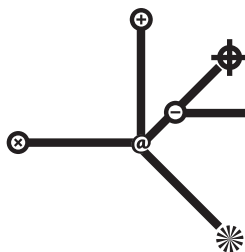


# Livro de Resumos

## *Abstract Book*



*Do-it-yourself*

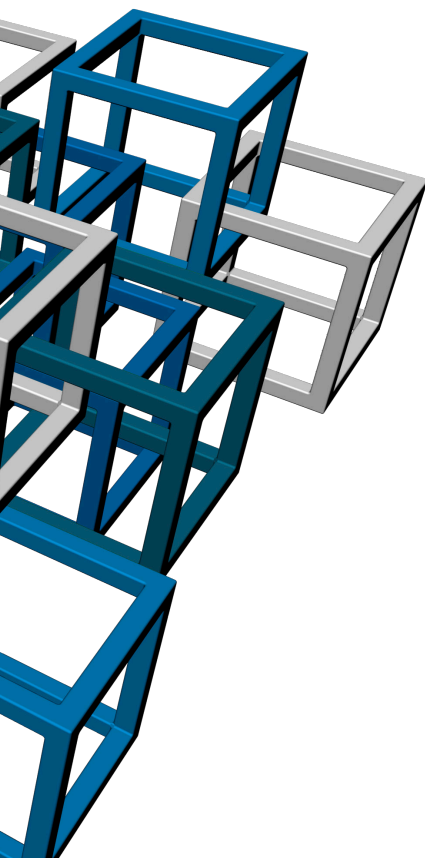
3.<sup>a</sup> Conferência Internacional  
em Design e Artes Gráficas

---

*3<sup>rd</sup> International Conference  
in Design and Graphic Arts*

---

*3.<sup>a</sup> Conferencia Internacional  
sobre Diseño y Artes Gráficas*



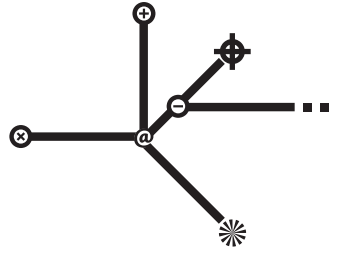
Instituto Superior de Educação e Ciências

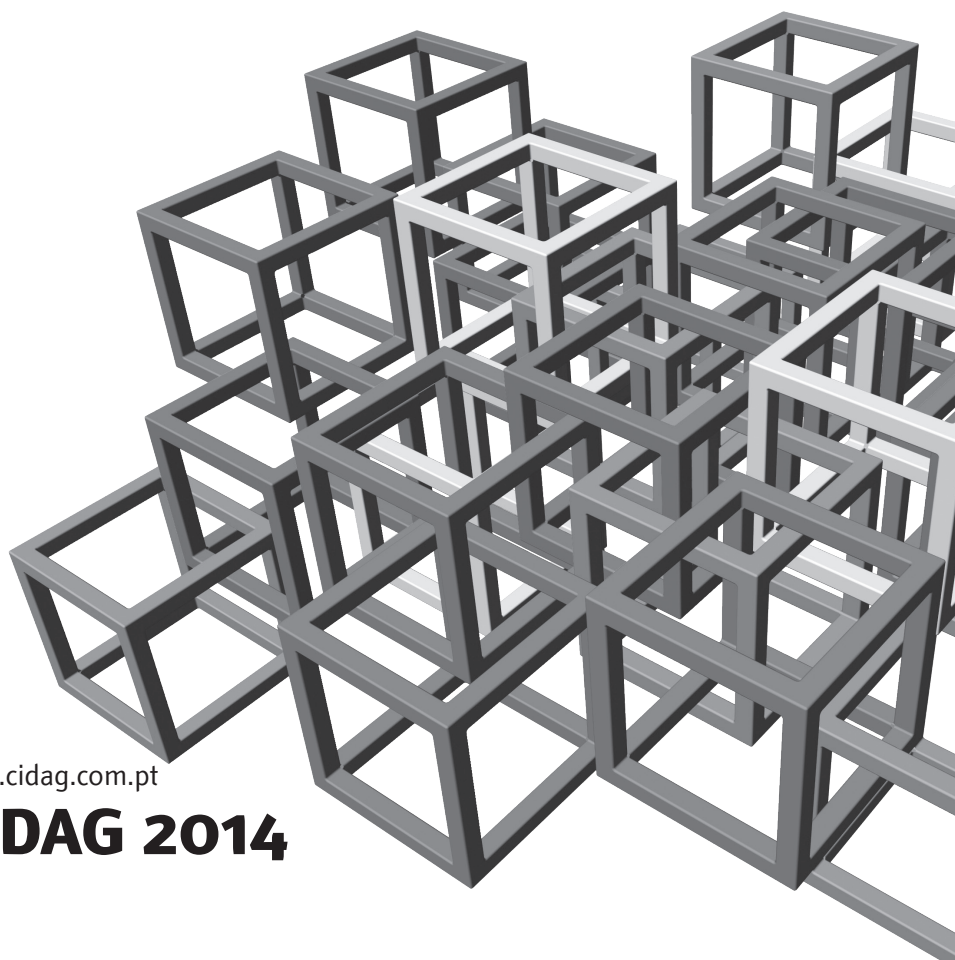
ipt



Instituto Politécnico de Tomar





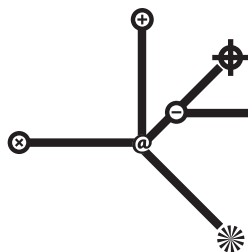


[www.cidag.com.pt](http://www.cidag.com.pt)

**CIDAG 2014**

# Livro de Resumos

## *Abstract Book*



*Do-it-yourself*

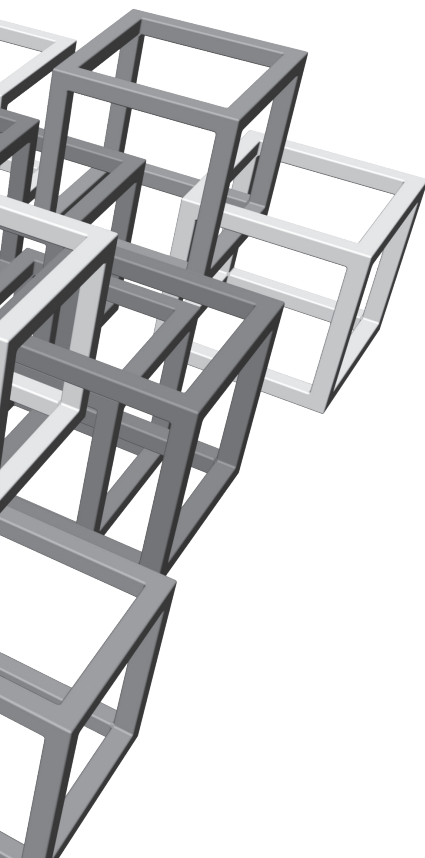
3.<sup>a</sup> Conferência Internacional  
em Design e Artes Gráficas

---

*3<sup>rd</sup> International Conference  
in Design and Graphic Arts*

---

*3.<sup>a</sup> Conferencia Internacional  
sobre Diseño y Artes Gráficas*

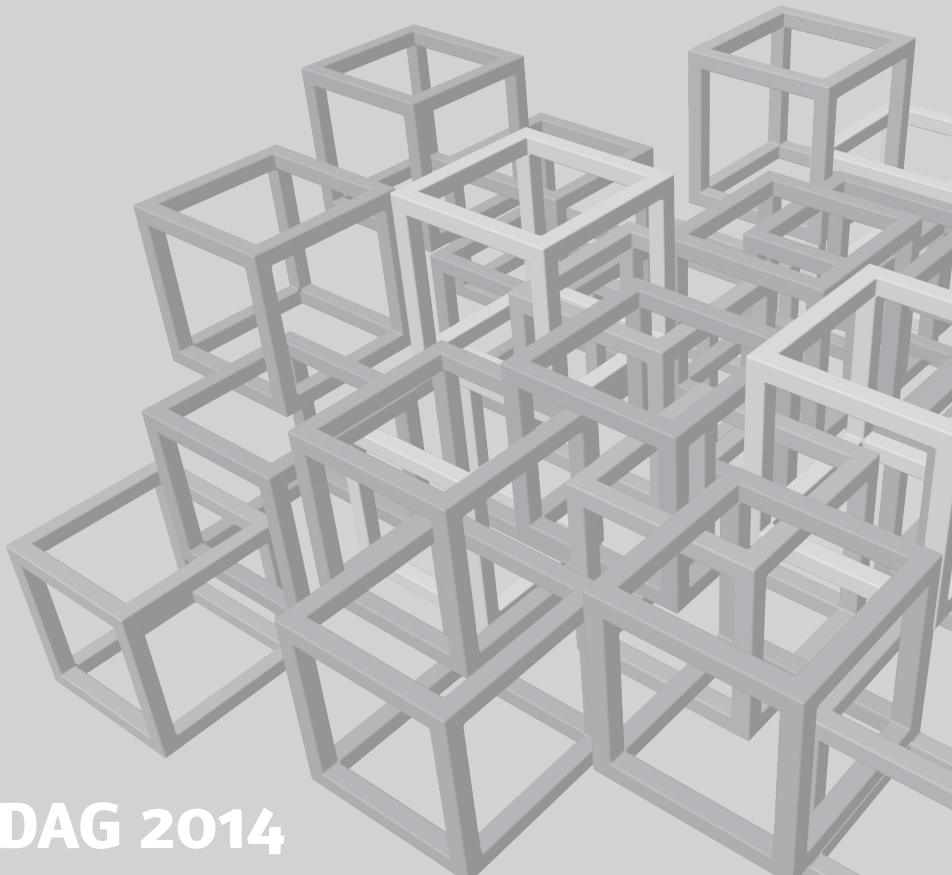


Instituto Superior de Educação e Ciências

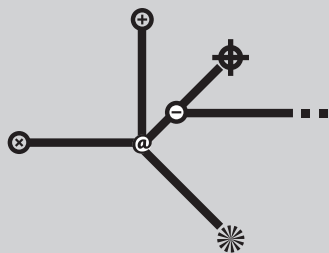
ipt



Instituto Politécnico de Tomar



**CIDAG 2014**



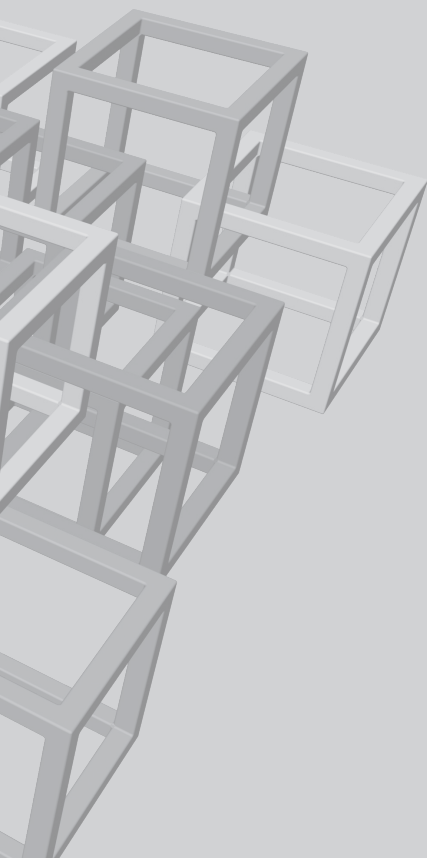
## **Nota Introdutória**

---

*Introduction Note*

---

*Nota Introdutória*







## **3.<sup>a</sup> Conferência Internacional em Design e Artes Gráficas** *Do-it-yourself*

Bem-vindo à página da **CIDAG**, Conferência Internacional em Design e Artes Gráficas, organizada conjuntamente pelo **ISEC** – Instituto Superior de Educação e Ciências e pelo **IPT** – Instituto Politécnico de Tomar.

A **3.<sup>a</sup> CIDAG** decorrerá em **Lisboa**, de **22 a 24 de Outubro de 2014** e contará com a presença dos mais reputados especialistas de Empresas e Fabricantes, de Universidades e Escolas Superiores, de Institutos de I&D, a nível nacional e internacional, que desenvolvem a sua actividade 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 concepção e comunicação.

A Conferência contará com Conferências Plenárias, Comunicações Convidadas e Comunicações Orais e em Poster.

Os conferencistas convidados 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.

Esperamos poder contar com a sua presença e participação na **CIDAG 2014!**

A Comissão Organizadora

## **3<sup>rd</sup> International Conference in Design and Graphic Arts** **Do-it-yourself**

Welcome to the **CIDAG**, International Conference on Design and Graphic Arts, jointly organized by **ISEC** – Instituto Superior de Educação e Ciências and **IPT** - Polytechnic Institute of Tomar.

The **3<sup>rd</sup> CIDAG** will be held in **Lisbon, 22-24 October 2014** and will feature the most reputable experts from companies and manufacturers, of Universities and Colleges, R&D Institutes at national and international levels, that develop their activity in areas associated with the Graphic production and Design, using and developing advanced technologies for the production of new materials, new equipment, software and IT tools and innovating in design methodologies and communication.

The conference features Plenary Lectures, Invited Communication and Oral Communications and Posters.

The invited speakers are among the most prominent experts in the world and will showcase the latest and innovative results concerning the development and state of the art in these areas.

We look forward to your presence and participation in **CIDAG 2014!**

The Organizing Committee

### **3.ª Conferencia Internacional sobre Diseño y Artes Gráficas** **Do-it-yourself**

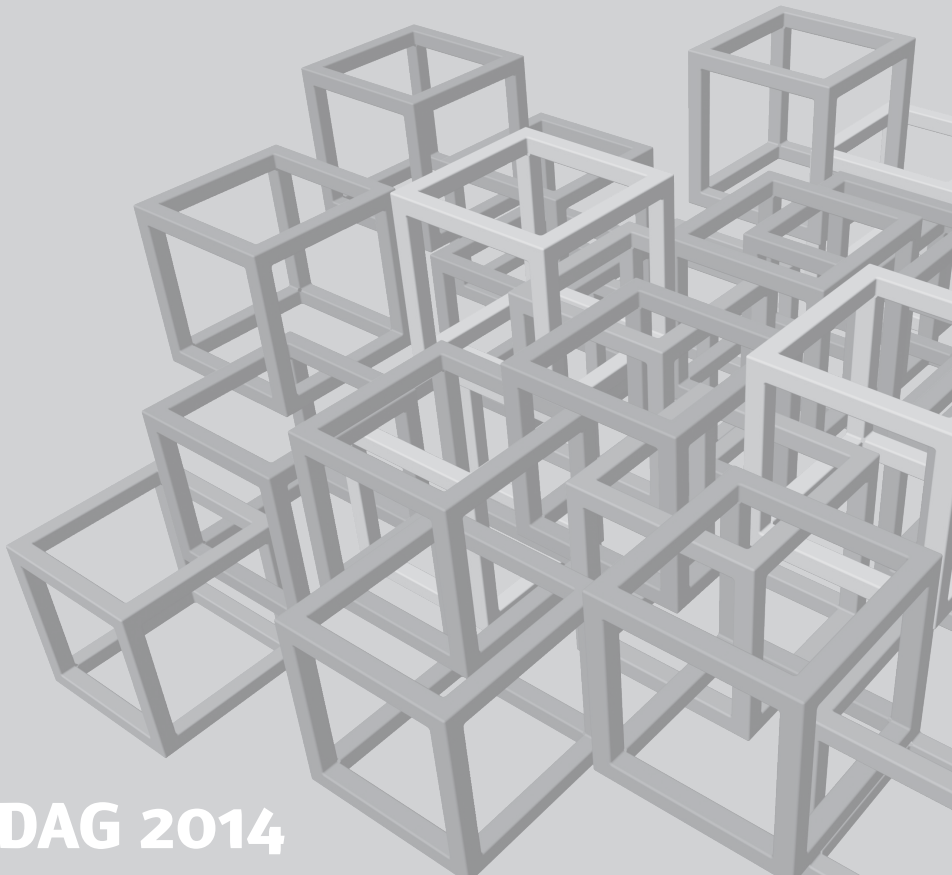
*Bienvenido a la página de la **CIDAG**, Conferencia Internacional sobre Diseño y Artes Gráficas, conjuntamente organizada por el **ISEC** – Instituto Superior de Educación y Ciencias y por **IPT** - Instituto Politécnico de Tomar.*

*La **3.ª CIDAG** se llevará a cabo en **Lisboa**, de **22 a 24 de octubre de 2014** y contará con la presencia de los más reputados expertos de empresas y fabricantes, universidades y colegios, institutos de I+D, a nivel nacional y a nivel internacional, que operan en áreas asociadas al Diseño y Producción Gráfica, usando y desarrollando las tecnologías más avanzadas para la producción de nuevos materiales, nuevas herramientas, software y equipo informático y metodologías innovadoras de diseño y comunicación.*

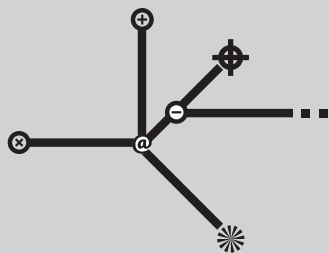
*La Conferencia incluirá Conferencias Plenarias, Comunicaciones de Invitados hasta Comunicaciones Orales y en Poster. Los conferencistas invitados se encuentran entre los más importantes expertos a nivel internacional y presentarán los resultados más recientes e innovadoras sobre el desarrollo y estado del arte en las áreas mencionadas.*

*Esperamos poder contar con su presencia y participación activa en la **CIDAG 2014!***

*El Comité Organizador*



**CIDAG 2014**



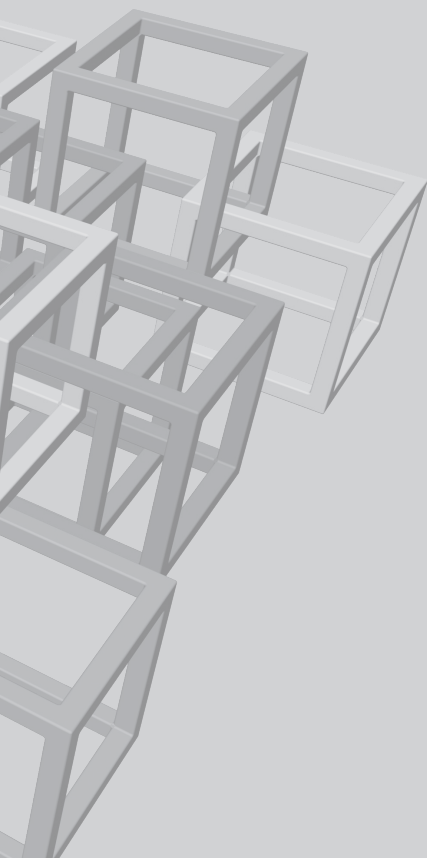
**Comissões**

---

*Committees*

---

*Comités*



## Comissão Científica | *Scientific Committee* | *Comité Científico*

**Alda Rosa** | Designer Gráfica

**António Celso Collaro** | ESPM – Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo

**António Sousa Dias** | IPA – Instituto Superior Autónomo de Estudos Politécnicos, Lisboa

**Aurelindo Jaime Ceia** | ISEC – Instituto Superior de Educação e Ciências, Lisboa

**Dino Santos** | DStype

**Fábio Mestriner** | ESPM – Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo

**Fernando Coelho** | IPT – Instituto Politécnico de Tomar

**Jorge dos Reis** | FBAUL – Faculdade de Belas Artes da Universidade de Lisboa

**José Andrade Vicente** | ESG – Escola Superior Gallaecia, Vila Nova de Cerveira

**José da Silva Gago** | IPCB – Instituto Politécnico de Castelo Branco

**Luís Moreira** | IPT – Instituto Politécnico de Tomar

**Manoel Manteigas Oliveira** | SENAI – Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial, São Paulo

**Mónica Mendes** | FBAUL – Faculdade de Belas Artes da Universidade de Lisboa

**Pedro Oliveira** | UE – Universidade Europeia, Lisboa

**Priscilla Farias** | USP – Universidade de São Paulo

**Rafael Pozo** | ELISAVA – Escola Superior de Disseny i Enginyeria de Barcelona

**Rita Almendra** | FAUL – Faculdade de Arquitectura da Universidade de Lisboa

**Rui Sebroso** | ISEC – Instituto Superior de Educação e Ciências, Lisboa

**Vasco Branco** | UA – Universidade de Aveiro

## **Comissão Organizadora** | *Organizing Committee* | *Comité Organizador*

Célia Barreto (IPT)

Cristina Ventura (ISEC)

Eduardo Cruz (ISEC)

Isabel Ferreira (IPT)

Maria João Bom (IPT)

Miguel Sanches (IPT)

Paulo Alcobia (ISEC)

Pedro Frade (ISEC)

Regina Delfino (IPT)

### **Webmaster**

Cátia São Pedro

### **Voluntários** | *Volunteers* | *Voluntarios*

Ana Salomé Lourenço

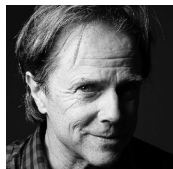
Fernanda Cavalheiro

Ricardo Tavares

Rita Oliveira

faltam os  
voluntários do  
ISEC

## Oradores Convidados | Guest Speakers | Oradores Invitados



### David Carson

David Carson nasceu em 1956 nos Estados Unidos, e é designer gráfico, director de arte e surfista. É conhecido sobretudo pelo trabalho inovador e experimental desenvolvido no campo tipográfico e do design de revistas. Foi director de arte da revista Ray Gun, onde desenvolveu e aplicou o seu estilo próprio que marcou o início de uma nova era no design gráfico. Atualmente é considerado um dos designers mais influentes do mundo.

*David Carson was born in 1956 in the United States and is a graphic designer, art director and surfer. He is best known for his innovative and experimental work in the printing field and in the layout and design of magazines. He was an art director with Ray Gun where he has developed and implemented his own style which heralded the beginning of a new era in graphic design. Today he is considered to be one of the most influential designers in the world.*

*David Carson nació en 1956 en los Estados Unidos y es diseñador gráfico, director de arte e surfista. Es conocido sobretudo por su trabajo innovador y experimental desarrollado en el campo tipográfico y por el diseño de revistas. Fue director de arte de la revista Ray Gun, donde desarrolló y aplicó su estilo muy propio, que marcó el inicio de una nueva era en el diseño gráfico. Actualmente es considerado uno de los diseñadores mas influentes del Mundo.*



### Edna Cunha Lima

Edna Lúcia Cunha Lima é doutorada em comunicação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro, mestre em design pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro e especialista em linguística pela Universidade Federal de Pernambuco. Trabalha como designer gráfica desde 1970, tendo sido precursora da infografia no Brasil. É professora do departamento de Artes & Design da PUC-Rio, e as suas pesquisas centram-se na área da linguagem gráfica, com foco nos impressos efémeros, e a história da tipografia e da litografia comercial. Actualmente é pesquisadora do CNPq, onde desenvolve o projeto Fundidores de tipo brasileiros.

*Edna Lucia Cunha Lima holds a Ph.D. in communication from the Federal University of Rio de Janeiro and a Master's degree in design from the Pontifical Catholic University of Rio de Janeiro and is an expert in linguistics from the Federal University of Pernambuco. She has worked as a graphic designer since 1970 and was the forerunner of computer graphics in Brazil. She is a professor in the department of Art & Design at PUC-Rio and his research focuses on the area of graphic language, particularly ephemeral prints as well as the history of typography and commercial lithography. Currently she is a researcher with CNPq, where she develops the project Brazilian Type Founders.*

*Edna Lúcia Cunha Lima es doctorada en Comunicación por la Universidad Federal de Rio de Janeiro, y un master en diseño por la Pontificia Universidad Católica de Rio de Janeiro e Especialista en lingüística por la Universidad*



*Federal de Pernambuco. Trabalha como designadora gráfica desde 1970, sendo precursora de la infografía en Brasil. Es profesora en el departamento de Artes y Diseño de la PUC-Rio, y sus pesquisas se centran en el área del lenguaje gráfico, con enfoque en los impresos efémeros, historia de la tipografía y de la litografía comercial. Es actualmente investigadora del CNPq donde desarrolla el proyecto Fundidores de tipo brasileños.*



### **Fernando Moreira da Silva**

Fernando Moreira da Silva é Professor Associado da Faculdade de Arquitetura da Universidade de Lisboa, e investigador nas áreas da Cor, Design de Comunicação e Design Inclusivo. É Pós-Doutorado pela Universidade de Salford, preside atualmente o Centro de Investigação em Arquitetura, Urbanismo e Design – CIAUD –, e é coordenador do curso de doutoramento em Design da Faculdade de Arquitetura. Catedrático em Design desde o dia 27 de Dezembro de 2013.

*Fernando Moreira da Silva is Associate Professor at the School of Architecture, University of Lisbon, and researcher in the areas of Colour, Communication Design and Inclusive Design. Post-doctorate from the University of Salford, currently chairs the Research Centre for Architecture, Urbanism and Design – CIAUD – and coordinates the doctoral program in Design from the School of Architecture.*

*Fernando Moreira da Silva es profesor Asociado en la Facultad de Arquitectura de la Universidad de Lisboa y Investigador en las áreas del Color, Diseño de Comunicación e Diseño Inclusivo. Es Pós-Doctorado por la Universidad de Salford, preside actualmente el Centro de Investigación en Arquitectura, Urbanismo e Diseño – CIAUD –, y es coordinador del Curso de Doctorado en Diseño de la Facultad de Arquitectura. Catedrático en Diseño desde el día 27 de diciembre de 2013.*



### **Heitor Alvelos**

PhD (Royal College of Art, 2003), MFA (School of the Art Institute of Chicago, 1992). Professor de Design e Novos Media na Universidade do Porto, Vice-Presidente do Conselho Científico (CSH) da Fundação para a Ciência e Tecnologia, e Director, pela U.Porto, do ID+, Instituto de Investigação em Design, Media e Cultura (Grupo de Investigação: Media e Perplexidade). Outreach Director, UTAustin-Portugal (Digital Media), 2010-2014. Comissário, FuturePlaces medialab para a cidadania, desde 2008. Membro do Executive Board da European Academy of Design, do Advisory Board for Digital Communities do Prix Ars Electronica, e do Conselho Consultivo do Manobras no Porto. Desde 2000, desenvolve trabalho audiovisual e cenográfico com diversas editoras: Ash International, Touch, Cronica Electronica e Tapeworm. É Embaixador em Portugal do projecto KREV desde 2001.

Desenvolve desde 2002 o laboratório conceptual Autodigest. É músico no ensemble Stopestra desde 2011. Co-dirige a editora de música aleatória 3-33.me desde 2012 e o weltschmerz icon Antifluffy desde 2013.

*PhD (Royal College of Art, 2003), MFA (School of the Art Institute of Chicago, 1992). Professor of Design and New Media at the University of Porto, Vice-President of the Scientific Council (CSH) of the Foundation for Science and Technology and Director, by Porto, ID+, Institute for Research in Design, Media and Culture (Group Research: Media and Amazement). Outreach Director, UT Austin-Portugal (Digital Media), 2010-2014. Commissioner, FuturePlaces medialab for citizenship since 2008. Member of the Executive Board of the European Academy of Design, the Advisory Board for Digital Communities of the Prix Ars Electronica, and the Advisory Council Maneuvers in Porto. Since 2000, develops audiovisual and scenic work with several publishers: Ash International, Touch, Cronica Electronica and Tapeworm. Is Ambassador in Portugal krev the project since 2001. Develops conceptual laboratory since 2002 Autodigest. He's a musician in the ensemble Stopestra since 2011. Co-directs the music publisher Random 3-33.me since 2012 and weltschmerz Antifluffy icon since 2013.*

*PhD (Royal College of Art, 2003), MFA (School of the Art Institute of Chicago, 1992). Profesor de Diseño y Nuevos Media en la Universidad de Porto, Vice-Presidente del Consejo Científico (CSH) de la Fundación para la Ciencia e Tecnología, y Director, en la U. Porto, del ID+, Instituto de Investigación en Diseño, Media y Cultura (Grupo de Investigación: Media y Perplejidad). Outreach Director, UTAustin-Portugal (Digital Media), 2010-2014. Comisario, FuturePlaces medialab para la ciudadanía, desde 2008. Miembro del Executive Board of la European Academy of Design, del Advisory Board for Digital Communities del Prix Ars Electronica, y del Consejo Consultivo de Manobras en Porto. Desde 2000, desarrolla trabajo audiovisual y cenográfico con diversas editoras: Ash International, Touch, Cronica Electronica e Tapeworm. Es Embajador en Portugal del proyecto KREV desde 2001. Desenvolvió desde 2002 el laboratorio conceptual Autodigest. Es músico en el ensemble Stopestra desde 2011. Co-dirige la editora de música aleatoria 3-33.me desde 2012 y el weltschmerz icon Antifluffy desde 2013.*



### **Markus Heering**

Profundo conhecedor da indústria gráfica e da sua evolução num mundo de economia global, desenvolve um importante trabalho de educação e difusão do conhecimento e das tecnologias gráficas enquanto responsável pela PrintPromotion. Markus Heering é, desde 2008, Diretor da Associação de Tecnologia de Impressão e do Papel, parte da VDMA, a Federação Alemã de Engenharia, que inclui ainda a Associação dos Sistemas de Segurança. Em simultâneo, Heering é Diretor da Associação Europeia de Sistemas de Segurança (ESSA). Antes da sua nomeação como responsável daquela

Associação, Markus Heering trabalhou em diferentes secções da VDMA: em 2000, iniciou-se como conselheiro especial no seio da Associação VDMA de Tecnologia de Processos Térmicos e de Tratamento de Resíduos, onde foi nomeado Vice-Diretor em 2004. Um ano mais tarde, Heering aumentou o âmbito da sua responsabilidade, atuando como palestrante do Fórum de Proteção Ambiental. Nascido na Westphalia, Markus Heering fez seu doutoramento em Engenharia de Processos na RWTH Universidade de Aachen. Iniciou a sua carreira profissional como investigador júnior do Departamento de Siderurgia do Ferro (IEHK). Um ano depois, Heering passou a trabalhar como engenheiro e gestor de projeto no Herhof, especialista em tecnologia de proteção ambiental, antes de integrar a VDMA.

*Markus Heering has a deep knowledge of the printing industry and its evolution in a world of global economy, developing an important work of education and dissemination of knowledge and graphic technologies as head of Print-Promotion. Markus Heering is managing Director of the VDMA associations Printing and Paper Technology as well as Security Systems. He has been Managing Director of the VDMA association Printing and Paper Technology since January 2008. In addition, Markus Heering is Managing Director of the European Security Systems Association (ESSA). Prior to his appointment as head of the VDMA association Printing and Paper Technology, Markus Heering had already worked in different sections of the VDMA: In 2000, Heering at first started as special adviser within the VDMA association Thermo Process and Waste Treatment Technology, where he was appointed Deputy Managing Director in 2004. One year later, he expanded his scope of responsibility by acting as speaker of the Environmental Protection Forum. Born in Westphalia, Markus Heering did his doctorate in process engineering at RWTH Aachen University. Having started his professional career as junior researcher at the Department of Ferrous Metallurgy (IEHK), Heering, after one year, moved on to work as engineer and project leader at the environmental protection technology specialist Herhof before joining the VDMA.*

*Conocedor profundo de la industria gráfica y su evolución en un mundo de economía global, desarrolla una importante labor de educación y difusión del conocimiento y de las tecnologías gráficas como responsable de PrintPromotion. Markus Heering es, desde 2008, director de la Asociación de la Tecnología de Impresión y de Papel, parte de VDMA, la Federación Alemana de Ingeniería, que también incluye la Asociación de Sistemas de Seguridad. Al mismo tiempo, Heering es Director de la Asociación Europea de Sistemas de Seguridad (ESSA). Antes de su nominado como jefe de aquella Asociación, Markus Heering trabajó en diferentes secciones de VDMA: en 2000, se ha iniciado como asesor especial dentro de la Asociación VDMA de Tecnología Procesos Térmicos y Tratamiento de Residuos, donde fue designado Director Adjunto en 2004. Un año más tarde, Heering aumentó su responsabilidad, actuando como representante del Foro de Protección Ambiental. Nacido en Westfalia, Markus Heering hizo su doctorado en Ingeniería de Procesos en la RWTH*

*Universidad de Aachen. Empezó su carrera profesional como investigador junior en el Departamento de Acero (IEHK). Un año después, Heering se fue a trabajar como ingeniero y jefe de proyecto en Herhof, un especialista en tecnología de protección del medio ambiente, antes de integrar la VDMA.*



### **Javier Errando Mariscal**

Javier Errando Mariscal nasceu em Valência, a 9 de Fevereiro de 1950, e é designer industrial. Desde 1970 que vive e trabalha em Barcelona. Estudou na Elisava mas cedo abandonou a escola para aprender através da prática e para seguir seus próprios impulsos criativos. Começou no comic underground, e ao mesmo tempo começou a fazer ilustração, design gráfico e design de interiores. Em 1981, participa na exposição Memphis an International Style, em Milão. Cria o Estúdio Mariscal em 1989 e colabora em diversos projectos com desenhadores e arquitectos. Entre seus trabalhos mais destacados trabalhos estão as identidades visuais para o partido socialista sueco, o Zoo de Barcelona, entre outros. Em 1995 Twipsy é eleita mascote da Expo 2000 de Hanôver, e o sucesso desta leva à série Twipsy. E, em 2006 participou em na ARCO com a escultura Crash!, uma homenagem ao desenho otimista dos anos 50.

*Javier Mariscal Errando was born in Valencia on February 9, 1950 and is an industrial designer. He has lived and worked in Barcelona since 1970. He studied at Elisava but soon left school to learn through practice and to follow his own creative inclinations. He started in the comic underground and soon after he takes his first steps in illustration, graphic design and interior design. In 1981, he participates in the exhibition Memphis an International Style held in Milan. In 1989, he creates the Mariscal Studio and collaborates on various projects with designers and architects. Among his most prominent works are the visual identities for the Swedish socialist party, the Barcelona Zoo, among others. In 1995, Twipsy is chosen as the mascot of Expo 2000 in Hannover and its success leads to the Twipsy series. And in 2006 he participates in ARCO with the sculpture Crash!, a tribute to the optimistic drawing of the fifties.*

*Javier Errando Mariscal nació en Valencia, a 9 de febrero de 1950, es diseñador industrial. Desde 1970 que vive y trabaja en Barcelona. Estudió en Elisava pero abandonó temprano la escuela para aprender a través de la práctica y para seguir sus propios impulsos creativos. Empezó en el comic underground, y al mismo tiempo empezó haciendo ilustración, diseño gráfico y diseño de interiores. En 1981, participa en la exposición "Memphis an International Style", en Milán. Crea el Estudio Mariscal en 1989 y colabora en diversos proyectos con diseñadores y arquitectos. Entre sus trabajos mas destacados están las identidades visuales para el partido socialista sueco, el Zoo de Barcelona, entre otros. En 1995 Twipsy es elegida como mascota de la Expo 2000 de Hanover, y el suceso de esta lleva a la serie Twipsy. En 2006 participó en la ARCO con la escultura Crash!, un homenaje al diseño optimista de los anos 50.*

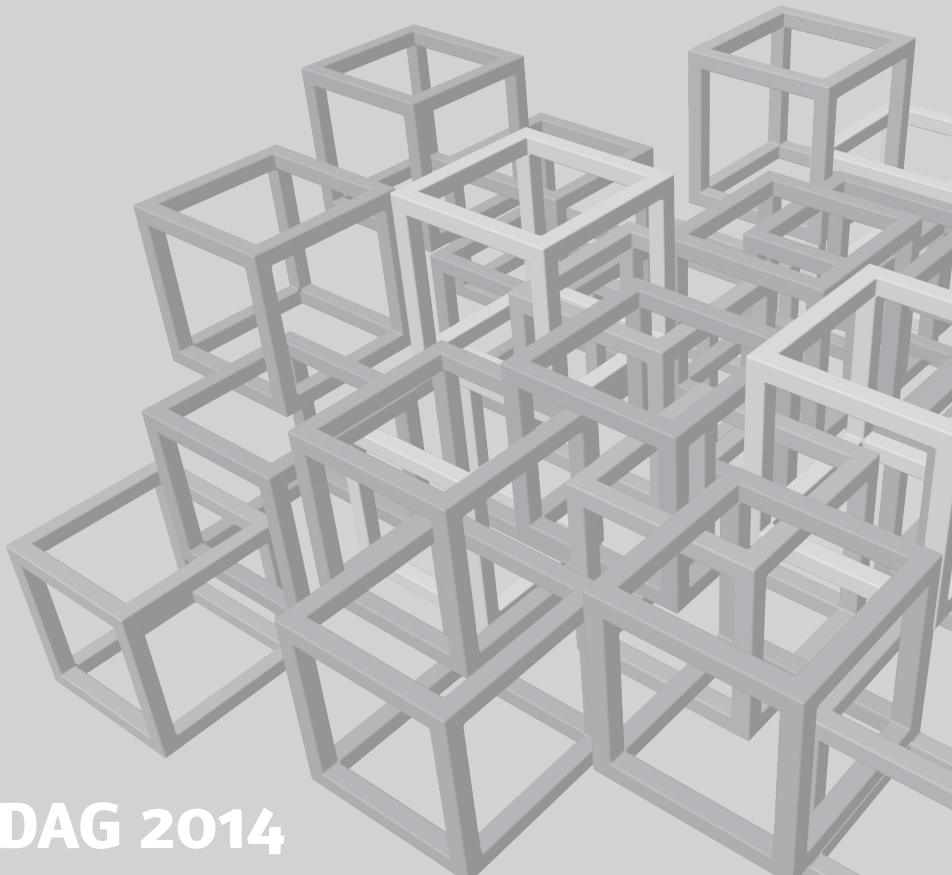


### Rafael Pozo Puértolas

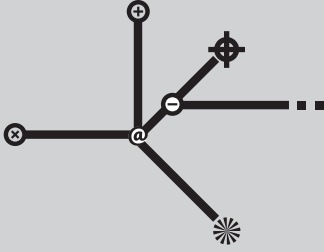
Rafael Pozo Puértolas, nascido em Barcelona em 1963. Mestrado em Design e Comunicação (Elisava/UPF Universidade Pompeu Fabra de Barcelona). Mestrado em Tecnologias Gráficas (ISEC Universitat, Lisboa, Portugal). MBA em Gestão Executiva de Gráficas (Fundação Privada de Indústrias Gráficas da Catalunha). Bacharelato em Design (Winchester School of Art – University of Southampton, Inglaterra). Editor nas Ediciones CPG. Professor na Elisava e IDEC Pompeu Fabra. Membro do comité técnico CTN 54 Indústria Gráfica AENOR – Associação Espanhola de Normalização e Certificação (Normas ISO – TC 130 Tecnologias Gráficas). Membro da comissão científica da CIDAG. Escritor. Autor de quatro livros, artigos e projectos de normalização para a indústria gráfica. Doutorando no Programa de Doutoramento em Comunicação na Universidade Pompeu Fabra, em Barcelona.

Rafael Pozo Puértolas, born in Barcelona in 1963. Master in Design and Communication (Elisava/UPF Universitat Pompeu Fabra in Barcelona). Master in Graphic Technologies (ISEC Universitat, Lisboa, Portugal). MBA in Executive Management Graphics (Private Foundation of Graphic Industries of Catalonia). Bachelor of Design (Winchester School of Art – University of Southampton, England). Editor in Ediciones CPG. Professor at Elisava and IDEC Pompeu Fabra. Member of Technical Committee 54 CTN Printing Industry AENOR – Spanish Association for Standardisation and Certification (ISO Standards – TC 130 Graphic technology). Member of the scientific committee of CIDAG. Writer. Author of four books, articles and standardization projects for the printing industry. PhD student in the PhD program in Communication at the University Pompeu Fabra in Barcelona.

*Rafael Pozo Puértolas nació en Barcelona en 1963. Máster en Diseño y Comunicación (Elisava/UPF Universitat Pompeu Fabra, Barcelona). Mestrado em Tecnologia Gráfica (ISEC Universitat, Lisboa, Portugal). Máster Profesional en Gestión Directiva Empresa Gráfica (Fundació Privada de Indústries Gràfiques de Catalunya). Bachelor of Arts in Design (Winchester School of Art – University of Southampton, England). Editor de la editorial Ediciones CPG. Profesor de Elisava y el IDEC Universitat Pompeu Fabra. Miembro del comité técnico CTN 54 Industrias Gráficas AENOR – Asociación Española de Normalización y Certificación (ISO Standards – TC 130 Graphic Technology). Miembro del comité científico del CIDAG. Escritor. Autor de cuatro libros, artículos y proyectos de normalización para el sector gráfico. Actualmente doctorando en el programa de Doctorado en Comunicación de la Universitat Pompeu Fabra en Barcelona.*



**CIDAG 2014**



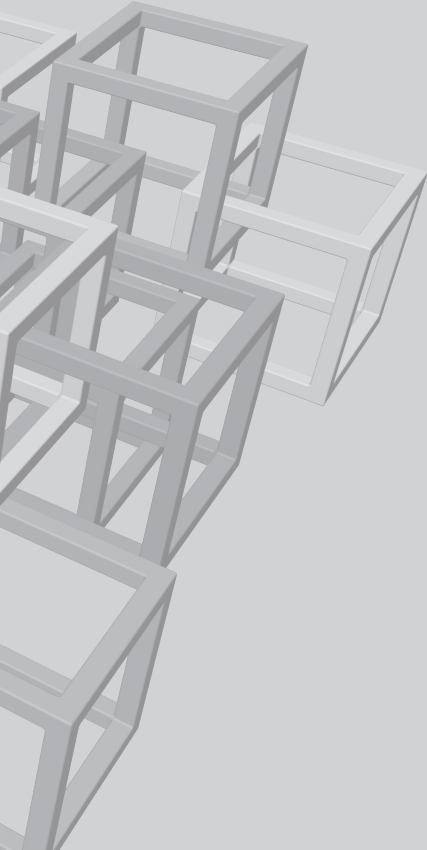
**Programa**

---

*Program*

---

*Programa*





## Quarta-feira, 22 de Outubro de 2014 | Wednesday, October 22th, 2014

8h30	Recepção e acreditação	
9h00	Sessão de Abertura   <b>Opening Session</b>	
9h30	<b>Javier Errando Mariscal</b>	<b>A História das Cores</b>   <i>The Story of Colors</i>
10h30	<b>Pablo Ferrin</b>	<b>ESKO/SERVE / softwares gráficos / cor</b>   ESKO/SERVE / graphic software / color
11h15	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	<b>Edna Cunha Lima</b>	<b>Design Editorial antes do Design: o caso de Tomás Santa Rosa</b> <i>Editorial Design before Design: the case of Tomás Santa Rosa</i>
15h30	<b>Rafael Pozo Puértolas</b>	<b>A normalização técnica entre o processo de Design e a Produção Gráfica – caso de estudo: normas espanholas UNE 54117 y UNE 54131 – AENOR</b> <i>La normalización técnica entre el proceso de Diseño y la Producción Gráfica – caso de estudio: normas españolas UNE 54117 y UNE 54131 – AENOR</i>
16h15	Intervalo   <i>Coffee Break</i>	
16h30	Comunicações Orais   <i>Oral Communications</i> (ver tabelas seguintes   <i>see following charts</i> )	
18h00	Sessão POSTERS com a presença dos autores   <i>POSTERS session attended by the authors</i>	



## Quinta-feira, 23 de Outubro de 2014 | Thursday, October 23th, 2014

9h30	<b>Markus Heering</b>	<b>Como preparar recém-formados para os desafios globais da Impressão</b> <i>How to prepare new graduates for the global challenges of Printing</i>
10h30	Intervalo   <i>Coffee Break</i>	
10h45	Comunicações Orais   <i>Oral Communications</i> (ver tabelas seguintes   <i>see following charts</i> )	
Programa Social   <i>Social Program</i>		
12h00	Partida de autocarro para a Nazaré   <i>Bus departure for Nazareth (fishing village in the center of the country)</i>	
13h15	Almoço num restaurante à beira mar, na Nazaré   <i>Lunch at a seaside restaurant on the beach of Nazaré</i>	
15h00	Visita a locais religiosos, históricos e museológicos   <i>Visit to religious, historical and museum places</i>	
17h30	Partida para a cidade de Tomar   <i>Departure to the city of Tomar</i>	
18h30	Visita às instalações do DTAG/IPT   <i>Visit to the facilities of DTAG/IPT</i>	
20h00	Jantar e espetáculo temático renascentista, no Convento de Cristo (Património Mundial da UNESCO) <i>Renaissance themed dinner and show, in the Convent of Christ (World Heritage by UNESCO)</i>	
22h00	Regresso a Lisboa   <i>Return to Lisbon</i>	



## Sexta-feira, 24 de Outubro de 2014 | Friday, October 24th, 2014

9h30	<b>David Carson</b>	<b>Não encostar nunca às guias</b>   <i>Never snap to guides</i>
10h30	<b>Fernando Moreira da Silva</b>	<b>Design Gráfico – uma forma de inclusividade</b>   <i>Graphic Design – a way of inclusivity</i>
11h15	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	<b>Heitor Alvelos</b>	<b>O cirurgião do pânico</b>   <i>The surgeon of panic</i>
15h30	A confirmar   <i>To be confirmed</i>	
16h15	Intervalo   <i>Coffee Break</i>	
16h30	Comunicações Orais   <i>Oral Communications</i> (ver tabelas seguintes   <i>see following charts</i> )	
18h15	Sessão de encerramento   <b>Closing Session</b>	



## Programa Científico

### A – DESIGN

- A1 - Identidade Visual
- A2 - Editorial
- A3 - Multimédia

### B – PRODUÇÃO GRÁFICA

- B1 - Tipografia
- B2 - Embalagem
- B3 - Normalização



### C – ERGONOMIA

- C1 - Ergonomia visual
- C2 - Usabilidade
- C3 - Experiência global

### D – ÁREAS DE FRONTEIRA

- D1 - Sustentabilidade
- D2 - Inclusividade
- D3 - Ensino



Quarta-feira, 22 de Outubro de 2014 | Wednesday, October 22th, 2014

Hora	Ed. J – AUDITÓRIO Gustave Eiffel			Ed. D – sala D4			Ed. D – sala D5		
	Área	Moderador		Área	Moderador		Área	Moderador	
11h30	A1	<b>Reflexão sobre Metodologias em Design Gráfico: Criação de identidade visual para o "Prêmio Regional de Excelência Gráfica Vinícius Viotto Coube"</b>	Cassia Domiciano; Fernanda Henriques; Renan Rodrigues; Rodrigo Cordeiro	D3	<b>O design como ferramenta no processo de aprendizagem</b>	Cristiana Fernandes; Iure Alencar; Otávio Guerra	A1	<b>Alcances e limites do faça-você-mesmo: um estudo de caso com artesãos e suas marcas gráficas</b>	Simone Malysz; Airton Cattani
11h45	A1	<b>Marcas de Galerias de Arte de São Paulo, 1920-2013</b>	Regina Wilke	D3	<b>Super Trunfo de arquétipos como objetos de aprendizagem</b>	Diego Medeiros; Eduardo Evangelista; Francisco Fialho; Marília Gonçalves; Gilson Braviano	B2	<b>Embalagem e o utilizador</b>	Regina Delfino; Luís Paschoarelli; Pedro Matos
12h00	A1	<b>A comunicação construindo a marca corporativa para o público interno</b>	Alvaro Dias; Richard Perassi	D3	<b>Tradução cultural: Oportunidades para pensar o ensino do Design na Amazônia brasileira</b>	Alexandre de Oliveira	B2	<b>Design de Embalagem: Proposta de um kit de perfume</b>	Tiago Medeiros; Tiago Pagliari; Seila Sitta Preto
12h15	A1	<b>Branding territorial: Conceitos e definições</b>	Valéria Feijó; Laryssa Tarachucky; Luiz Gomez	D3	<b>Design Gráfico e Etnogeometria – o ensino da Sintaxe Visual no contexto do Conhecimento Local e Tradicional</b>	Ana Luisa Cavalcante; Francisco Fialho	B2	<b>Influência da Cor, Materiais e Morfologia das Embalagens na Presunção de Qualidade dos Produtos: Caso de estudo sobre embalagens de azeite.</b>	Paulo Alcobia; Pedro Oliveira
12h30	A1	<b>O design e a identidade dos sítios: Problemática da sua representação gráfica</b>	Cátia Rijo; Helena Souto	D3	<b>O Diário gráfico no Ensino em Design através do Caso de Estudo Daciano da Costa.</b>	Ana Moreira da Silva	B2	<b>Substituição de Berços Moldados em Embalagens de Transporte: Moldagem com resíduos de caixas de papelão</b>	Dalton Luiz Razera; Jair Mello Jarek

Hora	Ed. J – AUDITÓRIO Gustave Eiffel			Ed. D – sala D4			Ed. D – sala D5		
	Área	Moderador Frederico Duarte (FBAUL)		Área	Moderador Pedro Oliveira (ISEC)		Área	Moderador Sónia Pinheiro (LA PRENSA)	
16h30	A1	<b>Culture jamming nowadays: An investigation to understand the production/ consumption of Visual Communication in public spaces</b>	Andréa Poshar	C2	<b>Flat Design e Design Responsivo: As transformações na arquitetura de informação de web sites frente aos dispositivos móveis</b>	Ailton S. Silva; Fábio Pereira; Victor Passos	B1	<b>Innovative printing and creative solutions in the graphic arts</b>	Rozália Szentgyörgyvölgyi; Csaba Horváth
16h45	B3	<b>Representação gráfica de desenhos técnicos do vestuário: Um estudo com vistas à normalização</b>	Renata Lodi; Airtton Cattani	C2	<b>Estudo sobre o conforto visual nas interfaces com ênfase no daltonismo</b>	Andréa Silva Souza; Demi Getschko	B3	<b>Avaliação de alvejanter ópticos em papéis de impressão</b>	Bruno Mortara; Marlene Dely Cruz
17h00	A1	<b>O Design como fator social na construção da identidade locais</b>	Renann Silva; Nadja Mourão; Rosi Maciel	A3	<b>A convergência das imagens digitais num lapso de tempo</b>	Rogério Gomes	B3	<b>A influência dos branqueadores óticos (OBA) na percepção e medição da cor e as novas normas ISO</b>	Vitor Pedro; Paulo Martins
17h15	D1	<b>Co-design do quotidiano e design da comunidade</b>	João de Sousa; Nunes da Costa Rosa	A2	<b>Redes neurais artificiais e suas aplicações no design de produto</b>	Ana Carvalho; João Marar; Rodrigo Holdschip	A3	<b>Tecnologias digitais na edição do livro</b>	Rui Proença
17h30	A3	<b>Superfícies Relacionais e Espaços Urbanos Participativos</b>	Ricardo Rinaldi; Marizilda Menezes	D1	<b>Processos de pesquisa para o projeto de um veículo ecológico: O caso E.T. (Electrical Transport)</b>	Cristiana Fernandes; Luis Claudio Belmonte; Marcio Fábio; Daniella Mulinari; Otávio Guerra; Davi Fernandes; Luana Fernandes; Jader Mattos			


**Quinta-feira, 23 de Outubro de 2014 | Thursday, October 23th, 2014**

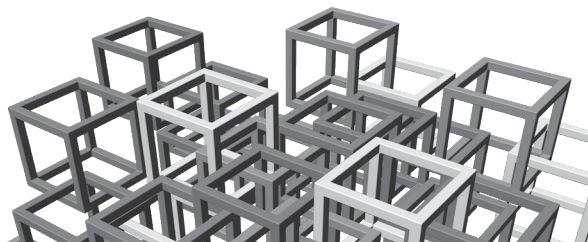
Hora	Ed. J – AUDITÓRIO Gustave Eiffel			Ed. D – sala D4			Ed. D – sala D5		
	Área	Moderador Mônica Mendes (FBAUL)		Área	Moderador A. Paula Cecília (INTERGRÁFICAS)		Área	Moderador Rui Sebrosa (ISEC/IPT)	
10h45	A1	<b>A comunicação publicitária na divulgação do discurso da marca</b>	Alvaro Dias; Richard Perassi	A2	<b>Design Editorial para Crianças Abstração e Tridimensionalidade</b>	Vitor Bravin; Cassia Domiciano	B2	<b>Estudo Teórico Entre a Relação do Consumidor e a Logística Reversa de Embalagens Recicláveis</b>	Dalton Luiz Razera; Jair Mello Jarek
11h00	A1	<b>Estudo de opinião de especialistas em design gráfico sobre uma proposta de redesign da marca e implementação de imagem corporativa para empresa Speedy Soluções em Informática</b>	Gabriel Pivoto; Karla Pacheco	A2	<b>Estudo de opinião de especialistas em design gráfico sobre uma proposta de representação visual para um livro de incentivo e orientação à correta higienização bucal infantil</b>	Patrícia Santos; Karla Pacheco	D1	<b>As relações entre o homem, embalagens e o meio ambiente</b>	Kenny Zukowski
11h15	C3	<b>Customização: tipos e características</b>	Diego Medeiros; Airtton Cattani; Marília Gonçalves	B1	<b>Identificação do Espaço Semântico de Fontes Tipográficas a partir da análise de componentes principais</b>	Rodrigo Holdship; João Soares; João Marar; Ana Paula Carvalho	D1	<b>A Destinação de Resíduos de Embalagens: Uma Abordagem a Partir de Massas Alimentícias</b>	Dulce de Meira Albach; Dalton Luiz Razera
11h30	C1	<b>Brand DNA Process<sup>®</sup>: Uma análise da marca gráfica do Parque Viva a Ciência</b>	Sarah Schmiegelow; Âmanda Campos; Diego Medeiros; Luiz Gomez; Marília Gonçalves	B1	<b>Tipofoto: Um conceito de László Moholy-Nagy</b>	Rita Bastos	A1	<b>Matéria e forma – O capital identitário dos materiais</b>	Aline de Souza; Rita Almendra

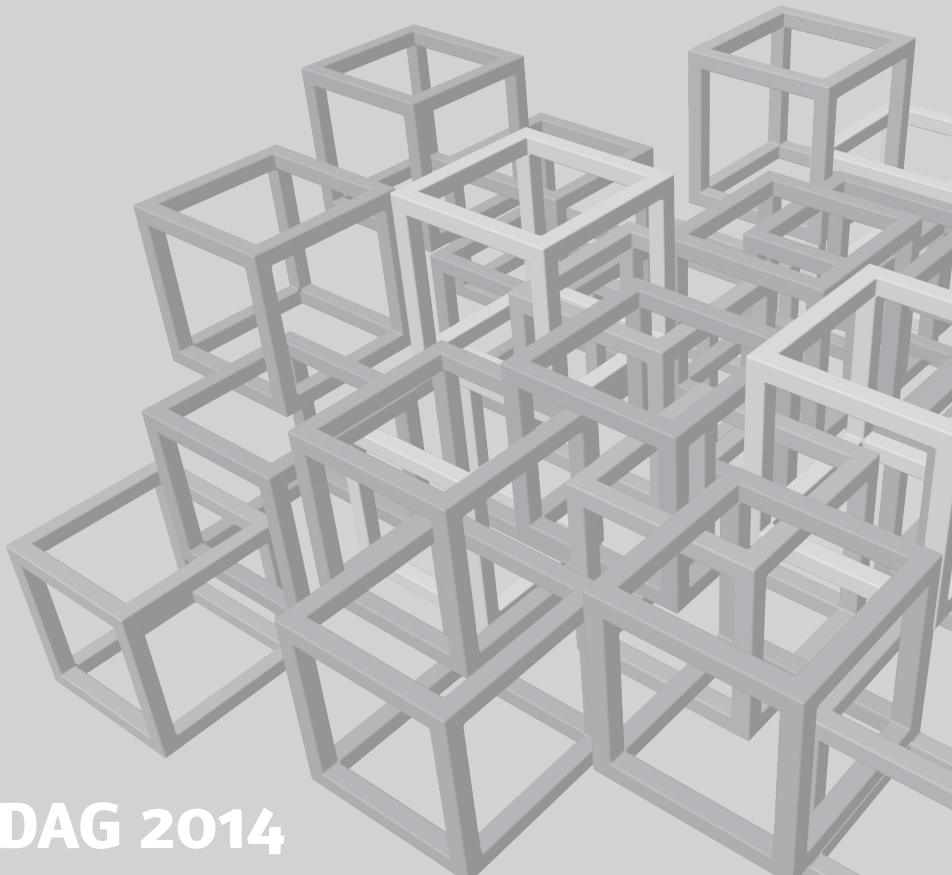


Sexta-feira, 24 de Outubro de 2014 | Friday, October 24th, 2014

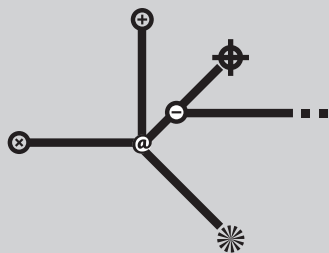
Hora	Ed. J – AUDITÓRIO Gustave Eiffel			Ed. D – sala D4			Ed. D – sala D5		
	Área	Moderador Conceição Silveira		Área	Moderador Luís Moreira (IPT)		Área	Moderador Fernando Coelho (ISEC/IPT)	
11h30	A1	<b>A harmonia e as proporções da natureza aplicadas na Identidade Visual da Unesp</b>	Elias Silveira; Fabrício de Mira; João Marar	A2	<b>Da música ao livro infantil: A criação do pré-livro "A Fantástica Viagem do Sgt. Pimenta e sua Banda"</b>	Cassia Domiciano; Caio Silva; Victor Lira	D1	<b>O espaço territorial na ótica do design estratégico</b>	Ângelo Fernando da Cruz
11h45	D1	<b>A Inspiração na Natureza e o Nascer de um Produto de Design Sustentável</b>	Sílvia Araújo; Fernando Moreira da Silva; Isabel C. Gouveia	A3	<b>Design e música: a tradução intersemiótica nos cartazes de Rahma Projekt</b>	Diego Medeiros; Marília Gonçalves	C3	<b>A Influência da Complexidade nas Possibilidades Expressivas do Design de Superfície</b>	Mariana Laranjeira; João Fernando Marar
12h00	D2	<b>O design do suvenir artesanal. Do imaterial ao material, das experiências do espaço ao contexto do objeto</b>	Ana Barbosa; Virgínia Cavalcanti; Lucas Jerônimo; Marina Araújo	A2	<b>Análise qualitativa do posicionamento de designers gráficos sobre o aspecto visual de livro didático para auxílio na alfabetização de indivíduos com Síndrome de Down</b>	Leonor Tiago e Souza; Karla Maciel Pacheco	D1	<b>Design para Valorizar a Produção Agrícola Local</b>	Filipa Pias
12h15	D3	<b>Forma e Função no Design. Conjunto de ferramentas estimuladores do processo criativo de projeto</b>	Ana Barbosa; Monalisa Rodrigues; Diogo P. Costa	D2	<b>Origami Científico. Um estudo sobre o paradigma dobra em conexão com o design</b>	João Marar; Samanta Teixeira	D1	<b>Design e Inovação Sustentável. A revitalização de conhecimento local e a preservação cultural</b>	Ana Luisa Cavalcante; Francisco Fialho
12h30	A1	<b>Figuras geométricas aplicadas ao desenho de marcas gráficas</b>	Sharlene de Araújo; Richard Luiz de Sousa; Karla Pacheco; Eduardo Napoleão	D3	<b>Comunicação e expressão gráficovisual no design</b>	Eduardo Napoleão; Susana Vieira; Richard Perassi; Renata Costa	D1	<b>Gestão Vertical do Design no Território. O caso de Paredes</b>	Marlene Ribeiro; Francisco Providência

Hora	Ed. J – AUDITÓRIO Gustave Eiffel			Ed. D – sala D4			Ed. D – sala D5		
	Área	Moderador Fernando Coelho (ISEC/IPT)		Área	Moderador Jorge Reis (FBAUL)		Área	Moderador Luis Moreira (IPT)	
16h30	D3	<b>Design brasileiro e mpe S. Gestão do Design em pequenas e médias empresas.</b>	Maiara Santos; José Eduardo Zago	D2	<b>A ação inclusiva do design na prevenção do HIV/AIDS</b>	Simone Wolfgang; Denise Portinari; Patrícia Ferreira; Raquel Portugal	A1	<b>Ferramentas não-verbais de análise emocional em design. Percepção de expressões emocionais ilustradas enquanto questão cultural</b>	Simone Maffei; Marizilda Menezes; Maria João Durão
16h45	D2	<b>Design Thinking: Visão Estratégica e Potencialidades para a Gestão de Projetos</b>	Ailton Silva; Fábio Pereira	C3	<b>Design de Informação à escala da cidade</b>	Paulo Alcobia; Pedro Oliveira	A1	<b>A arte, o design, a Moda e o consumo: Criação e interfaces</b>	Maria Sílvia de Held; Regina Sanches; João Marcicano; Isabel Italiano
17h00	A3	<b>Superfícies Projetadas: Processos Multifacetados</b>	Ricardo Rinaldi; Marizilda Menezes	D3	<b>R540: Uma superfície objeto</b>	Ricardo Rinaldi; Marizilda Menezes	A1	<b>Criação de padronagem inspirada na estética do Movimento Armorial</b>	Clarissa Queiroz; Ana Carolina Barbosa
17h15	D1	<b>O design como estratégia de decisão para o Parque Ciência e Inovação/UA fundamentado no modelo Triple Helix</b>	Eduardo C Araujo; João A. Mota; Filipe Teles	A3	<b>Design gráfico e intervenção urbana</b>	Gisela Campos; Vivian Martins	D3	<b>Sistema de Moda e Design: Contribuições para elaboração de identificações sociais</b>	Rochelle Cristina dos Santos
17h30				A1	<b>Design e prevenção ao HIV/Aids, propondo novas fronteiras</b>	Simone Wolfgang; Denise Portinari; Patrícia Ferreira; Raquel Portugal	A3	<b>A geometria na pintura e no cartaz de Almir Mavignier</b>	Marko dos Santos; Olympio Pinheiro





**CIDAG 2014**



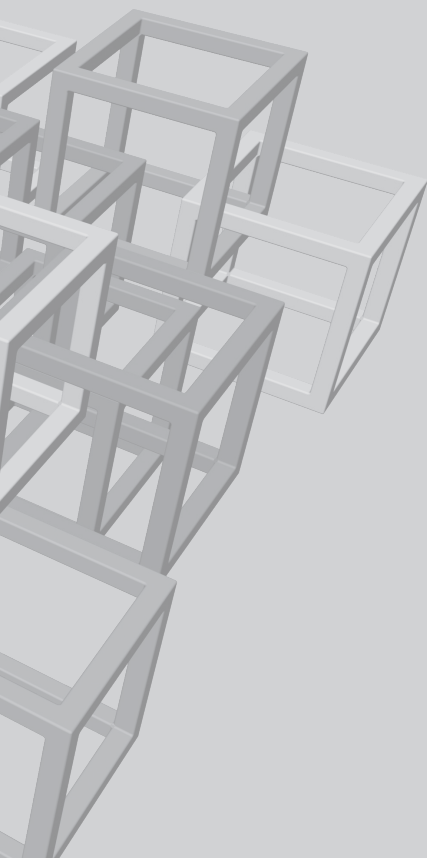
## Índice

---

*Table of Contents*

---

*Indice*

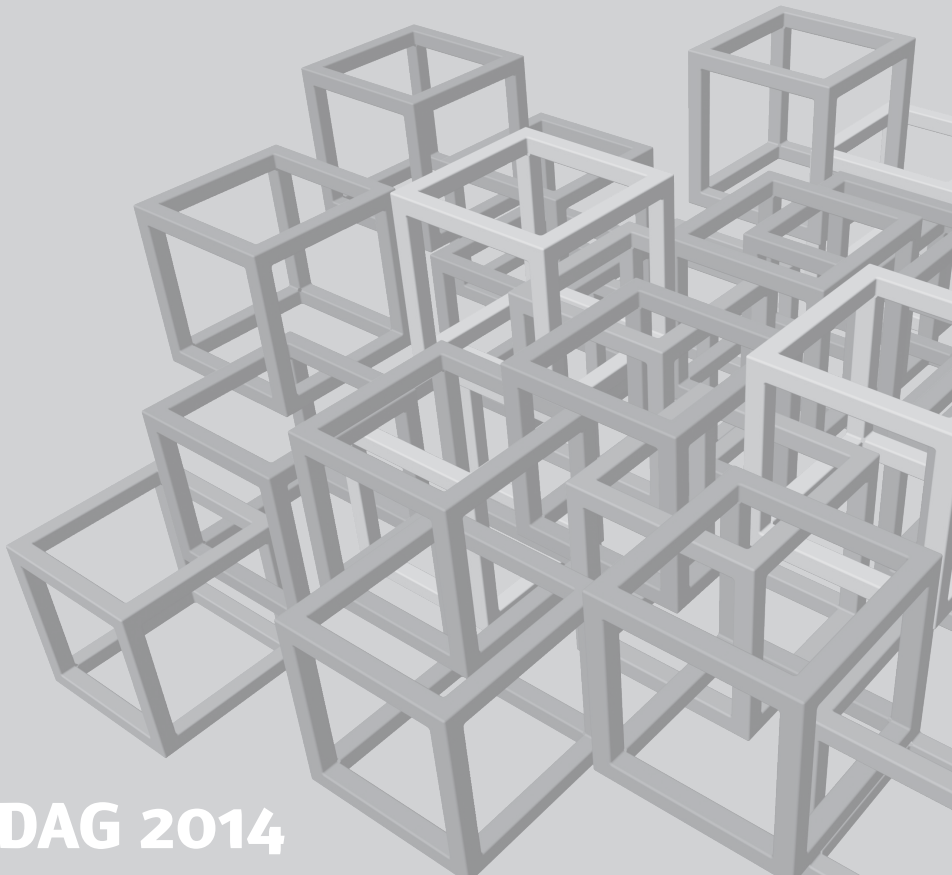




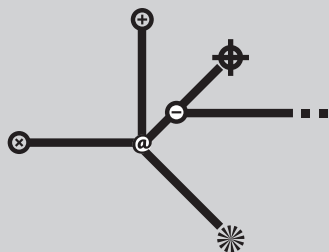


## Índice | *Table of Contents* | *Indice*

- 7 **Nota Introdutória** | *Introduction Note* | *Nota Introdutoria*
- 12 **Comissão Científica** | *Scientific Comission* | *Comité Científico*
- 13 **Comissão Organizadora** | *Organizing Committee* | *Comité Organizador*
- 14 **Oradores Convidados** | *Guest Speakers* | *Oradores Invitados*
- 22 **Programa Geral** | *General Program* | *Programa General*
- 23 **Programa Detalhado** | *Detailed Program* | *Programa Detallado*
- Comunicações Orais/Posters** | *Oral Communications/Posters*  
*Comunicaciones Orales/Posters*
- 33 **Design** | *Design* | *Diseño*
- 67 **Produção Gráfica** | *Graphic Production* | *Producción Gráfica*
- 83 **Ergonomia** | *Ergonomy* | *Ergonomía*
- 93 **Áreas de Fronteira** | *Borderline Areas* | *Áreas de Frontera*
- 125 **Índice de autores e co-autores** | *Author and co-author index*  
*Indice de autores y coautores*



**CIDAG 2014**



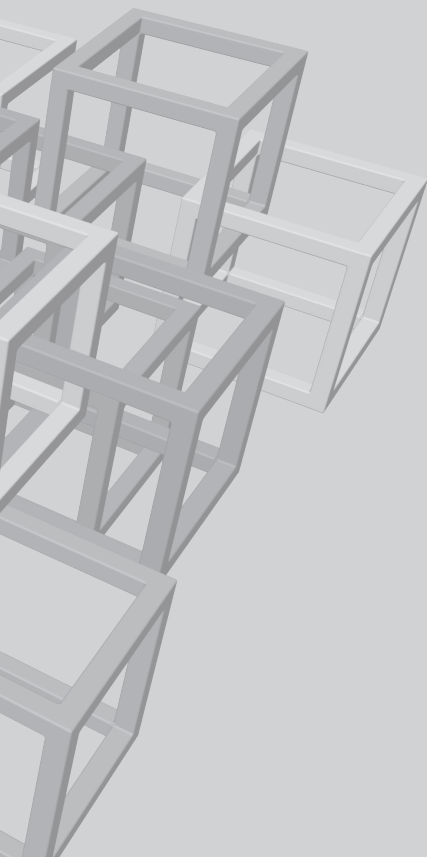
**Comunicações Orais/Posters  
DESIGN**

---

*Oral Communications/Posters  
DESIGN*

---

*Comunicaciones Orales/Posters  
DISEÑO*





## REFLEXÃO SOBRE METODOLOGIAS EM DESIGN GRÁFICO: Criação de identidade visual para o “Prêmio Regional de Excelência Gráfica Vinicius Viotto Coube”

## REFLECTION ON METHODOLOGIES IN GRAPHIC DESIGN: Creation of visual identity for the “Regional Award for Graphic Excellence Vinicius Viotto Coube”

Cassia Leticia Carrara Domiciano<sup>1</sup>, Fernanda Henriques<sup>1</sup>, Renan Rabay Rodrigues<sup>1</sup>,  
Rodrigo de Aguiar Cordeiro<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Universidade Estadual Paulista “Julio de Mesquita Filho” – Unesp – Bauru, São Paulo, Brasil

carrara@faac.unesp.br; ferdi@faac.unesp.br; renan\_r.r@hotmail.com; cordeiro\_digo@hotmail.com

### Resumo

Este artigo trata da metodologia empregada para criação dos materiais de identidade visual do “Prêmio Regional de Excelência Gráfica Vinicius Viotto Coube” desenvolvido pelo laboratório de pesquisa e extensão Inky Design da Universidade Estadual Paulista (Unesp, campus de Bauru, Brasil). O processo levou a adaptações metodológicas onde a criação da marca bidimensional partiu da elaboração do troféu a ser oferecido aos vencedores do prêmio, ou seja, um produto tridimensional. Foi empregada uma metodologia do fim para o início, que resultou em uma identidade consistente e desdobrou-se em uma série de outras possibilidades de aplicação do design gráfico.

**Palavras-chave:** design gráfico, identidade visual, metodologia de projeto em design

### Abstract

*This paper discusses the methodology used to create the visual identity of the “Regional Award for Graphic Excellence Vinicius Viotto Coube” developed by the research and extension laboratory Inky Design from Universidade Estadual Paulista (UNESP, campus of Bauru, Brazil). The process creates methodological adjustments where the construction of two-dimensional brand started preparing the trophy to be offered to the winners of the award, ie a three-dimensional product. Methodology employed was the end to the beginning, which resulted in a consistent identity and unfolded in a number of other possibilities for the application of graphic design.*

**Keywords:** *graphic design, branding, design methodology for design*

## MARCAS DE GALERIAS DE ARTE DE SÃO PAULO, 1920-2013

Regina Cunha Wilke<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Centro Universitário Senac

regina.cwilke@terra.com.br

### Resumo

O artigo apresenta uma pesquisa sobre Marcas de Galerias de Arte de São Paulo, de 1920 à 2013, que tem como objetivo estudar a construção de identidade da categoria. Traz um breve relato sobre o mercado de arte e galerias de arte na cidade de São Paulo, neste período. O estudo considera que as marcas das galerias dialogam com a vocação das mesmas, com os movimentos artísticos, e as tendências estilísticas do design gráfico. Este tipo de pesquisa faz parte de um projeto de levantamento, identificação e análise de manifestações gráficas na cidade de São Paulo, vinculado ao projeto “Memória Gráfica Brasileira: cultura visual e impressos efêmeros”, que busca estudar o design gráfico, e consequentemente a cultura do país.

**Palavras-chave:** marcas, arte, design gráfico, galerias de arte, história do design gráfico, linguagem visual

## BRAND ART GALLERIES OF SÃO PAULO, 1900-2013

### Abstract

*The paper presents the study of Brands of Art Galleries of St. Paul from, 1920 to 2013, which aims to study the construction of identity category. Brings a brief report on the art market and art galleries in the city of São Paulo, in this period. The study argues that the marks of the galleries dialogue with the vocation of the same, with the artistic movements and stylistic trends of graphic design. This type of research is part of a survey project, identification and analysis of graphical demonstrations in the city of São Paulo, linked to the “Brazilian Graphics Memory: visual culture and printed ephemera” project, which seeks to study graphic design, and consequently the culture the country.*

**Keywords:** brands, art, graphic design, art galleries, history of graphic design, visual language

## A COMUNICAÇÃO CONSTRUINDO A MARCA CORPORATIVA PARA O PÚBLICO INTERNO

## THE COMMUNICATION BUILDING THE CORPORATE BRAND FOR AN INTERNAL PUBLIC

Alvaro Roberto Dias<sup>1</sup>, Richard Perassi<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> PPEGC/Universidade Federal de Santa Catarina – SC, Brasil

prof.alvarodias@gmail.com; richard.perassi@uol.com.br

### Resumo

O objetivo deste artigo é discutir a importância e a relevância da comunicação para a construção, junto ao público interno, da imagem da marca corporativa. Entender, estrategicamente, a importância da comunicação organizacional é reconhecer os colaboradores como seres que têm conhecimentos, habilidades, experiências e capacidades de aprendizagem evidenciadas em termos de comportamento e de atitudes. Abre, assim, através da discussão teórica, espaço para um futuro desenvolvimento de metodologias que possam ser incorporadas à disseminação interna de conteúdos voltados à comunicação de marca, projetando e gerindo as trocas simbólicas do processo de percepção humana.

**Palavras-chave:** Mídia do Conhecimento, Comunicação Interna, Marca Corporativa, Comunicação Organizacional.

### Abstract

*The purpose of this paper is to discuss the importance and relevance of communication for building, next to the internal public the corporate brand image. Understand strategically, the importance of organizational communication is to recognize employees as beings who have knowledge, skills, experiences and learning abilities evidenced in terms of behavior and attitudes. Opens thus through theoretical discussion, space for a future development of methodologies that can be incorporated into the internal dissemination of content focused on brand communication, designing and managing symbolic exchanges of human perception process.*

**Keywords:** Knowledge Media, Internal Communications, Corporate Brand, Organizational Communication.

## A COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA NA DIVULGAÇÃO DO DISCURSO DA MARCA

## THE COMMUNICATION ADVERTISING DISCLOSURING THE SPEECH OF THE BRAND

Alvaro Roberto Dias<sup>1</sup>, Richard Perassi<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> PPEGC/Universidade Federal de Santa Catarina – SC, Brasil

prof.alvarodias@gmail.com; richard.perassi@uol.com.br

### Resumo

O presente artigo apresenta como a publicidade pode construir a identidade de uma marca comercial. Pretende discutir a relação das identidades da marca com a publicidade, como sua imagem é construída através dos discursos – e assim ganhando uma dimensão – impactando diretamente nos projetos da marca através das percepções do público alvo e de seus diferentes comportamentos, como atitudes, modos de agir e reagir. Ao final, após análise do comercial da empresa 3M sobre Inovação e Tecnologia, conclui-se que a comunicação da marca se expressa através da comunicação formal, ou seja, através da publicidade, especificamente no nosso caso, a propaganda comercial das marcas.

**Palavras-chave:** Marca, Branding, Discurso, Publicidade, Comunicação

### Abstract

*This paper introduces how advertising can build the identity of a trademark. Discusses the relationship of brand identities with advertising as its image is constructed through discourse – and thus gaining a dimension – impacting directly on projects through the perceptions of the brand and its target audience different behaviors, such as attitudes, modes of act and react. Finally, after analyzing the commercial advertising from 3M industry on Innovation and Technology, concludes that brand communication is expressed through the formal communication, ie, through advertising, specifically in our case, commercial advertising brands.*

**Keywords:** Brand, Branding, Speech, Advertising, Communication



## ALCANCES E LIMITES DO FAÇA-VOCÊ-MESMO: Um estudo de caso com artesãos e suas marcas gráficas

Simone Cristina Malysz<sup>1</sup>, Airton Cattani<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS

simonemalysz@hotmail.com; aacc@ufrgs.br

### Resumo

Este trabalho apresenta um estudo realizado em 2013 com artesão do Brique da Redenção, em Porto Alegre – RS, Brasil, onde foi possível verificar os resultados de construções de marcas gráficas, feitas pelos próprios artesãos, para identificar seus produtos artesanais. Quando comparadas com as recomendações do design gráfico institucionalizado quanto a elementos de composição, tipografia, cores e arranjos formais, estas marcas apresentam evidências das limitações do faça-você-mesmo quando não acompanhado de pesquisas que qualifiquem os resultados, ao mesmo tempo em que aponta para um amplo campo de atuação para designers.

**Palavras-chave:** vernacular, identidade visual, artesanato, design gráfico.

## RANGE AND LIMITS OF DO-IT-YOURSELF: a case study with marks and craftsmen

### Abstract

*This paper presents a study conducted in 2013 with Brique da Redenção artisans, in Porto Alegre – RS, Brazil, where it was possible to verify the results of constructions of graphic marks, made by the artisans themselves, to identify their handmade products. When compared with the recommendations of institutionalized graphic design as elements of composition, typography, color and formal arrangements, these marks show evidence of the limitations of do-it-yourself when not accompanied by research that qualify the results, while pointing for a wide field for designers.*

**Keywords:** vernacular, visual identity, crafts, graphic design.

## BRANDING TERRITORIAL Conceitos e definições

## TERRITORIAL BRANDING *Concepts and definitions*

Valéria Casaroto Feijó<sup>1</sup>, Laryssa Tarachucky<sup>1</sup>, Luiz Salomão Ribas Gomez<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Universidade Federal de Santa Catarina

valeriafeijo@gmail.com; lt\_lara@yahoo.com.br; salodesigner@gmail.com

### Resumo

O presente artigo parte de uma pesquisa exploratória bibliográfica e visa explorar o conceito de território e as práticas de *branding* quando relacionadas as ações de *branding* territorial. Para tanto, busca-se uma conceituação para o termo território, a partir de diferentes dimensões, os conceitos de *branding* e posteriormente discute-se a construção do conceito aplicado às questões de gestão de marcas territoriais.

**Palavras-chave:** Território, Branding, Branding Territorial.

### Abstract

*This article presents a literature and exploratory research and it aims to explore the concept of territory and branding practices when related to territorial branding actions. Therefore, it seeks for a conceptualization of the term territory from different dimensions and for the concepts of branding. Subsequently it discusses the construction of the concept applied to management issues of territorial brands.*

**Keywords:** Territory, Branding, Territorial Branding

**CULTURE JAMMING  
NA ATUALIDADE:  
Uma pesquisa para compreender  
a produção/consumo  
da Comunicação Visual  
em espaços públicos**

**Andréa Poshar<sup>1</sup>**

*<sup>1</sup> Doutoranda no Programa de Doutorado em Design da Comunicação na Politecnico di Milano, Itália. Mestrado em Culturas Midiáticas Audiovisuais pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal da Paraíba – PPGC/UFPB, Brasil.*

andrea.poshar@polimi.it

**Resumo**

A Culture jamming oferece a possibilidade de analisar, com base no design participativo, a relação entre as imagens, espaços urbanos e a sociedade na era das redes sociais e excedente cognitivo. Dentro desta pesquisa nos levantamos questões relacionadas ao que nós identificamos como as novas dinâmicas no design criativo. O espaço aberto pelo ciclo produção-consumo dos jammers e usuários freqüentes curiosos com a construção de novos desafios no design serão analisados usando os cartazes sabotados como principal objeto de estudo.

**Palavras-chave:** Culture Jamming. Posters. Design. Consumo Visual. Espaços Públicos.

**CULTURE JAMMING  
NOWADAYS:  
*An investigation to understand  
the production/consumption  
of Visual Communication  
in public spaces***

**Abstract**

*Culture jamming offers the possibility to analyze, on the basis of participatory design, the relationship between images, urban space and society in an era of social networking and cognitive surplus. Within this investigation we raised questions related to what we identify as new dynamics in creative design. The gap opened by the cycle producing-consuming of jammers and regular users, wondering the construction of new design challenges will be analyzed using subverted posters as main object of research.*

**Keywords:** Culture Jamming. Posters. Design. Visual consumption. Public spaces.

## O DESIGN E A IDENTIDADE DOS SÍTIOS: PROBLEMÁTICA DA SUA REPRESENTAÇÃO GRÁFICA

Cátia Rijo<sup>1</sup>, Helena Souto<sup>2</sup>

<sup>1</sup> CIAUD, Faculdade de Arquitectura da Universidade de Lisboa

<sup>2</sup> UNIDCOM, IADE

catia.rijo@gmail.com; hsouto@iade.pt

### Resumo

O presente artigo insere-se na investigação realizada para a tese de Doutoramento em Design. O objectivo desta comunicação é apresentar um reflexão sobre a complexidade da criação de uma imagem gráfica associada a um país, cidade ou sítio. Aborda-se a importância da cultura e do património como transmissor da identidade cultural e as contribuições do design como um projeto que garante o desenvolvimento de uma construção identitária representativa de uma comunidade. Para construir símbolo gráfico é necessário compreender o que influencia a percepção da identidade e imagem do sítio de forma a consubstanciar uma identidade gráfica representativa do mesmo.

**Palavras-chave:** Design de comunicação, Identidade visual, Cultura, sítio.

## DESIGN AND THE IDENTITY OF THE PLACE: PROBLEMATIC OF GRAPHICS REPRESENTATION

### Abstract

*This article is part of the research undertaken for the PhD thesis in Design. The purpose of this communication is to present a reflection on the complexity of creating a graphic image associated with a country, city or place. Discusses the importance of culture and heritage as a transmitter of cultural identity and the contributions of design as a project that ensures the development of a representative of a community identity construction. To build graphical symbol is necessary to understand what influences the perception of the identity and image of the site in order to constitute a representative graphical identity.*

**Keywords:** Communication Design, Visual identity, image, culture, place.

## FERRAMENTAS NÃO-VERBAIS DE ANÁLISE EMOCIONAL EM DESIGN

Percepção de expressões  
emocionais ilustradas enquanto  
questão cultural

## NON-VERBAL TOOLS FOR EMOTIONAL ANALYSIS IN DESIGN

*Perception of illustrated  
emotions expressions  
as cultural issues*

Simone Thereza Alexandrino Maffei<sup>1</sup>, Marizilda dos Santos Menezes<sup>1</sup>, Maria João Durão<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho", Programa de Pós-graduação em Design, Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação

<sup>2</sup> Universidade de Lisboa, CIAUD (Centro de Investigação em Arquitectura, Urbanismo e Design), Faculdade de Arquitetura

simone.maffei@hotmail.com; marizil@faac.unesp.br; mjdurao@fa.ulisboa.pt

### Resumo

As emoções guiam as ações humanas e para mensurá-las, existem diferentes ferramentas metodológicas. Dentre elas estão as ilustrações de expressões faciais, que independem do conhecimento semântico, mas não se pode afirmar o mesmo quanto à relação cultural, uma vez que se trata de expressão de sentimentos. O artigo aponta algumas ferramentas não-verbais de análise de resposta emocional em design e levanta a necessidade de adaptá-las, ou recriá-las, de acordo com a cultura de onde são utilizadas. A discussão final é pautada na criação e teste de novas expressões ilustradas.

**Palavras-chave:** design emocional, ilustração, expressão facial, medição de emoção, apelo visual.

### Abstract

*Emotions guide human actions and to measure them, there are different methodological tools. Among them are the illustrations of facial expressions, which are independent of semantic knowledge, but we can not say the same about the cultural relationship, once it comes to expressing feelings. The article points out some non-verbal tools for analysis of emotional response in design and raises the need to adapt them or recreate them, according to the culture in which they are used. The final discussion is guided in the creation and testing of new pictorial expressions.*

**Keywords:** emotional design, illustrations, facial expressions, mensuration of emotion.

## DESIGN E PREVENÇÃO AO HIV/AIDS, PROPONDO NOVAS FRONTEIRAS

## DESIGN AND AIDS PREVENTION, PROPOSING NEW BOUNDARIES

Simone Wolfgang<sup>1</sup>, Denise Portinari<sup>2</sup>, Patrícia Ferreira<sup>3</sup>, Raquel Portugal<sup>4</sup>

<sup>1</sup> Departamento de Artes e Design PUC-Rio

<sup>2</sup> Departamento de Artes e Design PUC-Rio, coordenadora setorial de Pós Graduação

<sup>3</sup> Instituto de Comunicação e Informação Científica e Tecnológica em Saúde da Fiocruz

<sup>4</sup> Instituto de Estudos Avançados em Humanidades PUC-Rio

simone.wolfgang@terra.com.br; denisep@puc-rio.br; patriciaferreira@fiocruz.br; raquelportugal@msn.com

### Resumo

Este artigo traz uma proposta para concepção diferenciada de peça de prevenção a Aids no Brasil por meio da ampliação da atuação do trabalho do designer no campo da prevenção em saúde. Esse trabalho foi desenvolvido no curso de doutorado em Design da PUC-Rio

**Palavras-chave:** design, comunicação visual, HIV/Aids, prevenção

### Abstract

*This article brings a proposal for a differentiated conception of HIV/Aids prevention campaigns in Brazil, by expanding the role of the designer's work in the field of preventive health. This work was developed in the design doctorate course at PUC-Rio*

**Keywords:** design, visual communication, HIV/Aids, prevention

## FIGURAS GEOMÉTRICAS APLICADAS AO DESENHO DE MARCAS GRÁFICAS

## GEOMETRIC FIGURES APPLIED TO GRAPHIC DESIGN MARKS

Sharlene Melanie Martins de Araújo<sup>1</sup>, Richard Perassi Luiz de Sousa<sup>2</sup>, Karla Mazarelo Maciel Pacheco<sup>3</sup>, Eduardo Napoleão<sup>4</sup>.

<sup>1,2,4</sup> Pós Design / Universidade Federal de Santa Catarina

<sup>3</sup> DEG / Universidade Federal do Amazonas

sharlene.melanie@gmail.com; richard.perassi@uol.com.br; karlamazarelo@hotmail.com;  
eduardonapoleao@yahoo.com.br.

### Resumo

Indicada por Euclides de Alexandria (360-395 a.C.), a proporção áurea é um recurso geométrico que parte da divisão de um seguimento em média e extrema razão, sendo utilizada na composição de esculturas e na arquitetura da antiguidade. Também, serviu de recurso no planejamento de obras de arte no período renascentista. Ao longo da história, foram desenvolvidos modelos e técnicas de aplicação dessa proporção para auxiliar no processo de composição lógico-matemática de projetos de Design. Isso caracteriza o objeto de estudo deste artigo que apresenta modelos e técnicas de aplicação da proporção áurea no desenvolvimento de marcas gráficas. Trata-se de uma pesquisa documental com registros sobre marcas que estão disponíveis na internet e que foram identificados e selecionados a partir de um trabalho exploratório e são interpretados com o auxílio de recursos teórico-metodológico da teoria da forma, da sintaxe visual e de princípios semióticos. A base do estudo é composta a partir de Luca Pacioli (1509), em seguida, há o estudo de Huntley (1985) e, também, referências mais atuais como Lívio (2009), Elam (2010) e Araújo (2010).

**Palavras-chave:** Sintaxe visual; proporção; razão áurea; marca; geometria.

### Abstract

Indicated by Euclid of Alexandria (360-395 BC), the golden ratio is a geometric feature that part of the division of a follow-up mean and extreme ratio, being used in the composition of sculptures and architecture of antiquity. Also served as a resource in planning works of art in the Renaissance period. Throughout history, models and application techniques have been developed to assist in this proportion of logical-mathematical composition process design projects. This characterizes the subject of this article presents models and techniques of applying the golden ratio in the development of graphic marks. This is a documentary research with records about brands that are available on the internet that were identified and selected from an exploratory work and are interpreted with the aid of theoretical and methodological features of the theory of fashion, visual syntax and principles semiotic. The basis of the study is composed from Luca Pacioli (1509), then there is the study of Huntley (1985) and also more current references as Livy (2009), Elam (2010) and Araujo (2010).

**Keywords:** Visual syntax, proportion, golden ratio; brand; geometry.

**Reconhecimentos:** Trabalho desenvolvido como parte dos resultados das pesquisas realizadas na linha de Gestão de Design Gráfico do Programa de Pós-Graduação em Design e Expressão Gráfica (Pós-Design/UFSC), juntamente com a Fundação de Amparo a pesquisa do Amazonas (FAPEAM), cujo tema é "Fundamentos geométricos aplicados à construção do desenho de marcas".

## A HARMONIA E AS PROPORÇÕES DA NATUREZA APLICADAS NA IDENTIDADE VISUAL DA UNESP

## THE HARMONY AND THE PROPORTIONS OF NATURE APPLIED IN THE VISUAL IDENTITY OF UNESP

Elias de Carvalho Silveira<sup>1</sup>, Fabrício José Aguiar de Mira<sup>2</sup>, João Fernando Marar<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Laboratório Sistemas Adaptativos e Computação Inteligente e Pós-Graduação em Design Unesp/Bauru-SP.

<sup>2</sup>Laboratório Sistemas Adaptativos e Computação Inteligente – Unesp/Bauru-SP.

<sup>3</sup>Faculdade de Ciências, Departamento de Computação e Pós-Graduação em Design Unesp/Bauru-SP.

eliassilveira.arte@gmail.com; fabriciomira@gmail.com; fermarar@fc.unesp.br

### Resumo

Desde a Grécia antiga, a ciência e as artes aprenderam a ler na natureza a harmonia resultante da proporção entre as medidas de um todo. Surgiu o Segmento Áureo que em 1200, Leonardo Fibonacci, após vários estudos, definiu a que ficou conhecida como Sequência de Fibonacci. No livro "O Poder dos Limites" de György Doczi, é exaustivamente demonstrada a presença do "número de ouro", a razão entre os números desta Sequência, em vários elementos da natureza e até mesmo no corpo humano. Com o conhecimento do poder estético de objetos criados com esta proporção, aplicou-se a Sequência de Fibonacci como delimitadora dos modos de aplicação dos componentes da Identidade Visual e de outros elementos inseridos na composição.

**Palavras-chave:** Identidade Visual, Proporção Áurea, Fibonacci

### Abstract

Since ancient Greece, science and the arts learned to read nature in harmony resulting from the proportion of the measures of a whole. Came the Golden Section that in 1200, Leonardo Fibonacci, after several studies, defined what became known as Fibonacci's Sequence. In the book "The Power of Limits" by György Dóczy, is thoroughly demonstrated the presence of the "golden number", the ratio between the numbers of this sequence, in several elements the nature and even in the human body. Knowing the aesthetic power of objects created with this proportion, was applied the Fibonacci's Sequence for delineating the ways of application of the components of the Visual Identity and other elements inserted in the composition.

**Keywords:** Visual Identity, Golden Proportion, Fibonacci



## **MATÉRIA E FORMA** **O capital identitário** **dos materiais**

## **FORM AND MATERIAL** **The material's identity** **background**

**Aline Teixeira de Souza<sup>1,2</sup>, Rita Assoreira Almendra<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> *Universidade Federal de Uberlândia*

<sup>2</sup> *Universidade de Lisboa*

aline@faued.ufu.br; almendra@fa.ulisboa.pt

### **Resumo**

O objetivo deste artigo é apresentar uma reflexão sobre a relação matéria/forma a partir da premissa de que o material construtivo tem tanta relevância quanto à forma na construção da identidade do design. O estudo faz parte da investigação de Doutorado em Design em andamento na Faculdade de Arquitetura da Universidade de Lisboa e foi realizado a partir de uma crítica literária que confronta investigações nas áreas de Design, aspectos intangíveis dos materiais e identidade.

**Palavras-chave:** design; aspectos intangíveis dos materiais; identidade.

### **Abstract**

*The aim of this paper is to present a reflection about relation material/form using the presumption that the material is as relevant as form to build the design identity. This study is part of the doctoral research in design at University of Lisbon. It was realized from an academic review in the fields: design, intangible aspects of materials and identity.*

**Keywords:** design; intangible aspects of materials; identity.

## O DESIGN COMO FATOR SOCIAL NA CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE LOCAL

## DESIGN AS SOCIAL FACTOR IN THE CONSTRUCTION OF LOCAL IDENTITY

Renann Silva<sup>1</sup>, Nadja Mourão<sup>2</sup>, Rosi Maciel<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Faculdades Integradas Teresa D Ávila – FATEA

<sup>2,3</sup>Universidade Estadual de Minas Gerais – UEMG

contato@renannpereira.com; nadja2m@gmail.com; rosi.maciel@gmail.comResumo

### Resumo

A globalização acentuada, o desenvolvimento do capitalismo e o avanço das tecnologias de comunicação e de transporte têm sido determinantes para o crescente movimento mundial. Nesse sentido, também a gestão de uma comunidade passa inevitavelmente pela gestão de sua imagem, em uma conjugação de aspectos materiais visíveis que garantam unidade visual e também aspectos intangíveis, construídos no imaginário social. Assim, o Design atua como mediador na consolidação de imagens identitárias, ao se apropriar dos elementos simbólicos e identificadores das comunidades locais garantindo uma comunicação e um reconhecimento de seus valores materiais e imateriais.

**Palavras-chave:** Contexto Territorial, Cultura, Globalização, Simbólico, Representação.

### Abstract

*The sharp globalization, the development of capitalism and the advancement of communication and transportation technologies have been instrumental in the growing worldwide movement. In this sense, also the management of a community inevitably involves the management of his image in a combination of visible material respects to ensure visual unity and also intangible aspects, in social imagination. Thus, the design acts as a mediator in the consolidation of identity images, by appropriating the symbolic identifiers of local communities and ensuring communication and recognition of its tangible and intangible elements values.*

**Keywords:** Territorial Context, Culture, Globalization, Symbolic Representation.

## CRIAÇÃO DE PADRONAGEM INSPIRADA NA ESTÉTICA DO MOVIMENTO ARMORIAL

## CREATING PATTERNING INSPIRED IN AESTHETIC MOVEMENT ARMORIAL

Clarissa Queiroz<sup>1</sup>, Ana Carolina Barbosa<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Universidade Federal de Campina Grande

clarissaaqueiroz@gmail.com; anacarolinamab@hotmail.com

### Resumo

O conteúdo deste artigo refere-se ao desenvolvimento de uma padronagem inspirada na estética do Movimento Armorial, a fim de aplicá-la em um revestimento para paredes constituído por um compósito, composto por quartzito e resina, desenvolvido na UFCG. O Movimento Armorial foi oficializado na década de 70 por Ariano Suassuna, e, tinha como objetivo valorizar a cultura nordestina criando uma arte brasileira erudita com base nas raízes da cultura popular. A partir do estudo da estética Armorial, foi idealizado um levantamento iconográfico e em seguida, desenvolvido um conceito de padronagem.

**Palavras-chave:** estética, movimento armorial, padronagem.

### Abstract

*The content of this article refers to the development of a patterning inspired by the aesthetics of the Armorial Movement in order to apply it in a coating for walls consisting of a composite consisting of quartzite and resin, developed in UFCG. The Armorial Motion was made official in the 70s by Ariano Suassuna, and aimed to enhance the northeastern Brazilian erudite culture creating art based on the roots of popular culture. From the study of aesthetics Armorial, an iconographic survey was designed and then developed a concept of patterning.*

**Keywords:** aesthetics, armorial movement, patterning.

## ESTUDO DE OPINIÃO DE ESPECIALISTAS EM DESIGN GRÁFICO SOBRE UMA PROPOSTA DE REDESIGN DA MARCA E IMPLEMENTAÇÃO DE IMAGEM CORPORATIVA PARA EMPRESA SPEEDY SOLUTIONS EM INFORMÁTICA

## OPINION SURVEY OF EXPERTS IN GRAPHIC DESIGN ON A PROPOSED REDESIGN OF THE BRAND AND CORPORATE IMAGE FOR DEPLOYMENT COMPANY SPEEDY COMPUTER SOLUTIONS

Gabriel Pivoto<sup>1</sup>, Karla Mazarelo Maciel Pacheco<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Curso de Design: Universidade Federal do Amazonas – UFAM

<sup>2</sup> Departamento de Design e Expressão Gráfica: Universidade Federal do Amazonas UFAM

gabrielpivotto@gmail.com; karlamazarelo@hotmail.com

### Resumo

Este artigo mostra uma consulta de opiniões realizada com os proprietários da empresa Speedy Soluções em Informática e com designers sobre o *redesign* da marca, o qual visa a projeção de uma melhor representação visual para a referida empresa. Aos proprietários, foi aplicado um *briefing* permitindo a geração de alternativas para a marca, e para os designers, um formulário com as alternativas propostas e uma tabela com critérios técnicos para avaliação das mesmas. Contudo, os participantes indicaram a alternativa com conceitos focados em legibilidade, representatividade, originalidade, simbolismo, modernidade, e personalidade da idéia que deve representar visualmente a empresa.

**Palavras-chave:** Consulta de opinião, redesign, marca, briefing e representação visual.

### Abstract

*This article shows a query of opinions held with the owners of the company Speedy Computer's Solutions and designers on the redesign of the brand, which aims to project a better visual representation for this company. Owners, a briefing allowing the generation of alternatives for the brand, and for designers, a form with alternatives and a table with technical criteria for their evaluation was applied. However, participants indicated the alternative concepts focused on readability, representativeness, originality, symbolism, modernity, and the idea that you should visually represent the company.*

**Keywords:** Opinion poll, redesign, brand, briefing and visual representation.

## A ARTE, O DESIGN, A MODA E O CONSUMO: CRIAÇÃO E INTERFACES

## ART, DESIGN, FASHION AND CONSUMPTION: CREATION AND INTERFACES

**Maria Sílvia Barros de Held<sup>1</sup>, Regina Aparecida Sanches<sup>1</sup>, João Paulo Marcicano<sup>1</sup>, Isabel Cristina Italiano<sup>1</sup>**

<sup>1</sup> Profs. Drs.. do Curso de Têxtil e Moda e de Pós-Graduação no Programa de Têxtil e Moda na Universidade de São Paulo

silviaheld@usp.br; regina.sanches@usp.br; joaomarcicano@yahoo.br; isabel.italiano@usp.br

### Resumo

Hoje se observa que as linhas divisórias entre os múltiplos campos de atividade são cada vez mais sutis e a interdisciplinaridade indica uma das melhores direções para se caminhar na pós-modernidade. O estudo busca estabelecer alguns nexos, contextualizados pela ambiência da pós-modernidade. As conexões participam de todo plano de comunicação, estabelecidas através das mediações associativas e a mutação é uma de suas principais características. Constata-se que a imagem, que tem como um dos seus ingredientes o sensível como instrumento de produção, recebe interferências de várias ordens, mas também acaba por interferir no contexto social onde se insere, devido à força inerente que a mesma possui. Assim, o cenário é demonstrado para que seja possível efetuar análises de alguns aspectos deste fenômeno multidimensional, afastando-se da teoria, indo-se à prática e retornando-se à teoria, como uma aplicação contínua desse processo.

**Palavras-chave:** Arte, Design, Moda, Interfaces.

### Abstract

*Today it is observed that the dividing lines between multiple fields of activity are increasingly subtle and interdisciplinarity indicates one of the best directions to walk in postmodernity. The study seeks to establish some connections, contextualized by the ambience of postmodernity. Connections participate in all the communication plan established through associative mediation and the mutation is one of its main features. It appears that the image, which has as one of its ingredients sensitive as a production receives several orders of interference, but also ends up interfering in the social context in which it operates, due to the inherent strength that it has. So the scenario is shown to be able to carry out analysis of some aspects of this multidimensional phenomenon, moving away from the theory to the practice going and returning to the theory, as the continuous application of this process.*

**Keywords:** Arts, Design, Fashion, Interfaces.

## DESIGN EDITORIAL PARA CRIANÇAS Abstração e Tridimensionalidade

Vitor Ventola Bravin<sup>1</sup>, Cassia Leticia Carrara Domiciano<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Universidade Estadual Paulista "Julio de Mesquita Filho" – Unesp – Bauru, São Paulo, Brasil

vitorbravin@gmail.com; carrara@faac.unesp.br

### Resumo

Atualmente, a produção de livros infantis está a crescer e ganhar espaço, tanto no mercado editorial, como no campo de atuação dos designers. No entanto, ainda é pequena a quantidade de materiais exclusivos para as crianças menores, que ainda não apreenderam a ler. Além de boas imagens, pode-se valer de recursos como a interação e a tridimensionalidade. Este artigo apresenta pesquisa bibliográfica sobre o design e os livros infantis, bem como uma busca e análise de referências de livros que utilizem o *pop up* como técnica principal, pois acredita-se que o uso de diferentes materiais estimule de forma dinâmica a criatividade e a percepção infantil. O uso de imagens abstratas em produtos editoriais infantis também é abordado. Ao final, um novo livro é proposto.

**Palavras-chave:** design editorial, livro infantil, interatividade, *pop up*, ilustração abstrata

## EDITORIAL DESIGN FOR CHILDREN *abstraction and three-dimensionality*

### Abstract

*Are currently, the production of children's books has been growing and gaining large space both in publishing, as in the field of expertise of the designers. However, it is still a small amount of unique materials for younger children, who have not seized to read. Beyond good images, the designer can use features like interaction and three-dimensionality. This article presents literature on the design and children's books, as well as a search and analysis of references to books that use pop up as the main technique, as it is believed that the use of different materials dynamically stimulate creativity and perception children. The use of abstract images in editorial products for children is also discussed. At the end, a new book is proposed.*

**Keywords:** editorial design, children's book, interactivity, *pop up*, abstract illustration

## ESTUDO DE OPINIÃO DE ESPECIALISTAS EM DESIGN GRÁFICO SOBRE UMA PROPOSTA DE REPRESENTAÇÃO VISUAL PARA UM LIVRO DE INCENTIVO E ORIENTAÇÃO À CORRETA HIGIENIZAÇÃO BUCAL INFANTIL

## STUDY OF EXPERTS IN GRAPHIC DESIGN ON A PROPOSAL FOR A VISUAL REPRESENTATION OF THE BOOK OF GUIDANCE AND ENCOURAGEMENT TO CHILD PROPER ORAL HYGIENE

Patrícia Rocha Santos<sup>1</sup>, Karla Mazarelo Maciel Pacheco<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Curso de Design: Universidade Federal do Amazonas – UFAM

<sup>2</sup> Departamento de Design e Expressão Gráfica: Universidade Federal do Amazonas – UFAM

patriciasantos222@hotmail.com; karlamazarelo@hotmail.com

### Resumo

Este artigo descreve a análise do posicionamento de 4 especialistas em design gráfico sobre 3 alternativas de representação visual para um livro de incentivo e orientação à correta higienização bucal infantil. Da metodologia adotada, foi aplicado um formulário explanando sobre o tema de estudo e apresentando 3 alternativas geradas a partir de dados coletados, além de uma tabela com critérios para a avaliação das mesmas. Como resultado os especialistas ressaltaram os aspectos de linguagem informal e ilustrativa; e uso de cores. Concluindo que as informações cedidas pelos especialistas contribuíram para o andamento do projeto com a possibilidade da aceitação por parte do público infantil.

**Palavras-chave:** Estudo de opinião, design editorial, livro infantil e odontopediatria.

### Abstract

*This article describes the analysis of the positioning of 4 specialists in graphic design about 3 alternative visual representations for a book of encouragement and guidance to the correct child oral hygiene. The methodology was applied on a form explaining the study topic and presenting three alternatives generated from data collected, as well as a table with criteria for evaluation. As a result the experts emphasized the aspects of informal and illustrative language, and use of color. Concluding that the information transferred by the experts contributed to the progress of the project with the possibility of acceptance by children.*

**Keywords:** *Opinion survey, editorial design, children's book and pediatric dentistry.*

## ANÁLISE QUALITATIVA DO POSICIONAMENTO DE DESIGNERS GRÁFICOS SOBRE O ASPECTO VISUAL DE LIVRO DIDÁTICO PARA AUXÍLIO NA ALFABETIZAÇÃO DE INDIVÍDUOS COM SÍNDROME DE DOWN.

## QUALITATIVE ANALYSIS OF POSITIONING OF GRAPHIC DESIGNERS FOR VISUAL APPEARANCE OF BOOK TEACHING AID FOR LITERACY IN INDIVIDUALS WITH DOWN SYNDROME

Leonor Tiago e Souza<sup>1</sup>, Karla Mazarelo Maciel Pacheco<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Curso de Design: Universidade Federal do Amazonas – UFAM

<sup>2</sup> Departamento de Design e Expressão Gráfica: Universidade Federal do Amazonas – UFAM

leonorsouza@gmail.com;karlamazarelo@hotmail.com

### Resumo

O artigo apresenta uma análise de opinião de designers gráficos quanto ao aspecto visual a ser adotado para um livro didático de alfabetização destinado a indivíduos com Síndrome de Down. A pesquisa é de caráter qualitativo, na qual foi aplicada entrevista com educadores que forneceram informações para a geração das propostas gráficas a serem avaliadas. Como resultado, os designers destacaram como critérios o uso de tipografia de fácil leitura e compreensão, uma linguagem simples e um conceito visual inteligível, objetivo e claro. Com base nisso, conclui-se que a análise desses profissionais foi de suma importância para o andamento do projeto e alcance dos objetivos propostos.

**Palavras-chave:** design editorial, livro didático, alfabetização, síndrome de Down, análise de opinião

### Abstract

The article presents an analysis of opinion as to the visual graphic designers to be adopted for a textbook literacy for individuals with Down syndrome look. The research is qualitative, which was applied in the interview with educators who provided information for the generation of graphical proposals to be evaluated. As a result, the designers highlighted as criteria the use of typography easy to read and understand, simple language and intelligible, objective and clear visual concept. Based on this, we conclude that the analysis of these professionals was critical to the project's progress and achievement of objectives.

**Keywords:** editorial design, textbook, literacy, Down Syndrome, analysis of public opinion



## REDES NEURAS ARTIFICIAIS E SUAS APLICAÇÕES NO DESIGN DE PRODUTO

## ARTIFICIAL NEURAL NETWORK AND ITS APPLICATIONS IN PRODUCT DESIGN

Ana Paula Carvalho<sup>1</sup>, João Fernando Marar<sup>1,2</sup>, Rodrigo Holdschip<sup>1,3</sup>

<sup>1</sup>Laboratório Saci e UNESP, Bauru, SP, Brasil

<sup>2</sup>Departamento de Computação, Faculdade de Ciências

<sup>3</sup>PPGDesign, Fac. de Arquitetura, Artes e Comunicação, UNESP – Univ Estadual Paulista

popcarvalho@gmail.com; feramarar@fc.unesp.br; rodrigoholdschip@yahoo.com.br

### Resumo

Este artigo pretende colocar em discussão, através de diversos estudos em projeto de produto, a utilização de novas abordagens de inteligência artificial no design onde as redes neurais artificiais foram utilizadas com êxito nos mais diversos estudos.

**Palavras-chave:** Inteligência Artificial, Redes Neurais Artificiais, Projeto de Produto, Design.

### Abstract

*This paper pretend a discussion, through several studies in product design, the use of new approaches of artificial intelligence in design, were artificial neural networks have been successfully used in many different papers.*

**Keywords:** Artificial Intelligence, Artificial Neural Networks, Product Design, Design.

## DA MÚSICA AO LIVRO INFANTIL: A criação do pré-livro “A Fantástica Viagem do Sgt. Pimenta e sua Banda”

## FROM MUSIC TO CHILDREN BOOK: The creation of the pre-book “The Fantastic Trip of Sgt. Peppers and his Band”

Cassia Leticia Carrara Domiciano<sup>1</sup>, Caio Henrique do Rosario Silva<sup>1</sup>, Victor Fernandes Lira<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Universidade Estadual Paulista “Julio de Mesquita Filho” – Unesp – Bauru, São Paulo, Brasil

carrara@faac.unesp.br; chrs.caio@gmail.com; victor.lira@me.com

### Resumo

Este artigo apresenta as pesquisas, as metodologias e processos utilizados na criação e execução de um pré-livro, intitulado “A Fantástica Viagem do Sgt. Pimenta e sua banda”. O pré-livro, conceito criado pelo designer Bruno Munari, é um livro experimental que une ilustrações e materiais diversos, trabalhando com os sentidos das crianças leitoras. Apresentamos a proposta de um livro infantil temático, onde crianças e adultos podem se divertir e interagir ao mesmo tempo. Estão em evidência os procedimentos de produção gráfica industrial e o uso de intervenções e processos manuais na criação e execução do projeto. O trabalho foi desenvolvido como proposta para a disciplina de Produção Gráfica do curso de Design Gráfico da Universidade Estadual Paulista (UNESP, campus de Bauru, Brasil).

**Palavras-chave:** design editorial, livro infantil, pré-livro, interatividade, produção gráfica

### Abstract

*This paper presents research, methodologies and processes used to create and execute a pre-book, entitled “The Fantastic Trip of Sgt. Peppers and his Band”. The pre-book, concept created by Bruno Munari, is a book that unites experimental graphics and various materials, working with the senses of children readers. Here is the proposal for a themed children’s book, where children and adults can have fun and interact together. Procedures for industrial print production and use of interventions and manual processes in the creation and execution of the project are in evidence. The work was developed as a proposal for the discipline of Graphic Production, in Graphic Design course of the Universidade Estadual Paulista (UNESP – Bauru, Brazil).*

**Keywords:** Editorial Design, children book, Prebooks, interactive, graphic production

## FOTOLIVRO texto e imagem

**Rita Bastos<sup>1</sup>**

<sup>1</sup> *Facultat de Belles Arts Universitat de Barcelona*

rita@ritabastos.com

### **Resumo**

Tendo como ponto de partida o fotolivro e a evolução das áreas subjacentes ao mesmo – Arte, Fotografia e Design – este estudo pretende explorar e compreender o fotolivro enquanto objecto artístico, conceptual, gráfico, técnico e independente. Para isso, exploramos a arquitectura gráfica do fotolivro, focando essencialmente a composição, o espaço-formato e a tipografia.

**Palavras-chave:** Design, Fotolivro, Composição, Espaço-formato, Tipografia

## **PHOTOBOOK** *text and image*

### **Abstract**

*Taking as its starting point the photobook and the evolution of the same underlying Arts, Photography and Design, this study aims to explore and understand the photobook as art, conceptual, graphic, technical and independent subject areas. For this, we exploit the graphical architecture photobook, mainly focusing on composition, space-format and typography.*

**Keywords:** *Design, Photobook, Composition, Space-format, typography*

## **SUPERFÍCIES RELACIONAIS E ESPAÇOS URBANOS PARTICIPATIVOS**

## **RELATIONAL SURFACES AND PARTICIPATORY URBAN SPACES**

**Ricardo Mendonça Rinaldi<sup>1</sup>, Marizilda dos Santos Menezes<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> PPGDesign, Faculty of Architecture, Arts and Communication – UNESP – Univ Estadual Paulista

<sup>2</sup> PPGDesign, DARG, Faculty of Architecture, Arts and Communication – UNESP – Univ Estadual Paulista

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

### **Resumo**

A superfície, enquanto elemento configurativo de um produto industrial, pode ser projetada com a finalidade de conquistar diferenciação e inovação.

Este artigo apresenta uma proposta de investigação onde superfícies relacionais são estruturadas a fim de tornar espaços públicos em espaços participativos de interação social entre os meios físico e virtual.

**Palavras-chave:** Design, design de superfície, espaço urbano, espaço informacional, tecnologia, sociedade.

### **Abstract**

*The surface, while configurative element of an industrial product, can be designed with the purpose of gaining differentiation and innovation.*

*This paper presents a research proposal where relational surfaces are structured to become public spaces in participatory spaces of social interaction between the physical and virtual.*

**Keywords:** Design, surface design, urban space, information space, technology, society.

## **SUPERFÍCIES PROJETADAS: Processos Multifacetados**

## **SURFACES PROJECTED: Multifaceted Processes**

**Ricardo Mendonça Rinaldi<sup>1</sup>, Marizilda dos Santos Menezes<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> PPGDesign, Faculty of Architecture, Arts and Communication – UNESP – Univ Estadual Paulista

<sup>2</sup> PPGDesign, DARG, Faculty of Architecture, Arts and Communication – UNESP – Univ Estadual Paulista

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

### **Resumo**

Este estudo visa reconhecer o Design de Superfície como especialidade híbrida e esclarecer as intervenções ocorridas na relação entre superfície e design por meio do ato projetual criativo e técnico. Para avaliar esta condição são apresentados seis estudos de caso para constatar os níveis de aplicação e cooperação das especialidades do Design em objetos que ganham destaque por apresentar superfícies diferenciadas.

**Palavras-chave:** design, design de superfície, superfícies projetadas, projeto de produto, hibridismo.

### **Abstract**

*This study aims to recognize the Surface Design as specialty hybrid and clarify the relationship between surface and design through projectual creative act and technical. To evaluate this condition are presented six case studies to verify the levels of cooperation and implementation of the specialties of Design in objects that are highlighted by presenting different surfaces.*

**Keywords:** design, surface design, projected surfaces, design product, hybridity.

## DESIGN GRÁFICO E INTERVENÇÃO URBANA

## GRAPHIC DESIGN AND URBAN INTERVENTION

**Gisela Belluzzo de Campos<sup>1</sup>, Vívian Suarez Martins<sup>1</sup>**

<sup>1</sup> Programa de Pós-Graduação em Design – Universidade Anhembi Morumbi

giselabelluzzo@uol.com.br; contato@vickasuarez.com

### Resumo

Este artigo focaliza o trabalho de três intervenções urbanas cujas produções gráficas são realizadas de modo independente. Por meio de mensagens com amplo apelo social e construções gráficas objetivas e cativantes, essas peças contribuem para tornar a vida em São Paulo menos árida e mais humana. A tecnologia facilita a produção e veiculação tanto no que se refere ao barateamento de custos gráficos quanto à disseminação nas redes sociais. O design gráfico desempenha um papel social ao processar e transmitir significações fora dos canais oficiais e possibilitar repercussões nas redes sociais.

**Palavras-chave:** design gráfico, intervenções urbanas, São Paulo.

### Abstract

*This article focuses on the work of three urban interventionists whose graphic productions are performed independently. Through messages with broad social appeal and objective and captivating graphic constructions, these pieces help to make the life in São Paulo less arid and more humane. The technology facilitates their manufacture and placement both in respect to cheapness graphics cost and the spread in social networks. Graphic design plays a social role to process and transmit meanings outside official channels and enable its continued impact and the social networks.*

**Keywords:** *graphic design, urban intervention, São Paulo.*

## DESIGN E MÚSICA: A TRADUÇÃO INTERSEMIÓTICA NOS CARTAZES DE RAHMA PROJEKT

## DESIGN AND MUSIC: INTERSEMIOTIC POSTERS IN TRANSLATION RAHMA PROJEKT

Diego Piovesan Medeiros<sup>1</sup>, Marília Matos Gonçalves<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC

E-mail: diego.piovesan@gmail.com; marilinhamt@gmail.com

### Resumo

O presente artigo visa analisar a tradução inter-semiótica da música para o cartaz, desenvolvida pelo designer Rafael Hoffmann em seu projeto Rahma Projekt. Tem como objetivos identificar os principais signos utilizados na tradução e referenciar a tradução intersemiótica como ferramenta no processo de criação no design gráfico. Para isso, serão observados os cartazes “Faroeste Caboclo”, “Light my fire” e “Aquarela do Brasil”, os mais vendidos e conhecidos no ano de 2013 com base nas lojas virtuais que estão expostos.

**Palavras-chave:** Cartaz, música, signo gráfico, intersemiótica

### Abstract

*This paper aims to analyze the inter-semiotic translation of the song with the poster, developed by designer Rafael Hoffmann Rahma Projekt on your project. Aims to identify the main signs used in translation and referencing intersemiotic translation as a tool in the process of creating graphic design. For this, the posters «Faroeste Caboclo», «Light My Fire» and «Aquarela do Brasil», bestsellers and known in 2013 based on virtual stores that are exposed will be observed.*

**Keywords:** Poster, music, graphic sign, intersemiotic

## **PERSPECTIVA ANGULAR IMERSIVA Uma representação contemporânea**

## **IMMERSIVE ANGLED PERSPECTIVE A contemporary representation**

**Fabrcio José Aguiar de Mira<sup>1</sup>, Elias de Carvalho Silveira<sup>2</sup>, João Fernando Marar<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Laboratório Sistemas Adaptativos e Computao Inteligente – Unesp/Bauru-SP.

<sup>2</sup>Laboratório Sistemas Adaptativos e Computao Inteligente e Pós-Graduao em Design Unesp/Bauru-SP.

<sup>3</sup>Faculdade de Ciências, Departamento de Computao e Pós-Graduao em Design Unesp/Bauru-SP.

fabriciomira@gmail.com; eliasilveira.arte@gmail.com; fermarar@fc.unesp.br

### **Resumo**

O presente artigo traça um panorama das técnicas de representao visual perspcticas do século XV até hoje, para propor uma técnica de representao visual que esteja em consonância com os novos paradigmas contemporâneos.

**Palavras-chave:** perspectiva, artes visuais, arquitetura, tecnologia.

### **Abstract**

*This article presents an overview of the form of visual representation in perspective since the fifteenth century until today, to propose a technique of visual representation that is consistent with the contemporary paradigms.*

**Keywords:** *perspective, visual arts, architecture, technology.*



## TECNOLOGIAS DIGITAIS NA EDIÇÃO DO LIVRO

## DIGITAL TECHNOLOGIES IN THE BOOK EDITION

Rui Proença<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Centro de Estudos de Comunicação e Linguagens – Faculdade de Ciências Sociais e Humanas  
– Universidade Nova de Lisboa

ruiproenca@ipt.pt

### Resumo

Pretende-se com este trabalho propor uma reflexão acerca da edição de livros num contexto global, e procurar saber qual o actual e potencial futuro impacto das tecnologias digitais na indústria editorial, ao nível do surgimento de novos paradigmas de publicação com a utilização da Web 2.0, e das suas aplicações dentro da Publicação Editorial, assim como as alterações ao nível da cadeia de edição e distribuição do livro, provocadas por esta “mudança de paradigma”, como consequência dos inúmeros recursos tecnológicos disponíveis.

**Palavras-chave:** publicação de livros, aplicações da Web, novos suportes digitais, tecnologia digital, auto-publicação

### Abstract

*The aim of this work to propose a reflection on the book publishing in a global context, and find out what the current and potential future impact of digital technologies in the publishing industry, the emergence of new paradigms of publication with the use of Web 2.0 and its applications within the Publication Editorial, as well as changes in terms of publishing, editing and book distribution chain, caused by this “paradigm shift”, as a result of numerous technological resources available.*

**Keywords:** books publication, web applications, new digital media, digital technology, self-publishing

## A CONVERGÊNCIA DAS IMAGENS DIGITAIS NUM LAPSO DE TEMPO

## DIGITAL IMAGERY CONVERGENCE IN A TIME-LAPSE

Rogério Zanetti Gomes<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Doutorando: PUC SP – TIDD Tecnologias da Inteligência e Design Digital

rogerioghomes@gmail.com

### Resumo

O hibridismo imagético corrente no design contemporâneo advém de inúmeros dispositivos tecnológicos da imagem que, há pouco tempo atrás, eram vistos como uma realidade distante, ou mesmo inimagináveis. As discussões sobre a convergência das imagens digitais e seus suportes estão em efervescência. Para compreender tal hibridação entre imagens, a investigação é baseada em pesquisa bibliográfica. Propõe-se investigar a arqueologia da fotografia a partir da cronofotografia de Edward Muybridge, onde se denota um princípio de animação, com a aplicação de análise em produtos do design contemporâneo para diagnosticar os conceitos desta convergência e sua consequência na intersemiose entre as imagens digitais.

**Palavras-chave:** Hibridismo, Fotografia, Vídeo, Arte e tecnologia.

### Abstract

*The prevailing image hybridism in contemporary design accrues from numerous technological devices of imagery that, a little while ago, were taken as to belong to a distant or even unimaginable reality. Discussions on the digital imagery (as well as its media) have been put on a spotlight. In order to understand such imagery hybridization, the investigation is based on literature review. It is proposed to investigate the archeology of photography, from Edward Muybridge's chronophotography, in which an animation principle is denoted. Also, an analysis on contemporary design products is conducted, in order to diagnose the concepts of this convergence as well as its consequence in digital imagery intersemiosis.*

**Keywords:** Hybridism, Photography, Video.

## **A GEOMETRIA NA PINTURA E NO CARTAZ DE ALMIR MAVIGNIER**

## **GEOMETRY IN PAINT AND POSTER OF ALMIR MAVIGNIER**

**Marko Alexandre Lisboa dos Santos<sup>1</sup>, Olympio José Pinheiro<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> *Doutorando em Design pelo Programa de Pós Graduação em Design – PPG-Design/FAAC/UNESP; Professor Efetivo na FURB – Fundação Universidade Regional de Blumenau.*

<sup>2</sup> *Professor Doutor, Docente do Programa de Pós Graduação em Design – PPG-Design / FAAC / UNESP.*

malsantos@furb.br; holihn@uol.com.br

### **Resumo**

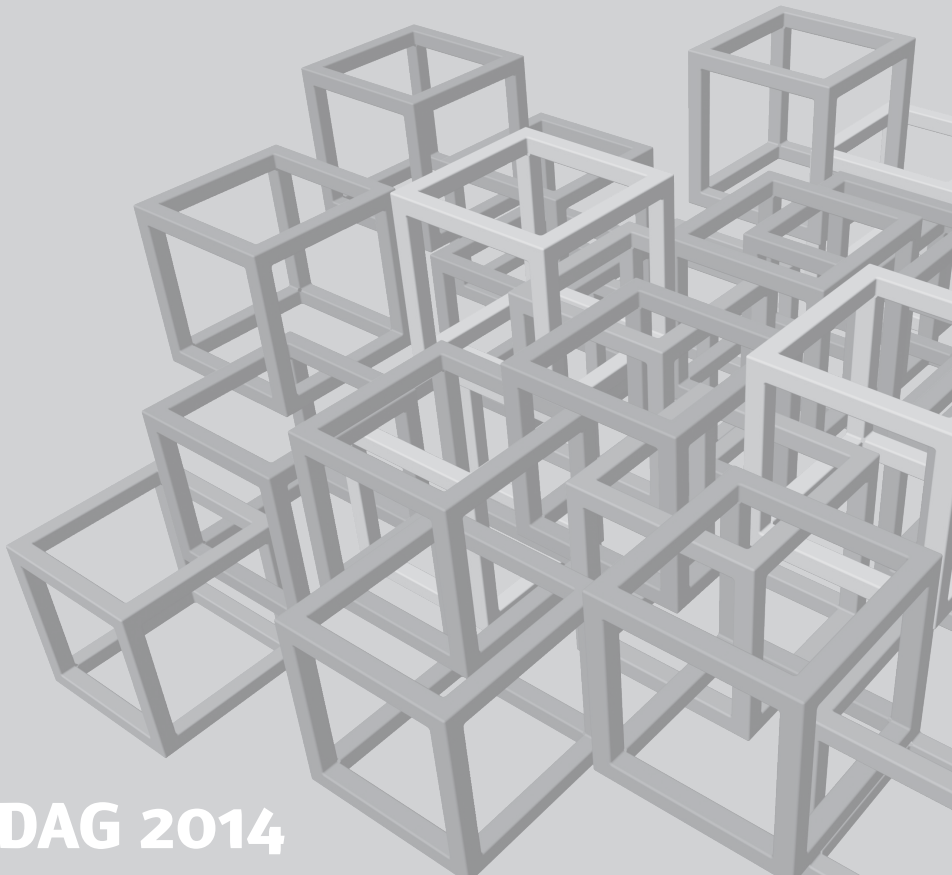
Este artigo é uma investigação que focaliza a obra de Almir Mavignier, em sua expressão nas Artes Visuais e no Design Gráfico. Objetivamente, relata as análises geométricas realizadas num quadro e a posterior verificação das mesmas proposituras observadas num cartaz realizado pelo artista e designer brasileiro e internacional. Entre outros aspectos, tais análises buscam demonstrar a possibilidade de articulação e proximidade entre conceitos advindos da arte construtiva, no contexto do concretismo e neoconcretismo brasileiros e sua projeção no Design Gráfico da pós-modernidade ou contemporaneidade.

**Palavras-chave:** artes visuais, design gráfico, cartazes, concretismo, neoconcretismo.

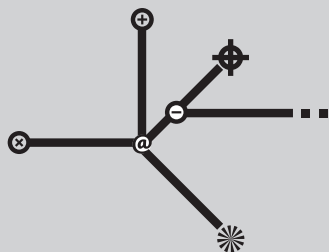
### **Abstract**

*This article is an investigation that focuses on the work of Almir Mavignier in its expression in Visual Arts and Graphic Design. Objectively, reports the geometric analyzes a framework and further verification of the same propositions observed on a poster by the artist and brazilian and international designer. Among other things, these analyzes focused on demonstrating the possibility of joint and proximity between concepts under constructive art in the context of the concretismo and brazilian neoconcretismo and its projection in Graphic Design of the contemporaneity or postmodernity.*

**Keywords:** visual arts, graphic design, posters, concretismo, neoconcretismo.



**CIDAG 2014**



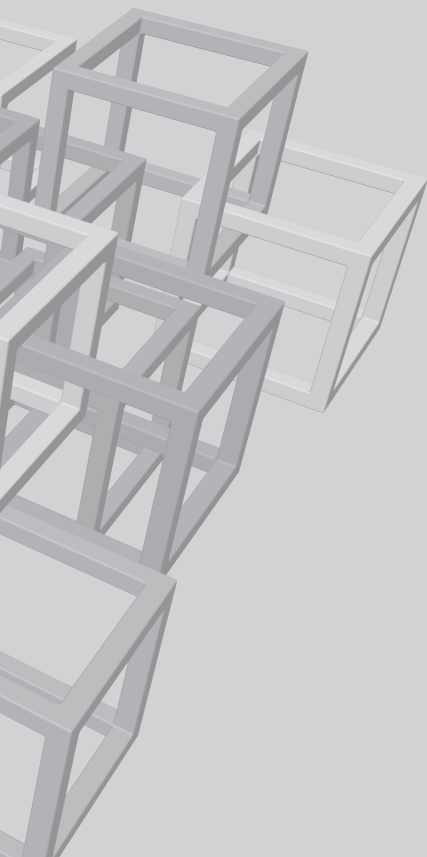
**Comunicações Orais/Posters**  
**PRODUÇÃO GRÁFICA**

---

*Oral Communications/Posters*  
*GRAPHIC PRODUCTION*

---

*Comunicaciones Orales/Posters*  
*PRODUCCIÓN GRÁFICA*





## IDENTIFICAÇÃO DO ESPAÇO SEMÂNTICO DE FONTES TIPOGRÁFICAS A PARTIR DA ANÁLISE DE COMPONENTES PRINCIPAIS

## IDENTIFICATION OF TYPEFACES SEMANTIC SPACE APPLYING PRINCIPAL COMPONENT ANALYSIS

Rodrigo Holdschip<sup>1</sup>, João Marcelo R. Soares<sup>2</sup>, João Fernando Marar<sup>3</sup>, Ana Paula Carvalho<sup>4</sup>

<sup>1,2</sup> PPGDesign, Fac. de Arquitetura, Artes e Comunicação, UNESP – Univ Estadual Paulista

<sup>3</sup> Faculdade de Ciências, UNESP – Univ Estadual Paulista

<sup>4</sup> Laboratório Saci, Faculdade de Ciências, UNESP – Univ Estadual Paulista

rodrigoholdschip@yahoo.com.br; jm.dg@uol.com.br; fermarar@fc.unesp.br; popcarvalho@gmail.com

### Resumo

Este estudo identificou o espaço semântico de fontes tipográficas a partir do uso da Análise de Componentes Principais. Os dados utilizados neste estudo foram provenientes da aplicação da técnica de Diferencial Semântico. 72 indivíduos, 41 homens e 31 mulheres foram instruídos a avaliar 8 fontes tipográficas através de um formulário de pesquisa disponibilizado *online*. A Análise de Componentes Principais aplicada a 6 variáveis altamente correlacionadas demonstra que o espaço semântico das fontes foi descrito por dois fatores independentes relacionados ao conforto e ao gênero.

**Palavras-chave:** Tipografia, Espaço Semântico, Análise de Componentes Principais.

### Abstract

*This study identified the semantic space of typefaces applying Principal Components Analysis. The data used in this study was derived from the application of the technique of Semantic Differential. 72 subjects, 41 males and 31 females were instructed to assess 8 typefaces through an online survey form made available. Principal Components Analysis applied to only 6 highly correlated variables shows that the semantic space of typefaces was described by 2 independent factors related to comfort and genre.*

**Keywords:** *Typeface, Space Semantic, Principal Component Analysis.*

## **INNOVATIVE PRINTING AND CREATIVE SOLUTIONS IN THE GRAPHIC ARTS**

**Rozália Szentgyörgyvölgyi<sup>1</sup>; Csaba Horváth<sup>1</sup>**

<sup>1</sup> Óbuda University, Institute of Media Technology, Budapest, Hungary

szentgyorgyvolygi.rozsa@rkk.uni-obuda.hu; horvath.csaba@rkk.uni-obuda.hu

### **Abstract**

*The application of traditional forms was common while printed products were dominating the exchange of information. New solutions only emerged gradually. However, competition with electronic communication gave new momentum to creativity in graphic communication. Authors now structure and summarize the needs and expectations that 'smartphone-using' consumers have of printed products. They portray creative solutions that were designed to live up to these expectations – solutions that stimulate multiple sensory organs simultaneously and are capable of interactive communication.*

**Keywords:** *creative solutions, interactive communication, value added print, innovation*



## TIPOFOTO

### Um conceito de László Moholy-Nagy

Rita Bastos<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Facultat de Belles Arts Universitat de Barcelona

rita@ritabastos.com

#### Resumo

Tipofoto é um texto, de muitos, publicado numa das obras mais influentes do artista polivalente, pedagogo e teórico László Moholy-Nagy – *Pintura, Fotografia, Cinema* – que fala essencialmente da relação da Fotografia com a Tipografia. Neste artigo, pretende-se compreender este conceito, desconstruindo de forma faseada pensamentos-chave de László Moholy-Nagy e analisando factores ‘externos’ ao Design, mas que não deixam de se relacionar com as áreas em questão.

**Palavras-chave:** Design, Fotografia, Tipografia

## TYPOPHOTO

### A concept by László Moholy-Nagy

#### Abstract

*Tipofoto is a text, among many, published in one of the most influential works of the artist multipurpose, educator and theorist László Moholy-Nagy – *Painting, Photography, Film* – that speaks essentially the relationship of Photography to Typography. In this article, we intend to understand this concept, in a phased manner deconstructing key thoughts László Moholy-Nagy and analyzing ‘external’ factors to the design, but do not fail to relate to the areas in question.*

**Keywords:** Design, Photography, Typography

## DESIGN DE EMBALAGEM: Proposta de um kit de perfume.

## DESIGN PACKAGE: Proposal for a kit of perfume.

Tiago Medeiros<sup>1</sup>, Tiago Pagliari<sup>1</sup>, Seila Cibele Sitta Preto<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Universidade Norte do Paraná – UNOPAR

tiagomedeirosdsg@gmail.com; tiagopagliari@gmail.com; cibelesittap@gmail.com

### Resumo

O artigo proposto tem como objetivo a criação de um projeto de design de embalagem para perfumes. O design de embalagem contemplará o desenvolvimento de uma embalagem primária e uma secundária, a criação de logotipo para aplicação no produto, a criação de conceito e público foco. Para a fundamentação teórica foi realizada uma pesquisa bibliográfica. O método de pesquisa utilizado possui abordagem qualitativa com a utilização de entrevistas semiestruturadas com seu público foco. Como resultado foi desenvolvido um kit composto pela embalagem primária (o frasco de perfume), a embalagem secundária ou de apresentação (a caixa do perfume) e por uma caneta (estratégia de marketing, que faz parte do conceito), todos os elementos direcionados com seu público foco e conceitualização.

**Palavras-chave:** Design de Embalagem, Marketing, Conceito, Logotipo.

### Abstract

*The proposed article aims to create a design project packaging for perfumes. Packaging design will contemplate the development of primary packaging and a secondary, creating logo for use on product, concept creation and public focus. For theoretical foundation a bibliographic research was performed. The research method used has a qualitative approach using semi-structured interviews with your audience focus. As a result we developed a (marketing strategy, which is part of the concept) kit consists of the primary packaging (perfume bottle), secondary packaging or presentation (a perfume box) and a pen, all targeted elements your audience focus and conceptualization.*

**Keywords:** *Embalagem Design, Marketing, Concepts, Logo.*

## **INFLUÊNCIA DA COR, MATERIAIS E MORFOLOGIA DAS EMBALAGENS NA PRESUNÇÃO DE QUALIDADE DOS PRODUTOS.**

**Caso de estudo sobre  
embalagens de azeite.**

**Pedro Oliveira<sup>1</sup>, Paulo Alcobia<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> *PhD. Researcher at CIAUD, Professor at Universidade Europeia, Professor at ISEC.*

<sup>2</sup> *PhD. Professor at ISEC.*

ppoliveira@gmail.com; pauloalcobia@netcabo.pt

### **Resumo**

O presente estudo analisa a influência da cor, dos materiais e da forma das embalagens na presunção de qualidade sobre o produto contido. O estudo centra-se especificamente no caso das embalagens de azeite para consumo doméstico que se encontram à venda nas grandes superfícies comerciais de Portugal. As conclusões fornecem dados importantes para o posicionamento de marcas de azeite e para a sua segmentação económica.

**Palavras-chave:** Embalagem, Azeite, Cor, Forma, Materiais, Qualidade.

## **INFLUENCE OF COLOR, MATERIALS AND PACKAGING MORPHOLOGY IN PRODUCT PERCEIVED QUALITIES.**

**Case study on  
olive oil packaging.**

### **Abstract**

*This study analyzes the influence that certain features of the packaging have upon the judgment quality of product contained therein. The study focuses specifically on the case of packaging of olive oil for sale in Portugal and the effect the change in prejudice about what they contain. The findings support the project-activity package design, providing data that facilitates the correct targeting of brands and product ranges.*

**Keywords:** Packaging, Olive oil, Color, Shape, Materials, Quality.

## O NIVELAMENTO VISUAL APLICADO COMO FERRAMENTA PROJETUAL Auxílio na comunicação com o cliente

## THE VISUAL LEVELING APPLIED AS A PROJECT TOOL *Aiding the communication with the client*

Lia Paletta Benatti<sup>1</sup>, André Carvalho Mol Silva<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Universidade Federal de Juiz de Fora – Instituto de Artes e Design

<sup>2</sup> Universidade do Estado de Minas Gerais – Escola de Design/Centro Design Empresa

lia.paletta@ufjf.edu.br; andremol@gmail.com

### Resumo

O presente artigo expõe a utilização da ferramenta de nivelamento visual aplicada como etapa projetual no desenvolvimento de embalagens. O caso apresentado demonstra o uso de uma nova etapa inserida no fluxo metodológico de design como estratégia para melhorar o entendimento, do designer, das intenções do cliente. O objetivo com a aplicação da ferramenta é dar respaldo ao trabalho do designer como complementação a etapa de briefing e garantir melhores chances de acerto no desenvolvimento de um projeto.

**Palavras-chave:** Design, nivelamento visual, embalagem, ferramenta projetual.

### Abstract

*The present paper shows the use of the visual leveling tool applied as a stage of the development of a package design project. The case presented shows how the use of a new project stage introduced in the design methodological flow as a strategy to improve the acknowledgement of the client by the designer. The application of the tool aims to provide support to the designer's work as a way to complement the briefing stage and guarantee better chances of an adequate result of a design project.*

**Keywords:** Design, visual leveling, package, project tool

**EMBALAGEM E O UTILIZADOR****PACKAGING AND USERS****Regina Aparecida Delfino<sup>1,2</sup>, Luís Carlos Paschoarelli<sup>3</sup>, Pedro Alexandre Matos<sup>4</sup>**<sup>1</sup> CIAUD, Faculdade de Arquitetura, UL, <sup>2</sup> Instituto Politécnico de Tomar<sup>3</sup> UNESP, Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação<sup>4</sup> C3i, Instituto Politécnico de Portalegre

reginadelfino@sapo.pt; paschoarelli@faac.unesp.br; pmatos@estgp.pt

**Resumo**

O mercado de embalagens cresceu significativamente nos últimos anos. Entre outros fatores que contribuíram para este crescimento, destacamos aqui as alterações de hábitos de consumo da sociedade. Considerando a importância da embalagem na aquisição dos produtos e os anseios e necessidades dos utilizadores, toda a cadeia de embalagem estará envolvida em suprir estas necessidades. Através da análise de alguns autores que abordam a interação entre o utilizador e o produto, pretendemos compreender as condicionantes que envolvem esta questão de modo a que os designers de embalagem possam incorporar os contributos dos utilizadores no seu processo de trabalho. Os resultados deste estudo podem contribuir para uma maior reflexão no exercício da profissão do designer de embalagens.

**Palavras-chave:** Design de Embalagem, Design Centrado no Utilizador, Consumo.

**Abstract**

*The packaging market has significantly grown in recent years. Among other factors that have been contributing to this growth, we highlight here recent changes in the consumption habits in our society. Considering the relevance of packaging in the acquisition of products as well as users desires and needs, the entire packaging chain will be involved providing solutions to that. Through the analysis of some authors that address the issue of interaction between user and products, we try to understand the constraints within this subject in order to an integration of users contribute in packaging designers methods. The results of this research may contribute to an increasing reflection on the packaging design profession.*

**Keywords:** Packaging Design, Human-centered Design, Consumption.

## **SUBSTITUIÇÃO DE BERÇOS MOLDADOS EM EMBALAGENS DE TRANSPORTE**

**Moldagem com resíduos  
de caixas de papelão**

**Dalton Luiz Razera<sup>1</sup>, Jair Mello Jarek<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> Prof. Doutor do Programa de Pós-Graduação em Design Universidade Federal do Paraná,  
Chefe do Setor de Ciências Humanas, Departamento de Artes

<sup>2</sup> Mestrando do Programa de Pós-Pós Graduação em Desing Universidade Federal do Paraná – UFPR, Brasil.  
Graduação em Design de Produto.

daltonrazera@ufpr.br; jarekjair@yahoo.com

### **Resumo**

Este trabalho tem o objetivo de mostrar os experimentos realizados com os resíduos resultantes de empresas de embalagens de papelão e a possibilidade de seu uso como substituição de berços pré moldados convencionais, com polpa de papel ou poliestireno. Por meio de um processo baseado no conceito da tecnologia de compósitos e compressão realçando as vantagens na economia de processos, recursos naturais, logística e transporte dos resíduos.

**Palavras-chave:** Moldes de Papelão, Sustentabilidade, Substituição de materiais de embalagens, Embalagem de Transporte.

## **SUBSTITUTION OF MOLDED CRADLE IN TRANSPORT PACKAGES**

**Molding with Card Board  
Paper Scraps**

### **Abstract**

*This work try to show the experiments done with residues originated from card board packaging companies e also present the possibility as been used as substitute of convencional molded cradles made of paper pulp or polystyrene. Through of the concept of a process based on composit tecnology and compression. The idea is to rehance the advantages and economy of internal processes, natural resources, logistics and residuos transportation.*

**Keywords:** Card board molded cradles, Sustainability, Package Material substitution, Transport.

## ESTUDO TEÓRICO ENTRE A RELAÇÃO DO CONSUMIDOR E A LOGÍSTICA REVERSA DE EMBALAGENS RECICLÁVEIS

## A THEORETICAL STUDY BETWEEN THE RELATIONSHIP OF CONSUMER AND REVERSE LOGISTIC CHAIN OF RECYCLABLE PACKAGES.

**Dalton Luiz Razera<sup>1</sup>, Jair Mello Jarek<sup>2</sup>**

*<sup>1</sup> Prof. Doutor do Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade Federal do Paraná, UFPR, Brasil, Diretor do Setor de Artes, Comunicação e Design, UFPR, Brasil.*

*<sup>2</sup> Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade Federal do Paraná -UFPR, Brasil. Graduação em Design de Produto.*

daltonrazera@ufpr.br; jairjarek@ufpr.br

### Resumo

Este artigo propõe mostrar a importância do consumidor final como um dos agentes envolvidos no ciclo de vida de embalagens com materiais recicláveis através da logística reversa. Na análise de resultados de bibliografia com foco em logística reversa de produtos, foi realçado de que forma o consumidor final participa, seus ganhos e as consequências da sua escolha. O consumidor final tem uma posição importante na logística reversa de um produto uma vez que ele é o ponto inicial de uma cadeia reversa. Desta forma o consumidor necessita reconhecer claramente seus ganhos como usuário e um dos agentes da cadeia não apenas um participante secundário da logística reversa.

**Palavras chaves:** Logística reversa, Consumidor final, Embalagens Recicláveis.

### Abstract

*This article try to show the importance of one of subjects related to the Life Cycle of recyclable packages, the consumer, using Reverse Logistic Chain – RLC. The analysis results of some articles focusing on RLC, were analysed to make clear how the consumer makes part of the process with its gains, choices and consequences. The final consumer has an important place considering the RLC of a recycle product, once the consumer is the beginning point of a reverse chain. The consumer needs to recognize clearly where is its place as one of the subjects of this chain as well beneficiary and user, not only a secondary RCL participant.*

**Keywords:** Reverse Logistic, Final Consumer, Recyclable packaging.

## AVALIAÇÃO DE ALVEJANTES ÓPTICOS EM PAPÉIS DE IMPRESSÃO

Bruno Mortara<sup>1</sup>, Marlene Dely Cruz<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Faculdade SENAI de Tecnologia Gráfica

bmortara@usp.br; marlenedely@gmail.com

### Resumo

Este trabalho investiga a presença de alvejan-tes óticos em papéis de impressão offset de diferentes fabricantes, nacionais e importados. Esta presença é quantificada colorimetricamente através de uma metodologia que utiliza 2 espectrofotômetros idênticos, um com filtro UV e outro, sem filtro UV. A diferença entre as leituras revela a quantidade do alvejante presente no substrato, fator que modifica a coloração natural do papel. A pesquisa também compara os substratos estudados com os substratos descritos no padrão internacional do processo de impressão offset, ISO 12647-2:2004, mostrando quais amostras estão em conformidade com os papéis descritos na norma.

**Palavras-chave:** Alvejante óptico, papel, offset, colorimetria, ISO 12647-2:2004

## EVALUATION OF OPTICAL BRIGHTENER ADDITIVES IN PRINTING PAPERS

### Abstract

*This paper investigates the presence of optical brightener additives (OBA) in offset printing papers from different manufacturers, domestic and imported. This presence is quantified colorimetrically by means of a method that uses two identical spectrophotometers, one with a UV cut filter and one without filter. The difference between the two readings indicates the amount of OBA present in the substrate, a factor that modifies the natural color of the paper. The study also compares the studied substrates with the substrates described in standard for offset printing, ISO 12647-2:2004, showing which of them are compliant with that standard.*

**Keywords:** *Optical brightener, paper, offset, colorimetry*



## REPRESENTAÇÃO GRÁFICA DE DESENHOS TÉCNICOS DO VESTUÁRIO: Um estudo com vistas à normalização

Renata Lodi<sup>1</sup>, Airton Cattani<sup>2</sup>

<sup>1</sup> PGDesign – Programa de Pós-graduação em Design, Universidade Federal do Rio Grande do Sul; Universidade FEEVALE.

<sup>2</sup> PGDesign – Programa de Pós-graduação em Design, Universidade Federal do Rio Grande do Sul.  
renatalodi11@gmail.com; aacc@ufrgs.br

### Resumo

Este artigo origina-se de uma dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-graduação em Design da UFRGS-Brasil, intitulada "Diretrizes para a normalização de desenhos técnicos do vestuário para o segmento de malharia circular". A pesquisa apresenta diretrizes para a representação de linhas, escala, indicação de medidas e cotas e um catálogo de acabamentos utilizados em produtos de malharia circular. Estas diretrizes poderão contribuir como material de consulta para escolas de moda e indústrias do vestuário e também, no sentido de unificar a linguagem utilizada, gerando desenhos de fácil leitura em diferentes regiões brasileiras.

**Palavras-chave:** Representação gráfica, Desenho técnico de vestuário, Malharia circular.

## GRAPHIC REPRESENTATION OF TECHNICAL DRAWINGS OF CLOTHING: A study with a view to standardizing

### Abstract

*This paper stems from a dissertation submitted to the Graduate Program in Design at UFRGS-Brazil, entitled "Guidelines for the standardization of technical drawings of garments for the segment of circular knitting". The research presents guidelines for the representation of lines, scale indication of measures and dimensions and finishes in circular knitting products. These guidelines may contribute as reference material for fashion schools and apparel industries, and also in order to unify the terminology used, generating drawings for easy reading in different Brazilian regions.*

**Keywords:** Graphics; Technical Drawing Clothing; Circular Knitting

**DOIS FLUXOS DE TRABALHO,  
LATT-MAYER E QUIMIGRÁFICA  
MAYER:  
Relações entre tecnologia e  
design na história da indústria  
gráfica Brasileira.**

**TWO WORKFLOWS LATT-MAYER  
AND QUIMIGRÁFICA MAYER:  
*Relationship between technology  
and design in the history of  
Brazilian printing industry.***

**Almir Mirabeau<sup>1</sup>, Guilherme Cunha Lima<sup>2</sup>, Edna Cunha Lima<sup>3</sup>**

<sup>1,2</sup> ESDI/UERJ

<sup>3</sup> PUC-RIO

mirabeau@mirabeau.art.br; gecunhalima@globo.com; ednacunhalima@gmail.com

**Resumo**

Nosso objetivo neste trabalho é investigar como o design gráfico se relaciona com os meios de produção da indústria gráfica brasileira. Esta pesquisa se baseia em exemplos de fluxos de trabalho de duas empresas que produziam matrizes para a indústria gráfica brasileira nas décadas de 1960/1970. Por meio deste trabalho, é possível visualizar um abrangente painel histórico, que contempla um período em que ocorreram significativas transformações na relação entre designers e tecnologia na indústria gráfica brasileira.

**Palavras-chave:** Indústria Gráfica Brasileira, Tecnologia, Design Gráfico.

**Abstract**

*Our purpose in this research is to investigate how the graphic design relates to the means of production in the Brazilian printing industry. This research is based on examples of workflows two companies producing blocks and offset plates for the Brazilian printing industry in the decades 1960/1970. A comprehensive historical panel can be observed, focusing a period in which there significant overall changes occurred in the relation between designers and technology in the Brazilian printing industry.*

**Keywords:** *Brazilian Printing Industry, Technology, Graphic Design.*

## A INFLUÊNCIA DOS BRANQUEADORES ÓTICOS (OBA) NA PERCEÇÃO E MEDIÇÃO DA COR E AS NOVAS NORMAS ISO

## THE INFLUENCE OF OPTICAL BRIGHTENERS (OBA) IN COLOR PERCEPTION AND MEASUREMENT AND THE NEW ISO STANDARDS

Vitor Pedro<sup>1</sup>, Paulo Martins<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Instituto Superior de Educação e Ciências, Alameda das Linhas de Torres, n.º 179, 1750-142 Lisboa  
vitor-pedro@sapo.pt; pmartins@isec.universitas.pt

### Resumo

Este artigo descreve, de forma sintética, alguns procedimentos e conclusões de um estudo onde procurámos identificar a presença de agentes de branqueamento óptico em papéis e a sua influência na percepção e na medição da cor. A fluorescência – uma característica dos branqueadores óticos – foi observada em alguns papéis: a) ao serem iluminados com uma “luz negra”; e confirmada: b) pelo “pico”, na zona dos azuis, da curva de reflectância espectral do branco do papel; c) utilizando um instrumento com iluminante com conteúdo UV; d) pelo deslocamento, para o lado dos azuis, que as coordenadas CIE  $L^*a^*b^*$  das cores desses papéis apresentam. Os mesmos testes foram realizados aos resultados impressos de cores fortes, médias e claras. Assumindo haver presença de branqueadores óticos nos papéis que manifestaram fluorescência, concluímos que os OBA produzem maior efeito sobre cores claras do que sobre cores médias e pouca influência nas cores fortes, mas que esse efeito não é detectado pelo instrumento que usa filtro de corte UV. Finalmente, e vindo de encontro às nossas conclusões, que das quatro condições de medição M0, M1, M2 e M3 definidas pela norma ISO 13655:2009, a M1, cuja fonte de luz corresponde ao iluminante D50, é a condição recomendada para ambientes de iluminação com conteúdo UV e harmonia entre percepção visual e medição instrumental. Pelas mesmas razões, também essa nova condição de medição M1 é incluída na recentemente publicada ISO 12647-2:2013.

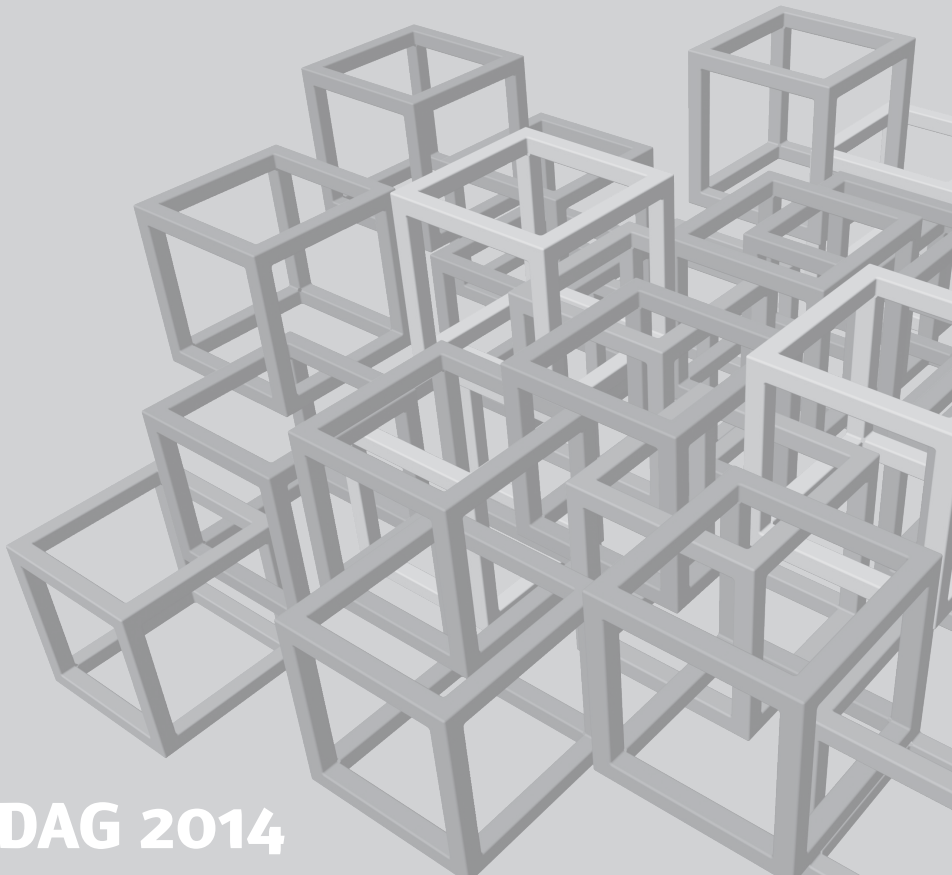
**Palavras-chave:** branqueador, cor, fluorescência, ISO 13655:2009, ISO 12647-2:2013, OBA.

### Abstract

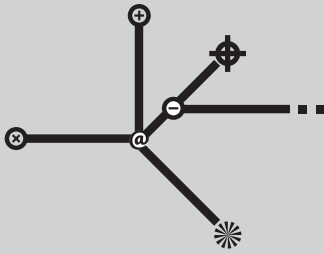
*This paper describes, synthetically, some procedures and conclusions of a study where we tried to identify the presence of optical brightening agents in paper samples and its influence on color perception and measurement. The fluorescence – a feature of optical brighteners – was observed in some paper samples: a) being illuminated with a “black light”; and confirmed: b) by the “peak” in the blue zone of the spectral reflectance curve of paper shade; c) using an instrument with UV content illuminant; d) by the displacement to the blue side of CIE  $L^*a^*b^*$  coordinates of paper shade. The same tests were performed on printed results of heavy, medium and light colors. Assuming there are optical brighteners in paper samples that showed fluorescence, we conclude that the OBA produce greater effect on light colors than on medium colors and little influence in strong colors, but that this effect is not detected by the instrument using UV-cut filter. Finally, and going against our conclusions, that the four measurement conditions M0, M1, M2 and M3, as defined by the ISO 13655:2009 standard, the M1, whose light source corresponds to D50 illuminant, is the recommended condition for lighting environments with UV content and harmony between visual perception and instrumental measurement. For the same reasons, also this new measurement condition M1 is included in the recently published ISO 12647-2:2013.*

**Keywords:** brightener, color, fluorescence, ISO 13655:2009, ISO 12647-2:2013, OBA.

**Reconhecimentos:** Trabalho desenvolvido no ISEC, pelo mestrando Vitor Pedro, sob a orientação do Mestre Paulo Martins, para a Unidade Curricular de Propriedades dos Materiais do Mestrado em Tecnologias Gráficas.



**CIDAG 2014**



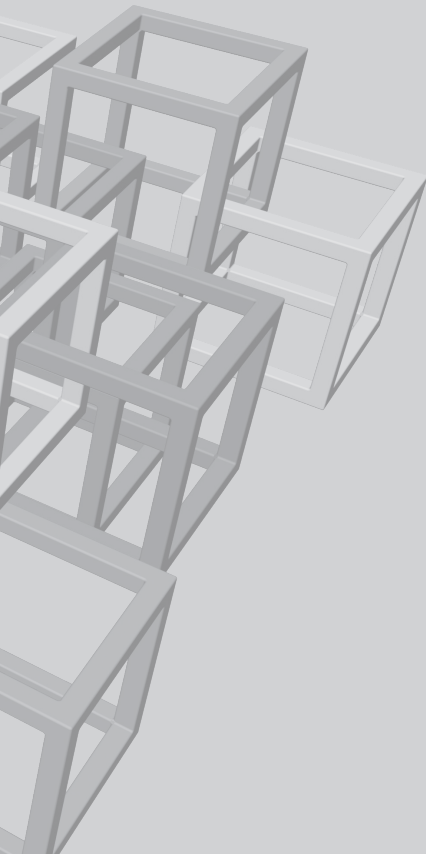
**Comunicações Orais/Posters**  
**ERGONOMIA**

---

*Oral Communications/Posters*  
*ERGONOMY*

---

*Comunicaciones Orales/Posters*  
*ERGONOMÍA*





## **BRAND DNA PROCESS®: Uma análise da marca gráfica do Parque Viva a Ciência**

**Sarah Schmithausen Schmiegelow<sup>1</sup>, Amanda Queiroz Campos<sup>1</sup>, Diego Piovesan Medeiros<sup>1</sup>, Luiz Salomão Ribas Gomez<sup>1</sup>, Marília Matos Gonçalves<sup>1</sup>**

<sup>1</sup> Pós Design – Universidade Federal de Santa Catarina

sarahschmiegelow@gmail.com; amandaqc88@gmail.com; diego.piovesan@gmail.com;

salodesigner@gmail.com; marilinhant@gmail.com

### **Resumo**

Por meio da análise da Marca Gráfica desenvolvida durante o projeto “Parque Viva a Ciência”, buscou-se identificar como o DNA da marca, diagnosticado pelo Brand DNA Process® como “educativo”, “dinâmico”, “curioso”, “científico” e “democrático”, foi expresso visualmente. Por meio da descrição e interpretação da assinatura visual – a partir dos elementos da construção visual – fundamentados em Dondis (1997), Lupton e Phillips (2008) e Perassi (2010), considerou-se que a Marca Gráfica desenvolvida representa de modo proficiente os conceitos diagnosticados como fundamentais para a identidade da marca, ou seja, componentes de seu DNA.

**Palavras-chave:** Marca Gráfica, Expressão Visual, Branding, DNA da marca.

## **BRAND DNA PROCESS®: Analysis of the Graphic Brand for the project “Live the Science Park”**

### **Abstract**

*Through the analysis of the Graphic Brand developed for the project “Live the Science Park” – Parque Viva a Ciência – we aimed to identify how the the Brand’s DNA – diagnosed by Brand DNA Process® as educative, dynamic, curious, scientific and democratic – was visually expressed. As a result of the description and interpretation of the visual signature via visual construction elements theorized by Dondis (1997), Lupton and Phillips (2008) and Perassi (2010), we conclude that the project’s Graphic Brand represents proficiently the concepts diagnosed as fundamental for the brand’s identity – whereas, its DNA’s components.*

**Keywords:** Graphic Brand. Visual Expression. Branding. Brand DNA.

## **FLAT DESIGN E DESIGN RESPONSIVO: As transformações na arquitetura de informação de web sites frente aos dispositivos móveis**

## **FLAT DESIGN AND RESPONSIVE DESIGN: The changes in the information architecture of web sites against mobile devices**

**Ailton S. Silva<sup>1</sup>, Fábio Erix Ramos Pereira<sup>1</sup>, Victor Marcelo F.R. Passos<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Uninove – Universidade Nove de Julho – São Paulo – Brasil

ailton.santos@uninove.br; fabio.ep@uol.com.br; victormarcelo\_vmdesigner@hotmail.com

### **Resumo**

A comunicação nos dias de hoje é percebida como uma grande avalanche: tempestiva e imediatista, em tudo é visto, lido e ouvido em tempo real. Criar interfaces que privilegiam a interatividade de forma persuasiva a partir de elementos da hiperídia, signos, formas e símbolos para elucidar um sistema de comunicação mais abrangente e objetiva, tornando o conhecimento universal assim como a dissipação da informação, é notavelmente imprescindível uma vez que a acessibilidade de informações em decorrência do desenvolvimento de dispositivos móveis propiciam potencialidades nos modos de interatividade. É salutar compreender que arquitetura de informação tem papel fundamental assim como a interdisciplinaridade com a psicologia, sociologia, antropologia, ciências cognitivas, ciência da computação, design instrucional, engenharia de software, ergonomia e IHC (interação humano-computador), entre outras. De acordo com Agner,(2009): "Assim como a arquitetura de informação, o ergodesign é um campo interdisciplinar intimamente ligado às interfaces de sistemas tecnológicos. O que visam é tornar as interfaces fáceis e as informações acessíveis". Este artigo remete a uma reflexão de modo a propiciar compatibilidade entre as plataformas sem perder a exatidão da informação, interatividade e design de interface em qualquer dispositivo móvel apoiando-se também nos conceitos de flat design e design responsivo.

**Palavras-chave:** Design responsivo, Flat Design, design de interface, arquitetura de informação, interatividade, ergodesign

### **Abstract**

*Communication today is perceived as a large avalanche: timely and immediate, everything is seen, read and heard in real time. Create interfaces that emphasize interactivity persuasively from elements of hypermedia, signs, forms and symbols to elucidate a system more comprehensive and objective communication, making the universal knowledge as well as the dissipation of information, it is remarkably essential since accessibility of information due to the development of mobile devices provide potential modes of interactivity. It is salutary to realize that information architecture plays a key role as well as interdisciplinarity with psychology, sociology, anthropology, cognitive science, computer science, instructional design, software engineering, ergonomics and HCI (human-computer interaction), among others. According to Agner, (2009): "As the information architecture, the ergodesign is an interdisciplinary field closely related to technological systems interfaces. The aim is to make it easy interfaces and accessible information". This article refers to a reflection in order to provide compatibility between platforms without losing the accuracy of information, interactivity and interface design on any mobile device also relying on the concepts of flat design and responsive design.*

**Keywords:** Responsive Design, Flat Design, interface design, information architecture, interactivity, ergodesign



## ESTUDO SOBRE O CONFORTO VISUAL NAS INTERFACES COM ÊNFASE NO DALTONISMO

## STUDY ABOUT THE VISUAL COMFORT IN THE INTERFACES EMPHASIZING DALTONISM

Andréa Silva Souza<sup>1</sup>, Demi Getschko<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Aluna Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUCSP)

<sup>2</sup> Docente da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUCSP)

andreassouza@yahoo.com.br; trieste@gmail.com

### Resumo

Este trabalho estuda o conforto visual nas interfaces, como forma de melhoria na acessibilidade e usabilidade nos sítios. Tem como principal objetivo a pesquisa das cores e sua influência quanto ao acesso no espaço web melhorando e trazendo, ao mesmo tempo, uma Internet para todos sem exceção. Dentre os aspectos teórico-metodológicos escolhidos foi abordada a filosofia da semiótica, teoria das cores, e principalmente os conceitos de acessibilidade e usabilidade.

**Palavras-chave:** ergonomia; acessibilidade; semiótica; daltonismo; cor; Internet.

### Abstract

*This work studies the visual comfort in interfaces as a way to improve the accessibility and usability on the websites. Its main objective is to research the colors and their influence on access to web space turning it better, bringing the use of Internet for everyone without exception. Among the theoretical and methodological aspects chosen was approached the philosophy of semiotics, color theory, and especially the concepts of accessibility and usability.*

**Keywords:** Ergonomics; accessibility; semiotics; color blindness; color; Internet

## **CUSTOMIZAÇÃO: TIPOS E CARACTERÍSTICAS**

## **CUSTOMIZATION: TYPES AND CHARACTERISTICS**

**Diego Piovesan Medeiros<sup>1</sup>, Airtton Cattani<sup>2</sup>, Marília Matos Gonçalves<sup>1</sup>**

<sup>1</sup> Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC

<sup>2</sup> Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS

diego.piovesan@gmail.com; marcavvisual@portoweb.com.br; marilinhamt@gmail.com

### **Resumo**

Este artigo apresenta os diferentes termos referentes a customização, como personalização, customização em massa, customerização e DIY, afim de gerar um quadro que sintetize essas nomenclaturas e auxilie na compreensão de cada uma. O quadro aqui apresentado faz parte dos resultados obtidos com a dissertação de mestrado deste autor, defendida em setembro de 2012 pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil.

**Palavras-chave:** Design, customização, personalização, DIY.

### **Abstract**

*This paper presents the different terms related to customization, such as personalization, mass customization, customerization, and DIY, in order to generate a frame that summarizes these classifications and assist in the understanding of each. The frame presented here is part of the results obtained with the author of this dissertation, defended in September 2012 by the Federal University of Rio Grande do Sul, Brazil.*

**Keywords:** Design, customization, personalization, DIY.

## RELAÇÕES IDENTITÁRIAS ENTRE SUJEITO E EMPRESA Design e ergonomia como recursos para a integração do trabalhador à organização

## IDENTITY RELATIONS BETWEEN SUBJECT AND COMPANY Design and ergonomics as resources for integration between employee and organization

Eugenio Andrés Díaz Merino<sup>1</sup>, José Elias da Silva Júnior<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Universidade Federal de Santa Catarina

eugenio.merino@ufsc.br; eliasjr2@gmail.com

### Resumo

Gestores buscam soluções para gerar engajamento de suas equipes em busca de produtividade no trabalho. Design e ergonomia se apresentam como recursos para integração do sujeito à organização, a partir da elaboração das relações identitárias entre indivíduo, trabalho e empresa. As duas disciplinas são discutidas neste estudo a partir de três pilares: memória, cultura e imagem. Expor-se exemplos de atuações do design e da ergonomia para cada um destes determinantes. O presente estudo, bibliográfico e aplicado, traz pesquisas sobre engajamento e conclui que a interlocução entre design e ergonomia é capaz de estreitar o relacionamento entre sujeito e organização.

**Palavras-chave:** Design, Ergonomia, Identidade Corporativa, Público Interno, Cultura Organizacional, Imagem Organizacional

### Abstract

Managers seek solutions to generate engagement of their teams and make them more productive. Design and ergonomics are presented as resources for integrating the subject the organization, from the elaboration of the relationship between individual identity, job and company. Design and ergonomics are discussed in this study based on three pillars: memory, culture and image. Expose examples of performances of two subjects for each of these determinates. This study literature and applied, brings research on engagement and concludes that the dialogue between design and ergonomics is able to strengthen the relationship between subject and organization.

**Keywords:** Design, Ergonomics, Corporate Identity, Worker, Organizational Culture, Organizational Image

## A INFLUÊNCIA DA COMPLEXIDADE NAS POSSIBILIDADES EXPRESSIVAS DO DESIGN DE SUPERFÍCIE

## THE INFLUENCE OF COMPLEXITY IN POSSIBILITIES EXPRESSIVE OF SURFACE DESIGN

Mariana Laranjeira<sup>1</sup>, João Fernando Marar<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Programa de Pós Graduação em Design UNESP

<sup>2</sup> Faculdade de Ciências, Departamento de Computação, Programa de Pós Graduação em Design UNESP

marilaranjeira.designer@gmail.com; fermarar@fc.unesp.br

### Resumo

O campo do design de superfície vem se apresentando cada vez mais eloquente com o surgimento de tecnologias que permitem a construção de formas e estruturas de alta complexidade, como a impressão tridimensional. Estabelecendo uma relação entre o design e os sistemas complexos. Este trabalho aborda a significativa inter-relação dos novos paradigmas da ciência, como as teorias do caos, da complexidade e da auto-organização, e a influência destes nas perspectivas do design de superfície, seja ele, arquitetônico, têxtil ou de qualquer outro caráter, produzido através de interfaces computadorizadas. De maneira a revelar a emergência novos processos criativos.

**Palavras-chave:** Complexidade, Caos, Design de Superfície, Impressão 3D.

### Abstract

*The investigation of surface design has been performing ever more eloquent with the advent of technologies that allow the construction of forms and structures of high complexity, such as three-dimensional printing. Establishing a relationship between design and complex systems. This work addresses the significant interrelationship of new paradigms: as theories of chaos, complexity and self-organization, and the influence of these perspectives on the surface design, It is architectural, textile or any other characteristics, produced through computer interfaces. In order to describe the emergence as a new creative processes.*

**Keywords:** Complexity, Chaos, Surface Design, 3D Printing

## DESIGN DE INFORMAÇÃO À ESCALA DA CIDADE

## INFORMATION DESIGN IN SCALE OF CITY

Paulo Alcobia<sup>1</sup>, Pedro Oliveira<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Ph.D. Professor at ISEC.

<sup>2</sup> Ph.D. Researcher at CIAUD, Professor at Universidade Europeia, Professor at ISEC.

pauloalcobia@netcabo.pt; ppoliveira@gmail.com

### Resumo

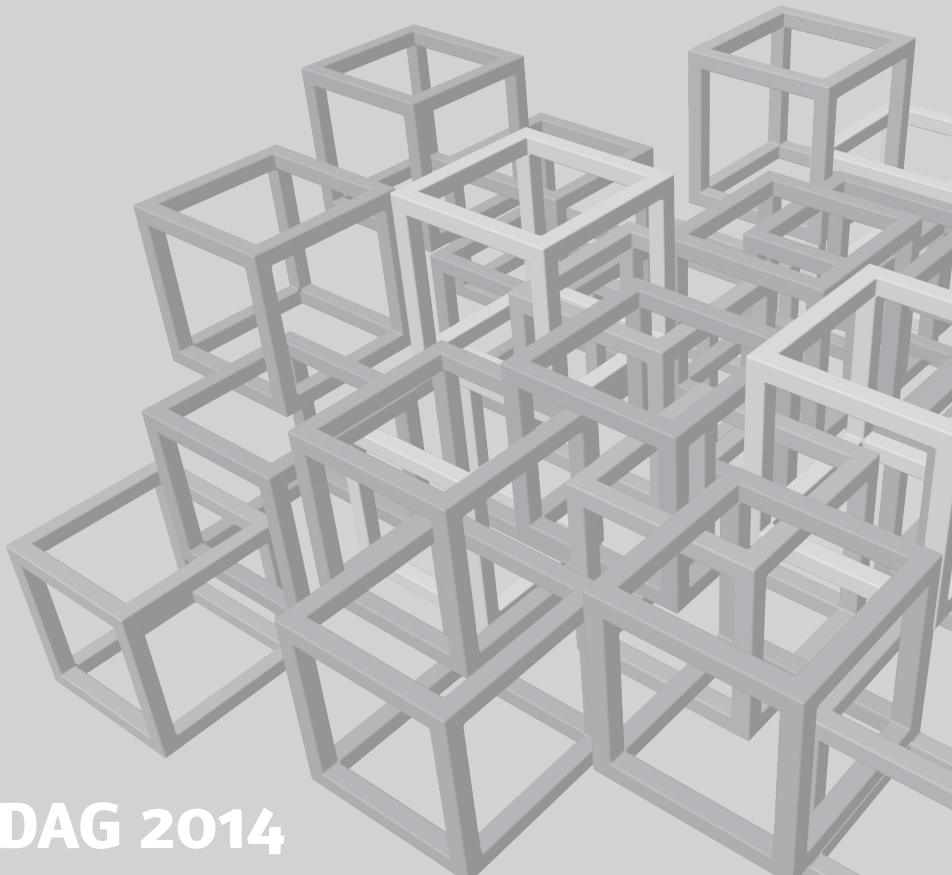
Nos processos gráficos para a escala urbana podem contemplar-se múltiplos macro-sistemas. Embora seja pouco evidente os mapas podem referir-se também a abstrações conceptuais. O interesse em representar, para nos podermos orientar no território é antigo e o resultado ultrapassa a mera funcionalidade ou estética. São ponto de partida de qualquer processo gráfico de representação da realidade física num modelo bi ou tridimensional. A criação de cartografias de um território é uma tentativa de domínio da natureza com vista à sua própria sobrevivência. Os cartogramas combinam escalas representacionais diferentes bem como esquematizações, sobreposições, dados numéricos, palavras e imagens. Com a possibilidade de reprodução digital e os sistemas de informação geográfica vieram introduzir novas possibilidades à orientação. O wayfinding é um conjunto de técnicas, vantagens, quando bem fundamentadas no processo de design. Historicamente, sempre se refletiu sobre elementos de sinalética urbana, porém estão abertas novas perspetivas que levantaram problemas de interligação, configuração dos suportes ecológicos e novas questões materiais.

**Palavras-chave:** Wayfinding, Design de informação, Escalas da sinalética urbana.

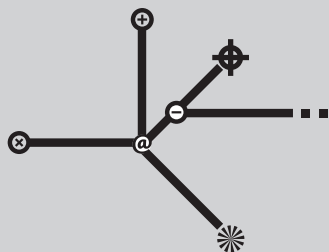
### Abstract

*In the graphs for the urban scale processes may include up multiple macro-systems. Although it is evident maps can also refer to conceptual abstractions. There is not recent interest in representing as a guideline in the territory and the result goes beyond mere functionality or aesthetics. Is the starting point of any process graph representation of physical reality or in a bi-dimensional model. The creation of mappings of a territory is an attempt to dominate nature with a view to its own survival. Cartograms combine different representational scales well with schematics, overlays, figures, words and images. With the possibility of digital reproduction and geographic information systems have introduced new possibilities for guidance. The wayfinding is a set of techniques, advantages, when well-grounded in the design process. Historically always reflected on elements of urban signage, but are open to new perspectives raised interface problems, setting of ecological materials and new media issues.*

**Keywords:** Wayfinding, Information Design, Scales of urban signage.



**CIDAG 2014**



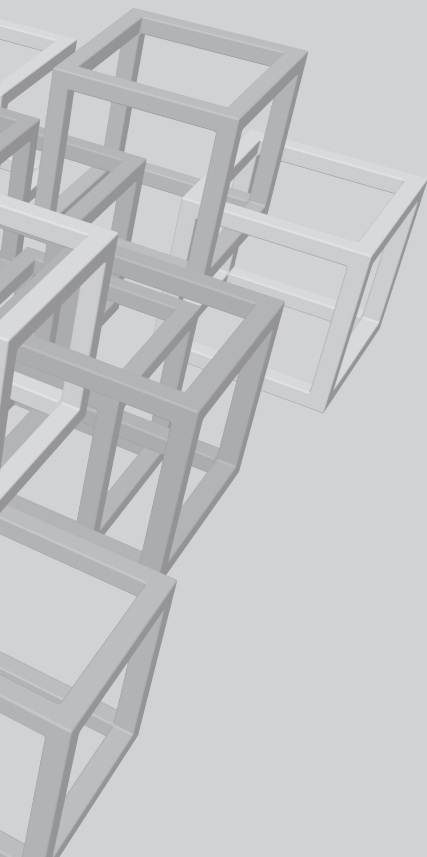
**Comunicações Orais/Posters**  
**ÁREAS DE FRONTEIRA**

---

*Oral Communications/Posters*  
*BORDERLINE AREAS*

---

*Comunicaciones Orales/Posters*  
*ÁREAS DE FRONTERA*



## A DESTINAÇÃO DE RESÍDUOS DE EMBALAGENS: Uma Abordagem a Partir de Massas Alimentícias

## THE DISPOSAL OF PACKAGING WASTE: An Approach from Pasta

Dulce de Meira Albach<sup>1</sup>, Dalton Luiz Razera<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Programa de Pós-Graduação em Design, Universidade Federal do Paraná, Brasil.

dulce.albach@ufpr.br; daltonrazera@ufpr.br

### Resumo

O sistema de descarte de embalagens pré-consumo, em supermercados, denominado “Caixa Verde”, propõe inicialmente procedimentos que envolvem o ponto de venda e o consumidor. Na busca por uma abrangência maior quanto ao gerenciamento de resíduos sólidos, pretende-se analisar a viabilidade de participação dos fabricantes destas embalagens no referido sistema. Desta forma, este artigo se configura pela etapa de análise de fabricação de um produto específico: massa alimentícia. O resultado aponta para a relevância da análise conjunta entre os envolvidos no ciclo de vida integral do produto, no processo de geração de resíduos sólidos de suas embalagens, para o descarte planejado.

**Palavras-chave:** embalagens, descarte, gerenciamento de resíduos, massa alimentícia, supermercado.

### Abstract

The pre-consumed packaging disposal system, at supermarkets, known as “Green Check-out”, initially proposes procedures involving the retailer sector and the consumer. In the quest for greater comprehensiveness management regarding solid waste, it is intended to analyze the participation feasibility of manufacturers of these packages on the referred system. Thus, this article is configured by the manufacturing analysis stage of a specific product: pasta. The result points out to the relevance of a joint analysis among all the involved on the full life cycle of the product, in the solid waste generation process of their packaging, to the planned disposal.

**Keywords:** packaging, disposal, waste management, pasta, supermarket.



## PROCESSOS DE PESQUISA PARA O PROJETO DE UM VEÍCULO ECOLÓGICO O Caso E.T. (Electrical Transport)

## RESEARCH PROCESS FOR A ECOLOGICAL VEHICLE DESIGN Case E.T. (Electrical Transport)

**Cristiana Fernandes<sup>1</sup>, Luis Claudio Belmonte<sup>1</sup>, Marcio Fábio<sup>3</sup>, Daniella Regina Mulinari<sup>1</sup>, Otávio Guerra<sup>1</sup>, Davi Fernandes<sup>1</sup>, Luana Fernandes<sup>1</sup>, Jader Mattos<sup>2</sup>.**

<sup>1</sup> Centro Universitário de Volta Redonda – UniFOA.

<sup>2</sup> Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro – PUCRio.

<sup>3</sup> London College of Communication

cristiannafernandes@gmail.com; belmontedesign@gmail.com; marciofabioleite@gmail.com; dmulinari@hotmail.com; otavio guerra.design@gmail.com; davi.designerautomotivo@gmail.com; llufernandes@gmail.com; jadermattos.art@gmail.com

### Resumo

O objetivo do ensaio que se segue é demonstrar os resultados de uma pesquisa desenvolvida no Curso de Design do UniFOA, em conjunto com a EASE Engenharia e com o Engenheiro Fabiano Lombardi para a criação de um veículo ecológico de passeio, totalmente sustentável. Para tanto, foi necessário reconhecer o perfil do usuário e o universo de implantação do projeto. Tal pesquisa serviu de base para todo o processo de projeção, que partiu de linhas visuais traçadas por métodos propostos pelo Design Thinking, até a execução do modelo propriamente dito. O que este artigo abordará é o processo de pesquisa para o reconhecimento dos direcionamentos necessários à implantação deste veículo inovador.

**Palavras-chave:** pesquisa, carro ecológico, sustentabilidade, ecodesign, inovação, design thinking

### Abstract

*The purpose of the following essay is to demonstrate the results of a survey conducted in Course Design UniFOA, together with EASE Engineering and the Engineer Fabiano Lombardi to create a fully sustainable eco-drive vehicle. Therefore, it was necessary to recognize the user profile and the universe of project implementation. This research formed the basis for the whole process of projecting, which left visual lines drawn by methods proposed by the Design Thinking to execution of the model itself. What this article will address is the search process for the recognition of directions needed to deploy this innovative vehicle.*

**Keywords:** research, eco car, sustainability, ecodesign, innovation, design thinking

## DESIGN E INOVAÇÃO SUSTENTÁVEL

### A revitalização de conhecimento local e a preservação cultural

Ana Luisa Boavista Lustosa Cavalcante<sup>1,2</sup>, Francisco Antônio Pereira Fialho<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Universidade Estadual de Londrina.

<sup>2</sup> Universidade Federal de Santa Catarina.

anaboavista@gmail.com; fapfialho@gmail.com

#### Resumo

A diversidade cultural brasileira é uma das maiores riquezas que necessita cada vez mais de preservação e valorização. Muitas manifestações desta diversidade provenientes de culturas autóctones tem se perdido ao longo dos séculos. O design contextualizado na preservação da diversidade cultural, contribui com a revitalização de saberes tradicionais e locais. Este artigo trata da revitalização do conhecimento local e indígena por meio do design para a sustentabilidade, contribuindo com um processo de inovação sustentável. Para tanto, realizou-se pesquisas bibliográficas e coleta de dados de campo por meio de oficinas e verbalizações junto a uma comunidade indígena do sul do Brasil.

**Palavras-chave:** Design para a Sustentabilidade, Inovação Sustentável, Conhecimento Local e Indígena, Diversidade Cultural.

## DESIGN AND SUSTAINABLE INNOVATION

### Revitalization of Local Knowledge and Cultural Preservation

Ana Luisa Boavista Lustosa Cavalcante<sup>1,2</sup>, Francisco Antônio Pereira Fialho<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Universidade Estadual de Londrina.

<sup>2</sup> Universidade Federal de Santa Catarina.

anaboavista@gmail.com; fapfialho@gmail.com

#### Abstract

Brazil's cultural diversity is one of the greatest assets that requires ever of preservation and enhancement. Many manifestations of this diversity from autochthonous cultures have been lost over the centuries. The design contextualized in preserving cultural diversity contributes to the revitalization of traditional and local knowledge. This article deals with the revitalization of local and indigenous knowledge through design for sustainability, contributing to a process of sustainable innovation. For this purpose was held bibliographical research and collecting data of field through workshops and verbalizations along the indigenous community in southern Brazil.

**Keywords:** Design for Sustainability, Sustainable Innovation, Local and Indigenous Knowledge, Cultural Diversity.

## DESIGN PARA VALORIZAR A PRODUÇÃO AGRÍCOLA LOCAL

## DESIGN FOR LOCAL AGRICULTURE PRODUCTION VALUE

Filipa Pias<sup>1</sup>

<sup>1</sup> CIAUD, Faculdade de Arquitetura, Universidade de Lisboa, Rua Sá Nogueira, Pólo Universitário, Alto da Ajuda, 1349-055 Lisboa, Portugal

filipa.pias@gmail.com

### Resumo

Design é o elemento que liga as pessoas à experiência de consumo e à empresa, que faz a ponte entre quem pede, paga, desenvolve, produz, vende, compra e consome. O processo de design fomenta o envolvimento de todos na análise e elaboração de ideias e conceitos, de modo a que a solução seja entendida não apenas como uma proposta, mas sim como um compromisso, assumido e compreendido por todos os intervenientes. Só assim será possível transformar ideias em conceitos e por fim em produtos, que incorporem valores sensoriais e lúdicos, que não só respondam às necessidades mas que também sejam inspiradores para as pessoas e aumentem a cadeia de valor da empresa.

**Palavras-chave:** Agricultura, Local, Frescos, Sustentabilidade, Design

### Abstract

*Design is the element that links people to the consumption experience and to the company, that who makes connection between who asks, pays, develops, produces, sells, buys and uses. The design process promotes the participation of all in the analysis and development of new approaches and concepts, so that the solution is understood not only as a proposal, but also as commitment, accepted and understood by all stakeholders. Only that way will it be possible to turn ideas into concepts and eventually into products that incorporate sensory and recreational values, which not only meet the requirements but also inspire people and increase the company's value chain.*

**Keywords:** Agriculture, Local, Fresh, Sustainability, Design

## CO-DESIGN DO QUOTIDIANO E DESIGN DA COMUNIDADE Imagem e identidade como pretexto de soluções e designing em parceria

João Manuel de Sousa Nunes da Costa Rosa<sup>1</sup>,

<sup>1</sup>Instituto Politécnico de Tomar

joao.costarosa@ipt.pt; joao.costarosa@hotmail.com

### Resumo

A cidade como produto ou consumível, assenta a sua diferenciação na concepção identitária de atributos, estratégia vista como um contributo para a revitalização da cidade. Esta, porém, não se limita ao topos: é um sistema de vida que se activa diariamente. O design quando se situa para além da dimensão imediatista e efémera da diferenciação/promoção, consegue ler a cidade noutros planos. Estes activam respostas sistémicas e duradouras, bem como a função social do design: responsabilizam-no pelo design do quotidiano e da comunidade, lógica que fundamenta um projecto de comunicação da imagem e identidade, e pretexto para co-design, um estado de parceria e um *lab.* de intervenção.

**Palavras-chave:** Estado de parceria, co-design, imagem, identidade, design, design do quotidiano

## CO-DESIGN OF EVERYDAY-LIFE AND COMMUNITY DESIGN Image and identity as an excuse to find solutions and designing in partnership

### Abstract

*City as a product or something consumable accomplishes is differentiation through the construction of the attributes, seeing as strategy to city revitalization. City however is not a simply place but a system that pulses and activates itself daily. Design when positioned far from the ephemera dimension of differentiation and promotion is able to read other levels of city. Those layers promote systemic and durable answers as well the social function of design: this design in community construction and in design of everyday life, a logical thinking that justifies one communication project in image and identity, and an excuse of co-design, to implement a partner state and an intervention lab.*

**Keywords:** Partner state, co-design, image, identity, design, design of everyday life

## O DESIGN COMO ESTRATÉGIA DE DECISÃO PARA O PARQUE CIÊNCIA E INOVAÇÃO / UA FUNDAMENTADO NO MODELO TRIPLE HELIX

## THE DESIGN AS A STRATEGY OF DECISION FOR THE SCIENCE AND INNOVATION PARK / UA REASONED TRIPLE HELIX MODEL

Eduardo C. Araujo<sup>1,2</sup>, João A. Mota<sup>2</sup>, Filipe Teles<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Universidade Federal de Campina Grande (UFCG), CCT, UADesign.

<sup>2</sup> Universidade de Aveiro / DECA / ID+

<sup>3</sup> Universidade de Aveiro / DCSPT / GOVCOPP

eduardo.c.araujo@ua.pt; joaomota@ua.pt; filipe.teles@ua.pt

### Resumo

O artigo apresenta uma hipótese baseada no modelo Triple Helix com a inclusão do Design como um fator de decisão e diferencial estratégico essencial para a missão do Parque de Ciência e Inovação (PCI) da Universidade de Aveiro (UA) com o objetivo de desenvolver a inovação em produtos e serviços tendo em conta o processo e os resultados dos conhecimentos de Design associados nos estágios iniciais de tomada de decisão da estratégia de governança no procedimento decisório no PCI, podem resultar em uma rede de conhecimento e inovação com a conquista de mercado através de um desenvolvimento sustentado, valorizando a pessoa, a comunidade e a sua região.

**Palavras-chave:** Design, Triple Helix, Gestão de design, Inovação, Cluster, Desenvolvimento sustentado.

### Abstract

*The article presents a reasoned hypothesis based on the Triple Helix model with the inclusion of Design as a strategic decision and differential factor in management and administration of a Science Park and Innovation(PCI) / University of Aveiro (UA) with the goal of developing creativity, innovation in products and services, new technologies taking in account the process and the outcomes of Design knowledge associated at the early stages of decision making of the governance strategy, decision process at the PCI, may result in an enhanced knowledge and innovation network with the consequent market achievement through a sustained development, valuing the person, the community and its region.*

**Keywords:** Design, Triple Helix, Design management, Innovation, Cluster, Sustainable development.

## GESTÃO VERTICAL DO DESIGN NO TERRITÓRIO O caso de Paredes

**Marlene Ribeiro<sup>1</sup>, Francisco Providência<sup>1</sup>**

<sup>1</sup> Id+, Instituto de Investigação em Design, Media e Cultura; Universidade de Aveiro.

marlenefribeiro@ua.pt; fprovidencia@ua.pt

### Resumo

O concelho de Paredes (distrito do Porto) tem como principal atividade económica a indústria de mobiliário em madeira, embora muitas unidades de produção tenham encerrado nos últimos anos. As dificuldades de competitividade pela fortíssima concorrência dos países emergentes e das grandes multinacionais, o baixo valor acrescentado das produções (realizadas sobretudo em regime de subempreitada) e a desaceleração económica em Portugal, remetem estas indústrias para a subalternidade da disputa do preço, afastando-as dos mercados economicamente mais interessantes. Consciente da necessidade de inverter este processo, o município de Paredes promoveu o projeto "Art on Chair" que, num conjunto verticalmente estruturado de ações, envolvendo comunidade, indústrias, escolas, poder local e a investigação científica em Design, gerou uma nova mentalidade de valorização do produto industrial pelo Design, centrado na afirmação nacional, mas sobretudo internacional da marca regional "Paredes". Esta iniciativa mereceu a mais alta distinção europeia para as políticas de desenvolvimento regional, com a atribuição do prémio RegioStar 2014. Embora a avaliação dos resultados deste projeto sobre o território seja ainda precoce (o projeto vai na sua 2ª edição), a apresentação num encontro científico tem a intenção de contribuir experimentalmente para o conhecimento enquanto caso de estudo.

**Palavras-chave:** Gestão do Design, Design de Mobiliário, Município de Paredes, Art on Chairs.

## VERTICAL MANAGEMENT OF TERRITORIAL DESIGN *Paredes case study*

### Abstract

*The municipality of Paredes (Port District) has as its main economic activity the wooden furniture industry, but many of the production units closed down in recent years. The difficulties of competitiveness by very strong competition from emerging countries and of large multinational, the low added value of production, mainly conducted under subcontract and the economic slowdown in Portugal, remit these industries to subordination of dispute of the price, away from the most economically attractive markets. Aware of the need to reverse this reality, the municipality of Paredes promoted the "Art on Chair" project, in a vertically structured set of actions involving community, industries, schools, local government and scientific research in Design, created a new mentality to valuation the industrial output by Design, focused on national affirmation, but especially international affirmation of regional brand "Paredes". This initiative earned the highest distinction for European regional development policies, with RegioStars Award 2014. Although is still early to the evaluation of the results of this project over the territory (the project is now in its 2nd edition), the presentation in a meeting scientific intends contribute to knowledge experimental as a case study.*

**Keywords:** Design Management, Furniture Design, Paredes Municipality, Art on Chair.

## A INSPIRAÇÃO NA NATUREZA E O NASCER DE UM PRODUTO DE DESIGN SUSTENTÁVEL

## THE BIRTH OF A PRODUCT OF SUSTAINABLE DESIGN INSPIRED BY NATURE

Sílvia Araújo<sup>1</sup>, Fernando Moreira da Silva<sup>1</sup>, Isabel C. Gouveia<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Faculdade de Arquitectura, Universidade Técnica de Lisboa (UTL), Lisboa, Portugal

<sup>2</sup> R&D Unidade de Materiais Têxteis e Papeleiros, Universidade da Beira Interior (UBI), Covilhã, Portugal

20113024@fa.utl.pt; fms.fautl@gmail.com; igouveia@ubi.pt

### Resumo

Integrar o design sustentável no design de produto é uma tendência emergente essencialmente quando se pretende distinguir os produtos pela qualidade, de forma a assumir uma posição competitiva no mercado. Por esse motivo, para os designers, as considerações ambientais representam um novo desafio. É neste sentido que se desenvolveu a celulose bacteriana (BC), e se efectuou o estudo de diferentes possibilidades de tingimento com o intuito de verificar qual responde às necessidades dos consumidores, assim como às preocupações ambientais, de forma a ter uma aplicação viável no design. Para o desenvolvimento do estudo foram testados três variantes de tingimento da BC, com um corante natural – extraído da beterraba. Que nos permitiu verificar que o tingimento no fermentador possui vantagens no que diz respeito à natureza e aos custos que estão ligados ao tingimento, para além de este representar uma maior inibição de crescimento bacteriano, garantindo propriedades antibacterianas à BC tingida que se pretende utilizar como material têxtil num produto de design sustentável.

**Palavras-chave:** Design sustentável, design de Produto, Celulose Bacteriana (BC), Tingimento, corantes naturais.

### Abstract

*Integrate sustainable design in the product design is an emerging trend mainly when you want to distinguish the product quality, so as to assume a competitive market position. Therefore, for designers, environmental considerations pose a new challenge. It is in this sense that developed bacterial cellulose (BC), and carried out the different possibilities of dyeing in order to check which responds to the needs of consumers, as well as environmental concerns in order to have a viable application in design. To develop the study were tested three variants of dyeing BC, with a natural dye – extracted from beet. It allowed us to verify that the dyeing in the fermenter has advantages with regard to the nature and costs which are linked to dyeing, as well as this represents a greater inhibition of bacterial growth, providing antibacterial properties to dyed BC intended to be used as the material a sustainable textile product design.*

**Keywords:** Sustainable design, Product design, Bacterial Cellulose (BC), dyeing, natural dyes.

**Reconhecimentos:** Trabalho desenvolvido no centro de investigação em Arquitectura, Urbanismo e Design (CIAUD) da Faculdade de Arquitectura da Universidade Técnica de Lisboa, financiado pela Fundação para a Ciência e Tecnologia (FCT), pela bolsa de doutoramento SFRH/BD/79534/2011.

## METODOLOGIA SUSTENTÁVEL E PRODUÇÃO ARTESANAL

**Juliana Aguiar Cavalcante Monteiro<sup>1</sup>**

<sup>1</sup> Instituto Federal de Alagoas – Campus Maceió

jususpyro@hotmail.com

### Resumo

O presente artigo se propõe apresentar o percurso de um trabalho participativo realizado com um grupo de alunos artesãos do Instituto Federal de Alagoas-Brasil, trazendo a reflexão sobre a busca da sustentabilidade através do conhecimento e do entendimento do meio em que habitamos, levando em consideração a identidade cultural e tradições existentes no objeto de estudo. A partir de uma metodologia sustentável aplicada no desenvolvimento de produtos que tem como característica o design e o fazer artesanal, resultando em produtos que apresentam identidade única e que trazem como resultado peças que traduzem a atmosfera do objeto estudado.

**Palavras-chave:** Sustentabilidade, design, produção artesanal, identidade cultural.

## SUSTAINABLE METHODOLOGY AND HANDICRAFT PRODUCTION

### Abstract

*The present article get the propose is show the way a participative work realised with a group of handicraft students from Instituto Federal de Alagoas-Brasil, bring a reflexation about the search of sustainable through the knowledge and understanding the middle where we live, taking into consideration, the cultural identity and the traditions existing in the object of study. Starting from a sustainable methodology applied in development of products with get the feature the design and handmade, resulting in products which shows a unique identity and bring as a result parts that translate the atmosphere of the object studied.*

**Keywords:** Sustainable, design, handicraft production, cultural identity.



## AS RELAÇÕES ENTRE O HOMEM, EMBALAGENS E O MEIO AMBIENTE

## THE RELATIONSHIP BETWEEN MAN, THE ENVIRONMENT AND PACKAGING

**Kenny Zukowski<sup>1</sup>**

<sup>1</sup> Unasp-EC – Centro Universitário Adventista de São Paulo

kennyzuko@gmail.com

### **Resumo**

Este artigo busca discutir as relações existentes entre a embalagem e o homem, as implicações no seu cotidiano e no meio em que vive, relacionando o design contemporâneo no processo de concepção, o ciclo de produção, seu uso e consequências para o meio ambiente.

**Palavras-chave:** design, embalagem, consumo, meio ambiente

### **Abstract**

*This article discusses the relationship between the packaging and the man, the implications in their daily life and environment they live in, relating contemporary design in the design process, the cycle of production, use and consequences for the environment.*

**Keywords:** *design, packaging, consumption, environment*

## O ESPAÇO TERRITORIAL NA ÓTICA DO DESIGN ESTRATÉGICO

Ângelo Fernando da Cruz<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Centro Universitário IPA Metodista – Rede de Educação Metodista do Sul

winnnersul@gmail.com; angelo.cruz@metodistadosul.edu.br

### Resumo

Este trabalho dedicou-se a investigar a natureza do espaço urbano a partir da ótica do *design* estratégico, focando no território (cidade) e o seu contexto dentro de uma área conurbada e complexa. O estudo parte da discussão dos fundamentos e conceitos que caracterizam os espaços territoriais urbanos bem como as bases conceituais do *design* estratégico e a contextualização do território. Nesse estudo o território passa a ser visto, e experienciado, como um “bem de uso” permitindo uma imersão no universo complexo de percepções e visões do conjunto de atores que o integram. A análise e interpretação do conjunto de dados permitiu posteriormente a construção de uma base de referencias para criação de cenários futuros para a cidade. Este artigo concentra-se na apresentação metodológica do estudo.

**Palavras-chave:** Cidade, Espaço Urbano, *Design* Estratégico, *Laddering*, Cenários Territoriais.

## TERRITORIAL SPACE FROM THE PERSPECTIVE OF STRATEGIC DESIGN

### Abstract

*This work have dedicated to investigate the nature of urban space from the perspective of strategic design, focusing on the territory (city) and their context within a conurbada and complex area. The study starts from the discussion of the fundamentals and concepts that characterize urban territorial spaces as well as the conceptual basis of strategic design and the contextualization of territory. In this study the territory is seen, and experienced, as a “commodity” allowing an immersion in the complex universe of perceptions and visions of the set of actors within it. The analysis and interpretation of the data set later allowed the construction of a reference base for creating future scenarios for the city. This article focuses on the methodological presentation of the study.*

**Keywords:** City, Urban Space, Strategic Design, Laddering, Territorial Scenarios

## DESIGN PARTICIPATIVO – PROJETO MORO AQUI AO LADO

**Maria Inês Lourenço<sup>1</sup>.**

<sup>1</sup> CIAUD – Centro de Investigação de Arquitetura, Urbanismo e Design e Faculdade de Arquitetura, Universidade de Lisboa

milourenco.7@gmail.com

### Resumo

Esta comunicação visa apresentar um projeto de inclusão social através do design e da fotografia.

Este está focado no envolvimento da comunidade na criação e seleção de elementos fotográficos a serem expostos. Propõe-se a interação entre artistas/fotógrafos e a população de três comunidades diferentes, dentro do universo da área metropolitana de Lisboa (Bairro Padre Cruz, Bairro Alta de Lisboa e Bairro Alto da Boavista).

Um dos objetivos deste projeto é apresentar estas comunidades, para o exterior e, simultaneamente dar a estes jovens carenciados a oportunidade de conhecerem uma arte como a fotografia.

**Palavras-chave:** Design Participativo, Inclusão Social, Fotografia

## PARTICIPATORY DESIGN – I LIVE NEXT DOOR PROJECT

### Abstract

*This paper aims to present a project of social inclusion through design and photography.*

*This project is focused on community involvement in the creation and selection of photographic elements to be exposed. It is proposed the interaction between artists/photographers and three different communities, within the universe of the metropolitan area of Lisbon (Bairro Padre Cruz, Bairro Alta de Lisboa and Bairro Alto da Boavista).*

*One of the objectives of this project is to present these communities, to the outside and simultaneously give to these disadvantaged young people the opportunity to learn an art as photography.*

**Keywords:** Participatory Design, Social Inclusion, Photography

## DESIGN THINKING: Visão Estratégica e Potencialidades para a Gestão de Projetos

Ailton Santos Silva<sup>1</sup>, Fábio Erix Ramos Pereira<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Uninove – Universidade Nove de Julho – São Paulo – Brasil

ailton.santos@uninove.br; fabio.ep@uol.com.br

### Resumo

Num passado próximo via-se o designer sempre associado às artes, seu papel fundamentava-se no desenvolvimento de projetos, visando atender os anseios/necessidades para melhoria de vida das pessoas. Resolvendo problemas, criando soluções ou até mesmo inovando hábitos já existentes.

Nos últimos 10 anos o designer acidentalmente ou intencionalmente diante da resolução de problemas do dia a dia, alargou seus horizontes de atuação, despertando a atenção de gestores, e consequentemente propiciando novas diretrizes para a inovação empresarial.

De acordo com Vianna,(2012): O designer enxerga como um problema tudo aquilo que prejudica ou impede a experiência (emocional, cognitiva, estética) e o bem-estar na vida das pessoas (considerando todos os aspectos da vida, como trabalho, lazer, relacionamentos, cultura, etc). Isso faz com que sua principal tarefa seja identificar problemas e gerar soluções.

O designer passa a interagir de forma interdisciplinar com profissionais das mais diferentes áreas do saber com o objetivo de projetar uma nova forma de gestão integrada à estrutura organizacional empresarial, utilizando os métodos e ferramentas com que sempre lidou para modificar e formatar a gestão das empresas tanto de produtos quanto de serviços tornando um aliado na batalha para destacar uma empresa no mercado competitivo.

**Palavras-chave:** design estratégico; gestão de projetos; design thinking; design innovation, design centrado no usuário

## DESIGN THINKING: Potentialities and Strategic Vision for Project Management

### Abstract

*In the near past via the designer is always associated with the arts, his role was based on developing projects to meet the desires / needs to improve the lives of people. Solving problems, creating solutions or even innovating existing habits.*

*Over the past 10 years, the designer accidentally or intentionally on problem solving day to day, widened their horizons of action, drawing the attention of managers, and consequently providing new guidelines for business innovation.*

*According to Vianna (2012): The designer sees everything as a problem which impairs or prevents the experience (emotional, cognitive, aesthetic) and well-being in people's lives (considering all aspects of life such as work, leisure, relationships, culture, etc). This makes your primary task is to identify problems and generate solutions.*

*The designer starts to interact interdisciplinary with professionals from different areas of knowledge in order to design a new form of integrated management to corporate organizational structure, using the methods and tools it has handled to modify and format the management of both companies products as services become an ally in the battle to stand out a company's competitive market.*

**Keywords:** strategic design; project management; design thinking; design innovation; user-centered design

## ORIGAMI CIENTÍFICO

### Um estudo sobre o paradigma dobra em conexão com o design

## SCIENTIFIC ORIGAMI

### A study on the paradigm fold in connection with the design

João Fernando Marar<sup>1</sup>, Samanta Aline Teixeira<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Departamento de Computação na FC, e Pós Graduação em Design de Produto na FAAC – Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”

<sup>2</sup> Pós Graduação em Design de Produto na FAAC – Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”

fermarar@fc.unesp.br; laranjasat@gmail.com

#### Resumo

Esta é uma investigação que busca aumentar o paradigma do origami contemporâneo em conexão com o design e inovação tecnológica. Dentro das áreas da medicina e nanotecnologia, citam-se dois projetos em questão: o Origami Heart Stent e o Dispositivo Origami DNA. Com o auxílio referencial de autores da filosofia subjetiva e da complexidade, é construída a análise em cima dos projetos para elucidar a ferramenta criativa origami e, por conseguinte, seus benefícios ao designer e à sociedade. Nota-se então que o origami passou do seu singelo início nas mãos de um origamista para adquirir potencialidade projetual, atingindo o mundo todo com sua dinâmica, mutabilidade e estética.

**Palavras-chave:** Origami, design, contemporâneo, nanotecnologia, medicina

#### Abstract

*This is an investigation that seeks to increase the paradigm of contemporary origami in connection with design and technological innovation. Within the areas of medicine and nanotechnology, two projects in question are cited: Origami Heart Stent and DNA Origami Device. With the support of referential authors in the complexity and subjective philosophy, the analysis on the project is built to elucidate the origami creative tool and, therefore, its benefits to the designer and to society. Then it is noticed that origami has passed its simple beginning in the hands of a origami artist to acquire projetual potential, reaching the whole world with its dynamic, mutability and aesthetics.*

**Keywords:** Origami, design, contemporary, medicine, nanotechnology

## O DESIGN DO SUVENIR ARTESANAL Do imaterial ao material, das experiências do espaço ao contexto do objeto

Ana Carolina de M. A. Barbosa<sup>1</sup>, Virgínia Cavalcanti<sup>2</sup>, Lucas R. Jerónimo<sup>1</sup>,  
Marina de A. Araújo<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Universidade Federal de Campina Grande, PB, Brasil

<sup>2</sup> Universidade Federal de Pernambuco, PE, Brasil

anacarolinamab@hotmail.com; cavalcanti.virginia@gmail.com; lucas.ribeiro.jeronimo@gmail.com;  
mariinaaraujo@hotmail.com;

### Resumo

O que se discute neste trabalho são as conexões entre o significado do território e o design, para isso, se baseia na articulação entre o souvenir artesanal com referência cultural e o estudo do lugar. Além disso, esses valores deverão ser analisados do ponto de vista do design e do artesanato. Assim, é introduzida uma análise simbiótica entre conceitos significativos relacionados aos espaços turísticos e, principalmente, à cultura territorial; e, ao design e seu caráter globalizado. Deste modo, referenciam-se, teoricamente, os campos da cultura, do design e do artesanato.

**Palavras-chave:** Design, souvenir, identidade, artesanato.

## DESIGN HANDMADE SUVENIR *Immaterial to the material, the experiences of space to the object context*

### Abstract

*What is discussed in this paper are the connections between the meaning and design of the territory, for it is based on the relationship between the handmade souvenir with cultural reference and the study of place. Furthermore, these values should be analyzed from the point of view of design and craftsmanship. Thus, it introduced a symbiotic analysis of significant concepts related to tourist areas and especially territorial culture; and the design and its global character. Sources on culture, design and craftsmanship are used.*

**Keywords:** Design, souvenirs, identity, crafts.

## A AÇÃO INCLUSIVA DO DESIGN NA PREVENÇÃO DO HIV/AIDS

## INCLUSIVE DESIGN ACTING ON HIV/AIDS PREVENTION

Simone Wolfgang<sup>1</sup>, Denise Portinari<sup>2</sup>, Patrícia Ferreira<sup>3</sup>, Raquel Portugal<sup>4</sup>

<sup>1</sup> Departamento de Artes e Design PUC-Rio

<sup>2</sup> Departamento de Artes e Design PUC-Rio, coordenadora setorial de Pós Graduação

<sup>3</sup> Instituto de Comunicação e Informação Científica e Tecnológica em Saúde da Fiocruz

<sup>4</sup> Instituto de Estudos Avançados em Humanidades PUC-Rio

simone.wolfgang@terra.com.br; denisep@puc-rio.br; patriciaferreira@fiocruz.br; raquelportugal@msn.com

### Resumo

Este artigo traz uma proposta para concepção diferenciada de peça de prevenção a Aids no Brasil por meio através da atuação do designer no sentido de promover a inclusão de parcelas da população resistentes a prevenção convencional. Esse trabalho foi desenvolvido no curso de doutorado em Design da PUC-Rio

**Palavras-chave:** design, inclusão, HIV/Aids, prevenção

### Abstract

*This article presents a proposal for differentiated conception of Aids prevention in Brazil through the performance of the designer to promote the inclusion of portions of the population resistant to conventional prevention. This work was developed in the design doctorate course at PUC-Rio*

**Keywords:** design, inclusive policies, HIV/Aids, prevention

## R540: UMA SUPERFÍCIE OBJETO *R540: AN OBJECT SURFACE*

Ricardo Mendonça Rinaldi<sup>1</sup>, Marizilda dos Santos Menezes<sup>2</sup>

<sup>1</sup> PPGDesign, Faculty of Architecture, Arts and Communication – UNESP – Univ Estadual Paulista

<sup>2</sup> PPGDesign, DARG, Faculty of Architecture, Arts and Communication – UNESP – Univ Estadual Paulista

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

### Resumo

Este artigo apresenta um estudo de caso que permite avaliar a interferência de abordagens projetuais sobre a configuração final da superfície de um objeto diferenciado e inovador. Percebeu-se também a contribuição de especialidades do design atuantes no Design de Superfície e que demonstraram eficácia e cooperação durante o processo criativo e executivo. O resultado é um produto com conceitos e características únicas.

**Palavras-chave:** Design, Design de Superfície, superfície, Projeto de Produto.

### Abstract

*This article presents a case study that evaluates interference of approaches about design of final configuration of an object with surface different and innovative. Observed also the contribution of design specialties in surface design which demonstrated effectiveness and cooperation during the creative process and executive. The result is a product with unique concepts and features.*

**Keywords:** Design, Surface Design, surface, Product Design.



## SUPER TRUNFO DE ARQUÉTIPOS COMO OBJETOS DE APRENDIZAGEM

## TOP TRUMP OF LEARNING OBJECTS AS ARCHETYPES

Diego Piovesan Medeiros<sup>1</sup>, Eduardo Evangelista<sup>1</sup>, Francisco Antônio Pereira Fialho<sup>1</sup>,  
Marília Matos Gonçalves<sup>1</sup>, Gilson Braviano<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Pós Design – Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC

diego.piovesan@gmail.com; edu\_evangelista@hotmail.com; fapfialho@gmail.com;  
marilinhamt@gmail.com; gilson@cce.ufsc.br

### Resumo

Para conseguir transmitir um conteúdo atualmente, o profissional da educação precisa elaborar com criatividade os conhecimentos teóricos e críticos. Na era da informação, o professor possui a tarefa de apontar caminhos, sendo considerado mediador na transformação da qualidade de ensino. Por meio de uma pesquisa exploratória e bibliográfica, o artigo sugere a utilização dos objetos de aprendizagem, para apresentar a informação de arquétipos aplicados ao design, contendo interatividade, permitindo uma reflexão para levar a formação de novos conceitos.

**Palavras-chave:** Arquétipos, tipologias, objetos de aprendizagem, design, Super Trunfo

### Abstract

*To successfully transmit any content currently the professional education needs to develop creativity and critical theoretical knowledge. In the information age, the teacher has the task of pointing paths being considered mediator in transforming the quality of teaching. Through a literature search and exploratory, the paper suggests the use of learning objects to present information in archetypes applied to the design, containing interactivity, allowing reflection to lead to the formation of new concepts.*

**Keywords:** Archetypes, typologies, learning objects, design, Top Trump

## COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO GRÁFICO-VISUAL NO DESIGN

## COMMUNICATION AND VISUAL EXPRESSION IN DESIGN

Eduardo Napoleão<sup>1</sup>, Susana Vieira<sup>1</sup>, Richard Perassi<sup>1</sup>, Renata Costa<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Universidade Federal de Santa Catarina

eduardonapoleao@yahoo.com.br; vieira.su@gmail.com; richard.perassi@uol.com.br; renatamscosta@hotmail.com

### Resumo

Este artigo, desenvolvido através do programa de Mestrado em Design da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) e do grupo de pesquisa Significação da Marca, Informação e Comunicação Organizacional (SIGMO) apresenta a importância das estéticas pré-figurativas, figurativas e meta-figurativas para a criação e desenvolvimento de produtos de design. Para tanto, desenvolve-se através da análise da sintaxe visual de uma obra do designer Scott Hansen, relacionando-a com a linguagem visual e seus elementos primários, dentro de um contexto informativo-comunicacional, ligado ao design, no qual as perspectivas sensoriais do usuário e ideias contribuem para o processo criativo.

**Palavras-chave:** Expressão visual, Comunicação, Design.

### Abstract

*This paper was made by the Design Master Program at Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) and Significação da Marca, Informação e Comunicação Organizacional (SIGMO) research group, and it is a study about the importance of the pre-figurative, figurative and meta-figurative aesthetics for the design development and creation. Therefore, it is developed by the visual analysis of one work of the designer Scott Hansen, relating it with the visual language and its primary elements, inside an informative-communicative context, associated to design, where the user sensorial perspectives and ideas contribute to the creative process.*

**Keywords:** Visual Expression, Communication, Design.

## **SISTEMA DE MODA E DESIGN: Contribuições para elaboração de identificações sociais**

## **SYSTEM OF FASHION AND DESIGN: Contributions to social development of identification**

**Rochelle Cristina dos Santos<sup>1</sup>**

<sup>1</sup> Universidade Federal de Santa Catarina – Brasil: Centro de Comunicação e Expressão, Departamento de Expressão Gráfica, Curso de Design.

rochelle.ufsc@gmail.com

### **Resumo**

Busca-se aqui explicar a experiência acadêmica de inclusão da disciplina de Sistema de Moda ao curso de Design da Universidade Federal de Santa Catarina/Brasil. O curso apresenta-se em uma proposta curricular particular, ofertando entre uma de suas possibilidades de projetos a elaboração de pesquisa de tendências. O Sistema de Moda configura-se como uma organização produtiva a fim de minimizar falhas na aceitação de um produto perante a sociedade. Portanto, aos interesses de todo e qualquer produto de design os preceitos teóricos sobre moda e sociedade contribuem para elaboração de produtos que gerem identificações sociais.

**Palavras-chave:** Sistema de Moda, Design, Identificações sociais.

### **Abstract**

*Search is here to explain the academic experience of inclusion of the subject of the Fashion System Design course at the Federal University of Santa Catarina / Brazil. The course is presented in a particular curriculum proposal, offering between one of its possibilities for the development projects of research trends. The Fashion System is configured as a productive organization in order to minimize flaws acceptance of a product to society. Therefore, the interests of each and every product design theoretical precepts about fashion and society contribute to development of products that generate social identifications.*

**Keywords:** Fashion System, Design, Social Identifications.

## O DESIGN COMO FERRAMENTA NO PROCESSO DE APRENDIZAGEM

## DESIGN AS A TOOL IN THE PROCESS OF LEARNING

**Cristiana Fernandes<sup>1</sup>, Iure Alencar<sup>1</sup>, Otávio Guerra<sup>1</sup>**

<sup>1</sup> Centro Universitário de Volta Redonda – UniFOA.

cristiannafernandes@gmail.com; iure.f.alen@gmail.com; otavioguerra.design@gmail.com

### Resumo

A presente pesquisa tem o objetivo de apresentar uma proposta de ferramenta que se alie às estratégias pedagógicas para o ensino de Design em universidades e ambientes de ensino superior, visando aprimorar as competências e habilidades dos profissionais, contribuindo para a melhoria deste ambiente social que está em constante evolução, partindo da hipótese de que os cursos de Design de certa maneira adotaram propostas pedagógicas que se distanciaram das propostas originais do ensino da profissão.

**Palavras-chave:** educação, design thinking, semiótica, comunicação, pesquisa, interação

### Abstract

*This research aims to present a proposal of tools that combines the pedagogical strategies for teaching design at universities and higher education environments, aiming to enhance the skills and abilities of professionals in order to contribute to the improvement of the social environment that is constantly evolving, based on the assumption that courses in Design in some way adopted pedagogical proposals that have strayed from the original proposals of the teaching profession.*

**Keywords:** education, design thinking, semiotics, communication, research, interaction

## A IMPORTÂNCIA DA TRANSVERSALIDADE NO ENSINO DA SEMIÓTICA PARA O ESTUDANTE DE DESIGN

## THE IMPORTANCE OF EDUCATION IN THE TRANSVERSALITY SEMIOTICS FOR GRADUATES IN DESIGN

**Cristiana Fernandes<sup>1</sup>, Jader Mattos<sup>1</sup>, Iure Alencar<sup>1</sup>, Ana Malfacini<sup>1</sup>.**

<sup>1</sup> Centro Universitário de Volta Redonda – UniFOA.

cristiannafernandes@gmail.com; jadermattos.art@gmail.com; iure.f.alen@gmail.com;  
anamalfacini@hotmail.com

### Resumo

É sabido que a Semiótica é o estudo dos signos, e que é um Campo Científico com relevância para o conhecimento da percepção e cognição do ser humano para com o mundo a sua volta. Mas qual é a sua relevância para a criação de sistemas projectuais, sobretudo com o pensamento de Design? Em que momento ela se faz necessária? E para qual finalidade? Esses questionamentos guiaram este ensaio, com o intuito de ser uma ferramenta para aqueles que desejam obter a graduação em Design, pontuando a importância dessa disciplina para o desenvolvimento de projetos. Através de um levantamento bibliográfico foi possível a obtenção de um aporte teórico para a delimitação da relação entre Semiótica e Design. Além disso, foi possível perceber a importância da comunicação para usá-la em representações visuais aplicadas à metodologia de projeto de Design, com foco voltado ao Curso de Design, UniFOA. Em uma abordagem transversal há a condição de se obter um panorama do Ensino da Semiótica em graduações de Design com relevância para os estudantes.

**Palavras-chave:** comunicação, ensino, semiótica, justificativa, análise

### Abstract

*It is known that the Semiotics is the study of signs, and that is a scientific field relevant to the knowledge of perception and cognition of the human being to the world around you. But what is its relevance to the creation of projectual systems, especially with the thought of Design? In which moment it is needed? And for what purpose? These questions guided this essay, in order to be a tool for those who wish to obtain a degree in Design, pointing out the importance of this discipline for the development of projects. Through a literature survey it was possible to obtain a theoretical framework for defining the relationship between Semiotics and Design. Furthermore, it was possible to realize the importance of communication to use it in visual representations applied to the the project methodology of Design, with a focus returned to Curso de Design, UniFOA. In a transversal approach there is a condition of obtaining an overview of Teaching Semiotics in Design graduations relevant to students.*

**Keywords:** communication, education, semiotics, justification, analysis

## O DIÁRIO GRÁFICO NO ENSINO EM DESIGN ATRAVÉS DO CASO DE ESTUDO DACIANO DA COSTA

## THE SKETCH BOOK IN DESIGN TEACHING THROUGH THE CASE STUDY DACIANO DA COSTA

**Ana Moreira da Silva**

*CIAUD, Centro de Investigação em Arquitectura, Urbanismo e Design, FA-Universidade de Lisboa.*

anamoreiradasilva@gmail.com

### Resumo

Este artigo, inserido no subtema Ensino desta 3ª CIDAG cuja temática “Do-it-yourself” remete para a acção directa e consequente, coloca a questão do uso do diário gráfico como estratégia de aprendizagem ativa na metodologia de ensino em Design praticado por Daciano da Costa. Num estudo sobre Daciano os seus Croquis de Viagem constituem uma matéria incontornável. Os blocos de desenho eram seus inseparáveis companheiros nas muitas viagens que realizou. Dado que na sua didáctica em Design, Daciano encaminhava os alunos para a aquisição deste hábito quotidiano do registo manual, a partir de uma observação ativa, consideramos útil a abordar este assunto neste artigo elaborado para esta edição da CIDAG.

**Palavras-chave:** Ensino em Design, Daciano da Costa, Desenho, Diário gráfico.

### Abstract

*This paper, inserted in the Teaching subtheme of this third CIDAG which main theme “Do-it-yourself” links to direct and consequent action, deals with the issue of using the sketch book as an active learning strategy in Design teaching methodology performed by Daciano da Costa. In a study on Daciano his Travel Drawings represent one undeniable matter. Sketch books were his inseparable companions during the several voyages he made. As in his Design teaching methodology, Daciano guided the students towards the acquisition of this daily use of hand drawing, through an active observation, we consider useful to develop this subject in this paper prepared for this CIDAG edition.*

**Keywords:** Design Teaching, Daciano da Costa, Drawing, Sketch Book.

## DESIGN BRASILEIRO E MPE'S Gestão do Design em pequenas e médias empresas

## BRAZILIAN DESIGN, SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES *Management design in small and medium enterprises*

Maiara Santos<sup>1</sup>, José Eduardo Zago<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Mestranda em Design e Marketing na Universidade do Minho.

<sup>2</sup> Mestrado em Projeto, Arte e Sociedade pela Universidade Estadual Paulista.

mai.osantos@gmail.com; zagomail@hotmail.com

### Resumo

O Design ainda está sendo difundido no Brasil, principalmente quando se trata de empresas de pequeno e médio porte. Diante dessa situação, o presente artigo realiza uma reflexão a respeito de como o Design se desenvolveu no âmbito acadêmico e empresarial. Mostra ainda exemplos de empresas que tiveram sucesso com a implantação do design como uma ferramenta não só de inovação em produtos, mas também como ferramenta de gestão de empresas e a importância do ensino dessa vertente do design.

**Palavras-chave:** Design, Gestão, Pequenas empresas, Médias empresas.

### Abstract

*The design is not so widespread in Brazil especially in small and medium sized enterprises. This article provides a reflection about how the design developed in the academic and business context. It also shows examples of companies that have had success applying design as a tool of innovation. Not only in products but also as a business management tool. In addition, talk about the importance of teaching this aspect of the design.*

**Keywords:** Design, Management, Small enterprises, Medium enterprises.

## DESIGN GRÁFICO E ETNOGEOMETRIA O ensino da Sintaxe Visual no contexto do Conhecimento Local e Tradicional

## GRAPHIC DESIGN AND ETHNO GEOMETRIC *The teaching of Visual Syntax in the context of local and traditional knowledge*

Ana Luisa Boavista Lustosa Cavalcante<sup>1,2</sup>, Francisco Antônio Pereira Fialho<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Universidade Estadual de Londrina.

<sup>2</sup> Universidade Federal de Santa Catarina.

anaboavista@gmail.com; fapfialho@gmail.com

### Resumo

No contexto dos saberes locais e tradicionais, as representações visuais se apresentam ao redor do mundo como um tipo de expressão de identidade, pois remontam à diversidade cultural. Muito desse tipo de conhecimento não possui registro e se perde na tendência uniformizadora da globalização. No ensino de Design Gráfico, a Sintaxe da Linguagem Visual está presente em diversos momentos, principalmente na criação e na análise das peças gráficas. Tal ensino muito se apóia em representações visuais contemporâneas e/ou da história da arte. Este artigo tem como objetivo apresentar e discernir uma prática em sala de aula sobre a inserção da etno geometria no ensino da sintaxe da linguagem visual junto aos estudantes do 1º ano de um curso de graduação em Design Gráfico no sul do Brasil.

**Palavras-chave:** Design Gráfico, Conhecimento Local, Sintaxe Visual, Diversidade Cultural.

### Abstract

*In the context of local and traditional knowledge, visual representations shown in the world as a kind of expression of identity describes cultural diversity. This knowledge is often not documented and is lost because of the homogenizing trend of globalization. In the teaching of Graphic Design, the Syntax of Visual Language is present in several moments, mainly in the creation and development of graphic elements. Such teaching is based on contemporary visual representations and / or art history. This article aims to show and discern a practice in the classroom of the ethno geometric in the teaching of Visual Syntax with first year students of the undergraduate course of Graphic Design in the South of Brazil.*

**Keywords:** *Graphic Design; Local Knowledge; Visual Syntax; Cultural Diversity.*



## **TRADUÇÃO CULTURAL: Oportunidades para pensar o ensino do Design na Amazônia brasileira**

**Alexandre de Oliveira<sup>1</sup>**

<sup>1</sup> Faculdade Fucapi, Amazonas, Brasil

olialx@gmail.com

### **Resumo**

Este trabalho tem como objetivo discutir o conceito de tradução cultural e as oportunidades para pensar o ensino do Design na Amazônia brasileira. Utilizando-se de uma pesquisa bibliográfica de matriz qualitativa, o estudo é desenvolvido utilizando-se de uma abordagem crítica no que respeita à leitura e interpretação dos textos. Os resultados indicaram a necessidade de construção de novos pressupostos metodológicos, com vistas à consecução de um ensino do design que dialogue com as especificidades culturais da Amazônia brasileira.

**Palavras-chave:** Ensino do design, tradução cultural, Amazônia.

## **CULTURAL TRANSLATION: Opportunities to think about the teaching of Design in the Brazilian Amazon**

### **Abstract**

*This paper aims to discuss the concept of cultural translation and opportunities to think about the teaching of Design in the Brazilian Amazon. Using a qualitative array of literature, the study is developed using a critical approach with regard to the reading and interpretation of texts. The results indicated the need for construction of new methodological assumptions with a view to achieving a design education that dialogue with the cultural specificities of the Brazilian Amazon.*

**Keywords:** *Teaching of Design, cultural translation, Amazon.*

## FAÇA VOCÊ MESMO Uma experiência de fabricação digital na UNESP

## DO IT YOURSELF An experience of digital fabrication at UNESP

Edison Uriel Rodríguez Cabeza<sup>1</sup>, Mônica Moura<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Universidade Estadual Paulista

carranguero@gmail.com; monicamoura.design@gmail.com

### Resumo

O seguinte trabalho e uma dissertação sobre o DIY (Do It Yourself – faça você mesmo) e os resultados de uma oficina de fabricação digital focada na cultura Open Design e o trabalho colaborativo. Foi feita uma revisão bibliográfica sobre o DIY, descrevendo sua origem, decaimento e posterior renascimento com as tecnologias da informação e a comunicação e a fabricação digital. Ao final, é narrada a experiência da oficina que tomou lugar na UNESP (Universidade Estadual Paulista), Bauru, São Paulo, Brasil. São apresentados registros fotográficos da exploração das possibilidades da fabricação digital como uma nova forma de produção ao alcance do usuário, fazendo possível o renascimento DIY, eliminando intermediários e conectando diretamente aos designers, os usuários e fabricantes.

**Palavras-chave:** faça você mesmo, DIY, fabricação digital, Sagui Lab.

### Abstract

*The following paper presents a dissertation about DIY (Do It Yourself) and the results of a digital fabrication workshop focused in Open Design culture and collaborative work. Was made a bibliographic review on DIY, described their origin, decay and subsequent rebirth with the information and communication technologies and a digital manufacturing technologies. At the end, was narrated a digital fabrication workshop and DIY experience which took place at UNESP (São Paulo State University), Bauru, São Paulo, Brazil. Are presented photographic records of workshop that exploring the scope of digital fabrication as a new form of production within reach of the user, making DIY renaissance possible, eliminating intermediaries and connecting directly to designers, users and manufacturers.*

**Keywords:** Do it Yourself, Digital Fabrication, Sagui Lab.

## FORMA E FUNÇÃO NO DESIGN

### Conjunto de ferramentas estimuladores do processo criativo de projeto

## FORM AND FUNCTION IN DESIGN

### *Set of tools stimulating the creative design process*

Ana Carolina de M. A. Barbosa<sup>1</sup>, Monalisa G. Rodrigues<sup>1</sup>, Diogo P. Costa<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Universidade Federal de Campina Grande, PB, Brasil.

anacarolinamab@hotmail.com; monalisa.g.r@hotmail.com; d.iogopontes@hotmail.com

#### Resumo

O conteúdo desse artigo é o relato de uma experiência projetual dentro de um campo relacional entre algumas teorias do design, tais como: conceitos e tipos de inovação, processo de significação, aspectos socioculturais, proporção áurea, conceitos funcionais. São apresentados os processos metodológicos e os resultados do trabalho desenvolvido na disciplina "Forma e Função" ofertada em formato de grupo de estudos para o curso de Design na Universidade Federal de Campina Grande. O tema se centra no elenco de ferramentas que desierarquiza os métodos tradicionais de ensino do design com foco em potencializar o valor inovativo do processo de criatividade.

**Palavras-chave:** Conceito, criatividade, design e morfologia.

#### Abstract

*The content of this article is the result of a projetual experience among some design theories such as: concepts and types of innovation, the process of signification, sociocultural aspects, morphology, functional concepts. Methodological procedures and the results of work in the discipline "Form and Function" offered in the study group format for the Design course at the Federal University of Campina Grande are presented. The theme focuses on the cast of tools that reorders the traditional methods of design education with a focus on enhancing the value of the innovative process of creativity.*

**Keywords:** *Concept, creativity, design and morphology.*

## O “REDESIGN” DE UM CURSO Um relato

## THE “REDESIGN” OF A COURSE An Account

Simone Formiga<sup>1</sup>, Luciana Montenegro<sup>2</sup>, Eduardo Pucu<sup>3</sup>

<sup>1</sup>FBAUP, IED-Rio de Janeiro e PUC-Rio

<sup>2</sup>IED Rio de Janeiro e SENAI CETIQT

<sup>3</sup>IED Rio de Janeiro, Infnet, PUC-Rio

simone.formiga@infolink.com.br; simoneformiga@hotmail.com; lucianamontenegrosp@gmail.com;  
eduardopucu@gmail.com

### Resumo

Este trabalho busca apresentar a metodologia empregada no desenvolvimento de um curso de m<sup>a</sup>ster, ou seja, considerado, no Brasil, como pós-graduação lato sensu. Segundo o MEC (Ministério da Educação e Cultura), “As pós-graduações lato sensu compreendem programas de especialização e incluem os cursos designados como MBA (Master Business Administration). A estrutura do curso foi desenvolvida por duas professoras e um professor, que se propuseram a discutir, estudar e projetar um curso de pós-graduação em Design Estratégico.

**Palavras-chave:** Ensino, Metodologia projetual, Design Estratégico

### Abstract

*This paper aims to present the methodology used in developing a course master, namely in Brazil as postgraduate lato sensu. According to the MEC (Ministry of Education and Culture), “The postgraduate lato sensu comprises specialization programs include courses designated as MBA (Master Business Administration). The course structure was developed by three teachers, who proposed to discuss, study and “redesign” a course of postgraduate in Strategic Design.*

**Keywords:** Education, Projectual Methodology, Strategic Design

## JOGO DAS SÍLABAS Um projecto de Design Gráfico

**Maria Silva<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Escola Superior de Artes e Design das Caldas da Rainha  
maria.r.silva@ipleiria.pt

### **Resumo**

Apresentação de um projecto de Design Gráfico que pretende intervir de forma didáctica ao nível da pedagogia, através da concepção de um produto.

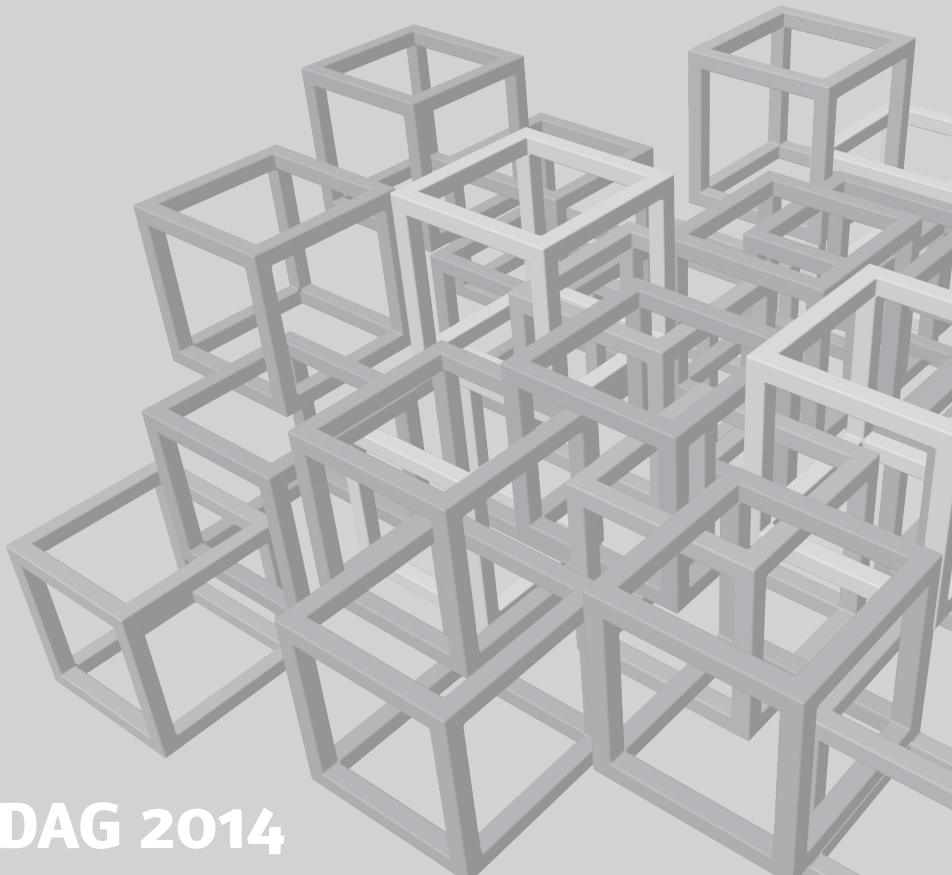
**Palavras-chave:** Design Gráfico, Didática, Jogo Pedagógico

## **THE SYLLABLES GAME** *A project of Graphic Design*

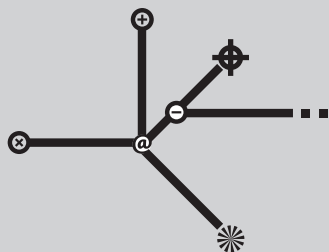
### **Abstract**

*Presentation of a Graphic Design project that intends to intervene at the didactic way of pedagogy, by designing a product.*

**Keywords:** *Graphic Design, Didactic, Pedagogic Game*



**CIDAG 2014**



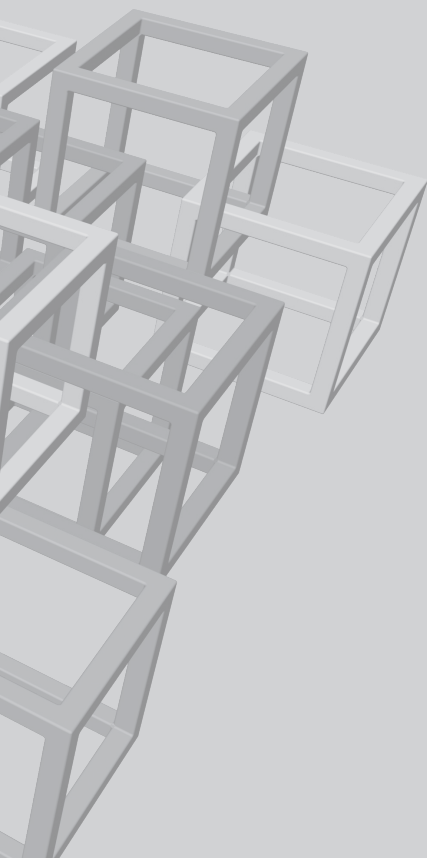
## Índice de autores e co-autores

---

*Author and co-author index*

---

*Indice de autores e coautores*



- Albach, Dulce de Meira 94  
Alcobia, Paulo 73, 91  
Alencar, Iure 114, 115  
Almendra, Rita Assoreira 47  
Araujo, Eduardo C. 99  
Araújo, Marina de A. 108  
Araújo, Sharlene Melanie Martins de 45  
Araújo, Sílvia 101  
Barbosa, Ana Carolina de M. A. 49, 108, 121  
Bastos, Rita 57, 71  
Belmonte, Luis Claudio 95  
Benatti, Lia Paletta 74  
Braviano, Gilson 111  
Bravin, Vitor Ventola 52  
Cabeza, Edison Uriel Rodríguez 120  
Campos, Amanda Queiroz 85  
Campos, Gisela Belluzzo de 60  
Carvalho, Ana Paula 55, 69  
Cattani, Airton 39, 79, 88  
Cavalcante, Ana Luisa Boavista Lustosa 96, 118  
Cavalcanti, Virgínia 108  
Cordeiro, Rodrigo de Aguiar 35  
Costa, Diogo P. 121  
Costa, Renata 112  
Cruz, Ângelo Fernando da 104  
Cruz, Marlene Dely 78  
Delfino, Regina Aparecida 75  
Dias, Alvaro Roberto 37, 38  
Domiciano, Cassia Leticia Carrara 35, 52, 56  
Durão, Maria João 43  
Evangelista, Eduardo 111  
Fábio, Marcio 95  
Feijó, Valéria Casaroto 40  
Fernandes, Cristiana 95, 114, 115  
Fernandes, Davi 95  
Fernandes, Luana 95  
Ferreira, Patrícia 44, 109  
Filho, Francisco Antônio Pereira 96, 111, 118  
Formiga, Simone 122  
Getschko, Demi 87  
Gomes, Rogerio Zanetti 64  
Gomez, Luiz Salomão Ribas 40, 85  
Gonçalves, Marília Matos 61, 85, 88, 111  
Gouveia, Isabel C. 101  
Guerra, Otávio 95, 114  
Held, Maria Sílvia Barros de 51  
Henriques, Fernanda 35  
Holdship, Rodrigo 55, 69  
Horváth, Csaba 70  
Italiano, Isabel Cristina 51  
Jarek, Jair Mello 76, 77  
Jerônimo, Lucas R. 108  
Júnior, José Elias da Silva 89  
Laranjeira, Mariana 90  
Lima, Edna Cunha 80  
Lima, Guilherme Cunha 80  
Lira, Victor Fernandes 56  
Lodi, Renata 79  
Lourenço, Maria Inês 105  
Maciel, Rosi 48  
Maffei, Simone Thereza Alexandrino 43  
Malfacini, Ana 115  
Malysz, Simone Cristina 39  
Marar, João Fernando 46, 55, 62, 69, 90, 107  
Marcicano, João Paulo 51  
Martins, Paulo 81  
Martins, Vívian Suarez 60  
Matos, Pedro Alexandre 75  
Mattos, Jader 95, 115  
Medeiros, Diego Piovesan 61, 85, 88, 111  
Medeiros, Tiago 72  
Menezes, Marizilda dos Santos 43, 58, 59, 110  
Merino, Eugenio Andrés Díaz 89  
Mira, Fabrício José Aguiar de 46, 62  
Mirabeau, Almir 80  
Monteiro, Juliana Aguiar Cavalcante 102



- Montenegro, Luciana 122  
Mortara, Bruno 78  
Mota, João A. 99  
Moura, Mônica 120  
Mourão, Nadja 48  
Mulinari, Daniella Regina 95  
Napoleão, Eduardo 45, 112  
Oliveira, Alexandre de 119  
Oliveira, Pedro 73, 91  
Pacheco, Karla Mazarelo Maciel 45, 50, 53, 54  
Pagliari, Tiago 72  
Paschoarelli, Luís Carlos 75  
Passos, Victor Marcelo F.R. 86  
Pedro, Vitor 81  
Perassi, Richard 37, 38, 112  
Pereira, Fábio Erix Ramos 86, 106  
Pias, Filipa 97  
Pinheiro, Olympio José 65  
Pivoto, Gabriel 50  
Portinari, Denise 44, 109  
Portugal, Raquel 44, 109  
Poshar, Andréa 41  
Preto, Seila Cibele Sitta 72  
Proença, Rui 63  
Providência, Francisco 100  
Pucu, Eduardo 122  
Queiroz, Clarissa 49  
Razera, Dalton Luiz 76, 77, 94  
Ribeiro, Marlene 100  
Rijo, Cátia 42  
Rinaldi, Ricardo Mendonça 58, 59, 110  
Rodrigues, Monalisa G. 121  
Rodrigues, Renan Rabay 35  
Rosa, João Manuel de Sousa Nunes da Costa 98  
Sanches, Regina Aparecida 51  
Santos, Maiara 117  
Santos, Marko Alexandre Lisboa dos 65  
Santos, Patrícia Rocha 53  
Santos, Rochelle Cristina dos 113  
Schmiegelow, Sarah Schmithausen 85  
Silva, Ailton Santos 86, 106  
Silva, Ana Moreira da 116  
Silva, André Carvalho Mol 74  
Silva, Caio Henrique do Rosario 56  
Silva, Fernando Moreira da 101  
Silva, Maria 123  
Silva, Renann 48  
Silveira, Elias de Carvalho 46, 62  
Soares, João Marcelo R. 69  
Sousa, Richard Perassi Luiz de 45  
Souto, Helena 42  
Souza, Aline Teixeira de 47  
Souza, Andréa Silva 87  
Souza, Leonor Tiago e 54  
Szentgyörgyvölgyi, Rozália 70  
Tarachucky, Laryssa 40  
Teixeira, Samanta Aline 107  
Teles, Filipe 99  
Vieira, Susana 112  
Wilke, Regina Cunha 36  
Wolfgang, Simone 44, 109  
Zago, José Eduardo 117  
Zukowski, Kenny 103

**FICHA TÉCNICA** | *TECHNICAL DATA*

**CIDAG 2014**

**3.ª Conferência Internacional em Design e Artes Gráficas**

***Do-it-yourself***

*3rd International Conference in Design and Graphic Arts*

*Do-it-yourself*

*3.ª Conferencia Internacional sobre Diseño y Artes Gráficas*

*Do-it-yourself*

**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](mailto: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](mailto:geral@ipt.pt) | Tel. +351 249 328 100 | Fax +351 249 328 186

<http://portal.ipt.pt>

**© 2014, os autores**

© 2014, the authors

**Tradução das Comunicações Orais** | *Oral Communications translation*

Os autores | *The authors*

**Capa** | *Cover design*

Paulo Alcobia

**Layout, paginação e arte final** | *Desktop publishing and final art*

Vitor Pedro

**Impressão e acabamentos** | *Printing and finishing*

IPT – Instituto Politécnico de Tomar

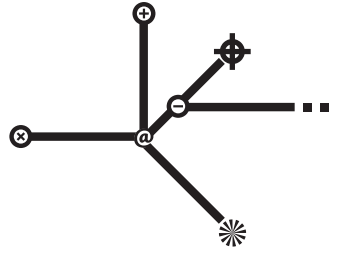
**Tiragem** | *Print run*

150 exemplares

**Data de publicação** | *Publishing date*

Outubro de 2014 | *October 2014*

ISBN 978-972-99948-6-9

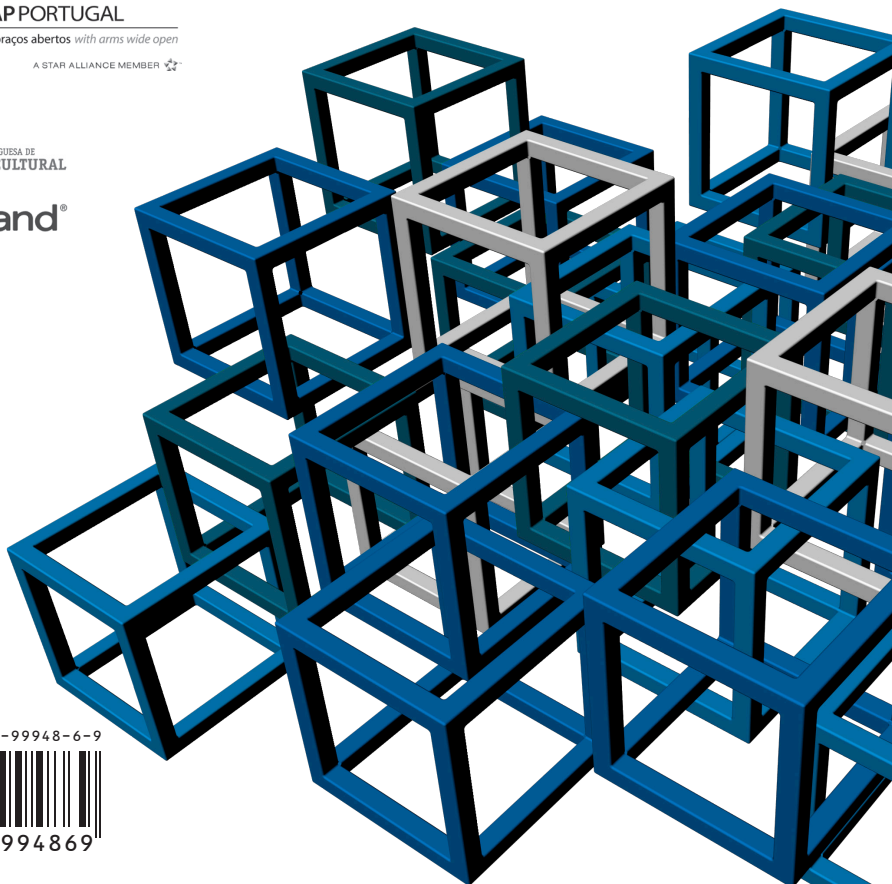


www.cidag.com.pt

# CIDAG 2014

Parcerias e Apoios

---



ISBN: 978-972-99948-6-9



9 789729 994869