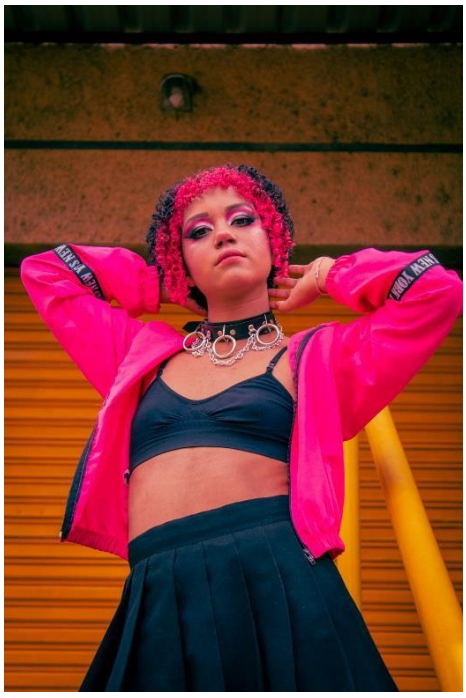






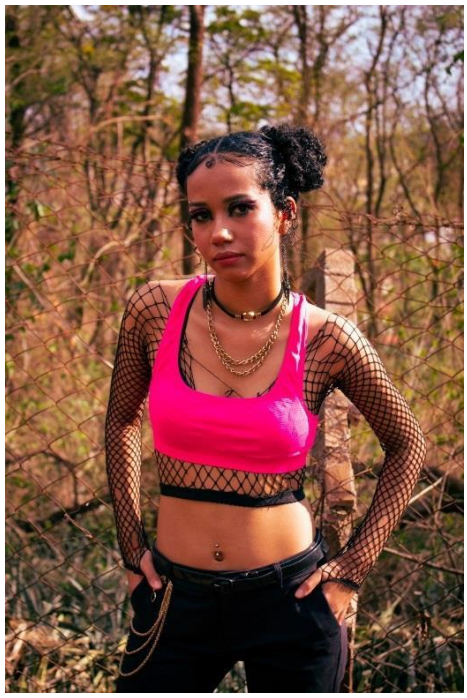


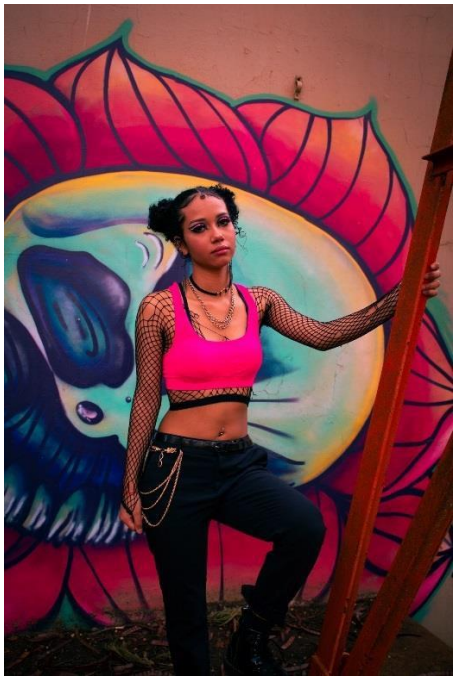






















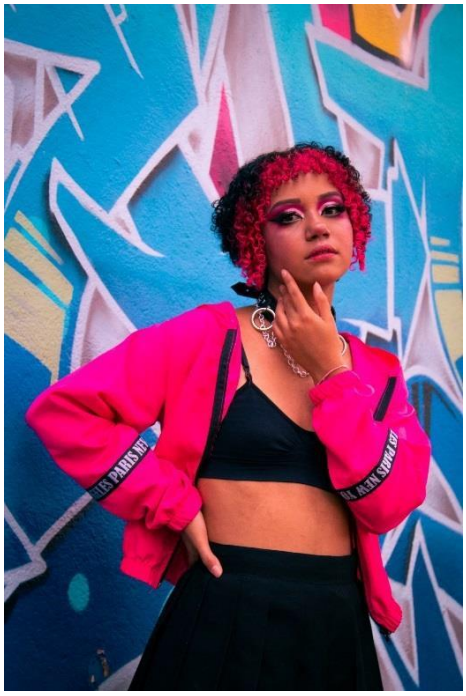










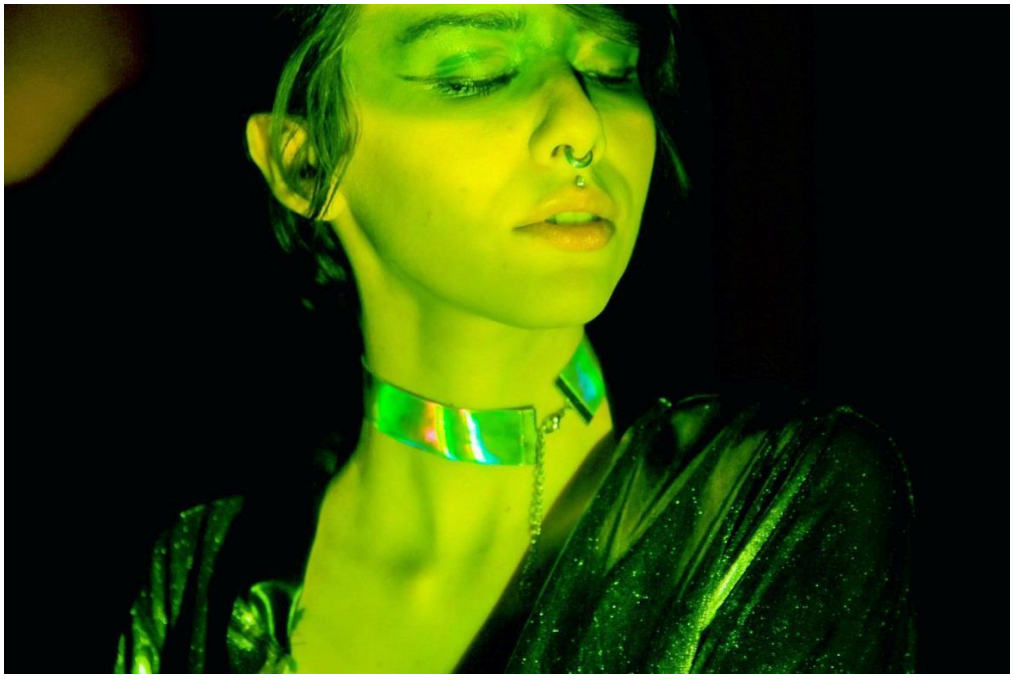




APÊNDICE B - FOTOS DO PÚBLICO-ALVO ‘LARA’ E ‘RENATO’ PRODUZIDAS PELOS AUTORES

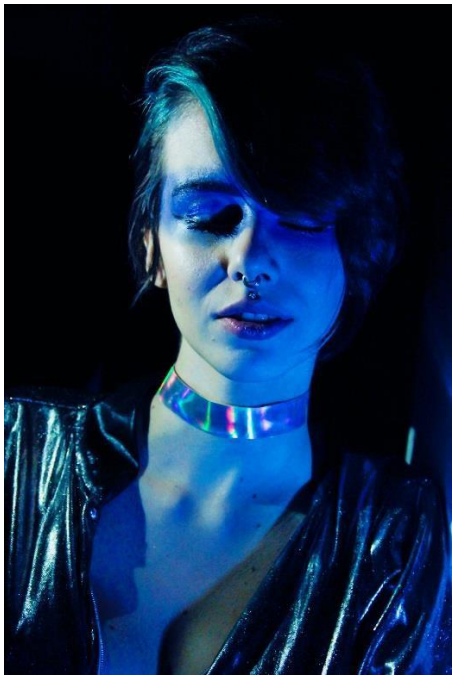


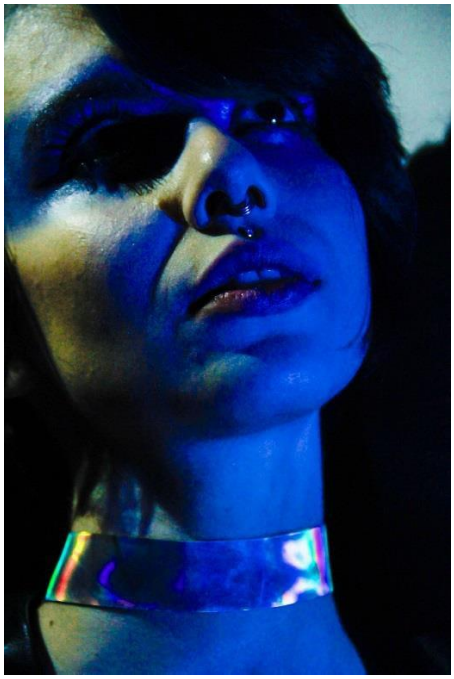


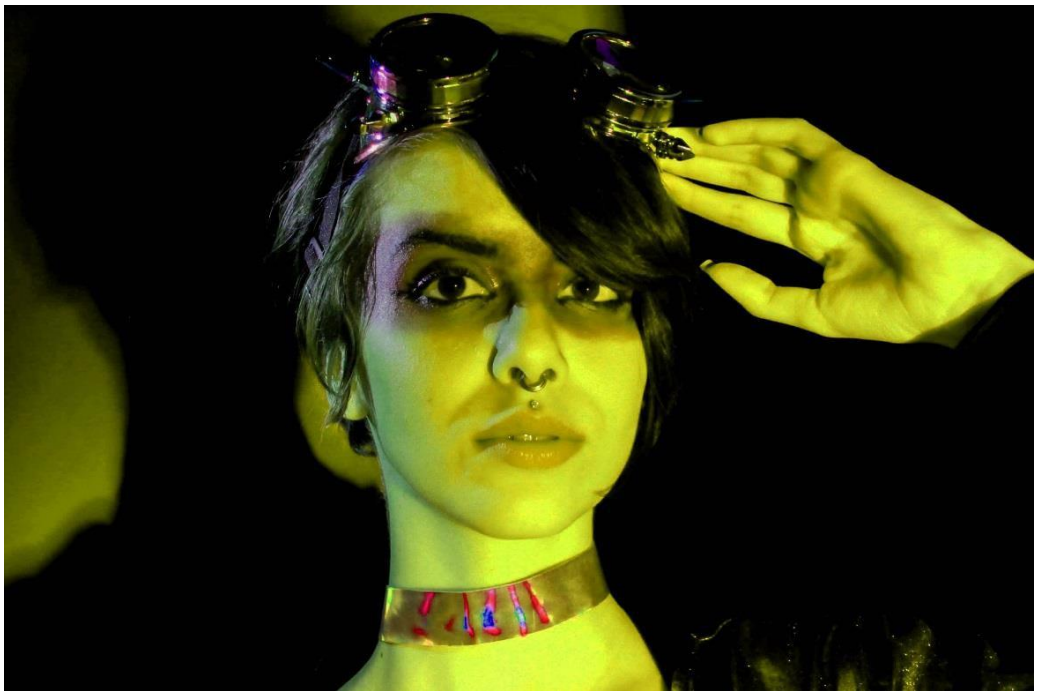






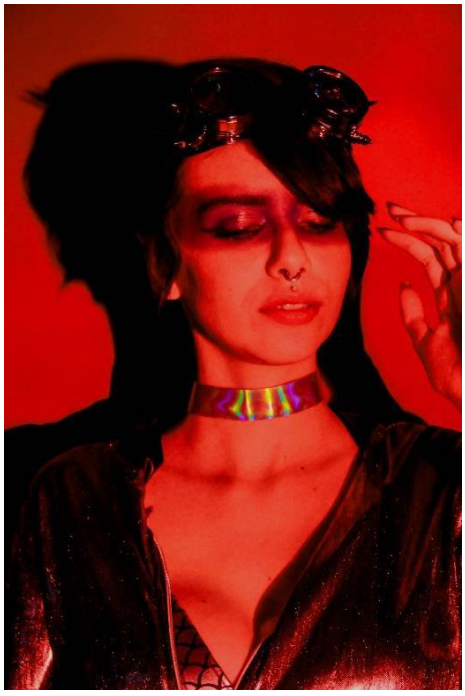


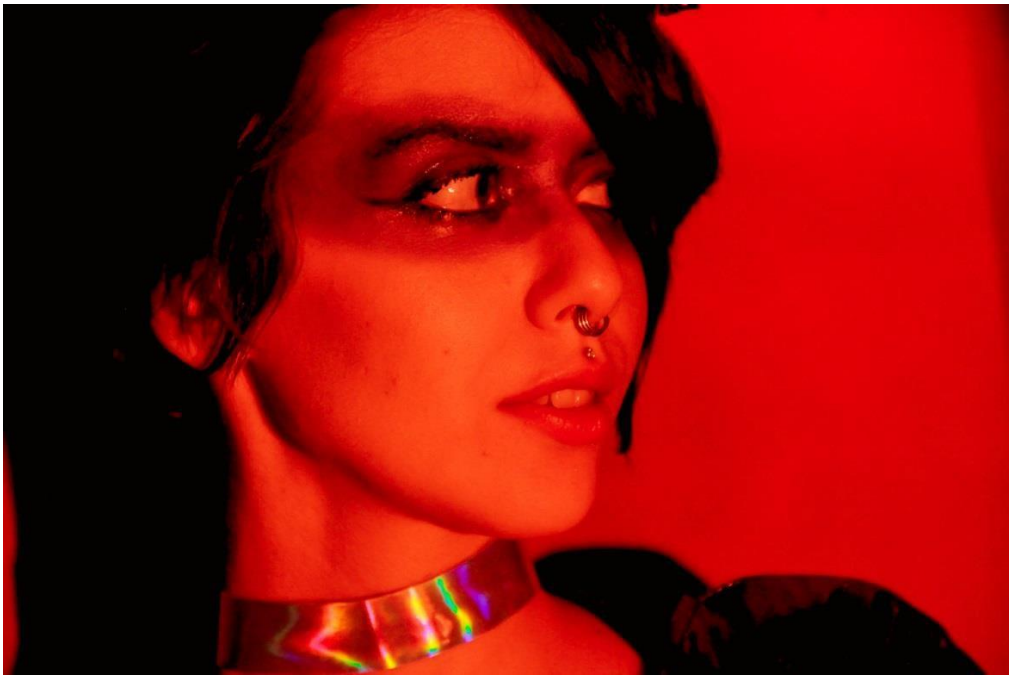


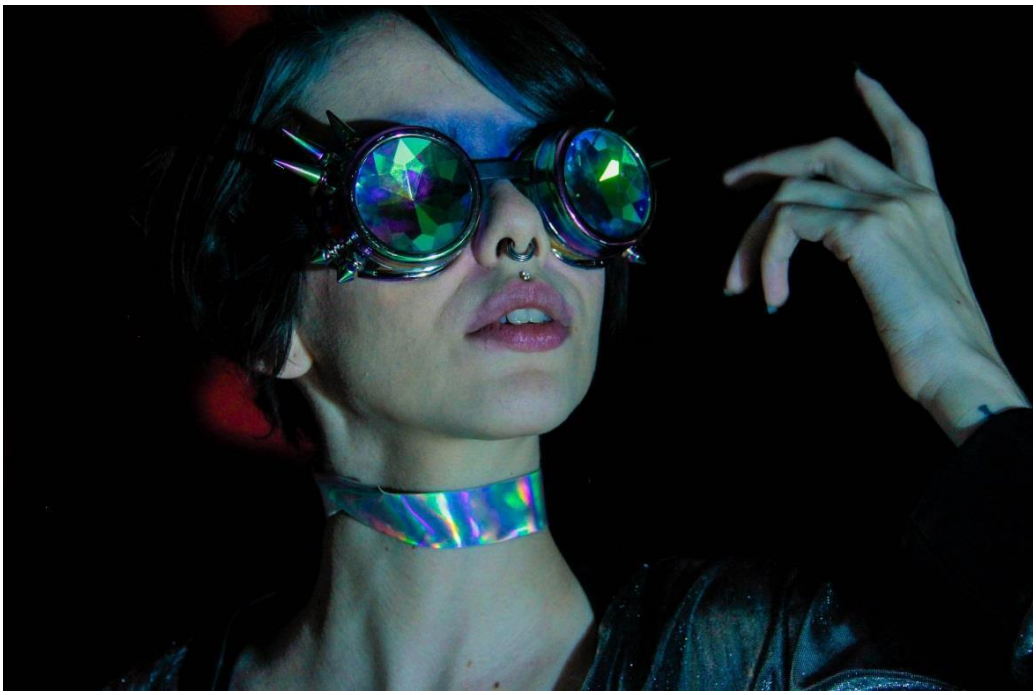


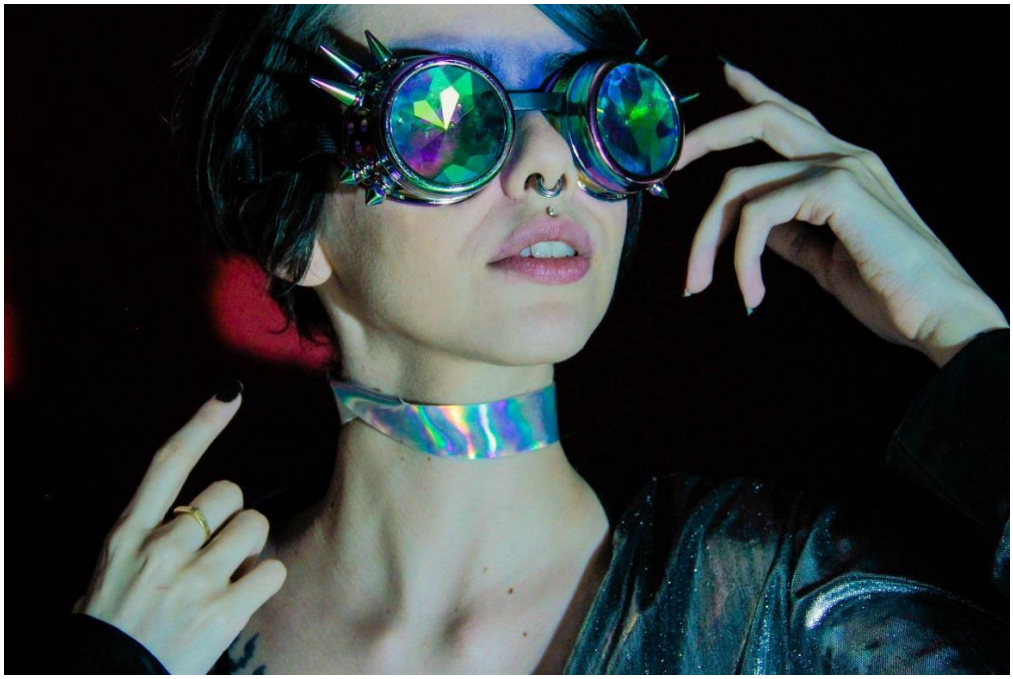




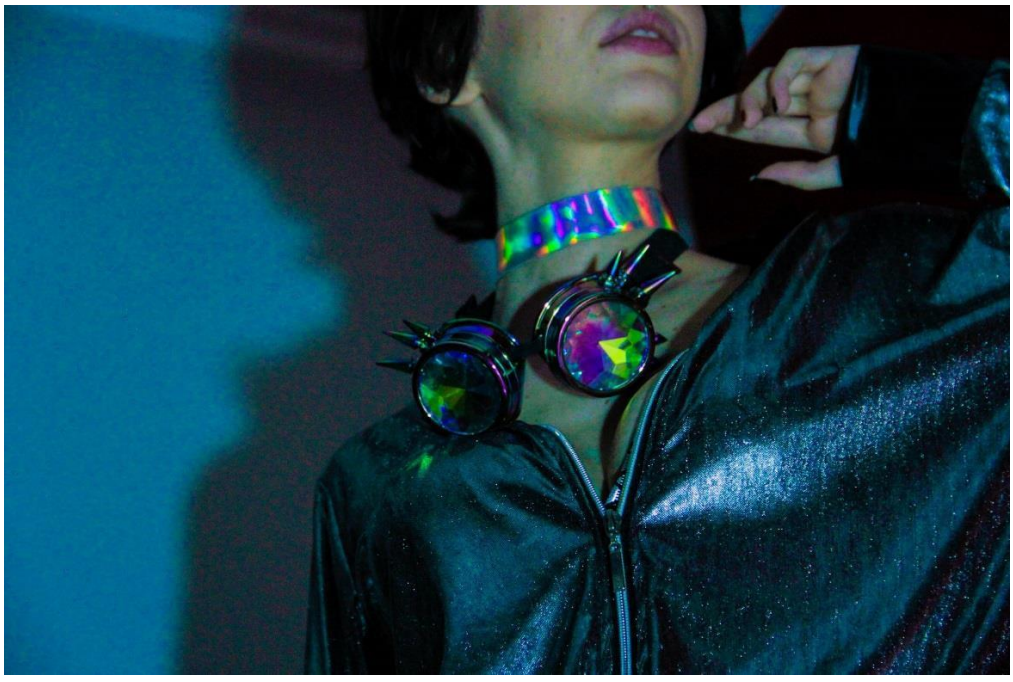


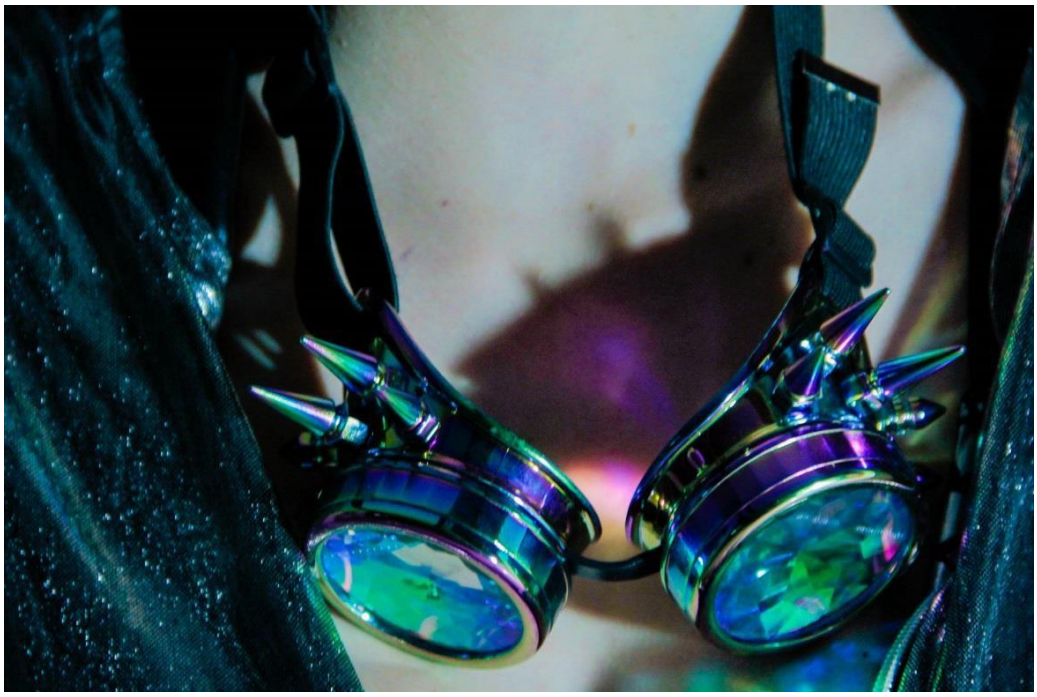




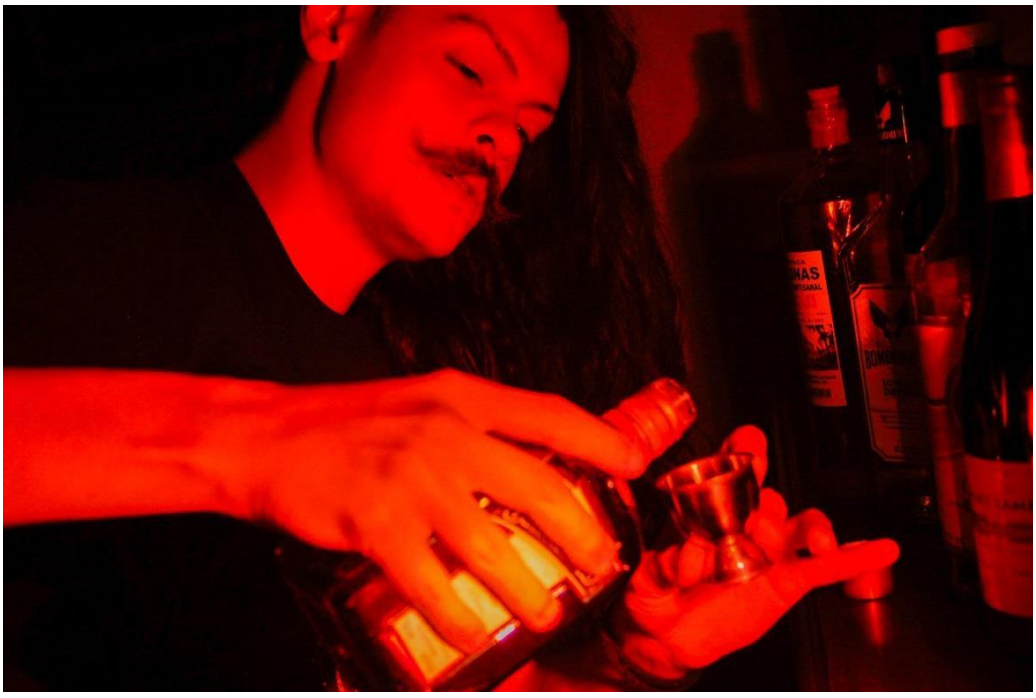


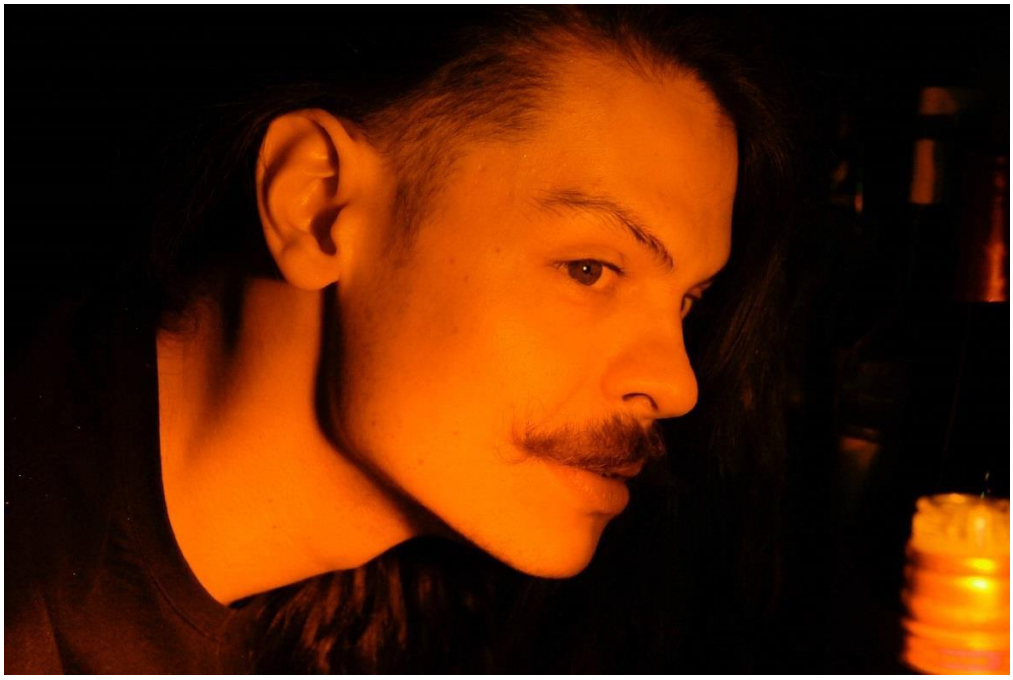






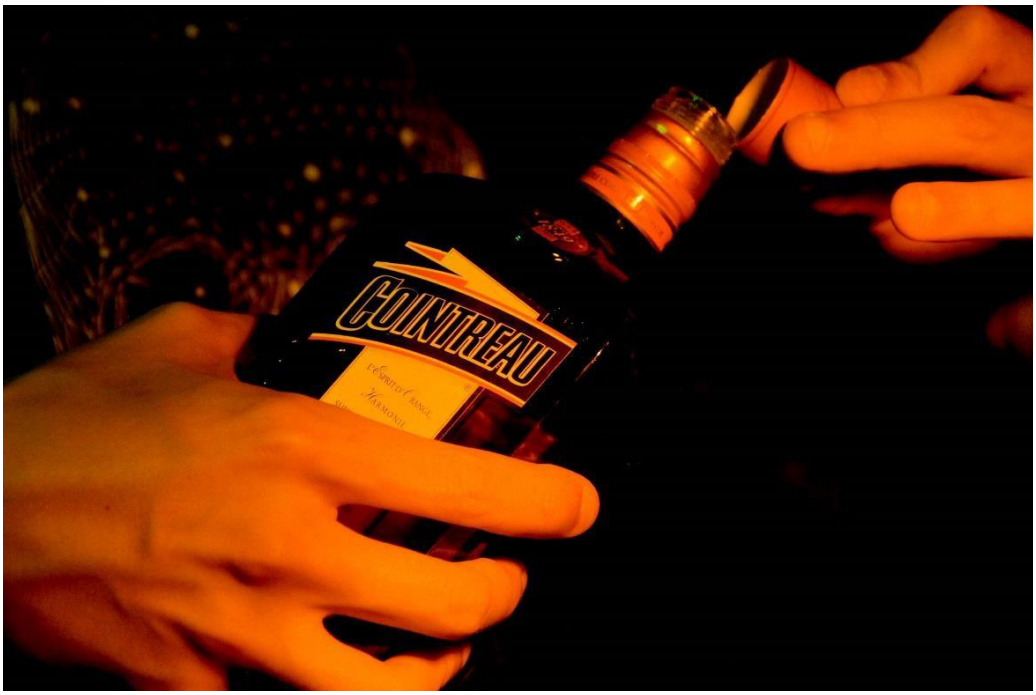











COINTREAU

