

V Suldesign

encontro
sul-americano
2011

anais suldesign
científico
2011

5, 6, 7 de outubro
ufpel.edu.br/suldesign

V Suldesign

encontro
sul-americano
2011

anais suldesign
científico
2011

5, 6, 7 de outubro
ufpel.edu.br/suldesign

SOBRE O EVENTO

O Suldesign é um encontro sul-americano sobre arte, design e cultura, de ocorrência bienal, promovido pelo Suldesign Estúdio (Centro de Artes - UFPEL).

Nossa motivação é debater e explorar as questões de identidade territorial e cultural no Sul da América sob a ótica do design. Queremos não apenas promover a intergração entre países do mercosul, mas acima de tudo propor uma reavaliação das perspectivas tradicionais da nossa própria identidade e nosso papel no mundo. Para isso, levamos ao público oficinas, exposições e palestras de profissionais da América Latina, além do espaço para artigos científicos a partir desta quinta edição.

Idealizado pela profa. Lúcia Weymar, a primeira edição do encontro ocorreu em 1999. Em conjunto com sua terceira edição em 2003, instituiu-se a criação do Escritório Experimental de Design, hoje chamado Suldesign Estúdio. Além de promover o encontro sul-americano, o estúdio atua na universidade de várias formas. Um delas é a continuidade do projeto experimental, que oferece espaço aos alunos dos cursos de design para realização de estágios, possibilitando o contato com o mercado e a participação no desenvolvimento de projetos gráficos profissionais. O Suldesign estúdio também participa como parceiros em projetos de expressão na UFPEL, oferecendo consultoria que visa agregar valor aos projetos através do design. Estes projetos vão desde a elaboração de estudos sobre a identidade da UFPEL e de suas unidades, até a participação em projetos de temáticas variadas como congressos, exposições, ciclos de cinema, entre outros.

TEMÁTICAS / Grupos de Trabalho

GT – Design Gráfico e Comunicação Visual

[DIA 05 / OUTUBRO / 2011 - AUDITÓRIO CENTRO DE ARTES]

O design e suas visualidades vêm se manifestando como importantes e crescentes meios de comunicação visual na contemporaneidade. Assim, a discussão acerca do design gráfico e a comunicação visual em seus diferentes suportes – editorial, identidade visual, embalagens, imagens gráficas, metodologia projetual, impressos em geral –, suas formas de manifestação, representação, significados e imaginários, fazem sua contribuição para o pensamento acadêmico da área no contexto sócio cultural contemporâneo, sendo temáticas para apresentação de trabalhos em andamento e/ou finalizado.

GT – Design Digital e Comunicação Audiovisual

[DIA 06 / OUTUBRO / 2011 - AUDITÓRIO CENTRO DE ARTES]

A expansão das tecnologias digitais para os setores da sociedade está transformando o modo como a informação é transmitida e recebida. No âmbito deste processo, a geração de informação através do design digital e comunicação audiovisual caracterizam-se como áreas de discussão e pesquisa, a fim de compreender os processos que as permeiam. Deste modo, contribuições teóricas sobre design de hipermídia, animação, narrativas imagéticas e audiovisuais, metodologias projetuais, investigações sobre arquitetura e design da informação, ergonomia de interfaces, usabilidade, acessibilidade, design da interação inserem-se como temáticas para apresentação de trabalhos em andamento e/ou finalizados.

COORDENADORA DO SULDESIGN

LUCIA WEYMAR

SERVIDORES TÉCNICOS

GUILHERME TAVARES

JOSIANE SANTOS

EDUARDO SILVEIRA

ESTAGIÁRIOS ACADÊMICOS

AMANDA MAZEO

CAMILA WOHLMUTH

CICELI GRAVITO

DÉBORA ALVES

KARINA WEBER

RENATA ARAÚJO

TALINE VELASQUES

PRESIDENTE DO COMITÊ CIENTÍFICO

TOBIAS MÜLLING

GABRIELA ZAGO

REITOR

ANTONIO CESAR GONÇALVES BORGES

VICE-REITOR

MANOEL LUIZ BRENNER DE MORAES

DIRETORA DO CENTRO DE ARTES

LAUER ALVES NUNES DOS SANTOS

COORDENADOR DO COLEGIADO DOS CURSOS DE DESIGN

ANA BANDEIRA

A CONSTRUÇÃO VISUAL A PROPAGANDA NA SOCIEDADE PÓS-MODERNA Barros Roberta.....	007
PROJETANDO UM LIVRO INFANTIL COM RECURSOS INTERATIVOS NA CONSTRUÇÃO DA NARRATIVA ROCHA, Bruna da e BANDEIRA, Ana da Rosa.....	008
ESTUDO DE SINTOMAS DO ANALFABETISMO VISUAL NO BRASIL BUSCH, Fernando.....	009
INFOGRÁFICOS: O DESIGN COMO FERRAMENTA DE COMUNICAÇÃO NOS MEIOS IMPRESSOS FERSULA, Fernanda G.....	010
A HERÁLDICA VERNACULAR DAS MARCAS DE GADO NO SUL DO BRASIL ARNONI, Rafael Klumb e MICHELON, Francisca Ferreira.....	011
BUSCANDO UMA MATRIZ DE PESQUISA CONTEXTUAL PARA O DESENVOLVIMENTO DE PROJETOS DE DESIGN TERRITORIAL SCHÜLER, Gabriel e REYES, Paulo.....	013
CONSTRUÇÃO DE SITE A PARTIR DA METODOLOGIA PROJETUAL DE GARRET: FILME O SEGREDO DE BEETHOVEN HERRMANN, Ana Cláudia e GOMES, Caroline K. e WEYMAR, Lúcia Bergamaschi Costa.....	014
DESIGN GRÁFICO INTERATIVO ROSSI, Ana Claudia Remonti e WEYMAR, Lúcia Bergamaschi Costa.....	015
A ESTÉTICA COMO RELAÇÃO FENOMENOLÓGICA: DA VARIAÇÃO NO OLHAR À IMPRESSÃO VIDEOGRÁFICA. LUZ, Guilherme e ROSA, Guilherme.....	017
A MEMÓRIA GRÁFICA PELOTENSE COMO FERRAMENTA COMUNICACIONAL CABREIRA, Arthur Theil e NUNES, João Fernando Igansi.....	019
VIDEOMAPPING DE GUERRILHA SCHORR, Bernardo – ESDI / RJ [graduado 12/2010] e PEREIRA DE SOUZA, Pedro Luiz – ESDI / RJ	020
TRANSPOSIÇÃO DE LIVROS INFANTIS PARA HIPERMÍDIA UTILIZANDO TABLETS COMO SUPORTE ROCHA, Bruna e MULLING, Tobias.....	022
MAPEAMENTO DE FUNCIONALIDADES DO TUMBLR VISANDO O DESIGN DE SERVIÇOS WEB: CONCEITOS E METODOLOGIA TAVARES, Débora e MÜLLING, Tobias.....	023
CULTURA DA CONVERGÊNCIA NO DESIGN: APROXIMAÇÕES ENTRE NARRATIVAS TRANSMIDIÁTICAS E DESIGN DE INTERFACES REIS, Marina Gowert dos e ROSA, Guilherme Carvalho da.....	025
REVISTAS DIGITAS PARA TABLETS: CONCEITOS E TRATAMENTOS DA SILVA, Camila Wohlmuth e NUNES, João Fernando Igansi.....	027
DESIGN E CHIMARRÃO – CAUSOS DE DESIGN GAÚCHO CONTADOS E COMPARTILHADOS NA WEB MOTTA, Diego Luiz de Almeida e WEYMAR, Lúcia Bergamaschi Costa.....	028

A CONSTRUÇÃO VISUAL DA PROPAGANDA NA SOCIEDADE PÓS-MODERNA

BARROS, Roberta¹

¹Professora do Centro de Artes da Universidade Federal de Pelotas
Professora do Centro de Comunicação e Educação da Universidade Católica de Pelotas
Mestre em Sociologia das Sociedades Contemporâneas pela Université Paris V (Sorbonne, FR)
Doutoranda em Comunicação Social pelo PPGCOM/PUCRS
email: robertabarros@gmail.com.

Grupo de trabalho: Design Gráfico e Comunicação Visual

O presente trabalho estuda a comunicação visual como ferramenta da propaganda na sociedade contemporânea. A partir dos preceitos da pós-modernidade, apresenta o design de utilidade pública como uma alternativa de uso da imagem enquanto veículo de mensagem social. Através da Hermenêutica de Profundidade de Thompson (1995), analisa a campanha “Lave as mãos”, da Secretaria da Saúde do Governo do Estado do Rio Grande do Sul, de forma a identificar suas características com base nas noções da pós-modernidade de Michel Maffesoli (2003) e Rahde e Cauduro (2005).

REFERÊNCIAS

BIGAL, Solange. **O que é criação publicitária ou (O estético na publicidade)**. 2ed. São Paulo: Nobel, 1999.

CARRASCOZA, João Azanello; HOFF, Tânia. A publicidade da Coca-Cola “Happiness Factory” e o imaginário do sistema produtivo na sociedade de consumo. In **Revista Comunicação, mídia e consumo**. São Paulo. Vol.4, n.11, p.65-77, novembro 2007.

CAUDURO, F. V. ; RAHDE, Maria Beatriz Furtado. Algumas características das imagens contemporâneas. **Revista Fronteiras Estudos Midiáticos**, São Leopoldo, RS, v.7, n.3,p.195 – 205, set./dez. 2005.

DONDIS, Donis A. **Sintaxe da linguagem visual**. 2ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

DURAND, Gilbert. **L'Imaginaire. Essai sur les sciences et la philosophie de l'image**. Paris : Hathier, 1994.

GOMES, Neusa Demartini. **Publicidade ou propaganda? É isso aí!** In Revista FAMECOS. Porto Alegre. n.16, p.111-121, dezembro 2001.

HURLBURT, Allen. **Layout: o design da página impressa**. São Paulo : Nobel, 1999.

ICOGRADA. **Design Manifesto** Disponível em :
<<http://www.agda.asn.au/education/scholarships/99227lcogr.html>> Acessado em 15/02/2004.

MAFFESOLI, Michel. **Au creux des apparences**. Paris : Éditions de La Table Ronde, 2007.

_____. **Éloge de la raison sensible**. Paris : Éditions de La Table Ronde, 2005.

PROJETANDO UM LIVRO INFANTIL COM RECURSOS INTERATIVOS NA CONSTRUÇÃO DA NARRATIVA

ROCHA, Bruna da ¹; BANDEIRA, Ana da Rosa²

¹ Bacharelado em Artes Visuais Hab. Design Gráfico, UFPEL; ² UFPEL, Departamento de Design. anaband@gmail.com

Design Gráfico e Comunicação Visual

O tema do trabalho são os livros infantis. Serão analisados os tipos de livro infantil e seus meios de interatividade a fim de projetar um que permita a criança construir uma narrativa própria interagindo com o livro. Há diversos tipos de livro que permitem a interação da criança com as páginas, esse trabalho pretende analisar esses livros selecionando os melhores recursos para realizar a idéia de liberar a criatividade da criança permitindo que construa sua própria história. Para isso será feita uma revisão bibliográfica acerca da construção de livros infantis, a relação entre seus personagens, cenários e o quanto esses fatores influenciam na construção da narrativa, através dos livros “Para ler o livro ilustrado” e “Livro ilustrado: Palavras e imagens”. Terá o auxílio do livro “Desenvolvimento de games” para um estudo da construção dos personagens, seus arquétipos, e características gerais. Em uma segunda parte serão pesquisados outros meios de contar histórias para as crianças, que permitam uma modificação maior na narrativa, como por exemplo, o flanelógrafo, instrumento de ensino com personagens de tecido que formam diferentes histórias. Será feito uma pesquisa de campo com crianças em idade pré-escolar, para perceber seus meios de receber e intervir nas histórias. Para isso, primeiramente será realizada uma entrevista com uma psicóloga e auxiliar de educação infantil que lida com as crianças da escola estipulada para a pesquisa, para que possa ser pensada a dinâmica a se aplicar. De acordo com o referencial teórico, será construída uma metodologia para a construção da prática, um livro infantil que permita interação na narativa.

REFERÊNCIAS

LINDEN, Sophie Van der. **Para Ler o Livro Ilustrado**. São Paulo: Cosac Naify, 2011.

LINS, Guto. **Livro Infantil?** . São Paulo: Rosari, 2002.

NIKOLAJEVA, Maria e SCOTT, Carole. **Livro Ilustrado: Palavras e imagens**. Rio de Janeiro: Cosac Naify, 2011.

NOVAK, Jeannie. **Desenvolvimento de Games**. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

VAZ, Lucia Maria. **Imaginário: O “Entre-saberes” do arcaico e do cotidiano**. Pelotas: Ed. UFPEL, 2003.

ESTUDO DE SINTOMAS DO ANALFABETISMO VISUAL NO BRASIL

BUSCH, Fernando¹;

¹Universidade Comunitária de Chapecó – Unochapecó, Pós-graduando (Lato Sensu) em *Design* e Gestão de Marca: *Branding*.
fernando.busch@gmail.com

Design Gráfico e Comunicação Visual

O alfabetismo visual representa uma preocupação prática não só de educadores, mas de profissionais da área da comunicação visual. Ele está diretamente relacionado com participação, pois tem o poder de transformar todos que o alcançarem em cidadãos ativos, elevando a capacidade de avaliação para além de uma opinião meramente intuitiva diante de uma determinada manifestação visual. O presente trabalho tem como objetivo contribuir na geração de discussão e de mobilização acadêmica e profissional em prol da melhoria da situação da inteligência visual no país. A metodologia empregada se baseia em pesquisa bibliográfica com foco na busca de posicionamentos de autores a respeito do tema e de sua importância. As obras e publicações de GOMES, DONDIS, STRUNCK, SANTANA e SARDELICH trazem uma colaboração significativa no mapeamento da situação ao tratarem de temas como: alfabetismo e educação visual, perfil criativo dos profissionais e estudantes de *design* (responsáveis pela implementação da cultura material visual) e situação mercadológica e social nacional. As obras de GOMES FILHO contribuem para a definição clara das bases conceituais das especializações do *designer* a fim de relacionar a identificação dos sintomas com a responsabilidade do profissional diante da situação, tendo como rumo a mobilização no sentido de modificar o cenário. Conclui-se o estudo com uma proposta de ideal de postura para a classe profissional a fim de realizar tal intento.

REFERÊNCIAS

DONDIS, Donis A.. **Sintaxe da linguagem visual**. São Paulo, SP: Martins Fontes, 1997.

GOMES FILHO, João. **Design do objeto: bases conceituais**. São Paulo, SP: Escrituras Editora, 2006.

GOMES, Luiz Vidal Negreiros. **Criatividade: projeto, desenho, produto**. Santa Maria, RS: sCHDs, 2001.

SANTANA, Leonardo Nunes. **O designer gráfico e o mercado de trabalho: oportunidades e ameaças**. Disponível em:
<<http://www.webartigos.com/articles/43749/1/O-Designer-Grafico-e-o-Mercado-de-Trabalho-Oportunidade-s-e-Ameacas/pagina1.html>>. 1 de setembro de 2011.

STRUNCK, Gilberto. **Viver de design**. Rio de Janeiro, RJ: 2AB, 2004.

INFOGRÁFICOS: O DESIGN COMO FERRAMENTA DE COMUNICAÇÃO NOS MEIOS IMPRESSOS

FERSULA, FERNANDA G.

Universidade Católica de Pelotas /Graduada do Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda; nandafersula@gmail.com

Design Gráfico e Comunicação Visual

A sociedade em que estamos inseridos vive em um ritmo cada vez mais acelerado, e este novo modo de vida é percebido no comportamento dos indivíduos em vários meios. No que tange à comunicação não é diferente, os receptores procuram por notícias rápidas, sucintas e de fácil entendimento. Em contrapartida, percebe-se o esforço dos meios de comunicação em estruturar as informações de forma a deixá-las mais atraentes e interessantes, de modo a despertar e manter a atenção do receptor da mensagem.

Na comunicação impressa, um dos recursos utilizados para obter estes resultados diz respeito ao visual do conteúdo. O modo como a informação é apresentada ao leitor pode ser decisiva para que ele se disponha a ler o texto até o final.

Vários elementos podem ser trabalhados a fim de tornar o design da informação mais interessante. No caso deste trabalho, abordarei a utilização da infografia como elemento gráfico visual auxiliador na comunicação em jornais e revistas.

Os dados apresentados neste trabalho foram adquiridos a partir de leitura de obras relacionadas ao design e à comunicação. Também busquei informações em outros artigos que discutem conceitos, formas de utilização e aplicação da infografia nos meios impressos. Além disto, realizei pesquisa com comunicadores e designers a fim de responder questões como: qual é a importância da utilização dos infográficos na difusão de notícias; Quem é o responsável por projetar uma infografia em um veículo impresso? O jornalista ou o designer?

Com base nestes dados pretendo apresentar os conceitos básicos, características, utilização, e estrutura deste recurso que envolve profissionais da comunicação e do design em busca de uma melhor apresentação da notícia.

REFERÊNCIAS

DONDIS, Donis. **A. Sintaxe da linguagem visual**. Brasil, Martins Fontes, 2002.

GUIMARÃES, Luciano. **A cor como informação**. São Paulo, Editora Annablume, 2001.

MACHADO, Cristiane. Infográficos: características, conceitos e princípios básicos. In: **INTERCOM SUDESTE**, Minas Gerais, 2007.

MORAES, Ary. Infografia – o design da notícia. (dissertação de mestrado). Rio de Janeiro: PUC, 1998.

A HERÁLDICA VERNACULAR DAS MARCAS DE GADO NO SUL DO BRASIL ARNONI, Rafael Klumb¹; MICHELON, Francisca Ferreira²

¹Mestrando do Programa de Pós-graduação em Memória Social e Patrimônio Cultural – UFPel. rafael.aroni@gmail.com;

²Professora Associada da Universidade Federal de Pelotas. franciscafmichelon@yahoo.com.br

Grupo de trabalho Design Gráfico e Comunicação Visual

O relato apresentado é parte do estudo a ser realizado para o trabalho de dissertação de mestrado intitulada “*A Tradição Familiar das Marcas de Gado nos Campos Neutrais*”, dentro do Programa de Pós-graduação em Memória Social e Patrimônio Cultural da Universidade Federal de Pelotas.

As marcas de gado e o ato de marcação de animais constituem uma das mais fortes referências à cultura do campo e à tradição de criação pecuária. Estão diretamente ligadas à ideia de posse, identificando a propriedade sobre a criação, podendo com o tempo passar a ser um símbolo que representa determinado criador ou local de criação (PONT, 1983).

A ligação existente entre a posse de objetos ou animais e estes símbolos pode ser compreendida pela descrição do designer e tipógrafo Adrian Frutiger (1999), quando menciona que

[...] a representação visual do indivíduo – não apenas o desenho de uma figura humana, mas também a expressão individual de determinada pessoa, ou seja, sua assinatura – tenha surgido em tempos bastante remotos entre tribos nômades, por exemplo, para identificar o rebanho e alguns objetos. (FRUTIGER, 1999, p.271).

Estas marcas caracterizam-se por sua representação gráfica vernacular, podendo ser associados a valores estéticos vulgares e rudimentares, geralmente dissociados de padrões de excelência gráfica. Entretanto, alguns estudiosos da cultura popular como Ariano Suassuna através do Movimento Armorial¹ e Virgílio Maia (2004), ressaltam a riqueza de um tipo de heráldica popular, que juntamente com brasões de times, bandeiras de escolas de samba, apresentam aspectos ainda a serem explorados. Desta forma estes autores afirmam que as marcas de gado representam a tradição de uma rica heráldica, descrevendo as formas como as marcas são transmitidas e modificadas através de sucessivas gerações de famílias no nordeste brasileiro.

Sendo a criação de gado uma atividade muito presente e importante na região sul do Brasil e estando a história do Rio Grande do Sul diretamente ligada a disputas e conquistas de territórios, pergunta-se qual seria o papel destas marcas dentro de famílias locais enquanto suporte da memória e de identidade perante grupos locais externos a esta.

Acredita-se que as marcas podem ser descritas em sua permanência ou alteração através do tempo, enquanto forma de tradição, entendida por Arévalo (2004) como “el conjunto de conocimientos que cada generación entrega a la seguinte” e que “actualiza y renueva el pasado desde el presente”. Também podem ser entendida como uma forma de identidade, descrita por Arévalo como “una construcción social que se fundamenta em la diferencia, en los procesos de alteridade o de diferenciación simbólica” (ARÉVALO, 2004).

Pretende-se, através deste estudo, verificar o potencial que as marcas apresentam como elementos identitários destas famílias e observá-las como, simultaneamente, uma assinatura e escritura de reconhecimento do grupo familiar diante dos demais. Outrossim, pretende-se estabelecer um diálogo entre a empiria do universo do sul do Brasil, peculiar pelas condições inerentes da fronteira, com aquele

¹ Movimento iniciado nos anos 70 que identificava a heráldica no Brasil como uma expressão da cultura popular, através de marcas de ferrar, brasões de clubes ou estandartes de manifestações populares.

que se desenha nos estudos das marcas de gado no nordeste do Brasil, observando semelhanças e particularidades.

REFERÊNCIAS

ARÉVALO, Javier Marcos. La tradición, el patrimonio y la identidad. **Revista de estudios extremeños**. Volume 60, número 3, 2004. Espanha: Editora da Diputación de Badajoz. Disponível em: <http://www.dip-badajoz.es/publicaciones/reex/rcex_3_2004/rcex_3_2004_completo.pdf>. Acesso em: 01.set.2010.

FRUTIGER, Adrian. **Sinais & Símbolos: Desenho, projeto e significado**. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

MAIA, Virgílio. **Rudes Brasões: ferro e fogo das marcas avoengas**. Cotia: Atelier Editorial, 2004.

PONT, Raul. **Campos Realengos**. Porto Alegre: Editora e Distribuidora Gaúcha, 1983.

SUASSUNA, Ariano. **O Movimento Armorial**. Disponível em: <http://www.arianosuassuna.com.br/userfiles/file/HISTORICOMovimento_armorial2.pdf>. Acesso em: 12. set. 2009.

BUSCANDO UMA MATRIZ DE PESQUISA CONTEXTUAL PARA O DESENVOLVIMENTO DE PROJETOS DE DESIGN TERRITORIAL

SCHÜLER, Gabriel¹; REYES, Paulo²

¹Bacharel em Comunicação social pela ESPM/RS, Especialista em Design Estratégico pela Unisinos e POLI.design – Consorzio Del Politécnico di Milano, Mestrando em Design pela Unisinos; ² Universidade do Vale do Rio dos Sinos, PPG em Design. reyes@unisinos.br.

Design Gráfico e Comunicação Visual

As cidades tem tido um comportamento semelhante às empresas quanto à sua administração. A aplicação de uma visão e ferramentas de planejamento estratégico disponibilizam às cidades alternativas de desenvolvimento, entendendo-as como mercadorias. Também existe a perspectiva do desenvolvimento local sustentável através da valorização dos produtos locais como alternativa de administração pra uma cidade. O marketing de lugares e o design de território oferecem estas duas perspectivas pelas quais se pode alcançar desenvolvimento. A partir destas noções se delimita o presente artigo. Objetiva-se, neste artigo, delimitar alguns tópicos de pesquisa contextual pertinentes à construção do briefing (definição do problema) no desenvolvimento de um projeto de design de território para uma cidade. A pesquisa é ilustrada a partir do projeto de identidade visual de Foz do Iguaçu.

As cidades na sociedade contemporânea são oferecidas ao público como mercadorias. Representam para esta sociedade destinos de entretenimento, investimento ou mesmo moradia. As identidades visuais das cidades também se assemelham com aquelas das mercadorias, e da mesma forma buscam no branding a estratégia para colocar-se no cenário competitivo em busca de desenvolvimento.

As estratégias de comunicação na criação de uma identidade visual para uma empresa passam por uma fase de briefing, que deve resultar em uma síntese do problema de forma que a etapa de criação seja iniciada já contando com uma coleta de informações adequada. Estas informações, no caso de empresas, são público-alvo, concorrência, objetivos e uma descrição dos produtos e serviços da empresa, entre outras questões cuja elaboração objetiva construir uma orientação pela qual a identidade visual será projetada.

Este artigo tem por objetivo levantar quais são os tópicos de pesquisa contextual pertinentes ao briefing no processo de projeção, podendo ser tanto de design de comunicação quanto de outras áreas específicas do design. O estudo se limita a trazer a perspectiva do marketing e administração estratégica associado ao design para identidade territorial.

REFERÊNCIAS

BONSIEPE, Gui. **Identidade e contra-identidade do design**. Cadernos de Estudos Avançados em Design, Identidade, p. 63-76. Barbacena – MG: EdUEMG, 2010.

CELASCHI, F. Dentro al progetto: appunti di merceologia contenporanea, in: Celaschi, F.; Deserti A. **Design e innovazione: strumenti e pratiche per la ricerca applicata**. Carocci, Roma, 2007.

CRIPPA, Larissa. **A sinalização turística de Foz do Iguaçu como forma de valorização territorial**. Porto Alegre, 2009.

CONSTRUÇÃO DE SITE A PARTIR DA METODOLOGIA PROJETUAL DE GARRET: FILME O SEGREDO DE BEETHOVEN

HERRMANN, Ana Cláudia¹; GOMES, Caroline K.¹; WEYMAR, Lúcia Bergamaschi Costa²

¹Universidade Federal de Pelotas, acadêmica do curso de Design Digital; ²Universidade Federal de Pelotas, Departamento de Artes Visuais. anaclaudia_herrmann@hotmail.com

Design Digital e Comunicação Audiovisual

Esse artigo traz o relato da construção de um *site* a partir dos cinco planos da experiência do usuário na proposta de metodologia projetual de James Garret (MÜLLING, 2008). O *site* em questão possuía o intuito de divulgar o filme “O Segredo de Beethoven”, dirigido por Agnieszka Holland, no contexto acadêmico. Tal filme foi apresentado no projeto de extensão Ciclo de Cinema e História da Arte voltado ao segmento dos alunos do, na época, Instituto de Artes e Design (IAD), hoje Centro de Artes, e às pessoas da comunidade interessadas em cinema e história da arte.

A metodologia projetual para o design de experiência, fundamentada nos cinco planos de conceituais de James Garrett, tem por objetivo preencher a lacuna referente à metodologia de criação de *sites*, pois um *website* não é um simples produto, já que a experiência do usuário é relevante para o processo de criação.

Nesta pesquisa pretende-se mostrar como funciona, na prática, essa metodologia, ao apresentar cada um dos cinco planos e o que foi realizado em cada etapa com o objetivo de compreender a importância das etapas projetuais para o desenvolvimento de *sites* bem elaborados.

Além do referido *site*, foi projetado um cartaz para complementar a divulgação do filme exibido no ciclo cujos elementos visuais reforçavam todo o design de identidade.

REFERÊNCIAS

MÜLLING, Tobias Tessmann ; PEREIRA, Alice Theresinha Cybis PhD. . Projetar para a experiência: análise da metodologia para a construção de um website fundamentado nos 5 planos da experiência do usuário.. In: **8 P&D - CONGRESSO NACIONAL DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN**, 2008, São Paulo. 8 P&D - Congresso Nacional de pesquisa e desenvolvimento em design, 2008.

HOLLAND, Agnieszka. Filme O Segredo de Beethoven (2006). Disponível em: < <http://www.cinemenu.com.br/filmes/o-segredo-de-beethoven-2006>> Acessado em: 25 ago. 2011.

DESIGN GRÁFICO INTERATIVO

ROSSI, Ana Claudia Remonti¹; WEYMAR, Lúcia Bergamaschi Costa²

¹Universidade Federal de Pelotas – Bacharelado em Design Gráfico; ²Universidade Federal de Pelotas, Departamento de Artes Visuais. luciaweymar@gmail.com.

Grupo de trabalho (Design Gráfico e Comunicação Visual I)

Vive-se em um momento que tudo acontece e se transforma rapidamente; a informação nos é enviada por vários canais simultâneos e muitas vezes, descontrolados. No meio desta desordem de dispositivos tentando passar as suas respectivas mensagens pouca coisa é absorvida pelo receptor, e o resto acaba passando despercebido, ou no máximo sendo percebido apenas superficialmente. Para tentar evitar essa rotina desfavorável os geradores de informação começaram a seguir por uma nova via nestes últimos anos, a via que toma o receptor como foco. Graças aos avanços tecnológicos a internet representa o melhor exemplo destes geradores já que seus recursos permitem criações virtuais totalmente interativas nas quais o usuário é o responsável pelo controle das funções disponibilizadas.

Porém, essa vontade de participar da informação – de sentir-se privilegiado e valorizado por ela – não é exclusiva do *mundo virtual*. O design gráfico, por exemplo, tem por função primordial transmitir ideias, conceitos intangíveis para *objetos reais e palpáveis* utilizando-se de recursos das formas, cores, tipografia, texturas para atingir um público determinado (HOLLIS, 2000). Esse público se comporta da mesma maneira em relação às questões de interação. Um objeto que dele dependa para chegar ao seu resultado final vai despertar, segundo nossa avaliação, muito mais interesse do que aqueles meramente informativos.

Mesmo assim, projetos gráficos com recursos interativos não aparecem com muita frequência em publicações, tampouco em sua bibliografia específica. Dentre os poucos casos, destacam-se projetos cujos criadores enquadram-se na categoria de *designers autores* os quais, por terem maior controle sobre os conteúdos, pretendem uma leitura mais aberta de seus objetos, permitindo ao leitor uma experiência mais rica e profunda (POYNOR, 2010). Por esta razão, no primeiro momento efetuaremos pesquisas bibliográficas sobre o design autoral, seus primórdios, sua evolução e procuraremos entender como os designers procedem à frente de projetos desta categoria.

Na segunda parte de nosso trabalho abordaremos a interatividade partindo da presença dela na história da arte contemporânea, conceituando-a segundo teóricos como Plaza (2010), que a trata como a “Arte de participação”. Inevitavelmente nos debruçaremos também sobre definições advindas da era virtual em que vivemos. Visto que os estudiosos desta área apresentam um conteúdo multidisciplinar, envolvendo a relação do objeto e seu leitor desde a psicologia da percepção até a aplicação prática no mundo virtual. E, enfim, adentraremos no campo de interesse – design gráfico – onde analisaremos os projetos gráficos de alguns exemplos devidamente publicados que permitam a interação ativa do leitor. Nosso principal exemplo e grande motivador desta pesquisa é o livro “Tree of Codes” escrito e projetado por Jonathan Safran Foer em 2010. O qual possui páginas recortadas que permitem a construção e reconstrução da história pelo leitor.

O objetivo de nossa pesquisa é a criação de um livro autoral e interativo que atinja um público mais amplo e proporcione uma forma de participação na informação além da recepção e codificação da mensagem. Pretendemos criar uma conversa mais íntima e aberta. Criar uma experiência onde o usuário participe ativamente.

REFERÊNCIAS

FOER, Jonathan Safran. **Tree of Codes**, Londres (UK): Visual Editions, 2010.

HOLLIS, Richard. **Design Gráfico: uma história concisa**. São Paulo: Martins Fontes, 2000. (Coleção A)

PLAZA, Júlio. Arte e Interatividade: Autor-Obra-Recepção. **Concinnitas**, Rio de Janeiro, v. 4, n.4, p.6 – p.34, 2003.

POYNOR, Rick. **Abaixo as regras: design gráfico e pós-modernismo**. Porto Alegre: Bookman, 2010.

PREECE, Jennifer. et al. **Design de Interação: Além da interação Homem-Computador – 1ed**. Bookman Companhia ED, 2005.

ROCK, Michael. The designer as author. In: BIERUT, Michael; DRENTTEL, William; HELLER, Steven (Ed.). **Looking closer 4: critical writings on graphic design**. New York: Allworth Press, 2002. p. 237-244.

WEYMAR, Lúcia Bergamaschi Costa. **Design entre aspas: indícios de autoria nas marcas da comunicação gráfica**. 2010. 332 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) - Faculdade dos Meios de Comunicação Social, Pontifícia Universidade do Rio Grande do Sul, Porto Alegre

A estética como relação fenomenológica: da variação no olhar à impressão videográfica.

LUZ, Guilherme¹; ROSA, Guilherme²

Design Digital e Comunicação Audiovisual

Resumo:

Esta proposição tem como objetivo analisar as possíveis relações existentes entre conceitos fenomenológicos encontrados no período moderno da arte, especificamente no pintor pós-impressionista Paul Cézanne, e a estética videográfica contemporânea, a exemplo das imagens advindas de imperfeições técnicas utilizadas no filme “os famosos e os duendes da morte” (2011) de Esmir Filho. A metodologia utilizada a partir do corpus estabelecido será a comparativa entre a teoria do *olhar variável em Cézanne* (AUMONT, 2004) e a aplicação dos conceitos fenomenológicos de Jean-François Lyotard (2008) às imagens de estética videográfica presentes no filme. Para tanto é preciso compreender a relação dialógica existente entre a pintura do século XIX e a estética videográfica contemporânea (DUBOIS, 2004). A representatividade destas imagens, através de um olhar fenomenológico, está no sentido de entender a capacidade de dialogo existente entre ela enquanto imagem e enquanto representação subjetiva de uma impressão de realidade. A contribuição de Cézanne para a evolução da arte como linguagem visual, se deu no sentido de entender que a imagem possui uma fluidez necessária e para que esta exista como “coisa em si” deve ser capaz de capturar as próprias impressões e se desvencilhar da idéia de simular uma realidade através da representação.

¹ Acadêmico do curso de Bacharelado em Cinema e Animação da Universidade Federal de Pelotas – Ufpel. (guilh.gl@gmail.com)

² Orientador: Prof. Me. do Centro de Artes da Universidade Federal de Pelotas.

REFERÊNCIAS

AUMONT, Jacques. **O olho interminável**; São Paulo: Casac Naif, 2004. 272 pág.

BERGO, Lívia. **O olho variável em Jacques Aumont: da pintura aos vídeos Digitais**. Artigo Mestranda do curso de comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora.

DANTO, Arthur C; **Após o fim da arte**: A arte contemporânea e os limites da historia. São Paulo: Edusp, 2006.

DUBOIS, Philippe. **Cinema vídeo Godard**; São Paulo: Cosac Naify, 2004. Tradução: Mateus Araújo Silva. 326 pág.

LEON, Denise. **Cézanne e o olhar**. Arte em são Paulo n°12, 1982.

LYOTARD, Jean-Fronçois. **A fenomenologia**; Lisboa, Portugal, 2008. Edições 70. Tradução: Armindo Rodrigues. 147 pág.

A MEMÓRIA GRÁFICA PELOTENSE COMO FERRAMENTA COMUNICACIONAL

CABREIRA, Arthur Theil¹; NUNES, João Fernando Igansi²

¹Estudante de Design Digital – Universidade Federal de Pelotas; ²Universidade Federal de Pelotas, Centro de Artes (Colegiado de Design). fernandoigansi@gmail.com.

Design Digital e Comunicação Audiovisual

O grupo de pesquisa “Memória Gráfica de Pelotas: 100 anos de Design” tem o propósito de resgatar, catalogar e analisar fontes periódicas publicadas na cidade de Pelotas durante o período de 1890 a 1990 a fim de pesquisar a trajetória do design gráfico local através do acesso aos exemplares locados no acervo da Bibliotheca Pública Pelotense. Uma das principais metas da ação é a duplicação dos documentos históricos analisados, digitalizando-os e transcrevendo-os para o meio digital. Tal estratégia tem como objetivo preservar e tornar acessíveis as informações contidas nesse acervo, além de promover a conservação de parte do patrimônio cultural da cidade e contribuir para a geração de conhecimento acerca da memória gráfica pelotense, apoiando nosso edifício cultural (Lévy, 1996). A transcrição das páginas impressas para o ambiente hipermídia tem como objetivo propiciar uma comunicação eficaz, abrangente e híbrida ao se apropriar de diversos tipos de linguagem (imagem, som e texto), possibilitando o acesso à informação através de qualidades que auxiliam na construção de diversas associações interativas, emitindo ideias e valores de diferentes níveis (Belluzzo, 2005). Portanto, a interface proveniente da apresentação digital das obras históricas pretende permitir uma “visão panorâmica do conteúdo, navegar na massa de dados sem perder a orientação e, por fim, mover-se no espaço informacional de acordo com seus interesses” (BONSIEPE, 1997, p. 59). Concluindo, as modificações sócio-tecnológicas apresentadas à sociedade, influenciam nosso modo de pensar e produzir assim como fazem parte da história do desenvolvimento cultural do contexto em que estão inseridas (Mcluhan, 1964) e, portanto, devem ser identificadas, catalogadas e analisadas para que possam ser utilizadas como ferramentas comunicacionais permeando tanto o meio impresso quanto o digital.

REFERÊNCIAS

BELLUZZO, G. A Idade do Design. In: MOURA, M. (Org). **Design, arte e tecnologia**. São Paulo: Rosari/Anhembí Morumbi, 2005.

BONSIEPE, G. **Design do material ao digital**. Florianópolis: SEBRAE, 1997.

LÉVY, P. **O que é o virtual?**. São Paulo: Ed. 34, 1996.

LIMA, P. G. **Estudo da memória e do conceito de design através das peças gráficas e fotografias do Parque Souza Soares (Pelotas, 1900-1930)**. 2010. Dissertação (Mestrado em Memória Social e Patrimônio Cultural) – Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 2010.

MCLUHAN, M. **Understanding Media: the extentions of man**. Corte Madera: Gingko, 2003.

VIDEOMAPPING DE GUERRILHA

SCHORR, Bernardo – ESDI / RJ (graduado 12/2010); PEREIRA DE SOUZA, Pedro Luiz – ESDI / RJ – Departamento de Design de Produto - p.l.p.souza@terra.com.br

Grupo de trabalho: Design Digital e Comunicação Audiovisual

Videomapping de Guerrilha parte de uma reflexão a respeito das responsabilidades do profissional de design nos tempos de hoje. As lógicas atuais de produção industrial levaram a sociedade a uma forma absolutamente predatória de existência. O mundo vive uma aceleração da produção industrial exponencialmente crescente, que ameaça um projeto de consumo sustentável e põe em cheque o que se tornou a própria essência da profissão designer. Entre outras hipóteses, talvez seja agora mais importante retirar os objetos do mundo ao invés de constantemente colocar novos. Ou seja, desmaterializar.

O projeto se desdobra numa exploração prática dessa reflexão: o estudo de linguagem de mapeamento de projeção digital (tradução livre de videomapping) sobre objetos e superfícies com o objetivo de conferir-lhes conteúdo fluido e mutável. Desse modo, o objeto passa a ser adaptável às necessidades do usuário, ampliando seu período de uso e convergindo funções de diversos outros objetos o que, por sua vez, torna desnecessária a existência de muitos deles.

Com o objetivo de estudar essa possibilidade, é proposto um sistema de exposições que funcione através de videomapping. A ideia é que se possa usar qualquer superfície disponível em qualquer local para se exibir conteúdo, utilizando-se apenas um projetor, um microcomputador e dispondo de uma tomada de rede elétrica ou bateria de longa duração. A proposta de sistema contempla a democratização de informação, constituindo uma forma simples, sustentável e de baixo custo para se produzir exposições, além de questionar a necessidade de descarte cada vez que haja necessidade de mudar o conteúdo, uma vez que todo o equipamento pode ser reutilizado cada vez que venha a surgir um novo projeto.

O projeto desenvolveu-se em duas etapas. Primeiramente, foram feitos experimentos de mapeamento de projeção em diversas superfícies distintas: paredes, janelas, escadas e outros elementos de arquitetura. Dessa maneira, foi possível entender melhor como essas superfícies se comportavam uma vez mapeadas, assim como observar a possibilidade de criar conteúdo informacional para elas. Uma vez que seja possível difundir informação em videomapping sobre superfícies já existentes para outros fins, pode-se considerar que a necessidade da produção de outros suportes de difusão, como a impressão de painéis, será diminuída.

A segunda parte do projeto consistiu no desenvolvimento de um protótipo funcional da exposição em videomapping. Para o conteúdo da exposição, foram escolhidos os Objetivos do Milênio, surgidos da Declaração do Milênio das Nações Unidas, adotada pelos 191 estados membros no dia 8 de setembro de 2000. A declaração traz uma série de compromissos concretos que, se cumpridos nos prazos fixados, segundo os indicadores quantitativos que os acompanham, deverão melhorar o destino da humanidade neste século.

Videomapping de Guerrilha tem seu nome pela sua natureza de aproveitamento e ocupação de espaços existentes e objetos disponíveis. Sua grande adaptação a condições físicas representa um convite à quebra de barreiras do óbvio e à exploração de desdobramentos de formas comuns, cuja utilização possa parecer saturada.

REFERÊNCIAS

BAUMAN, Zygmunt. **Vida líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2007

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. São Paulo. Contraponto: 1992

DUPUY, Jean-Pierre. **A fabricação do homem e da natureza**. Conferência do ciclo Mutações, novas configurações do mundo, Artepensamento, Rio de Janeiro, Setembro 2007.

LEONARD, Annie. **The story of stuff**. Florence, Massachussets: Free Press, 2010.

RASKAR, Ramesh; BIMBER, Oliver. **Spatial augmented reality: merging real and virtual worlds**. Natick, Massachussets: A K Peters, 2005.

SANTAELLA, Lucia. **Culturas e artes no pós-humano, da cultura das mídias à cibercultura**. São Paulo: Paulus. 2003

THACKARA, John. **In the bubble: designing in a complex world**. Cambridge, Massachusetts: MIT Press, 2006.

TRANSPOSIÇÃO DE LIVROS INFANTIS PARA HIPERMÍDIA UTILIZANDO TABLETS COMO SUPORTE

ROCHA, Bruna¹; MULLING, Tobias²

¹ Bacharelado em Design Digital, UFPEL; ² UFPEL, Departamento de Design. tmulling@gmail.com.

Design Digital e Comunicação Audiovisual

O trabalho segue a temática da evolução tecnológica principalmente na área da mobilidade, e como isso pode acrescentar à experiência com o livro, focando no público infantil. Fará um estudo dos novos recursos para se contar uma história utilizando como suporte a *tablet*, e como o designer tem papel importante nessa etapa de construção dos novos hábitos de leitura. Analisará a utilização de recursos interativos no livro, e o uso não somente de ilustrações, mas também de outros meios multimídia como animações, vídeos, e sons. Elementos esses, que podem influenciar na narrativa aumentando a experiência da criança e conseqüentemente seu interesse futuro, sendo um ótimo introdutor ao mundo dos livros. Sempre fazendo o comparativo entre a narrativa não linear dos jogos e a convencional. Para isso serão usados livros que tratam do tema livro infantil no geral, como em “Livro infantil?”, “Para ler o Livro Ilustrado”, e “Livro Ilustrado: Palavras e Imagens”. Assim como livros que falam de navegação em hipermídia e sobre recursos da multimídia como “Navegação em Hipermídia” e “O Labirinto da Hipermídia”, para que assim se analise melhor os recursos possíveis de serem explorados. Além desses, o trabalho fará uso do livro “Desenvolvimento de Games” que trata da construção de personagens e cenários e da narrativa, pensando na interatividade. Após será feito um estudo de caso tendo como objeto de pesquisa um livro que foi transposto para *tablet*. Para assim ser realizada a prática através da metodologia de Jesse James Garrett, adaptada para a construção de livros infantis em hipermídia.

REFERÊNCIAS

FILATRO, Andrea. **Design Instrucional**. São Paulo: Pearson, 2008.

FLUSSER, Vilém. **O mundo codificado**. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

LEITÃO, Lucia. **O Labirinto da Hipermídia**. São Paulo: Iluminuras, 2005.

LE MOS, André. **Comunicação e mobilidade**. Salvador: EDUFBA, 2009.

LINDEN, Sophie Van der. **Para Ler o Livro Ilustrado**. São Paulo: Cosac Naify, 2011.

LINS, Guto. **Livro Infantil?** . São Paulo: Rosari, 2002.

NIKOLAJEVA, Maria e SCOTT, Carole. **Livro Ilustrado: Palavras e imagens**. Rio de Janeiro: Cosac Naify, 2011.

NOVAK, Jeannie. **Desenvolvimento de Games**. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

MAPEAMENTO DE FUNCIONALIDADES DO TUMBLR VISANDO O DESIGN DE SERVIÇOS WEB: CONCEITOS E METODOLOGIA

TAVARES, Débora¹; MÜLLING, Tobias

¹Universidade Federal de Pelotas, Bacharelado em Design Digital; ²Universidade Federal de Pelotas, Curso de Design Digital. deboraptav@gmail.com

Design Digital e Comunicação Audiovisual

Este artigo tem como objeto o design de serviços web, a partir das funcionalidades de uma plataforma de blogs diferenciada, o Tumblr. A motivação desta pesquisa consiste na percepção empírica da pesquisadora quanto ao potencial da plataforma no que tange a geração e propagação de informação na web e a possibilidade de mensuração de tendências dentro da plataforma, questões essenciais ao design de serviços no meio digital. Esta pesquisa está inserida no contexto da cibercultura e relacionada ao design de mídias digitais, uma vez que pretende analisar uma plataforma para blogs a fim de sistematizar recomendações para o design de serviços web, propondo que tais serviços utilizem como base a informação da ferramenta em questão, o Tumblr.

A fim de compreender como o Tumblr pode agregar valor ao design de serviços web, este trabalho pretende, em primeira instância, realizar uma pesquisa bibliográfica. Compreende-se que a abordagem de autores como Lemos (2004) e Lévy (1999) possa esclarecer a relação dos usuários e dos profissionais de design no processo cultural hodierno - denominado pelos autores como cibercultura – visto que o objetivo deste trabalho é estabelecer recomendações para o design de serviços nesta área. Além disso, estão sendo utilizados autores como Wurman (1991), que disserta acerca da informação ressaltando sua importância como processo de transformação de dados em informação inteligível a públicos específicos - uma abordagem apropriada para o esclarecimento de conceitos primordiais para a compreensão da temática deste trabalho. Buscando inserir o Tumblr - objeto de estudo – neste contexto, a fim de mensurar sua importância na cultura atual, também são utilizadas definições de redes sociais extraídas dos estudos de Recuero (2009) e Amaral *et al* (2009). Ainda, a pesquisa conta com autores como Fuentes (2006), Garret (2002), Cybis (2010) e Merholz *et al* (2008) para estabelecer relações do design, dos produtos e serviços em geral e da importância da experiência do usuário com estes serviços ambientados no meio digital.

É importante ressaltar que, por tratar-se de uma plataforma recente, não há bibliografia específica publicada sobre o Tumblr. Por isso, pretende-se aplicar um questionário junto aos usuários do serviço, buscando identificar como os mesmos utilizam a plataforma. A análise das respostas obtidas deverá auxiliar no mapeamento de funcionalidades do serviço previsto inicialmente. Então, como proposta prática da pesquisa, será desenvolvido um serviço web que utilize a plataforma Tumblr como suporte, ilustrando as etapas que terão sido concluídas até então.

Por fim, retomando as definições esclarecidas pelo referencial teórico, as funcionalidades identificadas no mapeamento do Tumblr, os resultados alcançados através do questionário aplicado e as conclusões obtidas com o desenvolvimento do aplicativo, serão organizadas recomendações para o design de serviços web com a finalidade de facilitar seu desenvolvimento utilizando as informações do Tumblr.

REFERÊNCIAS

AMARAL, Adriana et al. **Blogs.Com: estudos sobre blogs e comunicação**. São Paulo: Momento Editorial, 2009. Disponível em: <<http://www.sobreblogs.com.br/blogfinal.pdf>> Acesso em: junho 2011.

CYBIS, Walter. **Ergonomia e usabilidade: conhecimentos, métodos e aplicações**. São Paulo: Novatec Editora, 2010.

GARRETT, James. **The Elements of User Experience: User-Centered Design for the web**. New Riders, 2002.

FUENTES, Rodolfo. **A prática do design gráfico: uma metodologia criativa**. São Paulo: Edições Rosari, 2006.

KOCHE, José Carlos. **Fundamentos de metodologia científica: teoria da ciência e prática da pesquisa**. Petrópolis: Vozes, 1997.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 2010.

LEMOS, André. **Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2004.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

_____. **O que é o virtual?**. São Paulo: Ed. 34, 1996.

MEMÓRIA, Felipe. **Design para a internet: projetando a experiência perfeita**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

MERHOLZ, Peter; SCHAUER, Brandon; VERBA, David; WILKENS, Todd. **Subject to change: creating great products and services for an uncertain world**. O'Reilly, 2008.

NASLUD, Jo-Anne; GIUSTINI, Dean. **Towards School Library 2.0: An Introduction to Social Softwares Tools for Teachers Librarians**, 2008. Disponível em: <http://asselindoiron.pbworks.com/f/14_2naslund_giustini.pdf> Acesso em: julho 2011.

NORMAN, Douglas. **O design do dia-a-dia**. Rio de Janeiro: Rocco, 2006.

PIRAUÁ, J. **TAE.web-u { A construção de uma técnica para avaliação estética de websites com usuários**. Dissertação de mestrado. Universidade Federal de Pernambuco, 2007.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

STEIN, Mônica. Design De Interface Para Sites: **Desenvolvimento de Uma Metodologia Orientadora Considerando a Comunicação entre Clientes e Usuários**. Tese defendida no departamento de Engenharia e Produção. 2003.

WURMAN, Richard Saul. **Ansiedade de informação: como transformar informação em compreensão**. São Paulo: Cultura Edições Associados, 1991

CULTURA DA CONVERGÊNCIA NO DESIGN: APROXIMAÇÕES ENTRE NARRATIVAS TRANSMIDIÁTICAS E DESIGN DE INTERFACES

REIS, Marina Gowert dos¹; ROSA, Guilherme Carvalho da.²

¹ Curso de Design Digital; Cearte/UFPEL; ² Curso de Design Digital; Cearte/UFPEL. marinagowertdosreis@gmail.com.

Grupo de trabalho: Digital e Comunicação Audiovisual

Esta pesquisa busca investigar a maneira pela qual o design de interfaces pode se integrar ao desenvolvimento de narrativas transmidiáticas. Partindo da definição do teórico Henry Jenkins (JENKINS, 2009, p. 135), há um modo de interrelação entre velhos e novos meios, por exemplo, a partir de histórias contadas através de várias mídias, também uma das maneiras que os conteúdos e estruturas dos antigos meios de comunicação, como televisão, cinema, mídia impressa, se adaptam à cultura da convergência de meios, através da utilização das novas tecnologias de informação, sendo a internet o seu maior expoente.

Em Cultura da Convergência (2009), Henry Jenkins define o momento atual da cultura, da produção de conhecimento, como um tempo de convergência. Tal termo fala sobre os aparelhos que convergem funções, mas especifica esse como um fenômeno que “ocorre dentro dos cérebros dos consumidores individuais e em suas interações sociais com outros” (JENKINS, 2009, p. 28). É uma prática que refere-se ao “fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação” (JENKINS, 2009, p. 27).

Expondo esse contexto, destaca-se o papel do design de interfaces e a inserção do designer em projetos de narrativas transmidiáticas, como forma de construção de experiências de convergência. Através de uma primeira observação de exemplos de interfaces construídas para projetos dessa natureza é possível observar que o direcionamento é específico em relação a projetos que tenham outros objetivos. Interfaces de websites em narrativas transmidiáticas têm como foco incitar, no usuário, a curiosidade em relação a narrativa, mostrar relação com outros elementos da história.

O objetivo geral desta pesquisa consiste na observação de interfaces digitais integrantes de narrativas transmídia, a fim de criar possíveis caminhos projetuais para construção de interfaces de websites inseridas no contexto de convergência. A pesquisa é integrante de um Trabalho de Conclusão do Curso de Design Digital da UFPEL e se encontra em andamento. Para tal fim serão observados alguns caminhos metodológicos: revisão teórica sobre cibercultura e convergência de meios; estudo do caso da narrativa transmidiática estruturada em torno do filme Cloverfield - Monstro (2008), exemplo escolhido por

seu uso extenso de interfaces de websites; construção de uma narrativa transmidiática, projetando a relação entre um curta-metragem, interfaces de websites e perfis em redes sociais.

A análise que Jenkins apresenta sobre Matrix (1999), tomada para estudo como exemplo de narrativa transmidiática, é norteadora para o trabalho. A metodologia utilizada nessa análise é base para o estudo da narrativa estruturada em torno do filme Cloverfield - Monstro, presente no trabalho para investigação dos caminhos para construção de um projeto transmidiático.

Com o principal resultado da pesquisa representado pela proposta metodológica para interfaces a partir da relação transmidiática, pretende-se contribuir com o pensamento do design de interfaces a partir de contextos de imbricação midiática.

REFERÊNCIAS

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

REVISTAS DIGITAS PARA TABLETS: CONCEITOS E TRATAMENTOS

DA SILVA, Camila Wohlmuth¹; NUNES, João Fernando Igansi²

¹Universidade Federal de Pelotas, Graduação em Design Digital; ²Universidade Federal de Pelotas, Centro de Artes/Colegiado de Design. camila.wohlmuth@gmail.com.

Design Digital e Comunicação Audiovisual

O presente artigo, parte do projeto de conclusão de curso em andamento, investiga os atuais conceitos e respectivos tratamentos necessários para a construção de revistas digitais, no que tange os processos de criação, distribuição e interação a partir da linguagem em hipermídia, neste caso, aplicativos voltados para operar em dispositivos tablets, especificamente o iPad.

A motivação dessa pesquisa dá-se pela necessidade de compreender as transformações das práticas de escrita e leitura estabelecidas pelas novas modalidades de publicações eletrônicas e pela redefinição das narrativas construídas na comunicação permeada pela linguagem digital. Com o sistema global exigindo que o leitor contemporâneo esteja atualizando-se constantemente, os avanços das novas tecnologias sugere, em tese, novas possibilidades de se escrever e ler uma revista.

As revistas para tablets estão cada vez mais sendo oferecidas a um grande público, algumas editoras já se aventuram nesse “novo mundo editorial”, porém não há um padrão de publicação, e isso gera uma situação confusa para os leitores, pois as versões digitais das publicações são muito diferentes umas das outras, o que dificulta o estabelecimento de um vocabulário padrão, ou seja, não há um padrão formal e técnico, entre as diferentes publicações. Um dos únicos elementos de design padrão na maioria das publicações digitais é o uso de páginas duplas em miniatura para representar o conteúdo de uma edição (simulação indubitável da prancha impressa, ou seja: metáfora do codex).

Quando se fala de iPad para revistas em formato digital, não se está inserindo designs impressos em novas dimensões, ou seja, não se trata de adaptações ou atualizações dos cânones da página impressa, mas sim implementando uma nova linguagem, totalmente distinta dos códigos analógicos, pois há componentes de execução de códigos com intuito de fazer com que o usuário interaja, navegue em uma linguagem não linear e colaborativa. Empiricamente, o que pode ser preservado do meio digital para o impresso e, vice-versa, é a identidade visual da revista e seu corpo editorial, que não se limita a compreensão de interface gráfica, o que trás credibilidade à revista.

A longo prazo, não se sabe ao certo o impacto que o formato digital terá no mundo editorial, pois o processo é recente e veloz, as editoras estão fazendo todo tipo de experimento, como se nota nas revistas Veja, SuperInteressante, Época que já aderiram aos formatos eletrônicos e disponibilizam seus exemplares em formatos hipermidiáticos (hipertextuais). Assim, a pesquisa esta se desenvolvendo através de estudos bibliográficos e análises dessas revistas para tablets, compreendendo seus processo de interação, leitura, entre outros para sua criação.

REFERÊNCIAS

FLUSSER, Vilém. **O Mundo Codificado: Por uma Filosofia do Design e da Comunicação**. 1. rp. São Paulo: Cosac Naify, 2008. 222 p.

CHARTIER, Roger. **A Aventura do Livro: do Leitor ao Navegador: Conversações Jean Lebrun/Roger Chartier**. 1. rp. São Paulo: Unesp, 2009. 160 p.

_____. **Os Desafios da Escrita**. 1. Ed. São Paulo: Unesp, 2002. 144 p.

DESIGN E CHIMARRÃO – CAUSOS DE DESIGN GAÚCHO CONTADOS E COMPARTILHADOS NA WEB

MOTTA, Diego Luiz de Almeida¹; WEYMAR, Lúcia Bergamaschi Costa²

¹Universidade Federal de Pelotas – Bacharelado em Design Digital; ²Universidade Federal de Pelotas, Departamento de Artes Visuais. luciaweymar@gmail.com.

Grupo de trabalho (Design Digital e Comunicação Audiovisual)

O chimarrão é uma bebida característica da região meridional da América do Sul. Bastante característico do Rio Grande do Sul, é um dos elementos que simbolizam este estado brasileiro assim como, por exemplo, o churrasco. Para fazê-lo é necessário ter uma cuia, uma bomba, erva-mate e água quente¹. Porém, este trabalho não tem a intenção de falar sobre o chimarrão em si, nem de ensinar a tomá-lo – o que é bem complexo, diga-se de passagem – e, muito menos, de cultuar qualquer espécie de bairrismo. A ideia é a de utilizar o chimarrão para circunscrever este projeto enquanto uma pesquisa que aborda o Design Gaúcho.

É isso, Design Gaúcho é o tema deste trabalho. Pretendo escrever sobre assuntos com ele relacionados que nos levem a conhecer como se deu a sua origem já que os registros específicos sobre o este tema são raros. O que mais existem, aliás, em número expressivo, são citações ou publicações como revistas, jornais e periódicos. Entrevistas com profissionais daqui foram encontradas, mas nada que descreva a história do Design Gaúcho de forma mais aprofundada. Quero apenas escrever um pouco disso, comentar sobre isso e, quem sabe, contar algo que faça você se interessar um pouco mais sobre o Design produzido no nosso estado. E, quando digo nosso, não me refiro apenas a quem aqui nasceu, mas a todos interessados por este assunto.

Não pretendo descrever aquela velha roda de chimarrão com um grupo de pessoas a contar causos² de Design. Atualmente, a internet e as novas mídias digitais atingem um número massivo de pessoas que, conectadas ao mesmo tempo, podem juntas debater sobre todo e qualquer tema, e isso é bem mais coerente. Esta pesquisa tem, portanto, como objetivo, projetar um *site/blog* que problematize o Design Gaúcho, colocando-o em debate e nele deixando registrada uma parte desta história regional tão pouco explorada: um *site/blog* que seja uma troca de experiências e conhecimento.

Para alcançar este objetivo, pretendo realizar pesquisas bibliográficas sobre história do Design e sobre metodologia projetual em Design Digital, entrevistar profissionais gaúchos e coletar suas imagens e depoimentos. Por um lado, o *site* pretende dar conta destas histórias através das entrevistas e das imagens e início com Norberto Bozzetti³ conhecido como “o senhor das marcas”. Por outro lado, o *blog* pretende dar conta desta troca de conhecimento entre os usuários porque um *blog* nada mais é do que um diário no qual se compartilham interesses entre as pessoas.

Design e chimarrão estão ligados. Compartilhar um conteúdo na *web* ou tomar um chimarrão numa roda de amigos acaba por ter o mesmo sentido: o de se reunir e contar um caso, seja de Design seja de outro assunto qualquer.

¹ A *cuia* é geralmente produzida a partir do fruto da planta porongo; é o recipiente onde se toma o chimarrão. A *bomba*, em metal, funciona como um canudo e é usada dentro da cuia para sorver o chimarrão. A erva-mate é uma árvore cujas folhas são misturadas à água com fins de ser sorvida. O chimarrão é bebido quente, mas a água não pode ser fervente para não queimar a erva; por isso ela precisa ser aquecida até “chiar na chaleira”.

² Causo é uma expressão popular utilizada no Rio Grande do Sul e significa caso, conto, história.

³ Norberto Bozzetti é um dos pioneiros do Design no Rio Grande do Sul, conhecido como o *senhor das marcas* por seu grande trabalho com identidade visual.

REFERÊNCIAS

ASTIZ, Paula. Um design gráfico formador de conceitos e opiniões. In: **O valor do design: guia ADG Brasil de prática profissional do designer gráfico**. 2. ed. São Paulo: Editora Senac, 2004. Cap.1, p. 22-24.

BOZZETTI, Norberto. Design no sul: uma experiência pessoal, um testemunho. In: MAGALHÃES, Eliane (et al.). **Pensando Design**. Porto Alegre: UniRitter Ed., 2004. p. 22-54.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

RADFAHRER, Luli. **Design/Web/Design: 2**. 2000. < <http://www.luli.com.br/admin/wp-content/uploads/2008/04/dwd2.pdf>>.

STOLARSKI, André. **Alexandre Wollner e a formação do design moderno no Brasil: depoimentos sobre o design visual brasileiro / Um projeto de André Stolarski**. São Paulo: Cosac Naify, 2005.