



UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR
Faculdade de Artes e Letras

DESIGNA 2015 - Conferência Internacional de Investigação de Design, Criação do Manual de Normas Gráficas

André Filipe Dias Melo

Relatório de Estágio para obtenção do Grau de Mestre em
Design Multimédia
(2º ciclo de estudos)

Orientador: Prof. Doutor Francisco Paiva

Covilhã, junho de 2016

Agradecimentos

Gostaria de agradecer, em primeiro lugar, ao Professor Doutor Francisco Paiva, pela disponibilidade e orientação crítica que soube dispensar ao longo do estágio e durante a elaboração deste relatório. Estendo os meus agradecimentos a todos os professores que lecionaram o curso e que contribuíram para a minha valorização pessoal e profissional.

Agradeço ainda à minha família e amigos, como fonte motivacional e inspiradora para a concretização do trabalho realizado.

Enalteço as pessoas que partilharam comigo o estágio curricular, com especial simpatia para com Micael Marques, antigo colaborador da Designa, em que a sua dedicação e mestria ajudou-me a concretizar uma parte da pesquisa referente às diferentes plataformas de comunicação da Designa 2015.

A todos,

Bem Hajam!

Resumo

O Presente relatório de Estágio Curricular foi realizado no âmbito de uma unidade de pesquisa na área de Comunicação, Filosofia e Ciências Humanas da Faculdade de Artes e Letras da Universidade da Beira Interior, designado Labcom.ifp, mais propriamente no domínio da Designa, Conferência Internacional que promove a investigação no Design, desde a Arte, a moda, o ensino, a multimédia, a comunicação, o produto e a teoria. A Designa vem contribuindo para a consolidação da Pesquisa em design, tanto a nível académico como socialmente, com interesse regional, nacional e internacional.

No trabalho, são descritas as atividades desenvolvidas durante um período de três meses, que decorre entre 14 de Setembro e 17 de Dezembro de 2015, na aplicação de conhecimentos em diversas áreas da comunicação, desde a realização de estudos à criação de diferentes plataformas de design.

Dando maior relevo à Designa, pareceu-nos apropriado a redação de um manual de normas das diferentes plataformas sobre os aspetos considerados mais importantes para a comunicação do projeto, fornecendo assim uma melhor perceção da dimensão do mesmo, e criando um mini projeto dentro do estágio, no âmbito da Designa 2015.

Palavras-chave

Estágio Curricular, Labcom.ifp, Designa2015, Manual de Normas Gráficas, Projeto.

Abstract

This Curricular Internship report was conducted under a research unit in the area of Communication, Philosophy and Human Sciences, in the Faculty of Arts and Letters of the University of Beira Interior, designated Labcom.ifp, more specifically in the field of Designa (International Conference that promotes research in Design, in Art, fashion, education, media, communication, product and theory). Designa has contributed to the consolidation of research in design, both academically and socially, with regional, national and international interest.

In this work, the activities described here are developed over a period of three months, which starts at 14 September and ends at 17 December 2015, in the application of knowledge in various areas of communication, from studies to the creation of different design platforms. Giving greater weight to Designa, it seemed appropriate to write a manual of standards of different platforms on aspects considered important for the communication of the project, providing to us a better perception of the size of it, and creating a mini project on stage within the Designa 2015.

Keywords

Estágio Curricular, Labcom.ifp, Designa2015, Manual de Normas Gráficas, Projeto.

Índice

Agradecimentos	IV
Resumo.....	VI
Abstract.....	VIII
Lista de Figuras	XII
Lista de Acrónimos	XIV
Lista de Tabelas	XVI
Introdução	XVIII
1. Caracterização Geral	1
1.1 Labcom.ifp	1
1.1.1 Designação Histórica.....	1
1.1.2 Recursos Materiais e Estruturais.....	1
2. Estágio Curricular	3
2.1 Objetivos e Finalidades.....	3
2.2 Metodologia	3
2.3 Cronograma	3
3. DESIGNA 2015	4
3.1 Designação Histórica	4
3.2 Tema: Identidade/ Identity.....	4
3.3 Logótipo.....	6
3.4 Identidade Visual	6
4. Manual de Normas Gráficas Designa 2015	8
4.1 Logótipo	8
4.1 Suportes de Comunicação	10
4.1.1 Cartaz	10
4.1.2 Flyer.....	11
4.1.3 Rollup	12
4.1.4 Banner	13
4.1.5 Cartão de Identificação	14
4.1.6 Marcadores	15
4.1.7 Sacos	16
4.1.8 Certificados de Participação	17
4.1.9 Book Of Abstract	18
Conclusão.....	22
Documentos Online	23
Bibliografia	25
Fontes de Imagens	26
Anexos.....	28

Lista de Figuras

Imagem 1 - Conferencia Internacional (Designa 2015)

Imagem 2 - Logótipo Constituição

Imagem 3 - Logótipo Área de Segurança

Imagem 4 - Logótipo Tipografia

Imagem 5 - Cartaz Designa 2015

Imagem 6 - Flyer Designa 2015

Imagem 7 - Rollup Designa 2015

Imagem 8 - Banner Designa 2015

Imagem 9 - Cartão de Identificação Designa 2015

Imagem 10 - Marcadores Designa 2015

Imagem 11 - Sacos Designa 2015

Imagem 12 - Certificados Designa 2015

Imagem 13 - Capa Book Of Abstrats Designa 2015

Imagem 14 - Book Of Abstrats Designa 2015

Imagem 15 - Book Of Abstrats Designa 2015

Imagem 16 - Book Of Abstrats Designa 2015

Imagem 17 - Book Of Abstrats Designa 2015

Lista de Acrónimos

UBI - Universidade da Beira Interior

URBIETORBI - Jornal Online da Universidade da Beira Interior, da Região e do Resto

BOCC - Biblioteca Online de Ciências da Comunicação da UBI

BOAL - Biblioteca Online de Áudio e Literatura

BOND - Biblioteca Online de Design

Lista de Tabelas

Tabela 1 - Cronograma

Introdução

O presente relatório insere-se no âmbito da conclusão do segundo ciclo de estudos em Design Multimédia. Este documento relata as atividades desenvolvidas durante o estágio curricular realizado com vista à conclusão e obtenção do grau de mestre. O estágio curricular pretende beneficiar o aluno de uma formação prática, em contexto de trabalho, que se destina a complementar e a aperfeiçoar as competências do estagiário.

O estágio foi realizado na Designa 2015, na parte da elaboração dos diversos aplicativos de comunicação. Propunha-me criar diversas plataformas de comunicação para que o mesmo chegasse ao público-alvo, público-alvo esse inserido no ambiente de Designers, tanto na vertente multimédia como moda ou industrial e ainda em ambientes de comunicação.

Na primeira parte da investigação decidi começar pela unidade de Investigação onde o Designa se inclui no Labcom.ifp, uma unidade na área da comunicação, filosofia e ciências humanas da Ubi. Com o objetivo de se basear no conceito das condições humanas essenciais para a constituição do conceito das ciências éticas, políticas comunicacionais e estéticas, na identificação e resolução problemas. A comunicação, os média, filosofia, prática, as Artes e humanidades são onde o Labcom.ifp é inserido, utilizando diversas bibliotecas online e concebendo os seus próprios livros como referência.

Na segunda parte de investigação debrucei-me sobre a conferência internacional em Design, que fez parte do meu estágio. Contribuindo para a consolidação da pesquisa em design académica ou socialmente, a Designa promove varias unidades de investigação, dentre as quais a arte, a moda, o ensino, a multimédia, a comunicação, o produto e a teoria.

Propus-me realizar uma pesquisa sobre os anos antecedentes a Designa 2015, e demonstrar que todos têm uma linha gráfica muito parecida, mostrando uma forma muito linear de realizar os diferentes suportes de comunicação, foi criada uma linha em que mostrasse uma junção com os anos anteriores ao estilo próprio do colaborador.

Pretendi adotar uma linha simples e um pouco minimalista, uma linha na qual eu pretendo trabalhar e na qual me sinto mais à vontade. Contudo, este projeto não se enquadra na minha própria linha, tendo o Designa 2015 uma linha própria do antigo colaborador. Deste modo, tive de me adaptar a este projeto e, conseqüentemente, a uma linha adotada pelo antigo colaborador.

Apesar de alguns obstáculos na concretização dos diversos aplicativos de comunicação, o projeto Designa 2015 foi bem sucedido.

1. CARACTERIZAÇÃO GERAL

1.1 Labcom.IFP

1.1.1 Descrição Histórica

O labcom.ifp é uma unidade de investigação na área da comunicação, filosofia e ciências humanas da Faculdade de Artes e Letras da Universidade da Beira Interior. Surgiu a partir da fusão de duas unidades Anteriores, a comunicação online e conteúdo laboratorial e do Instituto de Filosofia Prática.

Desde Janeiro de 2000 que o Labcom.ifp tem vindo a acolher vários jornais, como o antigo jornal on-line Português académica Urbi na Orbi, que oferece um serviço relevante para a comunidade académica, e constrói um laboratório vivo para estudantes de jornalismo. Um jornal semanal, permanentemente atualizado com as últimas notícias. Artigo este on-line muitas vezes serve como fonte principal para as rádios e jornais locais e regionais que reportam sobre a UBI. O rádio on-line e da TV on-line são serviços que fornecem tanto a academia e em general o público, com notícias do mundo universitário.

O Labcom.ifp tem como objetivos basear-se no conceito das condições humanas que são essenciais para a constituição de um ideal inerente ao conceito das ciências éticas, políticas, comunicacionais e estéticas; identificando os seus problemas fazendo um estudo e compreendendo as suas crises para resolver esse problema. O objetivo geral do Labcom.ifp é verificar em que medida o ideal da humanidade é viável sob as condições culturais, sociais, morais, política e comunicacionais do mundo moderno.

1.1.2. Recursos Materiais e Estruturais

O Labcom.ifp organiza-se em três grupos de pesquisa, a Comunicação e Média, a Filosofia Prática e as Artes e Humanidades.

Caraterizado mediante 3 linhas de Pesquisa:

- Informação, média e Sociedade
- Ética e Política
- Cultura e Novas Humanidades

A caraterística mais distintiva do Labcom.ifp é a sua forte presença com:

- 4 Bibliotecas on-line (BOCC - Ciências da Comunicação; Boal - Literatura Áudio; LUSOSOFIA - Filosofia; BOND - design);

- 3 Revistas on-line (Estudos de Comunicação, Doc On-line e Rhêtorikê);
- 1 Editor on-line (LABCOM Books).

O Labcom.ifp compôs vários livros de investigação das diferentes unidades de pesquisa, que são:

- Cinema em Português (Edição 1)
- Cinema em Português (Edição 2)
- Jornalismo de Revista em Tablets
- O labirinto e o Espelho
- Communicating and Evaluating Science
- A Mulher - Cineasta
- Concentração dos Media e Pluralismo
- Designa 2015 - Identidade \ Identity
- Comunicar e Avaliar Ciência
- Designa 2014 - Desejo \ Desire
- Ciberjornalismo de Proximidade
- Campanhas Eleitorais, Debates Televisivos e Propaganda
- A Construção da Ciência
- Cinema Múltiplo

O Labcom.ifp possui variados projetos em curso, como:

- Theory and Aesthetics of Documentary Cinema
- Citizen's Agenda Project
- BOAL - Audio Books On-line Library
- AKADEMIA - Information Technology and New Ways of On-line Journalism
- Media, Citizenship and Proximity
- Information and Persuasion in the Web
- New media and politics: Citizen Participation in the Websites of Portuguese Political

Parties

- Communicating Science and publication Cultures in the humanities
- Media, Reception and Memory: Female Audiences in the New State
- Public and Private in Mobile Communications

2. Estágio Curricular

2.1 Objetivos e Finalidades

Este Estágio Curricular serviu para aprofundar os meus conhecimentos, desenvolver as competências como Designer Multimédia, bem como a aplicação das Tecnologias como instrumentos à minha aprendizagem. A organização de trabalho também é um dos objetivos pela qual espero reter deste estágio curricular. Em relação a elaboração do Manual de Normas Gráficas o meu objetivo é que seja um modelo base para a execução do projeto para os próximos colaboradores da Designa usufruírem de uma base para um melhoramento e aperfeiçoamento do Projeto ao longo dos anos.

2.2 Metodologia

Na primeira instância do projeto foi realizada uma pesquisa sobre os diferentes processos na realização da Identidade Visual para o DESIGNA 2015 em que o tema Identidade/Identity constituía a maior parte da Identidade Visual. Posteriormente a essa pesquisa, desenvolveram-se esboços para uma apreciação e avaliação pela parte do orientador do Estágio, que conjuntamente é coordenador no âmbito do DESIGNA, o Professor Doutor Francisco Paiva, para garantir o melhor resultado no projeto.

2.3 Cronograma

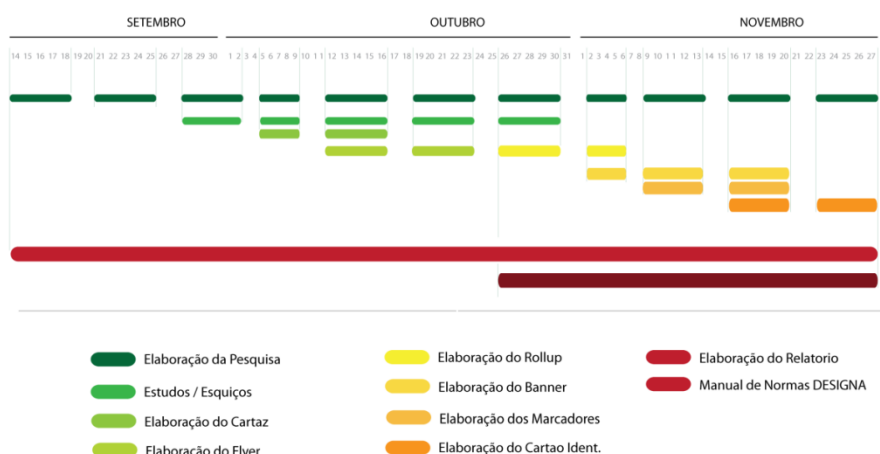


Tabela 1 - Cronograma

3. DESIGNA 2015

3.1 DESIGNA

3.1.1 Descrição Histórica

A Designa, uma conferência Internacional que promove a investigação ao Design, desde os quais em Arte, moda, ensino, multimédia, comunicação, produto e a teoria. A designa vem contribuindo, para a consolidação da pesquisa em design tanto académica e socialmente, como nacional e internacionalmente.

No primeiro ano da Designa, em 2011, acarretou um tema clássico o “Ensaio De Tomás Maldonado” a Esperança Projetual, com o propósito de refletir sobre o desempenho da criatividade em tempos de crise, onde os principais temas foram a comunicação, o produto, teoria e a moda. A sustentabilidade foi o tema da Designa 2012, esta edição passava por ponderar o papel e a responsabilidade do Design no seio de um sistema complexo. Com um discurso contemporâneo centrado na desejável evolução da consciência do ser humano no mundo. Na Designa 2013 teve como tema o Interface, que pressupõe um processo de interação, um conceito de conexão vulgarmente empregue na informática, eletrónica, artes e comunicação progressivamente em sentido mais virtual que material, usando como temática a comunicação, multimédia, produto, moda, teoria e ensino. O sujeito do Desejo emerge explicitamente nas políticas públicas dedicadas à arte e à indústria. A interação entre o Design e o desejo é o tema que a Designa 2014 teve como princípio, na sequência da necessidade de reagir à concorrência de produtos vindos do estrangeiro mais atraentes para o consumidor. Este ano o Designa 2015 tem o tema Identidade, que reporta ao carácter das coisas, para o conjunto de características e atributos que os tornam reconhecível e singular.

3.2 Tema: Identidade/Identity

A Designa 2015 tem o tema a Identidade, reporta ao carácter das coisas, com um conjunto de características e atributos que os tornam reconhecível e singular. No campo do design o conceito de Identidade é frequentemente usado, em conexão com diferenciação visual ou material de marcas, produtos e serviços, assumindo regularmente conotações mais amplas na esfera cultural. A identidade está ligada à cultura e à memória, o que significa que no campo antropológico de cultura, a identidade aproxima-se da capacidade de representar, deslocando a partir do reconhecimento imóvel da tradição à fenomenologia necessário de experiência. Parte da Identidade tem as suas próprias características únicas que respondem a Inquietação das pessoas e lhe permitam reconhecer-se no mundo contemporâneo. Este tema traduz a

capacidade de interpretar e representar o caráter dos seus usuários e destinatários. A identidade é uma montagem e geralmente o escapa da evidência da sua faceta estereotipada, ciente, no desempenho da criação de realizar certas identidades e a sua comunicação, sendo uma fonte de grandes conflitos, tornando-se objeto de prioridade de investigação. A reflexão sobre a essência é condicionada por propriedades e depende do contexto, a língua e simbólico, reúne conceitos, estruturas e dinâmicas que é preciso compreender. Usando como temática a comunicação, multimédia, produto, moda, teoria e a educação.



Imagem 1 - Conferencia Internacional (Designa 2015)

3.3 Logótipo

Logótipo examinado como um conjunto formado por duas ou mais letras, compondo uma sigla, compondo uma entidade, composta exclusivamente por elementos gráficos.

Conceito na área da publicidade, marketing e branding que consiste na representação visual ou gráfica que identifica uma marca ou empresa, com o objetivo de diferenciar uma marca dos seus concorrentes, criando uma ligação com os consumidores e potenciais consumidores.

O logótipo do Designa 2015 foi concebido pelo Micael Marques antigo colaborador do Designa, o Micael realizou o estágio no Designa2014 onde um dos seus mini projetos foi desenvolver o logótipo para o Designa 2015. O logótipo foi usado para os diferentes suportes de comunicação do Design 2015, baseado no logótipo foi concebido os suportes de comunicação, não declinando no seu conceito inicial do logótipo.

3.4 Identidade Visual

Identidade visual é composto por um conjunto de elementos representa visualmente, um nome, ideia, produto, empresa, instituição, serviço. A base dessa Identidade Visual é o Logótipo, que se caracteriza nos códigos cores, tipografias, grafismos que reforçam a identidade de uma marca, como já foi referido no subtema anterior.

A identidade visual deve conter aspetos formais da marca, elementos que compõem o símbolo gráfico e as variações da mesma. Uma marca em que a fotografia seja a sua imagem de representação deve representar padrões monocromáticos, preto e branco, tons de cinza, uma versão digitalizada. Muitas das grandes marcas são compostas simplesmente pelo nome da empresa. Aspetos técnicos da marca também têm de ser apresentados como a cor, fonte e dimensões. A empresa em que a marca atua tem de ter um padrão de utilização em todo o material utilizado pela mesma, tal como papel timbrado, envelope, etiqueta, adesivo, embalagem, objetos, uniforme, rótulo, viaturas. A regularização da utilização da Marca em fundos coloridos é um caso em ter em atenção, apresentando as situações em que deve ser evitado essa utilização. Para uma boa visualização, a marca tem de ter dimensões mínimas e máximas para uma boa impressão e uma boa legibilidade.

A identidade visual tem uma importância muito essencial numa empresa, o sucesso da empresa está ligado a forma como as suas ideias e conceitos são transmitidos aos clientes. Esta comunicação deve ser principalmente devido a identidade visual e a importância levada pelo empreendedor da empresa. Identidade reproduz uma realidade muito objetiva, mostra quem é a empresa e como ela atua, caracterizado pela sua imagem realçando como a empresa é vista no mercado. O manual da identidade visual informa aos clientes, fornecedores e parceiros como a marca deve ser aplicada em peças de comunicação, criando uma boa identidade visual.

A identidade visual deve ser classificada em:

Primários: fundamentais para que o processo funcione, o símbolo ou logótipo e a marca

Secundários: são as cores e o alfabeto que predominam nas peças de comunicação da empresa.

Terciários: envolve os acessórios e elementos complementares, como por exemplo, grafismos.

Compreende-se que a marca é o elemento principal para classificar empresas, funcionando como uma maneira de o consumidor identificá-la reunindo valores emocionais e psicológicos que acabam influenciando o cliente e a optar pela marca.

A identidade visual deve ser normalizada, ou seja, ter um material institucional bem estruturado que reflete um grande benefício: aumento de credibilidade da empresa.

Fases para Criar uma Identidade Visual:

- 1- Analisar o Projeto
- 2- Pesquisa Interna/Externa
- 3- Brainstorming / Conceito
- 4- Estudo da forma
- 5- Estudo do lettering
- 6- Estudo das Proporções
- 7- Estudo da cor
- 8- Teste e analise os resultados
- 9- Aplicação da Identidade Visual
- 10- Faça uma apresentação brilhante

4 Manual de Normal Gráficas da Designa 2015

4.1 Logótipo

O logótipo é constituído pelo símbolo, o nome e e-mail como uma relação fixa, como aqui se exemplifica. O símbolo consiste na Impressão, o nome e o descritivo são constituídos por um grupo de letras da mesma “família”, formando, respetivamente as palavras “DESIGNA 2015”, “IDENTITY” E “WWW.DESIGNA.UBI.PT”. Para garantir a consistência visual, o logótipo não deverá nunca ser redesenhado ou de alguma forma modificado. O logótipo terá de ser sempre reproduzido a partir da arte final original.

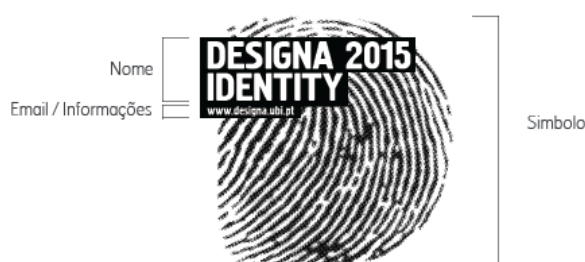


Imagem 2 - Logótipo Constituição

O logótipo tem três versões oficiais: a cores, a preto e branco e de alto contraste. Para reforçar o peso e a visibilidade do Logótipo da Designa 2015, deve ser aplicada, sempre que possível, a versão a cores. Na impossibilidade de reproduzir o logótipo a cores, existem as versões a preto e branco e de alto contraste. Estas só devem ser aplicadas quando existem limitações, ou quando a técnica de reprodução o exija, salvaguardando sempre a melhor leitura do logótipo. As cores do Logótipo da Designa 2015 são o branco e o preto. O logótipo é apresentado na opção preferencial, a branco e preto.

Para preservar a boa leitura do logótipo é definida uma área de segurança à sua volta. Esta área tem como referência a medida “X”, que corresponde à altura do nome “DESIGNA 2015” e “IDENTITY”. O espaço livre mínimo ilustrado aplica-se a todas as versões da marca e destina-se a proteger o logótipo de qualquer outro elemento que esteja próximo e possa impedir ou influenciar a sua leitura e visibilidade. Sempre que possível, a margem deve ser aumentada.

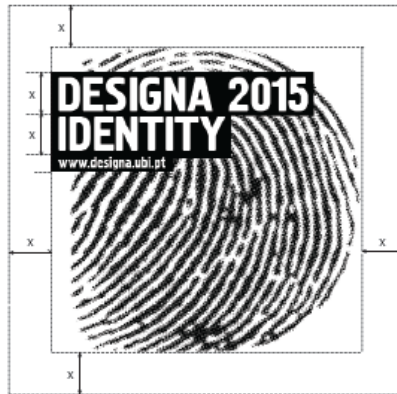


Imagem 3 - Logótipo Área de Segurança

Para garantir a legibilidade da reprodução em escalas variadas, recomenda-se que o logótipo não seja reproduzido em tamanho inferior a 42mm. Não é recomendável a aplicação do logótipo sobre imagens. No entanto, sempre que se tenha que reproduzir o logótipo sobre fundos fotográficos, a sua colocação deve recair sobre as áreas da imagem que possibilitem uma boa leitura. O logótipo tem uma tipografia oficial que faz parte da identidade, e deve ser sempre respeitada para que todo o material de comunicação seja coerente.

Na comunicação externa - publicidade, publicações, entre outros - deve-se utilizar a tipografia Hermes, esta tipografia é utilizada pelo logótipo. E muito importante que a Logótipo da Designa 2015 mantenha a sua integridade em qualquer suporte utilizado.

HERMES NORMAL

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
 ABCDEFGHIJKLMNOPRSTUVWXYZ
 123456789

HERMES REGULAR

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
 ABCDEFGHIJKLMNOPRSTUVWXYZ
 123456789



Imagem 4 - Logótipo Tipografia

4.2 Suportes de Comunicação

4.2.1 Cartaz

O Cartaz é um suporte afixado de forma visível em locais públicos, com a função de divulgar uma informação como meio de publicidade e de informação visual. O cartaz da Designa 2015 foi desenvolvido a partir do conceito do Logótipo, logótipo este desenvolvido pelo Micael Marques antigo colaborador do Designa. O Conceito do logótipo leva a que se desenvolva uma linha muito linear para realizar o cartaz, sem sair da linha as cores baseiam-se no preto e branco para uma maior interligação do conceito. O Tamanho escolhido para a divulgação do Cartaz é A2.

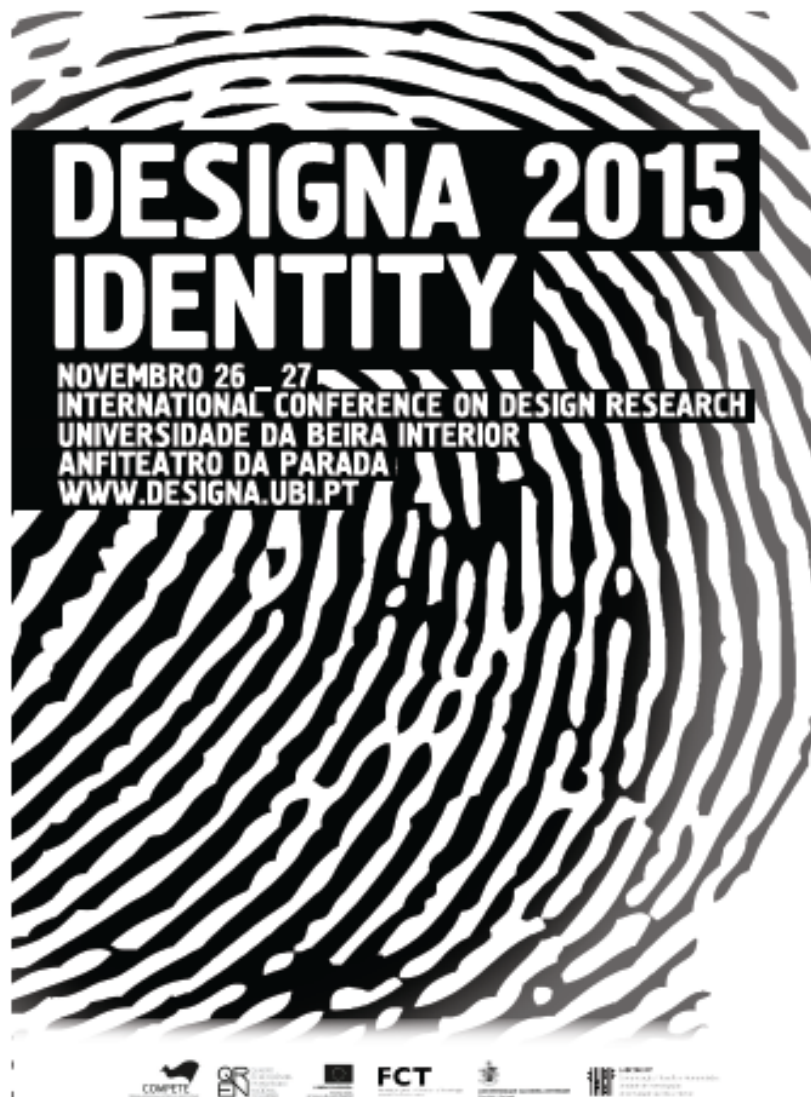
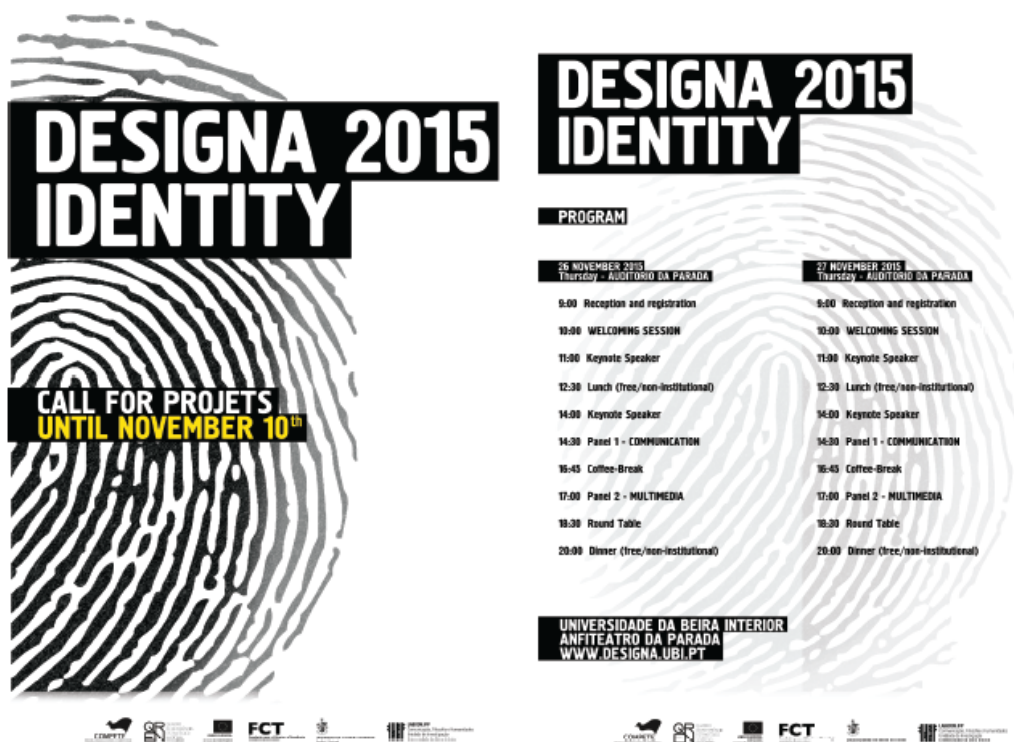


Imagem 5 - Cartaz Designa 2015

4.2.2 Flyer

O Flyer é uma ferramenta de marketing para caracterizar o evento, produto ou serviço. Desenvolvido para uma distribuição em massa, feito para ser um impresso promocional com capacidade de espalhamento e de captação de clientes, impressos normalmente em formatos pequenos como A5 e A6. O flyer da Designa 2015, é constituído pelo mesmo conceito que o cartaz, para uma melhor interligação dos diferentes suportes e com o logótipo. O flyer é composto por frente e verso para uma melhor perceção do evento, é integrado no verso o Programa da Designa 2015. No sentido de os convidados usufruírem da Conferência.



FRENTE

TRÁS

Imagem 6 - Flyer Designa 2015

4.2.3 Rollup

Rollup da Designa 2015 constitui uma semelhança ao flyer já apresentado anteriormente, a imagem de fundo, impressão digital é a que se encontra como mais referenciado no rollup, sendo a sua imagem de marca.

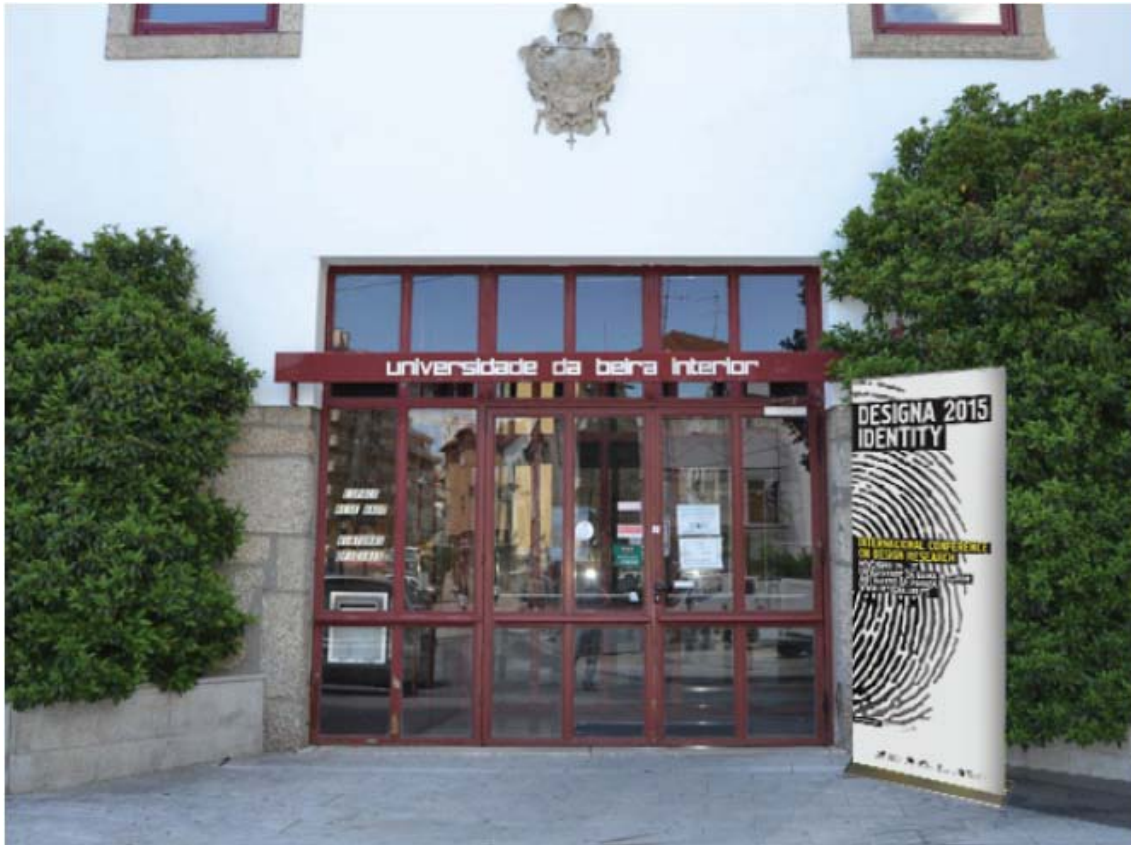


Imagem 7 - Rollup Designa 2015

4.2.4 Banner

O Banner é usado frequentemente na divulgação de eventos e conferências, é um meio comum na internet, criado para atrair convidados através de um link. Os banners são imagens desenvolvidas em formato jpg ou gif para uma melhor interligação com o utilizador. O banner, é elemento gráfico relacionado como um anúncio direcionado ao, neste caso, ao convidado, com uma capacidade muito dinâmica diferenciando-se de um anúncio impresso, como um Cartaz. Com a evolução da tecnologia esta plataforma de divulgação é cada vez mais importante nos dias de hoje, ao incluir varias animações e mudar de aparência de várias formas num só anúncio tornando-se mais atrativo para o utilizador. O Banner da Designa 2015, tem como objetivo ser utilizado na página oficial da Designa na rede social Facebook, tem uma variação de duas imagens, um contraste com o preto e branco para que o utilizador se relacione com o evento da Designa, este contém breves informações sobre o evento como o limite de inscrições mais direcionado para os oradores do evento, como quando se irá realizar a Conferência Internacional de Design.



Imagem 8 - Banner Designa 2015

4.2.5 Cartão de Identificação

Cartão de identificação é utilizado para identificar o convidado e os intervenientes na criação do evento. Permite a utilização de vários serviços com a supervisão indireta da entidade, ou instituição. A Designa 2015 concebeu cartões de identificação diferentes do habitual, com algumas parecenças aos marcadores usuais, os cartões têm o mesmo tamanho e forma para uma reutilização do cartão, como marcador. Cartão de identificação dispendo de frente e verso, onde no verso se encontra o programa e na parte da frente o Nome do evento “DESIGNA2015”, “IDENTITY”.

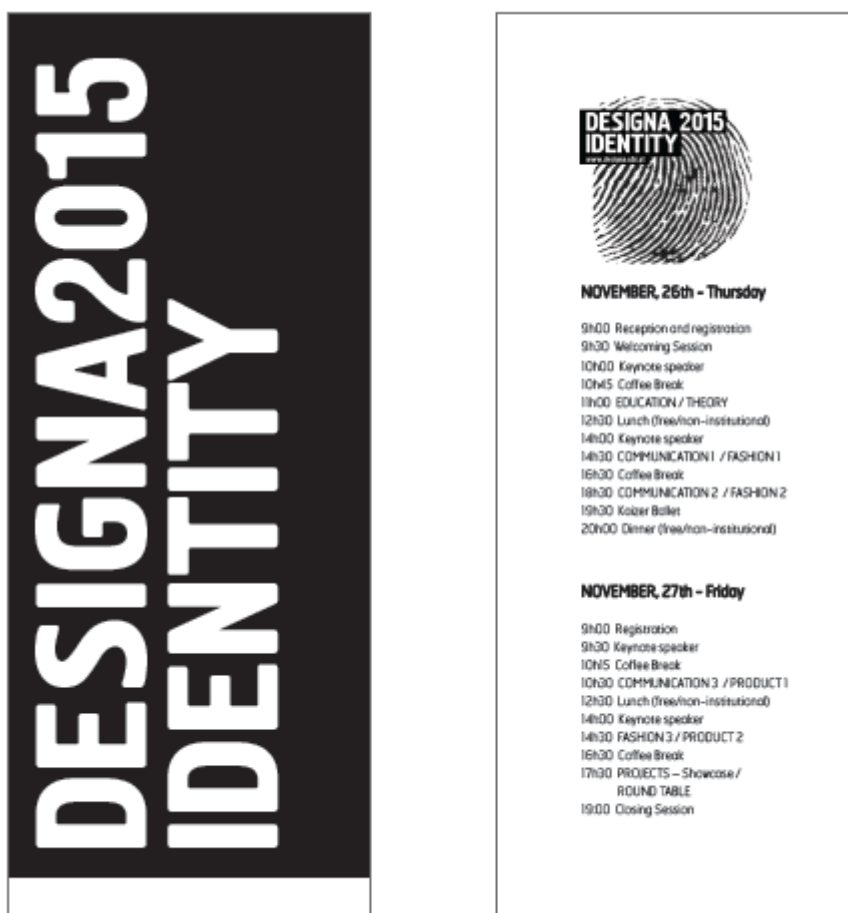


Imagem 9 - Cartão de Identificação Designa 2015

4.2.6 Marcadores

Os Marcadores considerados como um acessório muito prático de usar para quem lê livros. São concebidos marcadores para serem utilizados no Livro Book Of Abstracts no evento da Designa 2015. Ocorreu criar duas versões para os marcadores, na qual o usufruidor opta pelo que mais se identifica, para uma melhor relação com a Designa 2015.

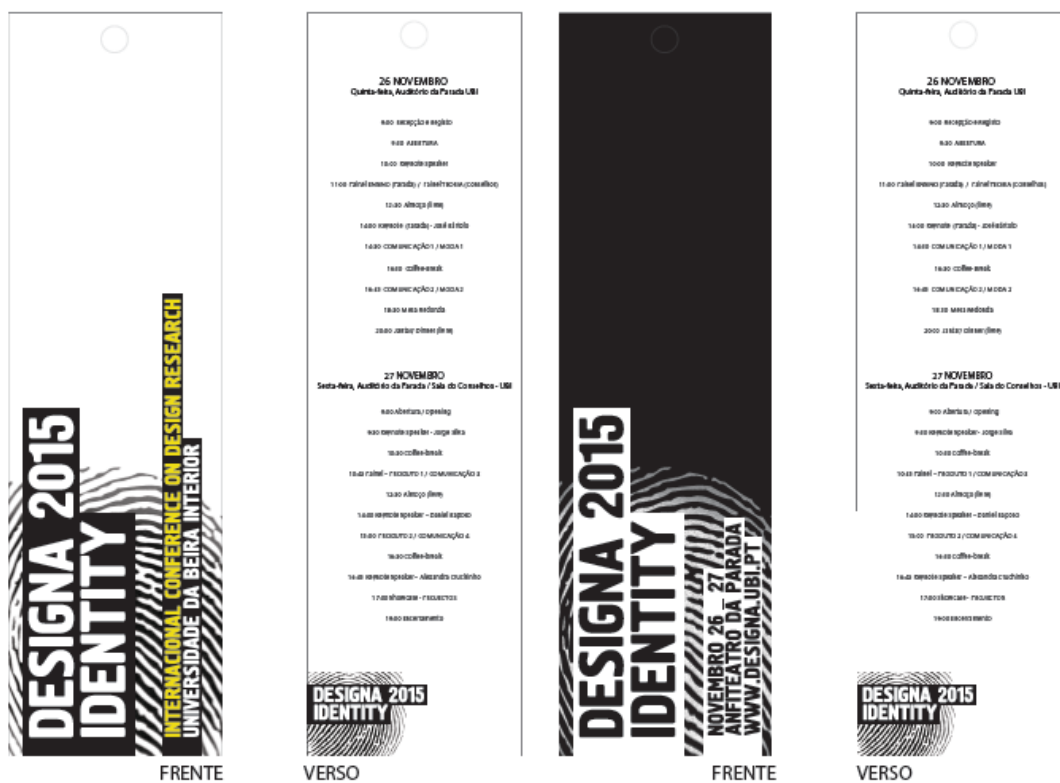


Imagem 10 - Marcadores Designa 2015

4.2.7 Sacos

Saco é utilizado para transportar quantidades reduzidas de objetos. Foi proposto criar um saco para os participantes da Designa 2015, adequado aos inúmeros artigos oferecidos pelos colaboradores da Designa. Para uma melhor organização e recordação dos artigos disponibilizados, optou-se por esse método. O saco da Designa 2015 contém uma imagem muito simplificada, da imagem de marca do evento.



Imagem 11 - Sacos Designa 2015

4.2.8 Certificado de Participação

O certificado de participação é um documento importante para eventos profissionais, como é a Designa. Elaborar uma declaração formal, com credibilidade e que tenha autoridade legal ou moral, como é o evento. A certificação deve declarar, explicitamente, se o evento é ou não verdadeiro. O Certificado de participação da Designa tem um design simples e formal, com um alinhamento com o conceito utilizado até ao momento.

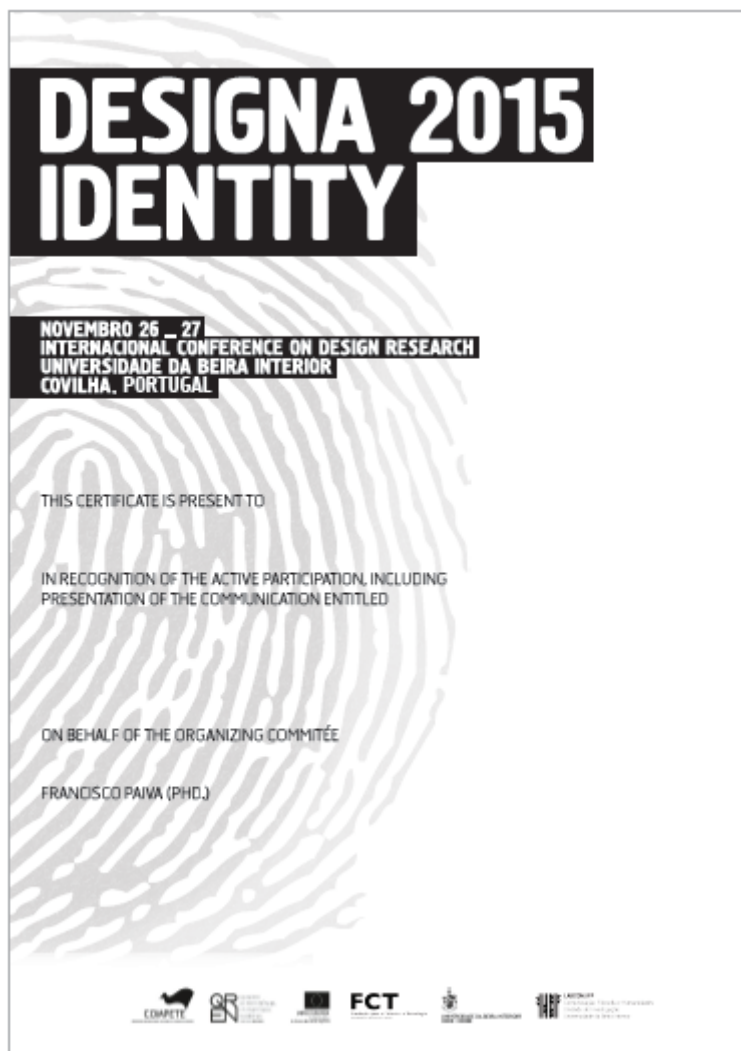


Imagem 12 - Certificados Designa 2015

4.2.9 Book Of Abstrats

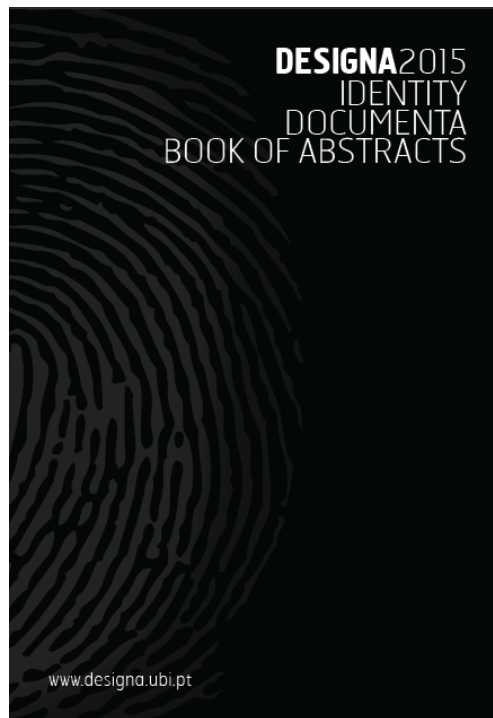


Ilustração 12 - Book of Abstracts Designa 2015

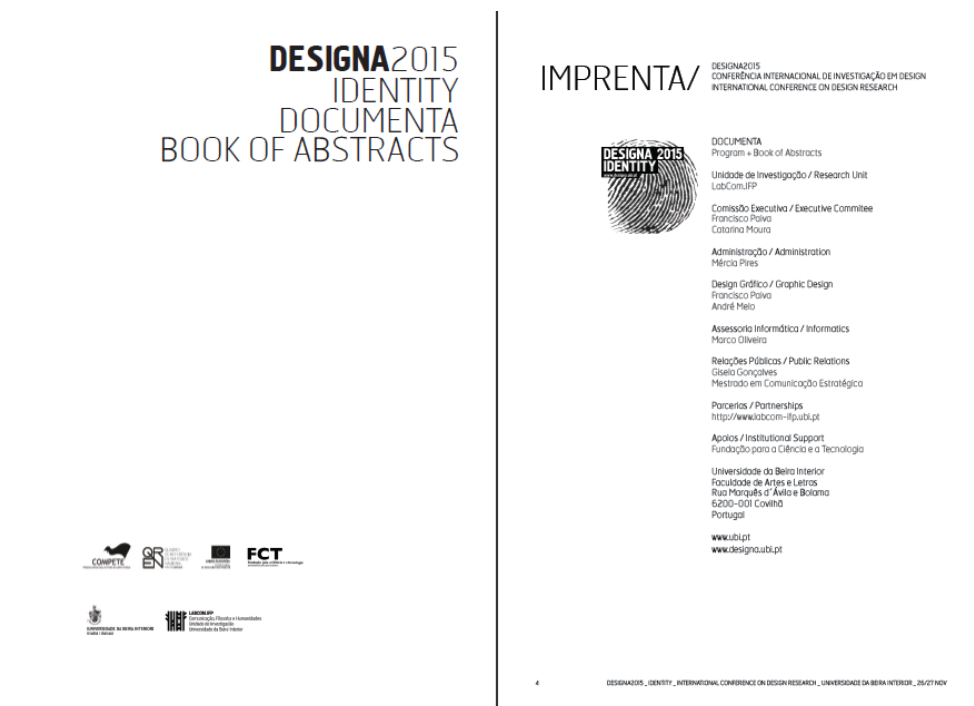


Imagem 13 - Book of Abstracts Designa 2015

9:00 Reception and Registration

9:30 Welcoming Session
 Reitor da Universidade da Beira Interior
 Presidente da Faculdade de Artes e Letras
 Presidente do Dep. Comunicação e Artes
 Director do LabComJLP
 Comissão Executiva

10:00 Keynote Speaker
 "Identities and Futures: Interrogating Design Through Critical Pedagogy"
 Aidan Rowe - Associate Professor of Design Studies (Interactive New Media) at the University of Alberta, Canada

10:45 Pausa / Coffee Break

11:00 EDUCATION / THEORY
 Venue: Auditório da Parada
 Moderação: Cláudia Teixeira

TEORIA / THEORY
 Venue: Sala dos Conselhos
 Moderação: Urbano Sidanča

ID365
 Desenho de Expressão: Um Espaço da Imaginação e da Criatividade Humana
 Fabiano dos Santos Patrício, Sílvia Barros de Held
 Universidade de São Paulo, Brazil

ID272
 Design education as a catalyst between academia and business world: the case of Wicla's bicycle saddles in cork material
 André Claro, Ermanno Avaro, Carlos Rodrigues,
 Instituto Politécnico de Viana do Castelo - Escola Superior de Tecnologias Gestão, Portugal

ID281
 O design e a gastronomia portuguesa, um contributo para a identidade local de produtos alimentares.
 Ricardo Bonacho, J. P. Martins, C. Viegas, S. Velez,
 Faculdade de Arquitectura de Lisboa, Portugal

ID339
 El surgimiento del designer
 Diego Giovanni Bermúdez Aguirre Pontificia, Universidad Javeriana Cali, Colombia

ID277
 Em busca de estratégias de reconhecimento de património cultural e identitário.
 Daniel Brandão, Nuno Duarte Martins, Cláudio Rodrigues, Instituto Politécnico do Covado e Ave, Escola Superior Artística do Porto, ID, Portugal

ID267
 O código da iconografia religiosa e a tradição da cultura popular no Brasil
 Karli Galvão, Alberto Cipriani, PUC-Rio, Brazil

ID275
 Contributos do performer e do espectador na organização do sentido de um artefacto artístico
 Lara Pires, Universidade de Lisboa, Portugal

ID285
 Dispositivos de diseño en medio de las diferencias sociales.
 Diana Castebianco, Universidad Jorge Tadeo Lozano, Colombia

ID320
 Conceitos classificatórios para a formação de identidades no campo do design
 Axel Sande, Rejane Spitz, Simone Formiga, LAE/PUC, Rio, Brazil

ID358
 Diálogos entre a memória e identidade em Lisbon Story
 Catarina Neves, LabcomJLP, Universidade da Beira Interior, Portugal

ID319
 La identidad como concepto clave de la ciudad de finales del siglo XX.
 Paula del Río Huesa, Jobo Branco, ETSAM UPM Madrid, Spain

ID340
 O quotidiano na construção do imaginário e da identidade
 Paulo Freire de Almeida, Escola de Arquitectura Universidade do Minho, Lab2PT/Portugal

ID321
 O papel da memória nos processos criativos do Design
 Mónica Rombozinho, Ana Margarida Fernandes, ESART-IPB, Portugal

12:30 Almoço (livre) / Lunch (free/non-institutional)

14:00 Keynote Speaker
 "Arquivo, memória e história do design em Portugal"
 José Bartolo - Escola Superior de Artes e Design, ESAD, Matosinhos, Portugal

14:30 COMMUNICATION 1
 (Auditório da Parada)
 Moderação: Alonso Borges

MODA T / FASHION 1
 (Sala dos Conselhos)
 Moderação: Rita Saldado

ID260
 Tipografia Digital
 Caroline F. Torres, Faculdade de Beias-Artes da Universidade de Lisboa, Portugal

ID263
 Moda: complexidade e contemporaneidade
 Amanda Queiroz Campos, Sandra Rech, Universidade do Estado de Santa Catarina, Brazil

ID269
 As affordances dos sites de redes sociais e a gestão de identidade: um estudo sobre como Facebook e LinkedIn conduzem o comportamento de sujeitos em seus cotidianos
 Thais de Oliveira Sarda, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brazil

ID264
 Genderless Fashion: O que não se pode esquecer
 Sandra Rech, Sabrina Marcon, UDESC, Brazil

ID270
 O Design como veículo de Comunicação para o desenvolvimento de uma marca de Carneja Artesanal
 Joana Ferreira, Liliana Soares, Paulo Fernandes,
 Instituto Politécnico de Viana do Castelo, Portugal

ID291
 IT - Desconstrução da Identidade na Moda
 Joana Duarte, Armando Vilas-Boas, IADE-U, Portugal


ID278
 Identidades visuais metamórficas e evolutivas: dois casos de estudo
 Daniel Brandão, Instituto Politécnico do Covado e Ave, Escola Superior Artística do Porto, ID, Nuno Duarte Martins, Instituto Politécnico do Covado e Ave, ID, Cláudio Rodrigues, Universidade do Porto, Portugal

ID303
 Inovar e tomar desejável: A reidentificação do vestuário ortopédico
 Kátia dos Santos Almeida, José Mendes Lucas, Francisco José Alvarez Perez, Universidade da Beira Interior, Portugal


ID304
 Design têxtil - a influência da moda na criação de padrões
 Ana Silva, Ana Filomena Curralo, Pedro Faria, Polytechnic Institute of Viana do Castelo, Portugal

Imagem 14 - Book of Abstracts Designa 2015


SPEAKERS



AIDAN ROWE
 Associate Professor of Design Studies (Interactive New Media) at the University of Alberta, Canada. He holds degrees from the University of Alberta, University of Westminster and Goldsmiths College, University of London. He teaches design fundamentals, interactive media, design theory, and information design. His research, curatorial and practice interests are in design and education. Recent practice-based work explores human computer interaction, net.art, and information aesthetics. Written and pedagogic work revolves around understanding and improving design education in practical and theoretical forms. He has lectured and taught design in Canada, Japan, Korea, Germany, Hong Kong, France, and the UK.




JOSÉ BARTOLO
 Coordinating Professor with Habilitation in Design. Develops Design teaching, research and curatorial activity since 1998. PhD in Communication Sciences (2006). Is chairman of the Scientific Council of ESAD Matosinhos and invited Coordinating Professor at the ESAD.ER. He is a member of the scoreboard "Architecture, Design and Urbanism" from the FCT - Foundation for Science and Technology of Portugal and member of the Evaluation Committee of the A3ES - Agency for Assessment and Accreditation of Higher Education. He is Director of the ESAD-IDEA Research in Design and Art and researcher at CEEL - Universidade Nova de Lisboa. Editor of PII, Art & Design magazine. Coordinated the collection "Portuguese Design", published in eight volumes in 2015.




HUGO CRUZ
 Co-founder and Artistic Director of PELE - Social and Cultural Contact Space; Coordinator of Operto Oppressed Theatre Center (since 2007). Was Artistic Director of Imaginaris - Intermédia Street Theatre of Santa Maria da Feira Festival. Co-Programmer of MEXE Art and Community and Forum Theatre Cycle. Member of the research project team "artistic and performative practices in the Community". Integrated into the Group "Intangible Cultural Heritage and Cultural Imaginary" of the IELT (Universidade Nova de Lisboa). Professor under the "Theatre in Context" and Coordinator of the Graduate "Theatre and Community" in the College of Music and Performing Arts School - Polytechnic Institute of Oporto (since 2009). Degree in Psychology, postgraduate in Social Theatre and Socio-Educational Intervention at the University Ramon Llull, Barcelona (2005).


SPEAKERS




ALEXANDRA CRUCHINHO
 Associate Professor in the College of Applied Arts School of the Polytechnic Institute of Castelo Branco. Researcher at CIEBA, Faculty of Fine Arts, University of Lisbon since 2007. PhD in Textile Engineering, branch Design and Management from the University of Minho with Dissertation on the subject: Design - The ongoing construction skills, concluded in 2009. Develops post-doctoral research in the area of fashion production.



DANIEL RAPOSO
 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 CIAD member; Master in Design from the University of Aveiro, with the dissertation "Management of Corporate Identity: from the sign to the code"; degree in Communication Design and Graphic Techniques at Polytechnic Institute. Member of the Scientific board of several international journals and conferences. Together with Joan Costa, coordinates the collection "Design, Communication and Advertising" of Dinilivre Editions. He has written books and articles on Visual Design and Corporate Image Identity and on typography.



JORGE DOS REIS
 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.



PEDRO SEIXO RODRIGUES
 Architect from the Lusitana University of Lisbon and freelance photographer. Interested in the rehabilitation of historic centers, worked in the Local Technical Office, responsible for the detailed plan of the historic center of Covilhã. Currently works in S2ARQ - Seixo Rodrigues Architects. Within photography, in 2010-11 attended the master course, the Kameraphoto collective. Since 1992 has documented the street-art in Lisbon, Barcelona, Bristol, Berlin, Stockholm, Buenos Aires and Paris. His photographs were published in various online editions and exhibition catalogs, including "Underdogs", the Vera Cortes gallery (Lisbon) and "Four Plans 12", the Linerama Gallery (Paris). Since 2011 is part of the organizing team of WDOL - Urban Art Festival of Covilhã.

Imagem 15 - Book of Abstracts Designa 2015

transcrição dos conceitos propostos pela imaginação e criatividade humana é de grande importância para diversas setores da economia, assim como a arte, a arquitetura, a música, o teatro, o design e outros, ou seja, todo aquele que é envolvido pela expressão de ideias e pensamentos. Nesse contexto, a criatividade pode ser considerada uma habilidade humana de caráter multidisciplinar e o desenho como ego intrínseco ao ser criativo. No presente artigo, o estudo sobre a interação desenho e processo criativo se faz relevante no sentido de analisar o desenho de expressão como meio de projeção visual e registro do infinito campo de ideias que um ser humano é capaz de gerar no início do ato criativo ou buscar soluções e respostas para um problema ou uma invenção, ideias que se não documentadas, podem ser facilmente perdidas e, por parecerem irrelevantes no início de um projeto, acabarem por esquecidas no meio de tantos outros propostas e sugestões criativas. Visa, também, o reconhecimento que busca identificar os aspectos notáveis revelados pelo emprego deste tipo de desenho vinculados aos processos criativos observados/obtidos em termos de suas modalidades, técnicas, momentos em que ocorrem no processo criativo, grau de detalhamento, precisão e impressão etc.. Ou seja, abordou o desenho de expressão como um meio de projeção visual bidimensional muito mestre da materialização do pensamento e da imaginação, visando demonstrar sua contribuição no processo criativo. Para tanto, buscou-se as direções de estudos sobre criatividade apresentadas por autores como Munir (2017), Sawyer (2012), sobre o desenho e sua aplicabilidade na habilidade criativa por Deryk (1993), Medeiros (2004) e diversos outros especialistas.

ID206
DESIGN E BEM-ESTAR. CONTRIBUIÇÃO DE UMA ESTRATÉGIA NA ALTERAÇÃO DO ESTÁDIO DE MUDANÇA DE COMPORTAMENTO EM RELAÇÃO À ATIVIDADE FÍSICA DOS JOVENS

Sílvia Soares, Faculdade de Artes e Letras da Universidade do Beira Interior, Portugal
Rui Mendonça, Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto, Portugal
Francisco Duarte, Faculdade de Ciência e Tecnologia da Universidade de Coimbra, Portugal
Rui Garganta, Faculdade de Desporto da Universidade do Porto, Portugal

Sedentarismo, Obesidade, Jovens, Design/Estratégia, Tecnologias Digitais Interativas

DESIGNARTS_DOCUMENTA_PROGRAMA_BOOK OF ABSTRACTS

O Sedentarismo e a Obesidade desafiam mundialmente a Saúde pública. O seu aumento na população infanto-juvenil está relacionado com os estilos de vida, mediante o acesso diário à web e a prática de videogames, promovendo uma crescente alienação tecnológica cujas características geracionais conduziu a ser denominada N-[net]-gen/ D-[digital]-gen (Tapscott, 2010). A promoção de um estilo de vida ativo é cada vez mais uma necessidade pois pela primeira vez, na história recente da humanidade, as novas gerações parecem estar com uma perspectiva de longevidade inferior aos seus pais (FHS, 2012). A escola é apontada como um lugar privilegiado de intervenção com programas que alicem a promoção da Atividade Física (AF) ao Design, identificado pela OMS como elemento chave, enquanto área integrante de estratégias de promoção da Saúde. O objetivo do presente estudo foi avaliar o Estado de Mudança perante a AF depois da aplicação de uma campanha stand-alone mass media de sete semanas numa escola piloto, que recorreu à comunicação transmediática e da qual fez parte um programa de intervenção em associação às tecnologias digitais interativas e gamificação, materializado num exergame. Participaram 142 jovens de ambos os sexos, entre os 12-18 anos tendo sido constituídos dois grupos experimentais: Normoponderados e com Sobrepeso e Obesos e dois de Controlo. Recorremos ao questionário "Estados de Mudança" (Prochaska, 1991) e ao teste não paramétrico de Wilcoxon para identificar eventuais mudanças. Foram registadas alterações positivas no Estado de Mudança passando de um Estado de "não praticante" para "praticante" nos grupos experimentais. Nos Grupos de Controlo não se verificaram alterações dignas de relevo.

A estratégia desenvolvida apresenta resultados francamente positivos, visto que se identifica com as motivações atuais dos jovens. Estes resultados mostram que é possível contrariar o perfil atual de Sedentarismo dos jovens no seu trabalho, através do trabalho de campo e do levantamento de aspetos relacionados com a cultura popular. Os anos 40 foram de uma extrema viragem sendo que em 1945 realizou-se um Concurso do Cartão do Turismo sendo este vencido pelo Jorge Matos Chaves, denotando uma vontade em expressar a nova identidade portuguesa. Alguns projetos realizavam um trabalho importantíssimo ao nível do levantamento.

ID261
PRODUCT DESIGN FOR NEW IDENTITY IN DEVELOPMENT OF REPELLENT APPLICATIONS

Nelson Amirim, Polytechnic Institute of Covado and Ave, Portugal
Miguel Terroso, Polytechnic Institute of Covado and Ave, Portugal, Alvaro M Sampaio University of Minho, Portugal

Product Design; Insect Repellent; Traveller; Needs Assessment; Repellent with new Identity.

The process of globalization has allowed people to travel to any place on the planet with an unprecedented speed and volume of travellers. However, a trip may result in a series of complications for human health, when destination is located in regions where insect-borne diseases are a risk, such as malaria. These scenarios imply prevention and protection actions, such as the use of repellents to avoid bites. Although the travellers, as users, presents some resistance in the use of this type of products, since the current identity of these products normally is associated to insecticides. In this context, not using repellents by the traveller exposes and increases the risk of illness. Thus, the question is how can we create and develop a new identity product for insect repellence? This paper is part of a study for the development of a product for insect repellent with a new identity, in its use and interaction with the user. The product aims to respond effectively and safely in the insect repellence and stimulate the user functional and emotional desire in their use. Thus, it is intended to minimize the risk of illness or discomfort factor. The aim of the paper is establish needs assessment with the user in order to demonstrate what are the current gaps in product repellent for personal protection of travellers.

ID268
A TAPECARIA DE PORTALEGRE: ARTESANATO E ARTE EM DESIGN DECORATIVO

Ana Albuquerque, Portugal

Identidade, Tapeçaria de Portalegre, Tapeçaria-quadro, Tradição, Decoração

34

DESIGNARTS_IDENTITY_INTERNAIONAL_CONFERENCE ON DESIGN RESEARCH_UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR_2017 NOV

PRODUTO/ PRODUCT

A manufatura de tapeçaria portalegrense vive do 18. produto característico da região transformado artesanalmente em tapeçaria e esteticamente reproduzindo obras pictóricas nacionais e internacionais. Esta complementaridade produz uma obra de arte e uma peça decorativa de espaços privados e públicos. As especificidades deste objeto de cariz cultural e identitário, marcadamente português, tornam-nos atractivos para a promoção do turismo local, regional e nacional, bem como para a história linceia. A IIE, trabalhada ainda manualmente em tecidos verticais, tem o propósito de criar um produto artístico mas também decorativo e funcional. Estará, portanto, entre três categorias: artesanato, arte e design de produto com fins ornamentais, mantendo as características técnicas num modelo de produção controlado em pequenas séries ou por encomenda. A tapeçaria portalegrense é, assim, analisada à luz do conceito tapeçaria-quadro, da introdução das belas-artes no produto artesanal com explicação da técnica e do processo de manufatura, e do relevo semiótico e antropológico da impressão digital de um produto com redesign de autor. A bibliografia produzida nos áreas da Museologia e da Sociomuseologia realçam a importância da memória (Mário Chagas), identidade e papel da tapeçaria. Também Vilém Flusser, Bernard E. Burke e Donald A. Norman, a propósito do histórico do artesanato de Portalegre (Ferrando de Azevedo et al., Secretária de Estado do Informatização e Turismo, Câmaras de Lisboa e de Portalegre) dão suporte científico. Apresenta-se, pois, um produto de tipo tradicional que incorpora a arte contemporânea, mantendo a sua unicidade e transformando-se num produto adquirido sem a perda da identidade inerente, pela qual é reconhecido no seu trabalho, através do trabalho de campo e do levantamento de aspetos relacionados com a cultura popular. Os anos 40 foram de uma extrema viragem sendo que em 1945 realizou-se um Concurso do Cartão do Turismo sendo este vencido pelo Jorge Matos Chaves, denotando uma vontade em expressar a nova identidade portuguesa. Alguns projetos realizavam um trabalho importantíssimo ao nível do levantamento.

Imagem 16 - Book of Abstracts Designa 2015

CLUSUZ é um novo projeto no mundo do eco-design, tendo como objetivo passar uma mensagem através dos seus produtos, sendo estes, de diferentes facetas de um mundo sustentável, dinamizador e criativo. A CLUSUZ combina um amor pela moda com um amor pelo design, tendo como finalidade consciencializar as pessoas para um consumo responsável, bem como para uma mudança no comportamento sócio-ambiental.

ID373
Revista I.E. – Isto é

Equipa da Revista I.E. – Isto é IPT/ Escola Superior de Tecnologia do Tomar, Departamento de Tecnologia e Artes Gráficas.

A revista I.E. – Isto é, é um projeto extra curricular, desenvolvido pelos alunos da licenciatura de Design e Tecnologia das Artes Gráficas (DTAG) onde são fletados os conhecimentos adquiridos ao longo do curso. Estes saberes são experimentados e aplicados com recurso exclusivo aos equipamentos disponíveis no departamento de artes gráficas do Instituto Politécnico do Tomar (IPT). Esta iniciativa partiu da vontade dos alunos do então Bacharelato em Tecnologia e Artes Gráficas em 1998, que conseguiram editar a revista no 0 e no 1 com intervalo de um ano. Só passados 14 anos, em 2013, foi possível voltar a editar mais um número da revista I.E., novamente com o empenho dos alunos. Esta nova edição foi tornada pública durante a DESIGNA 2013 e apresentava como principais características a interação com o leitor, através da utilização de realidade aumentada e ligações a conteúdos web através de códigos QR. A edição não foi lançada durante a ARTE 24, Simpósio de Design e Artes Gráficas. Desta vez, para além de se manter a interação com o leitor, foi possível utilizar o papel Sino Pearl Coal Mine do Fedrigoni que garante brilho mecânico, onde se imprimiu através da técnica de serigrafia com tinta prta, um padrão de conexões geométricas que se desdobra em pontos. Durante a realização da CIDAG – Conferência Internacional de Artes Gráficas, foi lançado o número quarto da revista I.E. Nesta edição, apostou-se em testar outros limites e o miolo não foi impresso em quadricromia mas sim recorrendo ao preto e cyan num dos cadernos, e ao preto e laranja fluorescente (Pantone® 804U) para os restantes. Quanto às capas, elas não foram impressas mas sim cortadas e feitas quatro versões diferentes, recorrendo a quatro tipografias criadas por alunos e ex-alunos de DTAG. No 1.º S foi possível materializar um formato diferente do habitualmente usado.

DESIGNARTS_DOCUMENTA_PROGRAMA_BOOK OF ABSTRACTS

37

IDENTITY 2015

Imagem 17 - Book of Abstracts Designa 2015

Conclusão

Primeiramente gostaria de referir que foi uma boa escolha ter optado pelo estágio curricular, pois ajudou-me a enriquecer tanto a nível pessoal como profissional. Mesmo assim as outras diversas opções não iriam ser um impedimento para o meu futuro como Designer Multimédia. Tive a oportunidade de trabalhar numa instituição notável e digna, instituição essa que me formou e me preparou para o mundo profissional.

Neste estágio curricular tive a oportunidade de trabalhar e interagir numa das melhores conferências a nível nacional de Design, respetivamente a Designa 2015, na Universidade da Beira Interior. Com este projeto pude contactar com o público e com pessoal ligadas ao Design, quer no panorama nacional como no internacional. Este projeto não se baseava apenas na vertente de Multimédia, onde sou licenciado e pretendo adquirir o grau de mestre, mas também nas diversas vertentes de design existentes na UBI, tais como, Moda e Industrial, o que fez com que ficasse com algum conhecimento nessas outras áreas.

Elaborei diversos suportes de comunicação do projeto, nomeadamente cartazes, flyer, banner, entre outros, que foram sempre aconselhados e supervisionado pelo meu orientador de estágio, o Professor Doutor Francisco Paiva. Ou seja: cumpri e dei corpo a todos os objetivos a que me propus. Da mesma forma, tive a contribuição do antigo colaborador e colega Micael Marques, que me facultou a informação referente aos anos anteriores o que me ajudou a desenvolver este projeto.

Todavia, o projeto ficou marcado por ligeiras dificuldades, dificuldades essas que foram devidas a nunca ter participado na elaboração de um projeto como este. Mesmo assim, essas dificuldades foram ultrapassadas e o projeto Designa 2015 foi bem sucedido. Fez com que adquirisse experiência e formação, o que irá enriquecer a minha instrução como Designer.

Documentos Online

Gaspar, M. (2015), 10 Fases para Criar uma Identidade Visual. Obtido em 14 de Janeiro de 2016 de Design Culture, <http://www.designculture.com.br/10-fases-para-criar-uma-identidade-visual/>;

Vito, G. (2013), A importância de uma identidade visual. Obtido em 14 de Janeiro de 2016 de Printi : <http://www.printi.com.br/blog/importancia-de-uma-identidade-visual-bem-planejada>

Gaspar, M. (2015), O que é um Logotipo?, Obtido em 16 de Janeiro de 2016 de Design Culture, <http://www.designculture.com.br/o-que-e-um-logotipo/>

Certificação, Obtido em 16 de Janeiro de 2016 de Wikipédia, a enciclopédia livre, <https://pt.wikipedia.org/wiki/Certifica%C3%A7%C3%A3o>

Logotipo, Obtido em 16 de Janeiro de 2016 de Wikipédia, a enciclopédia livre, <https://pt.wikipedia.org/wiki/Logotipo>

Labcom.IFP, Obtido em 25 de Janeiro de 2016, <http://www.labcom-ifp.ubi.pt/sub/index.php>

DESIGNA [pt] 2015, Obtido em 25 de Janeiro de 2016, <http://www.designa.ubi.pt/pt/2015>

Identidade visual, Obtido em 14 de Janeiro de 2016 de Wikipédia, a enciclopédia livre, https://pt.wikipedia.org/wiki/Identidade_visual

Cartaz, Obtido em 8 de Fevereiro de 2016 de Wikipédia, a enciclopédia livre, <https://pt.wikipedia.org/wiki/Cartaz>

O que é flyer?, Obtido em 15 de Fevereiro de 2016 de Promopress Gráfica Off-set e Digital, <http://promopress.com.br/o-que-e-flyer/>

O que são flyers? (2014), Obtido em 15 de Fevereiro de 2016 de Printi, <http://www.printi.com.br/blog/o-que-sao-flyers>

Tom Harris (2015), O que é um banner?, Obtido em 15 de Fevereiro de 2016 de ComotudoFunciona, <http://empresasefinancas.hsw.uol.com.br/banners1.htm>

Banner, Obtido em 15 de Fevereiro de 2016 de Wikipédia, a enciclopédia livre, <https://pt.wikipedia.org/wiki/Banner>

Saco de plástico, Obtido em 15 de Fevereiro de 2016 de Wikipédia, a enciclopédia livre, https://pt.wikipedia.org/wiki/Saco_de_pl%C3%A1stico

Bibliografia

Chaves, N. (1988), *La imagen corporativa*, Barcelona: Editorial Gustavo Gili, SA.

Margolin, V., Richard Buchanan, *The Idea of Design*, The MIT Press, Massachusetts: Institute of Technology Cambridge, Massachusetts 02142.

Lauer, M. & Asher, J.(1988). *Composition Research, Empirical Designs*, New York: Oxford University Press.

Lupton, E. & Phillips, J. (2008) *Diseno Gráfico, Nuevos Fundamentos*, Barcelona: Editorial Gustavo Gili, SA.

Moles, A. (1987) *O Cartaz, Debates, Comunicação*, São Paulo: Editora Perspectiva

Landa, R. (2001) *Graphic Design, Solutions, Second Edition*, OnWord Press: Thomson Learning.

Malamed , C. (2009) *Visual Language for Designers*, Rockport Publishers, inc.

Eskilson, S. (2007) *Graphic Design A New History*, Laurence King Publishing Ltd.

Goldstein, N. (1989) *Design and Composition*, Prentice-Hall, Inc.

Swann, A. (1990) *Bases Del Diseno Gráfico*, Barcelona: Editorial Gustavo Gili, SA.

Samara, T.(2007) *Publication Design Workbook, A Real-World Design Guide*, Rockport Publishers, inc.

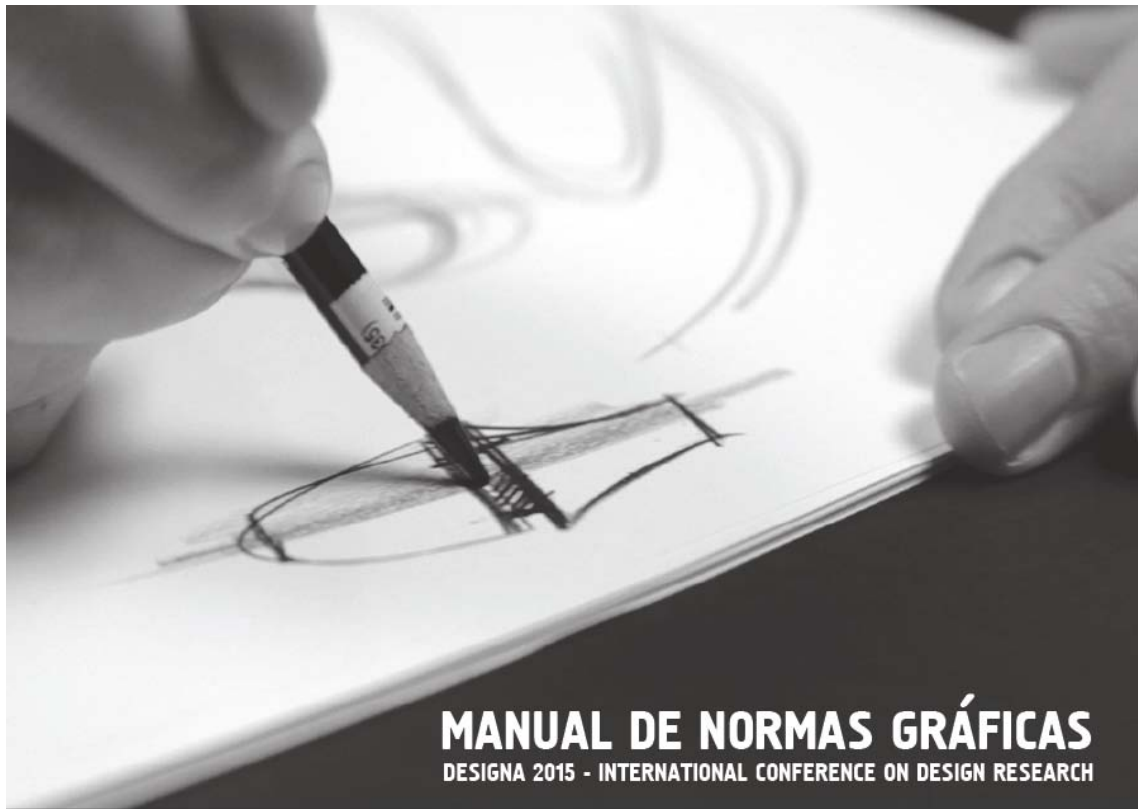
Paiva, F. & Moura, C. (2015) *Designa 2015, Identity, Proceedings*, Portugal: Serviços Gráficos da UBI

Fonte de Imagens

Imagem 1 - Conferencia Internacional (Designa 2015),
<http://labcomifp.ubi.pt/ficheiros/201512021220-designa.jpg>

Anexos

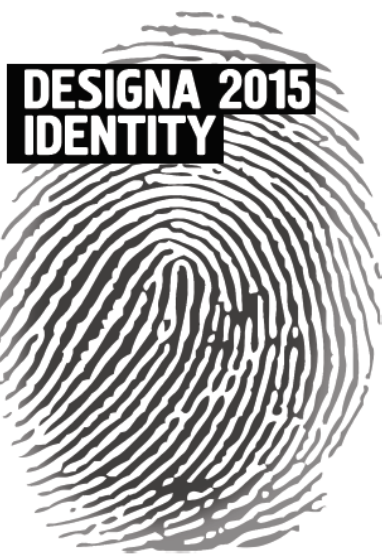
Manual de Normas Gráficas da Designa 2015



MANUAL DE NORMAS GRÁFICAS

DESIGNA 2015 - INTERNATIONAL CONFERENCE ON DESIGN RESEARCH

INDICE



DESIGNA 2015	03
IDENTIDADE	04
LOGOTIPO	05
SUPORTES DE COMUNICAÇÃO	13
CARTAZ	14
FLYER	15
ROLLUP	16
BANNER	17
CARTÃO DE IDENTIFICAÇÃO	18
MARCADORES	19
SACOS	20
CERTIFICADOS	21
FICHA TÉCNICA	22

DESIGNA 2015

O DESIGNA é uma conferência Internacional em Arte, moda, o ensino, multimédia, comunicação, produto e teoria que promove a investigação ao Design. O designa vem contribuindo, para a consolidação da Pesquisa em design tanto academicamente e socialmente como nacional e Internacional.

O DESIGNA 2015 tem o tema Identidade, reporta ao caracter das coisas, para o conjunto de características e atributos que os tornam reconhecível e singular. No campo do design o conceito de Identidade é frequentemente usada em conexão com diferenciação visual ou material de marcas, produtos e serviços, assumindo regularmente conotações mais amplas na esfera cultural. A identidade está ligada à cultura e à memória, o que significa que no campo antropológico de cultura, a identidade aproxima-se da capacidade de representar, deslocando a partir do reconhecimento imóvel da tradição à fenomenologia necessário de experiência. Este tema traduz a capacidade de interpretar e representar o Caracter dos seus usuários e destinatários. A identidade é uma montagem e geralmente o escapar da evidência da sua faceta estereotipada, ciente, no desempenho da criação de Realizar certas identidades e sua comunicação, sendo uma fonte de grandes conflitos, tornando-se objeto de prioridade de Investigação. A reflexão sobre a essência é condicionada por propriedades e depende do contexto, a língua e simbólico, reúne conceitos, estruturas e dinâmicas que é preciso compreender. Usando como temática a comunicação, multimédia, produto, moda, teoria e a educação.

IDENTIDADE

LOGOTIPO

O logótipo é constituído pelo símbolo, o nome e email como uma relação fixa, como aqui se exemplifica.

O símbolo consiste na Impressão, o nome e o descritivo são constituídos por um grupo de letras da mesma "família", formando, respectivamente as palavras "DESIGNA 2015", "IDENTITY" E "WWW.DESIGNA.UBI.PT".

Para garantir a consistência visual, o logótipo não deverá nunca ser redesenhado ou de alguma forma modificado.

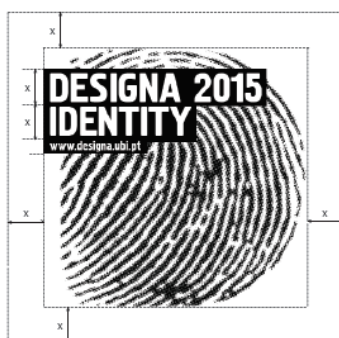
O logótipo terá de ser sempre reproduzido a partir da arte final original.



IDENTIDADE

LOGOTIPO / MARGENS DE SEGURANÇA

Para preservar a boa leitura do logótipo foi definida uma área de segurança à sua volta. Esta área tem como referência a medida "X", que corresponde à altura do nome "DESIGNA 2015" e "IDENTITY". O espaço livre mínimo ilustrado aplica-se a todas as versões da marca e destina-se a proteger o logótipo de qualquer outro elemento que esteja próximo e possa impedir ou influenciar a sua leitura e visibilidade. Sempre que possível, a margem deve ser aumentada.

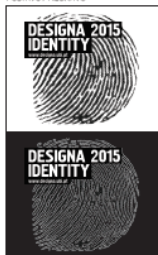


IDENTIDADE

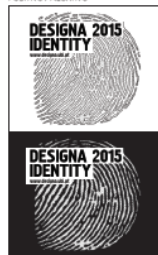
LOGOTIPO / VERSOES



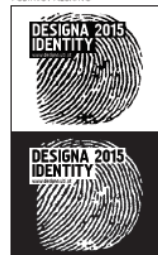
NORMAL / VERSÃO A CORES
POSITIVO / NEGATIVO



PRETO E BRANCO
POSITIVO / NEGATIVO



ALTO CONTRASTE
POSITIVO / NEGATIVO



O logótipo tem três versões oficiais: a cores, a preto e branco e de alto contraste.

Para reforçar o peso e a visibilidade do Logótipo da DESIGNA 2015, deve ser aplicada, sempre que possível, a versão a cores. Na impossibilidade de reproduzir o logótipo a cores, existem as versões a preto e branco e de alto contraste. Estas só devem ser aplicadas quando existam limitações, ou quando a técnica de reprodução o exija, salvaguardando sempre a melhor leitura do logótipo.

IDENTIDADE

LOGOTIPO / DIMENSAO MINIMA

Para garantir a legibilidade da reprodução em escalas variadas, recomenda-se que o logótipo não seja reproduzido em tamanho inferior a 42mm.



42 mm

VERSAO MINIMA NA REPRODUCAO

IDENTIDADE

LOGOTIPO / COR

As cores da Logotipo DESIGNA 2015 são o branco e o preto. O logótipo é aqui apresentado na opção preferencial, a branco e preto.



C: 0% R: 255 H: 199%
M: 0% G: 255 S: 0%
Y: 0% B: 255 B: 100%
K: 0%



C: 75% R: 0 H: 199%
M: 68% G: 0 S: 0%
Y: 67% B: 0 B: 0%
K: 90%

IDENTIDADE

LOGOTIPO / FUNDOS DE COR

As cores de fundo preferenciais para a Logotipo DESIGNA 2015, são o branco e o preto.

O princípio básico é manter a integridade cromática com o máximo de contraste possível entre o logótipo e a cor de fundo.

Estes exemplos deverão servir de guia, por forma a que a visibilidade do logótipo seja preservada.



IDENTIDADE

LOGOTIPO / FUNDOS FOTOGRÁFICOS

Não é recomendável a aplicação do logótipo sobre imagens. No entanto, sempre que se tenha que reproduzir o logótipo sobre fundos fotográficos, a sua colocação deve recair sobre as áreas da imagem que possibilitem uma boa leitura.



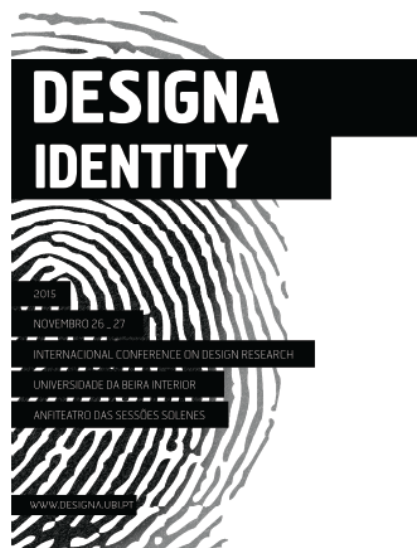
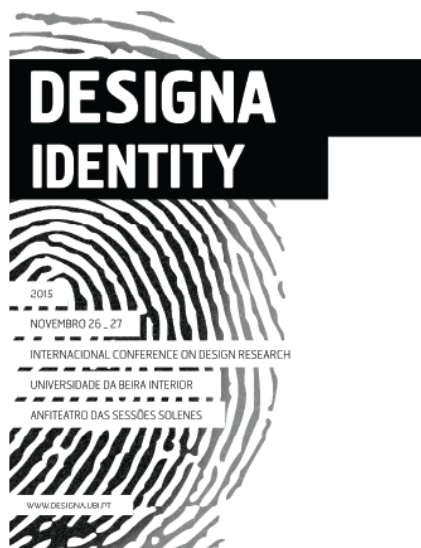
SUPORTES DE COMUNICACAO

CARTAZ



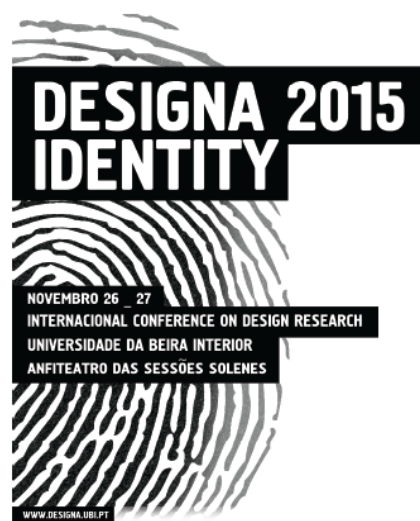
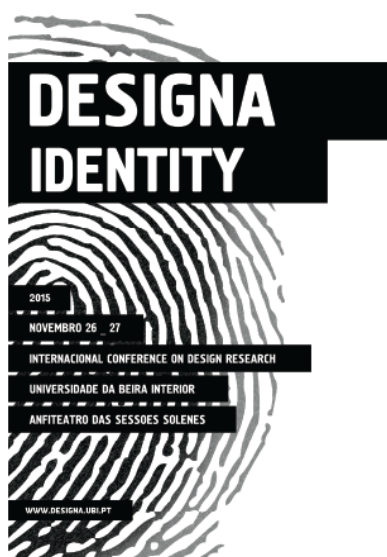
SUPORTES DE COMUNICACAO

CARTAZ



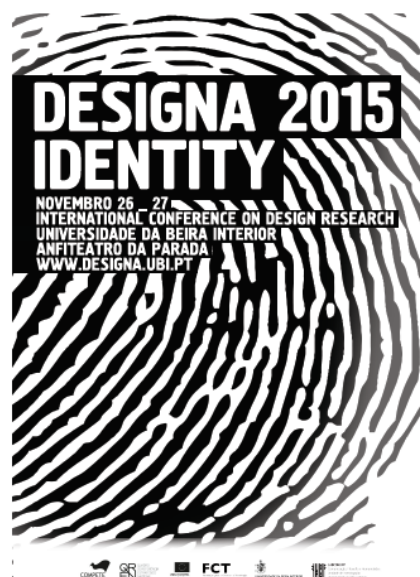
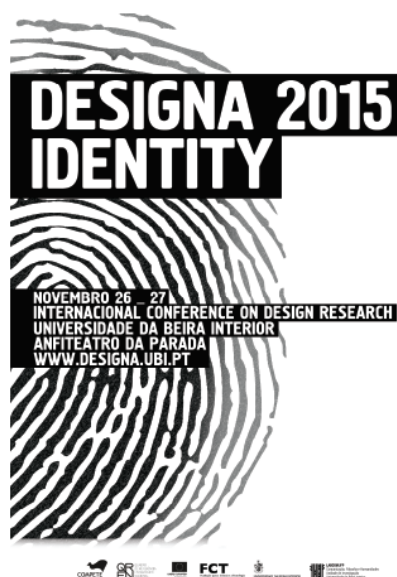
SUPORTES DE COMUNICACAO

CARTAZ



SUPORTES DE COMUNICACAO

CARTAZ



SUPORTES DE COMUNICACAO

FLYER



SUPORTES DE COMUNICACAO

FLYER

DESIGNA 2015 IDENTITY

CALL FOR PROJETS UNTIL NOVEMBER 10th

NOVEMBER 26, 27
INTERNACIONAL CONFERENCE ON DESIGN RESEARCH
UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR
AMFITEATRO DAS SESSOES SOLENES
WWW.DESIGNA.LIBPT

DESIGNA 2015 IDENTITY

PROGRAM

26 NOVEMBER 2015 Thursday - Anfiteatro das Sessões Solenes LBI	27 NOVEMBER 2015 Thursday - Anfiteatro das Sessões Solenes LBI
9:00 Reception and registration	9:00 Reception and registration
10:00 WELCOMING SESSION	10:00 WELCOMING SESSION
11:00 Keynote Speaker	11:00 Keynote Speaker
12:30 Lunch (breakfast-institutional)	12:30 Lunch (breakfast-institutional)
14:00 Keynote Speaker	14:00 Keynote Speaker
14:30 Panel 1 - COMMUNICATION	14:30 Panel 1 - COMMUNICATION
16:45 Coffee-Break	16:45 Coffee-Break
17:00 Panel 2 - MULTIMEDIA	17:00 Panel 2 - MULTIMEDIA
18:30 Round Table	18:30 Round Table
20:00 Dinner (breakfast-institutional)	20:00 Dinner (breakfast-institutional)

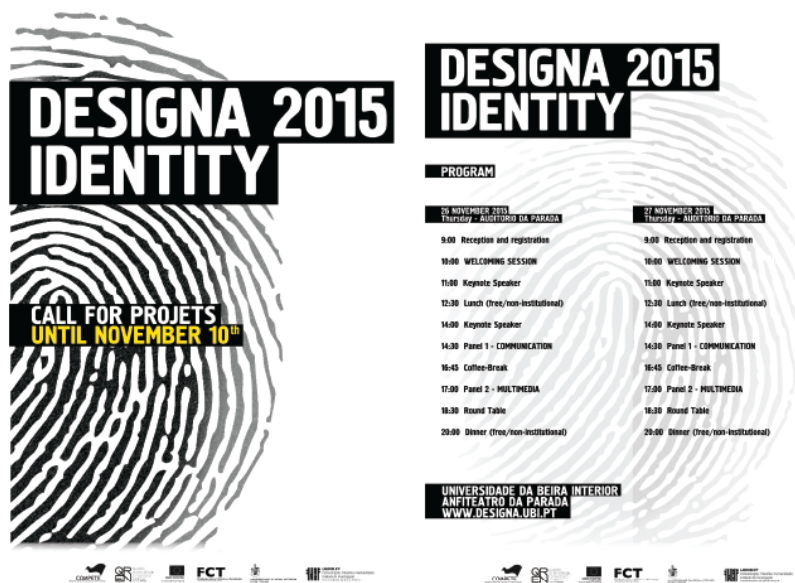
INTERNACIONAL CONFERENCE ON DESIGN RESEARCH
UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR
WWW.DESIGNA.LIBPT

FRENTE

TRÁS

SUPORTES DE COMUNICACAO

FLYER

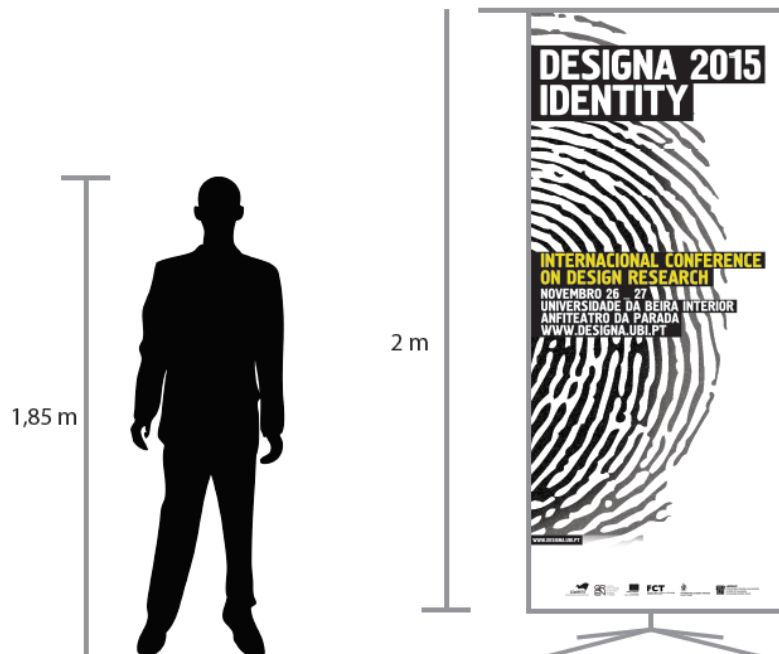


FRENTE

TRÁS

SUPORTES DE COMUNICACAO

ROLLUP



SUPORTES DE COMUNICACAO

BANNER

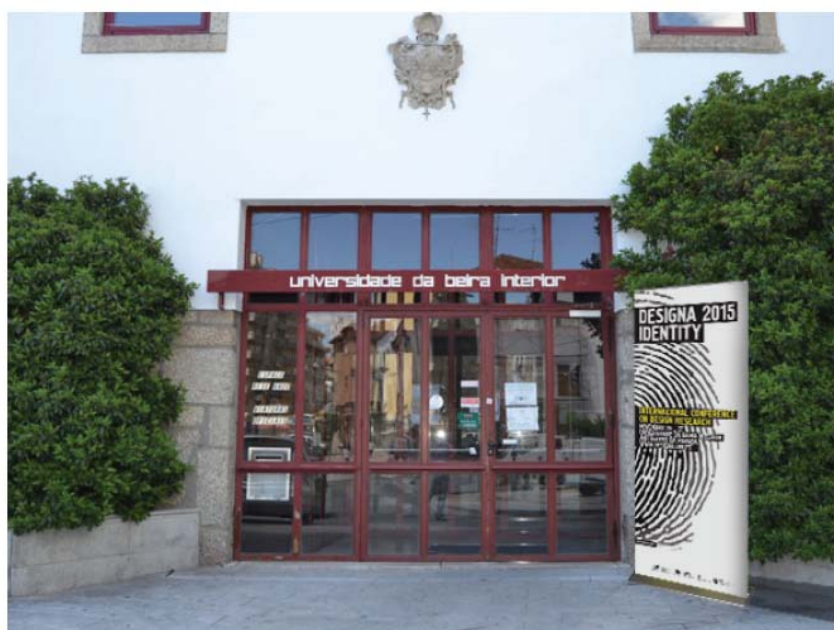


IMAGEM GIF



SUPORTES DE COMUNICACAO

ROLLUP



SUPORTES DE COMUNICACAO

CARTAO DE IDENTIFICACAO



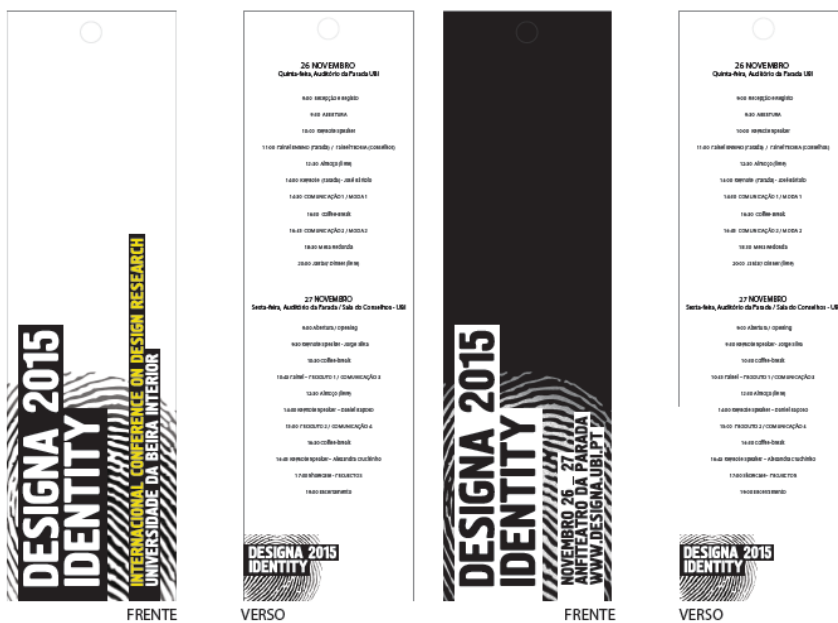
SUPORTES DE COMUNICACAO

CARTAO DE IDENTIFICACAO



SUPORTES DE COMUNICACAO

MARCADORES



SUPORTES DE COMUNICACAO

SACOS



SUPORTES DE COMUNICACAO

CERTIFICADOS

