



FAZ PARTE

anais suldesign
científico 2014

de 10 a 12 de novembro
www.facebook.com/VIISuldesign



FAZ PARTE

**anais suldesign
cinético 2014**

de 10 a 12 de novembro
www.facebook.com/VIISuldesign

SOBRE O EVENTO

O sul design é um encontro anual sobre arte, design e cultura, promovido pelo Suldesign Estúdio (Centro de Artes - UFPel). O objetivo é debater e explorar as questões de identidade territorial e cultural no Sul da América sob ótica do Design.

Com o evento o desejo é de não apenas promover a integração entre países do Mercosul, mas acima de tudo propor uma reavaliação das perspectivas tradicionais acerca da própria identidade e o papel no mundo do design. Para isso, o evento levará ao público exposições e palestras de profissionais do Rio Grande do Sul, bem como, de outros estados do Brasil.

SOBRE A IDENTIDADE VISUAL DO VII SULDESIGN

Este ano em que se celebram os 15 anos do curso de Design da UFPel, o tema do encontro é Faz Parte, reforçando a ideia de que o design é parte da vida das pessoas e a vida delas se traduz no design. Para comemorar, ocorrerão depoimento de professores, o evento também contará com falas de alunos e ex-alunos que representam parte da história dos 15 anos do curso de Design da Ufpel.

COORDENADORA DO SULDESIGN

Roberta Barros

SERVIDORES TÉCNICOS

Guilherme Tavares

Josiane Santos

REITOR

Mauro Augusto Burkert Del Pino

VICE-REITOR

Denise Petrucci Gigante

DIRETORA DO CENTRO DE ARTES

Ursula Rosa da Silva

COORDENADOR DO COLEGIADO DOS CURSOS DE DESIGN

Mônica Lima de Faria

| | |
|---|----|
| A PARTICIPAÇÃO DO DESIGNER NA CONCEPÇÃO DE BONECOS PARA STOP MOTION DA SILVA, Marina; Mestranda (UFSC) e VIEIRA, Milton Luiz Horn; Doutor (UFSC)..... | 07 |
| ALAVANCAGEM DA MARCA EM EMPRESAS DE PEQUENO PORTE DA CIDADE DE PELOTAS: DIVULGAÇÃO E GESTÃO DA MARCA SAMPAIO, Bruna..... | 08 |
| DESIGN DE PERSONAGENS PARA ENSINO À DISTÂNCIA – CONSIDERAÇÕES INICIAIS RIBEIRO, Tiago; graduando e FARIA, Mônica Lima de..... | 09 |
| ASPECTOS DA MODERNIZAÇÃO E DA MODERNIDADE: ENTRETENIMENTO E ARTES GRÁFICAS DO COUTO E SILVA, Mariana de Oliveira, LAZZARI, Clarissa da Silva e SANTOS, Carlos Alberto Ávila..... | 10 |
| PERSONAL BRANDING: O EU COMO MARCA NO FACEBOOK CALDEIRA, William V e ZAGO, Gabriela..... | 11 |
| RETÓRICA DO GAME DESIGN EM DOTA 2 OLIVEIRA JR, Paulo Custódio e SEHN, Thais C. M..... | 12 |
| A IMPORTÂNCIA DOS PLAYERS DE VÍDEO EM DISPOSITIVOS MÓVEIS FONSECA, Renan Humberto Lunardello, ZAGO, Gabriela da Silva e PENKALA, Ana Paula..... | 13 |
| CONSIDERAÇÕES SOBRE PROCESSOS DE REDESIGN DO GOOGLE+ BARBOSA, Taís e ZAGO, Gabriela..... | 14 |
| DO ESQUECIMENTO A MEMÓRIA DE FRANCISCO SANTOS: POR UMA PROPOSTA DE MUSEU VIRTUAL SILVEIRA, Thiago Rodrigues e Pinto, Ivonete..... | 15 |



A Participação do Designer na Concepção de Bonecos para *Stop Motion*

DA SILVA, Marina; Mestranda; Universidade Federal de Santa Catarina
marinamachadods@gmail.com

VIEIRA, Milton Luiz Horn; Doutor; Universidade Federal de Santa Catarina
milton@cce.ufsc.br

Palavras-Chave: designer, stop motion, bonecos, personagem, concepção.

Resumo: O design abrange uma gama sequencial de etapas que culminam na concepção de bonecos para stop motion. Por alcançar variados campos de conhecimento, a profissão confere ao designer a flexibilidade necessária para atuar em todas estas etapas, destacando-se frente a outros profissionais. Os primeiros elementos de uma animação costumam ser o personagem e a trama em que ele está inserido. Uma boa concepção do personagem traz ao enredo fluidez e clareza, facilitando o seu entendimento e a empatia da audiência. Por meio de uma revisão literária busca-se, em um primeiro momento, demonstrar de que forma o designer se encaixa na função de criar bonecos para stop motion, com intuito de, então, analisar sua participação no processo de desenvolvimento. Entre as atribuições que relacionam design com a concepção de bonecos animáveis estão a funcionalidade, a ergonomia, a semiótica, a criatividade e o desenho.



Alavancagem da marca em empresas de pequeno porte da cidade de Pelotas: divulgação e gestão da marca

SAMPAIO, Bruna; Técnica em Comunicação Visual (IFSul) – Graduada em Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda (UCPel) – Pós-Graduada em Artes Visuais: Cultura e Criação (Senac/RS) – Bolsista PIBIC/CNPq, Agente Local de Inovação RS de Agosto/2013 a Outubro/2014 (Sebrae/RS).

brunatsampaio@gmail.com.br

Palavras-Chave: Pequenas empresas, inovação, marcas, divulgação, gestão da marca.

Resumo: O objetivo deste trabalho é analisar, de forma comparativa, a dimensão marca dos Radares da Inovação aplicados em T0 e T1 de 28 (vinte e oito) pequenas empresas do setor de comércio da cidade de Pelotas/Rs, especificamente no quesito de alavancagem da marca. Para isto, utilizou-se como metodologia a pesquisa bibliográfica voltada para a inovação, divulgação e gestão de marcas. Através do Radar da Inovação foram analisados os resultados obtidos na pesquisa em dois momentos distintos, denominados T0 e T1, e comparados para analisar a evolução da empresa na dimensão marca quanto à alavancagem da marca.



Design de Personagens para Ensino à distância – Considerações iniciais

RIBEIRO, Tiago; graduando; Universidade Federal de Pelotas
tiago.oriebir@gmail.com

Orientador: FARIA, Mônica Lima de; Doutora; Universidade Federal de Pelotas
monicafaria@gmail.com

Palavras-Chave: Design de Personagens, Hipermídias, Educação à Distância.

Resumo: O presente artigo objetiva iniciar uma discussão a respeito do projeto de personagens para mídias de educação à distância. Primeiramente, faz-se uma análise a respeito do Design de Personagens e seu papel na produção de narrativas antigas e contemporâneas, além de refletir sobre o que os personagens representam em seus meios e a identificação e empatia que eles podem gerar com o consumidor. Abordam-se também alguns dos aspectos que devem ser levados em conta no momento de sua criação. Isto posto, expõe-se a relação do autor com o projeto de personagens a partir de suas experiências profissionais com *Role-Playing Games* e com o projeto E-TEC Idiomas Sem Fronteiras, voltado ao ensino de idiomas à distância. Por fim, são feitas algumas conjecturas a respeito de que caminhos de pesquisa podem ser tomados para o aprofundamento destas questões, no intuito de ampliar o rol dos estudos em Design de Personagens.

Aspectos da modernização e da modernidade: Entretenimento e Artes Gráficas

DO COUTO E SILVA, Mariana de Oliveira; graduanda em Design Gráfico; UFPel
marianacoutoesilva@gmail.com

LAZZARI, Clarissa da Silva; graduanda em Design Gráfico; UFPel
clarissalazzari@gmail.com

Orientador: SANTOS, Carlos Alberto Ávila; Doutor; UFPel
betosant@terra.com.br

Palavras-Chave: Modernidade. Entretenimento. Teatro. Cartazes. Produção Gráfica.

Resumo: O artigo estabelece relações entre os teatros construídos durante a modernidade nas cidades de Paris, Rio de Janeiro e Pelotas, refletindo sobre o papel dos meios de entretenimento na sociedade do final do século XIX e início do XX, questão fundamental para entendermos a relevância das formas de lazer na sociedade atual. Aponta para o estudo da produção de cartazes na época, exercício essencial para a compreensão do design gráfico como meio autônomo de expressão e comunicação, discorrendo sobre o cartaz como meio de comunicação e divulgação dos estabelecimentos de entretenimento.

Introdução

O teatro teve sua origem na Grécia antiga, a partir dos rituais em homenagem a Dionísio, deus do vinho. As representações foram introduzidas na cidade-estado de Atenas durante o século IV a.C. (COSTA DIAS, 2012), para as quais foram erguidas estruturas arquitetônicas que aproveitavam dos declives dos morros para a organização das arquibancadas semicirculares (destinadas ao público), das orquestras (para a evolução do coro) e das cenas (para os atores). Essas construções não possuíam cobertura (CONTI, 1984). Os espaços teatrais se tornaram uma das principais formas de lazer e entretenimento, não apenas para os antigos gregos, mas também para a sociedade que surgiria dezenas de séculos depois: a sociedade moderna. O termo modernidade foi empregado pelo teórico francês Charles Baudelaire em publicação de 1869 (TEIXEIRA COELHO, 2004), e define a mentalidade das culturas decorrentes da modernização ou industrialização.

A modernidade decorreu das transformações sociais e políticas demandadas pela burguesia ascendente, e implicou no impacto dos novos recursos técnicos de reprodução e de comunicação de imagens e de informações (HARVEY, 1989). Nesse contexto, os teatros adquiriram importância como locais de encontro, de divertimento e do ver e ser visto (ORTIZ, 1991). O conhecimento sobre eles é essencial para a preservação do patrimônio histórico e cultural da época, e para entender a evolução artística da sociedade.

O objetivo deste trabalho é discorrer sobre o papel do teatro e da produção de cartazes na sociedade pós-industrial, salientando aspectos importantes do ponto de vista artístico, além de apresentar as características que definiram o teatro como uma das principais formas de lazer e entretenimento do final do século XIX e início do XX. Nossa proposta é fazer um paralelo entre as principais casas teatrais de Paris, do Rio de Janeiro e de Pelotas. Paris, por ser a capital intelectual e artística da época, e Rio de Janeiro e Pelotas por serem cidades brasileiras que tinham a Cidade da Luz como principal inspiração arquitetônica e urbanística.

No período, a produção gráfica de cartazes na França despontou como um saliente meio de expressão, através das criações de artistas, como: Jules Chéret e Toulouse-Lautrec. Importante marco para história da arte e do design gráfico, a intensa produção de cartazes na chamada *belle époque* era voltada principalmente para divulgação de estabelecimentos de entretenimento, como os teatros e os cabarés.



Personal Branding: o eu como marca no Facebook

CALDEIRA, William V.; estudante, Universidade Federal de Pelotas
williamviegascaldeira@gmail.com

Orientadora: ZAGO, Gabriela; Me.^a em Comunicação e Informação (UFRGS); professora, Universidade Federal de Pelotas;
gabrielaz@gmail.com

Palavras-Chave: Branding, Personal Branding, Facebook, Marca, Redes Sociais.

Resumo: A exposição da intimidade das pessoas vem de muitos anos e vem se intensificando com o aparecimento de sites de redes sociais. Hoje estamos vivendo em uma sociedade competitiva, evolutiva e instável. Neste cenário a adaptação e adequação da gestão de nós, enquanto marca é de fundamental importância a esta realidade. O presente artigo busca fazer um diálogo sobre personal branding, onde cada um de nós também é uma marca, tendo como foco o Facebook. A escolha deste site de rede social é pela quantidade de usuários que possui, 1,23 bilhões, e por entender que desta forma a utilização das páginas como divulgação de si mesmo é uma das maiores do mundo.



Retórica do Game Design em Dota 2

OLIVEIRA JR, Paulo Custódio; estudante, Universidade Federal de Pelotas

poll.cust@gmail.com

Orientadora: SEHN, Thais C. M.; Me.^a em Comunicação e informação (UFRGS); professora substituta, Universidade Federal de Pelotas;

crisehn@hotmail.com

Palavras-chave: Design, Jogos, Games, Dota 2, Retórica

Resumo: O mercado de entretenimento, que inclui os jogos eletrônicos, vem crescendo continuamente. Desde o surgimento do Atari na década de 70 muita coisa mudou no ecrã dos computadores. Devido aos diferentes prazeres que envolvem a ação de jogar, como completar *quests* e competir entre jogadores, os jogos para consoles (Playstation, X-box, computadores e outros) são muito procurados para as horas de lazer. O jogo Dota 2 foi escolhido entre um grande número de exemplos para ser analisado valendo-se do mesmo modelo de integração entre retórica e o *Game design* desenvolvida no trabalho de Moroni (2013). Valendo-nos, como ele, dos conceitos *Ethos*, *Pathos* e *Logos*, das figuras retóricas, analisaremos teoricamente este *Multiplayer Online Battle Arena* (MOBA - Plataforma de batalha à qual podem ser conectar vários jogadores) procurando justificar sua popularidade, estimada em aproximadamente 9.572.609 jogadores. A escolha ocorreu, também em função da experiência pessoal desse pesquisador com o jogo em questão.



A Importancia dos Players de Vídeo em Dispositivos Móveis

FONSECA, Renan Humberto Lunardello; Graduando; UFPel
renanhlf@gmail.com

Orientador: ZAGO, Gabriela da Silva; Doutorado em andamento; UFPel
gabrielaz@gmail.com

Co-Orientador: PENKALA, Ana Paula; Doutorado em Comunicação e Informação; UFPel
penkala@gmail.com

Resumo:

Antes da internet, os meios de reprodução audiovisual já haviam migrado mais de uma vez pra outras plataformas de exibição. O recorte apresentado neste artigo tem como foco as plataformas de exibição audiovisual e traz um cruzamento entre a lógica da convergência e a do próprio pensamento projetual do design.

Considerações sobre processos de *redesign* do Google+

BARBOSA, Taís; Graduanda; Universidade Federal de Pelotas
tatais.lb@gmail.com

Orientador: ZAGO, Gabriela; Mestre; Universidade Federal de Pelotas
gabrielaz@gmail.com

Palavras-Chave: Google, design, internet, redes sociais, Google+.

Resumo: O presente artigo debruça-se em observar o processo de adaptação do design de sites de redes sociais, mais especificamente do site Google+. Primeiramente, percorre-se o surgimento das interfaces gráficas e dos computadores pessoais até o desenvolvimento de ambientes virtuais de relacionamento social. Após, discorre-se sobre o processo de reconhecimento da importância do design pela empresa Google, criadora do site que faz jus a esta pesquisa. Dispõe-se brevemente a definição do site de redes sociais Google+ e, por fim, são realizados levantamentos sobre o design do site no momento de seu surgimento em 2011 e suas posteriores adaptações, que ocorreram de maneira mais evidente em 2012 e 2013. Procura-se analisar o motivo destas adaptações e o modo como elas ampliaram as potencialidades do serviço em questão.



Do esquecimento a memória de Francisco Santos: por uma proposta de museu virtual

SILVEIRA, Thiago Rodrigues; Graduando de Cinema e Audiovisual; Universidade Federal de Pelotas
thiago.rge@gmail.com

Orientador: Pinto, Ivonete; Doutora; Universidade Federal de Pelotas
ivonetepinto02@gmail.com

Palavras-Chave: memória e esquecimento, cibercultura, museu virtual, Francisco Santos.

Resumo: Esse trabalho propõe-se a debater questões inerentes à memória e ao esquecimento no âmbito da cibercultura, observando e defendendo o suporte do museu virtual enquanto espaço adequado para a preservação da memória do artista português Francisco Santos. O mesmo fixou residência na cidade de Pelotas no ano de 1912, vivendo nela até sua morte, em 1937, tendo dirigido o filme de ficção preservado mais antigo do Brasil, *Os Óculos do Vovó* (1913).