



DESIGNA2016
ERRO(R)
DOCUMENTA
BOOK OF ABSTRACTS

www.designa.ubi.pt

DESIGNA 2016

ERRO(R)

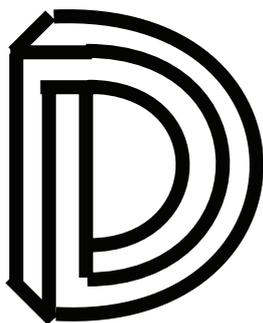
DOCUMENTA

BOOK OF ABSTRACTS



IMPRENTA /

DESIGNA2016
CONFERÊNCIA INTERNACIONAL DE INVESTIGAÇÃO EM DESIGN
INTERNATIONAL CONFERENCE ON DESIGN RESEARCH



DESIGNA2016 ERRO(R)

DOCUMENTA

Program + Book of Abstracts

Unidade de Investigação / Research Unit

LABCOM.IFP

Communication, Philosophy and Humanities

www.labcom-ifp.ubi.pt

Comissão Executiva / Executive Committee

Catarina Moura

Francisco Paiva

Administração / Administration

Mércia Pires

Design Gráfico / Graphic Design

Sara Constante

Francisco Paiva

Assessoria Informática / Informatics

Marco Oliveira

Susana Costa

Relações Públicas / Public Relations

Gisela Gonçalves

Mestrado em Comunicação Estratégica

Apoios / Institutional Support

Fundação para a Ciência e a Tecnologia

Universidade da Beira Interior

Faculdade de Artes e Letras

Rua Marquês D'Ávila e Bolama

6200-001 Covilhã

Portugal

www.ubi.pt

www.designa.ubi.pt

COMISSÃO CIENTÍFICA SCIENTIFIC COMMITTEE

SCIENTIFIC COORDINATION / CHAIR

Francisco Paiva . Universidade da Beira Interior PT

SCIENTIFIC COMMITTEE

Aidan Rowe . University of Alberta CA
Alastair Fuad-Luke . Aalto University FI
Alexandra Cruchinho . I.P. de Castelo Branco PT
Ana Leonor Madeira Rodrigues . Univ. de Lisboa PT
Anabela Gradim . Universidade da Beira Interior PT
Anna Calvera . FBA Universitat de Barcelona ES
António Delgado . Instituto Politécnico de Leiria PT
Cristina Azevedo Tavares . Universidade de Lisboa PT
Catarina Moura . Universidade da Beira Interior PT
Carmen Bellido Márquez . Universidad de Granada ES
Daniel Bradão . Escola Superior de Design PT
Daniel Raposo . Inst. Politécnico de Castelo Branco PT
Denis Alves Coelho . Universidade da Beira Interior PT
Elena González Miranda . Universidad del País Vasco ES
Emílio Távora Vilar . Universidade de Lisboa PT
Francisco Paiva . Universidade da Beira Interior PT
Heitor Alvelos . Universidade do Porto PT
Helena Barbosa . Universidade de Aveiro PT
Hélène Saule-Sorbé . Université Bordeaux3 FR
Inmaculada Jiménez . Universidad del País Vasco ES
Jacek Krenz . UTGdansk PL
João Paulo Queiroz . Universidade de Lisboa PT
João Sousa Cardoso . Univ. Lusófona do Porto PT
Joaquim M. Paulo Serra . Univ. da Beira Interior PT
Jorge dos Reis . Universidade de Lisboa PT
Josu Rekalde Izagirre . Univ. Del País Vasco/EHU ES
Madalena Rocha Pereira . Univ. da Beira Interior PT
Maria da Graça Guedes . Universidade do Minho PT
Mário Bismarck . Universidade do Porto PT
Miguel Santiago Fernandes . Univ. da Beira Interior PT
Nuno Martins . Escola Superior de Design PT
Paulo Freire Almeida . Universidade do Minho PT
Paulo Luís Almeida . Universidade do Porto PT
Raul Cunca . Universidade de Lisboa PT
Regina Sanches . Universidade de São Paulo BR
Rita Salvado . Universidade da Beira Interior PT
Rui Miguel . Universidade da Beira Interior PT

Sheila Pontis . University College London UK
Sílvia Barros de Held . Universidade de São Paulo BR
Teresa Franqueira . Universidade de Aveiro PT
Urbano Sidoncha . Universidade da Beira Interior PT

REFEREES

Aidan Rowe
Alexandra Cruchinho
Anabela Gradim
António Delgado
Catarina Moura
Carmen Bellido Márquez
Daniel Bradão
Denis Alves Coelho
Elena González Miranda
Emílio Távora Vilar
Francisco Paiva
Heitor Alvelos
Helena Barbosa
Inmaculada Jiménez
Jacek Krenz
Joaquim M. Paulo Serra
Jorge dos Reis
Paulo Freire Almeida
Sheila Pontis
Teresa Franqueira
Urbano Sidoncha

PRESENTATION

DESIGNA - International Conference on Design Research, adopts 'Error' as a motto for its 6th edition.

Traditionally depreciated for embodying unsuccess, failure, deceit, incorrectness, ignorance or even nonsense, "error" has an unattainable speculative potential, if for nothing else by the way it opposes the almost hegemonic culture of progress and success, that so much inspires Design activities. We believe it to be a suggestive theme, not only for project but also for theory and criticism of similarity and difference patterns facing norm or expectation, central to the practice and training of designers.

Error reports to the action of wandering, deviation, deceit and uncertainty, but also to the illusion that allows the assumption of awareness and doubt capable of clarifying the purpose of a programme or project. Error has obvious costs, but it also has value.

In the field of Design, the meaning of error has been underestimated, since it entails a performative potential able to annul the stigma of failure that even religious scatology attributes it. Error opens to the unexpected, being able to unveil involuntary and surprising dimensions from a process or a subject. More than an absolute error, we think about the relative error. The error that does not diminish, but amplifies the processes' possibilities. The necessary error.

Considering that error allows progression is a complex matter, almost paradoxical, demanding the exploration of multiple clues, answers and variables. It matters to know how error as an exception may count in the

learning process, either by showing us the limits to the norm, or by being a necessary step to perfect or understand subjects whose contours escape a "truth", revealing the unlikely capable to shake the most positivist mental frames, as much as corrections and amendments enhance the subject's level of awareness regarding certain situations.

Although error allows the achievement of knowledge and experience, improving resilience, it remains in contemporary society as a paradigm for what it may or may not be done. The way one relates to error denotes, therefore, a person or community's maturity and ability to deal with their cultural boundaries. Having different types of error, from the heart, the will, from action, and so on, only the ones who dare are able to fail.

Assuming this risk, this year's DESIGNA appeals to critical looks over non-homologated design processes and objects, able to arouse strangeness, produce an analysis of the unconformity, uncertainty and failed intents encompassed by the world's complexity.

Error as a subject of a Design Conference comprehends in itself an entire ideological programme, with practical, theoretical, critical, pedagogical and even political implications. It is precisely to discuss this vast speculative field that we invite all designers, researchers and general academia to "labour in error", submitting their communication proposals to DESIGNA's 6th edition.

APRESENTAÇÃO

DESIGNA - Conferência Internacional de Investigação em Design, adota o “**Erro**” como mote da 6ª edição.

Tradicionalmente depreciado por corporizar o insucesso, a falha, o engano, a incorrecção, a ignorância ou mesmo o disparate, o “erro” tem um potencial especulativo incalculável, desde logo por se opor à quase hegemónica cultura do progresso e do sucesso, que tanto inspira a actividade do Design. Pensamos que é um tema sugestivo, tanto para o projecto como para a teoria e a crítica dos padrões de similitude e diferença face à norma ou à expectativa, centrais na prática e na formação dos designers.

O erro reporta desde logo à acção de vaguear, ao desvio, ao engano e à incerteza, mas também à ilusão que possibilita a assunção de consciência e à dúvida capaz de clarificar o propósito de um programa e de um projecto. O erro tem obviamente custos, mas também tem valor.

No campo do Design, o significado do erro tem sido subestimado, pois comporta um potencial performativo capaz de anular o estigma da “falha” que até a escatologia religiosa lhe atribui. O erro abre campo ao inesperado, é capaz de revelar dimensões involuntárias e surpreendentes de um processo e de um sujeito. Mais do que o erro absoluto, pensamos no erro relativo. No erro que não diminui, antes amplia as possibilidades do processo. No erro necessário.

Considerar que o erro permite progredir é uma questão complexa, quase paradoxal, que demanda a exploração de múltiplas pistas, respostas e variáveis.

Importa saber em que medida o erro como excepção conta no processo de aprendizagem, seja por nos demonstrar os limites da regra ou por ser um passo necessário no aperfeiçoamento ou na compreensão de assuntos cujos contornos fogem a uma “verdade”, revelando o improvável capaz de abalar os quadros mentais mais positivistas, na medida em que as correcções e as emendas aumentam o grau de consciência do sujeito face a uma determinada situação.

Embora o erro permita obter experiência e conhecimento, aumentando a resiliência, permanece na sociedade contemporânea como o paradigma daquilo que não pode ou não deve ser feito. O modo de relação com o erro denota, pois, a maturidade e a capacidade de uma determinada pessoa ou comunidade lidarem com os seus limites culturais. Havendo distintos tipos de erro, do coração, de vontade, de acção, etc., apenas quem ousa é capaz de errar.

Ao assumir este risco, a Designa deste ano convoca olhares críticos sobre os processos e os objectos de design não homologados, capazes de provocar estranheza, de produzir uma análise da desconformidade, da incerteza e dos intentos falhados que a complexidade do mundo comporta.

O erro como tema de uma Conferência de Design compreende em si mesmo todo um programa ideológico, com implicações práticas, teóricas, críticas, pedagógicas e até políticas. É precisamente para discutir esse campo especulativo vasto que convidamos todos os designers, investigadores e outros académicos a “laborar em erro”, submetendo as suas propostas de comunicação à 6ª edição da Designa.

PROGRAMA PROGRAM

DESIGNA 2016
International Conference on Design Research

University of Beira Interior, Covilhã, Portugal
Auditório da Parada / Sala dos Conselhos

NOVEMBER, 24th - Thursday

- 9:00 Reception and registration
- 9:30 WELCOMING SESSION
- 10:00 Keynote Speaker
- 10:45 Coffee Break
- 11:00 EDUCATION / THEORY (parallel sessions)
Keynote Speaker
- 13:00 Lunch (free/non-institutional)
- 14:30 PRODUCT 1 / FASHION 1 (parallel sessions)
Book Launching
- 16:30 Coffee Break
- 18:30 Exhibition opening

NOVEMBER, 25th - Friday

- 9:00 Opening
- 9:30 MULTIMEDIA
Keynote Speaker
- 11:00 Coffee Break
- 9:30 PRODUCT 2
Keynote Speaker
- 11:00 Coffee Break
- 13:00 Lunch (free/non-institutional)
- 14:30 FASHION 2 / COMMUNICATION (parallel sessions)
Keynote Speaker
- 16:30 Coffee Break
- 17:30 Keynote Speaker
- 18:00 Closing Session

NOV 24

24 NOVEMBRO / NOVEMBER 24th

Quinta-feira / Thursday

VENUE

Universidade da Beira Interior
Auditório da Parada UBI

9:00 Recepção e Registo

Reception and registration

9:30 Abertura

Welcoming Session

António Fidalgo
Reitor da Universidade da Beira Interior
Paulo Serra
Presidente da Faculdade de Artes e Letras
João Correia
Director do LabCom.IFP
Catarina Moura
Comissão Executiva
Francisco Paiva
Coordenação Científica

10:00 Keynote Speaker

Errata: onde se diz “cliente”, leia-se “censor”

Nuno Saraiva
Portugal

10:30 WORKSHOP Venue: Sala 2.09

**Um saco cheio de erros - Oficina de cartazes -
Pequena oficina de tipografia e de impressão
em serigrafia com O Homem do Saco**

(participação limitada mediante inscrição
prévia)

11:00 EDUCAÇÃO / EDUCATION (parallel sessions)

Venue: Auditório da Parada

Moderação / Moderation: José Domingues

Keynote Speaker

“A topologia informal do Erro no Desenho”

Sandra Neto / Miguel Santiago, Portugal

**ID386 Dissonâncias entre o pensamento e a ação
na construção de ambientes para futuros
desejáveis: reflexões sobre demandas em
design**

Samantha Moreira, André Silva, Brasil

**ID390 Cultura do erro: a transdisciplinidade dos
cursos de design e comunicação favorece a
integração entre universidades e mercado**

Nilton Arruda, Brasil

**ID411 Serendipitous Information and the Design
Process: A Case Study**

Ricardo Melo, Marta Santos, Pedro Cardoso,
Miguel Carvalhais, Portugal

**ID427 Interferência da imagem ótica na percepção
de um espaço**

Paulo Freire de Almeida, Portugal

**ID436 Productos interactivos que potencian la
motivación en el aprendizaje en procesos de
diseño, bajo principios de gamificación**

Luis Hernando Montoya, José Rafael González
Colômbia

**ID454 Sprint Design Jam: an accelerated approach
for design methodology learning in higher
education**

Luís Frias, Farley Fernandes, Portugal

11:00 **TEORIA / THEORY** (parallel sessions)
Venue: Sala dos Conselhos
Moderação / Moderation: Francisco Paiva

Keynote Speaker

“Há Erro na Criação Artística? A resposta holandiana”

Idalina Sidoncha, Portugal

ID377 **O erro – entre o belo e o feio na Ilustração**
Ana Albuquerque, Portugal

ID378 **Design para a Inovação Social**
Renata Gastal Porto, Brasil
Ana Thudichum Vasconcelos,
Rita Assoreira Almendra, Portugal

ID393 **Reflexão sobre a criação de conhecimento em Design de Informação**
Mécia Sá, Miguel Carvalhais,
Francisco Providência, Portugal

ID406 **¿Diseños errados? Una cuestión semiótica sobre el diseño de sistemas de productos**
Laura Fernanda Parra Sepúlveda,
John Jairo Cardozo Vasquez, Colômbia

ID415 **A relevância da infografia digital nos jornais online**
Júlio Costa Pinto, Portugal

ID448 **Nuestros primeros diseñadores: Pioneros del Diseño Gráfico en el Valle del Cauca (Colombia)**
Diego Bermudez, Colômbia

ID449 **A percepção simbólica da imagem**
Karl Georges Gallao, Alberto Cipiniuk, Brasil

13:00 **Lunch** (free/non-institutional)

14:30 **MODA 1 / FASHION 1** (parallel sessions)
Venue: Auditório da Parada
Moderação / Moderation:
Rita Salvado / Catarina Moura

BOOK LAUNCHING:

Espaços de Moda Geográficos, Físicos e Virtuais

Isabel Cantista (Coordenadora e autora)
Caroline Loss (autora)

Moda, Música e Sentimento

Rafaela Norogrande e Alfonso Benetti
(Organizadores e autores)

ID372 **Tríade dos estudos de tendências: pensamento sistêmico, complexidade e transdisciplinariedade**
Sandra Rech, Brasil
Valter Cardim, Portugal

ID373 **A pesquisa qualitativa como processo para investigação de tendências**
Sandra Rech, Brasil
Valter Cardim, Portugal

ID399 **Erro: O não-reaproveitamento de resíduos de couro bovino e da tilápia no projeto de calçados**
Bruno Palazzi, Caroline Almeida, Lara Dahas,
Maria Rozimeire Augusto, Milton Galvani,
Renata Tesoni, Tandara Hoffmann,
Regina Aparecida Sanches,
Maria Sílvia Barros de Held,
Brasil

ID400 **A assimetria na arte e na moda ocidental da virada do século XX**
Luciana Iwamoto, Laura Mello de Mattos
Anacleto, Maria Sílvia Barros de Held
Brasil

16:30 **Coffee Break**

- ID407 **Development of handcrafted fashion products using circular knit waste**
Cristiane Eloisa Bertoluci, Francisca Dantas Mendes, Regina Aparecida Sanches, Brasil
- ID408 **Moda e Cultura Popular Paulista: Contribuições e Possibilidades”**
Laura Ayako Yamane, Nelson da Silva, Maria Sílvia Barros de Held, Brasil
- ID412 **Cutura viva é o que se encontra no JAMAC por meio da estamparia manual**
Nelson da Silva, Laura Ayako Yamane, Maria Sílvia Barros de Held, Brasil
- ID417 **Alfaiataria masculina em artigos de malha para deficientes físicos cadeirantes**
Letícia Nascimento de Souza, Suzana Avelar Gomes, Cláudia Garcia Vicentini, Regina Aparecida Sanches, Brasil
- ID420 **Uso do “Body Scanner” no desenvolvimento de tabelas de medidas de corpo para idosas**
Ana Maria Cardoso, Regina Aparecida Sanches, Brasil
- ID421 **Proposta de desenvolvimento de malhas fabricadas a partir de fios desfiados de resíduo de denim e de poliéster reciclado de garrafas pet**
Ana Luiza De Rosa, Cristiane Eloisa Bertoluci, Larissa Maria Ribeiro da Silva, Poema Lourenzo, Tais Remunhão, Wanderley Kawabe, Maria Silvia Barros de Held, Regina Aparecida Sanches, Brasil
- 14:30 **PRODUTO 1 / PRODUCT 1 (parallel sessions)**
Venue: Sala dos Conselhos
Moderação / Moderation:
Júlio Londrim / Afonso Borges
- ID384 **Tutoria Projetual no Design Industrial Orientada para a Singularidade e a Competitividade**
Denis Coelho, Portugal
- ID385 **Productos híbridos. Un estudio de conceptos**
Mario German Garcia Gonzalez, John Jairo Cardozo Vazquez, Colômbia
- ID387 **Iluminação e saúde: o efeito de céu estrelado na humanização dos espaços de tratamento**
Ana Cristina Daré, Portugal
Wilson Sallouti, Brasil
- ID389 **Design e conspiração: gambiarras, subversões e outras desobediências**
Cristiane Mesquita, Robson Santos, Brasil
- ID392 **Análise da Longa-Metragem “Inside Out” da Disney/Pixar - Relação entre Emoção e Design das Personagens**
António Ferreira, Pedro Mota Teixeira, Nuno Duarte Martins, Daniel Brandão, Portugal
- ID397 **Identificación de atributos de género en el diseño y desarrollo de juguetes para la tercera infancia**
Luis Carlos Pérez, Nelida Ramírez, Colômbia
- 16:30 **Coffee Break**
- ID398 **Searching meaning through procedurality in computational artefacts**
Miguel Carvalhais, Portugal
- ID404 **Análise do storyboard na metodologia projetual do cinema de animação e dos motion graphics**
Pedro Mota Teixeira, Nuno Duarte Martins, Daniel Brandão, António Ferreira, Portugal

- ID430 **Arte, artesanato e design em compartimentos estantes: ERRO**
Maria Sílvia Barros de Held, Brasil,
Fernando Moreira da Silva, Portugal
- ID431 **Proposta de procedimento para desenvolvimento de produtos sustentáveis têxteis a partir de sobras dos materiais de Micro e Pequenas Confeções**
Fernanda Marinho, Regina Aparecida Sanches,
Brasil
- ID439 **Sete Palheiras – estudo de caso para a preservação da memória e identidade cultural local através do multimédia**
Filipa Matias, Jorge Brandão Pereira,
Heitor Alvelos, Portugal
- ID441 **A dimensão imprevisível do trabalho de campo no design contextual e participativo: o caso do roubo da câmara de filmar**
Daniel Brandão, Nuno Duarte Martins,
Pedro Mota Teixeira, António Ferreira
Portugal
- ID442 **Chés — do desenho de uma cadeira “errada” ao desenvolvimento de um território simbólico partipado**
Jorge Brandão Pereira, Heitor Alvelos, Portugal
- ID450 **O erro e o desafio da inovação: um estudo sobre a indústria do perfume**
Daniela Ferreira, Maria Sílvia Barros de Held,
Brasil

18:30 Inauguração da Exposição / Inauguration of the Exhibition
Fragas Falantes - Vinte Anos, Vinte Tipos de Letra (1996 - 2016) / Speaking Stones - Twenty Years, Twenty Typefaces (1996 - 2016)
Jorge dos Reis
Venue: Auditório da Parada

20:00 Jantar / Dinner (Livre / Free)

25 NOVEMBRO / NOVEMBER 25th

Sexta-feira / Friday

VENUE

Universidade da Beira Interior
Auditório da Parada UBI

9:00 **Opening**

9:30 **MULTIMEDIA / MULTIMEDIA** (parallel sessions)

Venue: Auditório da Parada

Moderação / Moderation: Urbano Sidoncha

Keynote Speaker

“Algumas lições a partir da análise de erros de Branding”

Daniel Raposo
Portugal

ID382 **A utilização de fundamentos de Engenharia**

Kansei como proposta de gerência digital de referências criativas e de composição colaborativa de mood boards

Alex Maldonado Bernardes

ID391 **CGI system Error**

Paschalis Paschalis, Cyprus

ID405 **O espaço da vitrine: um caso de estudo**

Ana Cristina Daré,
Portugal

ID456 **Contributos de design para o desenvolvimento de um produto dirigido a indivíduos afetados por demência**

Sofia Esteves
Portugal

ID457 **Nova estética Glitch – erro icónico**

Flávio Hobo, Herlander Elias,
Portugal

ID458 **À procura do erro: apresentação de uma metodologia para avaliar o design de websites municipais**

Valeriano Piñeiro-Naval, Espanha,
Paulo Serra, Portugal

13:00 **Lunch** (free/non-institutional)

9:30 **PRODUTO 2 / PRODUCT 2** (parallel sessions)

Venue: Sala dos Conselhos

Moderação / Moderation: Denis Coelho

Keynote Speaker

“Artefactos Cerámicos. Conceptos y procesos de una práctica artística feminista vinculada a la cerámica”

Raquel Asensi, Portugal

ID401 **Lost in representation**

Filipa Barradas, Portugal

ID413 **Ferramentas de avaliação emocional aplicado ao design de mobiliário macio**

Sonia Jaconiano, Joana Cunha,
Bernardo Providência, Portugal

ID423 **Colección de Objetos, desde lo semiótico y ritual**

Daniela Castillo Gallego,
John Jairo Cardozo Vasquez, Colômbia

ID432 **Comportamento biológico e ausência de erro – uma taxonomia inspiradora de inéditas interações, experiências e comportamentos com artefactos tecnológicos**

Pedro Bandeira Maia, Nuno Dias,
George Stilwell, Portugal

ID444 **Wandering With Textiles**

Secil Ugur Yavuz, Nitzan Cohen, Itália,
Rita Salvado, Pedro Araújo, Portugal

13:00 **Lunch** (free/non-institutional)

14:30 **COMUNICAÇÃO / COMMUNICATION**

(parallel sessions)

Venue: Auditório da Parada

Moderação / Moderation:

Catarina Rodrigues / Flávio Hobo

Keynote Speaker

“Erro ortográfico esplendor tipográfico – as práticas artistas e projectuais na utilização errônea do alfabeto enquanto instrumento performativo”

Jorge dos Reis, Portugal

ID383 **O pós-funcionalismo no design de interação: uma discussão de conceitos sobre uma “estética de interação”**

Alex Maldonado Bernardes, Brasil

ID395 **Ausência e Erro de Identificação do Designer no Cartaz de Divulgação Artística**

Ana Gaspar, Portugal

ID402 **Visible music - Visibility of music groups strategies through audio branding**

Juan Nicolás Vásquez Talero,

Elingth Simoné Rosales Marquina, Colômbia

ID416 **O design como ferramenta de comunicação e estimulador de experiências sensoriais**

Sérgio Filinto da Silva Cunha, Pedro Faria, João Martins, Portugal

16:00 **Coffee Break**

ID425 **O minimalismo como resposta ao excesso visual e mental no design de moda e nas errôneas formas de consumo**

Caroline Meira Nunes de Almeida, Poema

Lourenzo, Maria Sílvia Barros de Held, Brasil

ID426 **Visual Archives in Digital Newspapers: an approach to visual lexicon in an information visualization prototype**

Marta Fernandes, Bruno Giesteira, Portugal

ID440 **El desarrollo de los productos de diseño como proceso**

Andrea Lucía Medina Gómez, Colômbia

ID447 **Interpretación errónea de los conceptos de belleza expuestos en el diseño de juguetes**

Ginna Constanza Urbano Pérez,

John Jairo Cardozo Vasquez

Colômbia

14:30 **MODA 2 / FASHION 2**

(parallel sessions)

Venue: Sala Conselhos

Moderação / Moderation:

Cláudia Pedro / Catarina Moura

ID376 **Contributos do design para o resgate da tradicional renda de bilros de Peniche**

Isabel Bieger, Cristina Carvalho,

Gianni Montagna, Portugal

ID422 **Impressão com transfer sublimático: a falha como efeito gráfico**

Liliana Bellio Vieira,

Maria Sílvia Barros de Held, Brasil

ID428 **Design de moda: do erro a uma alternativa sustentável**

Camila Vitorino Marcelo,

Rita de Cássia Lopes Moro,

Francisca Dantas Mendes,

Brasil

ID435 **Ilustração de Moda, um relato da revolução digital ao retorno dos processos manuais de expressão**

Lara Dahas, Maria Sílvia Barros de Held,

Ana Moreira da Silva, Brasil

16:00 **Coffee Break**

ID437 **Erro: o fazer artesanal isolado do design contemporâneo - “Kardume de Artesanato”/ CE - Estudo de caso**

Maria Sílvia Barros de Held, Brasil

ID445 Uma análise da comunicação entre uma empresa de moda e suas terceirizadas

Camila Vitorino Marcelo,
Rita de Cássia Lopes Moro,
Francisca Dantas Mende
Brasil

ID446 Uma abordagem do Life Cycle Design aplicado na Manufatura do Vestuário de Moda em empresas do Brasil

Romy Tutia, Francisca Dantas Mendes,
Lara Leite Barbosa de Senne
Brasil

ID455 Design e Erro na Moda – Utilização do Cobertor de Papa

Alexandra Cruchinho, Alexandra Moura,
Paula Peres,
Portugal

17:30 O Homem do Saco: Um saco cheio de erros - Resultados do Workshop

Luís Henriques, Ricardo Castro e Juan Yusta
Venue: Auditório da Parada
Moderação / Moderation: Catarina Moura

18:00 Closing Session

SPEAKERS



NUNO SARAIVA

Ilustrador, autor de banda desenhada, professor e street artist. É colaborador assíduo na imprensa portuguesa, com destaque para os jornais Expresso, Sol, Público e Time Out Lisboa. Lecciona workshops de ilustração e banda desenhada na Ar.Co – Centro de Arte e Comunicação Visual, entre os quais cartoon político e BD erótica. Prémio El Corte Inglés 2010. Jurado do ICA - Instituto do Cinema e do Audiovisual e de vários Festivais de cinema de animação e ilustração. Voluntário da Associação Renovar a Mouraria. Dos seus trabalhos destaca “Filosofia de Ponta” (1995) e “Tudo isto é Fado!”, premiado Melhor Album de BD 2016. Criador das imagens para as festas de Lisboa promovidas pela EGEAC. (©photo Vitorino Coragem) <http://cargocollective.com/nunosaraiva>

/

Illustrator, comics author, teacher and street artist. He is a frequent contributor to the Portuguese press, especially for newspapers Expresso, Sol, Público and Time Out Lisbon. It teaches illustration workshops and Comics in Ar.Co - Center for Art and Visual Communication, including political and erotic cartoon. El Corte Inglés award 2010. Jury at ICA - Cinema and Audiovisual Institute and various animation and illustration Film festivals. Volunteer in the Association Renew the Mouraria. Among his work highlights “Tip of Philosophy” (1995) and “All this is Fado”, awarded Best Album BD 2016. Creator of the images for the Festas de Lisboa promoted by EGEAC. (©photo Vitorino Coragem) <http://cargocollective.com/nunosaraiva>



RAQUEL ASENSI

Especialista em cerâmica artística pela UPV-EHU, trabalhou na conhecida fábrica galega de porcelana Sargadelos. As suas peças têm sido expostas em diversas galerias como a Mutuo, de Barcelona ou a Cosmos e apresentadas em mostras internacionais como a BLV-ART, em Bilbao. As suas peças de design de autor provocam uma tensão entre a forma e o conteúdo, fazendo apelo a processos intuitivos e sensoriais e à extensão material do corpo. Desenvolve uma investigação em arte contemporânea sobre la influência das perspectivas feministas nas práticas artísticas. Recebeu diversos prémios e integra coleção permanente das Juntas Generales de Bizkaia.

/

Specialist in artistic ceramics by the UPV-EHU, worked in the known Galician porcelain factory Sargadelos. Her pieces have been exhibited in various galleries as Mutuo, Barcelona or Cosmos and presented in international exhibitions such as BLV-ART in Bilbao. Her design pieces cause a tension between form and content, appealing to intuitive and sensory processes and the extension body material. She develops research in contemporary art on the feminist perspectives in artistic practices. She received several awards and is part of the Juntas Generales de Bizkaia permanent collection.



O HOMEM DO SACO

O Homem do Saco é um atelier colectivo de tipografia, edições e impressões situado em Lisboa. Por regra (ou sem ela), mistura técnicas de impressão: a tipografia de caracteres móveis, a serigrafia e a gravura (sem desdenhar a impressão digital ou o offset, em edições de maior tiragem). Imprime cartazes, plaquetes e edições com poucas dezenas de exemplares. Nos trabalhos e nas edições das várias chancelas conviventes no atelier do Homem do Saco (Landscapes d'Antanho, Pianola, Momo, Diário de um Ladrão, 100 cabeças, troppo inchiostro, O Homem do Saco, Edições do Tédio...) reina o saber de experiência feito.

/

Juan Yusta, Luís Henriques and Ricardo Castro - O Homem do Saco (The Bagger Man) is a collective workshop of typography, editions and prints located in Lisbon. As a rule (or without it), it mixes printing techniques: typography of mobile characters, serigraphy and engraving (without disdaining digital print or offset, in editions of greater circulation). They print posters, plaquettes and limited editions. In the work and in the editions of the various chancellas coexisting in O Homem do Saco (Landscapes d'Antanho, Pianola, Momo, Diário de um Ladrão, 100 cabeças, troppo inchiostro, O Homem do Saco, Edições do Tédio...) reigns the knowledge of liven and acquired experience.



SANDRA NETO

Licenciada em Arquitetura pela Universidade de Lisboa; Mestre em Teoria da Arquitetura pela Universidade Lusíada; Doutora pela Universidade da Beira Interior. Urbanista na CCDR do Algarve. Docente nos cursos de Arquitetura e de Design do ISMTG e em Design e em Cinema, Multimédia e Audiovisuais da Universidade Lusófona de Lisboa. Publicou trabalhos de investigação entre artigos e comunicações ligadas ao Desenho Criativo, ao Urbanismo e ao Projeto.

/

Degree in Architecture from the University of Lisbon; Master in Theory of Architecture from the University Lusíada; PhD from the University of Beira Interior. Urbanist in CCDR Algarve. Lecturer in Architecture and Design courses ISMTG and Design and Cinema, Audiovisual and Multimedia of the Lusophone University of Lisbon. Published research papers between articles and communications related to design creative, the Urban Planning and Design.



MIGUEL SANTIAGO

Director no Mestrado Integrado de Arquitectura na UBI. É investigador do CITAD. É doutorado pela Universidade Técnica de Lisboa. Tem livros, artigos e obra publicada. Tem orientado inúmeros estágios, várias dissertações de mestrado e de doutoramento; organizado e participado num conjunto de conferências, assim como em congressos e workshops nacionais e internacionais.

/

Director in the Master of Architecture in UBI. It CITAD investigator. It holds a PhD from the Technical University of Lisbon. She has books, articles and published work. It has guided numerous stages, several dissertations and PhD; organized and participated in all the conferences as well as at conferences and national and international workshops.



IDALINA SIDONCHA

Licenciada e mestre em Filosofia pela Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa e doutorada em História da Filosofia e da Cultura Portuguesa pela FCSH da Universidade Nova de Lisboa. Atualmente, é investigadora do LabCom.IFP e professora auxiliar convidada no Departamento de Comunicação e Artes da Universidade da Beira Interior. Lecciona unidades curriculares afectas a várias áreas científicas e tem dedicado a sua investigação aos temas da Estética, Filosofia da Arte, Filosofia do Conhecimento e Epistemologia das Ciências da Cultura. É autora do livro *O Problema do Conhecimento em Francisco Sanches*, editado 2013 pela INCM.

/

Graduated in Philosophy from the Faculty of Letters of the University of Lisbon and PhD in History of Philosophy and Portuguese Culture from FCSH at Universidade Nova de Lisboa. She is currently researcher at LabCom.IFP and an assistant professor at the Department of Communication and Arts at the University of Beira Interior. She teaches curricular units assigned to various scientific areas and has devoted her research to the themes of Aesthetics, Philosophy of Art, Philosophy of Knowledge and Epistemology of the Sciences of Culture. She is the author of the book *The Problem of Knowledge in Francisco Sanches*, published in 2013 by INCM.

SPEAKERS



JORGE DOS REIS

Master of Arts pelo Royal College of Art, Doutorado em Design de Comunicação pela Universidade de Lisboa. Professor Auxiliar na Faculdade de Belas-Artes onde fundou e dirige o Mestrado em Práticas Tipográficas e Editoriais Contemporâneas. Tem uma actividade dual enquanto projectista e artista: faz design gráfico e tipográfico desde 1996 em atelier próprio; expõe desenho e faz performance, realizando exposições individuais e participando em mostras colectivas.

/

Master of Arts from the Royal College of Art, PhD in Communication Design from the University of Lisbon. Assistant Professor at the Faculty of Fine Arts where he founded and directs the MA in Contemporary Typographical and Editorial Practices. Has a dual activity as a designer and artist, is graphic and typographic design since 1996 in his own office; exposes design and make performance, performing solo exhibitions and has participated in several group exhibitions.



DANIEL RAPOSO

Designer de Comunicação e Professor de Design na ESART do Instituto Politécnico de Castelo Branco. Doutor em Design pela Faculdade de Arquitectura da Universidade de Lisboa, onde desenvolve investigação de Pós-Doutoramento enquanto membro do CIAUD; mestre em Design pela Universidade de Aveiro, com a dissertação “Gestão de Identidade Corporativa: do signo ao código”. Integra o conselho científico de diversas revistas e congressos internacionais. Em conjunto com Joan Costa, coordena a coleção “Design, Comunicação e Publicidade” da Dinalivro Edições. É autor de livros e artigos sobre Design de Identidade Visual e Imagem Corporativa, bem como sobre tipografia.

/

Communication designer and Professor of Design at the College of Applied Arts of the Castelo Branco Polytechnic Institute. Doctor in Design by the Faculty of Architecture, University of Lisbon, where he develops research Postdoctoral while CIAUD member; Master in Design from the University of Aveiro, with the dissertation “Management of Corporate Identity: from the sign to the code”. Member of the scientific board of several international journals and conferences. Together with Joan Costa, coordinates the collection “Design, Communication and Advertising” of Dinalivro Editions. Has written books and articles on Visual Design and Corporate Image Identity and on typography.

WORKSHOP

24 NOVEMBRO / NOVEMBER 24th

Quinta-feira / Thursday

VENUE: Sala dos Arcos

10:30 SACO CHEIO DE ERROS

OFICINA DE CARTAZES

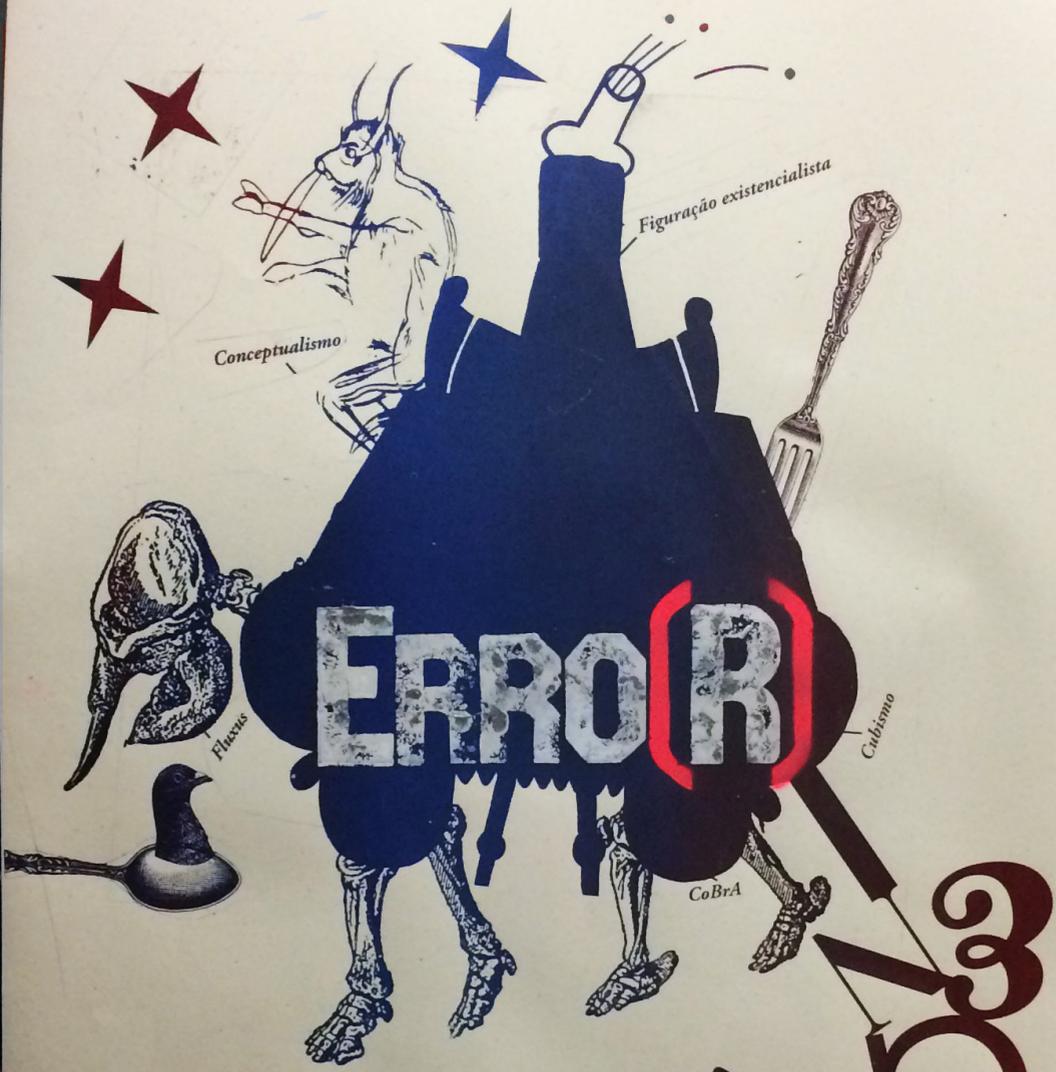
O Homem do Saco

Juan Yusta

Luís Henriques

Ricardo Castro

Pequena oficina de tipografia e de impressão em serigrafia, dando largas à composição tipográfica: divertimentos, desbundas gráficas, com tipos de tamanhos díspares, pequenas frases, ou imagens com recursos. No final, cada participante levará para casa o postal/cartaz que compôs e imprimiu no prelo com caracteres móveis. (Participação limitada mediante inscrição prévia)



Conceptualismo

Figuração existencialista

Fluxus

Cubismo

CoBrA

DOS
FLAVROS

Suprematismo



*

BOOK LAUNCHING LANÇAMENTO DE LIVRO

24 NOVEMBRO / NOVEMBER 24th

Quinta-feira / Thursday

VENUE: Auditório da Parada

14:30 **ESPAÇOS DE MODA GEOGRÁFICOS, FÍSICOS
E VIRTUAIS**
BOOK LAUNCHING

Isabel Cantista
Caroline Loss

Sendo uma obra coletiva com contributos diversificados, este livro destina-se a empreendedores, gestores e profissionais do mundo da moda. Uma das dimensões mais visíveis e importantes deste negócio é o tempo, cujo ritmo se gere a partir da sucessão contínua de coleções e propostas. A dimensão espacial do universo da moda assume, neste sentido, um relevo particular, uma vez que é nos espaços físicos e geográficos que se apresentam ao mercado as coleções, as propostas e as grandes inovações.

Na conceção de um negócio desta natureza há espaços distintos que são considerados pelo empresário ou gestor e, a partir daí, decorrem decisões fundamentais sobre a sua localização em determinadas zonas geográficas, a criação de conceitos, de layouts de lojas e de sites, bem como formas de estar nas redes sociais. Este livro recolhe, assim, algumas reflexões sobre espaços de moda físicos e geográficos, ilustrando as tendências atuais de um negócio sempre em franca expansão.

ISABEL CANTISTA

é licenciada em Direito pela Universidade de Coimbra e doutorada em Gestão pela Universidade de Sheffield (GB). Desempenhou durante mais de uma década funções na direção do Grupo Sonae, nas áreas de Recursos Humanos e Marketing. Docente do ensino superior desde 1987, é atualmente Professora Associada na Universidade Lusíada do Porto e Professora Convidada da AESE – Escola de Direção e Negócios. Fundadora e CEO da empresa FFI – Fast Forward Innovation, procura a partir da mesma promover a inovação através de uma aproximação e colaboração entre o mundo académico e o mundo empresarial.

Neste âmbito, promove desde 2008 o congresso internacional GFC-Global Fashion Conference, que agrega investigadores e empresários numa perspetiva pluridisciplinar e se realiza a cada dois anos numa universidade diferente, tendo tido até ao momento quatro edições – Florença, Porto, Madrid e Ghent. Isabel Cantista é frequentemente conferencista convidada em Portugal e no estrangeiro em eventos cujos temas se prendem com marketing e inovação. É autora de Casos Europeus de Marketing (2014) e coordenadora e autora de Moda num Mundo Global (2011).

CAROLINE LOSS

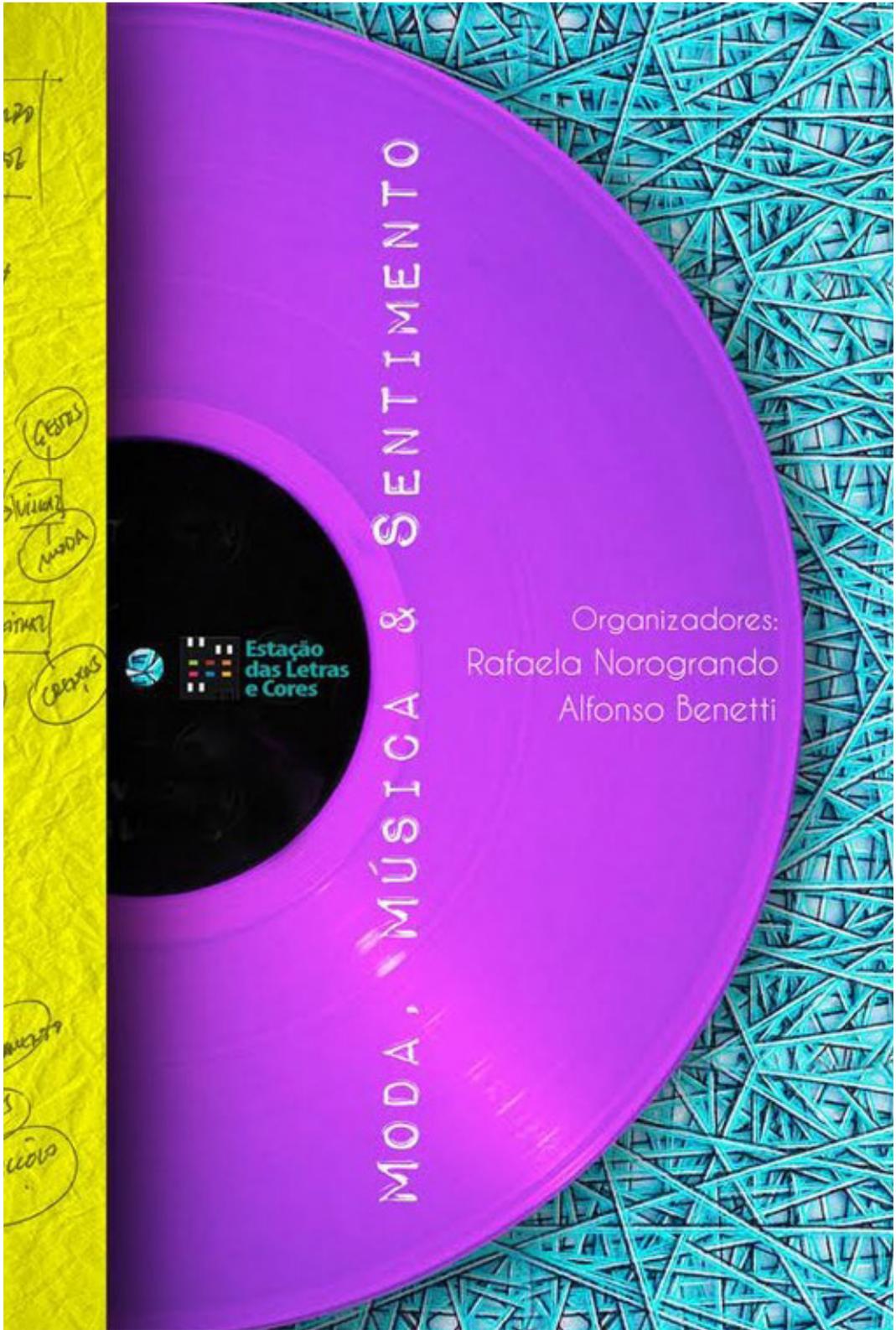
Recebeu, com prémio de mérito académico, o grau de Tecnóloga em Moda e Estilo pela Universidade de Caxias do Sul, Brasil, em 2009. Em 2012, recebeu, com qualificação Excelente, o grau de Mestre em Design da Universidade da Beira Interior (UBI). Atualmente, é aluna de Doutoramento em Engenharia Têxtil na UBI, com bolsa atribuída pela CAPES – processo N.º 9371/13-3. É investigadora no Instituto de Telecomunicação de Aveiro e na Unidade de Investigação FibEn-Tech da UBI. As suas principais áreas de investigação são o desenvolvimento de antenas têxteis, caracterização eletromagnética de materiais têxteis, análise da interação da antena com o corpo humano e respetiva integração em vestuário.



**ISABEL
CANTISTA**
coordenação

**ESPAÇOS
DE MODA
GEOGRÁFICOS,
FÍSICOS
E VIRTUAIS**

V
ACTUAL



MODA, MÚSICA & SENTIMENTO

Organizadores:
Rafaela Norogrande
Alfonso Benetti

24 NOVEMBRO / NOVEMBER 24th

Quinta-feira / Thursday

VENUE: Auditório da Parada

14:30 MODA, MÚSICA E SENTIMENTO
BOOK LAUNCHING

Rafaela Norogrando
Alfonso Benetti

O livro MODA, MÚSICA e SENTIMENTO apresenta o universo identitário de distintas manifestações culturais marcadas pela relação entre género musical e indumentária. Neste contexto, aspectos históricos, étnicos e comportamentais característicos de determinadas expressões artísticas fundem-se em uma visão complementar sobre algumas práticas em diferentes territórios. A moda é abordada por uma significação ampla, traduzida através de diferentes linguagens indumentárias. A música atua como instrumento catalizador de ações socioculturais, vinculada a períodos históricos e regionalismos. Com uma abordagem apoiada na construção cultural como reflexo de emoções, relações sociais e pessoais, o livro apresenta algumas perspectivas sobre o tema através do contributo de diversos autores

RAFAELA NOROGRANDO

é doutora em Design pela Universidade de Aveiro e mestre em Antropologia Social e Cultural pela Universidade de Coimbra. Graduada pela Universidade de Caxias do Sul, trabalhou nove anos na indústria da moda como designer de calçado na Grendene S/A e possui especializações em Marketing e Gestão Empresarial (MBA), Design de Produto e Moda e Comunicação. A convite atua como revisora de artigos para revistas científicas e tem publicações relacionadas a museus de moda e exposições, bem como temas sobre identidade, comportamento, moda e cultura; além disso é autora do blog "i-material: Moda.Design.Museum.Cultura.Sociedade.Património.Humanidade". Foi curadora da exposição temporária "xi-coração" no Museu Nacional do Traje (PT) e idealizadora e coordenadora-geral do Little Dress Project. É pesquisadora associada ao ID+ Instituto de Investigação em Design, Media e Cultura, docente na Universidade da Beira Interior e da ESAD-Matosinhos, membro do ICOM-PT e dos comités científicos do UDI6 – Encontro de Doutoramentos em Design; Moda Documenta: Seminário e Congresso Internacional de Memória, Design e Moda; Colóquio de Moda, do CIMODE – Congresso Internacional de Moda e Design e Congresso Internacional de Negócios de Moda.

ALFONSO BENETTI

é doutor em Música e pesquisador pela Universidade de Aveiro e INET-MD (Instituto de Etnomusicologia – Centro de Estudos em Música e Dança) – Portugal. Seu foco de investigação envolve temáticas relacionadas à performance, área na qual atualmente desenvolve uma ampla pesquisa sobre expressividade musical. Neste âmbito, tem participado de inúmeras conferências (Alemanha, Brasil, Inglaterra, Espanha e Portugal) e publicado em importantes revistas. Atualmente desenvolve trabalho de pós-doutorado, projetos de investigação, orientações científicas e promove eventos na área académica. Como pianista profissional, tem realizado concertos no Brasil, em Portugal, na Alemanha, Inglaterra, Áustria e Polónia como solista e também atua como integrante em grupos de música de câmara. Além disso, é membro da direção e sócio fundador da Culturcentro – Associação de Desenvolvimento Artístico (Coimbra-Portugal).

EXHIBITION EXPOSIÇÃO

24 NOVEMBRO / NOVEMBER 24th

Quinta-feira / Thursday

VENUE: Auditório da Parada

**18:30 SPEAKING STONES - TWENTY YEARS,
TWENTY TYPEFACES (1996 - 2016)
INAUGURATION OF THE EXHIBITION**

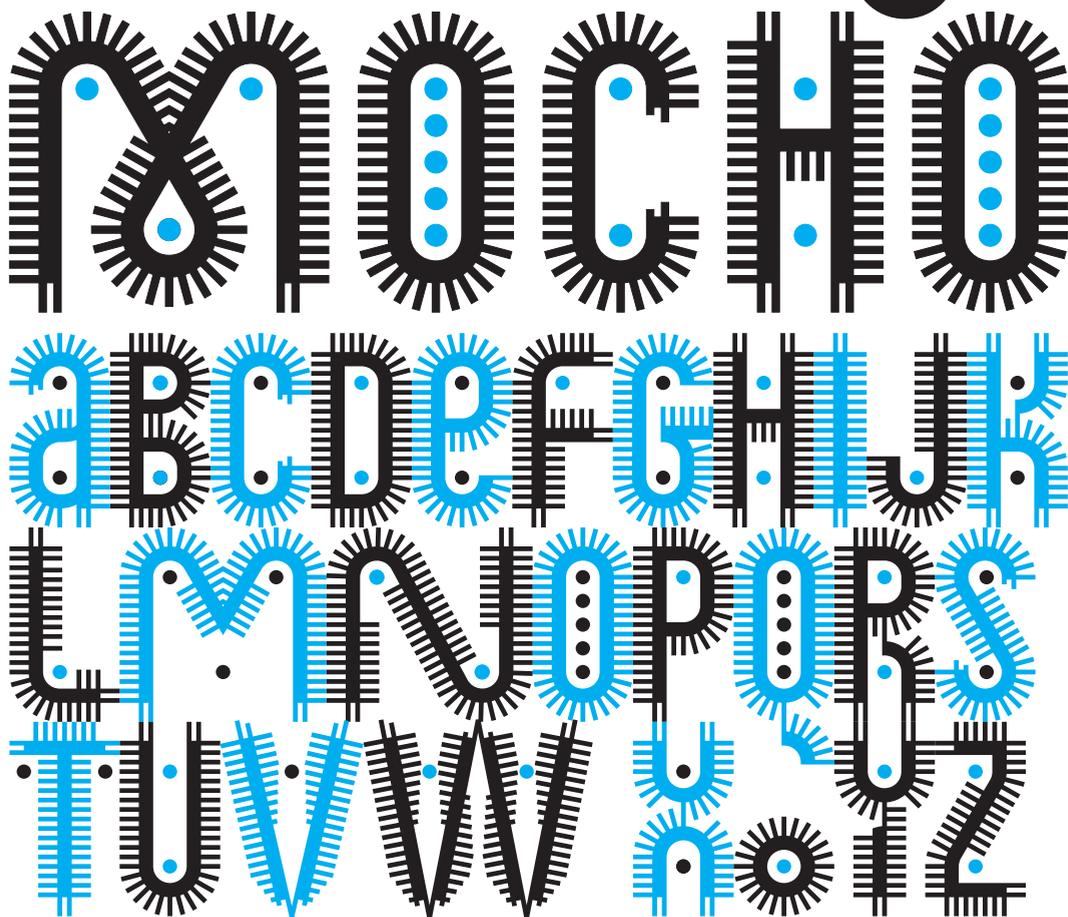
Jorge dos Reis

Fragas Falantes / Speaking Stones 1996-2016 é uma exposição / monografia que apresenta duas décadas de uma parte do meu trabalho de projecto gráfico ligado especificamente ao design de tipos de letra. Esta reunião de projectos foi possível graças a um trabalho sistemático de recolha e análise, iniciado em 2011, no atelier. A meio deste processo e como consequência da investigação realizou-se a exposição Da Epigrafia à Caligrafia Da Tipografia à Poesia, apresentada em 2013 no Centro Cultural Raiano, em Idanha-a-Nova, com o seu respectivo catálogo, aquando do Encontro Nacional de Tipografia, reunindo neste caso uma selecção de trabalhos representativos das quatro áreas paradigmáticas do meu percurso: cartazística, book design, identidade corporativa e tipos de letra. Entretanto foi publicado em finais de 2014 um livro intitulado Caderno de Campo da Serra da Gardunha, convocando outras duas áreas sobre as quais me tenho debruçado: desenho e produção textual reflexiva; a edição resultou de uma exposição com o mesmo nome realizada na Moagem Cidade do Engenho e das Artes do Fundão. A monografia que o leitor agora tem em mãos deve que ser observada à luz deste conjunto de exposições e edições mais recentes, que permitiram contextualizar e reunir o trabalho tipográfico realizado entre 1996 e 2016. Este é um arco temporal extenso e diverso durante qual foram editadas cerca de vinte publicações (monografias, catálogos, livros) e se realizaram outras vinte exposições individuais, repartidas entre o design gráfico (na maioria) e o desenho enquanto prática artística. O meu percurso projectual inicia-se

em 1996 depois de uma colaboração persistente, a quatro mãos, durante quase dois anos com o designer Robin Fior na Rua do Ferragial ao Cais do Sodré, em Lisboa. Em simultâneo realizaria um longo processo diário de formação enquanto aprendiz tipógrafo na Tipografia Freitas Brito, na mesma Rua do Ferragial, um estágio iniciado em 1994 com o Primeiro-Oficial de Tipografia da Imprensa Nacional Bernardo Gomes. Estas duas linhas paralelas de consolidação e aprendizagem apenas seriam interrompidas por um período de trabalho com o tipógrafo Alan Kitching, em Londres. Ao longo destes vinte anos manteve uma prática de uso constante do desenho como instrumento de trabalho, na prefiguração das formas, num processo sequencial de aproximação ao resultado ambicionado. Vivo a prática do projecto com um labor paradoxal, solitariamente monástico mas também de colaborações dispersas no atelier e nas casas de artes gráficas. As formas que concebo estão ancoradas num rigor geométrico constante, num neoplasticismo de redução às formas mais puras, de modo compulsivo e intencional. Este ortogonalismo de natureza austera e minimalista, assente na funcionalidade, permite-me questionar a estagnação formal do código alfabético enquanto dispositivo de comunicação interpessoal, aprisionado do ponto de vista visual, refém de um património tipográfico do passado e das formas moduladas e fatigadas, mimetizadas constantemente até à exaustão, na ditadura da legibilidade tipográfica esgotada e sem saída. É urgente colocar o leitor perante o desafio da leitura, onde novas formas alfabéticas farão desenvolver a comunicação textual do futuro. Foi na Covilhã que nasci e a esta cidade retorno sistematicamente para recapitular vinte anos de trabalho projectual intenso. Esta monografia fecha assim um círculo que parte da afirmação inicial, percorrendo numa observação distanciada sobre o caminho percorrido, sem alternâncias, com coerência, distante da contradição enquanto razão do projecto, nos dias agitados de uma vida sedenta de contemplação.

A Mocho foi uma fonte desenhada por JdR, em 2016, para comemorar os 25 anos da ESTAL. Caracteriza-se pelo "humor-ironia" e pela forma peculiar como é capaz de conciliar *craft* e inovação. Exôtnica, afirmativa, clara, elegante, bem equilibrada, revela que a letra impressa, a caligrafia e o grafismo dos sinais e da escrita são interesses que JdR cultivou desde cedo e que se tornaram verdadeiros *ex-libris* do seu trabalho como tipógrafo. Tipocondríaco por excelência, com a destreza do *craftsman* e os recursos do digitalman, JdR produziu uma fonte divertida, que se metamorfosou, ora em estruturas lógicas ora ilógicas e combinações ornamentais sem fim. Industrial e, ao mesmo tempo, caligráfica, multiforme, ilustra a diversidade do estado da arte no cenário da nossa civilização artística e cultural em constante mudança, bem como a estratégia da escola que está na sua génese. **Maria João Bom**

2016



Exposição / Exhibition

Organizada por / Organized by Francisco Paiva

Produção de / Production by Cristina Lopes e/and Sara Constante

Exposição organizada pelo / Exhibition organized by Edição / Edition:

LABCOM.IFP, Coleção ARS / Universidade da Beira Interior

Apoio à publicação / Publication support:

LABCOM.IFP / Universidade da Beira Interior / DESIGNA / Camara Municipal da Covilhã

Agradecimentos (por ordem alfabética) / Acknowledgements (by alphabetical order):

Adriano Rangel, António Fidalgo, António Pinto Pires, Camila dos Reis Duarte, Catarina Moura, Cristina Fernandes, Daniel Raposo, Eduardo Aires, Emerson Eller, Fernando António Baptista Pereira, Fernando Rosa Dias, Francisco Providência, Francisco Tiago Paiva, Henrique Cayatte, João Bicker, João Paulo Cotrim, João Paulo Queiroz, Jorge Carvalho, Jorge Torrão, José Bárto, Leonor Perry, Margarida Vale de Gato, Maria João Bom, Mariano Piçarra, Olivier Bonamici, Raquel Gil Ferreira, Raul Cunca, Vasco Branco, Vítor Quelhas

BOOK OF ABSTRACTS

372

TRÍADE DOS ESTUDOS DE TENDÊNCIAS:
PENSAMENTO SISTÊMICO, COMPLEXIDADE
E TRANSDISCIPLINARIDADE

Sandra Rech

UDESC, Brazil

Valter Cardim

IADE, Portugal

Nelson Gomes

U.Lisboa, Portugal

Estudos de tendências; Pensamento sistêmico;
Complexidade; Transdisciplinaridade

Os estudos de tendências viabilizam o entendimento das oscilações dos padrões de consumo e do comportamento humano, dentro do cenário do por que e como se exteriorizam, além de fornecer indicativos para o planejamento de estratégias mercadológicas pautadas na análise e interpretação dessas manifestações. Consequentemente, para analisar tendências, é necessário um conhecimento transversal, que se contrapõe à uma linha de pensamento cartesiana, integrando pensamento sistêmico, complexidade e transdisciplinaridade. O pensamento sistêmico, ao contrário do pensamento mecanicista que considera o mundo físico separado em partes e reduzido a unidades simples, concebe o mundo como um complexo sistema composto por elementos integrados, que não se limitam à soma de suas frações constituintes. Seu cerne é a organização sistêmica ou estrutural sistêmica, que demarca um padrão de interação de modo não estático, mas explicativo. Já o desafio do pensamento complexo é a possibilidade de articular diferentes campos investigativos e disciplinas. É preciso conectar o conhecimento a uma conjuntura maior, da qual participa. O todo é "mais do que a soma das partes", uma vez que em seu nível surgem tanto uma macrounidade, quanto propriedades novas (emergências) e "menos do que a soma das partes", pois algumas propriedades da organização podem ser perdidas ou inibidas em função do efeito de coerções do sistema como um todo. Finalizando, o conceito de transdisciplinaridade, tal como a teoria da complexidade, tenciona uma nova maneira de abordar os problemas contemporâneos e contrapõe-se aos preceitos cartesianos de fracionamento do conhecimento e dicotomia das realidades. Por meio de revisão bibliográfica e da problematização

teórica, este trabalho evidencia as premissas cardinais que orientam a tríade metodológica nos estudos de tendências.

373

A PESQUISA QUALITATIVA COMO PROCESSO
PARA INVESTIGAÇÃO DE TENDÊNCIAS

Sandra Rech

UDESC, Brazil

Nelson Gomes

U.Lisboa, Portugal

Valter Cardim

IADE, Portugal

Estudos de Tendências; Pesquisa Qualitativa;
Metodologias; Ciências Sociais; Ciências
Humanas

Os estudos de tendências constituem uma nova área de pesquisa dentro da academia e um campo disciplinar que agrega conceitos e ferramentas de diversas disciplinas. O modo como o ser humano expressa sua visão de mundo e seu sistema de valores é o pilar para o entendimento do ambiente social, em um período temporal demarcado, constituindo-se como mote para a análise das tendências. Há, nesse processo, uma aproximação com as Ciências Sociais e com as Ciências Humanas no emprego de metodologias que possibilitem a identificação e a análise de manifestações presentes na sociedade contemporânea. A literatura pertinente aponta que, na investigação qualitativa, coexistem várias perspectivas, epistemologias e ontologias. Diante desta amálgama de informações, um ponto base para o delineamento da pesquisa qualitativa, visando sua aplicação nos estudos de tendências, é a identificação, definição e adesão de determinadas perspectivas, epistemologias e metodologias que permeiam o processo investigativo. Cabe frisar que este conjunto diverso que singulariza o estudo qualitativo estimula o desejo por este tipo de pesquisa e, ao mesmo tempo, suscita muitas críticas acentuadas, especialmente, pelas posturas dos próprios pesquisadores. A divergência na delimitação de procedimentos básicos de investigação e a omissão de certos enfoques metodológicos (ou terminológicos) limitam a pesquisa qualitativa. Sem embargo, é inevitável que a perspectiva de investigação adotada pelo

pesquisador interfere na formulação do problema, no ponto de vista metodológico e na compreensão global do estudo. Isso posto, o objetivo geral deste trabalho é apresentar indicativos para uma razoável compreensão destas questões, sem a pretensão de as esgotar. Os autores da área apresentam uma pluralidade de posicionamentos paradigmáticos no âmbito da pesquisa qualitativa e concebem acepções diferentes ao longo de momentos históricos. Contudo, percebe-se que o campo de ação da pesquisa qualitativa dispõe de uma perspectiva multimetódica que abrange uma abordagem interpretativa do sujeito de análise.

374

A CULTURA AFRICANA NO DESIGN
DE JOALHARIA PORTUGUESA: O CASO
DE ESTUDO DA EMPRESA ELEUTERIO JEWELS

Rita Freitas

Instituto Politécnico de Viana do Castelo
– IPVC, Portugal

Liliana Soares

Ermanno Aparo

Instituto Politécnico de Viana do Castelo
– IPVC, Centro de Investigação
em Arquitectura, Urbanismo e Design
– CIAUD, Portugal

Espírito do lugar; Design; Joalheria; Filigrana;
Luxo

Com este artigo pretende-se reinventar a joalheria portuguesa, cruzando a técnica da filigrana com o espírito do lugar da cultura africana, algo impossível de se copiar, algo associado à sua história e à sua cultura (Bucci, 2003) [1] Por um lado, requalifica-se a filigrana portuguesa trabalhada pelos artesãos da Póvoa de Lanhoso e que, quase, caiu no esquecimento. Por outro lado, qualifica-se o âmbito da joalheria portuguesa com a cultura africana, quer por ser um significante da cultura lusófona, quer por se inserir num mercado de materiais novos. Neste sentido, espera-se desenvolver um sistema de produto de joalheria capaz de unir o espírito do lugar com a técnica da filigrana, num processo criativo pensado para o âmbito da joalheria de luxo.

375

A CULTURA DO TEATRO COMUNITÁRIO
NO DESIGN DE FIGURINOS: O CASO
DE ESTUDO “ANJO BRANCO – GIL EANNES”,
NO ÂMBITO DO NOROESTE COMUNITÁRIO
– PROJECTO COMUNITÁRIO DO TEATRO
DO NOROESTE – CNO

Andreia Lopes

Instituto Politécnico de Viana do Castelo
(IPVC), Portugal

Ricardo Simões

Centro de Estudos de Comunicação
e Sociedade (CECS) da Universidade do Minho
e Teatro do Noroeste – CDV, Portugal

Liliana Soares

Instituto Politécnico de Viana do Castelo
(IPVC) e Centro de Investigação
em Arquitectura, Urbanismo e Design (CIAUD)
da Universidade de Lisboa, Portugal

Design; Figurino; Criatividade; Cultura do fazer;
Cultura do projeto

Este artigo pretende validar a disciplina do design como área de formação habilitadora no desenho de figurinos para uma peça de teatro.

O projeto surge da ligação entre a Academia e o Teatro do Noroeste – CDV. Este processo criativo aspira comprovar que a ligação entre entidades da mesma região pode ser a chave de leitura para a sua sustentabilidade.

Numa primeira fase investiga-se o conceito de criatividade como conexão entre partes para fundamentar o estado da arte. Analisam-se casos de estudo entre o teatro e o design de figurinos e o resultado do processo criativo entre designers e encenadores, retirando-se fundamentos sobre a importância da ligação entre o teatro e o design no contexto da criação artística performativa contemporânea.

Numa segunda fase e em termos de aplicação, realizou-se um processo criativo assente num trabalho de campo que contemplou a criação de um espetáculo de teatro comunitário, para o qual serão desenhadas propostas de figurinos e de adereços que, integrando este estudo, serão elaboradas em articulação com a equipa criativa do Teatro do Noroeste – CDV. Metodologicamente recorre-se às propostas de

Christopher Alexander (1977), Ugo La Pietra (1997) e Nigel Cross (2007).

Este estudo pretende provar que o designer pode desempenhar o exercício da atividade de figurinista se, de acordo com as suas opções formativas e profissionais, decidir dedicar-se a esta área de atividade de criação artística intimamente ligada ao espetáculo, à televisão e ao cinema.

376

CONTRIBUTOS DO DESIGN PARA O RESGATE DA TRADICIONAL RENDA DE BILROS DE PENICHE

Isabel Bieger
Cristina Carvalho
Gianni Montagna

Faculty of Architecture – University of Lisbon, Portugal

Renda de bilros; Design; Resgate cultural

Preocupada com a crescente decadência da sua principal atividade artesanal, a renda de bilros, a Câmara Municipal de Peniche - Portugal, foi em busca de soluções para inverter esta situação. Partindo do pressuposto que o modo como a renda é apresentada não contribuía para a procura do produto e não seguia as novas características do mundo, bem como não acompanhava a exigência dos consumidores que buscam novidades, assim, a Câmara Municipal foi ao encontro de novos parceiros, criando protocolos com entidades com o objetivo de desenvolver, resgatar e divulgar este artesanato têxtil. Um produto tradicional, considerado como identidade de um povo, que possui séculos de existência, elaborado e executado como outrora, não sobreviveria por muito tempo no mercado. Neste artigo ressaltamos a necessidade da multidisciplinaridade, do modo como o design ativista e o design social podem contribuir para o desenvolvimento de uma atividade que está em desuso. Salientamos a união de diversas áreas para o desenvolvimento do design participativo, em si uma metodologia de intervenção, que busca as melhores soluções para o resgate cultural e económico desta atividade, a qual já é considerada património local.

377

O ERRO – ENTRE O BELO E O FEIO NA ILUSTRAÇÃO

Ana Albuquerque
Portugal

Ilustração; Erro; Belo; Feio

Os cânones ensinam que desenhar uma linha implica retidão. Assim, fala-se de linha reta. Essa linha ganha ângulos, formas e dimensionalidade geometricamente obedientes, declinando as linhas tremidas – portanto, as desviantes, as incorretas, as erradas. Acontece que, por exemplo, na ilustração deparamo-nos com trabalhos em que essa fidelidade ao trajeto das linhas é precisamente uma subversão, ou simplesmente um ato criativo, desse preestabelecido. É cada vez mais frequente ver um traço descontinuado, tremelicante, interrompido. Aquilo que antes poderia ser considerado falha, isto é, erro. O mesmo pode questionar-se sobre o belo e o feio. Por norma, associa-se o belo à harmonia, coerência, perfeição estética, estilo, enquanto o feio é rotulado como desproporcionado, defeituoso, amputado, segundo Bruno Munari e Umberto Eco. Estes autores, entre outros, debruçam-se sobre os conceitos de belo, feio e erro. A visão ocidental sobre a interseção deste trio conceitual tem sobrevivido apesar do contributo de outras manifestações. A ilustração tem mostrado que também do erro nasce uma expressão artística, uma expressão pessoal de tom mais íntimo ou mais social, político, entre outros. Em alguns casos, o erro é propositado como consequência/parte da vida. A análise terá Wasted Rita e Mariana, a Miserável como exemplos de expressão do erro (os erros na vida, as vicissitudes) nas suas ilustrações. A ilustradora Wasted Rita pelas rasuras propositadas de palavras nos seus trabalhos numa clara intenção de errar porque os seus desenhos são sátiras ou transposições das falhas comuns, isto é, do homem comum. A desproporcionada e disformidade das figuras são mais evidentes em Mariana, a Miserável. Ambas, nas suas criações, se aproximam das palavras de Samuel Beckett: “Tudo desde sempre. Nunca outra coisa. Nunca ter tentado. Nunca ter falhado. Não importa. Tentar outra vez. Falhar outra vez. Falhar melhor.”

378

DESIGN PARA A INOVAÇÃO SOCIAL
DESIGN PARA A INOVAÇÃO SOCIAL

Renata Gastal Porto

Ana Vasconcelos

Rita Almendra

Universidade de Lisboa, Portugal

Design para inovação social; Processos de design; Estudo de caso

Apresentamos a investigação doutoral em andamento que explora as relações entre a demanda dos cidadãos, empreendedores e governos por inovação social, e as habilidades práticas dos designers em entregar resultados eficientes. A oportunidade para o estudo pela perspectiva do design se verifica pelos seguintes indicadores: a inovação social é considerada a sexta onda de macro inovações, rompe com o paradigma tecnológico, é incentivada por organizações governamentais, há dificuldade em mensurar os resultados providos, há demanda crescente por intervenções de design, e uma lacuna entre a demanda e os resultados de design. Para a contextualização se responde: QUAL é o conjunto de princípios teóricos que sustenta o campo de design para a inovação social? QUEM são os pesquisadores e especialistas em design que formam este terreno? COMO os processos são conduzidos pelos designers e ONDE estes centralizam os seus esforços? Para compor o quadro de estudos de caso são projetados dois inquéritos como ferramentas para selecionar iniciativas de sucesso de design para a inovação social, com lugar nos países da América Latina. A unidade de amostra é composta por investigadores em design. As observações preliminares sobre as iniciativas indicam: os dados são restritamente documentados; há obstáculos na comunicação dos resultados; dificuldades dos designers em adotar métodos, técnicas e ferramentas apropriadas; os métodos de avaliação do impacto do design são inconsistentes; a sustentabilidade do projeto é colocada em risco; os projetos são planeados mas desenvolvidos na base da tentativa e do erro. É visível a falta de experiência e treinamento dos designers com práticas sociais. Pode haver deficiência no processo educativo dos designers para atuarem em projetos sociais.

379

TIERRA: ANÁLISIS DE LOS DISCURSOS VISUALES EN LA PRENSA OBRERA COLOMBIANA ENTRE 1932 Y 1938

Claudia Angélica Reyes Sarmiento

Universidad Jorge Tadeo Lozano, Colombia

Historia; Diseño; Discurso visual; Teoría

La propuesta de investigación se enfocará en estudiar los fenómenos de producción, circulación y consumo de la publicación periódica Tierra vigente en Colombia entre 1.928 y 1.938. Este proyecto parte de la importancia que tiene realizar estudios en donde se articulen la imagen, su producción, circulación y consumo, con el contexto histórico en el que posiblemente emergieron formas de apropiación de algunos discursos visuales que se vincularon con un aparato ideológico comunista que se empezaba a consolidar en Colombia. Al historiar con imágenes se busca articular diferentes momentos del contexto colombiano entre 1932 y 1938, para poder reconstruir los discursos visuales y recrear procesos socio culturales desde la mirada del diseño. La propuesta se desarrollará desde tres componentes: estético, gráfico e histórico. La década del treinta es una época que resulta interesante para esta investigación, ya que Colombia se caracterizó por un marcado desarrollo en diferentes ámbitos, impulsado por las políticas del liberalismo colombiano que, por aquellos años, ostentaba el poder. Políticas como la extensión y democratización de la cultura, bajo el supuesto de que para el logro de esta meta era necesario acudir a todas las formas modernas de comunicación de la cultura y de la técnica (el impreso y el libro, pero también el cine, la radio y las conferencias culturales). Es por esto que a partir del análisis de los discursos visuales que circularon en Tierra, se buscará entender: ¿De qué manera los discursos visuales que fueron construidos en el periódico Tierra para la promoción de las ideas comunistas propiciaron la apropiación de corrientes ideológicas, políticas y de vanguardias artísticas como el Constructivismo Ruso en Colombia durante la década del 30? OBJETIVO GENERAL Analizar las relaciones entre producción, circulación y apropiación de los discursos visuales que circularon a través del periódico Tierra entre 1932 y 1938 en Colombia. OBJETIVOS ESPECÍFICOS • Analizar cómo a través de una publicación periódica como Tierra, con un fuerte contenido político

se ponen en marcha dispositivos discursivos desterritorializados que a su vez generan prácticas culturales de apropiación. • Indagar cómo la construcción de los conceptos alrededor de ser obrero, resultan modelados por los signos visuales que circularon a través del periódico Tierra y de la prensa obrera, en comparación con otro tipo de signos que circularon en revistas de corte comercial. • Entender cómo el Diseño gráfico ha sido un campo de construcción de mensajes visuales a partir de la producción de imágenes en contextos específicos y cómo dichos discursos tienen la capacidad de construir sociedad. COMPONENTES TEMÁTICOS Y ASPECTOS METODOLÓGICOS A partir de los tres componentes del proyecto: estético, gráfico e histórico se establecerán los referentes teóricos. 1. Componente estético El componente estético busca dar continuidad a procesos de investigación finalizados con éxito en donde se trabajó la imagen de la mujer y las construcciones en relación a lo femenino. En dicho proyecto los discursos sobre lo femenino en la década del treinta evidenciaron que el cuerpo y su construcción fueron ejes del proceso de modernización del país. Las ideas sobre lo que significaba ser moderna vinculadas al proceso de modernización del país, se articularon con la tradición, las demandas del momento y los modelos idealizados que circularon en los discursos visuales provenientes de la publicidad, el cine, los discursos socio biológicos y la religión. En el caso colombiano, durante las décadas del 20 y 30 se dieron manifestaciones de obreras e indígenas que buscaban la re significación de su posición en la sociedad. En Colombia con el proceso de modernización e industrialización del país surgieron actores muy importantes de la sociedad como los obreros, las mujeres y los grupos anarquistas que recurrieron a diferentes estrategias de resistencia y de probable re significación de su posición como la prensa obrera. El componente estético analizará la forma en la que los signos que circularon a través de discursos visuales que fueron creados para el Periódico Tierra, probablemente moldearon los cuerpos y subjetividades de lo que significó ser obrero en ese contexto histórico, para lo cual se recurrirá al análisis de los discursos de acuerdo a su naturaleza aplicando principios de la semiótica visual a partir de la relación entre el signo plástico y el signo icónico y otros elementos que provienen de la Teoría de la imagen. 2. Componente histórico La plataforma crítica que se establece en toda Latinoamérica en las décadas de 1920 y 1930, resulta en muchos sentidos de los pro-

cesos históricos de apropiación y desapropiación que mayoritariamente significaron la influencia europea desde el siglo XIX y a su vez la circulación masiva de discursos políticos. Para el caso particular, el estudio de las publicaciones de corte político con un importante vínculo a nivel ideológico con el partido comunista colombiano, significa la revisión e interpretación de las condiciones materiales, sociales y culturales de producción y circulación de dichas publicaciones. El caso situado entre el contexto colombiano y la supervivencia de elementos de la imagen del constructivismo Ruso, presenta indirectamente muchos tránsitos que involucran también países como España y México. En esos tránsitos se trasladan aportes culturales, artísticos, políticos de cada sociedad. Es por esto que resulta útil la apropiación de una noción como "Mestizaje", ya que reconoce el carácter impuro del fenómeno y a su vez lo valida. "Utilizaremos la palabra mestizaje para designar las mezclas acaecidas en el siglo XVI en suelo americano, entre seres, imaginarios y formas de vida surgidas de cuatro continentes: América, Europa, África y Asia".(Gruzinski, 2007, p. 73). La propuesta entonces parte del mestizaje como herramienta de análisis y su función será revisar en un amplio sentido los fenómenos de apropiación en la propuesta visual del periódico Tierra. 3. Componente gráfico En este componente se realizará un estudio de los intereses comunicativos del Periódico Tierra, y sus antecedentes presentes en la prensa obrera colombiana entre 1.932 y 1.938, sus enfoques formales, sus intenciones informativas, sus componentes gráficos, etc.

380

O DESIGN DE FIGURINO PARA TEATRO
COMO CATALISADOR DE CRIATIVIDADE:
O CASO DE ESTUDO PLATAFORMA FAFE
- CIDADE DAS ARTES

Ana Filipa Carneiro

Instituto Politécnico de Viana do Castelo
(IPVC), Portugal

Liliana Cristina Marques Soares Aparo

Instituto Politécnico de Viana do Castelo
(IPVC) & Centro de Investigação
em Arquitectura, Urbanismo e Design (CIAUD)
da Universidade de Lisboa, Portugal

Joaquim José Peres Escalreira

Instituto Politécnico de Viana do Castelo
(IPVC) & Centro de Investigação
em Tecnologias das Artes,
da Universidade Católica, Portugal

Design; Micro-empresas; Criatividade;
Experimentação; Sustentabilidade; Inovação

Este artigo nasce da parceria com o projecto Plataforma Fafe - Cidade das Artes e pretende contribuir para a sustentabilidade de micro-empresas de carácter semi-industrial da cidade de Fafe, utilizando o design de figurinos para teatro como mediador cultural de criatividade. Neste estudo, a escolha do âmbito do design de figurino para teatro fundamenta-se no desenvolvimento da indústria têxtil na região norte de Portugal e na dinâmica do teatro de Fafe. O design apropria-se das culturas material e imaterial do lugar, interpretando-as com ligações entre materiais, ofícios, disciplinas e profissões. As questões de investigação que se colocam são as seguintes: 1) Qual o papel do design de figurinos como mediador cultural de um lugar? 2) Qual o contributo metodológico do processo criativo que cruza design, teatro e indústria têxtil? 3) No design de figurinos, pode o designer contribuir para a sustentabilidade de micro-empresas da indústria têxtil da região? Metodologicamente, este estudo utiliza uma metodologia cruzada, assente no pensamento de autores como Pattern-Language de Alexander (1977), La Pietra (1997). A primeira parte investiga a noção de criatividade como elemento portador de conexões entre a indústria têxtil do Cavado e do Ave e o teatro da Cidade das Artes. Na segunda parte aborda-se o teatro e o figurino como elementos portadores de

cultura e de invocação, fundamentado a tese com um caso de estudo. Com este estudo espera-se provar que a acção do designer de figurinos pode ser uma vantagem para o teatro e para outros agentes da região se transformarem como, por exemplo, a indústria têxtil. Os conhecimentos, as competências e a metodologia singular do design qualificam-no como uma disciplina criativa veiculadora de cultura para o teatro de Fafe e para outros agentes da região se transformarem como, por exemplo, a indústria têxtil.

381

MARCAS DINÂMICAS PARA OS TERRITÓRIOS:
ANÁLISE DE CASOS DE ESTUDO

Marlene Ribeiro

Francisco Providência

Universidade de Aveiro, Portugal

Marcas dinâmicas; Marcas mutantes;
Marcas animadas; Marcas territoriais;
Design participativo e emocional

As estratégias gráficas exploradas pelas marcas vão-se renovando, sendo possível reconhecer a temporalidade dos seus recursos sintáticos que, pela apropriação generalizada, se transformaram em estilo, por vezes revolucionário, mas tantas outras reativo. Na última década, assistimos à emergência de um arquétipo de marca que rompe com os conceitos de uniformidade e consistência e premeia a flexibilidade da representação visual e a sua transformação para adaptação a diferentes contextos – marcas dinâmicas. Também num momento de mudança de paradigma, a administração do território apela hoje a uma maior participação dos seus públicos (habitantes, visitantes, investidores) fazendo-os colaborar em alguns dos processos de tomada de decisão. Com este artigo procuramos sistematizar informação relativa à definição das marcas dinâmicas e contribuir para um esclarecimento e estabilização recorrendo a uma breve revisão da literatura. Constitui ainda objetivo deste documento a observação de projetos cuja estratégia gráfica assenta na flexibilidade, sendo o procedimento metodológico adotado a análise de casos de estudo. Esta reflexão integra a investigação em curso no domínio específico das marcas territoriais, justificando a seleção da marca país “Colômbia”, da marca cidade “Melbourne”,

da marca de grandes eventos “Guimarães” (cidade europeia da cultura 2012) e da marca territorial comemorativa “Rio 450 anos” (criada para a comemoração dos 450 anos da cidade do Rio de Janeiro). Foi possível aferir que as marcas dinâmicas são utilizadas para representar territórios de diferentes dimensões, tendo de modo geral como objetivo: desenhar identidades para a diversidade; estabelecer um vínculo entre os seus públicos, convocando-os para a co-autoria da marca (design emocional e participativo) e dar resposta à necessidade de adaptação a diferentes meios de comunicação, que vivem hoje, na era da comunicação digital videográfica, sobretudo de uma atualização permanente dos seus conteúdos.

382

A UTILIZAÇÃO DE FUNDAMENTOS DE ENGENHARIA KANSEI COMO PROPOSTA DE GERÊNCIA DIGITAL DE REFERÊNCIAS CRIATIVAS E DE COMPOSIÇÃO COLABORATIVA DE MOOD BOARDS

Alex Maldonado Bernardes

Faculdade de Belas-Artes
da Universidade de Lisboa, Brazil

Vinicius Gadis Ribeiro

Programa de Pós-graduação em Design -
UNIRITTER - Centro Universitário Ritter
dos Reis, Brazil

Tecnologia aplicada ao design; Abordagens
projetuais; Engenharia Kansei; Mood boards

Durante a fase inicial do processo projetual, designers coletam referências criativas como recurso para o reconhecimento do problema de projeto e para tornar visíveis possíveis direcionamentos a serem explorados na fase de geração de conceitos (concepts). Uma das estratégias mais comuns de utilização de referências criativas é através de sua configuração em forma de mood boards. Mood boards são composições gráficas de referências criativas que visam “contar uma história” sobre a perspectiva do designer a respeito da exploração do problema projetual, assim como possíveis formas de solucioná-lo. A cada projeto, designers acumulam referências que, se não organizadas, podem tornar sua reutilização dificultada em um futuro processo projetual. O termo japonês “Kansei”, é denominado como a impressão psicológica subjetiva

do indivíduo, a partir da síntese das qualidades sensoriais na experiência com algo. A Engenharia Kansei propõe a mensuração de Kansei, principalmente por meio do emprego de diferenciais semânticos. Frente a esse panorama, coube a questão “A tecnologia digital pode dar conta de um modelo de Engenharia Kansei para a catalogação de referências criativas e criação de mood boards?” A etapa metodológica, subdivida em uma fase qualitativa de coleta de dados e uma fase projetual, buscou compreender como estas referências eram coletadas, organizadas e utilizadas no processo de projeto, através de entrevistas semi-estruturadas com três especialistas em design gráfico para mídias digitais. Estas informações embasaram a proposta de um conceito de sistema que utiliza fundamentos de Engenharia Kansei em busca de uma possível otimização do processo de coleta, organização, resgate e composição em forma de mood boards. Segundo a avaliação dos especialistas em design gráfico para mídias digitais, o sistema pode ser considerado um potencial meio de otimização, mas somente após um investimento inicial de tempo nas indexações e na sua integração ao processo de trabalho.

383

O PÓS-FUNCIONALISMO NO DESIGN DE INTERAÇÃO: UMA DISCUSSÃO DE CONCEITOS SOBRE UMA “ESTÉTICA DE INTERAÇÃO”

Alex Maldonado Bernardes

Faculdade de Belas-Artes da Universidade
de Lisboa, Brazil

Estética de interação; Design de interação,
UX Design, Hedonomia, comunicação

Os primeiros computadores demandavam treinamento específico para sua operação, não sendo possível de um leigo fazê-lo. O foco do desenvolvimento tecnológico na computação era inteiramente voltado na engenharia do aparato, através da exploração das suas novas capacidades de utilização. Já com a miniaturização de computadores e mais tarde com o desenvolvimento de computadores pessoais, dispositivos computacionais foram difundidos massivamente. Assim, um novo desafio foi apresentado, as máquinas necessitavam ser projetadas para que qualquer pessoa

a pudesse operar, excluindo a figura do especialista. O foco de atenção mudou da máquina para aquele que a usaria: o utilizador. Com o desenvolvimento tecnológico dos dispositivos computacionais, a área de conhecimento de design de interação está sob uma tendência similar ao que ocorreu na área de design de produto nas últimas décadas: ultrapassar o funcionalismo em busca da experiência de prazer. Utilizadores buscam nos dispositivos computacionais a experiência além da mera capacidade de cumprir tarefas: a experiência de prazer estético e de individualização. Buscando racionalizar este momento, autores buscam nas divergentes teorias oriundas da arte, formas para compreender o que poderia ser configurado como uma teoria de “estética de interação”. Desde o total foco na engenharia computacional e a não inclusão do utilizador neste processo; em um segundo momento a busca pela compreensão dos fatores humanos objetivos através da psicologia/ergonomia cognitiva; e mais recentemente a busca de critérios intrinsecamente subjetivos e socio-culturalmente contextualizados dos utilizadores, o presente artigo visa discutir este terceiro momento, fazendo uma revisão bibliográfica, discutindo-a teoricamente e avaliando o papel da área de conhecimento de comunicação como elemento chave para possíveis aplicações de teoria de “estética de interação” em contexto de projeto de artefatos digitais para dispositivos computacionais.

384

TUTORIA PROJETUAL NO DESIGN INDUSTRIAL
ORIENTADA PARA A SINGULARIDADE
E A COMPETITIVIDADE

Denis Coelho

Universidade da Beira Interior, Portugal

Atitudes; Etapas de Design; Processo Formativo;
Metáforas; Atividade Projetual

A comunicação defende a imersão do designer ao mesmo tempo que se aplicam métodos de investigação projetual e se conduz o trabalho de equipa através da liderança projetual e da gestão do projeto. Compete aos professores preparar os estudantes de design para assumir estes papéis com confiança, trabalhando na interseção entre a atividade empreendedora, as tendências e as raízes culturais, a atividade projetual e a ergonomia, para além de outras especialidades de acordo com a natureza do problema em mãos. De que forma poderá o processo académico de formação apoiar os indivíduos, enquanto estudantes universitários em design, na valorização da sua singularidade individual e ao mesmo tempo transformar a sua paixão e o seu ímpeto em vantagens diferenciadoras e competitivas? Ao apoiá-los no desenvolvimento da sua curiosidade que é necessária para descobrir e selecionar problemas significativos, prepará-los para analisar e compreender os contextos do problema, as atividades humanas e as aspirações da pessoa e da sociedade, os tutores projetuais hajem como catalizadores do processo de valorização e de transformação. Este processo, predispõe os estudantes para estimular e exercitar a sua criatividade vocacionando-a para a transformação e para a ação. Pretende-se através do processo, apresentado na comunicação, potenciar o envolvimento e a geração entusiástica de soluções criativas e relevantes para os problemas selecionados para o projeto, e que despertem a inspiração. Apresenta-se um contexto baseado num processo inspirador iterativo, contemplando cinco modos de indução para estimular e catalizar o processo transformador potenciador da atividade projetual orientada para os desígnios enunciados. Este quadro indutor e circular baseado em metáforas invoca cinco atitudes e modos de ação principais (empatia, exploração, descoberta, criação, escolha), e é exemplificado na comunicação através de excertos e fases de projetos já realizados por estudantes de design industrial em modo tutorial.

385

PRODUCTOS HÍBRIDOS. UN ESTUDIO
DE CONCEPTOS

Mario Garcia

John Cardozo

Universidad Nacional de Colombia, Colombia

Hybrid product; Categorization;

Hybrid playful product

En esta investigación se estudia el concepto de hibridación en productos, el cual se examina desde la perspectiva de la categorización, el enfoque tecnológico y el juego híbrido. Desde el enfoque de categorización se presenta al producto híbrido como un elemento ambiguo resultado de la unión entre dos categorías de producto, dos productos o dos conceptos; la visión de productos híbridos con enfoque tecnológico se enmarca en las interrelaciones entre: producto físico, datos digitales, tecnologías emergentes y servicio (Knutsen, 2011); y los productos de juego lúdico híbrido (Hybrid playful products), se dan a partir de la unión del mundo de los juguetes materiales y el juego digital en el cual se desarrollan nuevas formas de interacción y cambio de dinámicas de juego, este enfoque se vincula con la tendencia Toys 3.0. Metodológicamente, esta investigación se centró en la revisión y análisis la literatura relacionada, la identificación y contraste de conceptos y metodologías; esto permitió aislar y caracterizar productos representativos que ilustran cada una de las variantes de hibridación (categorización, enfoque tecnológico y juego híbrido). Como resultado, se presenta un marco conceptual de hibridación en productos mediante el contraste entre literatura clásica y literatura actual, delimitando los principales enfoques y ejemplificándolos mediante productos existentes en el mercado; esta investigación pretende aportar elementos nuevos de discusión en este campo emergente del diseño de productos.

386

DISSONÂNCIAS ENTRE O PENSAMENTO
E A AÇÃO NA CONSTRUÇÃO DE AMBIENTES
PARA FUTUROS DESEJÁVEIS: REFLEXÕES
SOBRE DEMANDAS EM DESIGN

Samantha Moreira

Instituto Federal de Minas Gerais - IFMG

Campus Santa Luzia, Brazil

André Silva

Universidade Federal de Juiz de Fora, Brazil

Design; Demanda; Projeto; Método; Inovação

O objeto desse estudo é o que denominamos demanda. O objetivo é estabelecer uma discussão filosófica sobre a importância da compreensão de demandas pelos designers, ponderando seu potencial de ação prática ou conceitual para a construção de futuros desejáveis. A justificativa para esse estudo está na possibilidade de refletir sobre a identificação de demandas nesse nosso tempo e discutir percursos a ser explorados pelos designers em sua prática profissional em meio ao mundo complexo em que estamos inseridos. A experiência acadêmica e a vivência prática conduziram à problematização. A ausência de estudos sobre demanda em design se apresenta como um campo a ser explorado. Metodologicamente, dispomos de dados empíricos e leituras sistematizadas que os fundamenta teoricamente. A hipótese que se configura é de que, no processo de design, se a demanda for ignorada ou mal compreendida os resultados podem ser ineficazes. Se adequadamente decodificada pode gerar resultados inovadores.

387

ILUMINAÇÃO E SAÚDE: O EFEITO DE CÉU ESTRELADO NA HUMANIZAÇÃO DOS ESPAÇOS DE TRATAMENTO

Ana Cristina Daré

CIAUD, Portugal

Wilson Sallouti

Fasa Fibra Ótica, Brazil

Céu estrelado; Fibra ótica; Iluminação;
Psicologia ambiental; Saúde

O ser humano precisa de luz por todo lado. Que desperte as forças positivas e influencie o ritmo circadiano. A escuridão deprime. A luz é importante para ver e perceber. Produz um efeito biológico que tem sido estudado cientificamente, sendo implementado em projetos reais. Este estudo trata da utilização do céu estrelado com a tecnologia da fibra ótica, na sala de Terapia Ocupacional da AACD (Centro de Reabilitação Dr. Renato da Costa Bonfim), em São Paulo, Brasil. Trata-se de um composto polimérico (plástico), que tem a propriedade de conduzir luz, através do fenômeno de reflexão total interna (Lazareti, 2014). A metodologia utilizada teve como base o conhecimento das atividades desenvolvidas e a influência que o ambiente exerce nas crianças. Um aspeto importante do espaço está relacionado com a atmosfera transmitida através das suas características: forma, textura, luz e cor, materiais aplicados e layout, que irá afetar a relação psicológica pessoa-ambiente (Elali & Pinheiro, 2013). As crianças com paralisia cerebral e deficiência psicomotora, ofereciam resistência na utilização desta sala para fazerem os procedimentos (Degra & Gobi, 2003). A iluminação utilizada era com downlights aplicados no teto com lâmpadas fluorescentes compactas, sendo estes equipamentos característicos de unidades hospitalares. A proposta foi a da instalação de várias fibras óticas sobre a superfície do forro existente, produzindo o efeito de um céu estrelado, conjugado com o sistema existente. O resultado obtido foi o de uma mudança no comportamento das crianças, revelando um interesse pelo tratamento, criando um estímulo visual, que se tornou numa ferramenta de reabilitação. No entanto, não se deve considerar a fibra ótica como uma ferramenta para a cura das doenças, mas sim como um elemento de contribuição

na humanização do espaço, auxiliando na melhoria do comportamento e no bem-estar dos pacientes (Degra & Gobi, 2013).

389

DESIGN E CONSPIRAÇÃO: GAMBIARRAS, SUBVERSÕES E OUTRAS DESOBEDIÊNCIAS

Cristiane Mesquita

Robson Santos

Universidade Anhembi Morumbi, BRAZIL

Projeto; Processos de criação; Gambiarras;
Objetos desobedientes

O design apresenta-se como campo propositor de projetos que solucionem problemas de diversas naturezas. É possível visualizar uma perspectiva convencional de teorias e praticas focadas em metodologias de projeto racionalistas, que referencia a formação acadêmica e a especialização técnica. A noção de “projeto” é extensivamente cooptada pelos modos de subjetivação contemporâneos, cuja urgência por soluções eficientes é sintomática dos modos de vida hegemônicos, vinculados à cultura da eficácia, do sucesso e do progresso. Entretanto, é visível a prática de um design não-oficial e autodidata que diverge desse modelo, capaz de gerar produtos e soluções que atendem urgências e necessidades. Apresenta-se especialmente em camadas populares e de baixo poder aquisitivo ou ainda em países considerados economicamente inferiores. Esse tipo de processo de criação afasta-se da noção de “criatividade” que impera nos modos de vida e de produção neoliberais e aproxima-se de procedimentos que implicam problematizações dos modos de subjetivação dominantes (Deleuze, 1987). É nesse contexto que este artigo propõe um olhar para as “gambiarras” – termo utilizado para denominar soluções improvisadas e/ou precárias para problemas diversos – que lidam com operadores tais como o improviso, o risco, o deslocamento de funções, a subversão de materiais, o erro, a surpresa e o acaso. Em geral, colocam em questão instâncias tais como a industrialização, a alta tecnologia, o domínio das marcas registradas, o mercado, o consumo e o próprio campo do design. Seus autores permanecem fora do campo profissional do design, mas podem ser considerados como criadores de produtos e de uma

certa poética do cotidiano. Nesta pesquisa, esses procedimentos são abordados por meio da coletânea de fotografias denominada Gambiarra, de autoria do artista brasileiro Cao Guimaraes. Nesse sentido, esta investigação pode contribuir para uma ampliação dos estudos de processos de criação, para uma problematização da noção de projeto e para o entendimento do caráter conspirador do design (Flusser, 2009), ao convocar suas potencialidades poéticas, estéticas e políticas.

390

CULTURA DO ERRO:
A TRANSDISCIPLINARIEDADE DOS CURSOS
DE DESIGN E COMUNICAÇÃO FAVORECE
A INTEGRAÇÃO ENTRE UNIVERSIDADE
E MERCADO

Nilton Arruda

Escola Superior de Propaganda e Marketing
- ESPM, Brazil

Design; Comunicação; Docência; Educação;
Sala de Aula

O objetivo deste artigo é refletir sobre a influência que as universidades exercem para a prática da interdisciplinariedade nas atividades de design. Com destaque para a experimentação e prototipagem, como formas de se aprender a partir dos próprios erros. Pesquisa com universitários brasileiros levantou suas percepções sobre o quanto a integração com outras áreas de estudo é importante para a atuação dos designers. Resultados apontaram lacunas entre a formação dos graduandos e demandas advindas da sociedade e de corporações globais. Além disso, o artigo conta com contextualização teórica baseada em autores que rediscutem rumos para o design no mundo. Como proposição, estudo aponta alternativas no sentido de adequar o processo de formação destes profissionais aos novos tempos de interatividade, ambientes colaborativos e busca sistemática por insights para as transformações culturais da atualidade.

391

CGI SYSTEM ERROR

Paschalis Paschalis

University of Nicosia, Cyprus

CGI; Multimedia; Stop motion animation;
Digital entertainment; Education

As the digital entertainment industry advances and develops, the education needed for a successful career in the field grows, changes and consequently adapts to the industry's current needs. In order to comply with the high demands of an ever-changing industry, multimedia academic programs have to incorporate in their curriculums specialized courses to cover the creation and manipulation of several media elements, as well as software and techniques to equip students with the ability to combine and integrate media into single digital information environments. Although the curricula of such educational programs is usually incorporating specialized modules on the creation and manipulation of a variety of media elements, it is often more diverse and demanding in technical knowledge and skills. This heavy technical side of multimedia can often discourage creative students as they are less often attracted by complex software and programming languages. Additionally, "the range of digital effects that are available can also intrude on creative thinking as they require minimal artistic skill or sophistication. Although they can be beneficial when used intentionally, they lack ingenuity, and their ease of use can impede imaginative thinking and obscure aesthetic judgment". (Jon Krasner, 2008) Furthermore, there is a growing misconception amongst students that the more software they learn the better chances they will have in obtaining a career in the entertainment industry. In actuality though, in order for one to succeed in such a highly competitive industry they have to be able to combine their technical knowledge with their creativity, artistic skills, and problem solving abilities. This tendency is supported by our own alumni success stories. From animators in highly regarded animation studios, to game designers and special effects specialists, in each one of these student cases, their strong suit was their creativity and artistic abilities. For this reason it is essential to introduce courses where students are encouraged to create with their hands, allowing them to push their artist envelop, while barring them from

relying on software techniques and special effects. The paper will focus on the introduction, outcome and effectiveness of a course in handmade stop-motion puppet animation where students are required to employ a variety of artistic skills, including storytelling, set and character design, movement coordination and animation, direction of photography, lighting and video and sound editing, to produce short films.

392

ANÁLISE DA LONGA-METRAGEM “INSIDE OUT” DA DISNEY/PIXAR - RELAÇÃO ENTRE EMOÇÃO E DESIGN DAS PERSONAGENS

António Ferreira

Pedro Mota Teixeira

IPCA, Portugal

Nuno Martins

Daniel Brandão

IPCA e ID+, Portugal

Design; Personagem animada; Animação; Emoção; Expressão; Face; Corpo

No universo da animação, o design da personagem, as expressões faciais e corporais são três camadas dimensionais, não-verbais, com valor comunicativo. Nesse sentido, é crucial uma relação concisa entre as várias camadas, de forma a permitir um inequívoco processo comunicacional entre personagem e espectador. Estudos prévios revelam a importância da expressão não-verbal na comunicação e as produtoras audiovisuais concentram-se na aplicação de símbolos universais para minimizar múltiplas interpretações. O presente estudo consiste na procura e análise de índices e sinais não-verbais extraídos da relação entre design e emoção na personagem animada, constatando símbolos universais e signos culturais que possam potenciar a transmissão de emoções. Em suma, consiste num contributo para o estudo da presença do erro, no contexto referido, e a sua exploração através de experiências com elevado grau de imprevisibilidade, mas potencialmente rico. O objecto de estudo é a longa-metragem animada Inside-Out (2015), da parceria Disney/Pixar, especificamente as personagens principais (Medo, Raiva, Tristeza, Alegria e Repulsa).

393

REFLEXÃO SOBRE A CRIAÇÃO DE CONHECIMENTO EM DESIGN DE INFORMAÇÃO

Mécia Sá

Departamento de Comunicação e Arte
- Universidade de Aveiro, Portugal

Miguel Carvalhais

Faculdade de Belas Artes - Universidade do Porto, Portugal

Francisco Providência

Departamento de Comunicação e Arte
- Universidade de Aveiro, Portugal

Design; Informação;
Construção de conhecimento; Processo

Neste artigo é desenvolvida uma reflexão sobre os processos de construção de conhecimento em Design de Informação para a área da Visualização de Informação. A relevância deste estudo prende-se com o impacto que as novas tecnologias e sistemas de comunicação estão a ter na criação de conhecimento, e como o design se comporta enquanto mediador na comunicação. O Design de Informação tem vindo a incrementar a sua capacidade de tradução de dados através do desenvolvimento de taxonomias cada vez mais adaptadas aos conteúdos, com o objectivo de contribuir para a tomada de decisões e o desenvolvimento de conhecimento. No entanto, um conjunto de problemas associados à deturpação da informação durante o processo de conversão da informação, levaram vários investigadores a incidirem o seus esforços no melhoramento da configuração da informação para se conseguir atingir esses objectivos. Neste estudo, questionamos se a função do design para construção de conhecimento será apenas a de traduzir dados e informação em imagens, ou se a sua função passará, também, por promover e assistir no processo de construção de conhecimento. Com base na teoria dinâmica da construção de conhecimento de Ikujiro Nonaka, na teoria da convergência dos meios de Henry Jenkins, e em conceitos e ideias de David Krakauer, Pierre Lévy, Vilém Flusser e Ortega y Gasset, este trabalho defende a ideia de que a função do design de informação só termina a partir do momento em que o leitor inicia o processo de interpretação. Ainda que sem controlo ao nível da nova configuração que os dados possam vir

a adquirir, o designer não deixa de cumprir a função de ser um facilitador e de assistir no cruzamento de informação e de promover a experiência que Nonaka explica ser importante para a construção do conhecimento. A partir da análise das diferentes hipóteses, propostas por outros autores, pretende-se perceber melhor o problema e construir estratégias para a sua resolução.

394

ESTAMPARIA ARTESANAL:
MARCAS DE APRENDIZAGEM

Aymê Okasaki
Antonio Kanamaru
USP, Brazil

Estamparia; Ensino de Artes; Ensino médio;
Proposta pedagógica; Técnicas artesanais

Esse artigo trata-se de um recorte sobre um projeto educativo, voltado aos educandos do Ensino Médio brasileiro, que visou apresentar as técnicas de estamparia têxtil artesanal, na disciplina de Artes. Para a construção do projeto, utilizou-se um referencial teórico com três núcleos de bibliografia: educação, ensino da arte e estamparia. Para verificar o currículo de Artes trabalhado nesse ciclo, foram levantados os documentos que regulamentam a Educação brasileira (Parâmetros Curriculares Nacionais, etc.). Quanto a teoria educacional utilizada, esta foi a Abordagem Triangular, da arte-educadora Ana M. Barbosa, que propõe o Ensino de Artes baseado na contextualização, leitura e criação das Artes. E para definir as técnicas artesanais que seriam articuladas, duas autoras, especialistas em Estamparia, foram essenciais: Evelise Rüttschilling e Renata Rubim. Essa bibliografia estruturou o projeto que foi realizado na Etec Presidente Vargas, em São Paulo, no 1º bimestre letivo de 2015. O estudo de caso foi realizado com uma turma de 38 alunos de 1º ano. Eles receberam um Manual de Estamparia Artesanal, com os procedimentos das técnicas de: estêncil, carimbo, desenho com canetas para tecido e tie dye. Os estudantes estudaram o contexto da estamparia; a leitura de estampas e a prática da criação de suas próprias estampas. Nesse último eixo, da produção das estampas, surgiram as dificuldades práticas de execução, que geraram a questão problemática desse

artigo: Como os alunos devem lidar com as imperfeições da estamparia artesanal? Tratar as manchas e riscos indesejados como erros ou como características do processo artesanal? Desse modo, essa pesquisa objetiva demonstrar de que maneira a estamparia artesanal pode ser trabalhada na disciplina de Artes, de forma construtiva cognitivamente aos alunos e viável na estrutura física, de tempo e de materiais da escola. Analisando o eixo da criação, esse artigo tem como objetivo específico, analisar de que forma os alunos lidam com as imperfeições ou erros ocorridos durante a estamparia. A apresentação da estamparia aos educandos se justifica pois, existe uma carência na compreensão dessa linguagem. Apesar dos produtos estampados serem presentes no cotidiano, esses não os estudam. Com uma aprendizagem baseada na contextualização, leitura e criação de estampas, eles poderiam deixar de serem consumidores passivos de produtos estampados, para verificarem na estamparia, uma linguagem artística expressiva. O acompanhamento dos resultados dos alunos se deu por meio da observação participante, além da análise das estampas criadas e de entrevistas semiestruturadas. Deste modo, foi possível verificar a apreensão do conteúdo que os alunos tiveram e do modo com que eles lidaram com as dificuldades do método artesanal.

Ana Gaspar

ESTGP, Portugal

Cartaz; Exposição; Autor; Designer; Catálogo

Um cartaz tem a função de ser um provocador de estímulos, o que implica uma organização de informação com legibilidade e coerência. No entanto, surge uma problemática neste campo da divulgação da arte contemporânea, relativa ao desempenho do designer, enquanto criador de mensagens, pois surge neste contexto o artista (em foco no cartaz) e a promover pela instituição, bem como a obra de arte que predomina na leitura visual do objeto gráfico. Encontrámos de facto um território ainda por investigar, ou seja, através do cartaz de divulgação abordar as instituições que divulgam a obra de arte através da utilização do cartaz, enquanto objeto de comunicação visual. As instituições que divulgam a arte definem, muitas vezes, as orientações estéticas, no que diz respeito, aos objetos de comunicação que concebem para despertar a atenção nos receptores. Todavia, esses objetos para além de cumprirem a função de divulgação, terminam, muitas vezes, num arquivo, o que significa que integram um espólio no âmbito da própria instituição. A partir deste pressuposto, a instituição cumpre uma missão que visa a fruição estética do cartaz, e em seguida a sua preservação, enquanto objeto de coleção, valorizando a sua salvaguarda e proteção documental. Contudo, colocou-se a seguinte hipótese para a presente investigação: estão identificados os designers no cartaz de divulgação da arte contemporânea em Portugal. Foi neste âmbito que decidimos prosseguir de modo a verificar a nossa hipótese. A partir deste ponto, colocámos diversas questões para as quais procurámos encontrar respostas, tais como: porquê que as instituições não incluem a identificação do designer ou do autor do design do cartaz, ou ainda porquê que o cartaz de divulgação artística inclui a designação do artista e não inclui a designação do atelier ou do criador do objecto de comunicação visual para o público? Assim, e no que diz respeito a Portugal, a existência de instituições que divulgam a arte contemporânea é de certo modo significativa no momento atual, contudo,

o seu surgimento é recente. Deste modo procedemos à seleção de dois estudos de caso em Portugal, elegendo duas instituições, cuja missão de divulgação da produção artística implicou a concepção e produção de objetos de comunicação específicos, como sejam o exemplo do cartaz, bem como do respectivo catálogo, entre outros suportes gráficos, folhetos, flyers ou site. Foram selecionados neste âmbito os cartazes em espólio nos arquivos da Fundação de Serralves, no Porto, e na Fundação da Culturgest, em Lisboa. Na biblioteca encontra-se ainda um arquivo de material gráfico e documental, o qual é constituído por um espólio de cartazes, bem como convites, folhetos, flyers e todo um vasto conjunto de material gráfico de apoio às temáticas divulgadas. Este núcleo de objetos de comunicação é diversificado pelas temáticas que nele se incluem, e no que diz respeito ao cartaz, podem visualizar-se os cartazes da festa de Serralves, do festival de Jazz, dos concertos e de encontros de poesia e literatura. Deste modo o cartaz contribuiu para a história da comunicação visual pertencendo à categoria de objetos gráficos de apresentação e de promoção, através dos quais a imagem adquire um significado global no contexto do suporte. O cartaz só por si define um contributo para a história do design gráfico, desde os finais do século XIX que se tornou um veículo de comunicação de baixo valor económico em termos de reprodução e de acesso direto ao público a atingir, deste modo caracteriza-se por um meio eficaz de comunicação visual. Ao longo da história do design gráfico, o cartaz adquiriu um posicionamento eficaz em vários países do mundo, sobretudo em meados do século XX, durante o período das guerras mundiais. O suporte em papel e com uma produção de valor económico reduzido, proporcionou a multiplicação de exemplares e a sua acessível distribuição pelas cidades e populações. Contudo, deparámo-nos com uma problemática, ou seja a falta de identificação do designer em praticamente todos os objetos selecionados. Com a excepção dos seguintes ateliers de design, e cuja identificação foi impressa no próprio cartaz. Entre estes encontram-se: Design de Diefenbach (no cartaz de Ana Vieira), F 451 Atelier (no cartaz Arte em Berlim no Século XX), Manuel Mendes e Incomun (no cartaz de Claes Oldenburg), João Pedro Vasconcelos (no cartaz Privacy, de Luc Tuymans) e Hopefulmonster (no cartaz de Mario Merz). Assim, e em resumo, podemos verificar que os ateliers de design que identificaram a sua autoria são oriundos de outros países da Europa, o

que significa que em Portugal não existia uma prática de identificação do designer neste tipo de projeto. Após a verificação de ausência de fichas de inventário para os cartazes, nas duas instituições eleitas, surgiu a necessidade de criar uma ficha para cada cartaz, e que a partir deste elemento pudessemos reunir toda a informação recolhida durante o processo de pesquisa. Nesta sequência, verificou-se que se tratava da criação de uma ferramenta de trabalho fundamental neste processo de investigação, assim designámos por grelha de análise, aquela que foi neste âmbito uma referência na sistematização de um conjunto de dados recolhidos. Com base na consulta ao manual UNIMARC publicado pela Biblioteca Nacional de Lisboa (regras portuguesas de catalogação) foi possível definir campos de integração na grelha de modo a que fosse estabelecida uma sistematização de itens que permitissem uma recolha de dados eficiente. A problemática verificada diz respeito à identificação do autor do cartaz e após um levantamento dos campos integrados na grelha de análise, verificámos que na existência de um catálogo para a respectiva exposição, o layout da capa do catálogo é igual ao layout do cartaz. Colocámos então a seguinte questão: mas estes dois objetos não têm missões diferentes? Todavia, nos casos em que os layouts são iguais, criaram-se entre os dois elementos, uma rápida associação de imagem, entre o catálogo e o cartaz da exposição, o que de certo modo influencia uma leitura...

396

O ACESSÓRIO ÓCULOS ESCUROS
E AS CONEXÕES ENTRE ARTE E MODA

Laura Mello de Mattos Anacleto

Luciana Iwamoto

Maria Sílvia Barros de Held

EACH - Universidade de São Paulo, Brazil

O olhar; Óculos escuros; Moda;
Arte; Contemporâneo

A representação de acessórios na Arte inicia-se no Renascimento, quando as vestimentas começaram a ganhar importância na construção pictórica, com o intuito de revelar “o corpo, a identidade, o poder e a sexualidade, tanto na indumentária como nos adereços” (ZANINI, apud COSTA, 2009, p. 13). Assim, ao artista cabia a decisão sobre o uso de vestuários e acessórios, uma posição alterada com o surgimento do estilista no final do século XIX (LAVER, 2014, P. 186). Entretanto, o acessório que interessa ao presente estudo, óculos escuros, apesar de encontrar divergências em seu primeiro registro, ora datando no século I com o Imperador Nero, ora revelando uma origem oriental no século XII, na corte chinesa em juízes que os usavam para esconder suas expressões faciais nos interrogatórios. No Renascimento, transformaram-se em artigos raros e caros fabricados por artesãos habilidosos como símbolo de erudição, nobreza e status. O olho no rosto humano posiciona-se anatomicamente próximo ao cérebro, logo o ato de olhar pode implicar numa ação intencional que para Platão e Descartes associava-se à busca do conhecimento como um paradigma do saber imediato “cuja certeza é tão forte que ele (o olhar) garante a si próprio”. Além dessa afirmativa, muitos filósofos o colocam como detentor de um universo íntimo e espiritual (NOVAES, 1999, P. 21). Mas o que confere ao olhar tantos poderes? O olho sozinho, como órgão receptor externo é o único capaz de reconhecer a aparência da matéria, com todos os contornos basilares ao analisar e interpretar imagens. Não poderia perceber formas nem cores se não fosse a luz e a ausência desta, num dado momento, poderia falsear o juízo sobre o objeto? Assim sendo, o estudo pretende destacar o uso do acessório óculos escuros como um elemento exógeno, que atua como um limitador do olhar e oferta simbologias na contemporaneidade catalisadas pela Moda e utilizadas pela arte em algumas representações.

397

IDENTIFICACIÓN DE ATRIBUTOS DE GÉNERO
EN EL DISEÑO Y DESARROLLO DE JUGUETES
PARA LA TERCERA INFANCIA

Luis Carlos Pérez

Nelida Ramírez

Universidad Nacional de Colombia, Colombia

Juguetes neutros; Identidad de género;
Diferenciación; Comportamiento; Niños

Ante el cambio cultural que se evidencia actualmente, se generan nuevos requerimientos en el mercado que buscan su ampliación y abarcar sectores de consumidores específicos, delimitados por atributos o factores de adaptación para el desarrollo de grupos sociales, los cuales han aplicado modificaciones en su conciencia colectiva, trazando nuevos estándares fuera de los convencionales. Uno de estos estándares, la categorización de atributos de género. Es de vital importancia encontrar un punto de inflexión en el pensamiento social y así crear igualdad y equidad de género; haciendo énfasis en el ámbito sexual, según Martínez Reina (2005, p.17-18) el concepto de género no se puede desligar de la palabra sexo, pues el sexo hace énfasis en las características biológicas y físicas de los individuos sin dejar de lado el género atribuido por roles pre-establecidos en las diferentes culturas, basados en patrones de comportamiento aceptados para hombres y mujeres. Teniendo esto en cuenta ,es imposible no identificar el marcado diseño y desarrollo de juguetes que imponen estereotipos de género, sesgando así a los infantes a adoptar comportamientos definidos en el transcurso del tiempo por el prejuicio del pensamiento social. Se hace necesario desarrollar metodologías para la inclusión de las personas al mercado, mediante la evolución del pensamiento para apoyar el desarrollo social y romper las barreras de diferenciación que separan a las personas. El objetivo de esta investigación fue identificar y clasificar los atributos diferenciadores de género, aplicados en el diseño y desarrollo de juguetes para niños entre 6 y 11 años; de esta manera establecer metodologías para identificación de etiquetas de género , categorización de atributos para la posterior creación de juguetes neutros. La investigación tiene como base metodológica la aplicación de encuestas y grupos de enfoque a individuos para evaluar juguetes,

para identificar atributos que evidencien los valores de género en dichos productos.

398

SEARCHING MEANING THROUGH
PROCEDURALITY IN COMPUTATIONAL
ARTEFACTS

Miguel Carvalhais

INESC TEC / Faculdade de Belas Artes
da Universidade do Porto, Portugal

Pedro Cardoso

ID+ / Faculdade de Belas Artes da Universidade
do Porto, Portugal

Computational art and design; Ergodic media;
Artificial aesthetics; Creation of meaning;
Procedural interpretation

Contemporary media and arts often deploy computational systems to develop complex algorithmic experiences. Many of these are created around somewhat conventional narrative structures, building on familiar media conventions, as e.g. interactive-cinema, books, documentaries, etc. Others are related with video-games, drawing on game and interaction mechanics that have also been becoming increasingly familiar. Very often, however, we are confronted with artefacts that eschew these conventions and develop aesthetic experiences grounded in conceptual and mechanical principles that are not inherited from molar media but are native to computational systems. Examples abound, from already classic works as John F. Simon Jr.'s *Every Icon* (1997) to recent creations such as C.E.B. Reas's *KNBC* (2015) or the abundant imagery developed from the *Deep Dream* algorithms. Building on unconventional mechanics, these systems create new challenges not only to readers but also to artists and designers developing them. The interpretation of these systems — with or without interaction — and the processes of creation of meaning developed by readers/ audiences need to be understood if we intend to develop works capable of providing enough information regarding their procedural framework. Only then will these be able to ground their aesthetic potential on their procedural structures (their deep unit dynamics, or what Frieder Nake calls their "subface") rather than strictly on surface characteristics. Contingent beha-

viour, learning, adaptation, selection, etc., can now be common traits of media and artworks, but, particularly because they are still recent in the media landscape and because they are not necessarily visible, procedural properties such as these need to be framed in ways that allow them to be discovered and understood, that allow them to be enriched by these processes and by the errors or deviations that may affect them.

399

ERRO: O NÃO-REAPROVEITAMENTO
DE RESÍDUOS DE COURO BOVINO
E DA TILÁPIA NO PROJETO DE CALÇADOS

Lara Dahas

Maria Rozimeire Augusto

Milton Galvani

Renata Tesoni

Tandara Hoffmann

Regina Aparecida Sanches

Maria Sílvia Barros de Held

Universidade de São Paulo, Brazil

Bruno Palazzi

Faculdades Integradas Interamericanas, Brazil

Caroline Almeida

Universidade de Sorocaba, Brazil

Sustentabilidade; Couro de boi; Tilápia;
Calçado; Design

O presente artigo pretende demonstrar alternativas sustentáveis para o projeto de um calçado feminino, com expoentes resultantes na utilização de resíduos do couro de boi, provenientes das indústrias calçadistas e das sobras do couro do peixe tilápia, ambos materiais descartados sem propensão de reutilização. A pesquisa parte de um estudo bibliográfico baseada em conceitos e metodologias referentes ao design e à sustentabilidade. As metodologias de Bruno Munari e Bernd Löbach foram analisadas para que o melhor método fosse aplicado no desenvolvimento do produto proposto. Como resultado, o estudo faz um alerta sobre o desperdício de materiais e coloca o designer como um grande responsável pela geração de alternativas de projeto com preocupações ambientais.

400

A ASSIMETRIA NA ARTE E NA MODA OCIDENTAL
DA VIRADA DO SÉCULO XX

Luciana Iwamoto

Laura Mello de Mattos Anacleto

Brazil

Sílvia Barros

USP, Brazil

Assimetria; Japonismo; Virada do século XX;
Arte e moda europeia; Intercâmbio cultural

A simetria, na percepção ocidental, sempre se pressupôs como sinônimo de beleza, harmonia e, conseqüentemente, de perfeição. De acordo com Gombrich (1993), aspectos como equilíbrio e ordem, representados por proporções regulares e perspectivas científicas, geralmente de foco único, acompanharam a representação plástica renascentista e, por quatro séculos, satisfizeram as necessidades figurativas da civilização ocidental. Essa concepção começa a ser questionada quando, em 1854, abrem-se os portos japoneses, após mais de dois séculos em reclusão, em um período particularmente aberto a novas ideias. Na visão oriental, a simetria é considerada como uma expressão de uniformidade e repetição e, conseqüentemente, é evitada, pois limita a liberdade imaginativa. A filosofia clássica japonesa entende a realidade básica como impermanente, de modo que ao deslocar grande parte da composição ou das figuras para os extremos, abre-se a possibilidade de geração do novo (Okano, 2014). Desse modo, é com o uso da assimetria – a fuga consciente das formas fixas – que nos afastamos da monotonia (Miklos, 2010). Esse ponto de vista tão distinto do ocidental foi exposto com grande efeito no fenômeno conhecido como japonismo, após a abertura de seus portos. Nesse momento, novas concepções conceituais e visuais foram apresentadas ao ocidente, através dos inúmeros objetos e obras de arte que embarcaram na Europa. Esse movimento estético possuiu grande relevância pois promoveu questionamentos acerca de convenções enraizadas e fez com que valores diferenciados se tornassem presente em diversos âmbitos, em um fértil processo de fertilização cruzada. Nesse sentido, esse artigo pretende destacar, através do valor da assimetria, como o fenômeno do intercâmbio cultural, tão presente atualmente, auxiliou na concretização do novo no âmbito da arte e do vestuário europeu na virada do século XX.

401

LOST IN REPRESENTATION

Filipa Barradas

IADE - Creative University, Portugal

Recognition; Taxonomy; Error; Education;
Depiction

This paper deals with drawing as an object recognition process in drawing practice in the design-teaching context, especially regarding bi and tridimensional representation. I will analyze the basic components of drawing, and will determine the effects of student-teacher interaction and of mistake-making on them. A recognition of the continuous process which is representation. For that, we intend to find some of the basic drawing components and determine the effects of interacting on them. In this process, the error is a part of it. Hand drawing can serve as a tool to think, reason and explore opportunities that are inherent to other design practice models such as computers and tridimensional models. However, skills in hand drawing must not disappear in design disciplines. It is intended to establish a model in which drawing is the operating tool in design teaching and enable students to become better communicators and visual thinkers.

402

VISIBLE MUSIC - VISIBILITY OF MUSIC
GROUPS STRATEGIES THROUGH AUDIO
BRANDING

Juan Nicolás Vásquez Talero

Elingth Simoné Rosales Marquina

Pontificia Universidad Javeriana Cali, Colombia

Visibility; Music groups; Brand identity;
Multisensory experiences; Audio branding

This article shows the strategy developed with the music groups and artists from the expression cultural center of the university, in order to improve their visibility through visual communication design. Previously, the expression cultural center has noticed the lack of people attending the events from these groups, therefore a survey was carried out for the university community, whose results have shown besides low public, also the lack of recognition in general about the groups in the university, as well as in local and even national level. That's why it is necessary to develop a strategy where groups are understood as brands that need to be visible by the public to work and evolve. In this project the audio branding is seen as the object of study. Experts like Kai Bronner have developed recently new brand experiences with users by using different multisensory stimulations. In this case the sight and hearing are the relevant senses to improve the pilot product (music groups). This process is developed using two approaches: the first one is the visual brand strategy model created by Diana M. Aristizabal and María F. Camacho, The second one is the audio brand strategy model obtained from different sources such as Audio Branding Academy Yearbook 2009/2010 edited by Kai Bronner. The deliverable of this project consists of the design of both visual and audio identity of the most representative music groups from university, in which each process went through phases of experimentation always supervised to ensure the success of the methodology as a system and not as a group of isolated techniques and tools.

403

PENSAR CON LOS OJOS. LA CREACIÓN DEL "ERROR" EN LA CAPITAL ROMANA EN TÉRMINOS DE LEGIBILIDAD.

María Pérez Mena

Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea, Spain

Capital romana; Legibilidad; Diseño tipográfico; Renacimiento; Alfabeto

Con la recuperación que hace Petrarca de los textos de Virgilio en la Italia del siglo XIV, el mundo antiguo y el mundo moderno se encuentran, dando origen a lo que se ha considerado el inicio del Renacimiento. El espíritu del humanismo inicia una profunda revisión del legado de los antiguos griegos y romanos, en el que encuentra la perfección del ser humano. En este contexto, un numeroso grupo de intelectuales de campos diversos dirige su atención desde entonces y con especial intensidad a lo largo del siglo siguiente en adelante, hacia la meticulosa factura de las inscripciones de los monumentos romanos: la Capital Romana. En la necesidad de racionalizar todo conocimiento, la aparente "perfección" de la construcción de este modelo comienza a ser estudiado desde planteamientos geométricos. No obstante, la extraordinaria ejecución de sus bocetos viene acompañada de una idealización de las formas. Este trabajo parte, pues, de la hipótesis de que, si bien la mente atiende a la geometría, el ojo atiende a la sensibilidad. En este sentido, este trabajo tiene, así, por objeto ahondar en esos "errores" que desde el punto de vista de la geometría posee la Capital Romana y que sirven para engañar al ojo, en pos de una correcta legibilidad. El profundo grado de conocimiento en esta materia a la que llegaron los romanos fue tal, que hoy día se sigue considerando este modelo como el paradigma de las mayúsculas que utilizamos en la actualidad. Es por este motivo que en nuestro actual entorno digital, con las constricciones que impone el medio informático en la conformación del alfabeto y seguida lectura de los textos, este trabajo explora, define y reflexiona sobre los principios básicos de configuración de un sistema alfabético cuya función legible se determina más allá de medios y soportes.

404

ANÁLISE DO STORYBOARD NA METODOLOGIA PROJÉTUAL DO CINEMA DE ANIMAÇÃO E DOS MOTION GRAPHICS

Pedro Mota Teixeira

Nuno Duarte Martins

Daniel Brandão

António Ferreira

Escola Superior de Design do IPCA, Portugal

Storyboard; Animação; Motion graphics; Produção audiovisual

O storyboard ou continuity sketches representa um processo fundamental para alcançar um desfecho expectavelmente positivo na produção de um projeto que abarca todos os géneros de produção audiovisual. Mas é no cinema de animação e nos motion graphics que a sua existência se revela determinante, intervindo em vários aspectos e períodos de uma metodologia projetual e na operacionalidade da produção. Se o desenho é pensamento, a elaboração do storyboard implica esta objetivação da abstração do pensamento para uma configuração visual que implica a construção e o erro. Neste sentido, a valorização do sentido do erro é premiada com um caminho de escolhas e definições. Neste sentido, o presente artigo é um contributo que visa fazer uma análise do storyboard, traçando os seus principais aspectos conceptuais, técnicos e operacionais, contextualizados num índole histórico e temporal e assente nesta premissa de definições.

405

O ESPAÇO DA VITRINE: UM CASO DE ESTUDO

Ana Cristina Daré

CIAUD, Portugal

Design de interiores; Design de produto;
Encenação; Vitrine; Vitrinismo

O espaço da vitrine tem um papel fundamental na sedução do consumidor, transmitindo sensações num discurso manipulatório para atrair os olhares, desempenhando um papel fundamental nas vendas, visto ser este o primeiro contato entre o consumidor e a marca. Uma vitrine tem a capacidade de atrair consumidores para o interior da loja, como também reforça a imagem da marca, sendo considerada como uma mídia, em que se vive um constante diálogo produto-consumidor (Morgan, 2008). O caso de estudo apresentado foi desenvolvido no âmbito da disciplina de vitrinismo do curso de Design de Interiores e Equipamento e foi o resultado de uma parceria entre a ESART e a ACICB, em Castelo Branco. Trata-se do desenvolvimento projetual de vitrines para estabelecimentos comerciais. O modelo projetual utilizado tem como base a prospeção teórica precedendo a fase do projeto, sendo elaborado uma proposta concetual (concept), dentro de uma abordagem estética e de ordem plástica, atendendo as premissas indicadas pelo empresário (briefing) e dependente dos valores socioculturais dos consumidores. Há uma necessidade da existência de uma plataforma de conhecimentos (pack of tools) que sustente e oriente a atividade projetual em um cenário fluído e dinâmico (Moraes, 2010). Diante deste contexto, tem-se como resultado uma dupla valência. Aos alunos pela possibilidade de um contato, ainda em fase de formação académica, com a realidade profissional e aos lojistas, o conhecimento das estratégias produzidas pelo vitrinista que impõe à percepção dos consumidores numa performance do olhar (Demetresco, 2004).

406

¿DISEÑOS ERRADOS? UNA CUESTIÓN SEMIÓTICA SOBRE EL DISEÑO DE SISTEMAS DE PRODUCTOS.

Laura Fernanda Parra Sepúlveda

John Jairo Cardozo

Universidad Nacional de Colombia, Colombia

Semiótica; Sistema de productos; Peirce; Lamy

El objeto, es la creación del hombre cargada de ideas, materialidad y significancia, la cual no es más que un conjunto de signos, es decir, los objetos, son conjuntos de significados. Como aclara Sanchez (2002) el objeto es un portador de un mensaje, donde este último es una organización sistémica compleja y conceptual de signos, que utilizan como vínculo la forma. Aunque estos significados se articulan para construir un concepto y una morfología (proceso que denominamos diseño) no se debe ser ingenuo y creer que son comprensibles al poseer aquella naturaleza. Este estudio busca entender el discurso objetivo de un sistema de productos, generando una visión crítica hacia quehacer del diseñador. Se realiza un caso de estudio a la empresa alemana "Lamy" dedicada al diseño de instrumentos de escritura. Se recolectan 16 productos LAMY clasificados en 6 grupos y se analizan por medio de la semiótica objetual. Con semianálisis, sintacnálisis y pragnálisis se estudian criterios de consistencia en las lógicas, flujo, imagen y sensación generada del sistema de productos. Para evaluar el sistema de productos se realizan dos etapas: la primera, un análisis teórico fundamentado en la semiótica de S.C. Peirce nutrido con otros autores (Vihma, Sanchez); en la segunda etapa, se realizan dos focus group. A partir de la información analizada se obtienen conclusiones acerca de la comunicación-significancia del objeto dentro de un sistema objetual, los errores y las potencialidades que tiene el diseño de un objeto dentro de un sistema. Esta visión semiótica del objeto, permite entenderlo y confrontar al diseñador al problema de la significancia dentro de un sistema.

407

DEVELOPMENT OF HANDCRAFTED FASHION
PRODUCTS USING CIRCULAR KNIT WASTE

Cristiane Eloisa Bertoluci
Francisca Dantas Mendes
Regina Aparecida Sanches

Universidade de São Paulo, Brazil

Textile waste; Knit; Crochet; Recycling

This article researches the existing solutions for circular knit waste using handcrafts techniques like knitting and crochet for fashion products. Sustainable solutions are presented through a bibliographical research and case studies to reduce the existing waste produced in cotton circular knit fabrics in fashion.

408

MODA E CULTURA POPULAR
PAULISTA: CONTRIBUIÇÕES
E POSSIBILIDADES”

Laura Ayako Yamane
Nelson Silva
Silvia Barros de Held

Universidade de São Paulo, Brazil

Cultura popular; Vestuário; Cores;
Estamparia; Economia Criativa

Esta proposta tem como objetivo pesquisar as possibilidades de inserção da Cultura Popular Paulista na produção em moda, desde os festejos religiosos. Considera os três principais grupos devocionais da Cultura Popular Paulista: Grupos de Moçambique, Congada Paulista e Festa do Divino. A intenção é analisar a relação entre os mesmos e a produção atual em moda no Brasil. Faz-se necessário saber o que realmente faz parte da cultura popular e conhecer os fatos folclóricos, como eles são. Então pergunta-se: como, quando e de onde vem estes fatos folclóricos? Essas fontes de pesquisa têm o objetivo de mapear, categorizar e compreender o que é selecionado nas várias etapas da produção de moda e explicitar assim esse processo de recriação da cultura popular e sua incorporação pela indústria. A tese de doutorado teve como título “Moda e Cultura Popular Paulista: Contribuições e

Possibilidades”. Partiu do questionamento da relação entre a cultura popular paulista e a moda, e agora, faz-se necessário um estudo aprofundado sobre as possibilidades muito ricas dessa cultura para criação de estamparia e vestuário prêt-à-porter. Desse modo, objetiva-se também a valorização dessa cultura, através da produção de acessórios e da orientação dos artesãos de algumas cidades, desenvolvendo-se assim a Economia Criativa. Os objetivos específicos são: compreender, analisar e definir quais são os elementos estilísticos que compõem a Cultura Popular Paulista; as diferentes formas possíveis de representação das cores que revelam-se nos vestuários em algumas dessas tradições; criar alguns desenhos de superfície inspirados nas cores, movimentos e formas, criando propostas e possibilidades de vestuários prêt-à-porter pelos alunos de moda e apresentar os resultados em forma de desfile para o meio acadêmico, estilistas e pesquisadores do Brasil e exterior que hoje associam temas turísticos em suas coleções.

409

“PASTEL DE NATA” WITH PULSES. THE
CREATIVE PROCESS IN DESIGN AS A TOOL
TO DEVELOP NEW FOOD PRODUCTS

Ricardo Bonacho

Cláudia Viegas

Faculdade de Arquitetura da Universidade
de Lisboa, Portugal

Maria Pires

Escola Superior de Hotelaria e Turismo
do Estoril, Portugal

Sara Velez

Universidade da Beira Interior, Portugal

Creativity; Food design; Creative process;
Custard; Pulses

Without creativity there is no potential for innovation. Creativity is the key component in the design of the work process. (MUMFORD; GUSTAFSON, 1988; AMABILE, 1996; PARREIRA, 2014) The project nature of design influences the process itself and is a structuring element in the implementation of the practice of creativity. The project requires a set of creative phases that meet specific criteria and are geared to design, development and implementation with a view to a result. The process being shaped by the nature of the discipline, we assume the possibility of applying a design process model to other areas where the project is central in the creation process. In cooking, idea generation, development and implementation of a product, it presents analogies with the creative process of design which shows the design of a product, service or system. Both fields include the design concept. In cooking this process results in the dish or product and must respond to a broader set of expectations (i.e., gastronomic dimension). This is the kind of project where the chef's role is dominant (i.e., the creative decisions and leadership are his) and the outcome of the process (i.e., course or product) sets up an experiment with symbolic, cultural and economic value. As in design, creativity in cooking considers the complex relationship between individual, structure and context. Accordingly, we tried to place design in the development of food and apply a practical approach of design as a combined part of the curriculum in food production courses while encouraging synergies between designers and food professionals. As a methodology, students, applied a design process

model (Double Diamond, Design Council) to develop a food pulse-based (ie, custard tart). Pulses assume in this context an important role for research, as a raw material and integral food of the Mediterranean diet and Portuguese culinary identity. From the results, we witnessed how the introduction of design education in food production courses encourages intellectual and creative flexibility and a comprehensive and imaginative thinking. The design turns out to be a tool that helps to meet the expectations of professionals and consumers who crave for innovation when looking for sustainable food alternatives and identity.

410

A ESTÉTICA DA IMPERFEIÇÃO PLANEADA
NA MODA

Brígida Ribeiros

Portugal

Streetstyle; Pós-Modernidade; Indústria

A noção de erro em moda pode assumir diversas formas, desde falhas técnicas até maus resultados nas vendas (produto desadequado aos desejos do consumidor) ou mais prosaicamente “falta de gosto” ou visuais bizarros, desconformes com os gostos dominantes.

A moda caracteriza-se pela sua capacidade de gerar “novos” produtos. Se no passado os estilos apresentados eram tomados como prescrições e a margem de liberdade de adoção de visuais diferenciados era restrita, hoje assistimos a uma multiplicidade de estilos e propostas, onde a possibilidade de expressão individual é uma realidade e a moda corrobora na construção de uma identidade.

Outrora os estilos emanavam das classes altas que eram depois imitadas. A este modelo veio juntar-se uma outra forma de difusão de estilos. Estilos alternativos, de grupos “marginais”, dada a frescura e diferenciação que os caracteriza são copiados por designers conceituados, em busca de novidade e a partir daí difundidos por um alargado número de pessoas. Este fenómeno trouxe aos escaparates das lojas e às ruas, roupas gastas, esburacadas e desbotadas, primeiramente usadas nos anos 1970 pelos Punks. Não se trata de falhas ou incorreções, mas da introdução da imperfeição planeada em produtos com diferentes

graus e processos de industrialização. Exemplo disso são as roupas em jeans. O aspeto danificado destes produtos, não se deve a um uso intensivo, mas a processos técnicos propositados.

Primeiramente abordaremos o aparecimento destas manifestações, compreendendo o contexto em que surgiram. Estudaremos estes fenómenos, à luz dos principais teóricos, com foco na natureza social destas “tendências”, as suas diversas características, quer seja na sua produção, difusão, receção e adoção e seus significados.

Como abordagem metodológica específica levaremos a cabo uma investigação baseada em objetos. Usando pesquisa indutiva, vamos analisar algumas formas de vestir através de uma abordagem interpretativa. Tratada como um objeto material, um fenómeno que expressa valores e atitudes criativas, estéticas, sociais e culturais, acreditamos que esta tendência é significativa sobre as pessoas e a sociedade. Incidiremos o nosso foco na compreensão do significado destes produtos criam na vida quotidiana, as perceções, experiências e comportamentos, bem como as interações sociais e simbólicas.

411

SERENDIPITOUS INFORMATION
AND THE DESIGN PROCESS: A CASE STUDY

Ricardo Melo

Pedro Cardoso

ID+ / Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto, Portugal

Marta Santos

Portugal

Miguel Carvalhais

INESC TEC / Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto, Portugal

Design Methods; Education; Information;
Creativity; Serendipity

Discovery and acquisition of information is generally understood as being fundamental to the design process. However, designers often neglect the unpredictable or incidental encountering of information. Moreover, current technologies for information seeking, particularly digital ones, promote specificity and insularity, leaving little space for chance, error, or accidents, and narrowing the scope of possible information to be discovered. While in other creative practices there is a long history of leveraging chance, randomness and uncertainty as methods to assist the ideation process, these techniques are often left aside in conventional design methodologies, particularly in design education. As such, and through a series of exercises with first-year students of a design methodologies class, we routinely introduced new, seemingly random, unrelated, and unpredicted information to the design process, as a means to overcome creative barriers and to promote and possibly provoke, serendipitous insights. Having observed a positive influence of this unexpected information in the students' ideation process, as well as great contribution to the end results, this paper argues that this kind of information discovery is a key component not only of the design process but also of its education, and proposes a set of practices for its implementation.

412

CUTURA VIVA É O QUE SE ENCONTRA
NO JAMAC POR MEIO DA ESTAMPARIA
MANUAL

Nelson da Silva

Maria Silvia Barros de Held

USP - EACH, Brazil

Laura Ayako Yamane

ECA - USP, Brazil

Arte popular; Comunidade; Criatividade;
Cores; Estêncil; Tecidos e Muros

Este trabalho tem como objetivo pesquisar o projeto desenvolvido por Mônica Nador, artista das artes visuais que desenvolve desde 1996 o Projeto Paredes, onde trabalha elementos estéticos nos muros e paredes das casas em comunidades de periferias, por meio da técnica do estêncil. Mônica Nador deixou gradualmente a pintura em suportes tradicionais para dedicar-se à realização de grandes pinturas em paredes, envolvendo a comunidade local nessa atividade. Por meio da técnica do estêncil, diversos trabalhos são realizados em muros e tecidos, que dão origem a produtos para o lar e uso pessoal como panos de prato e camisetas. Dentro deste projeto de arte na periferia com a colaboração das comunidades, a partir de 2003, foi fundado o JAMAC (Jardim Miriam Arte Clube), com a coordenação de Mônica Nador, onde compartilha toda sua experiência e técnicas artísticas nas estamparias em tecidos, por meio de oficinas periódicas de estamparia em estêncil para pessoas que procuram aprender um pouco mais sobre a estética das formas, cores a partir de incentivos criativos. Nesses grupos, um dos objetivos é o desenvolvimento da sensibilidade artística de cada participante das oficinas. No decorrer das aulas, os alunos tem oportunidade de aprender todo o processo criativo, desde a concepção dos desenhos que serão trabalhados nos recortes das chapas (geralmente as "chapas" são de acetato onde constam as radiografias de pulmão, lavadas com lixívia), e recortadas até os processos finais nas escolhas dos suportes que serão utilizados para as impressões em estêncil dos motivos desenhados. Os objetivos específicos deste estudo são: conhecer, compreender, participar e analisar os resultados obtidos com as oficinas de estêncil desenvolvidos na JAMAC e assim, levantar elementos

representativos que transmitam uma linguagem visual e estética dos trabalhos desenvolvidos pelas pessoas das comunidades da periferia.

413

FERRAMENTAS DE AVALIAÇÃO EMOCIONAL
APLICADO AO DESIGN DE MOBILIÁRIO MACIO

Sonia Jaconiano

Lab2PT-Universidade do Minho, Portugal

Joana Cunha

2C2T- Universidade do Minho, Portugal

Bernardo Providencia

Lab2PT-Universidade do Minho, Portugal

Design de interiores; Experiencia do utilizador;
Mobiliario macio; Avaliação emocional; Design
emocional

Fruto da preocupação com a necessidade básica, do homem experimentar objetos emocionalmente confortáveis (1), e da interação entre os utilizadores e o espaço interior, manifestam-se, sensações positivas e ou negativas (2) passíveis de ser estudadas, conforme a revisão literária. O ambiente que acolhe a vida humana, encontra-se em movimento, e daí a necessidade de em novos cenários, criar fios condutores de memórias encadeadas, que sustentem um conforto emocionalmente equilibrado, isto é, que considerem a relação entre o homem e o contexto que o acolhe, tendo em conta a preservação da sua cultura intrínseca (3), ajustando os prováveis erros na conceção dos espaços. Esta abordagem centra-se na recolha de resultados provenientes da interação dos utilizadores com os objetos de mobiliário macio (chamado de mobiliário soft ou cortinas e mobiliário estofado). As reações são exteriorizadas através de estímulos sensoriais, que após as sensações, interpretam e reconhecem padrões familiares ou apreendem novas experiências, que se traduzem em comunicação, empatia, ordem ou desordem. (4)(5) No âmbito mais restrito da relação do homem com o mobiliário macio, mais especificamente cortinas e estofos, não existem investigações focadas especificamente sobre estes elementos que garantam o reconhecimento das suas variantes causadoras de múltiplas impressões (sensações, interações) nos indivíduos. Sendo assim, existe espaço para o estudo e classificação dos

elementos de mobiliário macio de forma a garantir a sua utilização fundamentada e assertiva minimizando os problemas inerentes à organização e construção de um lar. Neste sentido foi feito um levantamento das possíveis metodologias, que permitam formular e resolver as questões da aquisição objetiva e sistemática de conhecimento no âmbito da medição das emoções resultantes do contato do utilizador com o mobiliário macio. No seguimento desta linha de pensamento, observamos que, as respostas emocionais podem ser então recolhidas através de relatos afetivos, reações fisiológicas e avaliações do comportamento, com base em três ferramentas: I. questionários, II. análises das reações neurofisiológicas e bioquímicas, III. o recurso a imagens.

415

A RELEVÂNCIA DA INFOGRAFIA DIGITAL NOS JORNAIS ONLINE

Júlio Costa Pinto

ESAG - Escola Superior Artística
de Guimarães, Portugal

Infografia; Jornais Online; Comunicação;
Design; Ciberjornalismo

Nas sociedades mais desenvolvidas os jornais online atingiram já um grau de notoriedade bastante elevado. O jornal, para além de ser um produto do domínio jornalístico, é, também, produto do domínio visual. Verificaram-se transformações substanciais nos modelos consolidados de design de jornais através da incorporação de novas tecnologias e de diferentes tendências visuais que suscitaram uma crescente importância da imagem que o jornal tem na web. É sobre esta perspectiva que se reflecte no presente texto. Procede-se a um estudo da técnica utilizada num aspecto concreto dos elementos gráficos essenciais neste novo modelo de comunicação: a infografia. Para o efeito, realizou-se uma reflexão sobre a infografia no ciberjornalismo para determinar quais os seus elementos essenciais.

416

O DESIGN COMO FERRAMENTA DE COMUNICAÇÃO E ESTIMULADOR DE EXPERIÊNCIAS SENSORIAIS

Sérgio Filinto da Silva Cunha

Pedro Faria

João Martins

ESTG, Portugal

Design; Interação; experiência; Informação;
Tecnologia

Este projecto de design enquadra-se na vertente experimental, baseando-se na uniformização da tecnologia, do design e da prototipagem electrónica. Academicamente, este projecto inovador pretende alargar-se a práticas relacionadas com o design de experiências, focando-se na criação de um serviço. Design de experiências é o conceito primário usado na metodologia de trabalho. Consiste na interligação de bens ou serviços com o utilizador humano proporcionando conhecimento. O projecto resultou num dispositivo electrónico, funcionando consoante o movimento, provocando acções interativas num determinado espaço que gerará informações. Empregaram-se ferramentas e processos de tecnologias digitais (aliando-se o design à prototipagem electrónica) onde se inserem o Arduino e o Processing. O projecto foi aplicado no sistema informativo dos serviços académicos de uma escola superior. O design serviu como canal de resolução, contribuindo para a optimização do processo e aproveitamento de recursos do local. O processo criativo utilizado no projeto seguiu uma metodologia baseada no esquema de Ambrose e Harris (2010). Tendo por base essa metodologia, o processo foi composto por sete etapas: Definição, Pesquisa, Idealização, protótipo, seleção, implementação e aprendizagem.

417

ALFAIATARIA MASCULINA EM ARTIGOS
DE MALHA PARA DEFICIENTES FÍSICOS
CADEIRANTES

Regina Aparecida Sanches

Letícia Nascimento de Souza

Gomes Suzana Avelar

Cláudia Garcia Vicentini

Regina Aparecida Sanches

Universidade de São Paulo, Brazil

Moda; Alfaiataria Masculina; Cadeiras; Modelagem; Malharia.

De acordo com o INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE, 2012), só no Brasil existem 45.600.000 pessoas com ao menos um tipo de deficiência, correspondendo a 23,9% da população brasileira. Inúmeros são os desafios enfrentados pelas pessoas portadoras de deficiência: falta de acessibilidade, discriminação pela sociedade, dificuldade de inclusão no mercado de trabalho, atividades de lazer limitadas e frequentemente dificuldade em encontrar produtos e serviços especializados que atendam suas demandas; dentre estas, um vestuário que atenda suas necessidades físicas e de consumo. Cada deficiência tem suas necessidades que devem ser consideradas no processo de desenvolvimento de produtos. Este artigo tem como objetivo desenvolver um vestuário de alfaiataria masculina com as características de um vestuário comum, porém, com adaptações que se adequem a condição física trazendo benefícios para a pessoa com deficiência (cadeirantes). Foram selecionados no mercado 07 tecidos de malha com composições distintas. Para verificar a validade da metodologia proposta para o desenvolvimento dos protótipos, foram aplicados questionários com pacientes e profissionais da área de saúde na rede de reabilitação Lucy Montoro e realizados os seguintes ensaios físicos nos tecidos selecionados: determinação da gramatura (ASTM D 3776 – 96), determinação da espessura (ASTM D 1777 – 06), tendência à formação de pilling (ASTM D 4970 – 05), tendência a formação de snagging (JIS L 1058), resistência à abrasão (ASTM D 4966), determinação do alongamento (JIS L 1018 – 02), determinação da alteração dimensional (NBR 10320 – 02) e gestão da umidade (AATCC Test Method 195 – 01). A partir da análise dos resultados dos ensaios físicos e

dos questionários aplicados, foram confeccionados os protótipos adaptados. Os resultados obtidos indicaram a viabilidade de aplicação da metodologia proposta para confecção de vestuário adaptado para pessoas com deficiência física (motora).

418

SERIOUSLY, OF LIES, FAKES, FEATS
AND MIRAGES

Bettina Schwalm

KTH Royal Institute of Technology Stockholm,
Sweden

Alternative Realities; Lies; Fakes; Micro
Activism

“Every lie creates a parallel world a world in which it is true” (Momus, Solution 11-167 The book of Scotlands, Title) This paper explores the notion of lying, faking and deception as an activist method to challenge normative concepts of reality and truth to create alternatives. This idea explores the possibility of interventions, understood as “parallel worlds” to rest as fake in a chosen context until it is adopted as new reality or dismissed as “error”. In his essay “the decay of lying” Oscar Wilde celebrates the liar as “societies lost leader” (O. Wilde, 1909), as cultivated inventor and fascinating personality. Given today's political and capitalist arenas one might draw some obvious conclusion but nevertheless the liar remains an interesting figure. In a world of complexity, of wicked problems, environmental challenges and breaking economic systems the capacity to think the unthinkable seems to become basic requirement for many disciplines. So who might be more suited than the one with no strings attached? The liar is not bound to the constraints of truth or feasibility, not depending on given constraints. Embodiment of an alternative, acting out the impossible and pretending for it to be true opens for a whole new world to become reality. Within a series of experiments in the field of lying and faking the concept of three stages of reality is explored to establish an underlying framework to understand and evaluate a series of conducted experiments. Situated in an array of different contexts these case studies explore potentials in the field of consumption, feminism, city planning on various scales. Within their enactment and creation they challenge the givens and

open the stage for “micro activism” for the conductor and the collective around. A call for Citizens – critical citizens – to not just complain or question but actively explore envisioned potentials in a small achievable scale. The liar sheds light on the fact that normality is holding us in captivity triggering our need for stability and making us function as productive citizens. As liars we construct alternatives.

419

O “ERRO” DO SELO

Helena Lobo

Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro,
Portugal

Selo de Garantia; Rotulagem; Vinho;
Impressão; Formato

Num país como Portugal, cuja riqueza vinícola é inegável, existe uma área de cultivo de vinha que ronda os 225 000 hectares, e uma riqueza que chega quase às 300 castas autóctones. Estes números impressionantes dividem-se por treze regiões vinícolas, tuteladas por um Instituto Público (o Instituto da Vinha e do Vinho), tutela essa que se subdivide em Comissões Vitivinícolas Regionais e os Institutos dos Vinhos do Douro e Porto e do Vinho da Madeira. Estes, entre outras funções indispensáveis à qualidade dos vinhos portugueses, regulam e fiscalizam os conteúdos dos rótulos, bem como alguns detalhes da sua apresentação gráfica. Cada uma destas regiões impõe, por questões de certificação, legalidade e autenticidade dos vinhos, o uso de um “selo de garantia” na rotulagem, também obrigatória e sujeita a legislação nacional e europeia. De acordo com as estatísticas do IVV, relativas ao ano de 2013/2014, produziu-se vinho suficiente para rotular cerca de 850 milhões de garrafas. Em 9 das 13 regiões, os selos de garantia obrigam os produtores/exportadores, tanto a imprimir os contra rótulos em quadricromia, como a utilizar um formato, normalmente retangular, de dimensões “generosas”. Como a maior parte das vezes os rótulos são impressos em bobines, juntamente com o contra rótulo, o primeiro facto implica a impressão sempre a quatro cores, embora a conceção gráfica do rótulo possa não conter elementos que a isso obriguem. Por outro lado, as dimensões dos selos, para além de muito

variáveis, ocupam espaço exagerado, aumentando desnecessariamente a área de papel a utilizar. Na nossa opinião, esta variedade de apresentações gráficas dos selos de garantia dos vinhos de denominação de origem portuguesa representa um “erro” económico, estratégico e de planeamento por parte das entidades responsáveis. A correção deste “erro” poderia ocorrer, por um lado, através do estudo da simplificação pictográfica e dimensional do selo, adaptada a cada região mas uniformizada, e, por outro, resultar apenas na impressão duma só cor e na utilização de menos papel, poupando deste modo recursos úteis em investimento na promoção dos vinhos e, simultaneamente, sublinhando o reconhecimento da origem regional dos vinhos, para além da marca “wines of portugal”, nem sempre presente nos contra rótulos.

420

USO DO “BODY SCANNER” NO DESENVOLVIMENTO DE TABELAS DE MEDIDAS DE CORPO PARA IDOSAS

Regina Aparecida Sanches

Ana Maria Cardoso

Universidade de São Paulo, Brazil

Mulheres idosas; Tabela de medidas; Estudos antropométricos; Body Scanner; Vestuário para idosas.

De acordo com os dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2010), o Brasil anuncia que o país caminha rumo a um perfil demográfico cada vez mais envelhecido, partir de 2039, será registrado o chamado crescimento zero; em 2050, o quadro muda: para cada 100 crianças de 0 a 14 anos, existirão 172,7 idosos. Inúmeros são os desafios enfrentados pelas pessoas idosas, principalmente para as mulheres que hoje representam 56% da população idosa. Um desses desafios é a transformação do corpo, e ao lado da falta de produtos do vestuário com medidas adequadas, que, além de vestir o corpo, apresente um caimento perfeito que atenda à necessidade física de uso. Este artigo tem como objetivo propor uma metodologia, empregando dados antropométricos obtidos com o equipamento “Body Scanner” para elaborar tabelas de medidas, visando estabelecer padrões para serem aplicados na confecção de modelagem de roupas

destinada a mulheres idosas. A metodologia utiliza-se de Normas Técnicas, da tecnologia em 3D para obter as medidas do corpo das mulheres com idade a partir de sessenta anos. As medidas utilizadas neste trabalho foram extraídas da Pesquisa Nacional SizeBR – O estudo Antropométrico Brasileiro (2010/2013), realizadas com mulheres idosas residentes nos estados de Minas Gerais e Rio de Janeiro. A amostra contou com a participação de cento e vinte e oito mulheres. A partir das medidas fornecidas pelo estudo, foi possível classificar os corpos em vários tipos: retângulo com cintura grossa e fina, triângulo com cintura fina e grossa e triângulo invertido com cintura grossa e propor tabelas de medidas. Os resultados obtidos indicaram a viabilidade de aplicação da metodologia proposta para elaboração das tabelas de medidas de corpo.

421

PROPOSTA DE DESENVOLVIMENTO
DE MALHAS FABRICADAS A PARTIR DE FIOS
DESFIBRADOS DE RESÍDUO DE *DENIM*
E DE POLIÉSTER RECICLADO DE GARRAFAS
PET

Regina Aparecida Sanches

Ana Luiza De Rosa

Cristiane Eloisa Bertoluci

Larissa Maria Ribeiro da Silva

Poema Lourenzo

Tais Remunhão

Wanderley Kawabe

Maria Sílvia Barros de Held

Universidade de São Paulo, Brazil

Desfibrado; *Denim*; PET; Reciclado,
Metodologia de Bruno Munari;

Muit O Brasil é o quinto maior produtor mundial de manufaturados têxteis, o segundo maior produtor e o terceiro maior consumidor de denim (jeans) do mundo. Na maioria dos processos no ramo de confecção de peças do vestuário ocorre à geração de resíduos. O principal resíduo sólido gerado nas indústrias de confecções é o retalho (sobras) de tecido. De acordo com o SEBRAE (2016), a estimativa é que o Brasil produza anualmente cerca de 170 mil toneladas de retalhos. Por outro lado, existe uma grande quantidade de garrafas PET descartadas inadequadamente e que geram

graves problemas à natureza. A reciclagem de tecidos consiste no processo de reutilizar resíduos têxteis e transformá-los novamente em fios, que podem ser utilizados na fabricação de tecidos planos ou malhas. Já o reuso das embalagens plásticas pode ser diverso, mas um dos destinos mais comuns é transformá-las em fibra de poliéster, através de processo industrial. O objetivo deste artigo é apresentar um estudo preliminar para propor o desenvolvimento de um tecido de malha, utilizando-se como matérias-primas fios mistos, fabricados a partir de fibras desfibradas de retalhos de denim e de poliéster reciclado de garrafas PET. Além da proposta de minimizar as questões de descarte, o presente estudo sugere reaproveitar os materiais, estimulando a inovação e conscientização no campo da moda, visando encontrar uma forma efetiva de unir desenvolvimento, sustentabilidade, manejo e reaproveitamento de resíduos. Para o desenvolvimento do produto final foi utilizada a metodologia criada por Bruno Munari (1981), que divide o problema em doze etapas específicas, realizadas em ordem lógica, para facilitar a sua solução. A metodologia proposta por Munari se mostrou viável para o desenvolvimento de produtos sustentáveis.

422

IMPRESSÃO COM TRANSFER SUBLIMÁTICO:
A FALHA COMO EFEITO GRÁFICO

Liliana Bellio Vieira

Maria Sílvia Barros de Held

Universidade de São Paulo, Brazil

Impressão sublimática; Transfer sublimático;
Estampa digital; Falha como efeito gráfico

Muitas mudanças vêm ocorrendo em vários aspectos na contemporaneidade, em especial para o design, as últimas décadas inauguraram tecnologias digitais em que os recursos para captura, tratamento e reprodução de imagens alteram modos de desenvolvimento, produção e percepção estética. Este artigo refere-se à estamaria têxtil digital, em específico a impressão por sublimação e transfer sublimático. Tem como propósito investigar e analisar possibilidades criativas que se manifestam a partir de recentes recursos digitais inseridos nos processos produtivos e representativos da estamaria e em falhas que ocorrem, no qual o acaso passa a ser um elemento da criação. A pesquisa parte da observação do mercado de moda e da aceitação da falha como efeito gráfico. Ao identificar e discutir possibilidades, potencialidades e limitações da estamaria digital por sublimação, este estudo também propõe uma reflexão sobre alguns aspectos da estampa, que mesmo que tecnicamente errados criam subjetividade nas estampas e permitem outra leitura nas peças do vestuário.

423

COLECCIÓN DE OBJETOS, DESDE
LO SEMIÓTICO Y RITUAL

Daniela Castillo Gallego

John Jairo Cardozo Vasquez

Universidad Nacional de Colombia, Sede
Palmira, Colombia

Semiótica; Colección de objetos; Ritua;
Diseño industrial

Retomando la concepción del ritual como fuente social, cotidiana y secuencial del ser humano (Finol, 2004), se permite identificar en la colección de objetos una interpretación desde la dimensión ritual por la importante carga lingüística y simbólico-estética de su contenido; en ese orden de ideas, desde esta investigación se analiza el ritual buscando dar respuesta del por qué el hombre conserva y atesora fielmente algunos objetos y recrea rituales o actividades eventuales que le generan identificación y/o significación; Barthes, R. (1966) expone que significar quiere decir “que los objetos no transmiten solamente informaciones, sino también sistemas estructurados de signos”. Se estudia el caso Star Wars como fenómeno transgeneracional y de diversificación en existencia de productos, el cual permite estudiar desde la semiótica los signos como principios semánticos, sintácticos y pragmáticos, correlacionados hacia un intérprete e interpretante del objeto en sí (Morris, 1938). Este artículo propone desde la perspectiva del diseño industrial, tomar el universo objetual de Star Wars como modelo de ejemplificación de una familia objetual que logra ser simbólico desde la caracterización de un proceso ritual, determinado por las mismas acciones, valores y atributos de una colección de objetos. A partir de esto se aplica una metodología de revisión literaria que contrasta conceptos y procesos rituales de la colección de objetos, para determinar desde un método de análisis cualitativo el nivel de signos estéticos, funcionales y simbólicos de productos Star Wars en el mercado.

425

O MINIMALISMO COMO RESPOSTA
AO EXCESSO VISUAL E MENTAL NO DESIGN
DE MODA E NAS ERRÔNEAS FORMAS
DE CONSUMO

Caroline Meira Nunes de Almeida

Poema Lourenzo

Maria Silvia Barros de Held

Universidade de São Paulo, Brazil

Minimalismo; Moda; Design; Consumo

A maneira como a moda é consumida nos dias de hoje deu-se a partir de um processo evolutivo, representado no acúmulo de bens e no poder aquisitivo das classes, que apoiando-se em tal erro culminou nos dias de hoje, no excesso. O recente movimento de conscientização do consumo de moda é visto pela grande maioria apenas como tendência, modismo ou algo passageiro, e surge como resposta ao culto do excesso e consumo desenfreado. O presente artigo tem como foco o estudo de conceitos minimalistas frente ao excesso visual e mental da sociedade nos dias atuais, e suas aplicações na moda, no design gráfico e no consumo. Num momento em que a sociedade encontra-se incrustada em excessos, sejam eles visuais, físicos ou mentais, o mínimo, a limpeza da forma e dos ruídos, surge como algo que causa estranheza, desconstrução, movimento de contracultura e um erro, frente ao cenário de caos visual a que se está tão habituado. As novas formas de consumir moda trazidas aqui, como *Lowsumerism* (conceito minimalista idealizado pela BOX1824, empresa de pesquisa especializada em tendência) e Armário Cápsula (experimento documentado por Caroline Rector em unfancy.com), são estranhas e de certa forma vão contra tudo o que as tendências de moda impõem. Como resultado da pesquisa, propõe-se adotar o equilíbrio entre consumo e sustentabilidade ao empregar a limpeza visual na criação de uma marca de roupas unissex, minimalista e atemporal, com embasamento na teoria *No Noise Branding*, apresentada pela Selfridges, em Londres. A importância para tal estudo surge a partir da necessidade de compreender como a desconstrução do excesso é de extrema importância para a consciência ambiental e do consumo, contribuindo assim, para definir novos caminhos para o futuro da moda.

426

VISUAL ARCHIVES IN DIGITAL NEWSPAPERS:
AN APPROACH TO VISUAL

Marta Fernandes

Design Course, Oporto Polytechnic Institute

Bruno Giesteira

Design Department, INESC TEC, Oporto

University, Portugal

Visual Archives; Information Visualization;
Prototype

By rethinking how digital information and media have evolved, we intend to discuss how Information Visualization is performing an essential role in the field of newspapers, and how it can evolve with particular emphasis on content archiving for future access. The presence of new visual structures used in fields such as digital archiving, have questioned digital methods of preservation and how the interrelation between information and access to knowledge is revealed. In digital newspapers, the development of access and information retrieval processes has become an essential part of their duties, but it is still in its infancy and dependent on text search rather than content awareness. By outlining the links between Visual Archives and Information Visualization, with focus on online press, we venture in a path of trial and error. This is present by the recognition of lack of efficient articulation between different types of contents, as well as between the user interaction and the contents' outcomes. Thus proposing a visual lexicon that can adjust to the constraints of technology, different user devices, and the promptitude of publication that a Web context demands it is utmost relevant. A combination of fields, with attention to visual perception and arbitrary conventions in relation to image and content awareness, grants the association of concepts such as big data and thick data description, being part of the outcomes of this research a proposal to a theoretical model grounded on prototyping testing in a newsroom office. This empirical methodological approach, allowed the development of a low-fidelity prototype, to choose the best visual components of a digital visual archive for online newspapers. The challenge is to develop visual structures that preserve and present the interconnections of news, information and knowledge to be seen, accessed and linked. By proposing an initial prototype

of a visual digital archive we aimed, to test, re-test, and find responses in dialogue, failure and retrial. The body of work shown here presents the practical outcomes of the theoretical model.

427

INTERFERÊNCIA DA IMAGEM ÓTICA
NA PERCEÇÃO DE UM ESPAÇO

Paulo Freire de Almeida

Escola de Arquitectura Universidade do Minho.
Lab2PT, Portugal

Desenho; Erro; Percepção; Espaço

Este texto é sobre um erro recorrente detetado em aulas de desenho com alunos de arquitetura e design. Foi pedido aos alunos que desenhassem à mão livre a planta de um espaço principal da universidade. Esse espaço caracteriza-se por ser uma “nave” central longa com colunas e diversos espaços anexos de distribuição para outras divisões: bibliotecas, secretarias, auditórios. Considerando cada quatro colunas como um módulo, o espaço é assim esquematizado por uma série de retângulos modulares ao longo da nave que funciona como um eixo, a partir do qual se pode organizar o desenho da planta. A particularidade desses módulos é que são quase quadrados. Após realizarem uma série de medidas no espaço por aproximações: passos e contagem de elementos modulares, os alunos fazem um primeiro esquema da planta para anotações. É nesse momento que se verifica que parte dos executantes transforma o módulo em um retângulo com uma proporção de sete para três ou quatro unidades. Ou seja a distância entre as colunas ao longo da nave é reduzida a metade, como se mostrará em esquemas ilustrativos do artigo. Cerca de 50% alunos comete esse erro. Se um erro é recorrente e estatisticamente relevante, deve-se pensar que é uma tendência perceptual. Quando o observador se encontra no eixo central da nave a olhar para o outro extremo, a distância entre as colunas situadas no plano frontal parece muito maior entre si do que distância das colunas nos planos em profundidade. A perspetiva reduz o intervalo entre as colunas e existe assim uma ilusão de ótica que sugere uma maior medida de cada módulo da nave em relação ao seu afastamento. Mm dos erros mais comuns no desenho de observação é o aluno registar

informação centrada no objeto, em vez de informação centrada no observador, mas neste caso o aluno erra porque desenha aquilo que vê (informação centrada no observador) em um desenho ortogonal (informação centrada no objeto). Neste texto procura-se investigar este assunto particular e dele tirar algumas conclusões sobre a natureza da percepção visual.

428

DESIGN DE MODA: DO ERRO
A UMA ALTERNATIVA SUSTENTÁVEL

Camila Vitorino Marcelo

Rita de Cássia Lopes Moro

Francisca Dantas Mendes

USP, Brazil

Moda; Design; Resíduos sólidos; Reciclagem;
Sustentabilidade

O sistema produtivo de uma empresa não apenas consume recursos, mas também muitas vezes devolve ao meio ambiente quantidades crescentes de materiais no formato de resíduos sólidos, sendo considerado por Abramoyay (2009) um tipo de poluição com graves consequências socioambientais e ainda, e sinônimo de ineficiência do processo e uma forma de lixo econômico, e não da externalidade que decorre de maneira inevitável do processo produtivo. Uma ineficiência do design pode causar grandes perdas e impactos negativos sustentáveis durante a produção, uso e descarte final do produto, no entanto, se incorporado conceitos sustentáveis e bem pensado, projetado e executado adequadamente, influencia positivamente comportamentos, diminuindo a geração de resíduos sólidos, contribuindo para o meio ambiente. Assim a reorientação do design (FLETCHER. GROSE, 2011) voltado para geração de valor, proporciona artigos com vida útil prolongada, possível de reutilizar, remanufaturar, reciclar, entre outras. Portanto, este artigo tem por objetivo apresentar as ações já implantadas por uma empresa brasileira, em seus excedentes de produção, como também produtos já no seu final de vida útil, descartados por consumidores. A empresa recicla esses tecidos, transformando-os em cobertores que são doados para pessoas carentes. A metodologia de pesquisa utilizada é de natureza exploratório e descritivo, com delineamento o estudo de caso.

429

EMBALAGEM E SUSTENTABILIDADE:
O PLÁSTICO NOS OCEANOS

Valéria Bicudo

Universidade Anhembi Morumbi, Brazil

Design de Embalagem; Sustentabilidade;
Plástico; Oceanos

The purpose of this article is to discuss the project of plastic packaging error that after the consumption of the product to which pack are discarded in a few minutes. However, his action of decomposition, is not consistent with its utility and this error causes the majority are released into the oceans, causing damage to several marine species and humanity. Heavy consumption of processed products and their packaging, generate a lot of waste plastics. People have an education to consume, but do not realize the consequences of such actions. To these arguments, authors will be used as Papanek, Lipovetsky, Manzini and Thackara. For the development of this article, it will be presented to Midway Island in the North Pacific, revealing the situation of local marine life, compared to the plastic invasion. Later it follows with the role of reflection ahead designer to a new human awareness.

430

ARTE, ARTESANATO E DESIGN
EM COMPARTIMENTOS ESTANQUES: ERRO

Maria Sílvia Barros de Held

Universidade de São Paulo - USP, Brazil

Fernando Moreira da Silva

CIAUD - Universidade de Lisboa, Portugal

Arte; Artesanato; Design; Interfaces;
Contemporaneidade

Este trabalho tem como hipótese a afirmação: há várias interseções, em vários aspectos, entre a arte, o artesanato e o design e as mesmas só contribuem para a evolução conceitual de cada um dos setores e, ao mesmo tempo, para a interação entre eles. Este estudo teve início a partir da preocupação com os conceitos referentes à arte, ao artesanato e ao design, suas ambiguidades, interrelações, conexões, em suas respectivas atualizações no decorrer de diferentes épocas, que envolvem ações, termos técnicos e materiais, a partir das transformações sociais e contextualizações. A metodologia utilizada opta por uma síntese e adaptação dos autores: Löbach, Munari e Baxter. Considera-se ainda que, dentro da cronologia, torna-se óbvio que o conceito de design tem sua origem a partir da Revolução Industrial e que o mesmo já aparece em conflito com os artistas da época, o que provoca, desde então, discussões, ainda que empíricas, a partir da praxis entre os papéis que seriam do artista, do artesão e do designer a partir dessa época. Nesse estudo, houve a preocupação de se buscar a realidade além da aparência física dos objetos e assim, entende-se ser interessante, logo de início, o esclarecimento de conceitos referentes à arte, ao artesanato e ao design.

431

PROPOSTA DE PROCEDIMENTO
PARA DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS
SUSTENTÁVEIS TÊXTEIS A PARTIR
DE SOBRAS DOS MATERIAIS DE MICRO
E PEQUENAS CONFECÇÕES

Fernanda Marinho

Regina Sanches

EACH - USP, Brazil

Löbäch Design; Production process;
Sustainability

This research aimed to propose procedures, using as a reference the design methodology of Löbäch for development of sustainable textile products from leftovers from materials of micro and small manufacturing. The methodology used was bibliographical research to which constitutes the basic procedure for the monographic studies and exploratory research because it does not require the formulation of hypotheses to be tested. She is restricted by set goals, get more information about a particular subject to study and identify the best method to be used, in the case of this project, the idea was to adapt the Löbäch synthesis in the design process, linking it with the problem-solving process and the creative process, on four key initiatives to clearly define the problem (preparation); gather information about the problem, analyze them and relate them creatively with each other (generation); create alternative solutions to the problem, judging the second criteria (evaluation) and develop the most suitable alternative, establishing the (realization). After the elaboration of the project proved that the methodology used proved to be viable for the development of sustainable products, geared to society and consumption.

432

COMPORTAMENTO BIOLÓGICO E AUSÊNCIA
DE ERRO – UMA TAXONOMIA INSPIRADORA
DE INÉDITAS INTERAÇÕES, EXPERIÊNCIAS
E COMPORTAMENTOS COM ARTEFACTOS
TECNOLÓGICOS

Pedro Bandeira Maia

Polytechnic Institute of Coimbra, ESEC,
DAT, Portugal

Nuno Dias

ID+ Research Institute For Design, Media
and Culture, University of Aveiro, Portugal

George Stilwell

Faculty of Veterinary Medicine. University
of Lisbon, Portugal

Biomimética; Interação; Experiência;
Comportamento; Rituais; Artefato; Tecnologia

A banalização de artefactos tecnológicos, que vai povoando o nosso quotidiano, torna importante o desenvolvimento de novos significados no relacionamento humano com a tecnologia ou nas relações humanas que ocorrem através dessa mesma tecnologia. Atualmente projetar, tendo em consideração a dimensão emocional, consubstanciada na necessidade de pensar novas experiências, comportamentos ou interações, apela a uma reflexão sobre os fatores semânticos e subjetivos que podem estar associados aos produtos, para além da sua função ou estética visual. Os rituais de sedução encontrados na natureza, através da sua riqueza visual, sonora, tátil, olfativa e de paladar, apresentam-se como potencialmente geradores de uma inédita linguagem da poética da interação, propiciadora de um novo imaginário humano, com potencial para aplicação no design de interação, experiência e comportamentos. Foi desenvolvida uma taxonomia de comportamentos biológicos de sedução (animais não racionais), analisados e classificados segundo a perspectiva do design, onde as seis dimensões que concorrem na estrutura dinâmica da experiência (Nathan Shedroff, 2001), estruturam os parâmetros de interpretação de cada comportamento. O erro nos comportamentos biológicos de sedução não pode existir, uma vez que é deste ritual que depende o desenvolvimento da espécie. O erro, ou a ausência deste, aparece como elemento decisivo na sedução do parceiro sexual que levará à cópula e consequente-

mente à descendência genética, uma vez que, grande parte das fêmeas faz depender da execução sem erros dos rituais de sedução, a sua escolha do parceiro para acasalamento. Pensamos que a importância da ausência de erro evidente na execução dos rituais poderá, tornar-se num interessante campo de estudo com aplicação no design de interação. A nossa expectativa é, de que através da utilização desta taxonomia, seja possível oferecer ao designer uma nova heurística de inspiração biológica, que privilegie uma abordagem menos tangível e evidente, propiciadora de um pensamento divergente que origine a criação de inéditos conceitos com aplicação no âmbito do design de interação, experiência e comportamentos.

433

O ERRO COMO PROCESSO
DE APRENDIZAGEM EM DESIGN

Helena Luz Grácio
Sandra S. P. Antunes
Rijo Cátia
Helena Luz Grácio

Escola Superior de Educação de Lisboa,
Portugal

Ensino do design; Metodologias; Investigação-
ação; Potencial hipotético; Criatividade

No contexto da investigação e ensino em design, caracterizando-se pela multidisciplinaridade dos seus atores, o enfoque na investigação/ação e o contexto imersivo de ensino/aprendizagem, a experiência que analisamos tem relevância na procura de alternativas projetuais a modelos fixos de pensamento ou ensino - não adaptativos por inerência, os quais, inseridos numa cultura da irradicação do erro, observamos orientados para os resultados com descara dos processos; para a consideração e o desenho de produtos com descara da sua ação e dos seus efeitos. A questão de investigação prende-se pois com a observação da relevância - para o ensino e investigação em design - da imersão do estudante em comunidades e contextos produtivos particulares, dada a percepção e a consideração da complexidade dos problemas quando não descontextualizados; dada a relevância da integração da prática e da experimentação como formas de pesquisa contextual. Construindo na prática

e impulsionado por ela; interagindo e reagindo o estudante em meio real: o erro associado à experimentação toma parte no processo. Referimo-nos todavia ao erro fora dos equívocos ou incorreções padrão que vêm descritos; referimo-nos ao desvio do padrão que assim acontece e a uma prática/experiência projetual a qual, orientada para a consideração dos processos, integrada na complexidade do real, contempla o erro e a hipótese não como ausência de saber, mas como recurso inventivo. Alcançando-se por esta via resultados que não poderiam ter sido alcançados de outra forma. O propósito final da investigação, tenta aferir a importância da aplicação de metodologias menos convencionais no ensino de design, assim como a percepção de como um contexto imersivo de aprendizagem pode constituir uma ferramenta facilitadora da aprendizagem, fomentando o pensamento criativo, a geração de novas ideias e caminhos futuros para a problemática em questão.

434

VARZEA QUEIMADA: A AÇÃO DO DESIGN
SOCIAL NO RESGATE DA CULTURA MATERIAL

Valéria Cristina Cortizo Bicudo
Universidade Anhembi Morumbi, Brazil

Social Design; Material Culture; Crafts;
Várzea Queimada

The present article aims to articulate the Social Design with the project developed in the village of Várzea Queimada. The hypothesis is the enhancement of Material Culture, considered a mistake to industry standards, transforming it into artifacts that cause the fetishism of objects. Reflections left the project "We Transform" Marcelo Rosenbaum and the study of the concepts presented by the authors Rafael Cardoso on the fetishism of objects, Victor Papanek, Cynthia Smith and Gilles Lipovetsky on the Social Design, Fatima Finizola addressing the vernacular design and with expansion in Everton L. Pereira thesis on Várzea Queimada.

435

ILUSTRAÇÃO DE MODA, UM RELATO
DA REVOLUÇÃO DIGITAL AO RETORNO
DOS PROCESSOS MANUAIS DE EXPRESSÃO

Lara Dahas

Maria Silvia Barros de Held

Universidade de São Paulo, Brazil

Ana Ana Moreira da Silva

Universidade da Beira Interior, Portugal

Moda; Ilustração; Criatividade; Comunicação

O presente trabalho tem como cerne relatar e compreender a evolução da ilustração de moda, a partir da década de 80, momento em que surgem os primeiros programas gráficos, até o ano vigente (2016), no que diz respeito às suas técnicas de expressão e seu reposicionamento face aos novos meios de divulgação de moda, como redes sociais e sites de compartilhamento de vídeos e imagens. A ilustração de moda, entendida como o momento de livre expressão de um produto, coleção ou conceito já existente, acompanha a moda desde seu surgimento, através de cadernos de estilos que circulavam entre as classes mais abastadas e, através destes iniciaram o processo de cópia e reinvenção, ciclo defendido por muitos autores como a engrenagem dominante de moda até o surgimento da contra cultura. Entretanto, com o advento da fotografia, a Ilustração de moda perde seu espaço em revistas de estilo e “cadernos de moças e senhoras”. A partir da segunda metade do século XX, a ilustração de moda resurge com o auxílio e domínio massivo da linguagem gráfica/digital e posteriormente adota novas técnicas de representação que prezam pelo hibridismo entre métodos analógicos e digitais, inserção de materiais alternativos e pela tentativa de humanizar os processos, bem como valorizar aspectos imprevisíveis e inicialmente indesejáveis à ilustração. Através de alguns exemplos de ilustrações de moda adotadas por marcas relevantes, de alcance internacional em suas campanhas e perfis nas redes sociais, pretende-se demonstrar nesse artigo os novos caminhos adotados por ilustradores de moda que evidenciam o retorno e a capacidade de adaptação e ressignificação de uma das técnicas mais antigas de se comunicar a moda.

436

PRODUCTOS INTERACTIVOS QUE POTENCIAN
LA MOTIVACIÓN EN EL APRENDIZAJE
EN PROCESOS DE DISEÑO, BAJO PRINCIPIOS
DE GAMIFICACIÓN

Luis Hernando Montoya

José Rafael González

Pontificia Universidad Javeriana Cali, Colombia

Videojuegos; Motivación; Gamificación; Diseño de mediación

Productos interactivos que potencian la motivación en el aprendizaje en procesos de diseño, bajo principios de gamificación. La interacción con las tecnologías de la información y comunicación (TIC) y videojuegos es cada vez es más frecuente en espacios educativos. Estudios demuestran que el uso de las TIC y la aplicación de mecánicas de juego a diferentes metodologías de enseñanza en la educación superior pueden potenciar la motivación y generar un “engagement” en el estudiante a través de la estimulación de una de las facultades humanas más potentes: Las emociones (Autor, 2015). En esta medida se descubre la importancia del papel de las emociones en términos de conectar al usuario (estudiante) con el contenido o mensaje que se le quiere entregar y como es a través del diseño emocional, el reto cognitivo, el diseño de comunicación visual y la re-configuración del medio utilizado que se puede potenciar la motivación, favorecer un aprendizaje significativo y en general contribuir a la plenitud de la experiencia de los usuarios participantes en este proceso (enseñanza- aprendizaje). El diseño de la comunicación visual sirve como mediador en la interacción del estudiante con el producto interactivo, mejorando la experiencia de usuario, aumentando el “engagement” y potenciando la motivación. Se plantea evidenciar cómo las dinámicas, las mecánicas del videojuego, la gamificación, los juegos serios y el diseño de mediación pueden incrementar la motivación y mejorar la experiencia de usuario en el contexto de enseñanza-aprendizaje por medio de productos interactivos diseñados teniendo en cuenta el modelo de diseño impulsado por la experiencia de usuario de Autor (2013). A partir de este objetivo principal se plantean tres objetivos específicos a seguir. Identificar una necesidad puntual en un campo de conocimiento, diseñar y desarrollar un producto interactivo a partir de

los principios del diseño impulsado por la experiencia de usuario, por último medir y mostrar los resultados de la implementación del producto interactivo.

437

ERRO: O FAZER ARTESANAL ISOLADO DO DESIGN CONTEMPORÂNEO- “KARDUME DE ARTESANATO”/CE-ESTUDO DE CASO

Maria Silva Barros de Held

Universidade de São Paulo, Brazil

Maria Rozimeire Bezerra Augusto

Faculdade Católica do Ceará-Marista, Brazil

Design; Contemporaneidade; Processo criativo; Tradição; Artesanal

Este estudo propõe entender como o design pode contribuir para a criação dos produtos artesanais sem interferir no aspecto da tradição cultural, sem descharacterizar a atividade como artesanal, ao contrário, agregar ao design, através do aspecto artesanal, um valor simbólico agregado. O estudo do processo criativo do grupo “Kardume de Artesanato” possibilita a captação de informações reais e coerentes com o assunto. Os aspectos simbólicos e culturais são pontos abordados ao longo da pesquisa, assim como a maneira que as artesãs desenvolvem e criam suas peças e como o design ocorre no decorrer do processo. O trabalho manual exige a junção de aspectos que transmitam a tradição de uma atividade e manter esta tradição é um dos pontos principais deste trabalho. O processo desenvolvido pela Associação segue cada etapa, desde a retirada da pele da tilápia, até o curtimento e tingimento, sendo as artesãs conhecedoras de todas as partes do processo. Este ponto possibilita a abertura para diversas vertentes nesta pesquisa. Este trabalho tem como base a revisão bibliográfica, assim como uma pesquisa de campo e de observação participativa. A análise de todo o processo junto às artesãs servirá de referência para coleta de dados e desenvolvimento do presente estudo.

438

VESTUÁRIO ANDRÓGINO:
UM ERRO DE GÊNERO?

Benilde Reis

Universidade da Beira Interior, Portugal

Vestuário; Androginia; Moda; Género

Este trabalho tem como objetivo estudar e clarificar ideias do vestuário andrógino, de forma a contribuir, posteriormente, para um conhecimento em profundidade e contemporâneo acerca deste assunto. Estudar o impacto existente, a nível sociológico, e de que forma o vestuário andrógino se insere no mercado contemporâneo. Para explorar as questões de género no vestuário, é necessário abranger questões de sociologia e moda. Posteriormente verificar se este tem um futuro no mercado é necessário avaliar a parte de gestão e marketing. Os sociólogos estabelecem uma distinção entre sexo e género. O sexo reporta-se às diferenças biológicas entre o corpo masculino e o feminino, enquanto o género diz respeito às diferenças psicológicas, sociais e culturais entre homens e mulheres. A socialização do género consiste na aprendizagem dos papéis de género com a ajuda de agentes como a família e os meios de comunicação. Crê-se que a socialização do género tem início assim que uma criança nasce. Neste sentido, adotam «papéis sexuais» e as identidades masculinas e femininas (masculinidade e feminilidade) que as acompanham. (Giddens, 2010) Já na moda, para a produção de vestuário neutro, é necessário a verificação de formas dos corpos do sexo masculino e feminino e as suas medidas. Pois a modelagem de vestuário praticada para os estereótipos correntes, não se aplica a um grande número de pessoas e é apenas produzida para um nicho de mercado. Os resultados desta investigação podem ser bastante significativos para o desenvolvimento de coleções sabendo sempre para quem ou onde é que estará o consumidor de moda andrógina.

439

SETE PALHEIRAS – ESTUDO DE CASO
PARA A PRESERVAÇÃO DA MEMÓRIA
E IDENTIDADE CULTURAL LOCAL ATRAVÉS
DO MULTIMÉDIA

Jorge Brandão Pereira

IPCA—Escola Superior de Design; ID+,

Filipa Matias

Universidade do Porto

Heitor Alvelos

Universidade do Porto; ID+,

Portugal

Multimédia; Identidade cultural local;

Artesanato de Fafe; Participação

O multimédia atua como agente de preservação de expressões culturais. A partir desta premissa, o presente artigo desenvolve a intenção de revitalizar o conhecimento, a memória e as estórias subjacentes ao universo do estudo de caso do artesanato da palha do concelho de Fafe, com a perspetiva de que os suportes digitais e multimédia podem funcionar como elemento aglutinador e promotor desse conhecimento, contribuindo para a valorização do território e da sua cultura. O objetivo fundador visa explorar as possibilidades de preservação e disseminação das heranças culturais através dos meios digitais e das ferramentas multimédia. Através do projeto teórico-prático, conduziu-se uma investigação exploratória sobre as potencialidades dos meios digitais e das ferramentas multimédia, não só para comunicar e preservar informação relacionada com questões do património cultural, mas também pela sua capacidade de transmitir registos (sonoros, visuais, audiovisuais) dos ambientes inerentes a determinadas expressões culturais. A abordagem conceptual—sobre concepções de memória e identidade cultural, sobre a presença no ciberespaço e sobre a relação destes conceitos—pode promover diferentes usos das ferramentas multimédia, numa investigação acerca das potencialidades desses elementos tangíveis e dos canais de distribuição online como métodos para a preservação das heranças culturais, o intangível. Desenvolve-se o projeto Sete Palheiras, que se materializa através da criação de uma plataforma online, que cumpre as funções de transmitir e disseminar informação sobre o artesanato

de palha do concelho de Fafe, preservar sua a memória e de abrir a prática à participação da comunidade local e global, através de uma reflexão sobre meios digitais, ferramentas multimédia e técnicas de apresentação da informação na web 2.0, adequadas a conteúdo relacionado com a cultura e a identidade cultural.

440

EL DESARROLLO DE LOS PRODUCTOS
DE DISEÑO COMO PROCESO

Andrea Lucía Medina Gómez

Pontificia Universidad Javeriana de Cali,

Colombia

Proceso de diseño; Producto; Análisis del error

Según un reporte de la Oficina de Propiedad intelectual sobre servicios y derechos de diseño en el Reino Unido, la industria del diseño es una contribución significativa y constante al crecimiento y la innovación (2011) de los países. Podría decirse por ejemplo, y de acuerdo con Vidales y Alemán-De la Vega que, en gran medida, la preferencia de un producto se debe a la eficacia que el diseño de su envase puede proporcionar para un mejor uso o consumo (2009). Bajo este contexto, el proceso de desarrollo es ineludible en la obtención de un resultado de diseño; cuando surge un producto hay ideación-planeación-ejecución, etapas fundamentales de un proyecto y espacio idóneo para la transmisión y gestión de las ideas y la información (Contreras, et.-al., 2014). Se identifica que las herramientas tecnológicas son participantes puntuales en fases del proceso para la creación y gestión de contenidos, participación y comunicación y toma de decisiones; la co-creación, fundamental para el diseño colaborativo (Contreras et.-al., 2014); el intercambio del conocimiento y la preparación del recurso humano, estrategias para el emprendimiento de iniciativas y acciones internas (Pollalis & Dimitriou, 2008). Por otra parte, se observa el interés de la empresa colombiana por invertir cada vez más, en la fase de análisis del error como parte del proceso, según Obando es “una herramienta valiosa en la etapa de rediseño de piezas o componentes que han fallado prematuramente [...] de modo que en los nuevos diseños se prevengan las causas que contribuyeron al error original, [...]información muy valiosa que puede ahorrar tiempo y dinero”,

confirmando así que el 90% de las fallas tienen su origen en problemas de diseño. La hipótesis del estudio define que la ejecución de un adecuado proceso, permite que el diseño sea comprendido como factor que agrega valor a los productos de consumo, la empresa y el estilo de vida de las personas. La metodología se centra en la revisión de la literatura específica, para documentar, identificar y caracterizar el contexto de estudio. Finalmente, los resultados esperados hacen parte de una investigación más amplia enfocados en la generación de aportes sobre la intención de establecer vínculos reales diseño-empresa en Colombia, abarcan temas de inclusión, reconocimiento disciplinar y fomento a la innovación y el emprendimiento, que involucra el aprendizaje, la transmisión y aplicación del conocimiento específico y especializado centrados en necesidades reales de una sociedad.

441

A DIMENSÃO IMPREVISÍVEL DO TRABALHO DE CAMPO NO DESIGN CONTEXTUAL E PARTICIPATIVO: O CASO DO ROUBO DA CÂMARA DE FILMAR

Daniel Brandão

IPCA, ESAP e ID+, Portugal

Nuno Martins

IPCA e ID+, Portugal

Pedro Mota Teixeira

António Ferreira

IPCA, Portugal

Imprevisibilidade; Design contextual;
Design participativo; Métodos iterativos;
Investigação-ação.

Neste artigo iremos identificar um conjunto de metodologias tipicamente usadas em áreas como o documental e a etnografia, que podem ser adoptadas pelo design quando o território de atuação se verifica volátil e imprevisível. Uma abordagem contínua, iterativa e cíclica, permite ao designer uma constante adaptação dos seus métodos aos obstáculos, dificuldades e oportunidades encontradas no terreno, que assim consegue estreitar o compromisso e envolvimento com o contexto do projeto. No caso do desenvolvimento de projetos participativos, a adoção de uma metodologia de investigação-ação requer também

que o processo seja situado num contexto no qual terá que seguir uma abordagem interventiva, participativa e autorreflexiva. As metodologias que iremos elencar neste artigo, exigem uma elevada disponibilidade por parte do designer. Dado o carácter de imponderabilidade de muitos dos cenários encontrados no terreno, métodos como a observação participante, a condução de entrevistas exploratórias ou até mesmo a implementação de exercícios participativos, pedem uma gestão intuitiva e uma interpretação criteriosa na posterior análise dos dados. Por vezes o designer interpreta precipitadamente determinadas situações como negativas, quando estas transportam camadas de informação de grande relevância para o trabalho. Tal aconteceu com o caso que iremos analisar neste artigo. No decorrer de um projeto participativo na área do design de comunicação e dos media digitais, desenvolvido no Porto, uma câmara de vídeo, ferramenta disponibilizada pelo projeto aos participantes, foi roubada. Este episódio inesperado, que numa primeira instância parecia de grande infelicidade, veio a revelar-se de grande importância, não só pela aprendizagem adquirida no que diz respeito ao processo de trabalho, como também pela reflexão que suscitou sobre o material audiovisual que foi posteriormente resgatado juntamente com a câmara no mercado negro.

442

CHÉS — DO DESENHO DE UMA CADEIRA
“ERRADA” AO DESENVOLVIMENTO
DE UM TERRITÓRIO SIMBÓLICO PARTICIPADO

Jorge Brandão Pereira

IPCA—Escola Superior de Design; ID+,
Portugal

Heitor Alvelos

Universidade do Porto; ID+, Portugal

Stories of Chairs; Media digitais participativos;
Desenho infantil; Paredes; Indústria

Partindo do mote “erro” e da simultaneidade do seu desconforto e sedução, o presente artigo apresenta a atividade Chés, desenvolvida no contexto do projeto de investigação Stories of Chairs. Stories of Chairs, estudo de caso de interface entre design, media digitais, património local e cultura participativa, com base no seu território, argumenta que os media digitais participativos são um dos vetores estratégicos para o envolvimento sócio-cultural dos cidadãos com o design e criatividade, permitindo que do “erro” se construa uma percepção coletiva. A metodologia visou uma assumida componente de experimentação lúdica, que permitiu a os participantes (crianças com idades entre três e seis anos de idade) um contacto indireto com a cultura do design, tornando-os sujeitos ativos de um projeto participativo. Incluída no percurso de uma investigação mais complexa, a atividade e a valorização dos seus resultados “imperfeitos” foram mediadores de uma partilha de ideias e um estímulo para a expressão pelo desenho. Chés foi desenvolvido como parte de uma estratégia global para a reinvenção da indústria de mobiliário em Paredes, uma região industrial tradicional no Norte de Portugal. Reconhecendo a divergência dos processos de decisão entre a governança da estratégia e a nossa própria metodologia, esta pesquisa evoluiu também a partir dos “erros” de design das crianças para a construção de um conceito de cultura local associado a um modelo de desenvolvimento territorial, onde a participação pelo desenho transmitiu conteúdo contextual e mobilização para a criatividade. A participação, nas várias possibilidades para a sua interpretação, é apresentada como uma ferramenta relevante para o desenvolvimento de uma cultura da criatividade. Os media digitais permitem uma aceleração nos processos de alavancagem,

observando-se uma mudança de paradigma significativa: pela participação, os indivíduos são agentes de comunicação e, em simultâneo, produtores, consumidores e distribuidores dessa mensagem.

443

DESIGNING FOR ENGINEERING:
A INTERDISCIPLINARY APPROACH
IN THE CASE OF “E-CAPTION - SMART
AND SUSTAINABLE COAT”

Caroline Loss

UBI, IT-Aveiro, Capes Foundation, Portugal

Pedro Pinho

IT-Aveiro, ISEL, Portugal

Rita Salvado

UBI, Portugal

Fashion design; Engineering; Interdisciplinary;
Embedded systems; Wearable developments

The first concerns about the relationship between the design and science has appeared in the modern history of the design, in 1920 – driven by the Bauhaus concept of “design for functionality”; and in 1960 – dragged by the worldwide scientific progress [1]. Nowadays, 50 years later – as cyclic trend, in the era of Internet of Things (IoT), the design-science concept is re-emerging, eliminating the error of assuming the designer only as an artistic personification, working without science. Design for engineering is a complex and iterative activity for designers, and a complex progression in the development of a better solution to a given problem [2]. In this context, the designers are being integrated in interdisciplinary teams, exploring borderlines and connecting several fields, such as art, science and technology, as suggested by the Nobel prize winner Herbert Simon in [3]. Based in this modern approach, linking design and technology, several fashion programs are adjusting their curricula, to prepare the fashion designers to integrate interdisciplinary projects. Other example, in USA, is the experimental project created by NASA [4] linking the electrical and computer engineering to the apparel design program, to work together in the development of new wearable technologies. This paper addresses the design-science concept, describes and shows the results for the study-case of “E-Caption: Smart and Sustainable Coat”. This

project was developed in a partnership between FibEn-Tech (UBI), IT-Aveiro and Ghent University (Belgium) With the input from the electrical engineering and the output by the fashion design, the E-Caption is an innovative solution that presents the first textile antenna prototype manufactured directly in the clothing as it is made with the same textile materials that compose the cloth. This cloth is a smart coat for electromagnetic energy harvesting, which antenna has a substrate that is continuous and was cut according to the pattern-making of the coat, thus being part of it. The simplicity of this concept makes it an elegant solution, which was born in a multidisciplinary context.

444

WANDERING WITH TEXTILES

Rita Salvado

Pedro Araújo

Universidade da Beira Interior, Portugal

Secil Ugur Yavuz

Nitzan Cohen

UNIBZ - Free University of Bozen-Bolzano,
Italy

Smart Textiles; Interactive Textiles; Wearable
Technologies

Everyday objects witness our lives and embed our stories both tangibly and intangibly. They can tell about our actions, our memories, our history in many implicit ways. Textile is one of the oldest artefact that has a strong link with mankind, due to its close interplay with human body - our natural communication display. Being the second skin, textile has been always used as an expressive membrane for centuries, and today with smart textiles and wearable Information and Communication technologies this expressive feature has even reached to a more interactive level, through which novel possibilities can emerge. Starting from traditional textiles as storytelling artefacts and extending the discussion to interactive textiles and wearable technologies as living interfaces, this paper analyses the potential of smart textiles for enhancing cultural heritage dissemination. This paper presents the results of the workshop - Smart Storytelling Textiles conducted at UBI, in April 2016, by Seçil Ugur Yavuz. The workshop aimed at creating future scenarios for smart textile

applications that can tell stories of its maker, its user and even of the society. The paper reflects the results of the workshop through different perspectives from product design, textile engineering and ICT building assumptions on how textiles become smart agents that bridge between abstract stories and material world. This paper discuss the potential of smart textiles for encouraging the action of wandering around textiles, promoting the assumption of awareness and doubt capable of better understand their meaning and importance. Finally, this paper explores the suitability of smart textiles for creating a multisensory engagement with museum objects and industrial heritage on display.

445

UMA ANÁLISE DA COMUNICAÇÃO ENTRE UMA EMPRESA DE MODA E SUAS TERCEIRIZADAS

Camila Vitorino Marcelo

Rita de Cássia Lopes Moro

Francisca Dantas Mendes

USP, Brazil

Moda; Comunicação; Terceirização;
Ficha Técnica

O setor de moda brasileiro, emprega várias estratégias afim de aumentar a flexibilidade, a capacidade produtiva e a lucratividade, bem como reduzir os custos de produção e logístico, uma delas é a adoção do processo de terceirização. Um processo de comunicação claro e eficiente entre a empresa contratante e a contratada, deve ser adotado afim de evitar eventuais atrasos e erros que possam prejudicar a qualidade, comprometer prazos e causar transtornos durante o processo produtivo. O setor de planejamento e controle da produção conjuntamente com o desenvolvimento de produto de moda são os responsáveis por compilar as informações do produto e confeccionar a ficha técnica, que deve acompanhar o produto durante todo o processo produtivo. Sendo assim, tonar-se importante que a comunicação entre os setores seja desenvolvida de modo claro e contendo o máximo de informações possíveis, para que se alcance êxito no produto final. Este artigo por meio de um estudo de caso, tem por objetivo analisar como é realizado a comunicação de uma empresa de moda brasileira com

suas as empresas terceirizadas, comparando com a literatura, possibilitando uma análise e a identificação de possíveis falhas.

446

UMA ABORDAGEM DO LIFE CYCLE DESIGN
APLICADO NA MANUFATURA DO VESTUÁRIO
DE MODA EM EMPRESAS DO BRASIL

Romy Tutia

Francisca Dantas Mendes

EACH - USP, Brazil

Lara Leite Barbosa de Senne

FAU- USP, Brazil

Life Cycle Design; Gestão do Design; Resíduos Sólidos Têxteis; Manufatura do Vestuário; Moda

Uma abordagem do Life Cycle Design aplicado na Manufatura do Vestuário de Moda em empresas do Brasil Palavras chave: Life Cycle Design, Gestão do Design, Resíduos Sólidos Têxteis, Manufatura do Vestuário, Moda A geração de resíduos no processo de desenvolvimento e produção de vestuário é um erro que causa sérios danos ao meio ambiente e que deve ser minimizado. Uma maneira de conceber novos produtos ambientalmente conscientes está voltada para a adoção de uma metodologia baseada no Life Cycle Design - uma abordagem com visão sistêmica de todo o sistema-produto (desde a pré-produção, produção, distribuição, uso e descarte) buscando minimizar os efeitos negativos possíveis. Contudo, na prática, viabilizar a gestão de todo um sistema do ciclo de vida de um produto torna-se extremamente dificultoso, devido à fragmentação e complexidade dos diferentes processos produtivos, participação dos atores e empresas. Entretanto, alguns autores consideram a possibilidade de atuar e projetar o Design Sustentável de forma parcial, em uma das fases do sistema e/ou processos, ponto focal desta pesquisa. A Cadeia Produtiva Têxtil e de Confecção possui grande relevância no mercado global em capacidade produtiva, emprego e comercialização. Devido à sua expansão, houve um aumento de insumos, energia, água e materiais, resultando num acréscimo de resíduos em toda a extensão de sua cadeia produtiva. O volume de resíduos têxteis descartados gira em torno de 10% da matéria

prima empregada, no Brasil o consumo de tecidos em 2014 foi cerca de 1.200 mil toneladas, resultando no descarte de 120 mil toneladas de resíduos têxteis (330 toneladas/dia) das 30 mil empresas formalmente cadastradas. O objetivo desta pesquisa é apresentar casos de empresas brasileiras de diferentes segmentos de Manufaturas do Vestuário de Moda (MVM), que organizaram soluções criativas aplicando o conceito da Gestão do Design e do Life Cycle Design, visando minimizar e reduzir os erros de produção acumulados em algumas fases dos seus processos produtivos. Trata-se de um estudo exploratório com revisão da literatura, observando os impactos socioambientais que permeiam a MVM e a aplicação dos conceitos da Gestão do Design e do Life Cycle Design, importante ferramenta para o profissional da área de Moda. A metodologia adotada baseou-se na estratégia de estudo de casos com abordagem descritiva, utilizando como fontes: documentos, registros em arquivos, entrevistas e observação direta.

447

INTERPRETACIÓN ERRONEA
DE LOS CONCEPTO DE BELLEZA EXPUESTOS
EN EL DISEÑO DE JUGUETES

Ginna Constanza Urbano Pérez

John Jairo Cardozo Vasquez

Universidad Nacional de Colombia, Colombia

Cuerpo; Ideal de belleza; Comunicación errónea ; Juguetes; Identidad; Estereotipos

El ideal de belleza y la imagen corporal son conceptos que han estado condicionados por la sociedad, la historia presenta las modificaciones de estos conceptos como un desarrollo evolutivo, donde los estereotipos construidos han llevado consigo procesos y transformaciones del lenguaje corporal. El cuerpo es considerado como un territorio lleno de representaciones y receptor de múltiples acontecimientos sociales, culturales, políticos y demás (Delgado, 2001), que lo vinculan a diversos significados que son importantes para la comunicación de si mismo. Diversas investigaciones (Groesz, 2001, Barreiro, 2004; Damasceno, 2006; Herbozo 2010), han considerado y ahondado en los factores empleados como referencias de identidad que inciden en la percepción y valoración del cuerpo, elementos demarcados dentro de la publicidad, el

internet, el cine, las revistas y programas de televisión, son unidades de información a las que el ser humano se encuentra expuesto desde la niñez, y no solo se enfrenta a esto en una etapa adulta como normalmente es considerado. Por esta razón se estima la importancia de primero, abordar los elementos de información que se promueven en la niñez desde un aspecto objetivo tan importante como lo son los juguetes, teniendo en cuenta que dentro de la cultura éstos ocupan un papel promotor para reforzar concepciones de la vida real, donde los juguetes son para los niños un medio representativo de imágenes, ocupaciones y escenas del mundo real; segundo abordarlo desde el error no como una equivocación sino como un desfase dentro de la concepción de belleza, y la interpretación de esta en la representación antropomorfa de los juguetes. Se muestra desde una perspectiva interpretativa, como el imaginario de belleza se ve reflejado en el diseño de juguetes, (muñecas y juguetes de acción más representativos según el mercado). Para esto se lleva a cabo un estudio cronológico que permite la identificación de algunos ideales o hitos; y por medio de que canales se ha construido esos ideales generadores de belleza. En consecuencia se presenta la estrecha relación de estos factores mediante los resultados de 4 investigaciones existentes sobre las muñecas, Barbie y bratz, los juguetes de acción y ken; que evidencian, los cambios del ideal del cuerpo y la relación en la propiedades de los juguetes de las últimas épocas; se muestra como las características morfológicas se transforman en cualidades deseables que no solo son relacionados con la apariencia física sino con cuestiones de género, y cómo estás proporciones corporales identificadas son poco realistas y han generado una comunicación errónea, no saludable e inalcanzable para la infancia.

448

NUESTROS PRIMEROS DISEÑADORES: PIONEROS DEL DISEÑO GRÁFICO EN EL VALLE DEL CAUCA (COLOMBIA)

Diego Bermudez

Pontificia Universidad Javeriana Cali, Colombia

Historia del Diseño; Diseño; Diseño Gráfico;
Diseñadores Gráficos; Colombia; Valle del
Cauca

El Diseño Gráfico es una profesión cuyos orígenes son muy recientes, ya que vino a dar sus primeros pasos en Europa a principios del siglo XX cuando la industria definió nuevos lenguajes de producción, estético y comunicativo acorde con los requerimientos de la imperante sociedad industrial. En nuestro país, a partir del proceso de profesionalización de esta disciplina a partir de la década de 1960 con el surgimiento de la Carrera de Diseño Gráfico en la Universidad Nacional de Colombia, esta profesión comenzó a hacer evidente su recorrido histórico, el cual estuvo acompañado de la creciente industrialización y urbanización de la sociedad colombiana. De esta manera, el Diseño Gráfico como espacio de conocimiento, trae consigo una nueva forma de intervención dirigida a satisfacer necesidades sociales de comunicación, logrando con ello resolver la contradicción existente entre el lenguaje artístico y el industrial a partir de condiciones socio históricas que hicieron posible su surgimiento. En ello, se evidencia una postura innovadora en cuanto la manera de reconocer la producción de bienes de consumo, los cuales, hasta ese entonces se materializaban bajo criterios que entremezclaban el arte y la artesanía (Tarabukin, 1977). El problema estético y cultural de la industria que día a día venía imponiendo su producción, es asumido por este nuevo oficio que se fundamenta en el trabajo proyectual de acuerdo a requerimientos económicos, constructivos, funcionales y estéticos, los cuales son concebidos integralmente desde el comienzo por un personaje emergente llamado diseñador (Mosquera, 1989). El proyecto de investigación denominado PIONEROS DEL DISEÑO GRÁFICO EN EL VALLE DEL CAUCA, 1920-1940, pretende acercarse a aquellos primeros diseñadores, hombres y mujeres que tuvieron como principal tarea definir los rumbos de una nueva forma de expresión y comunicación en el suroccidente colombiano, en mu-

chos casos, ignorando ellos mismos que estaban escribiendo con sus actos y con su producción las primeras líneas de la historia del diseño colombiano. Así, a partir de la producción de personajes anónimos, quienes con su producción en la publicidad, el diseño editorial, el diseño de marca, la ilustración y demás escenarios del Diseño Gráfico, determinaron en gran parte los inicios de esta profesión en Colombia, se pretende hacer una aproximación que permita comprender algunos de los antecedentes más importantes de la historia de esta disciplina en nuestro país y dejar la puerta abierta para que nuevas indagaciones permitan estudiar a profundidad los procesos históricos generados por diseñadores gráficos colombianos a lo largo del tiempo, ya que este tipo de procesos históricos no han sido documentados ni estudiados detalladamente debido a que no existe bibliografía que se centre en estas temáticas.

449

A PERCEPÇÃO SIMBÓLICA DA IMAGEM

Karl Georges Gallao

Alberto Cipiniuk

PUC-Rio, Brazil

Imagem; Teoria social; Cultura visual;
Campo do design

Este artigo analisa a eficácia comunicacional das imagens gráficas com base no método formalista, método esse empregado majoritariamente em cursos de design de nível superior. Buscamos compreender se seria legítimo considerar o emprego de uma imagem como recurso instantâneo e preciso para a transmissão de ideias ou significados.

450

O ERRO E O DESAFIO DA INOVAÇÃO:
UM ESTUDO SOBRE A INDÚSTRIA
DO PERFUME

Daniela Ferreira

Maria Silvia Barros de Held

EACH/ USP, Brazil

Criação; Desenvolvimento de Produto; Erro;
Inovação; Perfume

A convergência de novas forças no cenário contemporâneo – a descontinuidade, a volatilidade e a hiperconectividade – está mudando rapidamente a economia global com reflexos significativos nas organizações e nas pessoas. Até meados do século 20, o objetivo do pensamento científico da racionalidade clássica era a descoberta das leis universais da natureza, com uma abordagem reducionista por meio do estudo das partes para o entendimento do todo. Nos anos 70, surgiu o pensamento complexo, que está em curso de elaboração, e melhor representa a realidade atual ao considerar que as partes integram o todo, mas não perdem suas características individuais. Segundo Morin (2008) o grande desafio do pensamento complexo, não é como no pensamento simples a busca da completude, mas estabelecer uma articulação entre os mais diversos campos e disciplinas. O autor ressalta também a ação e a complexidade uma vez que a atitude inicial permite prever várias diferentes ações, que podem e devem ser alteradas em função de novas informações ou reações. Com isso pode-se tirar vantagem do acaso ou de um erro; segundo Esteves (2016) para acompanhar a velocidade das mudanças, é necessário assumir os riscos de pôr as ideias em prática e encarar o erro como parte de um processo de aperfeiçoamento contínuo e compreender que nunca se chega à versão final por que sempre é possível melhorar. Segundo Baudrillard (1996) o esquema de ruptura, de progresso e de inovação que caracterizam a modernidade, instala simultaneamente o tempo linear, o do progresso técnico, da produção e da história, e um tempo cíclico, por meio da combinação de todos os valores, de sua combinatória e ambiguidade. Por isso para o autor a moda é fruto da modernidade, “A modernidade é um código e a moda, seu emblema” (p.115). Moda é fenômeno social que reúne vários temas centrais incluindo a dinâmica da

identidade coletiva e individual, os padrões de produção e consumo, a distinção social e os mecanismos de imitação. “Originado do latim *modus*, literalmente ‘medida’, o termo ‘moda’ passou a expressar valores tão diversos como conformidade e relações sociais, rebelião e excentricidade, aspiração social e status, sedução e encanto” (FOGG, 2013, p. 8). Os perfumes tornaram-se também parte da moda e exercem hoje o papel de acessório, um toque final de uma produção, associando-se a termos usados no mundo da moda como elegantes, clássicos, sofisticados, esportivos, glamourosos, modernos (FRANÇA; QUELUZ, 2011). Ambos configuram as noções de elegância ao longo do tempo e constituem a expressão dos gostos de cada época. Com o objetivo de estudar como está a relação entre a inovação e o erro na concepção do perfume na indústria brasileira irá ser realizado um levantamento dos conceitos envolvidos no tema, complementado por uma pesquisa empírica com as principais empresas brasileiras. Os resultados encontrados irão trazer considerações parciais, ao levantar questões como até que ponto as empresas estão dispostas a correr riscos, assumir os erros e revertê-los em inovação.

451

HUMAN ERROR OR DESIGN FLAW?

Sandra Gabriele

York University, Canada

Medication error; Human factors;
User-centred design

For many years, “human error” was the apparent cause or the reason given to explain accidents or disasters in high-risk situations, such as aviation, in nuclear power plants or the health care sector. With the emergence of human factors psychology and engineering much work has been done to identify “system factors” that contribute to incidences of error in complex work environments resulting in a recognition that errors occur because of poorly designed systems. In an effort to promote safety, checklists and communication protocols have been implemented to ensure procedures are followed. Work spaces, products, devices and packaging used to accomplish tasks in high-risk domains have been designed with safety in mind. By taking on a holistic view of the workplace, professionals can feel confident that they are supported in their work, thus eliminating a culture of fear and blame. Designers have an opportunity to intervene in high-risk work environments that too often set people up for failure, but they need to do so with an understanding of the context in which these professionals work in (the environment and the tasks they perform) and how to design in consideration of human strengths and weakness. To ensure the design has the intended outcome of supporting the worker, it should be evaluated in realistic contexts with the users interacting as they would in the course of their work. This paper discusses designing to help mitigate errors. It focuses on “mix-ups” that can occur in administering medications to patients, and specifically, with drugs having orthographically, similar names (for example, dimenhydrinate, diphenhydramine). Typographic variations were applied to pairs of similar names to help differentiate them from one another. This study evaluated the typographic and visual display of look-alike medication names on packaging, storage containers, shelf labels and on computer screens. The results of three experiments, emulating the medication administration process revealed that the current recommendations may not be as effective as previously thought.

Ana Margarida Meira

Portugal

Narrativas; Marca; Consumidores;
Interpretação; Erro

Olhar para uma marca é olhar para uma pessoa. É preciso ouvi-la, conhece-la e interpreta-la. Por um lado, as pessoas usam narrativas para conhecer e compreender o mundo à sua volta, tal como a si próprios, como sujeitos individuais e membros de uma sociedade (Escalas, 2004; Schank, 1990). O significado de uma experiência ou emoção é expresso e interpretado através de narrativas que as pessoas criam para compreender e comunicar. Por outro lado, o mesmo processo narrativo acontece com as marcas. As narrativas das marcas são uma forma de comunicar as suas intenções e os seus comportamentos, oferecendo assim informação aos consumidores para construir inferências sobre a identidade e a personalidade das mesmas (Allen & Olson, 1995). A ligação entre as marcas e os consumidores é criada através deste processo narrativo. Os consumidores criam ligações entre as narrativas das marcas e as suas narrativas que existem na sua memória individual e coletiva (Escala, 2004). O significado de uma marca para um consumidor é baseado, em grande parte, nas narrativas que o próprio construiu sobre a experiência que tem com a marca. Mas para esta relação ser estabelecida é necessário um processo de interpretação das narrativas. Segundo Todorov (1978), os discursos são sempre produzidos em contextos particulares, dependendo dos seus interlocutores, das circunstâncias temporais e espaciais e das relações entre estes elementos. Assim sendo, o processo narrativo entre as marcas e os consumidores é sujeito a um processo de interpretação que é influenciado por variáveis circunstanciais e contextuais. É a partir deste quadro que se analisa o papel do erro na relação entre a marca e os consumidores, através das narrativas. Qual é o significado do erro neste processo conjunto de construção narrativa? Esta é a questão que orienta esta reflexão e que se objetiva como ponto de análise: o erro no processo narrativo entre marcas e consumidores.

Miguel Duarte

Lab2pt, Portugal

Desenho; Processo; Erro; Cognição; Improviso

A clareza de uma imagem na memória cuja mão hábil é capaz de fixar em desenho sem hesitações constituiu uma fórmula através da qual G. Laïesse evitava o erro. O desenhador concebe a imagem e transforma-a num conjunto de informações sensíveis cujos impulsos permitem uma representação da imagem. Com efeito o desenho executa-se com base num conjunto muito sólido de conhecimentos que é determinante para o estado de confiança, acrítico, que conduz o gesto. O desenho rápido, utilizado no desenvolvimento de um projeto ou na apreensão de um determinado instante da observação é mobilizador de uma conjuntura momentânea, de um estado mental e uma disponibilidade física, que escapa ao domínio da consciência sobre o acto. A noção de clareza implica uma formulação sobre o erro e uma seleção deliberada dos mecanismos que o evitam. Este estudo procura através de um conjunto de conceitos explorados pela ciência explicitar como se edificam as estruturas que tornam o gesto gráfico naturalmente claro e conseqüente à ideia ou observação. Começando pelo evidente reflexo ideomotor (William Benjamin Carpenter.) que acompanha constantemente o indivíduo através da capacidade para produzir movimentos a partir da ideia (ideogramas e caligramas no desenho). Quanto mais definida for a ideia mais assertivo será o movimento que a formaliza. Associando as determinações do "flow" (Mihaly Csikszentmihalyi), uma capacidade de concentração invulgar aliada a objetivos claros e um baixo nível de autoconsciência. Trata-se de um conjunto de processos que permitem à ação escapar ou adiar interrupção do erro. O estudo revê a importância das estratégias cognitivas ao nível da sensação / percepção e da execução e controlo motor (Robert Singer e Richard Gerson) e os seus efeitos no desenho "sem erro". Com efeito, a tentativa de evitar o erro condiciona a estrutura do planeamento da produção gráfica (Van Sommers; Zoltan Vass). Por fim uma relação entre o conhecimento explícito e a memória implícita, no qual o acesso à memória é autónomo da consciên-

cia sobre o acto, conduz o desenho para um estado de improvisação, que através do fenómeno criador/testemunha (Aaron Berkowitz) predispõe ao imprevisível, diminuindo o peso do erro. A articulação destes conceitos com o estudo sobre as práticas do desenho, contribui para o esclarecimento sobre a tessitura na qual assenta a convicção inerente ao gesto primordial. A noção de erro sobre o produzido é um desvio especulativo, difuso, que procura desvirtuar moralmente o primeiro impulso e a expressão subconsciente.

454

SPRINT DESIGN JAM: AN ACCELERATED APPROACH FOR DESIGN METHODOLOGY LEARNING IN HIGHER EDUCATION

Luís Frias
Farley Fernandes

Universidade da Beira Interior, Portugal

Design methodology learning; Fast prototyping; Design sprint; Agile

- theme and its relevance: Design Methodology is continuously evolving to integrate the dynamic of design practice in its several areas of intervention, ranging from physical products to digital media content and all the hybrid formats that keep blurring the frontier between material and digital. This fast paced technological development demands faster methods to think and produce design solutions that can integrate human needs with scientific and technologic knowledge. The challenge of design in higher education is to prepare design students to learn and practice the most recent methodologies used by state of the art design companies and industry leaders. Design Sprint, a methodology for product design (digital and physical) developed by Google Ventures, based on the references of Design Thinking philosophy coined by IDEO, is today's reference for any designer practice in the contemporary connected world of digital and physical integration of services and products. This methodology accelerates the process of design and development allowing the design solutions to be deployed in a faster and more inclusive process with feedback and validation of products by its final clients, before and during all the product's life. On the other end this fast pace process assumes mistakes and errors has part of

the development, even after product deployment, fostering a continuous evolution with permanent declared malfunctions and product updates as a normal part of the process. - hypothesis or question to be explored: In this learning experiment with graduate students from Game Design and Computer Science (Masters) two research objectives were pursued: is it possible for design students to learn the Design Sprint methodology by practicing it in 1/5 of the normal time; the acceleration in the process and phases (jam-ming) of a Design Sprint cycle would show more evidently the strengths and weaknesses in coherence and sustainability of the method. - conceptual and methodological frame: Google Ventures Design Sprint Methodology principles and structure with a compressed time for experimentation purposes.

455

DESIGN E ERRO NA MODA – UTILIZAÇÃO DO COBERTOR DE PAPA

Alexandra Cruchinho

Alexandra Moura

Paula Peres

Escola Superior de Artes Aplicadas do Instituto Politécnico de Castelo Branco, Portugal

Design de Moda; Tradição e Cultura; Cobertor de Papa

Diversas foram as questões colocadas a um grupo de estudantes pela identificação do problema – Será possível desenvolver peças de vestuário em Cobertor de Papa? Quais as dificuldades sentidas? As questões colocam-se em torno do problema e os objetivos começaram a delinear-se. O Cobertor de Papa é um elemento identificador da cultura de uma região no interior do país – Guarda, em Portugal. Tradicionalmente é uma peça tecida em processos artesanais e era usada enquanto cobertor para aquecer e proteger os pastores das temperaturas muito baixas no inverno. Também foi utilizada para aquecimento nas camas, nas casas da região para se fazer frente ao frio que se faz sentir na Guarda. As designações de Manta do Pastor ou Manta Lobeira, caracterizam os cobertores mais representativos desta tradição. Uma paleta cromática que originalmente se limitava ao cru de base, liso ou com riscas castanhas

ou também, verdes e vermelhas, passa a alargar a oferta de uma gama muito diversificada de cores pelo tingimento do original fio de lã de ovelha Churra. O desafio e os objetivos consistem em desenvolver propostas de peças de vestuário tendo em conta as características e a aplicabilidade da matéria-prima. A metodologia consistiu, numa primeira fase, na pesquisa e revisão bibliográfica sobre o tema – Cobertor de papa, para se perceber a origem, a história e as características resultantes do processo produtivo e da matéria prima que o origina. Segue-se a preparação de um briefing para apresentar ao grupo turma a proposta de trabalho. O processo criativo obedece à metodologia projetual enunciada por Bruno Munari, onde todas as etapas do processo são cuidadosamente cumpridas. Os novos produtos apresentados, refletem a utilização de um elemento da cultura e a tradição de uma região numa abordagem contemporânea onde o Design marca a diferença e se apresenta como um elemento diferenciador, importante para acréscimo de valor e sustentabilidade.

456

CONTRIBUTOS DE DESIGN
PARA O DESENVOLVIMENTO DE UM PRODUTO
DIRIGIDO A INDIVÍDUOS AFETADOS
POR DEMÊNCIA

Sofia Esteves

Ana Filomena Curralo

Maria Isabel Amorim

Instituto Politécnico de Viana do Castelo,
Portugal

Design inclusivo; Demência; Estimulação sensorial; Terceira idade; Produto lúdico

Este artigo tem como objetivo apresentar um projeto que consiste no desenvolvimento de um kit sensorial com o propósito de estimular as pessoas afetadas pela demência. Neste sentido, foi necessário perceber de facto o dia a dia destes idosos e para tal, a convívência com eles torna-se essencial no desenvolvimento e no sucesso deste projeto. As atividades que eles desenvolvem para minimizar os danos que a demência provoca, e perceber quais os tipos de exercício existentes auxiliam a entender como o design pode ajudar através de novas ferramentas como a interação tanto analógica como digital. Despontou a preocupação de resolver este problema presente nos dias de hoje, devido ao aumento dos indivíduos com demência. Existe a necessidade de intervir na demência, os indivíduos Carecem de estímulos que possam fornecer segurança, entretenimento, convívio e também exercício mental e físico para que as pessoas não se tornem tão dependentes. Assim, surgiu a possibilidade de intervir e conceber um conjunto de atividades lúdicas, de estimação e interação. O papel do design no âmbito deste projeto tem como objetivo conceber um objeto interativo e estimulante com atividades que relacionadas com os cinco sentidos do ser humano: olfato; tato; paladar; visão e audição. O objetivo pretende ser lúdico ao mesmo tempo que fornece estímulos e que possa proporcionar uma melhor qualidade de vida das pessoas com demência para que se consiga estimular uma interação com a sociedade. Pretende também aproximar o design às demências, para que possa haver sensibilização perante a sociedade alertando as pessoas acerca do envelhecimento. A preocupação e o interesse deste projeto permitir perceber se este poderá ajudar o doente a prolongar as suas memórias

ou até resgatá-las nem que seja por momentos. A parte ilustrativa deste projeto e a interatividade foram os pontos principais. A primeira deverá conduzir os idosos num ambiente conhecido e de fácil percepção, podendo identificar memórias. A interatividade vem ajudar a complementar dinamicamente este projeto, fazendo com que haja interação e interesse por parte dos idosos a participarem e a se envolverem nas atividades propostas. Este trabalho tem como maior desafio interligar o design à área da saúde para que o projeto seja sustentável. A sociedade precisa de projetos em que inclusividade não seja obrigação, mas sim o direito de todas as pessoas estarem inseridas e se sentirem acolhidas e envolvidas. Este projeto o design pretende sensibilizar e demonstrar através do design que é possível projetar uma intervenção que permita contribuir para uma melhor qualidade de vida dos doentes com demência, através da estimulação ajudando-os assim a aproveitar a vida com dignidade.

457

NOVA ESTÉTICA GLITCH – ERRO ICÔNICO

Flávio Hobo

Herlander Elias

Flávio Hobo

Universidade da Beira Interior, Portugal

Glitch, Pós-modernismo, Tecnologia, Cultura Digital, Erro

A história da cultura visual possui exemplos notórios de manifestações estéticas peculiares ao longo de diferentes períodos. A linguagem digital possui, por sua vez, possibilidades estilísticas próprias. Por se tratar de um meio na qual o processamento da imagem e seu visionamento se dá na máquina, erros podem acontecer. O glitch, de maneira genérica, é o nome dado a um erro na apresentação das imagens e vídeos digitais. Segundo Jackson (2011, p.11), glitch são variações inesperadas das informações visuais que alteram de formas não intencionais o aspecto visual do produto visual. Para Krapp (2011, p.76) o glitch pode ser considerado como uma manifestação da estética do software. Dessa forma, o glitch não possui autor. É randômico e os resultados obtidos possuem valor estético na cultura visual pós-moderna. É relevante a investigação de uma linguagem estética não intencional, que se faz potencialmente presente de maneira ostensiva na sociedade hiper tecnológica. Diferente dos outros erros produzidos pela máquina, o glitch é inesperado, não há como intervir ou censurar sua difusão. Como afirma Jackson (idem, p.25) os erros resultantes durante o processo de impressão tipográfica podem ser considerados a primeira forma de glitch. Contudo, o resultado não era veiculado e era desprovido de valor estético. Pretende-se com essa investigação compreender se por causa da sua presença cada vez mais frequente em obras visuais e audiovisuais mainstreams, podemos considerar o glitch uma linguagem estética consolidada no seu meio. Ou, em que circunstâncias se dá a apropriação desse artifício/acidente. Outra questão investigativa seria a de que a aceitação do ruído e do erro na forma de glitch só é possível por causa do modo de vida contemporâneo, no qual as tecnologias digitais estão presentes de modo abundante. Será proposto uma leitura crítica e cultural dessa estética que tornou-se popular na era digital. A valorização do erro e do ruído será investigado ao ponto de procurar compreender

como essa linguagem alcançou importância cultural e estética. Questões sobre autoria serão postas em causa, uma vez que observamos o resultado de um erro de processamento digital. Ou ainda, como a arte lida com tal linguagem visual. Na tentativa de responder a tais questões, análises de imagens serão feitas e uma revisão multidisciplinar de obras que abordam novas tecnologias com uma abordagem de confronto entre o clássico e o contemporâneo para procurar entender a aceitação estética desse fenómeno digital.

458

À PROCURA DO ERRO: APRESENTAÇÃO DE
UMA METODOLOGIA PARA AVALIAR O DESIGN
DE WEBSITES MUNICIPAIS

Valeriano Piñeiro-Naval

Paulo Serra

LABCOM.IFP – Comunicação, Filosofia e
Humanidades, Universidade da Beira Interior,
Portugal

Web design; Websites municipais; Análise
de conteúdo; Comparação transnacional

O *design* deficitário de um site acaba por projetar uma imagem pobre, afetando a empresa, organismo, instituição ou indivíduo que se encontra à frente do mesmo (Gullikson et al., 1999). Por conseguinte, é lógico assumir, em plena Sociedade da Informação e da Comunicação, que todo o meio interativo deve cumprir certos requisitos mínimos no que concerne à aparência visual, arquitetura da informação, acessibilidade ou usabilidade, com o intuito de satisfazer as crescentes exigências dos utilizadores.

Tendo em conta esta realidade, o objectivo do presente trabalho é apresentar a metodologia que empregaremos para a análise do design dos *websites* dos municípios portugueses, no âmbito do projecto de investigação de pós-doc intitulado: “Um duplo olhar sobre o património dos municípios como ativo turístico e elemento identitário: uma investigação a partir da comunicação *on-line*” (que será levado a cabo na sequência da “Bolsa BIPD/ICI-FAL- Santander Universidades-UBI/2016”), a realizar pelo primeiro autor deste texto e a orientar pelo segundo.

Quanto à metodologia a utilizar para a avaliação dos *websites*, empregaremos um método de grande

utilidade nas Ciências da Comunicação, a análise de conteúdo (Krippendorff, 2004; Lombard, Snyder-Duch & Campanella, 2002; Neuendorf, 2002). Bardin (1996) assegura que esta “funciona por procedimentos sistémicos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens. Portanto, tratar-se-ia de um tratamento da informação contida nas mensagens. Mas convém precisar imediatamente que, em muitos casos, a análise de conteúdo não se limita ao conteúdo, mas tem em conta o continente. A análise de conteúdo pode ser uma análise dos significados, mas também pode ser uma análise dos significantes” (p. 25). É por esta razão que esta metodologia nos permitirá examinar os elementos do *design* relacionados com a estética, a arquitetura da informação, a acessibilidade, a usabilidade e as ferramentas da *Web 2.0* dos sites dos 308 concelhos de Portugal (a amostra coincidirá com a totalidade do universo populacional).

Neste sentido, seguiremos uma linha de investigação estabelecida, e que já deu como fruto, entre outras, as seguintes referências: Piñeiro-Naval, Igartua e Marañón (2016); Piñeiro-Naval, Igartua e Rodríguez-de-Dios (2015, 2018). O facto de já ter realizado um estudo sobre esta mesma temática em Espanha reforça a consistência do trabalho, que pretende aprofundar uma área de investigação e, também, abrir a possibilidade de comparar os resultados de ambos os países.

DESIGNA 2016

CONFERÊNCIA
INTERNACIONAL
DE INVESTIGAÇÃO
EM DESIGN
/
INTERNATIONAL
CONFERENCE ON
DESIGN RESEARCH

24-25 NOV 2016

UNIVERSIDADE DA
BEIRA INTERIOR

COVILHÃ PT

www.designa.ubi.pt



LABCOM.IFP
Communication
Philosophy
Humanities