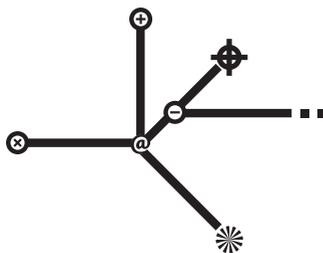


Livro de Resumos

Abstract Book



Desafios conceptuais para o **Design** e a **Produção Gráfica**

*Conceptual Challenges
for **Design** and **Graphic Printing***

*Desafíos Conceptuales para el
Diseño y **Producción Gráfica***

2.^a Conferência Internacional
em Design e Artes Gráficas

*2nd International Conference
in Design and Graphic Arts*

*2ª Conferencia Internacional
sobre Diseño y Artes Gráficas*

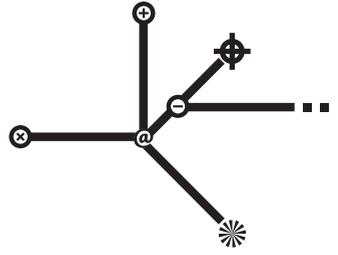


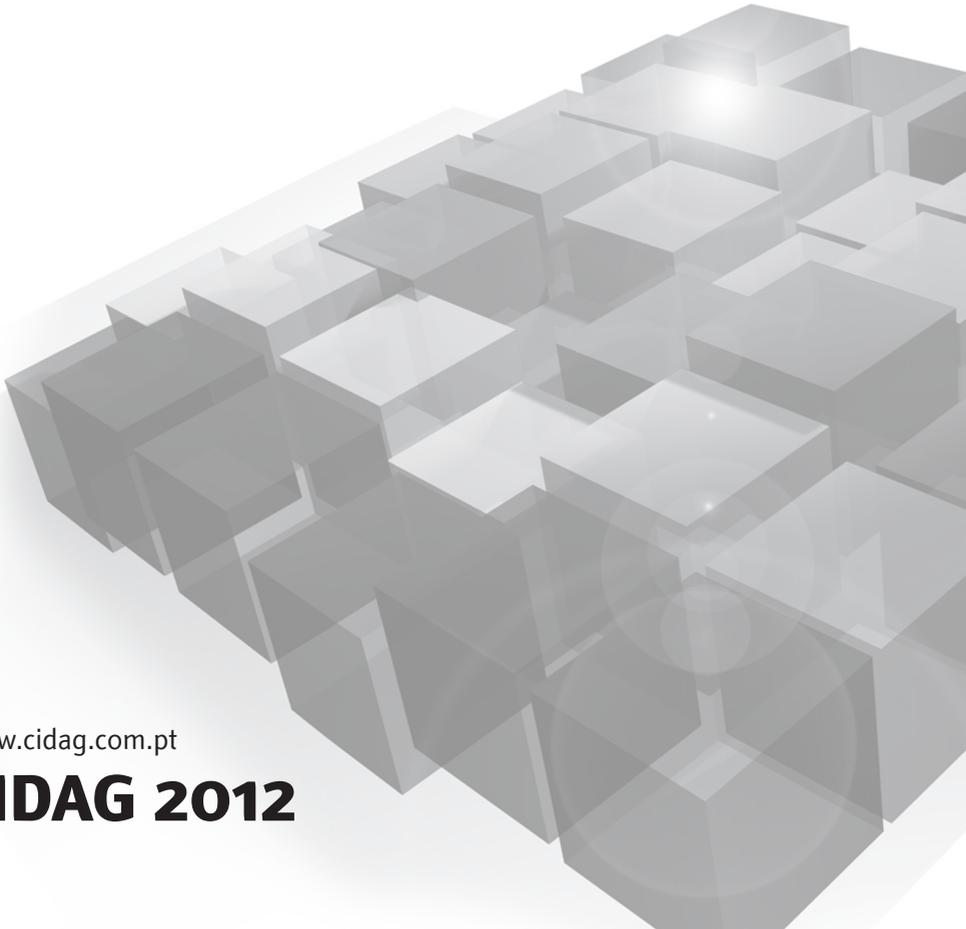
Instituto Superior de Educação e Ciências

ipt



Instituto Politécnico de Tomar



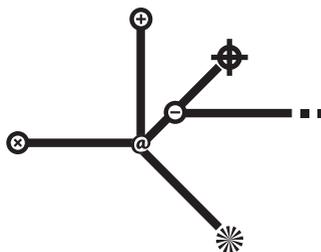


www.cidag.com.pt

CIDAG 2012

Livro de Resumos

Abstract Book



Desafios conceptuais
para o **Design**
e a **Produção Gráfica**

*Conceptual Challenges
for **Design** and **Graphic Printing***

*Desafíos Conceptuales para el
Diseño y **Producción Gráfica***

2.^a Conferência Internacional
em Design e Artes Gráficas

*2nd International Conference
in Design and Graphic Arts*

*2.^a Conferencia Internacional
sobre Diseño y Artes Gráficas*



Instituto Superior de Educação e Ciências

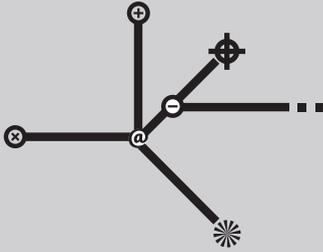
ipt



Instituto Politécnico de Tomar



CIDAG 2012



Nota Introdutória

Introduction Note

Nota introdutória



2.ª Conferência Internacional em Design e Artes Gráficas Desafios Conceptuais para o Design e a Produção Gráfica

Dando continuidade ao projeto iniciado em 2010, O ISEC – Instituto Superior de Educação e Ciências e o IPT – Instituto Politécnico de Tomar, duas Instituições de Ensino Superior de referência no domínio do Design e da Tecnologia Gráfica, organizam a **2.ª Conferência Internacional em Design e Artes Gráficas – Desafios Conceptuais para o Design e a Produção Gráfica**, em Tomar. Cidade não só conhecida pelos seus monumentos fabulosos, entre os quais se destaca o Convento de Cristo, Património Mundial da Humanidade, mas também pelas suas potencialidades turísticas, pois proporciona a visita a inúmeras edificações históricas e passeios pelos frondosos e frescos jardins, ao longo do rio Nabão.

O evento tem lugar de 24 a 26 de Outubro de 2012 e conta com a presença dos mais reputados especialistas de Empresas, de Universidades e Escolas Superiores, de Institutos de I&D, a nível nacional e internacional, que desenvolvem a sua atividade em áreas associadas ao *Design* e à *Produção Gráfica*, usando e desenvolvendo tecnologias de ponta para a produção de novos materiais, novos equipamentos, *software* e ferramentas informáticas e inovando nas metodologias de conceção e comunicação.

A Conferência organiza-se em Comunicações Plenárias, Convidadas, Oraís e em Poster, distribuídas por 4 grandes temas:

- Design
- Produção Gráfica
- Multimédia
- Áreas de Fronteira

Os conferencistas encontram-se entre os especialistas de maior relevo a nível mundial e irão apresentar os resultados mais recentes e inovadores relativos ao desenvolvimento e estado da arte nas áreas referidas.

Para a comissão científica foram convidadas individualidades dos meios cultural, empresarial e científico de renome nacional e internacional.

A Comissão Organizadora gostaria de expressar os mais sinceros agradecimentos aos parceiros e patrocinadores pelo seu apoio e a todas as pessoas que, voluntariamente, servindo nas várias comissões, tornaram possível a realização desta Conferência. Uma menção especial também para os Conferencistas Convidados e restantes Autores pela inegável qualidade científica das suas contribuições.

Face à relevância das áreas envolvidas e dos conferencistas convidados estamos certos que o evento contribuirá de forma significativa para a promoção do Ensino e da Investigação nos campos do Design e da Produção Gráfica, incentivando a inclusão dos saberes associados a tecnologias de ponta e de áreas emergentes nos *curricula* dos cursos superiores associados a estes domínios.

É com enorme prazer que vos convidamos e acolhemos em Tomar, desejando uma excelente conferência e uma agradável estadia!

2nd International Conference in Design and Graphic Arts Conceptual Challenges for Design and Graphic Printing

*Giving continuity to the project that started in 2010, ISEC – Instituto Superior de Educação e Ciências and IPT – Instituto Politécnico de Tomar, two Portuguese Higher Education Institutions of reference in the area of Design and Graphic Technologies, cordially invite you to attend the **2nd International Conference in Design and Graphic Arts – Conceptual Challenges for Design and Graphic Printing**, which will take place in Tomar, known not only for its fabulous monuments of which stands the Convent of Christ, a World Heritage site, but also for its tourist potential which provides the visit of several historic buildings, walks by his fresh and leafy gardens along the Nabão river. This event will be held on 24-26 October 2010 and will bring together experts from Companies, Universities and R&D Institutions at both national and international level, who develop their activities in areas related to Design and Graphic Printing through making use of, and developing, modern technologies for the production of new materials, new equipment, software and informatics tools, as well as innovative methodologies of conception and communication.*

Plenary Lectures, Invited Lectures and Oral Communications, as well as poster presentations, will fall under 4 main topic areas:

- *Design*
- *Graphic Printing*
- *Multimedia*
- *Borderline Areas*

The speakers, who are among the most prominent experts worldwide, will focus on the most recent developments and state of the art of the topic areas.

The Scientific Committee includes personalities of national and international reputation from cultural, business and scientific sectors.

The Organizing Committee would like to express the most sincere thanks to the partners and sponsors for their support and to all persons who voluntarily served on various committees making this Conference possible. A special mention is due to the Invited Speakers and other Authors for the undeniable quality of their contributions.

Given the relevance of the involved areas and of the guest lecturers we are certain that the event will contribute significantly to the promotion of Education and Research in the fields of Design and Graphic Printing, encouraging the inclusion of the knowledge associated with high technology and emerging areas in the curricula of higher education courses related to these domains.

It is our pleasure to welcome you to Tomar and to wish you an excellent Conference and a pleasant stay!

The Organizing Committee

2ª Conferencia Internacional sobre Diseño y Artes Gráficas **Desafíos conceptuales para el Diseño y la Producción Gráfica**

Continuando con el proyecto iniciado en 2010, ISEC - Instituto de Educación y Ciencia y IPT - Instituto Politécnico de Tomar, dos institutos de referencia en el campo del diseño gráfico y la Tecnología, organizan **la segunda Conferencia Internacional sobre Diseño y Artes Gráficas - Desafíos conceptuales para el Diseño y la Producción Gráfica**, que se celebrará en Tomar, ciudad conocida no sólo por sus fabulosos monumentos de los cuales se destaca el Convento de Cristo, Patrimonio de la Humanidad, sino también por su potencial turístico que ofrece al visitante numerosos edificios históricos, paseos por sus jardines frescos y frondosos a lo largo del río Nabão.

El evento se lleva a cabo el 24 a 26 de octubre 2012 y cuenta con la presencia de expertos reputados en Empresas, Universidades y Colegios, Institutos de investigación y desarrollo, nacionales e internacionales, que desarrollan su actividad en áreas asociadas con el Diseño y la Producción Gráfica, desarrollo y utilización de tecnologías de vanguardia para la producción de nuevos materiales, nuevos equipos, software y herramientas informáticas y innovando en metodologías de concepción y comunicación.

La Conferencia está organizada en Comunicaciones Plenarias, Comunicaciones de Invitados, Comunicaciones orales y en Posters, distribuidos en 4 temas principales:

- Diseño
- Producción Gráfica
- Multimedia
- Áreas de Frontera

Los conferencistas se encuentran entre los más destacados especialistas de todo el mundo y presentarán los resultados más recientes y el estado del arte en estas áreas. Para el comité científico se invitaron personas de gran reputación en el medio cultural, empresarial y científico, de nivel nacional e internacional.

El Comité Organizador desea expresar un sincero agradecimiento a los patrocinadores y colaboradores por su apoyo ya todas las personas que voluntariamente han servido en varios comités, hicieron posible la realización de esta Conferencia. Una mención especial también para los restantes oradores invitados y de los autores de indiscutible calidad científica por sus aportaciones.

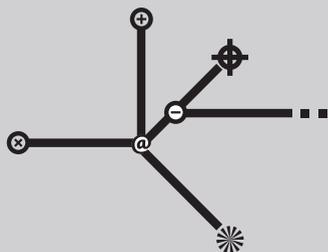
Dada la importancia de las áreas involucradas y oradores invitados estamos seguros de que el evento contribuirá significativamente a la promoción de la educación y investigación en los campos del diseño y de producción gráfica, fomentando la inclusión de los conocimientos relacionados con las tecnologías avanzadas y nuevas esferas en los planes curriculares de los cursos universitarios relacionadas con estas áreas.

Por lo tanto, es con gran placer que lo invitamos y damos la bienvenida en Tomar, deseando una excelente conferencia y una estancia agradable!

El Comité Organizador



CIDAG 2012



Comissões

Committees

Comités



Comissão Científica | *Scientific Committee* | *Comité científico*

Aguinaldo dos Santos | Univ. Federal do Paraná

Ana Margarida Ferreira | IADE

Anayath Rajendrakumar | Heidelberg Academy India

Aurelindo Jaime Ceia | ISEC

Cristina Caramelo Gomes | Univ. Lusíada

Edna Cunha Lima | Univ. Estadual do Rio de Janeiro

Eduardo Herrera | UPV-EHU

Fernando Moreira da Silva | FAUTL

Jorge Manuel dos Reis | FBAUL

José Brandão | FAUTL

José Carlos Plácido da Silva | UNESP

José Manuel Bártolo | ESAD - Matosinhos

Leire Fernández Inurritegui | UPV-EHU

Lucy Carlinda Niemeyer | Univ. Rio Janeiro

Luis Paschoarelli | UNESP

Manoel Manteigas de Oliveira | SENAI

Margarida Fragoso | FAUTL

Maria da Graça Carvalho | IP Lisboa

Maria Helena Barbosa | Univ. de Aveiro

Maria João Gamito | FBAUL

Marina Estela Graça | Univ. do Algarve

Mário Moura | FBAUP

Mónica Mendes | FBAUL

Paula Trigueiros | IADE

Rafael Pozo | ELISAVA

Raúl Cunca | FBAUL

Ricard Casals | RCC

Rita Almendra | FAUTL

Robert Chung | RIT

Roberto Alcarria | Univ. Estadual de São Paulo

Sheila Pontis

Tiago Navarro | Univ. Évora

Vasco Afonso da Silva Branco | Univ. Aveiro

Victor Almeida | FBAUL

Wolfgang Faigle | Stuttgart Media University

Comissão Organizadora | *Organizing Committee* | *Comité organizador*

Célia Barreto (IPT)
Cristina Ventura (ISEC)
Isabel Ferreira (IPT)
Isabel Monteiro (IPT)
Miguel Sanches (IPT)
Paulo Alcobia (ISEC)
Pedro Oliveira (ISEC)

Webmaster

Cátia São Pedro

Voluntários | *Volunteers* | *Voluntarios*

Adriana Gaspar
Bárbara Lopes
Diana Lopes
Diana Teixeira
Fábio Almeida
Patrícia Ramalho
Patrícia Santos
Raquel Bruno
Rute Marques
Sara Albuquerque
Tiago Almeida
Wilson Pires

Oradores Convidados | Guest speakers | Oradores invitados



Norberto Chaves

Autor dos livros: “La Imagen Corporativa”; “El Oficio de Diseñar: Propuestas a la Conciencia Critica de Los Que Comienzan” (2001); “El Diseño Invisible”; “La Imagen Corporativa”. E co-autor dos livros: “La Marca Corporativa/in the Way of Symbolization”; e “Diseno y Comunicacion: Teorias y Enfoques Criticos”. Leccionou na Escola de Design ETNA, em Barcelona e na Faculdade de Arquitectura Design e Urbanismo da Univ. Buenos Aires. É sócio fundador da empresa I+C Consultores.

Author of the books: “La Imagen Corporativa”; “El Oficio de Diseñar: Propuestas a la Conciencia Critica de Los Que Comienzan” (2001); “El Diseño Invisible”; “La Imagen Corporativa”. And co-author of: “La Marca Corporativa/in the Way of Symbolization”; e “Diseno y Comunicacion”. He taught at the School of Design ETNA, in Barcelona, and at the Faculty of Architecture and Urban Design of Buenos Aires University. He is also a founding partner of the company I + C Consultants.



Ellen Lupton

Escritora, curadora e designer gráfica. Directora do programa de Design Gráfico MFA no Maryland Institute College of Art (MICA) em Baltimore, onde também dirige o Centro “Design Thinking”. Enquanto curadora de design contemporâneo no Cooper-Hewitt, National Design Museum desde 1992, produziu inúmeras exposições e livros sobre Design Gráfico e Cultura Contemporânea (1996), Cartas do Avant-Garde (1996), Skin: Surface, Substance + Design (2002), e as séries National Design Triennial.

Writer, curator, and graphic designer. She is director of the Graphic Design MFA program at Maryland Institute College of Art (MICA) in Baltimore, where she also serves as director of the Center for Design Thinking. As curator of contemporary design at Cooper-Hewitt, National Design Museum since 1992, she has produced numerous exhibitions and books, including Mixing Messages: Graphic Design and Contemporary Culture (1996), Letters from the Avant-Garde (1996), Skin: Surface, Substance + Design (2002), and the National Design Triennial series.



Luis Paschoarelli

Professor Associado da UNESP e Bolsista de Produtividade em Pesquisa 2 do CNPQ. Possui Pós-doutoramento pela UTL, Doutorado pela UFSCar, Mestrado e Licenciatura pela UNESP. Coordena o Laboratório de Ergonomia e Interfaces e orienta projetos de Mestrado e Doutorado em Design. Atua com investigação científica na área do Design Gráfico e Industrial e Design Ergonômico.

Associate Professor at UNESP and Productivity Research Fellow of the CNPQ. Post-doctoral by UTL, PhD by UFSCar, Master and Bachelor from UNESP. He coordinates the Laboratory of Ergonomics and Interface design and directs the Masters and Doctorate in Design. He research in the area of Design, Industrial Design, Graphic Design and Ergonomic Design.



Javier Rodrigues-Borlado

No ano de 2006 juntou-se ao Instituto Tecnológico e Gráfico Tajamar como director da instituição. De 2006 a 2008 cursa num mestrado em Print Media na Rochester Institute of Technology interessando-se por novos modelos de negócios na indústria gráfica. Outra área de interesse tem sido relacionada com aLean Printing. Desde 2008 é Diretor de I+D do ITGT. Mantém um blog sobre as novas tendências na indústria intitulado “W2P y otras espécies” em colaboração com Juan de Urbina.

In 2006 he joined the Instituto Tecnológico e Gráfico Tajamar as director of the institution. From 2006 to 2008 he participates in a master's degree in Print Media at Rochester Institute of Technology getting interested in new business models for the printing industry. Another area of interest has been related to Lean Printing. Since 2008 he is Director of R&D at ITGT. He keeps a blog about new trends in the industry called “W2P y otras espécies” in collaboration with Juan de Urbina.



Miguel Cardoso

Artista computacional, docente na FBAUL e investigador de Informática Musical e Composição no CITAR. Designer de Comunicação pela FBAUP (2004). Conhecido pela sua colaboração com Bestiario os seus interesses de investigação cruzam várias áreas: desde o design às ciências e matemáticas (teoria de grafos, complexidade, física). Tem desenvolvido inúmeros projectos de visualização de informação e participado activamente em workshops e seminários relacionados com a criação digital.

Computational artist, teacher at FBAUL and researcher of Computer Music and Composition at CITAR. He graduated in Graphic Design at FBAUP and is a PhD student at the School of Arts of Catholic University of Oporto. Known for his collaborations with Bestiario (Barcelona) its research interests cross many areas: from design to science and mathematics (graph theory, complexity, physical). He developed numerous projects of complex information visualization and actively participated in workshops and seminars related to the digital creation.



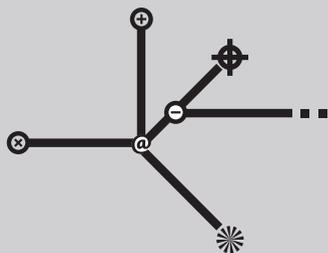
Alexia Brasil

Graduada em Arquitetura e Urbanismo pela Universidade Federal do Ceará. Mestre e Doutora em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (2002 e 2006). Atualmente, é professora da Universidade Federal do Ceará. Tem produção em Design Gráfico e experiência na área de Artes, com ênfase em Artes Visuais. Trabalha principalmente os seguintes temas: design, património imaterial, cordel e inteligência coletiva.

Bachelor in Architecture and Urbanism by the Federal University of Ceará. Master and PhD in Communication and Semiotics by the Catholic University of São Paulo (2002 and 2006). She is currently a professor at the Federal University of Ceará. She has developed graphic design and experienced in the Arts, with emphasis in Visual Arts. She works mainly in the following topics: design, intangible heritage, string and collective intelligence.



CIDAG 2012



Programa Detalhado

Detailed Program

Programa detallado





Quarta-feira, 24 de Outubro de 2012

Hora		
8h30	Recepção e acreditação	
9h00	Sessão de Abertura	
9h45	Comunicações Plenárias: Norberto Chaves	Uma tipologia Geral de Marcas Gráficas <i>A General Typology of Graphic Marks</i>
11h00	Intervalo <i>Coffee Break</i>	
11h30	Comunicações Orais <i>Oral Communications</i> (ver tabelas seguintes <i>see following charts</i>)	
13h00	Pausa para almoço <i>Lunch Break</i>	
14h30	Comunicações Convidadas: Luís Paschoarelli	Usabilidade, Ergonomia e Design Gráfico: Problemas nas interfaces dos sistemas informacionais tradicionais <i>Usability, Ergonomics and Design:</i> <i>Problems in the interfaces of traditional information systems</i>
15h30	Comunicações Orais <i>Oral Communications</i> (ver tabelas seguintes <i>see following charts</i>)	



Quinta-feira, 25 de Outubro de 2012

Hora		
9h00	Comunicações Plenárias: Javier Rodríguez-Borlado	Enriquecimento do produto impresso através da impressão digital <i>Improvement of printed products through digital printing</i>
10h00	Intervalo <i>Coffee Break</i>	
10h30	Comunicações Orais <i>Oral Communications</i> (ver tabelas seguintes <i>see following charts</i>)	
13h00	Pausa para almoço <i>Lunch Break</i>	
14h30	Programa Social	Partida para a Batalha
15h30		Visita guiada ao Mosteiro da Batalha
17h30		Partida para Fátima
18h00		Visita livre ao Santuário/cidade de Fátima
19h00		Regresso a Tomar
20h30		"Jantar Medieval" no Hotel dos Templários



Sexta-feira, 26 de Outubro de 2012

Hora		
9h00	Comunicações Convidadas: Aléxia Brasil	Do cordel ao cordel digital: estratégias de permanência da informação <i>From string to digital-string: strategies for permanence of information</i>
9h30	Comunicações Plenárias: Ellen Katherine Lupton	Design Gráfico: agora em Produção <i>Graphic Design: Now in Production</i>
10h30	Intervalo <i>Coffee Break</i>	
11h00	Comunicações Orais <i>Oral Communications</i> (ver tabelas seguintes <i>see following charts</i>)	
13h00	Pausa para almoço <i>Lunch Break</i>	
14h30	Comunicações Convidadas: Miguel Cardoso	Computação e Visualização de Informação <i>Computing and Information Visualization</i>
15h15	Comunicações Orais <i>Oral Communications</i> (ver tabelas seguintes <i>see following charts</i>)	
18h00	Anúncio do prémio de melhor poster	
18h10	Sessão de encerramento	

Programa Científico



A – DESIGN

- A1 – Design Editorial
- A2 - Design para a Sustentabilidade
- A3 - Gestão do Design
- A4 - Identidade Global

B – PRODUÇÃO GRÁFICA

- B1 - Desafios em Tipografia
- B2 - Impressão e Sistemas Híbridos
- B3 - Materiais e Embalagens
- B4 - Normalização

C – MULTIMÉDIA

- C1 - Interactividades
- C2 - Novos Suportes de Comunicação
- C3 - Plataformas Virtuais

D – ÁREAS DE FRONTEIRA

- D1 - Didáctica do Design
- D2 - Ética e Boas Práticas nas Organizações
- D3 - Usabilidades

 **Quarta-feira, 24 de Outubro de 2012**

Hora	AUDITÓRIO 1			AUDITÓRIO 2			AUDITÓRIO 3		
	Área	Design Identidade Global		Área	Áreas de Fronteira Didáctica do Design		Área	Design Design Editorial	
11h30	A4	Paradoxos de Stock Photography	Patrícia Proença	D1	A influência da cor, brilho e temperatura dos metais na expectativa de peso associada	Pedro Oliveira	A1	Flórida não é o paraíso	João Rosa
11h45	A4	Visualidade e mediação como recurso de comunicação da marca: percepções na interface usuário - ambiente das intranets das organizações	Álvaro Dias, Richard Perassi	D1	Ensino de design para crianças	Silmara Takazaki Egg	A1	A metáfora artística como uma linguagem gráfica na tradição do cartaz polaco	Joanna Latka
12h00	A4	Os elementos gráficos na televisão brasileira	Giselle Sant'ago Arruda, Guilherme Cunha Lima	D1	Desenvolvimento do projecto pedagógico de um curso de design gráfico segundo as diretrizes curriculares nacionais e a realidade local	Jovani Castelan, Luiz Gomes, Diego Medeiros	A1	A infografia brasileira do Malofiej	Milena Quattrer, Anna Gouveia
12h15	A4	Design de superfície	Ricardo Rinaldi, Marizilda Menezes	D1	Relatos imagéticos mediando narrativas de trajetórias e transformações de móveis artesanais trançados em fibras	Mariuze Mendes	A1	Os livros de imagem e as crianças letradas	Cassia Domiciano, Milton Nakata
12h30	A4	O Toy Art como campo de investigação no design	Diego Medeiros, Airton Cattani	D1	Docencia de conteúdos técnicos em un entorno creativo	Lluc Massaguer	A1	Estruturas fractais na comunicação gráfica	Stefan Rosendahl
12h45	A4	A Tipografia popular como referência visual e demarcação de identidade nacional	Fernanda de Abreu Cardoso	D1	Product communication strategy driven by social network profiles	José Silva	A1	Half-Berliners, pocket sizes e outros microformatos	Pedro Matos

Hora	AUDITÓRIO 1			AUDITÓRIO 2			AUDITÓRIO 3		
	Área	Design Identidade Global		Área	Áreas de Fronteira Didáctica do Design		Área	Design Design Editorial	
15h30	A4	Uma metodologia de avaliação de marcas para apoiar a decisão do designer na hora da conceptualização e desenho	Álvaro Souza	D1	Design do ensino	Marta Borges	A1	Projecto editorial - relato de experiência em atividade de integração entre teoria e prática no ensino de técnicas de reprodução gráfica em curso de design	José Guilherme Santa-Rosa, Aline Bragança, Daniel Andrade, Fábio Barretto, Heloisa Nunes, Manuela Lamartine
15h45	A4	A Identidade global das cidades e o design	Cátia Rijo	D1	O design como processo	Suzana Dias, José Bártolo, Mário Moura	A1	O design de livros para a terceira idade	Rosâne Vieira, Airton Cattani
16h00	A4	Signos de persuasão e identidade global dos estados	Daniel Raposo	D1	Design de superfície - proposta metodológica	Maria Sílvia Barros de Held, Isabel Cristina Italiano, Olívia Serenza Lui; Luana Soares de Arruda	A2	Embalagem sustentável a partir da fibra do coco verde	Eliezer Neto, Eduarda Cerqueira, Luís Cláudio dos Santos, Moacyr Amorim, Daniella Mulinari
16h15	A4	Semiótica da marca	Eduardo Aires, Rita Coelho	D1	O ensino da produção gráfica nos cursos de graduação em design	Israel Braglia, Alice Pereira	A2	Desenvolvimento de composto sustentável para revestimento interno automotivo	Eduarda Cerqueira, Eliezer Neto
16h30	A4	Duas identidades na cidade - estudo de casos da identidade visual	Júlio Costa Pinto	D1	Estudo de caso sobre a construção de metodologia para equipe de designers	Paula Passos, Patrícia Behar	A1	El diseño gráfico de los periódicos digitales	Anna Pujadas Matarin
16h45	A1	Open book	Giulia Scalera	D1	Moda e Sociedade	Talita Oliveira, Maria Held	A1	A publicação de histórias em quadrinhos	Emília Teles da Silva
17h00	A4	Design e territórios "alinhavando" identidades nas "tramas" do artesanato	Mariuze Mendes						
17h15	A4	Jogos Olímpicos	João Neves						



Quinta-feira, 25 de Outubro de 2012

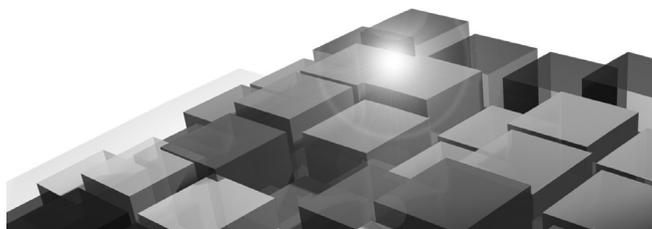
Hora	AUDITÓRIO 1		AUDITÓRIO 2	
	Área	Produção Gráfica Desafios em Tipografia	Área	Produção Gráfica Impressão e Sistemas Híbridos + Materiais e Embalagens + Normalização
10h30	B1	De Appolinaire a McDonald's Paulo Alcobia, Sérgio Martins	B2	Propriedades e aditivos do sistema de molha João Botelho
10h45	B1	Dobradura: Tipografia dimensional experimental Cassia Domiciano, Thais Trizoli	B2	Avaliação de desempenho na impressão digital entre perfil de cor genérico e perfil de cor gerado Rodrigo Holdschip, João Fernando Marar
11h30	B1	Reiventando os tipos Flávio Vignoli, Rafael Neder	B2	Quality of offset prints on PVC and pp substrates Rozalia Szentgyörgyvölgyi
11h45	B1	Desenvolvimento de fonte tipográfica display inspirada na assinatura de um artista Genilson Santos, Paulo Souza	B2	Printability of recycled papers by digital technologies Rozalia Szentgyörgyvölgyi, Ákos Borbély
12h00	B1	A participação do design no ensino e na transição entre a escrita manual e as tendências da tipografia no ambiente tecnológico Almir Pacheco, Begoña Jordá, Jimena González, Karla Pacheco	B3	A tradução intersemiótica como ferramenta na criação de projectos de design de superfície Jonas Rosso, Diego Medeiros, Cristiane Dagostin
12h15			B4	Estandarización en la impresión offset José Manuel Martínez Bouza, Angel Fernández García
12h30			B4	Teorias da luz e da cor Miguel Sanches, Dulce Loução, Fernando Moreira da Silva
12h45			B4	Gestão de cor + Normalização = Produtividade Vitor Pedro



Sexta-feira, 26 de Outubro de 2012

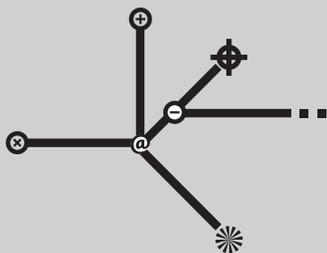
Hora	AUDITÓRIO 1			AUDITÓRIO 2			AUDITÓRIO 3		
	Área	Multimédia Interactividades		Área	Multimédia Novos suportes de Comunicação		Área	Áreas de Fronteira Didáctica do Design + Ética e Boas Práticas nas Organizações + Usabilidades	
11h00	C1	Interação, interface, tecnologia e design	Jaire Passos, Tânia Silva	C2	Formas de leitura na mudança de paradigma comunicacional	Rui Proença	D3	Ensino de métodos promotores da usabilidade	Paulo Alcobia
11h15	C1	Design de informação	Ailton Silva, Danilo Cruz, Victor Passos	C2	O design gráfico na marca Melissa	Gisela Beluzzo de Campos	D3	Comunicação por infografias	Paulo Alcobia, André Lista
11h30	C1	Skeuomorphs da era digital	Paulo Fernandes	C2	Design de estratégias de registos documentais participativos	Daniel Brandão, Heitor Alvelos, Nuno Martins	D3	Interfaces digitais na educação: uma proposta de critérios para avaliação e construção de interfaces para crianças de 8 a 10 anos	Franceli Guaraldo, André de Almeida
11h45	C1	A estratégia do design e a comunicação digital participativa como constituintes para o desenvolvimento das organizações	Jorge Pereira, Heitor Alvelos	C2	The urban space as a narrative and ludic playground	Ilaria Mariani, Mariana Ciancia	D3	Análise de quatro técnicas facilitadoras principais em duzentos e vinte e oito mapas turísticos a nível global	Luisa do Valle, Susana Barreto
12h00	C1	Paradigmas de participação e interactividade: a web 2.0 e os museus web-based	Sandra Antunes, Vasco Branco	C2	"Ajudar a Marta" e "Juntos pela Teresa"	Nuno Martins, Heitor Alvelos, Daniel Brandão	D3	Recoloração de web conteúdos para daltónicos	Madalena Ribeiro, Abel Gomes
12h15	C1	Sistemas de recomendação	João Costa, Milton Horn	C2	Desenhar marcas globais	Vera Barradas, Victoria Durán	D3	O uso em Portugal da tipografia na pele humana (portuguesa)	Susana Azevedo
12h30	C3	O clicar como comunicar: uma análise à usabilidade de aplicações multimédia	Cristina Caramelo Gomes, Margarida Rendeiro	C2	O cartaz em tempos de cibercultura	André Posnar	D2	Projeto Asas	Alexandre Menezes, Natacha Rena, Adriana Tonani, Flávio Lima, Bruno Oliveira, Talita Lessa, Luiz Lagares, Victor Endo
12h45	C3	Evolução da html sob uma ótica informacional e interativa	Natália Bortolás, Milton Vieira	C2	Livro digital interativo para crianças	Débora Zaninotti, Cassia Domiciano	D1	Sobre o livro tipografia em ambiente urbano	Raquel Morais, Sara Lopes
13h00							D1	Separação	Raquel Morais
13h15							D2	People creative room	Mara Rossi
13h30							D1	A necessidade de um ensino/aprendizagem mais eficaz, baseado no pensamento complexo	Danielle Beduschi, Juliana Lourenço, Isabel Italiano

Hora	AUDITÓRIO 1		AUDITÓRIO 2	
	Área	Multimédia Interactividades	Área	Multimédia Novos Suportes de Comunicação
15h15	A3	A marca comercial e sua identidade construída pela comunicação	Álvaro Dias, Richard Perassi	A2 Atlas da diversidade António Yemai, Juliana Torres, Francisca Caporali, Natacha Rena
15h30	A3	Contribuições do design thinking como ativador de um novo perfil de atuação do profissional designer	Francieli Balem, Luiz Salomão Gomez	A2 Importancia del análisis del sistema exterior en el modelo de diseño concurrente para el desarrollo de un producto Julio Cesar Rivera Pedroza, Bernabé Hermandis
15h45	A3	4 Elementos do DNA de marcas	Dayane Lopes, Luiz Gomez	A2 Criação de texturas em superfícies de embalagens longa vida Airton Cattani
16h00	A3	Academia + Pymes + Legislación: Innovación en entornos colaborativos	Elingth Rosales Marquina, Bernabé Hermandis O., Jose Rafael Gonzalez D., John Cardozo	A2 Design de embalagens e sustentabilidade Regina Delfino, Luís Paschoarelli, Rui Frazão
16h15	A3	El modelado sistémico de producto	John Jairo Cardozo Vasquez, Bernabé Hermandis Ortuño, Jose Rafael Gonzalez	A2 Diseño: objeto y acción para mejorar la vulnerabilidad por pobreza Nelida Ramirez Triana, Manuel Lopez, Andrea Gomez
16h30	A3	Diseño y creación emocional de valor	Jose Rafael Gonzalez, Bernabé Hermandis, Elingth Rosales, John Cardozo	A2 Artesanato e design Ângela Ferreira, Manuela Neves, Senhorinha Teixeira, Cristina Rodrigues
16h45	A3	A gestão do design: uma investigação das ações gráficas da marca no contexto da rede social facebook	Daniela de Aquino, Luiz Salomão Ribas Gomez	A2 Uma reflexão ambiental centrada no design do outdoor personalizado Fernanda Viana, Francisco Mesquita, Jorge Neves
17h00	A3	Marca cidade	Marlene Ribeiro	A2 Simbologia para indicação do ciclo de reciclagem dos materiais em embalagens Luís Cândido, Felipe Palombini, Wilson Kindeim
17h15	A3	Gestao do design de embalagens	Alice Silva, Virginia Kistmann	A2 Communication Design and its envisioning for a global world? Jackie Malcolm
17h30		Desperdício em metodologias de design	Cláudio Henrique da Silva, Helio A. Ferenhof, Ferando Antonio Forcellini	A2 Impactos ambientais no processo do design gráfico Rennan Silva, Nadja Mourão
17h45		Logotipo como meme de uma marca	Luiz Gomez	A2 A iconografia e a sustentabilidade cultural em comunidades indígenas Ana Cavalcante, Francisco Fialho, Richard Susa





CIDAG 2012



Índice

Table of Contents

Indice

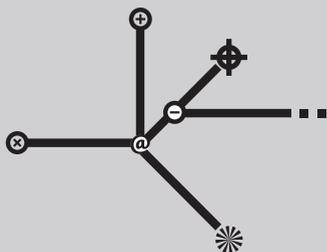


Índice | *Table of Contents* | *Indice*

- 7 **Nota Introdutória** | *Introduction Note* | *Nota introdutoria*
- 12 **Comissão Científica** | *Scientific Committee* | *Comité científico*
- 13 **Comissão Organizadora** | *Organising Committee* | *Comité organizador*
- 14 **Oradores convidados** | *Guest speakers* | *Oradores invitados*
- 18 **Programa Geral** | *General Program* | *Programa geral*
- 19 **Programa Detalhado** | *Detailed Program* | *Programa detallado*
- 31 **Comunicações Orais / Posters** | *Oral Communications / Posters* | *Comunicaciones orales / Posters*
- 31 **Design** | *Design* | *Diseño*
- 91 **Produção Gráfica** | *Graphic Printing* | *Producción Gráfica*
- 110 **Multimédia** | *Multimedia* | *Multimedia*
- 133 **Áreas de Fronteira** | *Borderline Area* | *Áreas de Frontera*
- 165 **Índice de autores e co-autores** | *Author and co-author index* | *Indice de autores e coautores*



CIDAG 2012



**Comunicações Oraís / Posters
DESIGN**

*Oral Communications / Posters
DESIGN*

*Comunicaciones orales / Posters
DISEÑO*



O DESIGN COMO ESTRATÉGIA NA ELABORAÇÃO DO MATERIAL DIDÁTICO IMPRESSO PARA EAD TENDO COMO ESTUDO DE CASO O CEAD/IFES

Aline Freitas¹, Juliana Silva¹

¹Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Espírito Santo (Ifes)

alinegoval@gmail.com; juliana.cris@gmail.com

Resumo

Este artigo relata as etapas de desenvolvimento e o embasamento teórico da construção do Material Didático Impresso (MDI) para o Centro de Educação a Distância (Cead) do Instituto Federal do Espírito Santo (Ifes). O trabalho foi desenvolvido com a criação do setor de Design no Cead num período de expansão e consolidação da Educação a Distância (EaD) do Ifes, refletindo o amadurecimento e crescimento do Cead/Ifes no cenário da EaD nacional e o reconhecimento do design da informação e editorial como estratégia no desenvolvimento de MDI para EaD. Diante disso, consideramos que este artigo contribuirá para o CIDAG por apresentar mais uma área de forte importância de atuação do Designer.

Abstract

This article reports the development stages and the theoretical basis of the construction of Printed Educational Material (MDI) for the Center for Distance Education (Cead) of the Federal Institute of the Espírito Santo (Ifes). The work was the creation of the Design sector in Cead a period of expansion and consolidation of Distance Learning of Ifes, reflecting the maturity and growth Cead / Ifes in the setting of national distance learning and recognition of information design and editorial a strategy on the development of MDI for distance education. Given this, we believe that this article will contribute to the CIDAG to present another area of importance of strong performance of the Designer.

PUPILAS OUVINTES POSSIBILIDADES PARA O DESIGN DAS PALAVRAS

Anna Paula Stolf¹, Wilson Kindlein Júnior¹

¹Universidade Federal do Rio Grande do Sul

annastolf@gmail.com; kindlein@portoweb.com.br

Resumo

Este artigo consiste em discutir alguns desdobramentos que partem da poesia, da tipografia e do “Design das Palavras”, considerando o texto holisticamente, desde sua leitura-conteúdo, sua estrutura e seu som até seu caráter enquanto um possível produto de Design. Nesse sentido, o fluxo de relações parte da tipografia e da poesia como matérias brutas, chegando a *tipoesia* de Jérôme Peignot, cujo “entretenimento tipográfico” sugere diretamente a poesia concreta, a qual, por sua vez, esbarra na “poesia-artesania” de Manoel de Barros, o qual trabalha explicitamente uma “leitura acústica” do texto. Com isso, são concatenados esses conceitos que se intersectam e estruturam pensamentos abstratos como possibilidades teóricas para a produção em Design, uma vez que são conceitos que trabalham diferentes situações em que *vive* a palavra, criando contextos que “alargam o mundo”.

Abstract

This article is to discuss about some developments that come from poetry, typography and the “Design of the Words,” considering the text holistically, from its reading-content, its structure and its sound to its character as a possible product of Design. In this context, the flow of relations part of typography and poetry as a vital raw materials, reaching “typoésie” by Jérôme Peignot, whose “typographic entertainment” suggests directly to the concrete poetry, which, in turn, collides with the “poetry-crafts” of Manoel de Barros, which suggests an explicit “read acoustic” of the text. Thus, these concepts are concatenated and are structured to intersect abstract ideas as theoretical possibilities for the Design production, as they are different concepts that work situations in which the word lives, creating contexts that “expand the world.”

EL DISEÑO GRÁFICO DE LOS PERIÓDICOS DIGITALES DE LA IMAGEN-PLANCHA A LA IMAGEN-MAPA

Anna Pujadas

Escuela de Diseño y Arte EINA / Universidad Autónoma de Barcelona UAB
apujadas@eina.edu

Resumen

Lo multimedia está afectando fuertemente los medios de comunicación conduciendo a la integración de todos los mensajes en un modelo cognitivo común en el que los programas educativos parecen videojuegos, las noticias parecen espectáculos audiovisuales y los procesos judiciales parecen telenovelas, pero, no son lo mismo. La integración de medios y códigos provocada por lo multimedia está afectando a la prensa digital dificultando jerarquizar la información y anulando su capacidad de transmitir contenidos determinados. Los periódicos interactivos piden un diseño gráfico específico diferente del de la prensa sobre papel que evite la integración de medios y modos en una unidad indiferenciada, que luche por mantener la jerarquía informativa y la dualidad significado-significante.

Abstract

The multimedia is strongly affecting the mass media leading them to the integration of all messages into a common cognitive model in which educational programs look like video games, news programs look like audiovisual spectacles and trials look like soap operas, but they are not the same. The integration of media and codes is affecting the digital press making it difficult to prioritize the information and nullifying its ability to broadcast determined content. Interactive newspapers call for a specific graphic design different from the press on paper to avoid the integration of media and modes in an undifferentiated unity and to fight for maintaining the informational hierarchy and keeping the duality between signifier-significance.

OS LIVROS DE IMAGEM E AS CRIANÇAS LETRADAS

Cassia Leticia Carrara Domiciano¹, Milton Koji Nakata²

^{1,2}Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" - UNESP – Bauru, SP, Brasil
cassiacarrara@gmail.com; nakatastudio@hotmail.com

Resumo

Esta pesquisa contempla a leitura de textos visuais por parte de crianças de 7 a 10 anos, alfabetizadas verbalmente, portanto. Visa verificar as qualidades dos livros de imagem e do seu design no processo de alfabetização visual de tais crianças. A investigação inclui uma pesquisa de campo, onde crianças leram quatro livros de imagem selecionados e analisados sob a ótica do design.

Abstract

This research includes the reading of visual texts by children from 7 to 10 years, verbally alphabetized, so. Aims to verify the quality of picture books and design in the process of visual literacy of these children. The research includes a field study where children read four picture books previously selected and analyzed from the perspective of design.

A PUBLICAÇÃO DE HISTÓRIAS EM QUADRINHOS A INTERFERÊNCIA DO COMÉRCIO E DA TECNOLOGIA NA ARTE

Emília Teles da Silva

Mestra em Artes Visuais pelo PPGAV/EBA/UFRJ
emiliateles@gmail.com

Resumo

Este artigo analisa em que medida diferentes meios (impresso e virtual, tais quais jornal, livro, computador) alteram a produção artística dos quadrinhos. Mostramos as limitações tecnológicas e comerciais inerentes a cada meio.

Abstract

This article is about how comics suffer technical and commercial limitations due to the medium in which they are published (printed or digital, newspaper, books, magazines), and how they adapt to these limitations.

REGISTRO DE UMA EXPERIENCIA EDITORIAL REVISTA-PORTFÓLIO DOS CURSOS DE DESIGN DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL

Fabiano de Vargas Scherer¹, Alice Dornelles Hetzel²

¹Universidade Federal do Rio Grande do Sul

²Universidade Federal do Rio Grande do Sul / Bau, Escola Superior de Disseny de Barcelona

fabiano.scherer@ufrgs.br; alicehetzel@gmail.com

Resumo

Este trabalho consiste no relato da experiência de conceituação e desenvolvimento do projeto gráfico, bem como a execução, de um impresso editorial periódico – revista-portfolio, voltado ao público acadêmico e profissional da área de design, com foco na divulgação de projetos executados por alunos dos cursos de design da Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS. Como base para este projeto, foi realizado um estudo de publicações de diversos tipos – gerais, acadêmicas e profissionais –, procurando definir padrões, conceitos e estratégias de design editorial. Além do projeto gráfico, foram também definidos aspectos como a forma de seleção de trabalhos, a sua classificação e possibilidades de distribuição da revista.

Abstract

This paper consists in the conceptualization and development of the graphic project of an printed periodical - magazine-portfolio, focusing on the academic and professional public of design, aiming to promote the projects executed by the students of the visual and product design courses at UFRGS. As basis for this project, was developed a study of publications of various types - general, academic and professional - trying to define standards, concepts and strategies of editorial design. Besides graphic design, were also defined aspects such as how to select papers, their classification and distribution possibilities of the magazine.

OPEN BOOK DESIGN PARA A INOVAÇÃO CULTURAL

Giulia Scalera

Seconda Università degli Studi di Napoli, Departamento IDEAS (Industrial Design, Ambiente e Storia)
giuliascalera@libero.it

Resumo

As modalidades de intercâmbio cultural, por efeito da evolução tecnológica, sofreram notáveis avançamentos no arco de tempo da última década. Este percurso evolutivo, introduzido pelo conceito de "aprendizagem como processo social" (Kaye 1994), que evoluiu com Pierre Levy em "inteligência coletiva" e sucessivamente, com De Kerckhove, em "conhecimento conectivo" viu ampliadas on-line as fontes culturais das quais haurimos o conhecimento. Nesta vasta bacia de conteúdos web são frequentes as produções caracterizadas por um baixo perfil cultural e difusos os debates que, com termos negativos, julgam a qualidade. O peper ilustra o projeto editorial Open book: Design para a Inovação Cultural desenvolvido no âmbito do Doutorado Internacional em Design e Inovação da Seconda Università degli Studi di Napoli, caracterizado pelo objetivo de utilizar o fluido sistema de conexões em rede para a produção de textos abertos à coletividade que se destacam pelo alto conteúdo cultural. Open Book é uma plataforma que oferece a possibilidade de escrever livros que nascem e crescem na rede e através dela são difundidos no mundo. O Fulcro destas produções científicas é a realização de textos multi autor obtida graças a um processo paritário no qual diversos perfis profissionais podem fundir e intercambiar as próprias competências.

Abstract

As a consequence of the advances in technology, cultural exchange has evolved in many different ways in the past decade. This evolutive process was introduced by the concept of "learning as a social process" (Kaye 1994) and developed into Pierre Levy's "collective intelligence" and later into De Kerckhove's "connective knowledge". It has expanded the cultural sources we draw our knowledge from to include online sources. This vast amount of web contents is characterised by frequent productions of low cultural profile and several debates criticising their quality.

The present paper illustrates the editorial project called Open Book: Design for Cultural Innovation, developed in the framework of the International PhD course in Design and Innovation at the Second University of Naples, whose aim is to use the fluid system of online connections for the production of texts open to the community and characterised by a high cultural content.

Open Book is a platform which makes it possible to write books that are born and grow online, and which spread across the world through the platform itself. The core of these scientific productions is the creation of multi-author texts thanks to a peer process in which different professional profiles can merge and exchange their own specific competences.

A METÁFORA ARTÍSTICA COMO UMA LINGUAGEM GRÁFICA NA TRADIÇÃO DO CARTAZ POLACO AS RAÍZES E HISTÓRIA DO FENÓMENO DA ESCOLA POLACA

Joanna Latka

Instituto Superior Educação e Ciência (ISEC)

Instituto da História de Arte (IHA) – Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa (FLUL).

jolatka@gmail.com

Resumo

Uma contextualização histórica do Cartaz Polaco, centrada especialmente nas raízes e condições que criaram o fenómeno identificado mundialmente como a Escola Polaca, juntamente com a apresentação de diversas formas da visão artística do cartaz. Trata-se uma breve passagem histórica de um dos mais reconhecidos ramo do design polaco.

Abstract

A historical contextualization of the Polish Poster, focussing on the roots and conditions that created the phenomenon identified worldwide as the Polish School, along with the presentation of diverse forms of artistic vision of the poster. This is a brief passage of a historic branch of the most renowned contemporary Polish design.

FLORIDA NÃO É O PARAÍSO...

João Costa Rosa

Instituto Politécnico de Tomar | CIEBA - FBA-UL
joao.costarosa@hotmail.com

Resumo

Algumas soluções para as cidades, atractividade e desenvolvimento, centram-se sobre a economia e o crescimento, continuando a apelar à aquisição e à posse.

O conceito de cidades, indústrias e profissionais criativos, trouxe especulação e gentrificação, a ideia de cultura com base economicista e globalizante: atractividade graças a festivais e eventos mediáticos, a edifícios bandeira, ao *city branding*. Ideias semelhantes ao entendimento do design como mero capital económico e simbólico.

A actividade criativa não se limita à criação e imaginação, pelo que apostar na regeneração centrando-a na atracção da classe criativa, compromete a transformação, por ausência de compromisso social de interactividade entre gerações. As escolas (e cursos) desempenham aqui um papel fundamental, quer em enquadramentos formais, quer em acções e enquadramentos informais.

O design como actividade que procura soluções, que usa métodos apoiados no contexto e no utilizador (etnografia e usabilidade), que não se limita ao produto mas também ao processo, pode ser o catalisador para fazer essa cidade solidária e inclusiva. Logo também sustentável, criativa e economicamente viável.

Abstract

Some of the cities solutions like attractiveness and development are based in economy and growing, by other words, an appeal to acquisition and possession.

Creative concept of cities, professional players and industries bring speculation and gentrification, as well the idea of culture structured in a economic and global base: attractiveness due to festivals and other events, in result of flag totem buildings and city branding. Ideas that are similar to the concept of design as (just) an economic and symbolic capital.

Creative activity is not only creation and imagination, in consequence urban regeneration centered exclusive in creative class attraction it's a risk to change due to the absence of social deal and interaction between generations. Schools and courses plays a crucial role here, both in terms of formal or informal structures and actions.

Design as an activity that pursuit solution, that centers is methodology and process in users and context (ethnography and usability), that is not only a product but also a process, can be the catalyst to make that city soldiery and inclusive. Therefore she will be sustainable, creative and economic viable.

PROJETO EDITORIAL – RELATO DE EXPERIÊNCIA EM ATIVIDADE DE INTEGRAÇÃO ENTRE TEORIA & PRÁTICA NO ENSINO DE TÉCNICAS DE REPRODUÇÃO GRÁFICA EM CURSO DE DESIGN

José Guilherme Santa-Rosa¹, Aline Bragança², Daniel Luiz Andrade², Fábio Teófilo Barretto², Heloísa Nunes² e Manuela Lamartine²

¹Doutor em Ciências e Saúde, UFRJ. Mestre em Design, PUC-RIO. Prof. Departamento de Artes, UFRN

²Graduando em Design, UFRN

guilherme@multipolo.com.br; alinebraganca@gmail.com; ddanielandrade@hotmail.com;

teo1907@hotmail.com; heloisafernandesfn@hotmail.com; manuelalamartine@hotmail.com;

Resumo

Este artigo apresenta relato de experiência a respeito do projeto de desenvolvimento de revista eletrônica, como abordagem metodológica aplicada para promover integração entre teoria e prática e envolver os alunos de design ativamente no processo de aprendizagem da disciplina Técnicas de Reprodução Gráfica, oferecida no Curso de Bacharelado em Design da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Os alunos realizaram sessões de grupo de foco para identificar e discutir as matérias e características gráficas e conceituais da revista, assim como: análise de similares, geração de alternativas, design da capa, estrutura de navegação da revista em meio digital. Durante o processo, os alunos estabeleceram relações entre os aspectos teóricos aprendidos na disciplina, tais como tipografia, legibilidade, leiturabilidade, hierarquia visual e grid, aplicando-os na prática.

Abstract

This article presents a report about the Project of development of an electronic magazine, as a methodological approach applied to promote integration between theory and practice, involving design students actively in the learning process of the discipline Graphic Reproduction Techniques, offered in the Bachelor's Degree in Design of the Federal University of Rio Grande do Norte. The students conducted a focus group to define themes and the graphic and conceptual characteristics of the magazine. They also conducted an analysis of magazines that shared similar subjects and concepts, elaborated the cover design, generated alternatives, elaborated the navigation structure and finally implemented the magazine in the final product in digital media. During the process, the students established relations between the theory learned in the discipline, such as typography, readability, visual hierarchy and grid, applying them in practice.

O LIVRO E SUAS SILENCIOSAS NARRATIVAS

Márcio A. Fernandes Duarte¹, Marizilda dos Santos Menezes¹, Luis Carlos Paschoarelli¹

¹PPG-Design Unesp Bauru

marcio@marcioduarte.com; marizilda.menezes@gmail.com; paschoarelli@faac.unesp.br

Resumo

O presente artigo foi baseado nas apresentações das docentes Profa. Dra. Guiomar Biondo e Profa. Dra. Letícia Carrara para a disciplina de Tópicos de Design Industrial do Programa de Pós-graduação em Design da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (PPG-Design) da UNESP. Apresenta o tema do livro sem texto e suas referências quanto ao universo imagético no qual o ser humano está inserido e suas significações ante o repertório individual de cada um.

Abstract

This article was based on the presentations of Profa. Dra. Guiomar Biondo and Profa. Dra. Leticia Carrara to discipline Topics for the Industrial Design in PPG-Design at UNESP. Presents the theme of the book without text and its references and imagery in the universe which man is inserted and their meanings before the repertoire of each individual.

A INFOGRAFIA BRASILEIRA NO MALOFIEJ

Milena Quattrer¹, Anna Paula Silva Gouveia¹

¹Instituto de Artes, Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP)

mquattrer@gmail.com; annagouveia@iar.unicamp.br

Resumo

O presente artigo é parte de uma pesquisa que se propõe a identificar e analisar a cor como elemento gerador de poética visual em infográficos de diagrama – impressos e *online* – vencedores dos Premios Internacionales Malofiej de Infografía. Pretende-se apresentar e contextualizar o Malofiej, de modo que o leitor tenha um panorama de suas características e história, e destacar a presença da infografia brasileira no prêmio.

Abstract

This article is part of a research that aims to identify and analyze the color as a generator of visual poetic infographic diagram - print and online - winners of International Infographics Malofiej Awards. Intend to present and contextualize the Malofiej, so that the reader could have an overview of it's features and history, and highlight the presence of the Brazilian infographic on the prize.

HALF-BERLINERS, POCKET SIZES E OUTROS MICROFORMATOS O CAMINHO DA REDUÇÃO DOS FORMATOS DOS JORNAIS IMPRESSOS

Pedro Alexandre Santos de Matos

*Instituto Politécnico de Portalegre, C3i – Centro Interdisciplinar de Investigação e Inovação;
Faculdade de Arquitetura, Universidade Técnica de Lisboa.
pmatos@estgp.pt*

Resumo

Ao longo do início deste milénio temos assistido a uma redução dos formatos dos jornais e das revistas ímpar na história da imprensa escrita, transversal a todos os continentes e tipos de publicação. Trata-se, na maioria dos casos, de uma reação à contínua perda de leitores e de receitas de publicidade. Assim, o formato tablóide vulgarizou-se e novos microformatos começaram também a ser usados um pouco por toda a Europa. A análise das consequências deste movimento, das suas vantagens e desvantagens para o Jornalismo e para o Design tem vindo a ser feita, em certa medida, para o caso da tabloidização. Da nossa parte, neste artigo propomo-nos ainda abarcar os microformatos dos jornais, tendo para isso recorrido a uma análise formal de alguns casos significativos. Será através da reflexão acerca do reposicionamento do jornal impresso na nossa sociedade, mas também de um repensar e de um questionar das formas gráficas dos jornais – do seu contributo para a leitura, perceção e compreensão da informação – que os designers poderão propor soluções que potenciem o serviço público deste meio, contribuindo igualmente para a sua sustentabilidade social, económica e ambiental.

O DESIGN DE LIVROS PARA A TERCEIRA IDADE

Rosâne Maria da Silva Vieira¹, Airton Cattani¹

¹Programa de Pós-graduação em Design, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil
rosane.vieira@ufrgs.br; aacc@ufrgs.br

Resumo

Esta pesquisa analisa livros de literatura quanto à adequação do projeto gráfico para leitores de terceira idade. Foi realizada uma revisão bibliográfica abordando os aspectos do design gráfico e do design do livro, as questões de leitura, legibilidade, leitura e tipografia. Durante esta etapa foram abordados o envelhecimento populacional brasileiro, as características e os projetos voltados à terceira idade. Após esta revisão, a pesquisa se dividiu em duas etapas: a primeira consistiu na análise de livros de literatura expostos em livrarias e a possibilidade quanto ao seu aspecto gráfico-visual de serem lidos confortavelmente por pessoas de terceira idade e, na sequência, a percepção de leitores desta faixa etária sobre estes livros. Após estes levantamentos, a pesquisa buscou elementos para o desenvolvimento de projetos gráficos de livros voltados para o público de terceira idade e a realização de um protótipo. O protótipo foi apresentado aos leitores de terceira idade para responder ao problema da pesquisa. Como resultado, são indicados parâmetros para o projeto e design gráfico de livros voltados para os leitores de terceira idade.

Abstract

This study analyzes the literature books about the adequacy of graphic design for elderly readers. We performed a literature review, covering aspects of graphic design and book design, the issues of reading, legibility, readability and typography. During this stage we have addressing the aging Brazilian population, the characteristics and projects aimed for old people. After this review, the research was divided into two stages: the first consisted in the analysis of literature books displayed in bookstores, and the possibility for seniors to read them comfortably on its appearance and visual graph, and following the perception of readers of this age about these books. After these surveys, the research sought to develop elements of graphic design of books aimed at the elderly and public performance of a prototype. The prototype was presented to senior players so that they answer to the research problem. As a result, parameters are indicated for the design and graphic design of books aimed to elderly readers.

ESTRUTURAS FRACTAIS NA COMUNICAÇÃO GRÁFICA

Stefan Rosendahl

CICANT—Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias
srosendahl56@gmail.com

Resumo

Os fractais correspondem a elementos auto-semelhantes e podem ser criados por iteração. Na arte e no design, a dimensão dos fractais pode ser usada para avaliar a complexidade, isto é, o factor de “surpresa” de uma obra. Elementos fractais em obras de comunicação gráfica conferem ao objecto um elevado nível de complexidade, pelo qual o interesse do observador é despertado e a interacção entre o objecto e o observador é intensificada. Por serem análogas a estruturas naturais, as estruturas fractais em obras de arte e design dão vida ao objecto e fomentam a interactividade. Além disso, é possível que a observação de elementos fractais estimulem determinadas áreas do cérebro. Assim, as estruturas fractais na arte e comunicação gráfica podem contribuir para uma maior aceitação das mensagens pelo público.

Abstract

Fractals correspond to self-similar elements and can be created by iteration. The dimension of the fractals can be used in Art and Design to evaluate the complexity of the work or its “surprise” factor. Fractal elements in works of graphic communication give a high degree of complexity to the object, waking the observer’s interest and intensifying the interaction between the object and the observer. Being analogues to natural structures, fractal structures in works of Art and Design give life to an object and induce interactivity. Besides, it is possible that the view of fractal elements stimulates some areas of the brain. Therefore the fractal structures may contribute for a better acceptance of the transmitted messages by the public.

CRIAÇÃO DE TEXTURAS EM SUPERFÍCIES DE EMBALAGENS LONGA VIDA

Airton Cattani

Programa de Pós-graduação em Design, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil
aacc@ufrgs.br

Resumo

A quantidade de embalagens do tipo longa vida utilizadas na sociedade contemporânea faz com que seja necessário pensar na sua reutilização. Além da reciclagem, este material também se presta para a criação de painéis decorativos de revestimento que podem ser utilizados em design de interiores, com custos mínimos. Para um efeito final mais qualificado, as superfícies devem apresentar homogeneidade de tratamento e padronagem. Este artigo apresenta uma investigação sobre as possibilidades de criação de texturas nessas superfícies, empregando recursos elementares, como dobraduras e amassamentos. Os resultados demonstram a versatilidade e as excelentes possibilidades que este material oferece em design de interiores.

Abstract

The amount of long-life packaging used in contemporary society makes necessary to think about reuse. In addition to recycling, this material also lends itself to creating decorative coating panels that can be used in interior design with minimal costs. For a better final effect, the surfaces must be uniformly treated. This paper presents an investigation into the possibilities of creating textures on these surfaces, using basic features, such as folding and kneading. The results demonstrate the versatility and the great possibilities that this material offers to interior design.

A ICONOGRAFIA E A SUSTENTABILIDADE CULTURAL EM COMUNIDADES INDÍGENAS

Ana Luisa Boavista Lustosa Cavalcante^{1,3}, Francisco Antônio Pereira Fialho²,
Richard Perassi Luiz de Sousa²

¹Universidade Estadual de Londrina, ²Universidade Federal de Santa Catarina

³Doutoranda: Universidade Federal de Santa Catarina

anaboavista@uel.br; fapfialho@gmail.com; richard.perassi@uol.com.br

Resumo

Grafismos, passados de geração em geração, são impressos em cultura material de comunidade tradicional. Tais representações visuais contam suas histórias, mitologias e cosmologias. O presente artigo visa examinar a iconografia e o conceito de sustentabilidade cultural como fatores que agregam valor às comunidades tradicionais. Para tanto, realizou-se uma fundamentação teórica dos conceitos base, tais como: iconografia; grafismo; sustentabilidade cultural e representação visual. Trabalhos relacionados no âmbito da antropologia, da etnoarqueologia e do design foram estudados e ao final, verifica-se o valor simbólico dos grafismos tratados como parte de um sistema midiático que contribui com a sustentabilidade de uma comunidade tradicional em sua dimensão cultural.

Abstract

Graphics, passed from generation to generation, are printed on the material culture of the traditional community. Such visual representations tell their stories, mythologies, cosmologies. This paper aims to examine the iconography and the concept of cultural sustainability as factors that add value to traditional communities. For this purpose was held a theoretical foundation of basic concepts such as iconography, graphics, visual representation and cultural sustainability. Related work in anthropology, ethnoarchaeology and design were studied and the end, there is the symbolic value of the artwork treated as part of a media system that contributes to the sustainability of a traditional community in its cultural dimension.

ARTESANATO E DESIGN O PROJETO IMA

Ângela Ferreira¹, Manuela Neves¹, Senhorinha Teixeira² e Cristina S. Rodrigues³

¹Centro de investigação 2C2T – Centro de Ciência e Tecnologia Têxtil da Universidade do Minho

²Citepe, Departamento de Produção de Sistemas, Universidade do Minho

³Centro Algoritmi, Universidade do Minho

angela.saf@gmail.com; mneves@det.uminho.pt; st@dps.uminho.pt; crodrigues@dps.uminho.pt

Resumo

A nível global percebe-se uma tendência de revivalismo do artesanato, acompanhada por um esforço de valorização e protecionismo para com esta arte secular. O *design*, marcado pela sua inspiração e ligação aos valores dos patrimónios culturais e artesanais dos locais em que se desenvolveram, utiliza com descrição e subtilidade essas referências unicamente regionais. A “indústria” do artesanato têxtil é compelida a conciliar, por um lado, a necessidade de preservar a herança, tradição e identidade dos seus produtos têxteis e, por outro, a necessidade ou pressão de desenvolver produtos originais, novos, com design, ou mais especificamente fashionable, *i.e.*, na moda. Inserindo-se na temática de aplicação do design ao artesanato, este artigo apresenta o Projeto IMA, um exemplo real de intervenção que ambiciona através do design perdurar no tempo uma arte ancestral e em risco.

Abstract

Globally we can see a handcraft revival trend, accompanied by an effort of recovery and protectionism to this secular art. The design marked by the inspiration and connection to the values of cultural heritage and craft, uses these references with description and subtlety those regional and unique references. The textile handcraft “industry” is compelled to reconcile on the one hand, the need to preserve the heritage, tradition and identity of its textile products, and secondly, the need or pressure to develop original products, new design, or more specifically fashion, i.e., in fashion. Entering on the topic of design application into handcraft, this article presents the Project IMA, a real example of intervention that aims by design to continue an ancient art in time and risk.

ATLAS DA DIVERSIDADE PRODUÇÃO DE MAPEAMENTOS DO BAIRRO JARDIM CANADÁ

Antonio Yemail¹, Juliana Torres², Francisca Caporali³ e Natacha Rena^{3,4}

¹Universidad Javeriana de Bogotá

²Escola de Arquitetura da Universidade Federal de Minas Gerais

³JA.CA – Jardim Canadá Centro de Arte e Tecnologia

antonioyemail@oficinainformal.com, franciscaporali@yahoo.com; ju.torres.2004@terra.com.br;

natacharena@gmail.com

Resumo

Trata-se aqui de uma apresentação resumida das atividades colaborativas desenvolvidas como metodologia para mapeamento do bairro Jardim Canadá, e desenvolvimento do “ATLAS DA DIVERSIDADE”, sob orientação do arquiteto e designer colombiano Antonio Yemail, integrante do grupo OFICINA INFORMAL. O workshop com duração de uma semana em maio de 2011, foi uma ação do Programa de Extensão Universitária DESEJA.CA DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL E EMPREENDEDORSIMO SOLIDÁRIO NO JARDIM CANADÁ, resultado de uma parceria entre o JA.CA_CENTRO DE ARTE E TECNOLOGIA DO JARDIM CANADÁ e a Escola de Arquitetura da UFMG. O workshop foi oferecido no contexto do SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE DESIGN E POLÍTICA, realizado durante a Mostra de Design 2011 em Belo Horizonte, Minas Gerais. Aglutinando trabalhos transdisciplinares, nas fronteiras entre a arte, a arquitetura, o urbanismo e o design, o Programa tem como principal objetivo, a realização de um leque de ações continuadas com foco no desenvolvimento sustentável em um bairro pertencente à Região Metropolitana de Belo Horizonte, Minas Gerais denominado Jardim Canadá.

Abstract

The article proposes a brief presentation of the collective activities developed as methodologies to map the neighborhood Jardim Canadá, and the creation of the “Atlas of Diversity”, done under the advise of the Colombian architect and designer Antonio Yemail, member of the Oficina Informal group. The workshop happened through a week in May 2011, and it was proposed by the Architecture School - Federal University of Minas Gerais Extension Program DESEJA.CA _ Sustainable Development and Solidary Entrepreneurship in Jardim Canada, resulted of a partnership with JA.CA – Jardim Canada Art Center. “Atlas of Diversity” was offered in the context of the International Seminar of Design and Politics held during the Mostra de Design in Belo Horizonte, Minas Gerais. Through interdisciplinary approaches, works are proposed in the frontier of art, architecture, urbanism and design, and the Program’s main goal in the sustainable social development in a neighborhood of the Metropolitan Area of Belo Horizonte, called Jardim Canada.

Reconhecimentos: à Universidade Federal de Minas Gerais pelas bolsas de extensão e logística de apoio à pesquisa; à Bruna Di Gioia e ao Marcelo XY, que auxiliaram na coordenação do workshop; e aos alunos: Ana Infante (UFMG), Bianca Ribeiro (UFMG), Cecília Reis (UFMG), Danilo Caporalli (UFMG), Felipe Carnevalli (UFMG), Fernando Borges (UEMG), Luiza Magalhães (UFMG), Luiz Gustavo Pataro (UFMG), Karine Marçal (UFMG), Marcela Figueiredo (UFMG), Mateus da Matta Machado (UFMG), Natália Freitas (UFMG), Paulinisia Braga (UFMG), Pedro Henrique Silva (UFMG), Ulisses Machado (UFMG), Vitor Lagoeiro (UFMG).

EMBALAGEM SUSTENTÁVEL A PARTIR DA FIBRA DO COCO VERDE

Eliezer Neto¹, Eduarda Cerqueira¹

¹UniFOA: Centro Universitário de Volta Redonda
elic_neto@hotmail.com; dudafcer@hotmail.com

Resumo

Existe hoje uma preocupação permanente em utilizar materiais recicláveis e promover sua reutilização. Esse tipo de questão está cada vez mais presente na atividade dos designers, que ao projetar qualquer produto, precisa conhecer o material e estudar os impactos causados pelo mesmo, analisando todo seu ciclo de vida. O novo desafio planetário é conceber embalagens menos pesadas e menos volumosas, mais facilmente recicláveis, que tenham o menor impacto ambiental possível, seja ao longo das etapas de produção e logística, seja no momento da reciclagem. Dentro desse quadro geral de referência, o papel do design pode ser sintetizado como a atividade que, liga o que é tecnicamente possível com o ecologicamente necessário. Desta forma, a proposta em questão visa reduzir, de uma forma inovadora, este impacto causado pelas embalagens. O objetivo principal deste projeto é propor um design para garrafa de água de coco utilizando fibras provenientes do coco verde.

Abstract

Today there is an ongoing concern in using recycled materials and promote their reuse. This type of question is increasingly present in the activity of the designers, when designing any product, you need to know the material and study the impacts caused by the same, considering the whole cycle of life. The new global challenge is to design packaging less heavy and less bulky, more easily recyclable, which have the least environmental impact possible, whether through the stages of production and logistics, is currently recycling. Within this general frame of reference, the role of design can be summarized as the activity that connects what is technically possible with the ecologically necessary. Thus, the proposal in question seeks to reduce, in an innovative way, the impact caused by packaging. The main objective of this project is to propose a design for bottled coconut water using fiber from the coconut.

DESENVOLVIMENTO DE COMPÓSITO SUSTENTÁVEL PARA REVESTIMENTO INTERNO AUTOMOTIVO

Eliezer Neto¹, Eduarda Cerqueira¹, Luís Cláudio dos Santos, Moacyr Amorim, Daniella Mulinari

¹UniFOA: Centro Universitário de Volta
dudafercer@hotmail.com; elic_neto@hotmail.com

Resumo

Devido a crescente demanda de automóveis no mercado, as indústrias automobilísticas tem sido pressionadas a reduzir o peso dos componentes de seus veículos, e conseqüentemente a emissão de gases poluentes, para se adequarem às novas leis do mercado. Hoje, o histórico do material a ser utilizado em um produto tem grande importância em suas vendas, e de certa forma esse requisito passou a fazer parte da estratégia competitiva das empresas. Além disso a função de um designer é analisar todo o ciclo do material, desde sua matéria-prima até sua reciclagem, para não haver desperdícios para as empresas. Então, buscando opções para substituir os materiais sintéticos a indústria automobilística vem desenvolvendo pesquisas sobre maior utilização dos recursos naturais, como as fibras vegetais. Desta forma o objetivo deste trabalho foi avaliar a viabilidade de utilizar as fibras de bagaço de cana como reforço em matrizes poliméricas, a fim de utilizá-las em revestimentos internos de automóveis, utilizando como principal ferramenta o ecodesign.

Abstract

Due to growing demand for automobiles in the market, the auto industry has been pressured to reduce the weight of the components of their vehicles, and therefore greenhouse gas emissions, to adapt to the new market rules. Today, the history of the material to be used in a product is of great importance in their sales, and somehow this requirement became part of their competitive strategy. In addition the role of a designer is to analyze the entire cycle of the material from its raw materials to recycling, not to be waste for businesses. So, looking for options to replace synthetic materials the auto industry has been developing research on increased use of natural resources such as vegetable fibers. Thus the objective of this study was to evaluate the feasibility of using sugar cane bagasse fibers as reinforcement in polymer matrices in order to use them in internal automotive coatings, using as main tool the ecodesign.

UMA REFLEXÃO AMBIENTAL CENTRADA NO DESIGN DO OUTDOOR PERSONALIZADO

Fernanda Viana^{1,2}, Francisco Mesquita¹, Jorge Neves²

¹Faculdade de Ciências Humanas e Sociais da Universidade Fernando Pessoa

²Departamento de Engenharia Têxtil da Universidade do Minho

fviana@ufp.edu.pt; fmes@ufp.edu.pt; jgneves@det.uminho.pt

Resumo

A publicidade exterior de grande formato teve um crescimento avassalador nas últimas duas décadas, fruto da introdução no mercado da tecnologia de impressão digital de grande formato, dos suportes de impressão e da mobilidade das pessoas. Uma vez que os materiais utilizados, entenda-se suportes de impressão e tintas, apresentam elevada nocividade para o ambiente e, conseqüentemente para a saúde humana, urge dar respostas a esta questão. Partindo desta constatação, este artigo pretende aflorar duas perspectivas que nos parecem pertinentes e enquadráveis em termos de preocupações ambientais. Após uma breve reflexão sobre o outdoor, onde se pretende evidenciar as suas especificidades, debruçar-nos-emos nas duas questões centrais: design e ambiente, no sentido de procurar soluções que minimizem os danos sem que, no entanto, se coloque em causa a eficácia do meio. Partindo de amostra representativa deste tipo de imagens enquadrámos a perspectiva de desenvolvimento de um suporte biodegradável; e a procura de uma alternativa no design focalizada na dualidade fundo – superfície.

Abstract

The big format outdoor advertising had an incredible increase in the last two decades, as a result of the emerging digital printing technology for the big format, printing media and people mobility. Taking into consideration the materials, meaning print media and inks, are harm to the environmental and consequently to human health, it is urgent to solve this problem. Based on these aspects, this paper focuses on two perspectives, which seems to us very important, in particularly considering environmental concerns. After brief analyses of the billposter, taking in to consideration its features, we regard as two main issues, trying to find solutions which minimize the environmental impact, without however affect the effectiveness of the message. With a representative sample of these kinds of images we take in to consideration the development of a biodegradable substrate media; and an alternative focuses in the quality background – foreground.

COMMUNICATION DESIGN AND ITS ENVISIONING FOR A GLOBAL WORLD?

Jackie Malcolm

Duncan of Jordanstone College of Art & Design, University of Dundee
j.y.malcolm@dundee.ac.uk

Abstract

The curriculum is evolving, and the habitat for the designer is changing. As a higher education institution we need to rethink the way in which we teach design practice. To enable students to gain a perspective of global issues that may be affected by design, they need to understand the complexities of design thinking within a local context.

This presentation will demonstrate the value of enhancing the student learning experience through the engagement of good citizenship and social responsibility at a local level, to provide the student with the knowledge and skills to be critical and reflective of the wider global debate.

'Steven Heller (2003) suggests the new 'citizen designer' must be 'professionally, culturally, and socially responsible for the impact his or her design has on the citizenry. Indeed, every good citizen must understand that his or her respective actions will have reactions.'

Encouraging an awareness of society and environmental issues that affect local communities, can empower students with the realization that what they design will have an impact on our landscapes and the social interactions that are enacted within them. Only when an understanding of the design implications are established at a local level, can we expect students and graduates to appreciate the impact their actions can have within a global context. Margolin (1989) suggests 'Extolling the graphic designer in the name of his or her effectiveness implies new responsibilities, to the extent to which one is willing to become conscious of them'.

Through interdisciplinary projects delivered to level 2 communication design students (graphic design, illustration, animation & visualisation, I will demonstrate how design thinking and engaging locally with external partners through design, can encourage and nurture a global perspective. Using a new design process framework, REASON, this paper will explore the benefits of enhanced learning where students are asked to undertake social research within their local community and examine their experience through reflective and critical analysis. The paper will also consider how the design process shaped their vision as designers.

Through the reflective criticisms submitted by the students will also highlight the successes and failures. The question that must be asked is whether the projects succeeded in their endeavor to enhance the learning experience of the students, and if so with what clarity did we achieve the outcomes through the use of the REASON design process model.

As teachers whose aims and objectives are clearly defined, we need to acknowledge the changing dimensions, not only of creative practice, but of society. Most importantly what we must acknowledge is the subjectivity and reflexivity of our perceptions of design. Through trials and errors, our beliefs have guided us, through time, informing our creative passion and drive to achieve successful outcomes for our clients. What we must understand is that our world has become global, through the multi dimensions of networks and communication that provide the platforms for us to promote design to the new generation. What can we truly ask our students to achieve and do we have the right, given we have gotten it so wrong before? Will we become the 'absent presences' that will leave our 'trace' (Mansvelt 2010) upon the landscape of design practice or will our graduates reshape the construction of the new landscape to ensure it evolves in a positive and nurturing way to meet the global demands of our society?

IMPORTANCIA DEL ANÁLISIS DEL SISTEMA EXTERIOR EN EL MODELO DE DISEÑO CONCURRENTENTE PARA EL DESARROLLO DE UN PRODUCTO SOSTENIBLE

Julio Cesar Rivera Pedroza¹, Bernabé Hernandis Ortuño²

¹Diseñador Industrial; Universidad Nacional de Colombia, Palmira. Estudiante de Máster Universitario en Ingeniería del Diseño (actualmente); Universidad Politécnica de Valencia, España

²Doctor, Coordinador del Programa de Doctorado Diseño, Fabricación y Gestión de Proyectos Industriales, Subdirector del DIG; Universidad Politécnica de Valencia, España
jucriv@hotmail.com; juriped@masters.upv.es; bhernandis @ degi.upv.es

Resumen

El propósito de esta investigación es el estudio de metodologías y herramientas para el diseño de productos, teniendo en cuenta la aplicación de criterios de sostenibilidad; a manera de identificar los factores más importantes para lograr el diseño conceptual de un producto sostenible. Para realizarlo nos basamos en el análisis de la metodología de diseño concurrente, considerando los sistemas fundamentales, suprasistemas, subsistemas y las variables para el desarrollo de productos. En éste caso nuestro enfoque estará en el análisis del sistema exterior; pues se considera que es aquí en donde se debe iniciar el diseño conceptual y en donde se estudia cómo se puede aplicar ésta metodología al desarrollo de un producto de diseño sostenible. Como hipótesis se plantea que durante la generación de nuevos conceptos, productos y servicios, mediante un análisis en la fase conceptual con criterios específicos medioambientales, se pueden generar productos con un alto grado de sostenibilidad. Se parte de la base de que en la metodología ya se consideran aspectos de ecodiseño, pero se hace hincapié en el desarrollo estratégico de la fase conceptual, en donde se analizan tanto las herramientas sistémicas como conceptos de sostenibilidad que faciliten la toma de decisiones más acertadas según los objetivos planteados.

Abstract

The purpose of this research is the study of methodologies and tools for product design, taking into account the implementation of sustainability criteria, and with this, identify which are the most important factors in the conceptual design of a sustainable product. To do this we rely on the analysis of the Concurrent Design Methodology, considering the fundamental systems, suprasystems, subsystems and variables for product development. In this case, our focus is on analyzing the "exterior system" as it is considered that this is where you should start the conceptual design and where we study how this methodology can be applied to product development of sustainable design. The hypothesis suggests that during the generation of new concepts, products and services with a high degree of sustainability, is achieved by an analysis in the conceptual phase with specific environmental criteria. Knowing that the methodology considers aspects of eco-design, this paper emphasizes the strategic development of the conceptual phase, in the systemic tools were analyzed as sustainability concepts that facilitate decision making by objectives.

SIMBOLOGIA PARA INDICAÇÃO DO CICLO DE RECICLAGEM DOS MATERIAIS EM EMBALAGENS

Luis Henrique Alves Cândido¹, Felipe Luis Palombini², Wilson Kindlein Jr.²

¹Departamento de Design e Expressão Gráfica / Faculdade de Arquitetura / UFRGS-LdSM

²Departamento de Materiais / Escola de Engenharia / UFRGS-LdSM

pshlc@ibest.com.br; felipe.palombini@ufrgs.br; kindlein@portoweb.com.br

Resumo

Observa-se, atualmente, que as simbologias de identificação de materiais não trazem como informação a reciclabilidade do material. Neste sentido, o presente trabalho tem como base de pesquisa o desenvolvimento de uma simbologia gráfica que insere o Ciclo de Reciclagem dos Materiais (CRM) nos símbolos atuais. O CRM é uma ferramenta de apoio, técnico-científica, para a seleção de materiais, que visa auxiliar a área de design no desenvolvimento de novos produtos tendo como balizador a reciclagem. Assim, são apresentadas composições gráficas da simbologia do CRM aplicadas em embalagens de produtos.

Abstract

It is observed that, currently, the material identification symbolologies do not carry the recyclability of the material such as information. In this sense, this work has as a research base the development of a graphic symbolology that inserts the Materials Recycling Cycle (MRC) in the current symbols. MRC is a technical-scientific support tool for materials selection, which aims to assist the design area in the development of new products with recycling as a benchmark. Hence, MRC symbolology graphic compositions are presented applied to product packaging.

DISEÑO: OBJETO Y ACCIÓN PARA MEJORAR LA VULNERABILIDAD POR POBREZA

Nélida Ramírez Triana^{1y2}, Manuel Lecuona López², Andrea Medina Gómez²

¹UAB Departamento de Diseño, Universidad Nacional de Colombia

²ETS d'Enginyeria del Disseny, Universitat Politècnica de València

nyramirez@unal.edu.co; mlecuona@dib.upv.es; anmegme@masters.upv.es

Resumen

La pobreza es un proceso dinámico, que implica constantes acciones y reflexiones para combatirla. El trabajar en pos de quienes padecen de privaciones y aprovechar cualquier oportunidad que ayude a salir de la pobreza es discusión actual que ocupa los primeros renglones de las agendas de instituciones mundiales como la Organización de las Naciones Unidas ONU y es el primero de los Objetivos del Milenio. En el mundo a diario aparecen circunstancias de nuevas oportunidades y amenazas que conducen a situaciones en donde: hay personas que salen de la pobreza, hay quienes siguen siendo pobres y hay otras que pasan a ser pobres. Este artículo pretende presentar algunas formas de cómo los diseñadores pueden abordar esquemas de trabajo en situaciones de vulnerabilidad por pobreza. En primer lugar, identificando al diseño como sujeto y acción con capacidad de intervención en problemáticas de índole mundial. En segunda instancia, identificando metodologías de diseño para escenarios inmersos en la pobreza y por último, proporcionando ejemplos de diseño situados en este escenario. De esta manera, se espera contribuir en la reflexión de la actuación del diseño como participante en la búsqueda del bienestar humano.

Abstract

Poverty is a dynamic process that involves constant thoughts and actions to combat it. Work for people who suffer from deprivation and take every opportunity to help out of poverty is ongoing discussion, which occupies the first lines of the agenda of global institutions like the Organization of the United Nations UN, and is the first of the Millennium Development Goals. In the world, daily new opportunities arise and threats that lead to situations where: there are people out of poverty, some people are still poor and there are others who become poor. This article aims to present some ways of how designers can work schemes to deal situations of vulnerability due to poverty. Firstly, the design is identified as subject and action, with capacity for intervention in issues of global kind. Secondly, identifying design methodologies for scenarios immersed in poverty, and finally, providing design examples located in this scenario. In this way, expect to contribute in the reflection of the performance of design as a participant in the pursuit of well-being.

DESIGN DE EMBALAGENS E SUSTENTABILIDADE ESTUDO DE CASO DE EMBALAGENS DE ALIMENTOS CONGELADOS

Regina Aparecida Delfino^{1,2}, Luís Carlos Paschoarelli³, Rui Frazão⁴

¹CIAUD, Faculdade de Arquitectura, UTL

²Instituto Politécnico de Tomar

³UNESP, Faculdade de Arquitectura, Artes e Comunicação

⁴INETI, Instituto Nacional de Engenharia, Tecnologia e Inovação

reginadelfino@sapo.pt; paschoarelli@faac.unesp.br; rui.frazao@ineti.pt

Resumo

Considerando as embalagens de bens alimentares e a função do design na procura de soluções sob a perspectiva do desenvolvimento sustentável, propomos aprofundar o estudo das embalagens de alimentos congelados. Esta escolha justifica-se na medida em que a produção na categoria dos alimentos congelados se encontra em franca ascensão. Esta tendência deve-se a alterações de hábitos de consumo da sociedade e a evolução das tecnologias de produção da indústria alimentar, de produção da indústria da embalagem e da indústria gráfica. O objetivo específico deste estudo de caso é fazer um levantamento das características das diferentes embalagens dos congelados e verificar a sua conformidade com as normas de embalagens e resíduos de embalagem. Pretendemos ainda verificar se existem outras preocupações que visem a sustentabilidade nestes projectos e na sua produção. O estudo de caso possibilita uma abordagem aprofundada e específica e, através da metodologia do Design do Ciclo de Vida, obteremos mais concretamente uma aferição das consequências ambientais, sociais e económicas das diferentes soluções nesta categoria. Os resultados deste estudo deverão contribuir para a realização de uma metodologia do design de embalagem que vise a sustentabilidade.

Abstract

Considering food goods packages and the role of design in the search for solutions from a perspective of sustainable development, we propose to deepen the study of frozen food packages. This choice is justified to the extent that production in the category of frozen food has been rising. This trend is due to changes in society consumption habits and to evolutions of food goods production technologies, packaging technologies and the printing industry. The specific aim of this case study is to survey the characteristics of different types of frozen food packages and verify their conformity with packaging standards and packaging waste. We also want to check if there are other concerns aimed at sustainability in these designs and its production. The case study provides an in-depth and specific approach, and through Life Cycle Design methodology we will obtain a more concrete assessment of the environmental, social and economic consequences of different solutions in this category. The results of this study should contribute to achieve a packaging design methodology that aims at sustainability.

IMPACTOS AMBIENTAIS DO PROCESSO DO DESIGNER GRÁFICO

Renan Pereira¹, Nadja Maria Mourão²

¹Faculdades Integradas Teresa D'Ávila - FATEA

²Universidade Estadual de Minas Gerais - UEMG

pereira.renann@gmail.com; nadjamourao@gmail.com

Resumo

O presente estudo procurou investigar as contribuições do profissional *Design* Gráfico para o desenvolvimento sustentável. O *Designer*, gestor de projetos e serviços, deve considerar as diversas condições que possam induzir fatores negativos ao meio ambiente, durante as atividades de elaboração e execução de um produto gráfico. Para contribuir com a adequação da profissão, buscou-se analisar quais os impactos ambientais oriundos da produção gráfica, através da pesquisa sobre sustentabilidade, design e a poluição causada pela produção gráfica. A relação das significações entre a atividade projetual e seus impactos foi analisada, propondo ações para redução de impactos negativos. Estes resultados permitiram avaliar como o designer gráfico desempenha um papel importante no desenvolvimento de produtos, contribuindo para preservação do meio ambiente.

Abstract

The present study sought to investigate the contributions of professional Graphic Design for sustainable development. Designer, manager of projects and services, should consider the various conditions that may lead to negative environmental factors during the activities of design and implementation of a graphic product. To contribute to the adequacy of the profession, which sought to analyze the environmental impact of print production through research on sustainability, pollution caused by design and graphic production? The relationship between the meanings of projectual activity and its impacts were analyzed, proposing actions to reduce negative impacts. These results allowed us to assess how the graphic designer plays an important role in product development, contributing to environmental preservation.

DESIGN GRÁFICO SUSTENTÁVEL POR MEIO DA ECOEDUCAÇÃO APLICAÇÃO NO PROJETO DE EMBALAGENS DE UMA LINHA DE PANEIAS

Seila Cibele Sitta Preto¹, Maryane Vioto Silva²

¹Universidade Estadual de Londrina

²Universidade Estadual de Londrina

cibelesittap@gmail.com; maryane.vioto@gmail.com

Resumo

O presente trabalho visa inserir a ecoeducação por meio do design gráfico sustentável ao projeto gráfico de embalagens de uma linha panelas da rede de supermercados do Paraná, proporcionando a disseminação da informação pela ecoeducação no intuito de conscientizar os consumidores. Para este trabalho foram utilizadas ferramentas como: *briefings* e análise de similares, para diagnóstico inicial e o *GODE* (Guia de Orientação para o desenvolvimento de embalagens), *ECOdesign tolls* e *Matriz SWOT* para o auxiliar na identificação e desenvolvimento do projeto gráfico com base na sustentabilidade e ecoeducação. Como resultado foi desenvolvido três projetos gráficos para a linha de embalagens, cada um para seu público alvo respectivo, sendo empregados em suas composições visuais os elementos que atendem os fatores projetuais de design gráfico e os mercadológicos necessários para a rede de supermercados. O projeto também integrou o desenvolvimento de um selo ecológico, para ser empregado nas embalagens de produtos de marca própria da rede, utilizando o *Marketing Verde* como diferencial competitivo, que é abordado na propagação das ações e projetos socioambientais realizados pela rede de supermercados do Paraná e a responsabilidade da empresa com o ambiente, já que seu segmento mercadológico contribui no descarte e acúmulo de lixo.

Abstract

This work aims to show the eco-education through sustainable graphic design to graphic design of packaging for a line of cookware in a supermarket chain at Parana, providing information about eco-education focusing on conscientize the consumers. The following methodologies were used to develop this work: briefings and analysis of similar, to initial diagnosis, the GODE method, ECOdesign tolls and matrix SWOT, to assist on identify and develop the graphic design based in sustainability and eco-education. As a result three graphic projects were made for this line packing, each one corresponding to its target audience, being used in its visual compositions elements that address the design factors about design graphic design and marketing needed for the supermarket chain. The project also included the development of an eco-label being used by the own chain of supermarket on their packs of products, using green marketing as a competitive differential, which is discussed in the spread of environmental projects and actions carried out by the supermarket chain at Paraná, and the environmental company's responsibility, since its market segment contributes to the accumulate and disposal of garbage.

GESTÃO DO DESIGN DE EMBALAGENS UMA FERRAMENTA PARA AUMENTO DE COMPETITIVIDADE

Alice Maria Ribeiro da Silva¹, Virginia Borges Kistmann²

¹UniBrasil – Faculdades Integradas do Brasil

²Programa de Pós-Graduação em Design / Universidade Federal do Paraná
amrs@netpar.com.br; vkistmann@ufpr.br

Resumo

Diariamente milhares de pessoas fazem uso de embalagens, no entanto, nem sempre elas são valorizadas como produto agregador de valor. Na intenção de valorizar o design de embalagens dentro da empresa, este artigo traz uma aproximação entre o campo teórico do design de embalagens e o do design estratégico. Para tanto, utiliza a técnica de revisão da literatura, seguida de uma discussão teórica sobre o tema. Nele são destacados a possibilidade de aumentar a competitividade da empresa, através da gestão do design e a integração do setor de design com outros setores, bem como aborda também a questão da inovação, mostrando sua importância para o posicionamento estratégico dentro de uma empresa.

Abstract

Every day thousands of people make use of packaging, however, they are not always valued as a product aggregator value. In the intention to enhance the packaging design within the company, this article presents a discussion of the importance of design management through packaging design starting from the literature review, outlining considerations about the possibility of increasing the competitiveness of the company by managing the design and integration of the design industry with other sectors. It also addresses the issue of innovation, showing its importance to the strategic position within a company.

O USO DO BRIEFING NO PROCESSO DE CRIAÇÃO DE OBJETOS DE APRENDIZAGENS NA EAD

Aline Freitas¹, Juliana Silva¹

¹Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Espírito Santo (Ifes)
alinegoval@gmail.com; juliana.cris@gmail.com

Resumo

Este artigo tem o objetivo de relatar a sistematização do processo de solicitação de mídias educacionais: animações, vídeoaulas, tutoriais, imagens, etc; para o Centro de Educação a Distância (Cead) do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Espírito Santo (Ifes). Isso se deu a partir da criação do setor de Design e diante da necessidade e especificidade de informação que o Designer necessita para desenvolver um projeto de forma adequada e que atenda a necessidade do usuário. Sendo assim, este artigo contribuirá com o CIDAG, pois apresenta uma ferramenta criada pelo Cead para o designer atuar na criação de mídias para a EaD, e na forma de comunicação deste com os outros profissionais envolvidos (stakeholders) no processo.

Abstract

This article has objective to report the systematic process of applying for educational medi; animations, video classes, tutorials, pictures, etc. to the Center for Distance Education (Cead) of the Federal Institute of Education, Science and Technology of the Espírito Santo (Ifes). This was based on the creation of the Design sector and considering the necessity and specificity of information that the designer needs to develop a project properly and that meets the user's needs. Being so, this article will contribute to the CIDAG because it presents a tool created by designer Cead to act in the creation of media for distance education, and in this form of communication with other professionals (stakeholders) in the process.

A MARCA COMERCIAL E SUA IDENTIDADE CONSTRUÍDA PELA COMUNICAÇÃO

Alvaro Roberto Dias¹, Richard Perassi¹

¹PPEGC/Universidade Federal de Santa Catarina – SC - Brasil
prof.alvarodias@gmail.com; richard.perassi@uol.com.br

Resumo

Numa visão bem simplificada, evolutiva, comum dentro do campo de design, costuma-se dizer que a identidade visual, enquanto sinal ou símbolo dentro de uma comunicação gráfica, faz parte do processo de evolução da linguagem. Afirma-se que esse processo começou com as imagens (Lascaux e Altamira), avançou rumo aos pictogramas (hieróglifos) e chegou ao alfabeto, e que hoje se percebe uma reversão, que se volta mais uma vez para a imagem. E, em nosso cotidiano repleto de imagens, as identidades visuais representariam uma grande parte dessa realidade. Em contato com muitas pessoas, elas estariam em um processo de comunicação permanente. A identidade visual, enquanto desenho, faz parte deste cotidiano repleto de imagens, e sua construção, quando considerada “bem feita” por seus autores, resolve o problema de incompatibilidade na hora da identificação visual: não se confunde uma marca com outra.

Abstract

In a very simplified view, evolutionary, common within the field of design, it is said that the visual identity, as a sign or symbol in a graphic communication, is part of the process of language evolution. It is claimed that this process began with the images (Lascaux and Altamira), advanced towards the pictograms (hieroglyphs) and reached the alphabet, and now we can see a reversal, which turns once more to the picture. And in our daily life full of images, visual identities represent a large part of that reality. In contact with many people, they would be in a process of ongoing communication. The visual identity, while design is part of everyday life filled with images, and its construction, when considered “well done” by its authors, solves the problem of incompatibility at the time of visual identification: one should not be confused with another brand.

DESPERDÍCIO EM METODOLOGIAS DE DESIGN ANÁLISE DE DESPERDÍCIO NO PROCESSO DE IDENTIFICAÇÃO DAS NECESSIDADES DO USUÁRIO

Cláudio Silva¹, Helio Ferenhof², Fernando Forcellini³

¹Faculdade SENAC SC | Núcleo de Gestão de Design – NGD/UFSC

²Faculdade SENAC SC | Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção - EPS/UFSC

³Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção e Sistemas - EPS/UFSC
design@mediak.com; helio@igci.com.br; forcellini@deps.ufsc.br

Resumo

Identificar as necessidades do usuário é um fator chave para o desenvolvimento de produtos que venham de encontro com seus desejos. No entanto, a execução deste processo pode trazer desperdício agregando custo e tempo, ao invés de agregar valor. Um fator que pode gerar retrabalho e por sua vez, desperdício ao processo é a pouca habilidade e conhecimento ou familiaridade com os métodos e instrumentos de pesquisa necessários à identificação das necessidades do usuário. Uma equipe multidisciplinar pode ser um caminho para se eliminar o desperdício e agregar valor neste processo.

Abstract

Identify user needs is a key factor for the development of products that meet their desires. However, the implementation of this process can bring waste adding cost and time, rather than add value. One factor that can lead to rework and in turn, the process is wasted little skill and knowledge or familiarity with the methods and research tools necessary for identification of user needs. A multidisciplinary team can be a way to eliminate waste and add value in this process.

A GESTÃO DO DESIGN: UMA INVESTIGAÇÃO DAS AÇÕES GRÁFICAS DA MARCA NO CONTEXTO DA REDE SOCIAL FACEBOOK

Daniela de Aquino¹, Luiz Salomão R. Gomez²

¹Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Design e Expressão Gráfica da UFSC

²Doutor Engenheiro. Docente do Programa de Pós-Graduação em Design – Departamento de Design –UFSC
aquinodani@ig.com.br; salodesign@gmail.com

Resumo

O artigo tem como objetivo, investigar as ações gráficas das marcas no Brasil com maior destaque no contexto da rede social Facebook. A escolha da rede social Facebook está atrelado ao grande desempenho que este site de relacionamento vem transformando a relação da marca com o consumidor. Para que a marca venha a ter sucesso no contexto da rede social é necessário qualidade na gestão da marca, ação a qual o profissional de design está diretamente relacionado, por ter uma ligação interdisciplinar com outras áreas da gestão como o marketing. Segundo a ferramenta de monitoramento e mensuração GraphMonitor, as marcas que se destacaram com mais fãs no ano de 2011 no Facebook Brasil foi a marca da categoria de refrigerante a Guaraná Antarctica com mais de 3 milhões de fãs e a marca na categoria de bebidas a cerveja Skol com mais de 2 milhões de fãs. As marcas se destacaram também pelo desempenho das ações promocionais, das estratégias de engajamento do público como concursos, enquetes, jogos entre outros e pela qualidade dos anúncios gráficos de cada página, ao qual mantem a identidade e o conceito da marca, gerando valor para a mesma. Para a realização deste artigo, o método de pesquisa empregado foi a investigação bibliográfica, que envolve referências das áreas do design (gestão da marca) e marketing. Quanto aos objetivos da pesquisa é descritiva, dentre os procedimentos técnicos utilizados foi realizado um levantamento das estratégias utilizadas pelas marcas Guaraná Antártica e cerveja Skol, por meio da observação na internet.

Abstract

The paper aims to investigate the actions of graphical marks in Brazil most notably in the context of social network Facebook. The choice of social network Facebook is tied to high-performance networking site that has transformed the relationship between the brand and the consumer. For the brand will succeed in the context of social networking is needed quality in brand management, action which the professional design is directly related, having a connection with other interdisciplinary areas of management and marketing. According to the monitoring and measurement tool GraphMonitor, brands that stood out with more fans in 2011 in Brazil was the Facebook brand in the category of soft drink Guarana Antarctica with more than 3 million fans and the brand in the beverage category Skol beer with more than 2 million fans. The brand is also highlighted by the performance of promotional activities, strategies egajamento public as contests, quizzes, games and more, and the quality of ads on each page, which keeps the concept of brand identity and generating value for the same. To carry out this article, the research method used was literature research, which involves references to areas of design (brand management) and marketing. The objectives of this research is descriptive, from the technical procedures used was a survey of strategies used by brands Guaraná Antarctica and Skol beer, by observing on the Internet.

OS 4 ELEMENTOS DO DNA DE MARCAS EMOÇÃO, RESILIÊNCIA, TÉCNICA E MERCADOLOGIA

Dayane Alves Lopes¹, Luiz Salomão Ribas Gomez¹

*¹Laboratório de Orientação da Gênese Organizacional. Universidade Federal de Santa Catarina
dayalvez@gmail.com; salodesigner@gmail.com*

Resumo

O presente artigo visa demonstrar a importância da identificação de um DNA de marca forte, tendo em vista que a marca torna-se, cada vez mais, um ativo importante para as empresas, ampliando seu valor mercadológico em função da identificação e relacionamento com o público alvo. Assim, utilizando a metáfora do DNA e a ferramenta de BRAND DNA TOLL®, a qual vem sendo aplicada com relativo sucesso no Laboratório de Orientação Gráfica Organizacional da Universidade Federal de Santa Catarina, busca-se fortalecer as pesquisas de aplicação desta ferramenta direcionando os conceitos que compõem o DNA para elementos que se mostram cada vez mais essenciais na construção e no fortalecimento da marca, ajudando-a a se posicionar de modo a conquistar uma vantagem competitiva sustentável no mercado.

Abstract

This article aims to demonstrate the importance of identifying DNA from a strong brand, given that the brand becomes increasingly an important asset for companies, increasing its value as a function of marketing identity and relationship with the public target. Thus, using the metaphor of DNA and the BRAND DNA TOLL®, which has been applied with relative success in the Laboratory Guidance organizational placed in the Federal University of Santa Catarina, seeks to strengthen the research of application of this tool directing the concepts make up the DNA elements that are becoming increasingly essential in building and strengthening the brand, helping to position themselves in order to gain a sustainable competitive advantage in the market.

ACADEMIA + PYMES + LEGISLACIÓN: INNOVACIÓN EN ENTORNOS COLABORATIVOS DESARROLLO Y NETWORKING EN EL SECTOR DEL HÁBITAT, DESDE UNA PERSPECTIVA SISTÉMICA

Elingth Rosales¹, Bernabé Hernandis¹, José R. González¹, John Cardozo^{1,2}

¹ETS d'Enginyeria del Disseny, Universitat Politècnica de València

²UAB Departamento de Diseño, Universidad Nacional de Colombia

elromar1@doctor.upv.es; bhernand@degi.upv.es; jogondia@doctor.upv.es; jjcardozov@unal.edu.co

Resumen

Claves de desempeño dinámico en el espacio de temáticas relacionadas con gestión de la innovación y diseño estratégico *-productos-servicios-comunicación-*, transferencia e intercambio de conocimientos y desarrollos en entornos colaborativos, aplicando principios vinculados con el design thinking, el co-creating la creación de valor para consumidores, usuarios, la propia organización y demás agentes involucrados en el proceso.

Abstract

Keys around dynamic performance in the field of issues related to innovation management and strategic design -product-services-communication-, transfer and exchange of knowledge and developments in collaborative environments, applying principles linked to design thinking, co-creating, and value creation, for consumers, users, the organization itself and other agents involved in the process.

CONTRIBUIÇÕES DO DESIGN THINKING COMO ATIVADOR DE UM NOVO PERFIL DE ATUAÇÃO DO PROFISSIONAL DESIGNER

Francieli Regina Balem¹, Luiz Salomão Gomez²

^{1,2}Grupo de Pesquisa LOGO – Laboratório de Orientação da Gênese Organizacional – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC - Brasil
francybalem@yahoo.com.br; salodesigner@gmail.com

Resumo

Este artigo apresenta conceitos e contribuições do design thinking, como integrador da nova forma de atuação do designer em processos solucionadores de problemas. Este tipo de abordagem, do design como forma de pensar, vem ao encontro das necessidades atuais na identificação de novas oportunidades, com eficácia na criação de novas soluções. Desta forma, este estudo objetiva explicar como o design thinking contribui para um novo perfil de atuação do designer: o design thinker.

Abstract

This paper presents concepts and contributions of design thinking, such as integrating the new way of working processes of the designer in solving problems. This type of approach, the design as a way of thinking, meets the current needs in identifying new opportunities, effectively creating new solutions. Thus, this study aims to explain how design thinking contributes to a new profile of the designer's work: the design thinker.

EL MODELADO SISTÉMICO DE PRODUCTO UNA HERRAMIENTA PARA GESTIONAR LOS PROCESOS DE DISEÑO EN LAS PYME

John Jairo Cardozo Vásquez^{1,2}, Bernabé Hernandis Ortuño², José R. González²

¹UAB Departamento de Diseño, Universidad Nacional de Colombia

²ETS d'Enginyeria del Disseny, Universitat Politècnica de València

jjcardozov@unal.edu.co; bhernand@degi.upv.es; jogondia@doctor.upv.es

Resumen

El producto es el centro de actividad en las empresas, determinando su estructura económica y productiva; en las Pyme se evidencia la ausencia de herramientas metodológicas que articulen sus particularidades organizacionales con los procesos de desarrollo de producto. El diseño posee la capacidad de aumentar la competitividad de las empresas y se requiere desarrollar metodologías enfocados en las PyME, las cuales a partir de la creación de valor del producto, permitan la reducción de la vulnerabilidad en mercados cada vez más complejos. El producto debe ser considerado como un sistema complejo y abordar su desarrollo exige métodos específicos; el Modelado Sistemico de Producto es una herramienta que puede incorporarse en las PyME, porque vincula los procesos de gestión y el proceso de desarrollo de productos.

Abstract

The product is the center of business activity, determining its economic and productive structure, SMEs is evident in the absence of methodological tools to articulate their specific organizational processes with product development process. The design has the ability to increase the competitiveness of companies and is required to develop methodologies that focus on SMEs, which from the creation of product value, allowing a reduction of vulnerability in ever more complex markets. The product should be considered as a complex system, board your development requires specific methods; the Systemic Modeling Product is a tool that can be incorporated in SMEs, because it links the processes of management and product development process.

DISEÑO Y CREACIÓN EMOCIONAL DE VALOR LA EXPERIENCIA POTENCIADA POR LA COMUNICACIÓN MULTIDIMENSIONAL

José R. González¹, Bernabé Hernandis¹, Elingth Rosales¹, John Cardozo^{1,2}

¹ETS d'Enginyeria del Disseny, Universitat Politècnica de València

²UAB Departamento de Diseño, Universidad Nacional de Colombia

jogondia@doctor.upv.es; bhernand@degi.upv.es; elromar1@doctor.upv.es; jjcardozov@unal.edu.co

Resumen

En las interacciones que caracterizan la vida contemporánea, es innegable el rol fundamental que están desempeñando las comunicaciones en la creación de nuevas perspectivas socio-culturales, de negocios o de relaciones interpersonales, sin que para ello sea una limitación ni las distancias, ni los tiempos, ni los espacios. (Etchevers, 2006) En el ámbito de la creación de valor en torno a productos y servicios, las formas actuales de aproximación previas a la compra, las vivencias durante la compra y sobre todo, posteriores a ella en la *zona de las experiencias*, conforman un conjunto alrededor de una serie de valores intangibles que conducen a respuestas decisivas por parte del usuario/consumidor, relacionadas con aspectos sensoriales, emocionales y cognitivos, *brand equity*, y *customización* entre otras claves, así como en la forma en que son canalizadas, y en este contexto, la comunicación multidimensional es vital.

Abstract

In the interactions that characterize contemporary life, it is undeniable the fundamental role that communications are playing in the creation of new socio-cultural perspectives, business or personal relations, where distances, times or spaces are not a limitation. (Etchevers, 2006) In the area of value creation around products and services, current ways of pre-purchase approach, experiences during purchase and especially after it in the zone of experiences, set up conditions around a number of intangibles that lead to decisive answers on behalf of users/consumers related to sensory, emotional a cognitive aspects, brand equity and customization, among other keys, as well as how they are channeled, and here, multidimensional communication is vital.

LOGOTIPO COMO MEME DE UMA MARCA

Luiz Salomão Ribas Gomez

*Laboratório de Orientação da Gênese Organizacional – LOGO/UFSC – Brasil
Unidade de Investigação em Design e Comunicação – UNIDCOM/IADE – Portugal
salomao.gomez@ufsc.br*

Resumo

Este artigo apresenta como a pesquisa do Laboratório de Orientação da Gênese Organizacional – LOGO tem se dedicado a desenvolver um processo de apoio a construção de marcas à partir de conceitos do neuromarketing aplicados com auxílio de ferramentas de design, marketing e publicidade tendo a metáfora BRAND DNA como referência. Para isso a utilização do conceito de meme como instrumento de transmissão das informações que a marca deve comunicar aos consumidores vem sendo aplicada em todas as etapas de construção da marca, desde seus conceitos fundamentais até as estratégias mercadológicas, passando efetivamente pela construção do logótipo da marca. Aqui apresenta-se a definição utilizada de meme e como ele se integra ao DNA das marcas.

Abstract

This paper shows how the research of the Laboratory of Orientation of the Organizational Genesis (LOGO) has been devoted to developing a process to support brand-building from neuro-marketing concepts applied with the aid of design, marketing, and advertising tools with the BRAND DNA metaphor as a reference. The use of the term meme, as a means of transmission of information that a brand must communicate to consumers, is being applied at all stages of brand-building, from its fundamental concepts to marketing strategies, as well as construction of the brand logo. Here we present the definition of meme used and how it is integrated into the brand's DNA.

MARCA CIDADE GESTÃO E ESTRATÉGIAS GRÁFICAS

Marlene Ribeiro

Faculdade de Arquitectura da Universidade Técnica de Lisboa
marlenefribeiro@gmail.com

Resumo

Num período em que as cidades competem entre si, o Design assume um papel fundamental no desenho das interfaces de comunicação e intermediação cultural entre a administração e a comunidade. A marca cidade representa um factor de afirmação, posicionamento e distinção, essenciais neste mundo globalizado, que veio determinar um pensamento de mercado aplicado aos locais, pelo desejo de captação de investimento externo, exportações e turismo. Esta mudança de paradigma, impulsionadora da criação de muitas marcas cidade, apresenta-se claramente como uma oportunidade para o crescimento de muitos locais, ao mesmo tempo que vem trazer novas e mais exigentes metas de governação aos seus decisores políticos. De forma a incrementar níveis de competência política, administrativa e técnica mais elevados, apresenta-se aqui o conceito de marca aplicado aos locais e as suas características distintivas, dentro do mundo das marcas; comparam-se modelos de gestão desenvolvidos especificamente para marcas de locais por diferentes autores e enunciam-se estratégias gráficas que têm sido seguidas e são facilmente identificáveis nas marcas em exercício.

Abstract

In a time when cities compete with each other, design plays an important role in the development of communication interfaces and in the cultural intermediation between the government and the community.

The city brand represents a factor of affirmation, placement and distinction, which are essential aspects on the globalized world we live in, which has come along with a sense of market applicable to places, on the pursuit of external investment, exports and tourism. This change of paradigm motivated the origin of many city brands and it clearly represented an opportunity for local growth. It also brought new and more demanding governmental goals to the political decision makers. In order to increment higher levels of political, administrative and technical skills, the concept of brand presented on this paper is assumed to be related to places and their distinctive qualities on the brands world; there are confronted different management models specifically for place brands and there are mentioned graphic strategies which have been followed and which can be easily identified on this case study brands.

A ILUSTRAÇÃO COMO PROCESSO SISTÊMICO ESTUDO DE CASO DO PROCESSO DOS ILUSTRADORES PARA O SEGMENTO DE MODA

Marco Aurélio Petrelli¹, Fernanda da Silva¹

¹Universidade do Vale do Itajaí

petrelli@univali.br; fernandas@hotmail.com

Resumo

Entendendo a ilustração como parte de um processo industrial, responsável por uma importante característica para uma peça de vestuário, esse estudo foi realizado com o objetivo de compreender o processo utilizado por ilustradores no desenvolvimento de estampas para a indústria têxtil. A exploração deste tema traz a luz a visualização da praxis deste profissional, estabelecendo uma visão aplicada dos conceitos apresentados pela pouca literatura especializada existente. Nesta abordagem, primeiramente foi desenvolvido um levantamento teórico, perfazendo um panorama a respeito dos principais temas relacionados: ilustração, ilustração de moda, croquis, design de superfície têxtil, estampas, método e processo. Quanto aos aspectos metodológicos, considera-se esta uma pesquisa aplicada e a forma de abordagem é qualitativa realizada por meio de entrevistas estruturadas, abordando primariamente: freelancers, profissionais que trabalham em estamparias, estúdios de design, empresas têxteis, entre outros profissionais relacionados. Como resultados alcançados, percebe-se que o processo realizado pelos ilustradores participantes do estudo atuam de maneira semelhante, mesmo atuando em segmentos distintos.

Abstract

Understanding the illustration as part of an industrial process, responsible for an important feature for a garment, this study was conducted in order to understand the process used by illustrators to develop patterns for the textile industry. The exploration of this issue brings to light the display of the praxis of this professional, establishing an applied vision of the concepts presented by the little existing literature. In this approach, first a theoretical approach was developed, making a picture about the main issues: illustration, fashion illustration, sketches, textile surface design, prints, method and process. Methodological terms, this is considered a form of applied research and qualitative approach is accomplished through structured interviews, focusing primarily, freelancers, professionals working in stamping, design studios, textile, and other related professionals. As results, it is clear that the process performed by the illustrators of the study participants act in a similar way, even acting in different segments.

O USO DAS PERSONAGENS DE HISTÓRIAS EM QUADRINHOS NA DISSEMINAÇÃO DOS VALORES DE UMA MARCA

Walter F. Stodieck¹, Daniele Vasques Dutra¹, Luiz Salomão Ribas Gomez¹

¹Laboratório de Orientação da Gênese Organizacional – LOGO/UFSC – Brasil
stodieck@gmail.com; danielevdutra@gmail.com; salodesigner@gmail.com

Resumo

As marcas cada vez mais devem se diferenciar e encontrar novos caminhos para chegarem à mente dos seus consumidores, para isso elas devem achar novas maneiras de se comunicarem de uma maneira mais eficiente e duradoura com eles. Em um mesmo caminho, as histórias em quadrinhos, com seus cenários fantásticos, personagens complexos e ricos em valores, conseguem comunicar-se diretamente com os seus leitores passando suas lições e ensinamentos como sendo uma modernização dos contos de fadas e de cavalaria da idade média, construindo uma forte identificação de suas personagens com os anseios e desejos vividos pelos seus leitores. Este artigo visa estudar o conceito de histórias em quadrinhos e suas personagens sob o ponto de vista do branding como forma de influência na venda das causas defendidas pelas marcas, identificando suas origens e conceitos vinculando-os aos conceitos e valores repassados através das estórias contadas nas páginas das revistas em quadrinhos, construindo através deles um relacionamento entre a marca, com seus valores, e os consumidores com os seus desejos.

Abstract

The brands increasingly need to differentiate themselves and find new ways to reach the minds of its consumers, to do so they must find new ways to communicate in a more efficient and durable with them. In one way, the comics, with its fantastic scenery, complex characters and rich in values, can communicate directly with their readers through their lessons and teachings as a modernization of the fairy tales of chivalry and the average age, building a strong identification with the characters of their longings and desires experienced by its readers. This article aims to study the concept of comics and their characters from the point of view of branding as a way to influence the sale of the causes espoused by brand, identifying its origins and concepts by linking them to the concepts and values passed on through the stories told in pages of comic books, building them through a relationship between the brand and its values and consumers with their desires.

VISUALIDADE E MEDIAÇÃO COMO RECURSO DE COMUNICAÇÃO DA MARCA: PERCEPÇÕES NA INTERFACE USUÁRIO-AMBIENTE DAS INTRANETS DAS ORGANIZAÇÕES

Alvaro Roberto Dias¹, Richard Perassi¹

¹PPEGC/Universidade Federal de Santa Catarina – SC - Brasil
prof.alvarodias@gmail.com; richard.perassi@uol.com.br

Resumo

Esse artigo busca elencar conceitualmente, através da visão da semiótica e do design, a produção de significados na utilização da ambiência INTRANET como ferramenta de comunicação da marca e a inserção de outros aspectos visuais (que reforçam a cultura e a identidade corporativa) na medida em que dependem dos recursos do design de informação para serem adaptados e expressos nas redes intranet e não simplesmente se amparar em uma base tecnológica que disponibiliza a possibilidade de armazenamento de informações. Reconhecer os indivíduos como seres que têm conhecimentos, habilidades, experiências e capacidades de aprendizagem evidenciadas em termos de comportamento e de atitudes: a capacidade de conhecimento de cada indivíduo está em constante troca com o ambiente no qual o mesmo está inserido. Abre, assim, através da discussão teórica, espaço para o desenvolvimento de metodologias que possam ser incorporadas à disseminação de conteúdos voltados à comunicação de marca. Além disso, deve-se considerar as possibilidades estético-emocionais e simbólico-semânticas, relacionando os sentidos e os significados dos elementos de identificação da marca, na composição visual da interface, visando confirmar e promover a relação entre a marca e o público interno da organização.

Abstract

This article seeks to list conceptually, through the vision of semiotics and design, the *production of meanings in the use of ambience INTRANET as a brand communication and inclusion of other visual aspects (reinforcing the corporate culture and identity) to the extent that depend on the resources of information design to be adapted and expressed in intranet networks and not simply in a technology-based support that provides the possibility of storing information. Recognize the individuals as beings who have knowledge, skills, experiences and learning abilities evidenced in terms of behavior and attitudes: the ability of knowledge of each individual is in constant exchange with the environment in which it is inserted. It opens, so, by discussing theoretical space for the development of methodologies that can be incorporated into the dissemination of content focused on brand communication. In addition, one must consider the potential emotional and aesthetic-symbolic-semantic, relating the senses and the meanings of the elements of brand identification in the visual composition of the interface, to confirm and promote the relationship between the brand and the public organization's internal .*

UMA METODOLOGIA DE AVALIAÇÃO DE MARCAS PARA APOIAR A DECISÃO DO DESIGNER NA HORA DA CONCEPTUALIZAÇÃO E DESENHO

Álvaro Sousa

Universidade de Aveiro, ID+ Instituto de Investigação em Design, Media e Cultura

alvarosousa@ua.pt

Resumo

O desenho de marcas não resulta apenas do trabalho do designer, do *Marketeer* ou do especialista em comunicação mas sim da soma de todos estes contributos por forma a obter um trabalho que responda de forma eficaz, revelando forte carácter identitário e capacidade de diferenciação, ao programa proposto pelo cliente. No entanto, e apesar das especificações que cada especialista pode oferecer ao projeto, este processo pode ser liderado pelo designer – apesar deste ser muitas vezes subestimado devido à imagem percebida de especialista do “fazer” em desprovelo do “argumentar” –, por ser o que mais facilmente se coloca na pele do consumidor para interpretar o programa proposto, fazendo assim a ponte entre o fazer, com os dados disponibilizados por todos os especialistas (onde ele se inclui), os consumidores e o proponente do programa. Dai propõe-se uma metodologia que reforce a capacidade do designer para exercer o papel de charneira, possibilitando uma avaliação da força comunicativa de cada marca para poder obter e codificar as orientações dos consumidores, possibilitando-lhe a elaboração de argumentos baseados na sua sensibilidade para analisar e interpretar os dados obtidos. Assim, o designer, para além de conhecer melhor as expectativas que os destinatários tem da marca, pode recentrar toda a argumentação não apenas no *brief* da encomenda ou nas análises macro oferecidas pelos outros especialistas, mas centrando o foco no consumidor, no fundo aquele para quem a marca é concebida, permitindo um grau mais elevado de competitividade da marca nos mercados onde atua.

Abstract

The brand design, contrary to pre-conceived ideas, is not only the result of the designer's work, marketeer's, linguist, or communication expert, but also of the intervention of all them, so that the outcome is a piece revealing a strong identity character and differentiating capacity in view of the program proposed by the customer. And yet, in spite of the specifications they all may offer the project, it is assumed the process should be headed by the designer, who, contrary to what is most customary – is being undervalued due to stereotypes associated to a greater visibility of his performance as “the expert in doing” instead of “reasoning” – can be the link between all those involved in the process. Crucial is that the designer places himself as the consumer, interpreting the proposed program, reconnecting and operating in his doing all the data made available by the experts (himself included), the consumers and the proponent. Therefore, a brand evaluation methodology has been developed which aims to strengthen the designer's ability towards executive intermediation and management, as well as the analysis of the brand's communicative power. It is thus demanded that the designer governs all the methods and techniques of recollection and analysis of data that will allow him, on one hand, to determine the expectations of the brand's consumers and, on the other, focus and connect every argument, not merely in the order's brief or in the macro analysis developed by other experts, but also in the consumer, whom the brand is ultimately intended to.

A IDENTIDADE GLOBAL DAS CIDADES E O DESIGN

Cátia Sofia Tiago Duarte Rijo

CIAUD Faculdade de Arquitectura da Universidade Técnica de Lisboa
catia.rijo@gmail.com

Resumo

O objectivo deste artigo é apresentar uma reflexão sobre a importância da criação de uma identidade global aplicada às cidades permitindo a sua projecção de forma diferenciadora e única, bem como as contribuições do design enquanto disciplina projectual que garante o desenvolvimento visual da identidade de um sítio como resultado de um processo de investigação. Aborda-se a importância da diversidade cultural como factor diferencial uma vez que esta toma diversas formas através do tempo e do espaço. A Cultura enquanto transmissora de mensagens deve ser adotada e entendida como um elemento essencial na representação de um local ou sítio. O designer deve contribuir para que esta diversidade cultural seja percebida pelo maior número de pessoas, pois está desta forma a preservá-lo a um nível intangível. Este estudo encontra-se no âmbito da tese de doutoramento em design que tem como objectivo final a criação de uma imagem que identifique e projete o bairro de Alcântara como um lugar, simultaneamente, de memória e de futuro na cidade-capital de Lisboa. Proceder-se-á à apresentação do levantamento e investigação em curso sobre a História e património tangível e intangível de Alcântara, que a tornam num sítio com carácter, diferenciador e único, que urge preservar e divulgar.

Abstract

This article aims to present a reflection on the importance of creating a global identity applied to cities in order to project themselves in a distinctive and unique contributions as well as the design as a projectual discipline that ensures the development of the visual identity of a place as result of an investigation. Discusses the importance as differential diversity factor since it takes several forms through time and space. Culture as transmitter of messages must be adopted and understood as an essential element in the representation of a site. The designer should contribute to this diversity to be perceived by a lot of people because it is this way to preserve it at a level intangible. This study is in the doctoral thesis in design that has the ultimate goal of creating an image to identify and design the neighbourhood as a place of Alcântara, both memory and future in the capital city of Lisbon. Proceed will be the presentation of the survey and on going research into the history and tangible and intangible heritage of Alcântara, which make it a place with character, distinctive and unique, it is urgent to preserve and disseminate.

SIGNOS DE PERSUASÃO E IDENTIDADE GLOBAL DOS ESTADOS

Daniel Raposo

Instituto Politécnico de Castelo Branco
draposo@ipcb.pt

Resumo

Através de uma revisão da literatura, este artigo pretende confrontar as principais técnicas e signos usados para criar uma identidade global estatal capaz de persuadir as populações.

Trata-se de um percurso pela história que passa por algumas das principais civilizações e ditadores, com o intuito de detectar padrões e identificar a intenção subjacente aos signos de identidade.

Abstract

Through a review of the literature, this paper intends to confront the main techniques and symbols used to create a state global identity able to persuade people.

It is a journey through history that goes through some of the main civilizations and dictators, in order to recognize patterns and identify the intention behind the signs of identity.

O TOY ART COMO CAMPO DE INVESTIGAÇÃO EM DESIGN

Diego Piovesan Medeiros¹, Airtton Cattani¹

¹PGDesign – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil
diego.piovesan@gmail.com; aacc@ufrgs.br

Resumo

Este artigo aborda as práticas de customização e de *do-it-yourself* (faça-você-mesmo) como fatores diferenciais em design, apresentando o caso *Toy Art* como um campo de investigação, mostrando as possibilidades de personalização de produtos industriais.

Abstract

This article discusses best practices for customization and do-it-yourself as differential factors in design, presenting the case Toy Art as a field of research, showing the customization possibilities of industrial products.

SEMIÓTICA DA MARCA CONTRIBUTOS PARA UMA FERRAMENTA ANALÍTICA PARA A PRÁTICA DO DESIGN DE IDENTIDADE

Eduardo Aires¹, Rita Coelho¹

¹Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto e ID+
eaires@fba.up.pt; design.coelho@gmail.com

Resumo

Este projecto procura operacionalizar a ferramenta avançada na tese de Doutoramento de Eduardo Aires e aplicada às primeiras páginas dos jornais (Aires, 2006), no estudo da marca gráfica, partindo da sua desconstrução semiótica. Pretende-se, com esta ferramenta, fornecer linhas orientadoras que facilitem quer a comunicação, quer a metodologia utilizadas por estudantes e profissionais do Design Gráfico, ao traduzir, de forma inteligível, fenómenos implícitos, ainda no espectro da intuição, no que diz respeito ao Design de Imagem Institucional (mais especificamente, ao Design da marca gráfica), trazendo-os para o campo das definições científicas. A prática do Design da marca, signo gráfico que se pretende que identifique uma entidade, procura-se que tenha com este projecto de investigação em curso, um instrumento para gerar novas ideias e, simultaneamente, uma ferramenta pedagógica que se constitua como conhecimento até agora inexistente. É evidente a mudança de paradigmas que as novas tecnologias forjaram no *zeitgeist* do design gráfico. No entanto, quais são as consequências desta mudança no resultado das novas soluções de marcas gráficas? O que é que esta evolução pode dizer acerca de nós próprios e da nossa sociedade? Estas são também algumas das questões que nos propomos resolver.

Abstract

This project seeks to implement and operationalize an analytical and schematic tool proposed in the doctoral thesis of Eduardo Aires applied to the first pages of newspapers (Aires, 2006), to the study of the picture mark, starting with a semiotic analysis of the marks. Our research has the main objective to contribute to providing guidelines to facilitate both the communication and the methodology used by students and professionals of graphic design, translating, in a graphic way, implicit phenomena that is still in the spectrum of intuition, concerning Identity Design (specifically, the design of the picture mark), and bringing them to the field of scientific definitions. It is our intention with this ongoing project to provide the design of a picture mark – a graphic sign which is intended to synthesize, identify and bring positive values about an entity – with an educational tool that would constitute itself as knowledge so far nonexistent. It is clear the paradigm shift that new technologies forged in the graphic zeitgeist. However, what are the consequences of this change in the new solutions for picture marks? What do these developments say about ourselves and our society? These are also some of the questions we propose to solve.

MARCAS GRÁFICAS TURÍSTICAS DE PAÍSES DA AMÉRICA DO SUL

Eduardo Napoleão¹, Richard Perassi¹

¹Universidade Federal de Santa Catarina (Brasil)

eduardonapoleao@yahoo.com.br; richard.perassi@uol.com.br

Resumo

Os países da América do Sul apresentam um potencial turístico crescente, tendo-se verificado seu maior crescimento na última década. Com isso, observou-se a necessidade de aprimorar a gestão turística e desenvolver melhores estratégias que comuniquem os países da região para seus mercados consumidores. Alguns países utilizaram-se do desenvolvimento de marcas gráficas com foco turístico para atingir esses objetivos, aplicando-as como facilitadores comunicacionais nas suas campanhas e estratégias de mercado. Esse estudo analítico-descritivo apresenta e analisa algumas das marcas construídas para o setor turístico de países da América do Sul nos últimos anos. As marcas gráficas desenvolvidas para o setor turístico são necessárias em seus processos estratégicos por comunicarem de uma forma sintetizada as melhores características de uma região ou simplesmente mudar a forma como esse local é percebido pelos moradores e visitantes.

Abstract

Mostly in the last decade, the South America countries have verify a growing tourism potential, and because of this there was necessity to improve the tourist management and develop better strategies to communicate these places to its consumers. To achieve this objective, some countries developed graphic brands as communication facilitators in its campaigns and market strategies. This analytic and descriptive study indicates some of the touristic graphic brands developed to the South America countries in the last years. Touristic Graphic brands are necessary because they communicate place values or change the way visitors and locals understand a region.

A TIPOGRAFIA POPULAR COMO REFERÊNCIA VISUAL E DEMARCAÇÃO DE IDENTIDADE NACIONAL

Fernanda de Abreu Cardoso

*Departamento de Comunicação Visual da Escola de Belas Artes da Universidade Federal do Rio de Janeiro
fernandadsg@gmail.com*

Resumo

Este estudo pretende examinar as apropriações e reinterpretações da linguagem visual do design gráfico popular por parte do campo do design gráfico "oficial", tendo como foco a tipografia. Através da análise de peças gráficas produzidas no Brasil que se inspiram na visualidade dos letreiros populares pintados à mão deste mesmo país, buscamos verificar de que forma os elementos característicos desta linguagem visual são trabalhados e ressignificados. Ao ser reconvertido em outro tipo de produção, o elemento popular pode assumir novos significados, inclusive o de representação de identidade nacional.

Abstract

This study aims to examine the appropriations and reinterpretations of the popular graphic design visual language by the "official" graphic design field, with a focus on typography. Through the analysis of graphic pieces that are inspired by the popular hand-painted signboards produced in Brazil, we intend to verify how typical elements of this visual language are used and can assume new significations. When converted into another type of production, the popular element may take on new meanings, including the representation of national identity.

OS ELEMENTOS GRÁFICOS NA TELEVISÃO BRASILEIRA

Giselle Sant'ago Arruda¹, Guilherme Cunha Lima¹

¹UERJ – Escola Superior de Desenho Industrial – ESDI – Programa de Mestrado em Design
popdesign@gmail.com; gecunhalima@globo.com;

Resumo

Panorama dos elementos gráficos na aplicação das identidades visuais dos canais de televisão brasileiros até a introdução da computação gráfica no final da década de 1970.

Abstract

Panorama of graphical elements applied at visual identities of broadcast television chains shown at Brazil until the beginning of computer graphics at the end of the 1970s.

JOGOS OLÍMPICOS: A INFLUÊNCIA DA IMAGEM CORPORATIVA NOS SISTEMAS PICTOGRÁFICOS

João Vasco Neves

Instituto Politécnico de Castelo Branco

joaoneves.tag@gmail.com

Resumo

A utilização dos pictogramas nos Jogos Olímpicos contribuiu de forma significativa para a popularização destes símbolos gráficos, consolidando a sua utilização em muitos outros contextos a partir de então. Na segunda metade do século XX, surgem trabalhos relevantes no campo do design de informação, como dos designers Masaru Katsumie, Otl Aicher ou Adrian Frutiger, os quais desenvolveram programas de sinalética que se tornaram num marco importante na história dos sistemas pictográficos pela utilização das formas geométricas na construção dos signos.

Contudo, os pictogramas desenvolvidos para as diversas olimpíadas não denotavam uma relação gráfica com a imagem corporativa dos jogos. Mas a partir de 1992 verificou-se o abandono das formas geométricas nos Jogos Olímpicos de Barcelona, influenciando de forma definitiva a relação entre imagem corporativa e sistemas pictográficos globais.

Abstract

The use of pictograms in the Olympics contributed significantly to the popularization of graphic symbols, consolidating its use in many other contexts since then. In the second half of the twentieth century, there are relevant studies in the field of information design, as designers Masaru Katsumie, Otl Aicher and Adrian Frutiger, who developed signage programs that became a milestone in the history of the pictographic systems by the use of geometric forms in the construction of signs.

However, the pictograms developed for several Olympics not denoted a graphical relation with the corporate image of the games. Such a change there was from 1992, with the abandonment of geometric shapes in the Barcelona Olympics, permanently influencing the relationship between corporate image and global pictographic systems.

DUAS IDENTIDADES NA CIDADE – ESTUDO DE CASOS DA IDENTIDADE VISUAL

Júlio Costa Pinto

Escola Superior Artística do Porto - Guimarães / FCT
dacostapinto@gmail.com

Resumo

A identidade visual de uma organização pode ser um processo colaborativo entre diferentes instituições. No presente texto, partindo de reflexões base sobre identidade e comunicação visual, apresentamos os resultados do processo de desenvolvimento da identidade visual de duas instituições da cidade de Guimarães, que resultaram de projetos de cooperação com uma Escola Superior de ensino artístico.

Abstract

The visual identity of an organization could be a collaborative process between different institutions. In this paper, starting from basic considerations of identity and visual communication, we present the results of the development process of the visual identity of two institutions in the city of Guimarães, that resulted from the cooperation with a Superior School whit an artistic vocation.

DESIGN E TERRITÓRIOS: “ALINHAVANDO” IDENTIDADES NAS “TRAMAS” DO ARTESANATO

Mariuze Dunajki Mendes

Universidade Tecnológica Federal do Paraná

mariuzem@gmail.com

Resumo

O presente artigo objetiva refletir sobre conceitos de design territorial como ação política para a valorização de identidades locais, relacionando-as a processos de produção e consumo de artefatos artesanais. Exponho o pressuposto que aspectos culturais e imaginários são traduzidos e traduzem relações sociais e identidades, construindo um universo inteligível mediado pela materialidade de artefatos. O fio condutor da narrativa será o processo de investigação conduzido em minha tese de doutorado, que objetivou mapear trajetórias materiais e de significação de móveis artesanais trançados em fibras enunciando o potencial que estes artefatos representam para indivíduos, comunidades e territórios. Neste cenário, enfatizo o papel do designer como um dos mediadores em processos de valorização de identidades, saberes locais e tradições fortalecendo, desta forma, laços comunitários que promovam a inovação social sustentável.

Abstract

This article aims to present some considerations on territorial design concepts and political action on valuing identities, local knowledge and territories, relating them to handcrafts' production and consumption processes. I intend to present how social and cultural practices cross artifacts' materialization and encode / decode symbolic aspects expressed in objectual narrative. The narrative will be conducted based on my doctoral research, which aimed to map trajectories of signification and materialization of handcrafted fibers' furniture, expressing the potential that these artifacts pose to individuals, communities and territories. In this scenario, I emphasize the designers' role as mediators on establishing fair values' chain, valuing identities, processes and strengthening local knowledge and traditions, thus, meaning sustainable consumption practices and social innovation.

PARADOXOS DE STOCK PHOTOGRAPHY

Patrícia Proença

*Departamento de Ciências da Comunicação, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas,
Universidade Nova de Lisboa
ISEC – Instituto Superior de Educação e Ciências
patriciaproenca@mac.com*

Resumo

Se se entender que uma identidade se define a partir daquilo que é único, o conceito de identidade global é necessariamente um conceito contraditório. Pelas características das imagens que comercializa, a indústria de *stock photography* parece querer adequar-se àquilo que seria uma forma de identidade global em imagens.

Seria expectável que, para fins promocionais e publicitários, as empresas, no geral, se abstivessem de utilizar imagens tão ubíquas como as de *stock photography*. Afinal, estas são potencialmente licenciadas a um sem-número de utilizadores e em qualquer parte do mundo. No entanto, são numerosas as entidades que recorrem a imagens *stock* com a finalidade de que estas lhes confrim «um rosto». Quer seja em peças de comunicação de organismos públicos, ou materiais gráficos de empresas privadas, assiste-se a uma proliferação de imagens *stock*. É a partir destas constatações que se procura problematizar alguns dos princípios subjacentes à produção e utilização das imagens *stock*. Neste contexto, entende-se a identidade global mais como conceito discutível e não como uma área estabelecida e consensual do design. Serão referidos casos de imagens licenciadas em regime *royalty free*.

Abstract

If we are to understand the idea of identity as something that defines itself from that which is unique, the concept of global identity is necessarily a contradictory one. It seems that according to the characteristics of the images it licenses, stock photography expects to respond to what could be some form of global identity in images.

In general one would consider that, for promotional and advertising purposes, companies would abstain from using ubiquitous images such as stock photography. After all, these images are potentially licensed to an unlimited number of users and all over the world. However, stock images are sought out by many entities who expect those will provide “a face” for them. Whether it be on public organizations’ communication pieces, or on private companies’ graphic matter, stock images seem to proliferate. It is from these observations that some of the underlying paradoxes of the production and use of stock photography will be discussed. The idea of global identity is to be understood here as an arguable concept rather than as an established and consensual area of design. Cases of royalty free images will be presented.

DESIGN DE SUPERFÍCIE: ANÁLISE DO OBJETO

Ricardo Mendonça Rinaldi¹, Marizilda dos Santos Menezes²

¹PPGDesign, Fac. Arquitetura Artes e Comunicação - Universidade Estadual Paulista, UNESP

²PPGDesign, DARÇ, Fac. Arquitetura Artes e Comunicação - Universidade Estadual Paulista, UNESP

ricardomrinaldi@msn.com; marizil@faac.unesp.br

Resumo

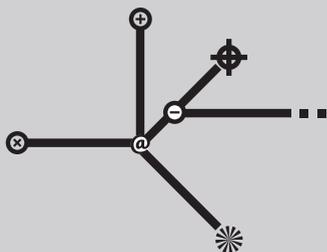
O presente artigo discorre sobre o Design de Superfície e suas principais abordagens projetuais. Com o uso de uma mesa confeccionada em acrílico listrado foi possível avaliar, para o estudo de caso, as qualidades gráficas, estruturais e relacionais do objeto e mencionar quais as especialidades inseridas na área do Design que mais contribuíram na configuração criativa do produto. O processo executivo também foi investigado, o que possibilitou perceber a inserção da Engenharia como suporte na fase factível da mesa de centro *Híbridos*.

Abstract

*This article discusses the Surface Design and its main approaches about design. Using a table made of acrylic striped for the case study, it was possible to evaluate the graphic qualities, structural and object-relational and mention which specialties inserted in the area of Design that have contributed most in shaping the creative product. The executive process was also investigated, allowing realizing the integration of Engineering support during executive phase of table *Híbridos*.*



CIDAG 2012



Comunicações Oraís / Posters
PRODUÇÃO GRÁFICA

Oral Communications / Posters
GRAPHIC PRINTING

Comunicaciones orales /Posters
PRODUCCIÓN GRÁFICA



A PARTICIPAÇÃO DO DESIGN NO ENSINO E NA TRANSIÇÃO ENTRE A ESCRITA MANUAL E AS TENDÊNCIAS DA TIPOGRAFIA NO AMBIENTE TECNOLÓGICO UM CONVITE À REFLEXÃO

Almir Pacheco¹, Begoña Jordá¹, Jimena González¹, Karla Pacheco²

¹Universitat Politècnica de València – UPV - Espanha

²Universidade Federal do Amazonas – UFAM - Brasil

almirdesigner@gmail.com; bego@mag.upv.es; jigondel@degi.upv.es; karlamazarelo@hotmail.com

Resumo

O presente artigo realiza, de forma elementar, um estudo qualitativo (levantamento e análise bibliográfica e documental) sobre o abandono progressivo da escrita manual pelos alunos, motivado pelo desenvolvimento tecnológico no início deste século. Tal renúncia merece especial atenção dos designers, principalmente no momento em que o estudo da tipografia ganha um espaço cada vez maior no ambiente acadêmico. Fora os aspectos técnicos da tipografia aplicada aos projetos gráficos, o designer também pode fazer parte de uma discussão que envolva questões inerentes a essa temática, tais como: Qual seria a melhor forma do design contribuir para minimizar os impactos dessa transição? Seria possível, através do design, encontrar um meio termo entre o uso da escrita tradicional a mão e o ambiente digital cada vez mais presente no cotidiano das pessoas? Os resultados alcançados com esta discussão poderão auxiliar na busca por respostas aos questionamentos supracitados através de um debate coletivo e multidisciplinar sobre uma maior participação do designer no impacto que o futuro da tipografia pode sofrer em função dos avanços tecnológicos e a forma como a comunicação vai afetar o dia-a-dia das pessoas.

Abstract

This article presents, in elemental form, a qualitative study (survey and literature review and documentary) about the progressive abandonment of handwriting by the students, motivated by the technological development in this century. Such waiver deserves special attention of the designers principally at the time the study of typography win a growing space in the academic environment. Aside from the technical aspects of typography applied to graphic designs, the designer can also be part of a discussion involving issues inherent in this theme, such as: What would be the best design's form to help minimize the impacts of this transition? Would it be possible, by design, find a middle ground between: the traditional hand writing use and the digital environment? Increasingly present in daily life. The results achieved with this discussion, may aid in the search for answers to the questions above, through a collective debate and greater participation on a multidisciplinary of the designer in the impact that the future of typography may suffer because of technology advances and how communication will affect the day-to-day lives.

LETRAS QUE VENDEM: TIPOGRAFIA NAS MARCAS GRÁFICAS

Fernanda Henriques

Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho - Bauru

ferdi.henriques@gmail.com

Resumo

Admite-se de antemão que uma marca comercial ultrapassa a forma visível que tenha sido criada para representá-la; sob sua aparência há complexos cálculos de investimento, planos de marketing, projetos de design (de produtos, de embalagens), avaliação dos consumidores etc. Entretanto, sem desmerecer tais ações, o presente estudo está focado no campo do simbolismo gráfico, mais especificamente no signo verbal do design, a tipografia, ou seja, na escolha das letras que tornarão seu nome tangível, pregnante e distinguível perante os concorrentes.

Abstract

We recognize that a trademark surpass its visual shape. Under its appearance, we may identify complex investments forecast, marketing plans, design studies (both products and package), the appraisal by the consumers, etc. Notwithstanding, this study is dedicated to graphic symbols, specially the oral sign of the design, the typography, or, in other words, the letter that will make the trademark tangible, pervasive and distinguish among the competitors.

REIVENTANDO OS TIPOS A IMPRESSÃO TIPOGRÁFICA COMO POSSIBILIDADE DE EXPERIMENTAÇÃO GRÁFICA

Flávio Vignoli¹, Rafael Neder¹

¹Universidade FUMEC

flaviov@fumec.br

rafael@rafaelneder.com.br

Resumo

Este artigo relata o desenvolvimento do projeto gráfico do livro melodgramas de Guilherme Mansur. O projeto foi criado em parceria entre o poeta e os designers gráficos Flávio Vignolli e Rafael Neder. Desse encontro surgiu um livro experimental impresso tipograficamente. Este artigo revela alguns aspectos relacionados a criação e produção desse produto gráfico.

Abstract

This paper reports the design process of the design book melodgramas of Guilherme Mansur. Created in partnership between the poet and graphic designers Flavio Vignolli and Rafael Neder. From that meeting, born an experimental book printed typographically. This article reveals some aspects of the design and printing process of that graphic product differentiated and articulated on trial graphics and typography.

DESENVOLVIMENTO DE FONTE TIPOGRÁFICA DISPLAY INSPIRADA NA ASSINATURA DE UM ARTISTA

Genilson Santos¹, Paulo Souza¹

¹Universidade Federal da Bahia - Escola de Belas Artes
genilson.santos@gmail.com; designpaulo@gmail.com

Resumo

Este artigo foi escrito com base nos resultados do projeto desenvolvido como trabalho final de graduação em design, na Escola de Belas Artes da Universidade Federal da Bahia, Brasil, de autoria do graduando Genilson Santos, sob orientação dos professores Paulo Souza e Walter Mariano, envolvendo o desenho e a finalização de uma fonte tipográfica display para uso em textos curtos, tais como cartazes, folhetos e cartões, inspirada na assinatura de um artista plástico de reconhecida relevância nacional e internacional. O método de projeto utilizado partiu de experimentações individuais realizadas pelo estudante, fundamentado em procedimentos realizados por diversos designers de tipos, tais como os estudos descritos por Farias (2001), Lupton (2006), Kegler et al. (2007), Buggy (2007), entre outros. De forma sucinta, o método adotado compreende as seguintes etapas: a) inspiração, b) digitalização, c) fontelização, d) refinamento, e) finalização. Ao final do projeto foi gerado um arquivo digital de fonte no padrão *open type* para testes de composição de textos no idioma português. Uma das principais contribuições deste trabalho é seu potencial para servir de guia para que estudantes e profissionais de design possam desenvolver suas próprias famílias tipográficas.

Abstract

This article is based on the results of the project developed as a final graduation work in the field design, at the School of Fine Arts, Federal University of Bahia, Brazil, by Genilson Santos, tutored by professors Paulo Souza and Walter Mariano, involving the design and finalization of a display type font developed for use in short texts such as advertising displays, flyers and post cards, taking as foreground the signature of a well known international artist. The method came from particular experiments of the student, based on procedures developed by typeface designers worldwide, such as explorations described by Farias (2001), Lupton (2006), Kegler et al. (2007), Buggy (2007), among others. In short, the method covers the following steps: a) inspiration, b) digitalization, c) typeface modeling, d) refining, and e) finalization. At the end, a digital archive of a digital typefont was generated in the open type standard in order to perform tests of layout compositions in Portuguese. The main contribution of this work is the possibility of being used as dashboard for design students and professionals interested in developing their own typefonts.

DE APPOLINNAIRE A MCDONALD'S TIPOGRAFIA CINÉTICA O MÁXIMO DE INFORMAÇÃO NO MÍNIMO DE TEMPO

Paulo Alcobia¹, Sérgio Martins¹

¹ISEC Instituto Superior de Educação e Ciências

pauloalcobia@netcabo.pt; d.sergiomartins@gmail.com

Resumo

Este trabalho pretende refletir sobre os contextos subtis em que a tipografia é, curiosamente, analisada pelas massas, como se de um objecto de culto se tratasse – caso se encontre novamente na moda, o contexto de exigência tipográfica possui contornos de ação diferentes dos momentos anteriores. Uma excessiva oferta de produtores, designers, abre-lhes caminho onde são acolhidas inúmeras novas áreas de intervenção. Para se acompanhar esta mudança de paradigma, feita de contextos específicos de comunicação, torna-se necessário atender a fenômenos que ocorrem em suportes inteiramente novos e são eles próprios induzidos pela popularidade das mensagens em rede.

A tipografia cinética, com algumas barreiras na linguística, consegue, fazendo uso de retóricas visuais, ser simultaneamente subtil na aplicação dos signos e reforçar as mensagens icónicas adjacentes. Vulgarizou-se o culminar de uma mensagem que apenas é revelada nos momentos finais. Os vídeos virais, com o crescimento abrupto das redes sociais tornaram inerente a partilha, difusão e classificação filtrada, fortalecida ou censurada pela composição dos elementos que utilizam estes canais. A visibilidade do trabalho dos projetos depende em larga medida do potencial de atração de comentários e respostas, que aumentam ou desvanecem consoante as capacidades e literacia dos intervenientes.

Abstract

This work intends to reflect on the contexts in which subtle typography is, strangely enough, considered by the masses, as if it were an object of cult – if it is back in vogue, the context of demand has typographical contours of action different from previous periods. An oversupply of producers, designers, opens paths where they are welcomed in many new areas. To follow this shift in paradigm, made of specific contexts of communication, it is necessary to meet the phenomena that occur in entirely new media and are themselves induced by the popularity of network messages.

The kinetic typography with some barriers in language can make use of visual rhetoric, to be both subtle signs of the application, and strengthen the iconic adjacent posts. – it has been vulgarized the culmination of a message that is only revealed in the final moments. The viral videos, with the abrupt growth of social networks have become inherent in the sharing, dissemination and classification filtered, censored or strengthened by the composition of elements that use these channels. The visibility of the work of these projects depends largely on the potential attraction of comments and responses, which increase or fade depending on the skills and literacy of the stakeholders.

DOBRADURA: TIPOGRAFIA DIMENSIONAL EXPERIMENTAL

Thaís Trizoli¹, Cassia Leticia Carrara Domiciano¹

¹Universidade Estadual paulista, UNESP, SP, Brasil
cassiacarrara@gmail.com; thaistrizoli@gmail.com

Resumo

O projeto busca demonstrar a influência conjunta do desenvolvimento técnico e dos aspectos estéticos no design de tipos, através da criação de uma fonte experimental e de um specimen book. Para isso, a Tipografia Dimensional e a Tipografia Pós-moderna foram tomadas como pilares do trabalho. A vertente “dimensional” da tipografia permite novas técnicas de criação, as quais o presente projeto abarca em seu processo de produção, fomentando novas discussões na área acerca das mudanças que a prática da dimensionalidade traz à gramática tipográfica tradicional.

Abstract

This article discusses the combined influence of the technical development and aesthetic aspects in type design, through the creation of an experimental type and a specimen book. For this purpose, Dimensional Typography and Postmodern Typography were used as theoretical base of the project. This project adds to its production process the “dimensional” aspect of the typography that allows new techniques of creation and produces discussions about changes that dimensionality brings to traditional typographic grammar.

PROPRIEDADES E ADITIVOS DO SISTEMA DE MOLHA

João Botelho

ISEC - Instituto Superior de Educação e Ciências
joaobotelho_9@hotmail.com

Resumo

Abordamos neste artigo a importância e composição da solução de molha e mais concretamente as suas propriedades físico-químicas que influenciam directamente a performance da máquina de impressão, tais como a Dureza da água de molha, a acidez recomendada da solução; o que é a condutividade e para que serve; função da tensão superficial e a temperatura recomendada. Estas propriedades estão relacionadas directamente com alguns dos problemas de impressão mais comuns tais como o repinte, velatura, secagem lenta... e é por isso pertinente abordar estes temas que têm uma escassa bibliografia e onde o conhecimento é por vezes usado de forma empírica.

Abstract

This study aboard the importance and composition of the Dampening solution proprieties that affects the printing performance such as water hardness acidity conductivity surface tension and temperature. These properties are directly related to some of the most common printing problems such as slow drying ... and so appropriate to address these issues that have a sparse literature and where knowledge is sometimes used empirically.

AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO NA IMPRESSÃO DIGITAL ENTRE PERFIL DE COR GENÉRICO E PERFIL DE COR GERADO

Rodrigo Holdship¹, João Fernando Marar²

¹PPGDesign, Fac. de Arquitetura, Artes e Comunicação, UNESP - Univ Estadual Paulista

²Faculdade de Ciências, UNESP – Univ Estadual Paulista

rodrigoholdship@yahoo.com.br; fermarar@fc.unesp.br

Resumo

Este estudo avaliou o desempenho entre perfis de cor genérico e gerado, utilizados pelo sistema de gerenciamento de cores em uma Xerox DocuColor 252 para obtenção de cores impressas com valores CIELAB próximos aos descritos pelo perfil de cor ISO Coated v2 (ECI). Os dados utilizados neste estudo foram provenientes da medição pontual das amostras de cor contidas na cartela ANSI/ISO IT8.7/3 básica impressa em duas condições diferentes de impressão: (1) Impressora DC252 com recurso de gerenciamento de cores ativo e utilização de perfil de cor genérico; (2) Impressora DC252 com recurso de gerenciamento de cores ativo e utilização de perfil de cor gerado. Os dados obtidos foram comparados e como resultado as diferenças de cor foram exibidas em valores Delta E (ΔE).

Abstract

This study evaluated the performance of generic and built color profiles, used by the color management system in a Xerox DocuColor 252 to obtain printed colors with CIELAB values close to those described by the ISO Coated v2 (ECI) color profile. The data used in this study were derived from the metering of the samples contained in the color chart ANSI / ISO IT8.7 / 3 basic printed in two different printing conditions: (1) DC252 printer with color management system active and use of generic color profile, (2) DC252 printer with color management system active and use of built color profile. The data obtained were compared and as result color differences were displayed in Delta E values (ΔE).

QUALITY OF OFFSET PRINTS ON PVC AND PP SUBSTRATES

Rozalia Szentgyörgyvölgyi

Óbuda University, Rejtő Sándor Faculty of Light Industry and Environmental Engineering
Doberdó u. 6. Budapest, Hungary
szentgyorgyvolgyi.rozsa@rkk.bmf.hu

Abstract

Plastic films and other nonabsorbent printing substrates are becoming more and more frequent in in offset printing. The challenge to find a suitable offset ink system for these applications include: good printability, improved running characteristics on increasingly faster presses, secure adhesion and scratch resistance on non-absorbent substrates. Special oil-based inks have been developed for synthetic substrates to accommodate special technical requirements concerning the quality of the printed product. However, a good compromise between fast drying, safe piling, adhesion and abrasion resistance remains a difficult thing to achieve with oil-based inks. In our research work we investigated offset prints. Test charts were printed on PVC and PP foil substrates with oil-based inks in Heidelberg CD/74 sheetfed offset press. We investigated the surface properties of the foils and evaluated the abrasion resistance of the prints. We performed optical measurements to determine density values, tone values (TVI, %), colour differences to investigate the factors influencing reproduction quality.

PRINTABILITY OF RECYCLED PAPERS BY DIGITAL TECHNOLOGIES

Rozália Szentgyörgyvölgyi¹, Ákos Borbély¹

¹Óbuda University, Rejtő Sándor Faculty of Light Industry and Environmental Engineering
Doberdó u. 6. Budapest, Hungary
szentgyorgyvolygi.rozsa@rkk.uni-obuda.hu; borbely.akos@rkk.uni-obuda.hu

Abstract

Digital printing technologies are emerging since their appearance, constantly gaining new market segments from traditional technologies. Visual print quality is heavily influenced by the applied substrates and inks, ink transfer and fixation processes. Keeping print quality competitive using recycled substrates requires information on the performance of the technology on a given substrate.

Our paper focuses on optical print quality on recycled paper substrates. We used eight types of paper substrates in our experiments, six of the substrates contained recycled materials. Optical properties were determined using test image. The test image was printed with the two most common digital technologies: Canon Pixma iX7000 inkjet and Canon imagePRESS C1 electrophotographic presses were used. A set of eight different types of substrates were printed and participated in our investigation. Along with the colorimetric properties (optical density, tone values increase, colour difference) surface smoothness of the papers was also determined.

SELEÇÃO DE MATERIAIS DE BAIXO IMPACTO APLICAÇÃO DE COMPÓSITOS MOLDADOS A PARTIR DE APARAS DE PAPELÃO ONDULADO EM EMBALAGEM PARA ELETRODOMÉSTICO

Dalton Razera¹, Estefanie Schuster², Aguinaldo Santos³

¹Professor do programa de pósgraduação em Design da Universidade Federal do Paraná – UFPR

²Mestranda do Programa de pósgraduação em Design da Universidade Federal do Paraná – UFPR

³Professor do programa de pósgraduação em Design da Universidade Federal do Paraná – UFPR

daltonrazera@ufpr.br; projetos.emsc@gmail.com; asantos@ufpr.br

Resumo

O presente artigo aborda um estudo de caso de uma embalagem de eletrodoméstico através da dimensão ambiental proposta por Manzini e Vezzoli (2008): seleção de materiais de baixo impacto. O objetivo é propor um material ambientalmente amigável, para isso foi selecionado uma peça da embalagem em EPS (isopor) para que seja realizada uma substituição por materiais descartados industrialmente, aparas de caixas de papelão ondulado (PO), oriundos de uma empresa de cartonagem. A metodologia utilizada para a pesquisa foi realizada através de revisão bibliográfica do tema, estudos de sistemas de embalagem, workshops de criação e um experimento. O experimento realizado foi a fabricação da peça (calço) pelo processo de moldagem por compressão a quente proposto por Razera (2006). O resultado desta pesquisa foi o desenvolvimento de um produto moldado a partir da reutilização do material, antes de seu primeiro descarte para reciclagem, agregando valor e garantindo um posterior descarte para reciclagem.

Abstract

This article discusses a case study of an appliance package through the environmental dimension proposed by Manzini and Vezzoli (2008): selection of low-impact materials. The goal is to propose an environmentally friendly material, for that, it was selected a piece of EPS packaging (Styrofoam) to be performed a replacing of the discarded industrial materials, scraps of corrugated cardboard. The methodology used for the research was through literature review of the topic, studies of packaging systems, creative workshops and an experiment. For the experiment was selected a piece in EPS for use in composite following the method of cold compression from Razera (2006). The result of this research was to develop a piece of internal protection for packaging made from corrugated cardboard scraps, forming an element (or volume) of low density.

A TRADUÇÃO INTERSEMIÓTICA COMO FERRAMENTA NA CRIAÇÃO DE PROJETOS DE DESIGN DE SUPERFÍCIE

MARIO QUINTANA, VIDA E OBRA POR MEIO DA SUPERFÍCIE CERÂMICA

Jonas Cechinel Rosso¹, Diego Piovesan Medeiros¹, Cristiane Dagostin¹

¹Design Gráfico: Faculdade SATC, Brasil

jonascechinel@hotmail.com; diego.medeiros@satc.edu.br; cristiane.dagostim@satc.edu.br

Resumo

Esta pesquisa visa conceber um projeto de Design de Superfície da Tradução Intersemiótica, usando como tema para tal, uma das obras do poeta gaúcho Mario Quintana. Este estudo traz o desenvolvimento de Design sob uma nova perspectiva, viabilizando novas abordagens criativas. Como objeto a ser traduzido será utilizado um poema que será avaliado do ponto de vista linguístico e posteriormente convertido em linguagem visual para Design de Superfície aplicada à cerâmica. A utilização de novas formas de inspiração permite que novos e inusitados projetos também sejam originados, de modo que uma vez trabalhados mediante o avanço tecnológico da cerâmica nos últimos tempos, permita-se resultados que valorizem não apenas o apelo estético, mas também a conservação da memória cultural do sul do Brasil.

Abstract

This research project aims to develop a Design Surface Intersemiotic translation, using the theme for this, one of the works of poet Mario Quintana. This study presents the development of design from a new perspective, enabling creative new approaches. As the object to be translated one poem that will be used will be evaluated in terms of language and subsequently translated into visual language to design applied to the ceramic surface. The use of new forms of inspiration allows new and unusual design also be derived, so worked as by technological advances in recent years ceramic, which value results enabling not only the aesthetic appeal, but also the preservation of the cultural memory in southern Brazil.

ROTULAGEM DE EMBALAGENS DE VIDRO MEDIANTE O PROCESSO SERIGRÁFICO ESTUDO COMPARATIVO ENTRE SISTEMAS DE IMPRESSÃO

Pedro Oliveira¹, José Orlando¹

*¹ISEC – Instituto Superior de Educação e Ciências
poliveira@isec.universitas.pt; j.orlando@iol.pt*

Resumo

O processo de impressão serigráfica directa em embalagens de vidro vê-se actualmente confinado a um nicho, tendo sido preterida na maior parte das situações pela rotulagem em papel ou plástico. O presente artigo apresenta um estudo sobre os aspectos técnico-productivos, económicos, funcionais, estéticos e culturais da serigrafia aplicada a rotulagem de embalagens de vidro, comparando-a com as alternativas em papel e filme plástico produzidas por outros processos de impressão.

Abstract

The process of screenprinting directly into glass packaging is currently confined to a very narrow commercial segment. It has been surpassed in most situations by a labeling printed on paper or plastic. This article presents a study on the technical-productive aspects, as well as economic, functional, aesthetic and cultural ones regarding screen printing applied to labeling of glass containers, comparing it with alternatives on paper and plastic film produced by other printing processes.

PERCEÇÃO DOS CONSUMIDORES SOBRE MATERIAIS DE EMBALAGEM

PESQUISA POR INQUÉRITO SOBRE ASPECTOS FUNCIONAIS E CULTURAIS (ADEQUABILIDADE SEMÂNTICA, VALOR ESTÉTICO, IMPACTO AMBIENTAL)

Pedro Oliveira¹, Marina Loyola¹

¹ISEC – Instituto Superior de Educação e Ciências

poliveira@isec.universitas.pt; marina.loyola@gmail.com

Resumo

O presente trabalho debruçou-se sobre a percepção que os estudantes em cursos de licenciatura em Portugal têm sobre materiais/embalagens ao nível dos aspectos funcionais e culturais (adequabilidade semântica, valor estético, impacto ambiental). A metodologia de estudo utilizada foi a de Pesquisa por Inquérito, tendo-se definido uma margem de erro de 8%, e um nível de confiança de 90% para cálculo da amostra. Em consequência, inquiriram-se em Fev. 2012, por via electrónica on-line, 125 alunos de uma população total de 383.627 indivíduos. Observou-se que os inquiridos tendiam a caracterizar, como expectável, as embalagens em papel com um elevado potencial de reciclagem e as embalagens em plástico como tendo maior impacto ambiental. Por outro lado, reconheciam às embalagens de Plástico maior durabilidade e uma capacidade de conservar o produto ligeiramente superior à do papel. Muito curioso foi a constatação de que a maioria dos inquiridos veicula uma expectativa de uso dos materiais de embalagem aos produtos a que tradicionalmente os vê associados (p. ex.: acha o Vidro mais adequado para o Azeite, o Plástico para o Óleo, o Papel para os Ovos, etc.). Conclui-se daqui que o universo de estudo, apesar de jovem, ostenta preconceitos em face de materiais que condiciona o seu juízo sobre os produtos embalados.

Abstract

This study focused on the perception that students in undergraduate courses in Portugal have upon materials / packages at the level of functional and cultural aspects (semantic adequacy, aesthetic, environmental impact). The study methodology used was Survey Research, having set up a margin of error of 8% and a confidence level of 90% to calculate the sample. Consequently, inquired in Feb. 2012, by electronic means, 125 students of a total population of 383,627 individuals. It has been observed that respondents tended to characterize, as expected, Paper with a high potential for recycling and Plastic as having a great environmental impact. On the other hand, they recognized Plastic durability and ability to preserve product to be slightly higher than Paper. Very interesting was the finding that most respondents conveys an expectation of packaging material use that traditionally is associates to each product (eg.: Glass is considered more adequate to Olive Oil, Plastic for Oil Packaging, Paper for Egg Packaging, etc.). It follows that the study universe, although young, shows evident prejudices towards material that affects their impartial judgment on materials package adequacy.

ESTANDARIZACIÓN EN LA IMPRESIÓN OFFSET PROYECTO PEDAGÓGICO EN LA ESCUELA DE ARTES GRÁFICAS DE SALESIANOS DE SARRIÁ – BARCELONA

Angel Fernández García¹, José Manuel Martínez Bouza¹

*¹Departamento de Artes Gráficas de los Salesianos de Sarriá – Barcelona
Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona
angel.fernandez@salesians.cat; jm.martinez@salesians.cat*

Resumen

El rendimiento cualitativo de la impresión no es un hecho subjetivo. La necesidad de garantizar la repetibilidad de los parámetros puede justificar el método de trabajo a utilizar. El uso de las escalas de control y los instrumentos de medición permiten examinar las condiciones de impresión con datos numéricos objetivos: datos densitométricos y/o colorimétricos. Las actuales máquinas de imprimir imponen el uso de las escalas de control y su medición. Sin embargo, para aprovechar al máximo su rendimiento es imprescindible estandarizar el proceso de producción, como mínimo desde los originales digitales, pasando por las pruebas de contrato hasta la impresión. En este artículo presentamos la propuesta metodológica de cómo tratar de estandarizar el proceso de producción. Estamos convencidos de que el diseño y producción gráfica son partes de un objetivo mayor: la comunicación gráfica. No se puede plantear un diseño sin atender a los condicionantes de la producción. En este sentido, nuestra experiencia puede satisfacer una doble función. Una pedagógica porque la llevan a cabo los estudiantes del CFGS en Diseño y Producción Editorial de nuestra Escuela y una profesional porque se puede implementar en empresas interesadas en la estandarización de la producción mediante la gestión profesional del color.

Abstract

Qualitative printing output is not subjective. The need to ensure parameters repeatability may justify the method to be used. The use of control strips and the measuring equipment allow to analyse the printing conditions using objective data such as densitometric and/or colorimetric data. Current printing machines need the use and measuring of control strips. However, in order to maximise the output it is essential to standardise the offset printing process, at least from the digital sources to proofing and printing. In this communication we propose a methodological approach of standardisation of the offset printing process. We believe that graphic design production are part of a bigger aim which is graphic communication. A design cannot be applied without considering all the parameters. Here, our experience can fulfil two aims. A pedagogical one since it is carried out by the students of Vocational Training in Graphic Design and Editorial Production in our school, and a professional one because it can be applied by companies interested in the standardisation of offset through the use of colour management.

TEORIAS DA LUZ E DA COR UMA ANÁLISE CRONOLÓGICA DE PLATÃO AO SÉC. XX

Miguel Sanches^{1,2}, Dulce Loução^{2,3}, Fernando Moreira da Silva^{2,3}

¹Escola Superior de Tecnologia de Tomar do Instituto Politécnico de Tomar

²Centro de Investigação em Arquitetura, Urbanismo e Design

³Faculdade de Arquitetura da Universidade Técnica de Lisboa
msanches@ipt.pt; dloucao@fa.utl.pt; fms.fault@gmail.com

Resumo

As nossas experiências com as cores são uma das componentes mais importantes das nossas experiências visuais e, por consequência, um aspeto significativo de nossa consciência. A sensação da cor é o resultado do processamento pelo cérebro da informação obtida em resultado da interação com a energia da luz. A nossa condição humana leva-nos a tentar classificar todas as nossas experiências e sensações, e como tal a percepção da cor não é uma exceção. Desde os antigos filósofos gregos que se tenta perceber o fenómeno da cor e, ao mesmo tempo, criar um sistema fiel de a representar. Até aos nossos dias foram muitas as tentativas, inúmeros os métodos utilizados e as formas apresentadas. Inicialmente as cores eram ordenadas de acordo com a sua luminosidade e só no início do segundo milénio começamos a encontrar descrições de escalas tonais. Mais tarde, em finais do séc. xvii surgem as primeiras representações de círculos cromáticos para no século seguinte aparecerem os primeiros sistemas tridimensionais de organização das cores. Este trabalho pretende reunir algumas das mais importantes teorias relacionadas com a cor, esquematizando algumas das suas principais características.

Abstract

Our experiences with colors are a major component of our visual experiments and therefore a significant aspect of our consciousness. The sensation of color is the result of the processing by the brain of the information, obtained as a result of interaction with light energy. Our human condition leads us to attempt to sort all our experiences and feelings, and therefore the perception of color is not an exception. From the ancient Greek philosophers that we try to understand the phenomenon of color and at the same time, create a system to represent it faithfully. Up to our days there have been many attempts, numerous methods and forms presented. Originally the colors were sorted according to their luminosity but only until the beginning of the second millennium we began to find descriptions of tonal scales. Later, at the end of the xvii century, we find the first representations of color wheels and just in the next century the first three-dimensional organization of colors systems appear. This work intends to bring together some of the most important theories related to color, outlining some of their main features.

GESTÃO DE COR + NORMALIZAÇÃO = PRODUTIVIDADE

Vitor Pedro

Instituto Superior de Educação e Ciências, Alameda das Linhas de Torres, n.º 179, 1750-142 Lisboa
vitor-pedro@sapo.pt

Resumo

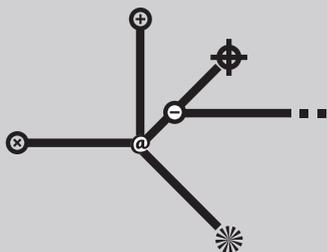
As atuais tecnologias de imagem digital, cada vez mais complexas e variáveis, tornam imprescindível a aprendizagem e a prática de processos de gestão de cor por todos os que lidam com a reprodução cromática. Só assim será possível ter previsibilidade e correspondência entre a imagem original e o seu resultado final, produzir reproduções precisas, economizar tempo, consumíveis e dinheiro, e assim aumentar a produtividade e obter vantagens competitivas. Neste pequeno estudo apresentamos os conceitos básicos da gestão de cor – componentes e funcionamento, medição e identificação da cor, calibração e caracterização de dispositivos, criação e uso de perfis de cor ICC, conversão da cor entre dispositivos e espaços de cor – e algumas boas práticas a seguir por designers gráficos, criadores de originais e artes-finais digitais, produtores gráficos, chefias e operadores de dispositivos de captura e reprodução da cor.

Abstract

The current digital imaging technologies, increasingly complex and variable, make it essential to learning and apply colour management processes for all who deal with the colour reproduction. Only then can have predictability and a colour match between the original image and its print, producing accurate reproductions, saving time, money and supplies, and thereby increase productivity and competitiveness. In this small study we present the basics of colour management – components and operation, measurement and colour identification, calibration and device profiling, creation and use of ICC colour profiles, colour conversion between devices and colour spaces – and some good practices to be followed by graphic designers, creators of original digital artworks, graphic producers, managers and operators of capture and colour reproduction devices.



CIDAG 2012



**Comunicações Oraís / Posters
MULTIMÉDIA**

*Oral Communications / Posters
MULTIMEDIA*

*Comunicaciones orales /Posters
MULTIMEDIA*



DESIGN DE INFORMAÇÃO: UMA EXPLOÇÃO DE POSSIBILIDADES NUM MUNDO IMAGÉTICO E INTERATIVO

Ailton S. Silva¹, Danilo A.S. Cruz¹, Victor Marcelo F.R. Passos¹

¹Universidade Nove de Julho – São Paulo – Brasil

assdesign@uol.com.br; daniloascruz@gmail.com; victormarcelo_vmdesigner@hotmail.com

Resumo

Com o avanço das novas mídias digitais, é imprescindível acompanhar o crescimento vertiginoso e preponderante que as informações permeiam com maior amplitude, permitindo a descobertas de novos meios de explicitar a mensagem com fluidez e objetividade oriundos do mundo moderno e globalizado em que estamos inseridos. O design de informação alvo deste artigo tem como premissa identificar a relação emissor & receptor, de maneira a propiciar uma informação precisa e eficaz a partir de elementos imagéticos e sensoriais que permitam atender às necessidades do usuário final. É importante salientar neste contexto o papel do designer frente as novas tecnologias e de que maneira poderá usufruir de sistemas hipermediáticos aplicados ao design de informação e a conceitualização de objetos. Dentre os meios de design de informação, o infográfico surge com a informação a partir de desenhos, gráficos que denotam um conteúdo dinâmico e interativo. A internet propicia um ambiente que privilegia a interatividade de forma ampla a partir dos elementos da hipermédia: (som, imagem e movimento) que facilitam uma melhor absorção de conhecimento e informação. De acordo com Bonsiepe (1997), a interface pode ser entendida em um caráter mais amplo desde sua ação instrumental, relacionada a desenvolvimento de produtos até sua ação comunicativa, a partir do uso de signos e informações para uma melhor performance e disseminação da comunicação em seu estado mais abrangente e objetivo.

Abstract

From the advancement of new digital media, it is essential to accompany the growth and leading to dizzying information permeate more widely, allowing the discovery of new media of explaining the message and fluidity and objectivity from the modern globalized world where we are inserted. Information design goal of this paper is to identify the relationship premise emitter & receiver, so as to provide a accurate and effective as of imagetive and sensory elements that permit to meet the needs of the end user. Importantly in this context the role of the designer front the new technologies and how could benefit from hypermedia systems applied to the design of information and the concept of objects. From among the means of information design, the infographic appears with information from drawings, graphs that reflect a dynamic and interactive content. The Internet provides an environment that thereby favoring interactivity broadly from the hypermedia elements (sound, Motion and image) that facilitate a better absorption of knowledge and information. In accordance with Bonsiepe (1997), the interface can to be understood in a more expansive character from its instrumental action, related to product development to its communicative action, from the use of signs and information for better performance and dissemination of communication its most extensive and objective.

INTERAÇÃO, INTERFACE, TECNOLOGIA E DESIGN

Jaire Ederson Passos¹, Tânia Luisa Koltermann da Silva²

¹Centro Universitário Ritter dos Reis – UniRitter

²Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS

jairepassos@gmail.com; tania.koltermann@ufrgs.br

Resumo

Este artigo apresenta a evolução histórica das formas de interação e mostra como a tecnologia e o design contribuem para a construção de conhecimento das sociedades. Considera-se que esse processo é refletido nas interfaces produzidas para interação. O design de interfaces esteve sempre presente nas tentativas de expressão da humanidade e contribuiu para a construção e disseminação do saber. Constata-se que a necessidade de interação impulsiona o homem a buscar recursos lingüísticos e formas de expressão e, nesse ímpeto, desenvolver tecnologia e refinar o traço para o desenho, o que resulta em interfaces cada vez mais aprimoradas. Ao mesmo tempo, melhores interfaces promovem interações mais eficientes e aumento na produção de conhecimento, o que gera tecnologia e melhores recursos de expressão visual.

Abstract

This article presents the historical evolution of forms of interaction and shows how technology and design contribute to the construction of knowledge societies. It is considered that this process is reflected in the produced interfaces for interaction. The interface design has always been present in the attempts of expression of humanity and contributed to the construction and dissemination of knowledge. It appears that the need for interaction drives the man to find language resources and forms of expression, and this momentum, develop and refine the technology to trace the design, resulting in increasingly improved interfaces. At the same time, better interfaces and more efficient interactions promote increased production of knowledge, which leads to better technology and resources of visual expression.

SISTEMAS DE RECOMENDAÇÃO UMA REVISÃO DO DESIGN DA INFORMAÇÃO NAS LIVRARIAS VIRTUAIS BRASILEIRAS

João Costa¹, Milton Horn¹

*¹Universidade Federal de Santa Catarina – Programa de Pós-graduação em Design
joao@joaocosta.com; milton@ufsc.br*

Resumo

O presente trabalho apresenta de forma sintética, o atual panorama do uso de sistemas de recomendação nas livrarias virtuais brasileiras. Além disso, são identificadas as principais estratégias de recomendação e como se dá a apresentação desta informação nos *sites*.

Abstract

This paper summarizes the current state of the use of recommender systems in Brazilian bookstores. Furthermore, it identifies the main strategies of recommendation and how does the presentation of these recommended products in their respective sites.

A ESTRATÉGIA DO DESIGN E A COMUNICAÇÃO DIGITAL PARTICIPATIVA COMO CONSTITUINTES PARA O DESENVOLVIMENTO DAS ORGANIZAÇÕES CASO DE ESTUDO LIGADO À INDÚSTRIA DE MOBILIÁRIO DE PAREDES

Jorge M.L. Brandão Pereira^{1,3}, Heitor Alvelos^{2,3}

¹Instituto Politécnico do Cávado e do Ave – IPCA

²Universidade do Porto

³ID+ Instituto de Investigação em Design, Media e Cultura
jmpereira@ipca.pt; halvelos@gmail.com

Resumo

O presente artigo desenvolve-se no âmbito de uma investigação que tem como objectivo evidenciar o design de comunicação como um componente estratégico para o desenvolvimento das organizações. A investigação foca-se num caso de estudo relacionado com o design e criatividade e a indústria de mobiliário da cidade de Paredes, concretamente num evento promovido pela autarquia intitulado Art on Chairs. Assume o design e a criatividade como potenciadores para a reinvenção de um território (geográfico e simbólico), estimulando um novo modelo económico para a região cruzando as indústrias tradicionais com as indústrias e actividades criativas. Um dos vectores estratégicos para o envolvimento da comunidade local e para incluir uma audiência internacional são os media digitais participativos, através do projecto Stories of Chairs. A partir daqui, torna-se necessário entender e reconsiderar o paradigma de design de comunicação, analisando as suas variáveis que permitem a criação de valor e diferença num programa integrado e completo de design de comunicação participativo e criativo. Com o envolvimento das pessoas e organizações que os media digitais promovem, Stories of Chairs quer agir na promoção da indústria criativa local, promover a partilha de histórias e estórias de vida, mas, sobretudo, unir a comunidade através da criatividade e participação.

Abstract

This paper is developed as part of an investigation that endorses communication design as a strategic constituent for the development of organizations. The investigation focuses on a case study related to design and creativity and the furniture industry of the city of Paredes, particularly in an event sponsored by its City Hall, entitled "Art on Chair". It assumes design and creativity as enhancers for the reinvention of a territory (geographical and symbolic), stimulating a new economic model for the region crossing traditional industries with industrial and creative activities. One of the strategic vectors towards the involvement of local community and attainment of an international audience is participatory digital media, through the parallel event "Stories of Chairs". From here, it is necessary to understand and reconsider the communication design paradigm, analyzing the variables that enable the creation of value and difference in a comprehensive and integrated program along with design and creative participatory communication. With the involvement of people and organizations that digital media promotes, Stories of Chairs acts in the promotion of local creative industries, the sharing of life stories, but above all, connects the community through creativity and participation.

Reconhecimentos: O trabalho apresentado está a ser desenvolvido no âmbito do Plano Doutoral em Media Digitais, na Universidade do Porto, do programa UT-Austin | Portugal, envolvido no projecto Paredes Pólo do Design de Mobiliário, no qual o ID+ Instituto de Investigação em Design, Media e Cultura, é parceiro.

EXPERIMENTAÇÕES EM MEIOS DIGITAIS E PROCESSO CRIATIVO EM ESTAMPARIA

Liliana Bellio¹; Maria Sílvia Barros de Held²

¹Bacharel em Comunicação Visual pela Fundação Armando Álvares Penteado, pós-graduação *latu senso* em Psicopedagogia e arteterapia e em Comunicação em arte-educação, aluna no programa Têxtil e Moda da Escola de Artes, Ciências e Humanidades – Universidade de São Paulo.

²Professora Doutora efetiva da Universidade de São Paulo, na Escola de Artes, Ciências e Humanidades (EACH-USP) em RDIDP no Curso de Têxtil e Moda, na área de Design e Moda e é Membro do ICOM - International Council of Museums / UNESCO, desde 2000.

designyellow@yahoo.com.br; silviabarrosdeheld@gmail.com

Resumo

Este artigo resulta de uma pesquisa sobre projeto experimental que tem seu enfoque no processo criativo para o *design* de superfície em tecidos, a partir das recentes tecnologias digitais, em que se faz uso da experimentação em meios digitais para a captura de imagens e posteriormente manipulação da imagem também por meios digitais resultando em um padrão para estamparia. Com os avanços tecnológicos essas possibilidades aumentaram e puderam facilitar e melhorar a qualidade de reprodução, assim, a produção digital trouxe algumas mudanças no processo criativo do *designer*. O enfoque desta pesquisa é no processo criativo em *design* de superfície de tecidos para vestuário e decoração.

Abstract

This article results from a research of experimental project that has its focus on the creative process for the surface design in tissues from recent digital technologies, which makes use of experimentation in digital media for capturing images and later also by means of image manipulation resulting in a standard for digital printing. With these technological advances and increased possibilities could facilitate and improve the quality of playback, so the digital production brought some changes in the creative process of the designer. The focus of this research is in the creative process on surface design of fabrics for clothing and decor.

SKEUOMORPHS DA ERA DIGITAL

Paulo Fernandes

Universidade do Minho, Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade
paulo.jf@gmail.com

Resumo

O Skeuomorph, enquanto fenómeno desconhecido no nome, está mais presente do que é percebido, pois assenta numa base de conceitos e convenções. É uma ferramenta que projecta o utilizador no futuro, fá-lo adoptar as inovações ao invés de impedir a nova experiência. Através de analogias, convenções, mimetismo e percepção de propensão, apazigua o choque e o desconforto que as mudanças de paradigma provocam, adicionando valor e status àquilo que os incorpora. Para que o Consumidor Sapiens efectue com sucesso a acção predatória de consumir aplicações da Era Tecnológica, este deve ser reconfortado e recompensado pela sua presa, devido ao seu valor e forma. Estas características são o resultado de estratégias de manipulação de um fenómeno, que deriva da evolução tecnológica inevitável dos objectos, suas funções e utilização - o Skeuomorph.

Abstract

The Skeuomorph, a unknown by name effect, is more present than what we perceive, as it set in a plateau of concepts and conventions. Is a tool that projects the user onto the future, drives him to adopt innovation instead of blocking new experiences. Through analogies, conventions, mimicry and perceived affordance, it soothes the chock and uncomfort produced by paradigm shifts, adding values and status in what incorporates them. So that the Consumer Sapiens achieves it's predatory action of consuming the Technological Era applications, he must be re-comforted and rewarded by its pray, through its value and form. These characteristics are the result of manipulation strategies of a affect that stems from the inevitable technological evolution of objects, their function and use - the Skeuomorph.

PARADIGMAS DE PARTICIPAÇÃO E INTERACTIVIDADE: A WEB 2.0 E OS MUSEUS WEB-BASED

Sandra Antunes¹, Vasco Branco²

¹ID+ / Universidade de Aveiro

²ID+ / Universidade de Aveiro

sandraantunes@ua.pt; vasco.branco@ua.pt

Resumo

A World Wide Web trouxe novos modelos de participação e colaboração que permitem, não apenas formas ricas de comunicação e interação, mas também a geração de novos conteúdos. Termos como Web 2.0 e Web social usam-se para designar estas sinergias de participação/ colaboração e interactividade possibilitadas pela Web. O potencial de uma *inteligência conectiva* na Web que permite colaborações até aqui inusitadas, reflecte-se em várias áreas do saber e da cultura à qual o espaço do museu não fica alheio. A proliferação de museus virtuais, (representação virtual do museu físico), e de outras formas museológicas como os museus *web-based* são disso exemplo. Propomo-nos aqui abordar esta temática aplicada à museologia do Web Design.

Abstract

The World Wide Web brought new models of participation and collaboration that allow, not just new and rich ways of communication and interaction, but also the generation of new content. Names like Web 2.0 and Social Web are used to identify these synergies of participation/ collaboration and interactivity made possible by the Web. The potential of a connected intelligence on the Web that allows for unusual collaborations, reflects itself in several areas of knowledge and culture to which the museum space is not unaware. The proliferation of virtual museums (the virtual representation of the physical museum) and other museological forms such as the web-based museums, are examples of that. We propose to address this theme applied to Web Design museology.

O CARTAZ EM TEMPOS DE CIBERCULTURA DA TRADIÇÃO VISUAL À COMUNICAÇÃO DIGITAL

Andréa Poshar

Mestranda em Comunicação pela Universidade Federal da Paraíba, Brasil (PPGC/UFPB) e pesquisadora dos Grupos de Pesquisa em Processos e Linguagens Midiáticas (Gmid/UFPB) e em Mídia, Entretenimento e Cultura Pop (Grupop/UFPB).

andrea.poshar@gmail.com

Resumo

A cultura digital, na qual estamos inseridos é, para muitos, uma das culturas mais marcantes da história da civilização humana. Guiada pelas interfaces gráficas dos usuários (GUI), a necessidade de novos meios digitais mostra-se cada vez mais latente, bem como as transformações dos meios tradicionais de comunicação, a exemplo do cartaz, que está sendo renovado e remodelado, adquirindo novos propósitos e recursos, tal como a interatividade. Dentro deste contexto, o presente artigo pretende apresentar uma breve trajetória do cartaz como meio de comunicação para logo em seguida abordar as principais reconfigurações do cartaz como uma nova mídia digital interativa.

Abstract

There is no doubt that today we live in a digital cultural world and that to most people it is one of the most remarkable culture experienced by men. Guided by the users' graphic interfaces (GUI), the needs to new digital means is more and more latent as well as the changes of the traditional means of communication, as for example the poster, wich, is being renovated and remodeled, acquiring new purposes and resources, such as interactivity. In this context, this article aims at presenting a short pathway of the poster as a means of communication and then bring up the main reconfigurations of the poster as a new interactive digital media.

SIGNOS PARA RECEITUÁRIO MÉDICO APLICAÇÃO A PESSOAS CEGAS E COM BAIXA VISÃO

António Salazar Antunes¹, Romina Fernandes¹

*¹Instituto Politécnico de Castelo Branco, Escola Superior de Artes Aplicadas
antoniosalazarantunes@gmail.com; romina.ps.fernandes@gmail.com*

Resumo

O seguinte artigo encontra-se no âmbito das disciplinas de design multimédia e inclusivo, e tem como intuito explicar brevemente a visão dos autores perante uma problemática social. Esta problemática consiste na dificuldade que as pessoas com limitações visuais têm na toma dos medicamentos. Este artigo serve também para apresentar algumas soluções possíveis para a resolução deste problema.

Abstract

The following paper falls under the scope of both multimedia and inclusive design areas, and its main purpose is to briefly explain the authors vision towards one social problem. This problem consists in the difficulty that people with visual handicaps have regarding medicine dosage. This paper is also aimed to present some possible solutions in order to help solving this problem.

DESIGN DE ESTRATÉGIAS DE REGISTOS DOCUMENTAIS PARTICIPATIVOS AÇÕES A IMPLEMENTAR NO CENTRO HISTÓRICO DO PORTO

Daniel Brandão¹, Heitor Alvelos², Nuno Duarte Martins¹

¹ID+ / Instituto Politécnico do Cávado e do Ave (Portugal)

²ID+ / Universidade do Porto / INESC Porto (Portugal)

daniel.c.brandao@gmail.com; halvelos@gmail.com; nuno@nunomartins.com

Resumo

Nesta comunicação apresentamos as metodologias utilizadas no trabalho de documentação participativa que está a ser desenvolvido no programa Manobras no Porto, no âmbito do projeto de investigação “The Museum of All: Práticas de Comunicação Institucional num Mundo de Redes Participativas”.

Numa altura em que nos deparamos com grandes transformações económicas, sociais e culturais nas nossas sociedades, acreditamos que o trabalho de construção de um arquivo documental sobre os aspectos que caracterizam uma determinada cultura local, visando proteger o seu património imaterial, tornar-se-á tão profícuo, quanto maior for o envolvimento dos próprios membros dessa cultura, no processo.

No caso de estudo que aqui apresentamos, pretendemos compreender de que modo é que a documentação audiovisual participativa poderá vir a contribuir para o reforço da capacidade coletiva e envolvimento dos cidadãos locais no processo de revitalização social, económica e cultural do Centro Histórico do Porto.

Depois de uma primeira fase de trabalho de campo de auscultação, levada a cabo através de um processo de observação participante, iremos implementar novas estratégias de recolha e criação coletiva com o objetivo de proporcionar um processo de documentação mais envolvente e participativo.

Abstract

In this communication we present the methodologies used in the work of participatory documentation that is being developed in the program Manobras no Porto, within the research project “The Museum of All: Institutional Communication Practices in a Participatory Networked World.”

At a time we are facing great economic, social and cultural changes in our societies, we believe that the work of building a media archive on the aspects that characterize a particular local culture, seeking to protect their intangible heritage, will become as meaningful, as there is a great involvement of the members of that culture in the process.

In the case study presented here, we want to understand how the audiovisual participatory documentation can contribute to strengthening the collective capacity and the involvement of local citizens in the process of social, economic and cultural revitalizing of the Historic Center of Porto.

After a first phase of fieldwork of auscultation, carried out through a process of participatory observation, we will implement new strategies for cooperative collecting and creation with the aim of providing a more involving and participatory documentation process.

LIVRO DIGITAL INTERATIVO PARA CRIANÇAS UMA EXPERIÊNCIA PROJETUAL

Débora Cristina Zaninotti¹, Cassia Leticia Carrara Domiciano¹

¹Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" - UNESP – Bauru, SP, Brasil
cassiacarrara@gmail.com; zaninotti@gmail.com

Resumo

Este artigo aborda o universo da leitura em suportes digitais, enfocando principalmente a diagramação e ilustração dos livros digitais para *tablets* e sua relação com o usuário infantil no processo de leitura e interação. A concepção de produtos editoriais para criança, já tão cheia de especificidades em se tratando de livros convencionais, agora exige também novas posturas, pesquisas e procedimentos em projetos de design.

Além dos aspectos teóricos, relatamos nesta pesquisa os procedimentos envolvidos na criação de um livro interativo digital para crianças.

Abstract

This article discusses the world of reading in digital media, focusing primarily on the layout and illustration of digital books for tablets and their relationship with the children in the process of reading and interaction. The concept of editorial products for children, already so full of specifics in the case of conventional books, now also requires new attitudes, research and procedures in design projects. Besides the theoretical aspects, we report in this study the procedures involved in creating a digital interactive book for children

O DESIGN GRÁFICO NA MARCA MELISSA

Gisela Belluzzo de Campos

Universidade Anhembi Morumbi
giselabelluzzo@uol.com.br

Resumo

O artigo aborda a ampliação do escopo do design gráfico e exemplifica essa ideia com o *case* Melissa. A marca de calçados traz o design gráfico em várias situações, suportes e mídias: no próprio calçado, nas embalagens, nas peças que vendem e veiculam o produto – loja física, loja online, website, website para celular, blog, revista, wallpapers e campanhas.

Abstract

The article discusses the expansion of the scope of graphic design and exemplifies this idea with the Melissa case. The footwear brand brings graphic design in various situations, media and supports: the footwear, the packaging, the pieces they sell and promote the product – physical store, online store, website, mobile website, blog, magazine, wallpapers and campaigns.

POSICIONAMENTO DE PROFUNDIDADE NA JANELA ESTEREOSCÓPICA

Gustavo E. Boehs¹, Milton L. Horn Vieira¹

¹*DesignLab, Universidade Federal de Santa Catarina*
gustavoeb@gmail.com; milton@cce.ufsc.br

Resumo

Este trabalho é uma revisão de literatura que objetiva compreender e analisar as diferentes técnicas de controle da disparidade horizontal em imagens estereoscópicas. Disparidade horizontal é o aspecto das imagens estereoscópicas que permite o posicionamento e re-posicionamento dos elementos da imagem ao longo do eixo da profundidade na janela estereoscópica. Tal controle é importante para este tipo de mídia uma vez que é o posicionamento dos elementos dentro de uma zona de conforto que permite a correta visualização do efeito estereoscópico sem dores de cabeças e náuseas para os espectadores. Foram avaliados 8 artigos a respeito do tema no período compreendido entre 2000 à 2011. Foi possível concluir que: (1) há um grande número de informações sobre métodos de pós-produção em contraposição a métodos de captação; (2) não há pesquisa que compare diferentes métodos entre si; e (3) existem metodologias recentes que podem auxiliar na comparação destes diferentes métodos.

Abstract

This literature review has as a goal comprehend and analyse different techniques for the control of horizontal disparity in stereoscopic images. Horizontal disparity is the stereo image element responsible for placing objects along different depths inside the stereoscopic window. Such a control is important in this media since the correct positioning of elements inside of a specific confort zone is what allows for the correct viewing of the effect without headaches and nausea for the viewers. A total of 8 different papers on this subject, published in the 2000 till 2011 timeframe, were analysed. It was possible to conclude that: (1) there is a big ammount of research related to post-production issues as oposed to capturing issues; (2) there is no research comparing two or more different disparity control techniques; (3) methods for disparity evaluation and comparison have been proposed recently.

O MERCADO E O USO DOS TABLETS

Gustavo E. Boehs¹, Milton L. Horn Vieira¹, João Costa, Tiago Cruz

¹DesignLab, Universidade Federal de Santa Catarina

gustavoeb@gmail.com; milton@cce.ufsc.br; joao@joaocosta.com; tiagoitajai@gmail.com

Resumo

Revisão de literatura que objetiva compreender o mercado, a utilização e as características únicas de interface dos tablets. Devido sua recente popularização, a sua forma e peso diferenciados, se fez necessária uma pesquisa que delineasse a maneira como os usuários estão utilizando estes equipamentos, uma vez que muito provavelmente seu uso não é igual ao de aparelhos similares como *notebooks* e *smartphones*. Para esta pesquisa foram pesquisadas as plataformas Android e Apple que, no momento desta pesquisa, são as plataformas mais populares do mercado. Foram coletados dados de diferentes pesquisas quantitativas a respeito destes aparelhos entre o período de 2009 até 2011. E concluiu-se que (1) seu formato diferenciado influencia o conteúdo visualizado na plataforma, com predileção por livros digitais, e que (2) usuários da plataforma Apple, em comparação com usuários Android, apresentam maior propensão para pagar por aplicativos (apesar de haver uma tendência de queda).

Abstract

This literature review has as goal to comprehend the market, the use and the characteristics of tablet interfaces. Due to the recent popularization of this devices, the unique size and weight they have, it is necessary to research and outline how users deal with this kind of equipment, knowing that its use probably differs from that of similar devices like notebooks and smartphones. The scope of this research were the Apple and Android platforms, since at the time as this is being written these are the two most popular platforms available in the market. Data was collected from diferent quantitative research concerning both of this devices in the 2009-2011 timeframe. The conclusions are (1) the tablets unique format influences how people use the platform, e-books are the number one content in the platform, (2) users of the Apple platform, opposed to the users of the Android platform, are more prone to buy apps (although this tendency is dropping over time).

THE URBAN SPACE AS A NARRATIVE AND LUDIC PLAYGROUND AN INTERDISCIPLINARY APPROACH TO COMMUNICATION DESIGN SYSTEM

Ilaria Mariani¹, Mariana Ciancia¹

¹ PhD Student: INDACO Department – School of Design - Politecnico di Milano, Milan, Italy
i.mariani@me.com; mariana.ciancia@mail.polimi.it

Abstract

The current attitude of the communication system design shows how the various socio-technological developments interweave with the contemporary society. In this scenario, the growing number of information and the coexistence of multiple and different communication channels create the need of guidelines able to help us understanding and reading the surrounding complexity. The aim of this paper is to outline the current transmedia communication system focusing on contemporary media and languages, looking in particular way at the role of the game experiences as an emerging attitude. First of all, we analyse the communication crucial point of the society. Then we identify the current media trend, highlighting the important role that narrative and space could play, perceiving the urban fabric as a space of possibilities. Therefore we consider the urban games and their actual function in the communication design contemporary research, dealing with the urban area as a playground. So, we focus on how the game experience in the urban scenario creates an atypical experience of the space, providing involvement and allowing an unexpected and transversal reading of the city. Establishing that the play activity is deeply ingrained in human nature, our final purpose is to point out how game can act as an important communication media.

“AJUDAR A MARTA” E “JUNTOS PELA TERESA” ANÁLISE COMPARATIVA DA ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO DE DOIS MOVIMENTOS DE CIDADÃOS PARA A SENSIBILIZAÇÃO À DÁDIVA DE MEDULA ÓSSEA

Nuno Duarte Martins¹, Heitor Alvelos², Daniel Brandão¹

¹ID+ / Instituto Politécnico do Cávado e do Ave (Portugal)

²ID+ / Universidade do Porto / INESC Porto (Portugal)

nuno@nunomartins.com; halvelos@gmail.com; daniel.c.brandao@gmail.com

Resumo

A luta contra o cancro através das redes sociais tem sido conhecida, sobretudo, pelo sucesso de movimentos de cidadãos com o objectivo de sensibilizar a sociedade portuguesa para a dádiva de medula óssea. Na presente investigação, interessa-nos averiguar como se desenvolvem este tipo de campanhas e que factores contribuíram para o seu sucesso, procurando compreender não só o poder da Web 2.0, mas também questões sobre a comunicação, a imagem e os *media*. Neste artigo focamo-nos no início deste fenómeno que despertou a opinião pública, e analisamos os dois primeiros casos mediáticos: o “Ajudar a Marta” e o “Juntos pela Teresa”. Os dois surgiram, sensivelmente, na mesma altura e com igual destaque na imprensa portuguesa. No entanto, o desenrolar dos acontecimentos foi manifestamente diferente. O da Marta foi o que mais estimulou os *media*, a mobilização dos cidadãos e transformou-se mesmo num símbolo de sucesso deste tipo de campanhas.

Abstract

The fight against cancer through social networks has been known mainly by the success of citizen movements aiming at warn the Portuguese society for bone marrow donation. In this research, we are interested in finding out how these campaigns are developed and what factors contributed to its success, seeking to understand not only the power of Web 2.0, but also issues on communication, image and the media. In this article we focus at the beginning of this phenomenon, which aroused the public opinion, and analyze the first two cases: the “Ajudar a Marta” (Help Marta) and “Juntos pela Teresa” (Together for Teresa). The two appeared, roughly at the same time and with equal prominence in the Portuguese press. However, the course of the events was clearly different. The Marta’s case was the one that best stimulated the media, the mobilization of citizens and even became a symbol of success of such type of campaigns.

FORMAS DE LEITURA NA MUDANÇA DE PARADIGMA COMUNICACIONAL RECONFIGURAÇÃO DA RELAÇÃO ENTRE O AUTOR, O TEXTO E O LEITOR

Rui Proença

*Centro de Estudos de Comunicação e Linguagens - Faculdade de Ciências Sociais
e Humanas - Universidade Nova de Lisboa*
ruiproenca@ipt.pt

Resumo

A nossa cultura escrita e sociedade têm vindo a ser moldadas pelas tecnologias de impressão e continuam a estar intimamente ligadas ao livro impresso. No entanto, as profundas transformações tecnológicas implementadas, tem vindo a introduzir mudanças significativas na nossa sociedade ao nível cultural e social com a chegada dos novos suportes digitais. Há já alguns anos que jornais e revistas estão disponíveis na Internet. Actualmente é o livro que já pode ser lido também em ecrã. Passando do suporte papel para o digital, o texto não mudou somente de suporte, ele mudou igualmente a sua natureza, alterando assim a nossa relação com o conhecimento. Pretende-se com este trabalho propor uma reflexão acerca do futuro do livro impresso perante o livro em formato electrónico, assim como as práticas de leitura e da escrita que se geram a partir dos novos dispositivos tecnológicos.

Abstract

Our written culture and society have been shaped by print technologies and continues to be closely linked to the printed book. However, the profound technological changes implemented, have been introducing significant changes in our society to the cultural and social level, making this period may be ending with the arrival of new digital media. For some years now that newspapers and magazines are available on the Internet. Today is the book that can now be read on screen. Moving from paper to digital, the text hasn't changed only support, he also changed its nature, thus changing our relationship with knowledge. The aim of this work was to propose a reflection on the future of the printed book before the book in electronic format, digital, as well as the practices of reading and writing that are generated from the new technological devices.

DESENHAR MARCAS GLOBAIS REDES SOCIAIS COMO FERRAMENTA DE GESTÃO DE UMA MARCA

Vera Barradas¹, Victoria Carrillo Durán²

¹C3i Centro Interdisciplinar de Investigação e Inovação do Instituto Politécnico de Portalegre

²Universidad de Extremadura

verab@estgp.pt; mvcardur@alcazaba.unex.es

Resumo

O presente artigo assenta no estudo das redes sociais digitais enquanto ferramenta de gestão de uma marca. Cruzando os conceitos inerentes à criação de uma marca com os novos suportes de comunicação. A presença das marcas na *web 2.0* é um assunto largamente discutido e suscita várias opiniões. Dai a pertinência deste artigo que pretende desmistificar e demonstrar porque é que as marcas devem estar hoje ativas nas redes sociais digitais, podendo valorizar a sua reputação e criar com o público alvo novas relações de confiança.

Abstract

This article is based on the study of social networks as a tool for managing a brand. Crossing the concepts inherent in creating a brand and new communication media. The presence of brands on web 2.0 is a widely discussed subject and raises several opinions. Therefore, the relevance of this article which aims to demystify and show why brands must now be active in social networks, and can enhance their reputation with the public creating new relations of trust.

O CLICAR COMO COMUNICAR: UMA ANÁLISE À USABILIDADE DE APLICAÇÕES MULTIMÉDIA

Cristina Caramelo Gomes¹, Maria Margarida Rendeiro²

¹CITAD / Universidade Lusíada

²CEPESE/ Universidade Lusíada

cris_caramelo@netcabo.pt; mmrendeiro@netcabo.pt

Resumo

O presente artigo enuncia uma análise crítica sobre algumas condicionantes da comunicação digital na actualidade dentro do âmbito do nível de percepção e interpretação. Deste modo, recorre às conclusões de estudos semióticos de Yuri Lotman e segue a definição de usabilidade como avaliação heurística de Jakob Nielsen. A metodologia utilizada inclui uma análise de websites oficiais da Yale University School of Art e da New York Academy of Arts, centrado-se em factores que produzem impacto na sua usabilidade e interpretação. As conclusões apontam para o facto de o processo cognitivo ser decisivo na definição da sua usabilidade.

Abstract

This paper discusses the constraints of present-day digital communication, linking it to the degree of perception and interpretation. Therefore, it uses the contributions of semioticians Yuri Lotman and Peirce and follows Jakob Nielsen's definition of usability as heuristic evaluation. Methodology includes an analysis of the official websites of the Yale University School of Art and the New York Academy of Arts, focusing on factors that produce impact on their usability and interpretation. Conclusions show that the cognitive process is decisive to define usability.

EVOLUÇÃO DA HTML SOB UMA ÓTICA INFORMACIONAL E INTERATIVA

Natália Ordobás Bortolás, Milton L. Horn Vieira

DesignLab, Universidade Federal de Santa Catarina
nbortolas@gmail.com, milton@cce.ufsc.br

Resumo

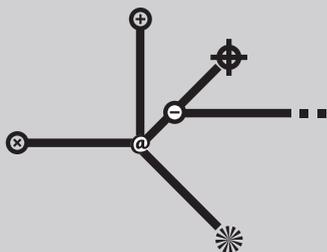
Este trabalho contempla a evolução da HTML sob um ponto de vista informacional e interativo, tendo como foco as melhorias que essa tecnologia web proporciona na troca de informações entre as pessoas. A análise do surgimento, evolução e comparação dos princípios de desenvolvimento da HTML junto ao design da informação e interação, leva a crer que os esforços na evolução dessa linguagem de marcação envolveram, principalmente, o bom entendimento da informação transmitida aos usuários. Outro ponto é a garantia de que a informação apresentada nessa tecnologia web deva ser recebida por qualquer usuário, inclusive por aqueles com necessidades especiais, usando qualquer tipo de plataforma, e livre de erros (conceito de segurança). Além disso, a evolução da linguagem de marcação de hipertexto visa facilitar a produção de documentos nos diversos idiomas. Essas questões demonstram que a HTML busca acompanhar as novas formas de disseminação da informação e proporciona melhorias na interação entre conteúdo e usuários.

Abstract

This work describes the evolution of HTML in an informational and interactive view, focusing on the improvements that this web technology provides for information exchange among people. The analysis of emergence and evolution of HTML, and comparing its development principles with the information and interaction design, suggests that the evolution of this markup language involved mainly the good understanding of information conveyed to users. Another point is guaranteeing that the information presented in web technology must be received by all users (even those with special needs), using any type of platform, and free of errors (security concept). Moreover, the evolution of hypertext markup language was designed to facilitate the production of documents in different languages. These subjects show that the HTML seeks to follow the new forms of information dissemination and provides improvements in the interaction between content and users.



CIDAG 2012



Comunicações Orais / Posters
ÁREAS DE FRONTEIRA

Oral Communications / Posters
BORDERLINE

Comunicaciones orales /Posters
ÁREAS DE FRONTERA



A NECESSIDADE DE UM ENSINO/ APRENDIZAGEM MAIS EFICAZ, BASEADO NO PENSAMENTO COMPLEXO

Danielle Paganini Beduschi¹, Juliana Rebello Lourenço¹, Isabel Cristina Italiano¹

¹Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo – EACH/USP
beduschi.dani@usp.br; julianarebello@usp.br; isabel.italiano@usp.br

Resumo

A didática é responsável pela mediação entre a teoria e a prática docente, interligando as bases teóricas à ação prática, necessárias para uma aprendizagem eficaz. Sob esta perspectiva de ensino crítico e união da teoria com a prática, encontra-se o pensamento complexo, o qual pretende unir pensamentos, disciplinas, áreas do conhecimento, a fim de obter a união da simplificação e da complexidade, do todo somado às partes. Sendo assim, este trabalho tem nestas teorias sua base para defender a necessidade de um ensino de modelagem do vestuário mais completo e eficaz.

Abstract

The didactic is responsible for mediating teaching theory and teaching practice, linking the theoretical to the practical action needed for effective learning. From this perspective the critical education and marriage of theory and practice is complex thinking, which aims to unite thoughts, disciplines, areas of knowledge in order to obtain the union of simplification and complexity, plus all the parts. Therefore, this work has its basis in these theories to arguing for a more complete pattern making teaching and effective.

USO DE INFOGRÁFICOS NO ENSINO DE ACESSIBILIDADE EM DESIGN E ARQUITETURA

Eduardo Cardoso¹, Tânia Luisa Koltermann da Silva¹, Vinícius Ludwig Strack¹

¹Brasil: UFRGS - Universidade Federal do Rio Grande do Sul

eduardo.cardoso@ufrgs.br; tania.koltermann@ufrgs.br; viniciusstrack@gmail.com

Resumo

O presente trabalho apresenta os resultados obtidos na transposição de informações textuais e normativas em infográficos aplicados ao ensino de acessibilidade nos cursos de graduação em design visual, design de produto e arquitetura da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Estes infográficos foram desenvolvidos pelo Núcleo de Design Gráfico Ambiental – NDGA da mesma Universidade e podem ser utilizados tanto para aplicação didática quanto para difusão cultural. O emprego deste recurso visual visa condensar uma grande quantidade de informação em pouco espaço físico, de forma extremamente atrativa e de fácil uso. Até o presente momento foram desenvolvidos mais de vinte infográficos divididos nas seguintes áreas temáticas: definições gerais em acessibilidade; conhecendo as diferenças; contextualização histórica; contextualização legal; princípios do desenho universal; tecnologia assistiva; recursos para acessibilidade na comunicação; avaliação de acessibilidade em espaços edificados.

Abstract

This paper presents the results obtained in the transposition of textual information and regulations applied in infographics of accessibility to education in undergraduate courses in visual design, product design and architecture at the Federal University of Rio Grande do Sul. These infographics were developed by NDGA - Center for Environmental Graphic Design in the same University and can be used for teaching and cultural diffusion. The use of this visual resource is intended to condense a large amount of information in a little space, extremely attractive and easy to use. At the present time were developed over then twenty infographics divided into the following areas: general definitions in accessibility, knowing the differences, historical contextualization, law contextualization, principles of universal design, assistive technology, resources for accessible communication, assessment of accessibility in edified spaces.

O DESENHO À MÃO NA ENCRUZILHADA TEORIA/PRÁTICA DO DESIGN UMA AFIRMAÇÃO DO ESTATUTO TEÓRICO-PRÁTICO DA DISCIPLINA DO DESENHO

Elisa Bernardo

Faculdade de Arquitetura - Universidade Técnica de Lisboa
elisa.bernardo@hotmail.com

Resumo

De um lado, a perícia em tecnologia e a fluência em representação digital; do outro, a afinação dos mecanismos perceptivos e a gestão de ideias visuais em desenhos realizados à mão. Hoje, só uma suposta minoria apontará uma incompatibilidade entre estas duas ordens de competências profissionais, ou uma qualquer forma de superioridade de uma sobre a outra. O tempo em que vivemos requisita, de cada vertente, a sua vitalidade singular, o seu saber particular. O design, também ele, assume extrair mais-valias de ambas. Numerosas instituições de ensino do design reconhecem-no, aliás, nos seus programas - a disciplina do desenho à mão integra-os. Especifiquemos que, das muitas modalidades de desenho manual possíveis de ser ensaiadas, o desenho dito de observação/representação do real ocupa maioritariamente os espaços programáticos. Porquê aprender a observação desenhada, em design, hoje? Colocamos esta interrogação na área da didática do design, disponibilizada pela CIDAG, para destacar, mais concretamente, a faceta teórico-prática desta modalidade de desenho, na adequação aos interesses, também eles teórico-práticos, do projeto em design. Não é, pois, na técnica que queremos colocar o enfoque, mas no saber, porque é o saber que transfigura a vida mental.

ABSTRACT

On one side, the expertise in technology and the fluency in digital representation; on the other side, the tuning of perception and the management of visual ideas by manual drawing. Nowadays, only a minority will appoint an alleged incompatibility between these two types of professional skills, or some kind of superiority of one over the other. Our time claims the singular vibrancy and particular knowledge from each part. Design assumes to extract gains from both. Most design courses still integrate hand drawing; several proposals are included in the existing curricula, but observation drawing is the most widely discussed and treated. Why learn observation drawing, in design, nowadays? We put the question in the area of Design Education - Learning and teaching that CIDAG consecrates, intending to specifically treat the theoretical/practical aspects of drawing learning and their benefits to the project. We don't want to put the focus on technical, but in knowledge, because it is knowledge that transforms our mental life.

O ENSINO DA PRODUÇÃO GRÁFICA NOS CURSOS DE GRADUAÇÃO EM DESIGN: IMPORTÂNCIAS, CURRÍCULO E DIDÁTICA

Israel Braglia¹, Alice T. Cybis Pereira¹

¹PPEGC – Universidade Federal de Santa Catarina

israelbraglia@gmail.com; acybis@gmail.com

Resumo

Os processos de impressão evoluíram. Os cursos de design cresceram e com eles o mercado passou a entender melhor que o resultado final de um bom projeto depende dos meios pelos quais foi concebido. Nos currículos dos cursos de graduação em design está a disciplina de Produção Gráfica, que permeia a integração com outras disciplinas, entre elas a prática de projetos. Na disciplina de Produção Gráfica são imprescindíveis os conhecimentos específicos do universo de impressão e visitas aos parques gráficos para o melhor aprendizado dos alunos. O presente artigo identifica que a disciplina de Produção Gráfica se apresenta como alicerce de informação e de experiência em projetos gráficos de materiais impressos e relata partes da ementa e o lecionar da referida disciplina em duas Universidades públicas do Estado de Santa Catarina – Brasil.

Abstract

The printing processes have evolved. The design courses grew and they began to understand the market better than the end result of a good design depends on the means by which it was designed. In the curricula of undergraduate courses in design is the discipline of graphic production, which permeates the integration with other disciplines, including the design practice. In the discipline of graphic production are essential specific knowledge of the universe print graphics and visits to the parks for the best student learning. This article identifies the discipline of Graphic Production is presented as the foundation of information and experience in graphic design of printed materials and the brief reports curriculum and teaching in two public universities in the State of Santa Catarina - Brazil.

PRODUCT COMMUNICATION STRATEGY DRIVEN BY SOCIAL NETWORK PROFILES AN EXPERIMENTAL TEACHING MODULE

José M. G. Silva

CIAUD-UTL / ESART - IPCB

gago.silva@mail.com

Abstract

This paper describes the development and testing of an experimental teaching module on product communication strategy. The study aims to answer the question of how new social platforms such as Facebook can help in developing new strategies for product communication. Developing links between a product and consumer preferences. In this experimental learning module, students of the New Media Production course developed new strategies for product communication, identifying possible active archetypes on narrative consumer preferences on Facebook profiles. The conducted experience evidenced that the experienced cycle is a major contribute to the learning of product communication in the digital age, due to associations between consumer preferences and the new product communication strategies.

DESENVOLVIMENTO DO PROJETO PEDAGÓGICO DE UM CURSO DE DESIGN GRÁFICO SEGUNDO AS DIRETRIZES CURRICULARES NACIONAIS E A REALIDADE LOCAL

Jovani Castelan¹, Luiz Salomão Ribas Gomes², Diego Piovesan Medeiros¹

¹Design Gráfico: Faculdade SATC, Brasil

²PPGDesign: Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil

jovani.castelan@satc.edu.br; salodesigner@gmail.com; diego.medeiros@satc.edu.br

Resumo

Este artigo apresenta o desenvolvimento do projeto pedagógico de um curso de design, habilitação design gráfico. São relatadas a forma como a estrutura curricular foi criada e as dificuldades encontradas em fazê-la de acordo com as diretrizes curriculares nacionais e também com foco na realidade econômica local. As informações apresentadas podem contribuir como modelo para criação ou adequação de currículos de cursos de design gráfico, novos ou já existentes.

Abstract

This article presents the development of the education program of a course design, graphic design qualification. It reports how the curriculum structure was created and the difficulties encountered in doing it according to the national curriculum guidelines, and also focusing on local economic reality. The information presented can contribute as a model for creating or improving curricula of courses in graphic design, new or existing.

DIDÁTICA DO DESIGN – DESENHO DE CONCEPÇÃO O PARADIGMA DO DESENHO NO ENSINO DO DESIGN COMO INSTRUMENTO DE PESQUISA

Leonardo Springer

CIEBA - UTL, Professor Assistente ESTAL

leonardospringer@yahoo.com

Resumo

Na última década, assistimos a uma gradual implementação e subsequente proliferação no ensino do design, secundário e universitário, de software de desenho assistido por computador (CAD - Computer Aided Design). O esforço e investimento levado a cabo providenciou aos alunos novas ferramentas de execução de desenho rigoroso. Porém esta mudança de paradigma do ensino tem revelado uma carência na capacidade dos alunos em representar conceitos e ideias através do desenho à mão livre e subsequente desenvolvimento dos mesmos.

Abstract:

In the past decade CAD (Computer Aided Design) programs have been gradually employed and thrived, both in high school and design universities. The effort and investment carried out gave students a new tool for precise design drawing on early stages. However, this education paradigm shift has proven the lack and students' ability to represent, concepts and ideas through free hand drawing compromising subsequent development.

DOCENCIA DE CONTENIDOS TÉCNICOS EN UN ENTORNO CREATIVO ARTES GRÁFICAS PARA DISEÑADORES GRÁFICOS

Lluc Massaguer

Eina, Escola de Disseny i Art, Barcelona
mmassaguer@eina.edu

Resumen

El objetivo principal de la investigación es determinar cómo integrar la docencia de las Artes Gráficas en unos estudios creativos como son los universitarios de Diseño gráfico. ¿Cómo se integra esta disciplina en el proceso de diseño y, mediante una propuesta de programa pedagógico, cuál puede ser su adaptación al campo del aprendizaje del diseño?

Abstract

The main objective of this research project is to determine how to integrate the teaching of Graphic Arts into creative studies such as graphic design. How the Graphic Arts are integrated into the designing process and how, through a proposed teaching programme, it can be adapted to the field of design learning.

DESIGN DE SUPERFÍCIE - PROPOSTA METODOLÓGICA ESTUDO DE CASO

Maria Sílvia Barros de Held¹, Isabel Cristina Italiano², Olívia Serenza Lui³ e Luana Soares de Arruda⁴

^{1,2,3,4}Universidade de São Paulo

silviaheld@usp.br; isabel.italiano@usp.br; lilitamamura@gmail.com; luanatsuki.sakamoto@gmail.com

Resumo

Este trabalho tem por objetivo apresentar uma proposta metodológica voltada ao ensino de design de superfície e, ao mesmo tempo, demonstrar, através deste estudo de caso, a relevante contribuição do design gráfico para a criação de estampas no design e superfície. Através do estudo de caso apresentado, demonstra-se a interface entre as duas áreas, o design gráfico e o design de superfície, as linguagens visuais advindas das percepções, as técnicas propostas e alguns resultados obtidos, dentro das múltiplas possibilidades. Este método exemplifica a utilização de formas previamente sugeridas na criação experimental de novas formas. Proposta temática a partir da estrutura formal de objetos relacionados à temática como referência para o processo criativo.

Abstract

This paper aims to present a methodology which aims to teach surface design and at the same time, demonstrate through this case study, the relevant contribution of graphic design to create patterns and surface design. Through the case study, we show the interface between the two areas, graphic design and surface design, visual languages stemming from perceptions, the proposed techniques and some results obtained within the multiple possibilities. This method illustrates the use of forms previously suggested in the experimental creation of new forms. Proposed theme from the formal structure of objects related to the theme as a reference to the creative process.

RELATOS IMAGÉTICOS MEDIANDO NARRATIVAS DE TRAJETÓRIAS E TRANSFORMAÇÕES DE MÓVEIS ARTESANAIS TRANÇADOS EM FIBRAS

Mariuze Dunajski Mendes¹

¹Universidade Tecnológica Federal do Paraná

mariuzem@gmail.com

Resumo

O presente artigo objetiva narrar o processo metodológico conduzido em minha pesquisa de doutorado, cuja intenção foi desvelar trajetórias biográficas de móveis artesanais trançados em fibras. O processo foi mediado pela análise de imagens de catálogos, anúncios publicitários e revistas. As mídias impressas são janelas de registros de locais e épocas que, ao se abrirem, fornecem muitas "pistas" para poder analisar trajetórias de artefatos e compreender contextos de produção, circulação e consumo. Por meio das imagens foi possível, em minha tese de doutorado, analisar estilos, elementos formais e práticas de uso de artefatos em diferentes tempos e lugares. Esta leitura permitiu desvelar transformações e permanências materiais e simbólicas ao longo do tempo.

Abstract

This article aims to present some considerations on biographical trajectories of handcrafted fibers' furniture emphasizing the methodological approach held on my doctoral research which aimed to map trajectories of signification and materialization of handcrafted fibers' furniture, expressing the potential that these artifacts pose to individuals, communities and territories. The process was handled mediated by catalogs, advertisement and magazines' images. Printed media represents recorded "windows" from spaces and time that, when opened, provide many "clues" on analyzing artifacts' trajectories and production, circulation and consumption contexts.

CONCEITOS GEOMÉTRICOS APLICADOS À PRODUÇÃO GRÁFICA – IMPRESSÃO OFFSET

Marko Alexandre Lisboa dos Santos¹

¹Universidade Sagrado Coração - USC
kakosantos@gmail.com

Resumo

O presente artigo consiste no relato de uma abordagem pedagógica utilizada em um curso de Design para o ensino de conceitos básicos de pré-impressão offset apropriando-se de elementos e conceitos geométricos ora apresentados por meio das transformações geométricas: translação, rotação e dilatação. Tal estudo, relata dentre outras coisas, a importância dessas simetrias para a geração de um material impresso de qualidade, informação muitas vezes desconhecida por profissionais que trabalham na área do design gráfico.

Abstract

This article is a report of a pedagogical approach used in a course design for teaching basic concepts of pre-offset printing appropriating elements and geometric concepts presented here by means of geometric transformations: translation, rotation and dilation. This study reports among other things, the importance of these symmetries to generate a quality printed material, information often ignored by professionals working in the field of graphic design.

CONCEITOS GESTÁLTIDOS INTERPRETADOS NAS ARTES VISUAIS – UMA ABORDAGEM PEDAGÓGICA

Marko Alexandre Lisboa dos Santos

Universidade Sagrado Coração - USC
kakosantos@gmail.com

Resumo

O presente artigo consiste no relato de uma abordagem pedagógica utilizada em um curso de Design para o ensino de conceitos de psicologia da forma e da Gestalt apropriando-se de elementos visuais apanhados na obra do artista plástico, fotógrafo e designer Geraldo de Barros, integrante do Concretismo Brasileiro. Tal estudo relata dentre outras coisas, a importância desses conceitos em elementos visuais presentes no dia a dia do designer e como eles podem contribuir para a criação de peças gráficas mais significativas.

Abstract

This article is a report of a pedagogical approach used in a course design for teaching concepts of psychology and Gestalt as appropriating elements caught in the work of visual artist, photographer and designer Geraldo de Barros, a member of Brazilian Concrete movement. This study reports among other things, the importance of these concepts into visual elements present on the day of the designer and how they can contribute to the creation of graphic pieces more meaningful.

DESIGN NO ENSINO A PRÁTICA PROJETUAL DO DESIGN ENQUANTO FERRAMENTA AUXILIAR NO PROCESSO DE ENSINO-APRENDIZAGEM

Marta Borges

Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto

marta.cborges@gmail.com

Resumo

Num período marcado pela proliferação das mais diversas formas de comunicação e informação, o desenvolvimento da literacia visual assume-se como estratégia fundamental para a compreensão e interpretação de uma realidade cada vez mais complexa. A prática do Design oferece um conjunto de ferramentas que permitem seleccionar, descodificar e interpretar favorecendo a apreensão de determinada realidade e capacidade de resolver problemas. A adopção desta metodologia, pela sua capacidade intrínseca de questionar e refletir, favorece o processo de ensino-aprendizagem com o desenvolvimento do espírito crítico e relacional. Nesta comunicação, que se insere na investigação em curso, realizado no âmbito do Mestrado em Design Gráfico e Projecto Editoriais da Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto, procuramos compreender como poderá a prática projetual do Design assumir-se hoje como uma ferramenta para o desenvolvimento de competências ao nível da compreensão e interpretação da informação, capaz de formar indivíduos mais informados e competentes.

Abstract

In a period marked by the multiple forms of communication and information, the development of visual literacy is nowadays a key strategy for understanding and interpretation of an increasingly complex reality. The Design methods offers a set of tools useful to select, decode and interpret favoring the ability to solve problems. The adoption of design practice favors the teaching and learning process with the development of critical and relational thinking. This paper, which is part of the ongoing investigation conducted under the MA in Graphic Design and Editorial Project of Faculty of Fine Arts - University of Porto we propose an discussion about how can design practice become a valuable tool for the development of understanding and interpretation skills capable to form more informed and competent individuals.

ESTUDO DE CASO SOBRE PARA CONSTRUÇÃO DE METODOLOGIA PARA EQUIPE DE DESIGNERS

Paula Caroline Schifino Jardim Passos, Patricia Alejandra Behar

Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS

paulacarolinejardim@gmail.com; pbehar@terra.com.br

Resumo

Este artigo relata um estudo de caso realizado no Núcleo de Tecnologia Digital Aplicada à Educação (NUTED/UFRGS). O NUTED consiste em um grupo interdisciplinar de pesquisa que integra estudantes de graduação e pós-graduação de diversas áreas do conhecimento no desenvolvimento e na utilização de tecnologias digitais aplicadas à educação. Para o design de interface de materiais educacionais foi proposta uma metodologia definida com base no Design de Interação, como descrito por Preece, Rogers e Sharp (2005) nos Elementos da EXperiencia do Usuário definidos por Garrett (2003) e na Engenharia de Software (PRESSMAN, 2002). Essa metodologia foi testada em situações reais de projeto e os resultados dessa experiência são relatados a seguir.

Abstract

This article reports a case study in the Center for Digital Technology Applied to Education (NUTED / UFRGS). The NUTED consists of a group of interdisciplinary research that integrates undergraduate and postgraduate studies in various areas of knowledge in the development and use of digital technologies in education. For the interface design of educational materials has been proposed a method defined on the basis of interaction design, as described by Preece, Rogers and Sharp (2005) in Elements of User Experience defined by Garrett (2003) and in software engineering (Pressman, 2002). This methodology was tested in situations REAL project and the results of this experiment are reported below.

A INFLUÊNCIA DA COR, BRILHO E TEMPERATURA DOS METAIS NA EXPECTATIVA DE PESO ASSOCIADA ESTUDO EFECTUADO JUNTO DE ALUNOS DE CURSOS SUPERIORES DE DESIGN EM PORTUGAL

Pedro Oliveira

ISEC – Instituto Superior de Educação e Ciências

CIAUD – Centro de Investigação em Arquitectura, Urbanismo e Design

poliveira@isec.universitas.pt; ppoliveira@gmail.com

Resumo

O objecto de estudo do presente trabalho são os efeitos que os atributos visuais principais dos metais (cor e brilho) e de termocepção (percepção de temperatura) desempenham na avaliação subjectiva de peso/ densidade elevada dos materiais. Este estudo entende-se de elevado interesse para a actividade de design uma vez que possibilita demonstrar o efeito sinestésico de determinadas características organolépticas sobre outras. O estudo aqui apresentado recorreu a uma metodologia de Pesquisa por Inquérito e foi submetido a uma amostra representativa dos alunos em Cursos Superiores de Design em Portugal. A análise dos resultados do inquérito permitiu demonstrar, entre outros aspectos, que os metais mais claros e brilhantes são considerados menos densos do que os de cor escura e que os materiais mais frios tendem a ser presumidos como sendo mais densos do que os menos frios.

Abstract

The study object of this article are the effects played by visual and haptic attributes of metals (color, brightness and tactile temperature) towards the subjective assessment of materials weight/density. This study is considered of high interest to design activity because it demonstrates the synesthetic effect of certain organoleptic characteristics over others. The study used the Survey Research methodology in a representative sample of Higher Education Design Students in Portugal. The results of the research prove, among other things, that the more clear and bright the metals are less dens/heavy they are expected to be. And also that materials that feel colder are presumed to be more heavier than warmer one's.

SEPARAÇÃO DESLOCAÇÃO DA SALA DE AULA PARA CAMINHOS ALTERNATIVOS DE APRENDIZAGEM NUM CURSO PROFISSIONAL DE DESIGN GRÁFICO

Raquel Morais

Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto - i2ADS
raquelmorais70@gmail.com

Resumo

Pretende-se refletir sobre dois projetos do ensino da arte e do design implementados no curso técnico de Design Gráfico, na Escola Artística e Profissional Árvore no Porto, Portugal. Estes projetos realizaram-se fora das aulas regulares da disciplina de Design Gráfico: o primeiro, um projeto de intercâmbio internacional entre uma escola secundária Alemã da cidade de Zülpich; O segundo, *Tecer Outras Coisas*, é um projeto ainda em curso, que envolve ex-empregados (voluntários), professores, alunos e artistas numa empresa textil (Coelima) em Pevidém (Guimarães, Portugal).

A deslocação da sala de aula teve como ponto de partida a convicção de que há uma outra forma de ensinar, que não pressupõe os posicionamentos fronteirizados entre matérias e pedagogias, professor e aluno: um espaço performativo de construção em que o aluno decide e constroi o seu pensamento e consequentemente o seu projeto.

Deste modo, procura definir-se dois caminhos de reflexão:

- a) O que significa uma escola do séc. XXI; Que ideias e conceitos, que práticas, que pedagogias, que profissionais, que relações entre a escola e o “fora da escola”?
- b) Os projetos que a tornam alvo de estudo; Baseada na ação, que articulações a investigação teórica em educação artística estabelece com a vontade e a possibilidade da mudança?

Abstract

*The intention is to reflect on two projects of teaching art and design implemented in the vocational course of graphic design at Escola Artística e Profissional Árvore [Artistic and Vocational School “Árvore”] in Porto, Portugal. Those projects took place outside the regular class of graphic design: the first one was an interchange project between a German high-school in Zülpich; the second, named *Tecer Outras Coisas* [Weave Other Things] is an art and design ongoing project with unemployed (volunteers), teachers, students and artists in a textile factory (Coelima) in Pevidém (Guimarães, Portugal).*

The class displacement took place with the starting point established from the conviction that there is another way of teaching, which does not assume the border positions between subjects and pedagogy, teacher and student: a performative space of construction where students decide and build their own thinking and therefore their project.

We consider two ways of reflexion:

- a) What means a 21st century school? What ideas, concepts, practices, pedagogies? Who are the professionals, what relations between school and “out of school”?*
- b) The case study projects; Based on action, how the theoretical research in art education establishes connections to the will and the possibility of change?*

SOBRE O LIVRO TIPOGRAFIA EM AMBIENTE URBANO A CONSTRUÇÃO DE UM LIVRO COMO UM CAMINHO ALTERNATIVO DE APRENDIZAGEM NUM CURSO PROFISSIONAL DE DESIGN GRÁFICO

Raquel Morais¹, Sara Lopes²

¹Instituto de Investigação em Arte, Design e Sociedade (i2ADS)

Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto

²Faculdade de Filosofia da Universidade Católica Portuguesa, Braga

raquelmorais70@gmail.com; Osaralopes0@gmail.com

Resumo

A propósito de uma reflexão sobre o plágio, a relação ética e deontológica com os direitos de autor e conexos, escolheu-se o formato de livro para desenvolver um projeto de design gráfico que uniu alunos, professores e técnicos. Com pleno domínio de todas as fases, desde a concepção, passando pelo desenvolvimento de conteúdos, montagem e finalizando na produção e acabamentos, este projeto pôs à prova a capacidade da turma e da escola na produção do objeto. Alunos, professores e técnicos juntaram-se lado-a-lado num propósito de construção emergente de um artefacto que aborda as questões técnicas do design gráfico e artes gráficas, mas também, as questões conceituais, clarificadoras do caminho percorrido, da identidade e dos significados. Pretende-se refletir sobre um projeto complexo, original e ambicioso, que encerra em si mesmo uma ideia completa de ensino artístico contemporâneo, transdisciplinar e experimental, que nasce no contexto de ensino profissional do curso técnico de design gráfico.

Baseada na ação, quais as articulações que a investigação teórica em educação artística estabelece com a vontade e qual a possibilidade da mudança? Será este um caminho a explorar para uma escola que pretende ser aberta ao meio que a envolve, da inclusão, do fazer comunitário e com preocupações éticas e sociais inerentes ao pulsar diário?

Abstract

Concerning a reflection about the plagiarism, the ethical and deontological relation with the copyright, a book format was chosen to develop a graphic design project that brought together students, teachers and technicians. With full control of all stages, from conception, content, development till assembly and finishing, this project tested class and school ability in the production of the object. Students, teachers and technicians joined side-by-side in the common interest of an emerging construction of an artefact that addresses the technical issues of graphic design and printing, but also the conceptual issues, clarifying of the path, identity and meaning. The intention is to reflect on a complex project, original and ambitious, which contains in itself a full idea of contemporary art education, transdisciplinary and experimental, which rises in the context of a vocational course in graphic design.

Based on action, which are the connections to the theoretical research in art education established by the will and which are the possibilities to change? Is this a path to explore in a school that aims to be open to the surroundings, to the inclusion of the community and to ethical and social concerns inherent to every day beating?

ENSINO DE DESIGN PARA CRIANÇAS O PROCESSO DE DESIGN APLICADO À EDUCAÇÃO INFANTIL

Silmara Takazaki Egg

Universidade Tecnológica Federal do Paraná – UFPR - Brasil
silmara@takazaki.com.br; sil.egg@gmail.com

Resumo

Este artigo pretende abordar alguns aspectos que envolvem o ensino de design para crianças. Para tanto, apresenta alguns conceitos de design e de quem é o designer, além de sugerir um processo como guia de referência para atividades de design, baseado em vários autores. Na concepção deste trabalho, enfim, o design pode figurar como elemento fundamental na educação de crianças, promovendo a interdisciplinaridade e estimulando o pensamento projetual como forma de resolução de problemas. A educação holística oferecida pelo ensino do design permite o desenvolvimento de habilidades manuais e mentais e propicia o pensamento crítico e construtivo.

Abstract

This article deals with some aspects that involve the design education for children. To this end, it presents some design concepts and who is the designer and suggests a process as a guide for design activities, based on various authors. In designing this study, finally, design can appear as a key element in the education of children, promoting and encouraging interdisciplinary thinking projectual as a way of solving problems. The education offered by holistic design education enables the development of mental and manual skills and fosters critical and constructive thinking.

O DESIGN COMO PROCESSO: A METÁFORA DO JOGO ENQUANTO MEIO PARTICIPATIVO

Suzana Dias¹, José Bártolo², Mário Moura³

¹Instituto Politécnico do Cávado e do Ave (IPCA); iZADS - Instituto de Investigação em Arte, Design e Sociedade (Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto)

²Escola Superior de Artes e Design (ESAD)

³Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto (FBA UP)

cdias@ipca.pt; bartolo.jose@gmail.com; resabiator@gmail.com

Resumo

Nesta comunicação iremos abordar exemplos da prática do design enquanto *processo*, como uma metáfora de jogo, em que os intervenientes aceitam voluntariamente as regras e nele participam para atingirem um objectivo comum. Desta forma, interessa-nos explorar o design no contexto que vai para além do discurso forma/função/conteúdo – aquele que inclui elementos performativos, abertos, experienciais e orientados para o processo, numa prática participativa e de colaboração, aplicado ao contexto da educação. Como metodologia de trabalho iremos confrontar perspectivas actuais da teoria e da prática do design que equacionam esta problemática, procurando deste modo contribuir para a reflexão de estratégias metodológicas no ensino do design, no contexto contemporâneo.

Abstract

In this communication we discuss examples of the practice of design as a process, as a game metaphor, where players voluntarily accept the rules and participate in order to achieve a common goal. Thus, we are interested in exploring the design in the context that goes beyond speech form / function / contents - one that includes performative elements, open, experiential and process-oriented, in a participatory and collaborative practice, applied to the context of education. As a working methodology we will confront current perspectives of theory and practice of design to equate the issue, thus trying to contribute to the reflection of methodological strategies in the teaching of design, in the contemporary context.

MODA E SOCIEDADE UMA REFLEXÃO SOBRE A MODA COMO INTERMEDIADORA ENTRE O INDIVÍDUO E O COLETIVO

Talita Souza de Oliveira¹, Maria Sílvia Barros de Held^{1,2}

¹Universidade de São Paulo

olivitalita@usp.br; silviaheld.usp@gmail.com

Resumo

Segundo Navarri (2010), a experiência de não ser percebido, notado ou não possuir identificação com determinado grupo social, é de fato algo desagradável, uma vez que esta sensação atinge diretamente nosso ego, nossas emoções, conseqüentemente influenciando a questão cultural, social e comportamental, deste modo o artigo em questão apresenta um recorte no estudo referente à moda como uma ferramenta de sociabilidade. O estudo abrange inserção da moda em um contexto de identidade e pertencimento em meio a sociedade, um fenômeno que está constantemente entrelaçado com a aparência e, conseqüentemente, com o conforto, entendido como o bem-estar, auto-estima em meio ao coletivo.

Abstract

Navarro (2010), the experience of not being seen, noticed or do not have identification with a particular social group, is indeed something unpleasant, since this directly affects our ego feeling, our emotions, thus influencing the cultural issue, social and behavior, so the article in question presents a study on the cutout in fashion as a tool of socialization. The study covers the insertion of a fashion in the context of identity and belonging in the midst of society, a phenomenon that is constantly intertwined with the appearance and, consequently, with the comfort, understood as the well-being, self-esteem through the collective.

PROJETO ASAS PESQUISA E EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA EM ARTESANATO E DESIGN

Alexandre Menezes^{1,2}, Natacha Rena^{1,2}, Adriana Tonani¹, Flávio Lima¹, Bruno Oliveira¹, Talita Lessa¹, Luiz Lagares¹, Victor Endo¹

¹Universidade FUMEC

²Universidade Federal de Minas Gerais

alexandremenezes@gmail.com; natacharena@gmail.com; adtonani@terra.com.br; flavioluciolima@yahoo.com.br; brunogomesoliveira@gmail.com; talitalessamelo@gmail.com; lagaresiz@gmail.com; victor.endo@gmail.com

Resumo

Este artigo apresenta uma pesquisa intitulada “Desenvolvimento de Tecnologia Social para realização de projetos de capacitação em artesanato e design tendo o Projeto ASAS como estudo de caso” realizada na Universidade FUMEC. A pesquisa buscou identificar características e procedimentos criativos que contribuam para formar multiplicadores do conhecimento adquirido em comunidades em estado de vulnerabilidade social. As entrevistas e questionários realizados com os beneficiários permitiram a criação de alguns eixos temáticos que englobam os indicadores de avaliação específicos para projetos de capacitação em artesanato e design. Como o foco deste artigo é nas estratégias de capacitação nas quais o território é um grande referente na representação iconográfica existente nos produtos gerados, apenas dois eixos temáticos serão discutidos: Criação Colaborativa e Identidade Local. Entende-se que a interculturalidade presente nas comunidades nas quais o Projeto ASAS é desenvolvido, aliada aos processos focados em oficinas de criatividade colaborativas, fortalece a identidade territorial presente nos produtos. O território complexo e heterogêneo da favela é um fator determinante na construção da identidade cultural presente nas coleções e há uma clara preocupação em estimular o artesão para que redirecione o olhar para o seu próprio território, buscando em seu cotidiano as bases para a criação.

Abstract

This article presents a research from FUMEC University, entitled “Development of Social Technology for realization of training projects in craft and design with the ASAS Project as a case study”. The research starts from the assumption that it is possible to identify creative characteristics and procedures, collective and collaborative efforts that help to empower, educate and train people to disseminate the knowledge acquired in the community where the project for training in craft and design is developed. The interviews and questionnaires applied to the beneficiaries allowed the establishment of thematic axis that could contribute to the specific evaluation of this kind of projects. As the object of this article is the empowerment strategies in which the territory is the main reference to the iconography applied to the products created by the artisans, two of the thematic axis will be presented: Collaborative Creations and Local Identity. It is known that the interculturality of the communities in which the ASAS Project is developed in addition to a process focused on collaborative creative workshops can strengthen the territorial identity seen in the products. Not only the complex and heterogeneous territory found at the favelas is a determining factor for the built of the cultural identity of the collections, but it also provides a stimulus for the artisans to look for their own environment in a different perspective.

PEOPLE CREATIVE ROOM NOVOS PROCESSOS DE INOVAÇÃO SOCIAL

Mara Rossi

Seconda Università degli Studi di Napoli, Departamento IDEAS (Industrial Design, Ambiente e Storia)
mara_rossi@alice.it

Resumo

O paper tem por objetivo de estudar o papel do design nos processos de inovação social, como elementos capazes de construir e definir paisagem cultural entre pessoas e objetos.

Hoje podemos definir a inovação de uma atitude, uma nova forma de se comportar. Geoff Mulgan, diretor da Young Foundation, em Londres, produziu um relatório intitulada Social Innovation, no qual afirma: "Existe inovação social quando novas idéias que funcionam, dão soluções a necessidades sociais ainda não são atendidas." Mas a definição a se dar para o adjetivo "social" é indicar o papel ativo das pessoas na realização concreta dos processos de inovação, pensando em possíveis cenários futuros em que são gerados "ecossistemas produtivos", através de teorias, metodologias, práticas, tecnologias e formas de agregação.

É conveniente então desenvolver uma análise sobre como a comunicação tem assumido um papel que vai além dos processos de socialização, a qual desenvolveu um "novo mundo", feita de conceitos, imagens que interagem e acompanham o a vida cotidiana.

O projeto, desenvolvido no âmbito do Doutorado Internacional em Design e Inovação da Seconda Università degli Studi di Napoli propõe um modelo de inovação social, capaz de gerar inovação, atribuindo um papel central no debate contemporâneo sobre dirigir as operações direcionando à vida, não mais de objetos, mas de pessoas.

Abstract

The paper aims to study the role of design in the processes of social innovation, like elements wich able to build and define cultural scenarios between the people and the objects. Today we can define an attitude of innovation, a new way of behave, Geoff Mulgan, director of the Young Foundation, London, has recently produced a report entitled Social Innovation which says: "It has social innovation as new ideas that work give solutions to unmet social needs." However the definition given by the adjective 'social' is to indicate the active role of people in the practical implementation of innovation processes, thinking about possible future scenarios in which you generate "productive ecosystems", through theories, methodologies, practices, technologies and forms of aggregation. It is appropriate in this regard to develop an analysis on how the communication has taken on a role beyond the processes of socialization, that has developed a "new world" made of concepts, images, and accompanying that interact daily life. The project, developed in the International Doctorate in Design and Innovation of the Second University of Naples offers a model of social innovation, able to generate innovation, given a central role by the contemporary discussion on the direct action not towards the life of the objects but of the people.

ESTUDO DE CASO EMPRESA GRÁFICA

Vitor Bettencourt

ISEC – Instituto Superior de Educação e Ciências
bettencourt@projeccao.pt

Resumo

O objectivo principal deste projecto, será dar a conhecer, como a importância de uma boa estratégia é fundamental para atingir o sucesso empresarial. Este projecto é um “caso de estudo” que vai ajudar, não só a compreender a evolução da indústria gráfica nos últimos vinte anos, como as principais decisões que uma empresa foi obrigada a tomar para sobreviver ao repentino avanço tecnológico nesta área. Abordaremos toda a problemática envolvida numa média empresa, dentro de um universo de mais de cinquenta empresas, que laborando só na área de pré-impressão e cujas actividades/postos de trabalho desapareceram em poucos anos (fotógrafo, montador, retocador, operador de estúdios gráficos,...) passou por diversas reestruturações, sendo nos dias de hoje uma das pouquíssimas empresas sobreviventes a esta mudança e que continua a ser uma referência no ramo gráfico nomeadamente nas áreas de pré impressão, impressão offset e acabamento.

Abstract

The main objective of this project concerns to let know about the importance of one good strategy could reach the business success. This project can be considered one of the “case-study” that will help understand not only the Graphic Industrial evolution into the 20 last years, as well as principals decisions which forced or push to be taken for survive from the sudden technology advance, in this sector. We will broach all problematic of a medium company involved into a “Universe” of more than 50 companies, where is working alone in the sector of pre-printing, whose activities – worker labours have vanished in few years (photographers, assemblers, retouches operators, graphic studios operators, ...). Besides it has passed through various restructures over this changing, and being one of the smallest company survivals in nowadays, it stand still being one of the reference in the Graphic sector, namely at the pre-printing, off-set printing and finishing sectors.

INTERFACES DIGITAIS NA EDUCAÇÃO: UMA PROPOSTA DE CRITÉRIOS PARA AVALIAÇÃO E CONSTRUÇÃO DE INTERFACES PARA CRIANÇAS DE 8 A 10 ANOS

Franceli Guaraldo¹ e André de Almeida¹

¹Curso de Graduação em Design de Interface Digital do Centro Universitário Senac São Paulo
franceli.guaraldo@sp.senac.br; deco.candrade@gmail.com

Resumo

O uso de recursos de informática na educação tem motivado ações e programas de incentivo à produção e à distribuição de softwares educativos nas escolas. Existe demanda por interfaces adequadas à educação, e de mais pesquisas que investiguem a adequação dessas interfaces a partir de estudos centrados fundamentalmente nos usuários, as crianças. Esse trabalho envolve uma abordagem multidisciplinar que busca integrar as áreas de Ergonomia e Usabilidade, Psicologia Cognitiva, Educação e Design, partindo da discussão de conceitos dos teóricos Jean Piaget e Lev Vigotsky sobre o desenvolvimento cognitivo humano, assim como, de um levantamento de conceitos e critérios de usabilidade e *fun* para a avaliação de interfaces. Considerando a existência de poucos estudos sobre interfaces destinadas a crianças alfabetizadas nos primeiros anos de escolaridade, propõe-se um conjunto de critérios de avaliação e construção de interfaces digitais educativas para crianças de 8 a 10 anos de idade, validados em duas etapas. A primeira, já realizada, consiste na avaliação heurística de dois softwares educativos: um, disponibilizado em escolas públicas brasileiras e que apresenta atividades de maneira formal e linear; o outro, cujas atividades são realizadas no contexto de um game. Na segunda etapa, os dois softwares serão avaliados a partir de observações e relatos de crianças na faixa etária abordada.

Abstract

The use of computer in education has motivated actions and programs of incentive to production and distribution of educational software in schools. It demands suitable interfaces for education, and more research about suitability of these interfaces from user-centered studies, the children. This work involves a multidisciplinary approach in search of integration of Ergonomics and Usability, Cognitive Psychology, Education and Design, and it starts by discussion of theoretical concepts of Jean Piaget and Lev Vigotsky about human cognitive development, as well as, a survey of concepts and criterions of usability and fun applied to interfaces valuation. Considering the existence of few studies about interfaces addressed to literate children in the first years of school apprenticeship, it is proposed a group of criterions to valuation and construction of digital educative interfaces applied to children of 8 to 10 years old, that are validated in two stages. The first, executed, consists of heuristic valuation of two educative softwares: one, available in brazilian public school, and it presents activities of a formal and linear way; the other, whose activities are achieved as in a game context. In the second stage, the softwares will be evaluated from observations and reports of children at the ages considered.

ANÁLISE DE QUATRO TÉCNICAS FACILITADORAS PRINCIPAIS EM DUZENTOS E VINTE E OITO MAPAS TURÍSTICOS A NÍVEL GLOBAL APLICAÇÃO PRÁTICA NA CONSTRUÇÃO DO MAPA TURÍSTICO DA CIDADE DO PORTO

Luisa do Valle¹ Susana Barreto¹

¹Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto

atelierdaimagem@gmail.com; susanabarreto@yahoo.co.uk

Resumo

As cidades são espaços construídos em grande escala e o mapa é um instrumento de navegação que as representa numa escala reduzida. A partir da II Guerra Mundial, com o aumento do nível de vida e o desenvolvimento dos transportes, deu-se um crescimento das viagens e conseqüentemente de turistas. A previsão da Organização Mundial do Turismo apontada no último Observatório do Turismo Mundial prevê (janeiro 2012) um crescimento mundial de turismo. Na Europa entre 2 a 4% para 2012. Para 2020 prevê-se um igual crescimento. O mapa turístico aproxima o turista da cidade visitada, oferecendo-lhe propostas de conhecimento que permitem uma exploração reconstruída da cidade, assim como, uma navegação mais eficaz nos espaços urbanos. O objectivo deste trabalho é analisar as principais técnicas facilitadoras e aplica-las no mapa turístico da cidade do Porto, técnicas essas que aumentam a velocidade da leitura ou reduzem o tempo da procura de informação, a partir de ferramentas disponibilizadas pelo design de comunicação, tais como, a tipografia, a cor, entre outros. Neste trabalho foram analisados duzentos e vinte e oito mapas turísticos de cidades a nível global, na tentativa de analisar técnicas facilitadoras responsáveis pelo aumento na velocidade de leitura. De que forma poderão os mecanismos gráficos ou outros sistemas, ser construídos para aumentarem a velocidade de leitura?

Abstract

Cities are spaces constructed on a large scale, and maps are navigational instruments that represent them on a reduced scale. After the Second World War, with the increase in living standards and the development of transport, there was a growth in travel and therefore in tourists. The World Tourism Organization's latest World Tourism Barometer (January 2012) forecasts a worldwide growth in tourism and in Europe, specifically, of between two and four percent in 2012, with this increase expected to continue to 2020. The tourist map brings the tourist closer to the visited city, offering proposals that allow a reconstructed exploration of the city, as well as more efficient navigation of the urban spaces. The purpose of this work is to analyse the principal facilitative techniques and apply them to the city of Porto's tourist map. These techniques increase reading speed or reduce the time spent searching for information, using tools available from communication design, such as typography and colour, among others. In this work we analysed two hundred and twenty-eight tourist maps of cities all over the world in order to analyse facilitative techniques responsible for increasing reading speed. How can the mechanisms from graphics or other systems be built to increase the reading speed?

RECOLORAÇÃO DE WEB CONTEÚDOS PARA DALTÓNICOS

RECOLORAÇÃO DE IMAGENS

Madalena Ribeiro¹, Abel Gomes²

¹Escola Superior de Artes Aplicadas, Instituto Politécnico de Castelo Branco

²Departamento de Informática, Faculdade de Engenharia, Universidade da Beira Interior
mribeiro@ipcb.pt; agomes@di.ubi.pt

Resumo

Nos últimos quinze anos, o grande desenvolvimento nos sistemas de informação, com especial destaque para a web, veio impulsionar a difusão de informação multimédia. Esta realidade veio atribuir à componente cor, uma importância ímpar, uma vez que a cor não tem apenas um grande interesse em termos de característica perceptual, como componente de design, mas sobretudo como elemento comunicacional, uma vez que faz parte integrante dos conteúdos. Embora a maioria das pessoas veja a cor de uma forma normal, existe uma percentagem significativa da população (cerca de 5%) que sofre de um distúrbio visual, correntemente designado por daltonismo, que limita a percepção correcta da cor, comprometendo a íntegra interpretação dos conteúdos. A abordagem do problema passa por duas vertentes distintas: a aplicação de paletas de cores adaptadas ou, alternativamente, a aplicação de algoritmos de alteração de cor, que ajustem as cores de forma adequada. Esta última perspectiva tem-se mostrado mais promissora, sobretudo porque pode também ser aplicada a imagens estáticas e vídeo. Este artigo pretende abordar a recoloração de imagens, como web conteúdos, mostrando alguns indicadores sobre o estado da arte neste domínio, assim como das novas tecnologias/linguagens web que possibilitam a implementação.

Abstract

In the last fifteen years, the rapid development in information systems, with special emphasis on web, promotes the diffusion of multimedia information. This fact assigned to color a special importance, since the color has not only a great interest in terms of perceptual feature, as design component, but rather as communication element, as an integral part of the contents. Despite most people see the color in the normal way, there is a significant percentage of the population (about 5%) that suffers from a visual impairment, commonly known as color blindness, which limits the correct perception of color, compromising the full interpretation of the contents. The approach to the problem involves two distinct lines: the application of appropriate color palettes or, alternatively, the application of recoloring algorithms, which changes the colors properly. The second perspective shows more promising, especially because it can also be applied to still images and video. This article deals with the recoloring images, as web contents, showing some indicators about the state of the art in this field as well as new web technologies/languages, which enable the implementation.

ENSINO DE MÉTODOS PROMOTORES DA USABILIDADE A ANÁLISE CONJUNTA, UM MÉTODO PARA AJUIZAR A ESTRUTURA DE PREFERÊNCIA DOS UTILIZADORES

Paulo Alcobia Simões

ISEC – Instituto Superior de Educação e Ciências

CIEBA – Centro de Investigação e de Estudos em Belas-Artes

pauloalcobia@netcabo.pt

Resumo

O presente trabalho pretende apresentar a análise conjunta de preferências, como um elemento metodológico, para a didática do design de informação. As metodologias que, de forma regular e sistemática, promovem a organização da informação, contribuem para aperfeiçoar a tradução visual dos problemas. A qualidade comunicativa das visualizações interfere na sua usabilidade para os destinatários.

Uma das aspirações do design de informação consiste em descrever dados apresentados de forma perceptível e atrativa. O potencial explicativo, por exemplo de um diagrama, possibilita a sua utilização enquanto utensílios em diversas atividades cognitivas, mas o contexto da sua utilização não se esgota na de visualização de dados, pois assim sendo, os resultados seriam os mesmos, independentemente do objecto representado. O peso dos atributos, os formais e os narrativos têm implicações diretas no projecto de design de informação. Esse fato vem reforçar a importância de construção de critérios didáticos que contemplem metodologias suportadas pela análise conjunta de preferências.

Para compreender a relação entres as várias metodologias usadas em projetos de diagramas e avaliar o seu contributo na organização rigorosa das informações, em traduções visuais que incrementam a facilidade de uso pelos destinatários, realizou-se um estudo de caso com grupos específico, classificado de acordo com o grau de contacto anterior relativamente à temática a expor pelos diagramas.

Abstract

This work intends to present the conjoint analysis of preferences, such as a methodological element to the teaching of information design. The methodologies that regularly and systematically promote the organization of information, help to improve the visual translation of the problems. The communicative quality of visualization interfere with users usability.

One of the aspirations of information design is to describe the data in an understandable and attractive presentation. The explanatory potential, such a diagram, allows their use as tools in various cognitive activities, but the context of its use is not limited to data visualization, as well, the results were the same regardless of the object represented. The loading of the attributes, the formal and narrative have direct implications in the project design information. This fact reinforces the importance of building criteria that include teaching methodologies supported by a conjoint analysis of preferences.

To understand the relationship between various methodologies used in the diagram design and assess their contribution to the rigorous organization of information in visual translations that increase the ease of use by the users, will be carried out case study with specific group, classified according to the degree of previous contact in subject matter to expose the diagrams.

COMUNICAÇÃO POR INFOGRAFIAS TRADUÇÕES VISUAIS DO MUNDO POR EXPLICAR

Paulo Alcobia¹, André Lista¹

¹ISEC Instituto Superior de Educação e Ciências

pauloalcobia@netcabo.pt; andrelista.design@gmail.com

Resumo

Esta comunicação tem por objetivo analisar a infografia, no âmbito da comunicação humana, nomeadamente na comunicação social de massas e mais especificamente na comunicação escrita. No âmbito teórico, o estudo pretende descrever o papel da infografia enquanto ferramenta de tradução do mundo envolvente para explicações visuais. Nele são utilizadas alguns exemplos que inovaram tanto no aspecto tangível informação como na sua função. Também são apresentados conceitos e definições necessários ao entendimento do termo infografia de forma a consubstanciar uma nomenclatura que permita clarificar a relevância que este tipo de projetos tem assumido no design de comunicação. A pesquisa atestou uma presença expressiva de projetos, quer publicações editoriais tradicionais quer mais recentemente na comunicação operada por via digital. A popularidade que as infografias parecem apresentar parece estar ligada por um lado ao esforço necessário à descodificação das mensagens, grande parte devido à economia de tempo e por outro às características da própria narrativa visual.

Abstract

This paper aims to analyze the infographics, in the context of human communication, including the mass media and more specifically in written communication. At the theoretical level, the study aims to describe the role of infographic as a tool to translate the visual world around for explanations. They are some examples that innovated both in terms of tangible information as in their function. It also presents concepts and definitions needed to understand the term infographics to substantiate a nomenclature that allows clarifying the relevance of this type of projects has made in communication design. The research has attested a significant presence of projects, both traditional and editorial publications in the most recently operated via digital communication. The popularity of infographics seems to be linked by on the one hand to the effort required to decode the messages, largely due to savings in time and other way by the characteristics of their own visual narrative.

O USO EM PORTUGAL DA TIPOGRAFIA NA PELE HUMANA (PORTUGUESA)

Susana Azevedo

Faculdade de Arquitectura – Universidade Técnica de Lisboa
designersazevedo@yahoo.com.br

Resumo

O presente artigo surge no âmbito de desenvolvimento de tese de Doutoramento em Design na Faculdade de Arquitectura – Universidade Técnica de Lisboa. O elevado número de cidadãos portugueses com tatuagens tipográficas tem vindo cada vez a ser mais notório e generalizado. Provavelmente, os referidos indivíduos não possuem qualquer conhecimento do *background* histórico de um mero carácter. Quando se dirigem a centros de tatuagem para a sua realização, não lhes é facultado este tipo de conhecimento.

Por vezes, tatuam “mensagens escritas” (caracteres) com a própria espontaneidade dos tatuadores, de uma forma criativa. Estes factores, aliados aos valores sociais que esta prática implica, e a sua representação gráfica, serão portadores de algum significado simbólico, principalmente nos caracteres não ocidentais, que potenciam na nossa cultura, uma leitura dotada de uma certa ambiguidade, pelo simples facto de não comunicarem directamente de uma forma unívoca, legível e perceptível. Estas marcas permanentes (eternas) poderão consistir em elementos de ligação entre os diferentes indivíduos, quer sejam de cariz político, religioso, ou de *lifestyle*, entre outros. Neste sentido, pretendemos observar, analisar e avaliar através de vários tipos de registos (fotográficos, filmagens, etc.) as ocorrências destas mensagens para, através de estudos em que intervenha o conhecimento tipográfico, interpretarmos e relacionarmos forma, função, assim como localização, emoção e interação com o tatuador entre o Corpo Tatuado e o Design Tipográfico.

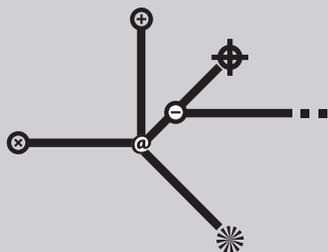
Abstract

This paper appears in the context of developing doctoral thesis in Design at the Faculty of Architecture - Technical University of Lisbon. The high number of Portuguese citizens with typographic tattoos has increasingly become more noticeable and present. Probably these individuals have no knowledge of the historical background of a simple character. When you run the centers of tattoo for their implementation, perhaps they are not provided this acquisition of knowledge. Sometimes tattoo “readable form” (characters) with the spontaneity of the tattoo artists in a creative way. These factors, combined with social values that this practice drags on, and its graphical representation, have some symbolic significance, especially in non-Western characters, which represent in our culture, an ambiguity, because it does not communicate directly in a readable and noticeable. These marks may be permanent (eternal) connection elements in each individual, whether political, religious, lifestyle, etc. In this sense, we pretend to watch, analyze and evaluate through several types of records (photographic, filmed, etc.), through typographic studies, interpret and relate form, function, location, emotion and interaction with the tattoo artist between tattooed body and typographic design.

Reconhecimentos: Este artigo corresponde à minha tese de doutoramento em Design, pela Faculdade de Arquitectura – Universidade Técnica de Lisboa. Começo por agradecer à minha Orientadora Professora Doutora Maria Alexandra Salgado Ai Quintas, por me ter acolhido e concedido o seu tempo, interesse e capacidade crítica. De igual modo, agradeço ao meu Co-Orientador Professor Doutor Vítor Sérgio Ferreira, que teve a generosidade de me apoiar no campo da Sociologia e que tem sido indispensável a sua capacidade crítica e reflexiva durante este início de investigação. Agradeço também àqueles que me têm cedido a exposição dos seus corpos, para fotografar as suas tatuagens tipográficas. Um agradecimento muito especial aos meus pais, ao meu namorado e a alguns amigos, que me têm sempre dado apoio e incentivado para obter mais conhecimento. A todos os meus sinceros reconhecimentos.



CIDAG 2012



Índice de autores e co-autores

Author and co-author index

Indice de autores e coautores



- Aires, Eduardo 79
Alcobia, Paulo 95, 160
Alvelos, Heitor 113, 119, 125
Amorim, Moacyr 51
Andrade, Daniel 40
Antunes, António 118
Antunes, Sandra 116
Arruda, Giselle 82
Azevedo, Susana 161
Balem, Francieli 67
Barradas, Vera 127
Barreto, Luisa 157
Barretto, Fábio 40
Beduschi, Danielle 133
Behar, Patricia 146
Bellio, Liliana 114
Bernardo, Elisa 135
Bettencourt, Vitor 155
Boehs, Gustavo 122, 123
Borbély, Ákos 100
Borges, Marta 145
Bortolás, Natália 129
Botelho, João 97
Bouza, José 105
Bragança, Aline 40
Braglia, Israel 136
Branco, Vasco 116
Brandão, Daniel 119, 125
Brasil, Alexia 15
Bártolo, José 151
Caporali, Francisca 49
Cardoso, Eduardo 134
Cardoso, Fernanda 81
Cardoso, Miguel 15
Cardozo, John 66, 69
Castelan, Jovani 138
Cattani, Airton 44, 46, 78
Cavalcante, Ana 47
Cerqueira, Eduarda 50, 51
Chaves, Norberto 14
Ciancia, Mariana 124
Coelho, Rita 79
Costa, João 112, 123
Cruz, Danilo 110
Cruz, Tiago 123
Cândido, Luis 55
Dagostin, Cristiane 102
da Silva, Alice 60
da Silva, Emília 35
da Silva, Fernanda 72
da Silva, Fernando 106
da Silva, Tânia 111, 134
de Almeida, André 156
de Aquino, Daniela 64
de Arruda, Luana 141
de Campos, Gisela 121
Delfino, Regina 57
de Matos, Pedro 43
de Oliveira, Talita 152
de Sousa, Richard 47
Dias, Suzana 151
Dias, Álvaro 62, 74
Domiciano, Cassia 34, 96, 120
dos Santos, Luís 51
dos Santos, Marko 143, 144
Duarte, Márcio 41
Durán, Victoria 127
Dutra, Daniele 73
Egg, Silmara 150
Endo, Victor 153
Ferenhof, Helio 63
Fernandes, Paulo 115
Fernandes, Romina 118
Ferreira, Ângela 48
Fialho, Francisco 47
Forcellini, Fernando 63
Frazão, Rui 57
Freitas, Aline 31, 61
Gomes, Abel 158
Gomes, Cristina 128
Gomes, Luiz 64, 65, 67, 70, 73, 138
González, Jimena 91

- González, José 66, 68, 69
Gouveia, Anna 42
Guaraldo, Franceli 156
Gárcia, Angel 105
Gómez, Andrea 56
Held, Maria 114, 141, 152
Henriques, Fernanda 92
Hernandis, Bernabé 66, 69
Hetzl, Alice 36
Holdschip, Rodrigo 98
Horn, Milton 112
Italiano, Isabel 133, 141
Júnior, Wilson 32
Kindlein Jr, Wilson 55
Kistmann, Virginia 60
Lagares, Luiz 153
Lamartine, Manuela 40
Latka, Jonna 38
Lessa, Talita 153
Lima, Flávio 153
Lima, Guilherme 82
Lista, André 160
Lopes, Dayane 65
Lopes, Sara 149
Lourenço, Juliana 133
Loução, Dulce 106
Loyola, Marina 104
Luj, Olívia 141
Lupton, Ellen 14
López, Manuel 56
Malcol, Jackie 53
Marar, João 98
Mariani, Ilaria 124
Martins, Nuno 119, 125
Martins, Sérgio 95
Massaguer, Lluç 140
Medeiros, Diego 78, 102, 138
Mendes, Mariuze 85, 142
Menezes, Alexandre 153
Menezes, Marizilda 41, 87
Mesquita, Francisca 52
Morais, Raquel 148, 149
Moura, Mário 151
Mourão, Nadja 58
Mulinari, Daniella 51
Nakata, Milton 34
Napoleão, Eduardo 80
Neder, Rafael 93
Neto, Eliezer 50, 51
Neves, Jorge 52
Neves, João 83
Neves, Manuela 48
Nunes, Heloísa 40
Oliveira, Bruno 153
Oliveira, Pedro 103, 104, 147
Orlando, José 103
Ortuño, Bernabé 54, 68
Pacheco, Almir 91
Pacheco, Karla 91
Palombini, Felipe 55
Paschoarelli, Luis 14, 41, 57
Passos, Jaire 111
Passos, Paula 146
Passos, Victor 110
Pedro, Vitor 107
Pedroza, Julio 54
Perassi, Richard 62, 74, 80
Pereira, Alice 136
Pereira, Jorge 113
Pereira, Renan 58
Petrelli, Marco 72
Pinto, Júlio 84
Poshar, Andréa 117
Preto, Seila 59
Proença, Patrícia 86
Proença, Rui 126
Pujadas, Anna 33
Quattrer, Milena 42
Raposo, Daniel 77
Razera, Dalton 101
Rena, Natacha 49, 153
Rendeiro, Maria 128

- Ribeiro, Madalena 158
Ribeiro, Marlene 71
Rijo, Cátia 76
Rinaldi, Ricardo 87
Rodrigues, Cristina 48
Rodrigues-Borlado, Javier 15
Rosa, João 39
Rosales, Elingth 66
Rosendahl, Stefan 45
Rossi, Mara 154
Rosso, Jonas 102
Sanches, Miguel 106
Santa-Rosa, José 40
Santos, Aguinaldo 101
Santos, Genilson 94
Scalera, Giulia 37
Scherer, Fabiano 36
Schuster, Estefanie 101
Silva, Ailton 110
Silva, Cláudio 63
Silva, José 137
Silva, Juliana 31, 61
Silva, Maryane 59
Simões, Paulo 159
Sousa, Álvaro 75
Souza, Paulo 94
Springer, Leonardo 139
Stodieck, Walter 73
Stolf, Anna Paula 32
Strack, Vinícius 134
Szentgyörgyvölgyi, Rozalia 99, 100
Teixeira, Senhorinha 48
Tonani, Adriana 153
Torres, Juliana 49
Triana, Nélide 56
Trizoli, Thaís 96
Viana; Fernanda 52
Vieira, Milton 122, 123, 129
Vieira, Rosâne 44
Vignoli, Flávio 93
Vásquez, John 68
Yemail, António 49
Zaninotti, Débora 120

FICHA TÉCNICA | *TECHNICAL DATA*

CIDAG 2012

**2.ª Conferência Internacional em Design e Artes Gráficas
Desafios Conceptuais para o Design e a Produção Gráfica**

2nd International Conference in Design and Graphic Arts

Conceptual Challenges for Design and Graphic Printing

2ª Conferencia Internacional sobre Diseño y Artes Gráficas

Desafíos Conceptuales para el Diseño y la Producción Gráfica

Livro de Resumos | *Abstract book*

Edição | *Publishers*

ISEC – Instituto Superior de Educação e Ciências

Alameda das Linhas de Torres, 179, 1750-142 Lisboa, Portugal

E-mail info@isec.universitas.pt | Tel. +351 217 541 310 | Fax +351 217 541 319

<http://www.isec.universitas.pt>

IPT – Instituto Politécnico de Tomar

Campus Tomar, Quinta do Contador, Estrada da Serra, 2300-313 Tomar, Portugal

E-mail geral@ipt.pt | Tel. +351 249 328 100 | Fax +351 249 328 186

<http://portal.ipt.pt>

© 2012, os autores

© 2012, the authors

Direção editorial | *Publishing management*

Pedro Oliveira

Tradução das Comunicações Orais | *Oral Communications translation*

Os autores | The authors

Capa | *Cover design*

Paulo Alcobia

Layout

Vitor Pedro

Paginação e arte final | *Desktop publishing and final art*

Sofia Fonseca

Impressão e acabamentos | *Printing and finishing*

IPT – Instituto Politécnico de Tomar

Tiragem | *Print run*

250 exemplares

Data de publicação | *Publishing date*

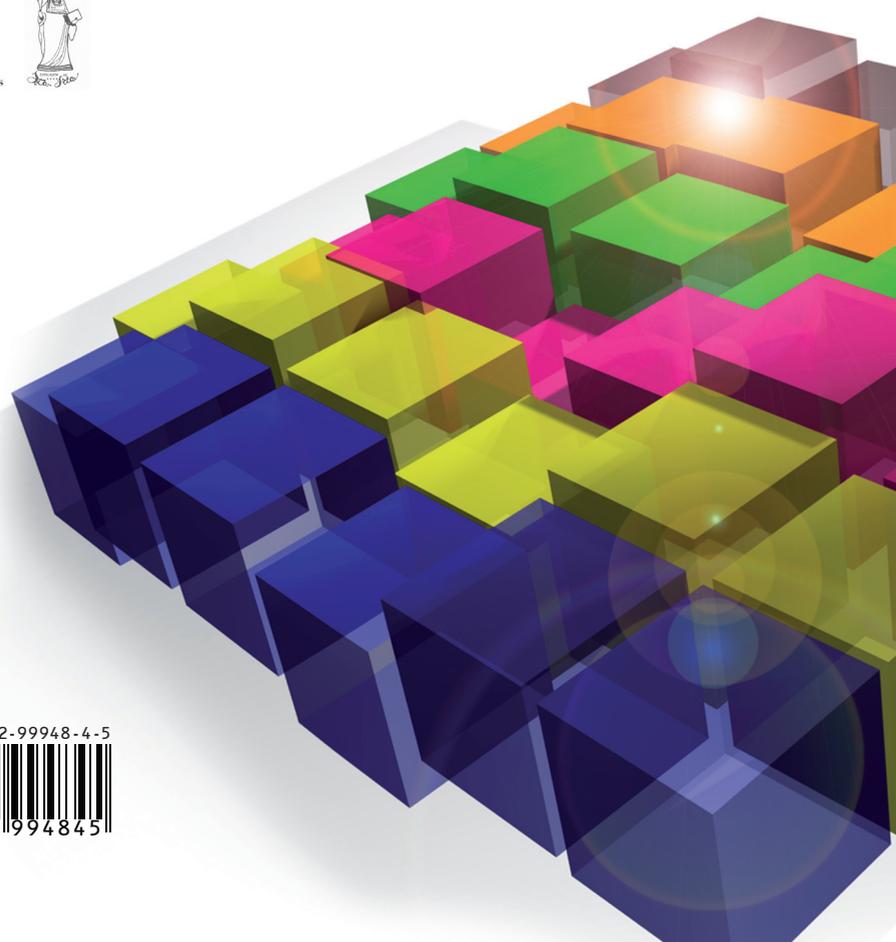
Outubro de 2012 | *October 2012*

ISBN 978-972-99948-4-5

www.cidag.com.pt

CIDAG 2012

Parcerias e Apoios



ISBN 978-972-99948-4-5



9 789729 994845