
DESENVOLVIMENTO DE SUPORTE PARA PROTETORES AURICULARES COM FOCO ESTÉTICO-FUNCIONAL

Lucas Ferreira Néri¹; Susy Nazaré Silva Ribeiro Amantini²; Jacqueline Aparecida Gonçalves Fernandes de Castro³

¹Aluno de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – luc.neri159@gmail.com;

²Professora do curso de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB - suamantini@gmail.com;

³Professora da disciplina – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – designcali@gmail.com;

Grupo de trabalho: DESIGN

Palavras-chave: design, fonoaudiologia, saúde, adornos, tendências.

Introdução: O presente trabalho teve por objetivo desenvolver um suporte universal para protetor auricular do tipo pré-moldado de baixo custo adaptável a vários modelos aplicando tendências de acordo com as necessidades estéticas, funcionais e simbólicas dos usuários. Para sua construção foi realizada uma revisão teórica bibliográfica acerca dos tópicos pertinentes ao projeto, estudo de aspectos relacionados à moda, caracterização das necessidades do usuário e desenvolvimento do modelo conceitual utilizando como metodologia de criação o meta-projeto. Visou conscientizar o público jovem mediante a exposição à alta frequência de ruídos causados diariamente. O produto buscou estabelecer-se no mercado por meio de aplicações estético-simbólicas entregues aos usuários a fim de quebrar a resistência e o estigma do uso de protetores auriculares trazendo para uso cotidiano, extraindo dessa forma, o elemento de “estranheza” do produto caracterizando o EPI como adorno corporal, seguindo tendências da moda vinculadas ao estilo do usuário, garantindo ao produto fatores do design emocional.

Objetivos: Desenvolver um suporte de protetor auricular inovador, que seja de baixo custo, a fim de atender maior parte dos usuários.

Relevância do Estudo: Conscientizar o público jovem mediante a exposição da alta frequência de ruídos, estabelecendo o produto no mercado por meio de tendências estético-funcionais aplicadas aos usuários a fim de quebrar a resistência e o estigma do uso de protetores auriculares trazendo para uso comum.

Materiais e métodos: A pesquisa é dedutiva com característica qualitativa de natureza exploratória. Possui sua fundamentação construída por meio de um referencial bibliográfico: Tese, livros, artigos e normas. Utiliza como metodologia base o metaprojeto somado a outros elementos metodológicos de Lobach e ferramentas do design thinking.

Resultados e discussões: O suporte foi desenhado para adaptar-se aos protetores de inserção, devido sua praticidade, portabilidade e valor acessível. Segundo Gerges (2000, p.7) “Os protetores do tipo inserção são leves, mais confortáveis e fáceis de carregar e guardar, porém são difíceis de serem colocados corretamente, a pessoa que for utilizá-los, deve manter as mãos limpas.” Deste modo, o suporte tende a auxiliar sua usabilidade.

Foi notada que a tentativa de aplicar características de adorno corporal externo ao produto possui certa dificuldade inicial, pois para ser utilizado o produto deve ser aceito pelo usuário e todo seu círculo de conexões (Tribos), que por sua vez, não enxerga utilidade para ele até que sejam mostrados os riscos de sua não utilização. Silva (2005, p.7), aponta que: “os produtos de Design não podem ser totalmente compreendidos fora dos contextos sociais, económicos, políticos, culturais e tecnológicos que levaram à sua concepção e realização.”

Como base de tendência estabelecida na sociedade, este produto busca características do fenômeno dos óculos na sociedade que caracterizado por adorno externo segundo Flügel (1966 apud EMERENCIANO 2005, p.13) explicam que “Compreende as Formas de Ornamentação Externa, ou seja, a adição de roupas ou outros objetos ornamentais ao corpo. Através delas é possível obter efeitos visuais dos mais variados.” É importante ressaltar que segundo Löbach (2007, p.62):

A configuração do ambiente com critérios estéticos é importante para as relações do homem com os objetos que o rodeiam, pois a relação do homem com o ambiente artificial é tão importante para a saúde psíquica como o contato com seus semelhantes

Intencionalmente produzidas em plástico a possibilidade de aplicação de cores vivas e neutras se mostra eficaz a primeira instância quando debatidas com o público-alvo, gerando expectativas positivas aos usuários sobre qual cor poderia usar caso o produto estivesse em mãos. De acordo com Lefteri (2017): “Como um material de produção em massa, o plástico, quase que sozinho mudou a aparência do mundo, gerando produtos com uma vasta gama de cores brilhantes” Seu custo de produção em larga escala seria de baixo e permitiria atingir as expectativas visuais dos usuários com a vasta possibilidade do uso de cores.

Conclusão: No desenvolvimento do suporte auricular buscou-se cumprir aspectos estéticos e práticos. Dessa forma os objetivos foram alcançados parcialmente em relação à pesquisa e desenvolvimento de estudo, o estado do processo projetual encontra-se atualmente em etapa de desenvolvimento do protótipo.

Referências:

GERGES, Samitr N. Y. **Livro Ruído: Fundamentos e Controle.** 2. ed. Florianópolis, Sc: Nr Editora, 1998. 700 p. Disponível em: <<http://www.segurancaetrabalho.com.br/download/prot-audit-samir.pdf>>. Acesso em: 09 maio 2019.

LEFTERI, Chris. **Materiais em Design: 112 Materiais Para Design de Produtos.** São Paulo: Blücher, 2017. 256 p.

SILVA, Gabriela Jobim da. **Design 3D em Tecelagem Jacquard como ferramenta para a concepção de novos produtos:** Aplicação em Acessórios de Moda. 2005. 67 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Moda, Universidade do Minho, Braga, 2005. Cap. 2.

EMERENCIANO, Juliana. A Comunicação através das Roupas: Uma Compreensão do Design de Moda além da Superficialidade. **Revista Design em Foco:** Revista Brasileira de Pesquisa em Design, Bahia, v. 2, n. 1, p.9-25, jun. 2005. Universidade do Estado da Bahia.

LÖBACH, Bernd. **Design Industrial:** Bases para a configuração dos produtos industriais. São Paulo: Blücher, 2007. 207 p. Tradução de Freddy Van Camp

PROJETO DE INTERIORES EM CLÍNICA DE QUIMIOTERAPIA

Alice de França Barbosa¹; Jacqueline Aparecida Gonçalves Fernandes de Castro²

¹Aluna de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – alice_96@me.com;

²Professora do curso de Design– Faculdades Integradas de Bauru – FIB designcali@gmail.com

Grupo de trabalho: Design

Palavras-chave: design de interiores, quimioterapia, clínica médica, humanização.

Introdução: O tema surgiu após pesquisas feitas e diagnosticadas por visitas a esses ambientes, na parte visual estético e funcional, é obsoleto, gerando desconforto ao paciente. Esse projeto pretende agregar valor em relação ao design de interiores nos centros quimioterápicos por meio do projeto selecionado aos aspectos estéticos e funcionais. Pois um local mal planejado pode trazer um transtorno psicológico, que faça com que o paciente desista do tratamento, por conta desse desconforto.

Objetivos: Desenvolver o interior de um centro de quimioterapia em busca de melhorar os aspectos estéticos e funcionais do local, com características inovadoras e humanizadas. Buscar parâmetros como luz, cor, forma e sensação, no intuito de conforto, estudando o meio para entender as necessidades no tratamento de quimioterapia, e criar uma sala com características estéticas e funcionais.

Relevância do Estudo: Agregar valor em relação ao design de interiores nos centros quimioterápicos por meio do projeto selecionado aos aspectos estéticos e funcionais. Como já pesquisado e diagnosticado por visitas a esses ambientes.

Materiais e métodos: A pesquisa tem caráter qualitativo de tipo indutivo, de natureza experimental. Dessa forma, utilizou-se da base de revisão bibliográfica para o processo analítico, com estudos feitos a partir de livros e teses pertinentes ao assunto e para o desenvolvimento do processo projetual. Assim, para a organização do desenvolvimento do projeto, foram utilizadas algumas ferramentas a partir do que Gurgel (2017) aplica na área e Panero (2015), para antropometria, espaço e circulação.

No processo de análise fez-se um levantamento de informações para o projeto, para o alcance do objetivo proposto, contendo funcionalidade e conforto. Para o desenvolvimento do ambiente foi utilizado o software SketchUp PRO 2019, que permite criar um ambiente parametrizado, próximo à realidade, com toda a diversidade de ferramentas encontradas no mesmo.

Resultados e discussões: Após a avaliação da problemática, e apontamento das necessidades da sala de quimioterapia, foi realizada uma proposta de um ambiente amplo, claro, humanizado e que transmita conforto para o paciente que está realizando um tratamento no local. No projeto encontra-se a recepção da clínica, a sala de quimioterapia com quatro baias e um ambiente amplo com poltronas para o paciente e um acompanhante, quatro leitos para pacientes que necessitam de maca, sala de espera para acompanhantes, uma cozinha, farmácia e salas de triagem, enfermaria e emergência. Tornando, assim, um ambiente com praticidade, segurança e conforto.

O projeto apresentado foi proposto pela autora, e o local utilizado para a idealização da clínica é apenas um modelo. Teve uso do estilo *art-deco* para a harmonização do local, com detalhes sutis para tornar o ambiente mais simples, claro e sofisticado. As cores escolhidas foram o verde, que transmite saúde, alto astral, relaxamento, prosperidade, equilíbrio e

harmonia. E o marrom, que transmite conforto, estabilidade, aconchego e sofisticação. Além do uso da cor branca, que significa paz, pureza, como base, para compor o ambiente e deixá-lo mais agradável.

Conclusão: O projeto teve como objetivo criar uma proposta de clínica que tivesse todos os ambientes necessários para o conforto do paciente. A partir de pesquisas que tiveram como ângulo o design de interiores em clínicas e o estilo *Art deco*, foi criado um espaço que atende todas as necessidades dentro de uma clínica de quimioterapia, tornando o local mais seguro e prático, assim, são encontrados 14 tipos de ambientes, que são: recepção, leitos, cozinha, depósito, sala de espera, banheiros, enfermaria, emergência, triagem, sala de quimioterapia com leitos, salas de assepsia e expurgo, farmácia e área de funcionários com banheiro.

Por conseguinte, considera-se que os objetivos propostos para o projeto foram atendidos, de forma que o design de interiores atribuiu valores de funcionalidade e ergonomia no local.

Referências –

COSTI, M. **A influência da luz e da cor em salas de espera e corredores hospitalares.** Editora EDIPUCRS, 1. ed. Porto Alegre, 2002. 250 p.

GURGEL, Miriam. **Projetando espaços: design de interiores.** 6. ed. São Paulo: Senac São Paulo, 2017. 240 p.

LUNARDI, Wilson; BACKES, Dirce Stein; LUNARDI, Valéria Lerch. **A humanização hospitalar como expressão da ética.** USP - Enfermagem, 2006. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rlae/v14n1/v14n1a18.pdf> Acesso em: 20 mar. 2019.

NIEMEYER, Lucy. **Elementos de Semiótica Aplicados ao Design.** Rio de Janeiro: 2AB Editora Ltda, 2003. 76 p.

SANTOS, Mariana Cardoso Cartibani dos. **O Projeto de interiores em unidades para tratamento oncológico.** 2017. (Pós Graduação em Design de Interiores e Produção do Espaço) - Instituto de Pós-graduação e Graduação, Salvador, 2017. Disponível em: <https://www.ipog.edu.br/revista-especialize-online/edicao-n14-2017/o-projeto-de-interiores-em-unidades-para-tratamento-oncologico/> Acesso em: 24 mar. 2019.

BINHO: DESENVOLVIMENTO DE PROTÓTIPO PARA APLICATIVO COM SOLUÇÕES EM CUIDADOS PARA ANIMAIS DOMÉSTICOS

Rubens Gomes de Oliveira Leodoro¹; Nicholas Bruggner Grassi²;

¹Aluno de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – Rubens.leodoro@gmail.com;

²Professor do curso de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB - nicobgrassi@gmail.com;

Grupo de trabalho: DESIGN

Palavras-chave: Experiência do Usuário; Aplicativo; Interface do Usuário; Design centrado no Usuário; Animais de Estimação.

Introdução: Atualmente, existe uma vasta gama de aplicativos para distintos serviços no mercado. Em alguns casos, é necessária a instalação de um grupo de aplicações para um nicho ou produto, resultando na sobrecarga da capacidade de armazenamento de um dispositivo móvel. Isso também pode afetar na logística e interação quando o usuário precisa sair de uma aplicação para fazer login em outra, sendo que se os serviços forem interligados e centralizados, resultaria em uma interação mais simples e rápida, além de otimizar o espaço de armazenamento. Dessa forma, acredita-se que haveria uma retenção maior por parte dos usuários que utilizassem um aplicativo mais centralizado, fidelizando mais clientes. Devido a descentralização desse nicho de mercado, é possível notar um vínculo sazonal com a marca, já que o usuário só permanece na plataforma enquanto precisa do serviço e depois procura outra aplicação, para estar alocando o espaço e o tempo de interesse. É muito comum desenvolvedores criarem produtos e aplicações sem pensar na questão de usabilidade e experiência, resultando em frustração do usuário em ter que aprender novamente a cada produto e/ou serviço consumido, não colocar o usuário como o centro do desenvolvimento do projeto, é a dor que encontramos na maioria dos produtos desenvolvidos para atender o mercado (ILHASOFT, 2017).

Objetivos: realizar um protótipo de aplicativo que permitisse ao usuário realizar serviços de cuidados com animais domésticos (Pets), proporcionando flexibilidade, rapidez e praticidade em seu dia a dia. Nesse sentido, foi desenvolvida uma proposta de aplicativo que disponibilize os serviços já fornecidos e prestados no mercado para este público em uma única plataforma. Assim, o usuário terá acesso às clínicas, centros médicos, PetShop centers, serviços de Dog walker, adoção de Pets, denúncia de maus tratos e abandono de animais, entre outros serviços percebidos durante a pesquisa realizada neste projeto.

Relevância do Estudo: Notou-se que, a partir de uma pesquisa exploratória, os serviços para pets carecem de uma plataforma que trabalhe a integração de todos serviços já prestados em um único aplicativo.

Materiais e métodos: No processo de elaboração do produto, foi utilizado o método de análise de produtos similares e o referencial bibliográfico, feito a partir do levantamento de referências teóricas já analisadas, e publicadas por meio escritos e eletrônicos, como livros, artigos científicos e páginas de websites. O método exploratório foi realizado por meio de entrevistas, para recolher feedback do público-alvo (nesse tipo de pesquisa, os respondentes não são identificáveis, com sigilo garantido) para desenvolver o produto centrado no usuário. Sendo assim, chegou-se à conclusão de que o melhor processo metodológico é o de Pazmino (2015) partindo do briefing, moodboard, mapa mental, brainstorming, identidade visual, persona e mapa de empatia.

Resultados e discussões: Com base nos dados coletados, foi possível ter um parâmetro do público que participou da pesquisa, facilitando o desenvolvimento do protótipo do aplicativo. Inicialmente, o objetivo era abranger todas as classes de animais de estimação. Com o levantamento dos dados a respeito de qual tipo de animal de estimação os participantes têm em casa, foi possível perceber o fato de que a maioria possui cachorros e/ou gatos. Apesar disso, acredita-se ser importante trabalhar de forma uniforme para mais espécies, desmistificando assim outros tipos de pets e criando um aplicativo que atingisse todos os públicos.

Conclusão: O presente Projeto de Conclusão de Curso teve como objetivo projetar um protótipo com base no design da experiência do usuário (UX Design) e design da interface do usuário (UI Design), com a finalidade de incentivar e despertar o interesse em utilizar o aplicativo. Sendo assim, após a revisão bibliográfica com leituras relacionadas ao design de interação e experiência do usuário, foram utilizados métodos adotados por Pazmino, sendo de extrema importância para alcançar todos os objetivos propostos, como: análise de similares, moodboard, personas e mapa mental, além do desenvolvimento da identidade visual do projeto, que foi extremamente importante, pois através dela foi desenvolvido o layout deste projeto. Analisar a experiência é uma tarefa subjetiva; ao mesmo tempo em que uma pessoa pode ter facilidade em usar uma interface, outra pode achar um sistema complexo e encontrar dificuldades que, muitas vezes, durante o desenvolvimento do produto, não são percebidas. Por isso a importância de analisar não somente a usabilidade, mas outras características que abrangem a experiência como um todo. Durante o andamento da pesquisa, algumas dificuldades foram encontradas: a primeira, foi a ferramenta Formulários Google, que trouxe poucas opções de gráficos e apresentou dificuldades na contabilização das respostas. A segunda foi o software adobe XD, por ser uma ferramenta que não tinha muito conhecimento.

Referências

ALVES, Flora. Gamification: **Como criar experiências de aprendizagem engajadoras: Um guia completo: Do conceito à prática.** 2a ed. São Paulo: DVS, 2015.

CONTATO, Letícia de Carvalho. **Mercado Pet no Brasil: a evolução do setor de felinos.** Limeira, SP: [s.n.], 2014. 43 f.

NORMAN, Donald. **O Design Do Dia-a-Dia.** São Paulo: Rocco, 2006.

LÉVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática.** Trad. Carlos Irineu da Costa. – Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993.

KRUG, Steve. **Não me faça pensar.** Saraiva. 2000

PROJETO DE INTERIORES: CLÍNICA INTEGRADA PARA TRATAMENTO DE FIBROMIALGIA

Cássia Ely Leodoro Chagas Oliveira¹; Jacqueline Ap. G. F. de Castro²;

¹Aluna de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – cassia.leodoro@gmail.com;

²Professora do curso de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB designcali@gmail.com;

Grupo de trabalho: DESIGN

Palavras-chave: Design de Interiores; Clínica Médica; Fibromialgia.

Introdução: O conceito de qualquer ambiente sobre seus usuários é visível e tema de diversos estudos. Em clínicas médicas especializadas não poderia ser o oposto. Ao projetar uma clínica deve-se ter muito cuidado, pois será o local onde pessoas de diversas idades e situações sociais irão interagir e passar algum tempo de suas vidas realizando tratamentos. O projeto de uma clínica deve, portanto, estar adaptado para receber os mais diversos perfis de usuários. Normalmente atendem pacientes da cidade, mas isso não exclui a possibilidade de atendimento a residentes de outros locais. Inclusive, vê-se que, através do conceito de tratamento em um único lugar vem se permitindo a utilização por outros pacientes portadores de dor crônica.

O estudo tem como foco principal desenvolver uma clínica para o tratamento de pacientes com fibromialgia e nesse possível ambiente buscar ferramentas e técnicas para melhoria do estado do paciente e suas necessidades específicas de tratamento.

Objetivos: criar uma clínica conceitual integrada com profissionais voltados para o bem-estar e melhoria dos pacientes de fibromialgia. Assim, busca-se algo como um ambiente que envolva vários especialistas para reduzir e/ou amenizar as dores em um único espaço, já que o deslocamento para um enfermo é complicado dependendo do estágio ou intensidade da enfermidade.

Relevância do Estudo: Desenvolver um projeto que justifique os diversos tipos de tratamento para fibromialgia, que se denota em um desafio para os profissionais da saúde, pois não existe um exame específico para detecção dessa enfermidade e os medicamentos têm vários efeitos colaterais, sendo necessários tratamentos paliativos, alternativos e físicos para seu alívio ou melhora. Dessa forma percebe-se que é importante trabalhar uma gama de tratamentos para possível melhora. Sendo assim, o estudo tem uma sequência lógica para o desenvolvimento de um artigo qualificado para um processo metodológico de interiores, iniciando pelo tema, dando sequência para os campos de estudo assim como todo os aspectos ferramentais do Design de Interiores voltado a clínicas e ambientes que aspiram bem-estar e saúde.

Materiais e métodos: Os materiais utilizados no projeto após estudos e avaliações, é caracterizado pelo estilo escandinavo tendo minimalismo, simplicidade, também contemporâneo, devido as texturas, iluminação e cores cromoterapeutas, por ser um ambiente clínico/hospitalar ligado a higiene e saúde, assim como, pisos quentes (madeira), vidros, e a utilização de madeiras nos mobiliários para conforto dos usuários de acordo com a NBR 9050.

O método de pesquisa utilizado foi por meio de estudo bibliográfico pertinente ao assunto, contendo livros, teses e outras publicações sobre clínica médica, conforto ambiental, fibromialgia, Design de Interiores e Conforto, com característica qualitativa experimental. A

partir daí buscou-se por meio das metodologias de Gurgel (2017) e Panero (2015) o ideal para um ambiente integrado de saúde.

Resultados e discussões: Os resultados foram alcançados por meio de um estudo detalhado para uma clínica específica para fibromialgia um rigor em materiais específicos para dois ou três tipos de tratamento unidos para um melhor resultado em situações de dores crônicas, já que por pesquisa em artigos da área da medicina, detectou-se que a melhor alternativa, são combinações de terapias para o tratamento da doença, e uma clínica como um processo central de tratamento, seria de grande valia, já que todos os doentes analisados perceberam que uma união de tratamentos é melhor que um só tratamento. Assim, a clínica integrada seria um diferencial para o mercado atual.

Conclusão: O trabalho desenvolvido teve como objetivo criar propostas de ambientes para clínica integrada de tratamento da fibromialgia, tendo como conceito o tratamento e alívio da dor em um único lugar, não sendo necessário frequentar várias clínicas para o tratamento dessa condição.

A procura por ornamentação de interiores tem aumentado consideravelmente, já que nos ambientes tem-se a capacidade de utilizar as cores e iluminação como forma de transmitir sensações facilitando assim o tratamento e a cura de doenças.

Os estudos bibliográficos respaldaram o projeto contribuindo na hora de seu desenvolvimento, as pesquisas tiveram como cerne principal ambientes fundamentais de uma clínica voltada ao tratamento da fibromialgia, o design de ambientes com estilo escandinavo, e a integralidade.

Referências

ASSUMPÇÃO, Ana, MATSUTANI, Luciana Akemi. Introdução a Fibromialgia. MARQUES, Amélia Pasqual (Organizadora). **Fibromialgia e fisioterapia: avaliação e tratamento**. Barueri, SP: Manole, 2007.

FIELD, Charlotte e Peter. **Diseño escandinavo**. Taschen, 2002.

GUIMARÃES, Luciano. **A cor como informação: a construção biofísica, linguística e cultural da simbologia das cores**. São Paulo: Annablume, 2000.

GURGEL, Miriam. **Projetando espaços: design de interiores**. 6.ed. São Paulo. Editora Senac São Paulo, 2017.

PANERO, Julius. **Dimensionamento humano para espaços interiores**. 1. ed. São Paulo: Gustavo Gili, 2015.

TAI, Hsuan-An. **Design: conceitos e métodos**. São Paulo: Blucher, 2017.

IDENTIDADE VISUAL CORPORATIVA DE MOBILIÁRIO COM APLICAÇÃO DAS FERRAMENTAS DO DESIGN THINKING

Ana Carolina Rosa de Souza¹; Susy Nazaré Silva Ribeiro Amantini²

¹Aluna de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – acsouzadesign@gmail.com;

²Professora do curso de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB - suamantini@gmail.com;

Grupo de trabalho: DESIGN

Palavras-chave: identidade visual, branding, corporativa, design thinking

Introdução: Nesse artigo são apresentados conceitos de Identidade Visual Corporativa, bem como o branding – aplicações da identidade -, por meio das metodologias do design thinking, tendo em vista a importância do posicionamento de uma marca num mercado tão competitivo e exigente como é visto atualmente. Segundo Ferreira (2014, p. 34), quando uma empresa investe no design de uma marca é porque ela deseja aumentar o lucro, além de se posicionar de maneira diferenciada. O artigo pretende reforçar a ideia de uma Identidade Visual Corporativa embasada e bem apoiada nas metodologias do design, bem como sua interdisciplinaridade. O desafio é utilizar o design como ferramenta na gestão estratégica da empresa, bem como aplicação de identidade visual estruturada, seguindo o conceito da marca. Para Wheeler (2012) existem critérios funcionais cabíveis a marca, dentre eles ela deve ser audaciosa, adequada e de valor duradouro. Para isso, considere-se: Como é possível desenvolver uma marca que seja eficiente para as mídias utilizadas atualmente e em que medida a empresa pode se desenvolver utilizando design como elemento de base em sua gestão?

Objetivos: Aplicar as metodologias e ferramentas do design thinking no desenvolvimento de uma marca pertinente a uma empresa de mobiliário em aço e madeira para o público C. Revisar e conceituar termos ligados à identidade visual; levantar dados para construção da marca, organizar e estruturar um manual de identidade visual para uso da empresa.

Relevância do Estudo: O projeto pretende ressaltar a importância do design nas amplas áreas de atuação, revelar aos gestores o valor de uma identidade visual eficaz, aliada a marca, visto que o mercado tem-se tornado cada vez mais competitivo e globalizado, sendo assim, cada vez mais desafiador ter um diferencial eficiente.

Materiais e métodos: Com intuito de gerar e construir uma identidade visual corporativa eficiente, foram aplicadas ferramentas de pesquisas indutivas, por observação, qualitativas, prezando pela qualidade e eficiência das informações, analíticas, por meio de revisão bibliográfica, e experimental, analisando público alvo, tipo de mercado, concorrentes, posicionamento da marca e aceitação visual da identidade. No sentido de atingir os objetivos elencados para o desenvolvimento do trabalho, fora selecionado como metodologia principal o Design Thinking. Pinheiro e Alt (2011, p. 13) esclarecem que o Design Thinking já não é mais coisa de designer, no entanto, reflete a imagem essencial do Design com foco nas pessoas, utilizando conceitos das mais variadas áreas. O projeto trata-se de um estudo descritivo e, principalmente, aplicável.

Resultados e discussões: Segundo Araújo (2015) a identidade visual é a representação de um conjunto de elementos que expressa individualidade, mostrando diferencial, e tem por objetivo informar, comunicar e reforçar conceitos e valores em uma empresa, bem como seus produtos e/ou serviços prestados.

Para tanto, foi trabalhado detalhadamente os conceitos de Design Thinking, que, segundo Melo e Abelheira (2015), “é uma metodologia que aplica ferramentas do design para

solucionar problemas complexos”. Analisou-se arquétipos e personas para definição de público alvo e após essa definição, para analisar a aceitação do público quanto a aplicação da Identidade Visual, foi aplicado um questionário digital para possíveis usuários reais, o que possibilitou visualizar a aceitação do público quanto ao símbolo gráfico aplicado, dando origem a um feedback de evolução e redesign.

Conclusão: O trabalho apresenta o desenvolvimento de uma identidade visual para uma empresa de mobiliário em aço e madeira que combina o modelo artesanal de produção e a inovação industrial, que tem como objetivo despertar no usuário algo que vai além da estética e do conforto, é sobre a experiência, o desejo ligado às sensações que o uso desse produto traz. É sobre fazer com que o usuário se sinta imerso ao ambiente, pertencente e sobretudo feliz. A marca Steel Soul vem para apresentar um conceito único e livre, compondo cada ambiente de maneira marcante e inovadora.

Referências

ARAÚJO, Sharlene Melanie Martins de. **Fundamentos geométricos aplicados em design de marcas**. 2015. Dissertação (Mestrado em Gestão Estratégica do Design) – Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2015. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/132973>>. Acessado em 06 de abril de 2019.

FERREIRA, Tânia Alexandra Golçalves. **Fases de projeto de Identidade Visual Corporativa: Casos de estudo em contexto de estágio**. 2014. Dissertação (Mestrado em Design Gráfico) – Faculdade de Arquitetura da Universidade de Lisboa. Lisboa, 2014. Disponível em: <<https://repositorio.ipcb.pt/>>. Acessado em 28 de março de 2019.

MELO, Adriana; ABELHEIRA, Ricardo. **Design Thinking e Thinking Design: Metodologia, ferramentas e reflexões sobre o tema**. 1ª edição. São Paulo: Novatec Editora LTDA, 2015, p.203.

PINHEIRO, Tennyson; ALT, Luis. **Design Thinking Brasil: Empatia, colaboração e experimentação para pessoas, negócios e sociedade**. 5ª edição. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011, p.229.

WHEELER, Alina. **Design de Identidade de marca. Guia essencial para toda equipe de gestão de marcas**. 3ª edição. Porto Alegre: Editara Bookman, 2012, p. 320.

SINGELO VESTIR: A MODA SOB O OLHAR DA MODÉSTIA PARA O PÚBLICO FEMININO DA IGREJA APOSTÓLICA DO BRASIL

Pamela Cristina Pereira Santos¹; Jacqueline Aparecida Fernandes de Castro².

¹Aluna de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – pamela_pereira.01@hotmail.com.br;

²Orientadora e professora de Design– Faculdades Integradas de Bauru – designcali@gmail.com;

Grupo de trabalho: Design

Palavras-chave: Moda evangélica, modelagem brasileira, fluidez, *upcicyng*, modéstia.

Introdução: O projeto tem como função desenvolver um mix com peças básicas para o público feminino da Igreja Apostólica do Brasil, verão 2020, objetivando criar um mix com peças de vestuário feminino para mulheres de 20 a 30 anos, almejando os requisitos da classe atual da igreja, com peças fluidas e de fácil composição do mix.

Objetivos: pesquisar e desenvolver um mix de roupas para mulheres de 20 a 30 anos, sob normas da Igreja Apostólica do Brasil, com uma breve pesquisa sobre tendências, cores, texturas, formas e volumes, para o verão 2020, com modelagem fluída, uma breve descrição sobre *upcicyng* e prototipagem das peças, com expressão visual devida.

Relevância do Estudo: Observa-se na moda evangélica, poucas opções de peças de vestuário para a mulher atual, já que o meio vivido hoje se difere do meio descrito na bíblia

Materiais e métodos: A metodologia aplicada para o desenvolvimento deste projeto foi baseada em um referencial teórico com pesquisa analítica bibliográfica em artigos, livros e normas da Igreja apostólica do Brasil, sobre moda evangélica, ergonomia da indumentária feminina, modelagem industrial brasileira, tendências de cores, formas e volumes, e *upcicyng*.

Resultados e discussões: De acordo com Gonçalo (2016, p.3) a mulher evangélica tem suas vestimentas além da sua função normal:

O vestuário feminino evangélico configura-se, portanto, como um código de comunicação que não apenas distingue tais mulheres de outras, mas também as conforma enquanto grupo ou categoria social. Entretanto, há que se considerar que o consumo estético entre as mulheres protestantes não é unânime, mas distingue-se a partir de práticas estreitamente associadas a customização ou personalização, ambas como expressão de uma individualidade e/ou identidade grupal específica, onde elas “ajustam” o vestuário no intuito de adaptá-los para atender as necessidades do ambiente.

Gonçalo (2016, p.4) descreve que a modéstia ao vestir-se faz parte da simbologia da mulher evangélica tornando uma identidade. De acordo com o paragrafo único do vigésimo artigo, número um, do Regimento Interno da Igreja Apostólica do Brasil (1960):

- A) Vestir-se modestamente.
- B) Usar mangas quatro dedos ou mais abaixo do cotovelo.
- C) Usar saias ou vestidos cuja bainha fique entre quatro e oito dedos abaixo do joelho.
- D) Não usar mangas curtas.
- E) Não usar saias e vestidos acima do joelho.
- F) não usar tecidos transparentes.
- G) Não usar calças compridas, shorts, vestidos costurados ao meio.

Essas regras de vestuário foram criadas com base na Bíblia Sagrada (2009, p.1170).

Na indústria do vestuário a modelagem tem um papel fundamental, ela padroniza os tamanhos e formas no processo de seriação. A modelagem no design do vestuário trata de uma atividade que atende às necessidades de conforto, durabilidade e funcionalidade do produto. (JONES, 2005 apud. MENEZES, SPAINE, 2010, p.2).

A modelagem fluída é uma das vertentes da modelagem plana, sendo produzidas com tecidos com maleabilidade, trazendo um conforto e se “moldando” ao corpo. Essa modelagem tem como característica o caimento suave, dando leveza e movimento à peça.

De acordo com Grave (2004, p. 33), os fundamentos da modelagem plana brasileira são divididos em objetivos de plano, seções e linhas que respeitam a anatomia, investigando as necessidades, submetendo-se a atender sua função ergonômica.

Ao longo dos séculos a palavra tendência veio sendo usada, sem nem ao menos saberem seu significado. Tendência é aquilo que faz com que as pessoas sigam algo, alguém ou que tenham seu comportamento influenciado. O *Zeitgeist* é um termo da língua alemã, traduzido por “espírito” definido Goeth como um conjunto de opiniões que dominam um tempo e história percebido de maneira inconsciente, que determinam o pensamento de todos em um tempo-espaço. (SIQUEIRA, 2006)

Cor, textura, formas e volumes são tópicos para se pesquisar sobre uma tendência, o órgão que determina as tendências mundiais, é a WGSN, e seus *Coolhunters*, são quem fazem as pesquisas de mercado, estando a frente nas tendências (RIEZU, 2011). E Lara, Carneiro e Fabri (2015, p.3) contribui a roupa “*upcycled*” não é apenas uma reciclagem, mas um procedimento no qual os resíduos e produtos desgastados são reprocessados gerando novos produtos, porém com maior valor, esse com característica do tempo espaço atual.

Conclusão: Portanto conclui-se que este projeto atingiu seus objetivos com êxito, as peças de vestuário do mix já foram confeccionadas, de acordo com a proposta elaborada no início do projeto.

Referências

- GONÇALO, Rita; **Moda Church – Performances e produções estéticas do vestir feminino em igrejas evangélicas cariocas**. Mosaico – Vol. 7 – Número 11.2016 p.3 e 4.
- BÍBLIA SAGRADA. 1ª Timóteo. Tradução de João Ferreira de Almeida. Coedição Sociedade Bíblica do Brasil Casa Publicadora das Assembleias de Deus. 2009, p.1170.
- MENEZES, MARIZILDA; SPAINE, PATRÍCIA. **Modelagem Plana Industrial do Vestuário:** diretrizes para a indústria do vestuário e o ensino-aprendizado. PROJÉTICA, LONDRINA, V. 1. 2010, p. 2 e 4.
- GRAVE, FÁTIMA. Capítulo li- **Considerações proeminentes do corpo; Capítulo III- Da morfologia à ergonomia**. Zennex Publishing. 2004, p. 33.
- SIQUEIRA, CIDDA; **A Pesquisa de Tendências – uma orientação estratégica no design de joias; 7º congresso de pesquisa em design; Paraná, 2006, p.6.**
- RIEZU, Marta Dominguez. **Coolhunters: Caçadores De Tendências Na Moda**. Senac, São Paulo, Ed.1, 2011
- LARA, MARIA CLAUDIA COUGO DE; CARNEIRO, STEPHANIE CRISTINA; FABRI, HÉLCIO PRADO; 15º Colóquio de Moda – 8ª Edição Internacional 2º Congresso Brasileiro de Iniciação Científica em Design e Moda 2015, p.3.

REALIDADE AUMENTADA COMO POTENCIALIZADOR DO LIVRO INFANTIL

Ana Carolina Rodrigues¹; Nicholas Bruggner Grassi²;

¹Aluna de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – anarodriguescmr@gmail.com;

²Professor do curso de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB nicobrassi@gmail.com;

Grupo de trabalho: DESIGN

Palavras-chave: livro infantil; realidade aumentada; ilustração; animação;

Introdução: O desenvolvimento da tecnologia nos últimos anos abrangeu o leque de oportunidades para a facilidade de tarefas e atividades cotidianas. A educação sendo uma dessas, oferece diversas alternativas desde a alfabetização até o ensino superior, para que a integração do digital ao conteúdo didático incentive e auxilie o aprendizado do indivíduo. Foi utilizada então, a realidade aumentada junto com ilustrações de um livro infantil com o argumento de despertar esse interesse na leitura por meio de associação com tecnologias já presentes regularmente no cotidiano do leitor, como a realidade aumentada para provocar interesse e melhorar o interesse na leitura, que conseqüentemente gerará aprendizagem. Sendo assim o fator de surpresa e ludicidade à atividade, e usando animações e a interação da criança para desenvolver uma tarefa mais dinâmica do que a leitura por si só.

Objetivos: Explorar formas de potencializar a literatura infantil por meio da realidade aumentada, criando uma história ilustrada.

Relevância do Estudo: A Realidade Aumentada pode trazer melhorias tanto para o aprendizado, tanto quanto na motivação de aprendizagem, ajudando na compreensão e deixando os usuários mais satisfeitos e interessados em seus estudos (SOTIRIOU; BOGNER, 2008 apud. CORDEIRO, 2018). Tornar a literatura para crianças mais engajada, através do acesso da tecnologia, utilizando dos recursos da realidade aumentada, que de acordo com Oliveira e Queiroz (2012), “a ilustração passa a ser interativa, enriquecendo o prazer da leitura, trazendo algo de dentro do livro (a imagem de um marcador) para a tela do computador, gerando um atrativo visual”.

Materiais e métodos: Para a realização deste trabalho, foram utilizados alguns procedimentos metodológicos, sendo eles uma pesquisa bibliográfica de cunho exploratório, para coletar informações relevantes aos eixos teóricos e que colaborassem para o relatório, Também foi aplicada ao projeto a metodologia de Kanban, que, de acordo com Heisler (2012), seu objetivo é o controle do fluxo de atividades entre espaços de trabalho, utilizando apenas cartões de informações. Além disso, foram realizados no projeto também análise sincrônica (ou paramétrica), utilizada para comparar os produtos ou serviços que estão sendo desenvolvidos com alguns que já existem no mercado e são concorrentes (PAZMINO, 2015), e o Painel Visual do Produto (*moodboard*) que tem o princípio de “organizar um painel de produtos que estejam de acordo com a imagem a ser transmitida por ele” (PAZMINO, 2015). Na síntese projetual do presente trabalho, foram criados personagens e cenários, além de *thumbnails* e testes de cores que auxiliaram no projeto, onde foram todos criados no *Adobe Photoshop*. Para a animação e realidade aumentada foram utilizados o *Adobe After Effects* e a plataforma Artvive.

Resultados e discussões: Após a realização de todos os desenhos dos *concepts* para o livro, as páginas foram finalizadas e as animações foram alinhadas com a plataforma de realidade aumentada. A história do livro se trata da vida de Lunara, uma criança filha de cozinheiros na tentativa de cozinhar a receita especial de sua falecida mãe, que seu pai não conseguira fazer por estar triste pela morte de sua esposa. Ao tentar realizar a receita por

teimosia, ignora os avisos de seus Aletos de que não daria certo e seu orgulho a leva ao fracasso. Isso faz com que os Aletos fujam e ela recorra ao seu pai para conselhos, guiando em direção a redenção. Ela parte então para a floresta encantada e se desculpa aos companheiros, retomando com ela para casa, rumo ao final feliz.



da autora

Conclusão: O desenvolvimento do presente trabalho mostrou que é possível desenvolver um livro com a realidade aumentada, que aliada aos livros infantis pode estimular um agrupamento maior de canais para introdução do leitor, gerando assim mais motivação para as crianças e aprimoramento para a experiência do usuário (EIKSUND, 2012). Durante a pesquisa, também foi possível concluir que um livro ilustrado vai muito além de apenas ler, pois é também admirar o formato da obra, a composição das páginas, a relação da capa com o objeto, e, acima de tudo, se conectar com as representações no contexto, ou seja, todas as possibilidades podem ser abrangidas por um livro ilustrado. Notou-se também, durante o processo da criação do livro infantil, que é possível unir o avanço tecnológico em campos como a realidade aumentada, com a área de educação primária do indivíduo, possibilitando que a leitura se torne mais interessante, lúdica e atraia cada vez mais esse público infanto-juvenil, o que pode facilitar no processo de aprendizagem.

Referências

CORDEIRO, J. P. Finotti. **Uso da Realidade Aumentada como apoio ao aprendizado infantil**. 2017. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Ciência da Computação) – Faculdade de Tecnologia Ciência e Educação, São Paulo, 2017.

EIKSUND, Olaug. **Children’s Interaction with Augmented Reality Storybooks: A human computer interaction study**. 2012. Dissertação (Mestrado) - Department of Information Science and Media Studies, The University of Bergen, Noruega, 2012.

HEISLER, Paulo Alexandre et al. **Aplicação da metodologia kanban como ferramenta adaptada para gestão de “leitos” na emergência**. 2013.

OLIVEIRA, Rui de. **Breve histórico da ilustração no livro infantil e juvenil**. In: OLIVEIRA, Ieda de. O que é qualidade em ilustração no livro infantil e juvenil: com a palavra o ilustrador. 1. ed. São Paulo: editora DCL, 2008. p. 13-47.

PAZMINO, Ana Verónica. **Como se cria: 40 métodos para o design de produtos**. 2. ed. Sao Paulo: Blucher, 2015. v. 1. 278p

MATERIAL DIDÁTICO INCLUSIVO

Bruna Fernanda Ruiz¹; Gabriel Henrique Cruz Bonfim ²; Jacqueline A. G. F. de Castro³;

¹Aluna de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – brunaf.ruiz@gmail.com;

²Orientador – Faculdades Integradas de Bauru – FIB gh_@hotmail.com;

³Professora de TCC em Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB designcali@gmail.com.

Grupo de trabalho: Design

Palavras-chave: Deficiência visual, deficiência auditiva, design inclusivo, material didático, alfabetização.

Introdução: Percebe-se que para obter os materiais didáticos para crianças com necessidades especiais é difícil e os desafios aumentam quando busca-se um produto didático que inclua a deficiência visual e auditiva que possa ser adaptado para todas as crianças no ensino e alfabetização. Detectou-se que as crianças com tais deficiências são excluídas do processo de aprendizagem, além de perder a possibilidade de promover a comunicação e interação entre crianças com e sem deficiência.

Objetivos: Projetar um material paradidático que seja inclusivo, dando acesso a todas as crianças que estão entrando na alfabetização, incluindo informações adequadas de um início de aprendizagem e tendo como base os princípios do design universal.

Relevância do Estudo: Busca-se estruturar um material mais amplo de ensino, para adaptação do número máximo de crianças, que pode ser definido como um material de apoio de alfabetização e também para ser utilizado em casa, trazendo o conhecimento de uma forma geral, mostrando para as crianças a linguagem das pessoas que possui deficiências visual e auditiva. A adaptação desse material permitirá uma maior disseminação do braille e da libra e levará a um convívio geral das crianças sem ter estranheza ou incômodo entre elas. Incluindo assim as pessoas com deficiências na sociedade e dando abertura de comunicação simples entre elas.

Materiais e métodos: O projeto é construído por meio de uma revisão bibliográfica, sobre deficiências, deficiência visual, auditiva, design Inclusivo, educação Inclusiva, material didático Inclusivo, leis e normas, design e a criança usando de recursos como livros, artigos científicos da web, e algumas ferramentas de projeto de Pazmino.

Resultados e discussões: Deficiência pode ser definida como: “impedimentos de longo prazo de natureza física, mental, intelectual ou sensorial, os quais, em interação com diversas barreiras, podem obstruir sua participação plena e efetiva na sociedade em igualdade de condições com as demais pessoas” (SENADO FEDERAL, 2015, p.8).

De acordo com (DEFICIÊNCIA ONLINE, 2019, p.1, apud. Instituto Benjamin Constant, 2002) a deficiência visual é classificada entre completamente cego e pessoas com a visão reduzida. No Brasil, em meio de 2,2 milhões de pessoas (1,1% da população) tem a deficiência auditiva, que possui a menor população. Pessoas que possuem surdez nos dois ouvidos, ou surdez em um ouvido e audição reduzida no outro, ou audição reduzida em ambos os ouvidos, são consideradas deficientes auditivas (CENSO, 2010). Design Inclusivo (DU) pode ser definido, como a abordagem de projeto para o desenvolvimento de produtos e ambientes, que permitam a utilização por pessoas de todas as capacidades. Tem como principal objetivo contribuir, através da construção do meio, para a não discriminação e inclusão social de todas as pessoas (MEDEIROS; ACIOLY; SILVA, 2015 p.177, apud. SIMÕES; BISPO, 2006).

“A palavra incluir significa abranger, compreender, somar e é nisso que deve se pensar quando se fala em inclusão de pessoas com deficiência, é trazer para perto, dar a ela o direito de ter as mesmas experiências, é aceitar o diferente e também aprender com ele” (FERREIRA ; BOZZO, 2009, p.3). O material didático universal, contribui com a qualidade de vida de todos os iniciantes na alfabetização, fazendo que caminhem juntos no aprendizado. O Design centrado no usuário se preocupa com a qualidade de vida, assim procurando deixar o material didático mais capacitado para incluir todas as deficiências que possui, com as formas diferentes de comunicação e facilitar a inclusão de conteúdos acessíveis. De acordo com o MEC “Não há necessidade de planejar atividades específicas só para ela, com pequenos ajustes e adaptações pode-se incluí-la em todas as atividades desenvolvidas com as outras crianças” (MEC, 2016, p.16). Projetar para uma criança, não basta diminuir os materiais das pessoas adultas, é necessário pensar na mentalidade, seus gostos e comportamentos, pois para atrair a criança para algum material é necessário entender o que é preciso para elas. Suas atividades influenciam no desenvolvimento de crescimento. (IIDA; GUIMARÃES, 2016, p.707).

Conclusão: O projeto de conclusão de curso está em fase de prototipagem.

Referências:

SENADO FEDERAL. **Estatuto da Pessoa com Deficiência**. Brasília. Editoração eletrônica: Raphael Melleiro, 2015. Disponível em: <https://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/513623/001042393.pdf>. Acesso em: 25 de abril de 2019.

Deficienteonline.com.br. **Deficiência Visual**. Disponível em: http://www.deficienteonline.com.br/deficiencia-visual-classificacao-e-definicao_14.html. Acesso em: 20 de abril de 2019.

CENSO 2010. PNS 2013 **Em dois anos, mais da metade dos nascimentos ocorreram por cesariana**. Disponível em: <https://censo2010.ibge.gov.br/noticias-censo.html?busca=1&id=1&idnoticia=2965&t=pns-2013-dois-anos-mais-metade-nascimentos-ocorreram-cesariana&view=noticia>. Acesso em: 25 de abril de 2019.

MEDEIROS, Luana; ACIOLY, Angélica; SILVA, Renato. **Design inclusivo - uma proposta de produto para auxiliar a locomoção da criança deficiente visual**. Disponível em: <http://www.periodicos.udesc.br/index.php/hfd/article/viewFile/6624/4746>. Acesso em: 27 de abril de 2019

FERREIRA, Michele. **Inclusão de crianças com Síndrome de Down no ciclo I do ensino fundamental**. Disponível em: <http://www.unisalesiano.edu.br/encontro2009/trabalho/aceitos/CC31441044850.pdf>. Acesso em: 27 de abril de 2019.

MEC. **Educação Infantil**. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/seesp/arquivos/pdf/deficienciavisual.pdf>. Acesso em: 27 de abril de 2019.

IIDA, I.; GUIMARÃES, L. B. M. **Ergonomia: Projeto e Produtos**. p.850. 3 Ed. São Paulo: Edgard Blucher Ltda. 2016.

MODA ATEMPORAL EM BUSCA DO DESIGN CONSCIENTE

Tatiane Lascas Biscola¹; Jacqueline Ap. G. F. de Castro²

¹Aluna de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – tatilascas@gmail.com;

²Professora do curso de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – designcali@gmail.com.

Grupo de trabalho: DESIGN

Palavras-chave: design consciente, moda, atemporalidade, moda versátil.

Introdução: Devido a um padrão existente de marcas que trabalham o conceito de estações pré-estabelecidas de moda feminina, diagnosticou-se a falta de marcas que trabalham peças atemporais com valores que se encaixam ao perfil do jovem de 20 a 30 anos, com características básicas e neutras em relação a tudo que é vendido no mercado em geral. Percebeu-se um “gap” interessante de mercado. Dessa forma, busca-se a criação de um mix de peças de roupa juntamente com sua marca, manual de identidade visual e site, que sejam atemporais, com identidade visual bem demarcada e expressiva em relação ao mercado. As peças do mix estabelecem modelagem plana, básica e com expressividade neutra, feitas pensando em Design consciente. As peças devem ser vendidas em um site e desenvolvidas em grade de construção reduzida de P, M, G. Justifica-se tal percepção por meio de Costa (2015, p. 6), que disserta sobre as dificuldades da introdução de uma nova marca no mercado da moda e como a mídia implica atualmente no mercado de moda.

Objetivos: Criar um mix de peças de roupas femininas para jovens de 20 a 30 anos juntamente com a marca, manual de identidade visual e site, que sejam atemporais, neutras, buscando um Design consciente, com identidade visual demarcada e expressiva em relação ao mercado atual.

Relevância do Estudo: O cenário atual do setor da moda denota um excesso de produção, consumo e descarte de vestuário – em ritmo acelerado. O movimento *Fast Fashion* se expandiu pelo mundo e tomou uma proporção gigantesca. Diante desse tema, o consumo consciente e a aplicação do *Slow Fashion* se tornou imprescindível.

Materiais e métodos: No que concerne ao tipo de pesquisa trabalhada no projeto foi de especificidade indutiva com característica qualitativa. A natureza projetual analítica apresentou como base um referencial bibliográfico para obter resultados e entendimentos aprofundados (abrangendo teses, livros, artigos e normas da ABNT e NBR, incluindo modelagem plana feminina). A área de pesquisa de produto foi feita com aplicação experimental. Quanto a metodologia projetual utilizada no presente trabalho, se fez uso da metodologia desenvolvida por Paula Scarabelot. A mesma se divide em cinco etapas: Desenvolvimento e Conceito, Criação, Estilo, Divulgação e Entendendo a criação.

Resultados e discussões: Visando proporcionar peças atemporais, duráveis e a desacelerar a moda, de acordo com Pereira e Nogueira (2013, p. 3) no *slow fashion*: “[...] não há lançamentos constantes, pois, as peças são perenes, com modelagens cuidadosamente acertadas, com design atemporal que persistem por mais de uma estação”. A atemporalidade está completamente atrelada ao *slow fashion*. De acordo Yahn (2016) em matéria para o site *Fashion Forward*, a atemporalidade: “[...] gerou um novo pensamento pra moda que incluem a otimização de tempo e dinheiro, a criação de algo durável e autêntico, a humanização dos processos e o não desperdício (de tempo, material, trabalho, mão de obra, ansiedade, etc.)”. Que indica exatamente o que o movimento *slow fashion* visa. Fletcher (2008, p. 120) posiciona em seu livro o fato de emoções serem manifestadas por meio do vestuário. Essa necessidade emocional por bens físicos promove o consumo

inconsciente, o que acaba gerando o desperdício em grande escala. Keller (2004, p. 14) enfatiza o design como o elemento-chave: “O design, entendido como um processo de desenvolvimento de produtos, pode constituir o elemento-chave do planejamento de uma empresa, que por sua vez pode implantar a gestão do design para melhorar sua produção e tornar-se competitiva.” Assim, a gestão do design deve desenvolver a imagem da marca nos aspectos formais e estéticos e que o design aplicado à gestão de um empreendimento pode fornecer inovação e modernidade. “Dentro deste contexto, o desenvolvimento comercial da marca torna-se um dos pontos principais, sendo considerado a essência, ou seja, o estilo que será transmitido através da identidade da empresa.” Portanto, estabelecer estratégias de mercado, de criação e de produção de novas linhas de produtos, ano após ano, é prioridade da gestão do design. (KELLER, 2004, p. 24). Então, Castro (2016, p. 22) expõe que nessa comunicação visual intencional se faz necessário aplicar um modo a levar uma mensagem para um público em específico, de modo a alcançar o homem por meio dos sentidos. “Presume-se que o emissor envie mensagens e que o receptor possa recebê-las, porém, o receptor poderá não perceber o todo, por estar imerso em ambiente poluído por ‘ruídos’, que poderá alterar ou não determinadas mensagens.” Ainda é dissertado que a maneira como essa comunicação é recebida, decorre da cultura do receptor, o meio em que se encontra, e o modo como a mensagem se compõe (CASTRO, 2016, p. 24).

Conclusão: Denota-se que, por meio de uma marca, com expressão visual bem resolvida associada ao design consciente pode-se construir produtos atemporais e necessários para atual necessidade do consumidor jovem. Dessa forma, os objetivos para essa pesquisa foram amplamente alcançados e sugere-se a execução do site para geração de um próximo artigo.

Referências –

CASTRO, Jacqueline A. G. F. de. **Sistema delineador em design de superfície para significação e identidade arquitetônica corporativa.** 2016. 202. Tese – Universidade Estadual de Campinas (Faculdade de Engenharia Civil, Arquitetura e Urbanismo), 2016.

FLETCHER, K. **Sustainable Fashion & Textiles: Design Journeys.** London: Earthscan, 2011.

KELLER, Jacqueline. **Gestão do design na moda: processos que agregam valor e diferencial ao produto de moda.** 2004. Mestrado (Mídia e Conhecimento) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2004.

PEREIRA, Dilara; NOGUEIRA, Márcia. **Moda sob medida uma perspectiva do slow fashion.** Anais do 9º Colóquio de Moda. Faculdade de Tecnologia SENAI Antoine Skaf. Fortaleza (CE), 2013.

YAHN, Camila. **A moda e o tempo / o (novo) tempo da moda.** 2016 Disponível em: > <https://ffw.uol.com.br/blog/moda/a-moda-e-o-tempo-o-novo-tempo-da-moda/><. Acesso em: 11/03/2019.

CHRONOS JEWELRY - DESENVOLVIMENTO DE MATERIAIS

Daniela da Silva Costa¹; Douglas Daniel Pereira²

¹Aluna de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – dsc23.ds@gmail.com;

²Professor de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – dougdanielpereira@gmail.com;

Grupo de trabalho: Design

Palavras-chave: Design; Materiais alternativos; Compósitos; Resíduos.

Introdução: O presente trabalho visou o desenvolvimento materiais base para a produção de uma linha de adornos corporais, consistindo em testes com combinações de resíduos, buscando atingir os pontos destacados por Gomes Filho (2006), como resistência do material, a durabilidade, os processos de fabricação e viabilidade ecológica. A temática do projeto se dá devido ao grande aumento na produção de resíduos e a falta de estrutura para o descarte dos mesmos. Além disso, há um crescimento na procura por artigos “*eco-friendly*”, ou seja, artigos que poluam o mínimo possível e sejam provenientes de materiais de reuso/recicláveis, como descreve Rosa (2006). Partido dessa oportunidade de mercado foram feitos testes de compósitos, chegando ao material final composto por madeira e cerâmica, gerando um modelo para que fossem realizados testes de resistência e estética do material.

Objetivos: Testar combinações de diversos materiais provenientes de descarte, gerando um compósito que possa ser usado como base para a produção de adornos corporais.

Relevância do Estudo: Devido à crescente preocupação da população, que se torna mais consciente, passou-se a produzir produtos “*eco-friendly*”, ou seja, artigos que poluam o mínimo possível, sejam provenientes de materiais de reuso/recicláveis, passem por menos processos produtivos, passíveis de reutilização e/ou reciclagem. Partindo dessa oportunidade de mercado, o presente projeto visa criar compósitos tendo como base materiais de reuso, que proporcionem um material resistente e que possua características estéticas agradáveis, a fim de gerar um impacto de nível visceral no futuro usuário dos adornos corporais, como define Norman (2008).

Materiais e métodos: A presente pesquisa é abordada de maneira qualitativa, devido a análise das informações adquiridas em relação a oportunidade de mercado, sendo de natureza aplicada, por gerar uma linha de adornos corporais. Já em relação aos objetivos, são abordados de maneira descritiva e seus procedimentos teóricos se dão de maneira experimental e por meio da pesquisa bibliográfica. A fim de nortear o desenvolvimento dos materiais, foi realizada uma revisão bibliográfica, focando nos diversos tipos de materiais existentes, principalmente nos materiais alternativos e naturais, como define Lima (2006). Partindo dessa revisão, foi feito um levantamento de quais são os resíduos mais recorrentes na cidade de Bauru, além disso, foram coletados materiais que seriam descartados na própria faculdade e em comércios da região. Depois de separados, limpos e fotografados, os materiais foram usados em cinco combinações diferentes. O primeiro consiste na união de lâminas de madeira por meio da goma arábica, onde as camadas foram intercaladas e o material foi prensado a frio até a cura total do adesivo (aproximadamente 6 horas). No segundo, foi usada a resina epoxy e corantes naturais, a mesma foi preparada de acordo com as instruções do fabricante e foram adicionados corantes como açafraão ou urucum, porém não se obteve um corpo de prova conciso, devido a alteração das propriedades físicas da resina, impossibilitando a cura total da amostra.

Já o terceiro teste se deu por meio da junção de juta e látex, onde foram intercalados em camadas e prensados a frio até a cura total (aproximadamente 12 horas), o que acabou

gerando um material com propriedades similares ao couro. Nos dois últimos testes, a madeira foi o elemento principal, sendo unida à cerâmica com um adesivo epoxy e ao papel com cola branca. Em ambos os testes, o material foi prensado a frio até a cura total do material, aproximadamente 4 horas. Depois de produzidos e curados os corpos de prova, foi dado acabamento para que se assemelhassem as formas de adornos corporais, a fim de testar sua resistência e aparência.

Resultados e discussões: Com os testes finalizados, optou-se pelo teste de madeira e cerâmica, pois a combinação dos materiais resulta em um compósito resistente e durável, além de possuir uma estética agradável, elementos tidos como principais por Lefteri (2017) na escolha de materiais. Outros fatores que influenciaram a decisão dos materiais, foram a facilidade de manipulação e tempo de cura, pois nos outros testes não se obteve aspectos físicos e visuais agradáveis tão facilmente quanto na madeira e cerâmica, ou por causa do tempo de cura prolongado, que no corpo de prova de resina se estendeu por aproximadamente 48 horas, enquanto no material escolhido se deu em apenas 4.

Conclusão: Embora o projeto não tenha sido concluído ainda, pode-se notar que atende os objetivos propostos, obteve-se sucesso no desenvolvimento do compósito base, gerando um material resistente e visualmente agradável, podendo ser usado como material principal para o desenvolvimento de uma futura linha de adornos corporais.

Referências:

GOMES FILHO, João. **Design do objeto:** bases conceituais. São Paulo: Escrituras Editora, 2006. 256 p.

LEFTERI, Chris. **Materiais em design:** 112 materiais para design e produtos. São Paulo: Blucher, 2017. 256 p.

LIMA, Marco Antonio Magalhães. **INTRODUÇÃO AOS MATERIAIS E PROCESSOS PARA DESIGNERS.** Rio de Janeiro: Ciência Moderna Ltda., 2006. 225 p.

NORMAN, Donald A. **Design emocional:** por que adoramos (ou detestamos) os objetos do dia-a-dia. Rio de Janeiro: Rocco, 2008. 322 p.

ROSA, Ana Paula Fernandes. **Joias em aço inoxidável:** modelo para confecção artesanal de jóias. 2006. 96 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Design, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2009.

ALIMENTADOR AUTOMÁTICO COM REQUISITOS DE ERGONOMIA PET

Wesley Vinicius Terrezão¹; Douglas Daniel Pereira²;

¹Wesley Vinicius Terrezão – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – wesleyterrezao@gmail.com;

²Douglas Daniel Pereira – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – dougdanielpereira@gmail.com;

Grupo de trabalho: Design

Palavras-chave: alimentação, conforto, ergonomia, alimentador automático, pets.

Introdução: O projeto visou trabalhar um alimentador para pets, sendo interligado no bem-estar do animal de estimação, por meio das condutas e requisitos do design. Reconhecendo que os pets vivem boa parte da sua vida solitariamente em suas residências. Quando um animal se encontra solitário pode trazer muitas preocupações aos seus donos, dentre elas, a alimentação e o conforto. Pensando nisso a ergonomia pet se classificou como algo que é realmente necessário para corrigir problemas futuros e atuais, então visando resolver problemas de postura e de alimentação no próprio comedouro através da implementação de uma tecnologia antiestresse para o animal.

Objetivos: buscar o bem-estar animal promovendo um alimentador automatizado com requisitos de ergonomia pet, assim utilizar aspectos da ergonomia animal, na modelagem final do alimentador, para proporcionar melhor inclinação do pet em relação ao alimentador na hora da refeição, trabalhar requisitos base de design e proporcionar aspecto formal com intenção emocional e simbólica.

Relevância do Estudo: Mostra a importância do Design como junção de processos e métodos que se constroem juntos, o projeto se constitui em processos de racionalização, em elementos de avaliação, aplicação e de sequencias operarias, experimentações e análises e por fim métodos de criação, com um proposito final de Design.

Landim (2010, p.24) também questiona que “Os designers são os criadores do ambiente material que habitamos e, desta forma, devem ter uma visão, ou ao menos saber como deveria ser esse ambiente e qual o efeito dele sobre nossas vidas”.

Considera-se que o design voltado a animais cria mais que conceitos básicos como brinquedinhos e utensílios que são de necessidade animal, e pouco chamam a atenção humana, muita das vezes os utensílios são escolhidos por terem alguma vantagem estética que fazem esse utensilio ter um simbolismo ao humano, forçando a comprar tal peça.

Existem requisitos que são de grande importância e não chegam a ser inseridos em todos os produtos para pets, a ergonomia é algo muito importante que consiste em ter representada por promover o bem-estar e o conforto, abolindo condutas que possam machucar ou agredir o corpo conforme o tempo, a ergonomia válida tanto para humanos quanto para pets, e os pets sofrem um pouco mais que os humanos pois a ergonomia pet não é tão levada a sério quanto a ergonomia para humanos.

De acordo com o blog Ergo Design Pet (2013) “pratos elevados dessa forma são recomendados pelos veterinários para ajudar a prevenir problemas digestivos dores na coluna e artrites. A ilustração mostra a altura ideal que o pratinho da ração do cão deve ficar”, a ergonomia pet pode ser dividida em dois requisitos importantes, a ergonomia da altura que envolve a postura correta do animal.

O site AnimalArt (2019) informa que: “Alimentar-se na postura correta proporciona conforto e evita danos à saúde do animal. Uma postura correta é aquela em que ele não precisa se abaixar nem fazer grandes movimentos com o pescoço para alcançar o alimento”, e a ergonomia da alimentação que envolve como o alimentador vai ser para evitar o estresse

que o animal passa por causa dos bigodes, o ato de roçar os bigodes na tigela pode se tornar doloroso se tornando um incomodo, e muitas vezes gerar emoções negativas a os felinos deixando-os estressados e mal morados (ANIMALART, 2019).

Materiais e métodos: O projeto utilizou a metodologia de Löbach consiste em seguir as quatro fases do projeto criativo de design, análise do problema, Geração de Alternativas. Avaliação das alternativas e realização de soluções. Utilização de ferramentas de criatividade que são divididas entre as fases da metodologia, foi utilizado ferramentas de criação de Pazmino que ajudaram na geração de ideias, ferramentas que variam entre *brifieng* do produto a análise de produtos concorrentes verificando e analisando prós e contras de produtos e entre outras ferramentas.

Considerações Finais: Elaborar um projeto que envolva uma ligação entre pets e design consegue ser tornar algo de grande importância ao ponto de vista do designer, conseguir encaixar requisitos importantes como a ergonomia pet e a questão do conforto se torna algo difícil, já que o mercado não atende tais requisitos, ter em mente que a ergonomia pet é importante e fundamental a todos que possuem um animal de estimação, a ergonomia pet é responsável pela correção de problemas atuais e futuros promovendo o bem-estar e o conforto que o pet necessita, o design de produto consegue resolver todos esses problemas junto com a ergonomia, fazendo com que ela se encaixe por meio das diretrizes do design, conseguindo com que o objeto tenha recursos e requisitos que conseguiram promover uma melhoria de vida tanto para o pet quanto para o ser humano.

Referências

LANDIM, Paula Cruz. **Design, empresa, sociedade** [online]. São Paulo: Editora UNESP; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2010 p. 21 22 23 24 disponível em: <http://books.scielo.org/id/vtxgm/pdf/landim-9788579830938.pdf> Acesso: 05/04/2019

BEMGLÔ - **Design para pets:** seu animal mais feliz 19/02/2017 disponível em: <https://blog.bemglo.com/design-para-pets-seu-animal-mais-feliz/> acesso em: 31/03/2017

CNDL - 61% dos donos de animais de estimação veem seus pets como um membro da família; gasto mensal é de R\$189, em média (19/09/2017) Disponível em: <http://site.cndl.org.br/61-dos-donos-de-animais-de-estimacao-veem-seus-pets-como-um-membro-da-familia-gasto-mensal-e-de-r189-em-media/> Acesso: 06/04/2019

ANIMALART - **Ergonomia animal:** gato e cachorro (2019) Disponível em: <https://www.animalart.com.br/comedouro-gatos/> Acesso: 03/06/2019

ERGO-DESIGN - PET: produtos para Animais Domésticos!(24/07/2013) Disponível em: <https://ergodesignpet.wordpress.com/2013/07/24/ergonomia-para-cachorro/> Acesso: 01/04/2019

CRIAÇÃO DE UMA PERSONAGEM FEMININA PARA SENSAÇÃO DE PERTENCIMENTO DAS MULHERES EM JOGOS

Larissa Campos¹; Douglas Daniel Pereira²,

¹Aluna de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – larissa.maria10@yahoo.com.br;

²Professor do curso de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – dougdanielpereira@gmail.com

Grupo de trabalho: Design

Palavras-chave: Representatividade, figura feminina, design de personagens, *concept art*, *League of legends*.

Introdução: Na indústria dos jogos é comum encontra-se personagens idealizados e distantes da maioria da população que não representa os jogadores. Isso se nota principalmente na maioria dos games, os quais tem protagonistas em sua maioria homens, já que as mulheres são deixadas com papéis secundários de interesse amoroso ou donzelas em perigo. Esse problema se estende ainda mais em questões raciais e pessoas com deficiência.

Objetivos: Criar uma personagem que vise inclusão social, fora dos padrões da indústria assim para possibilitar estímulos de mudança nela mesma, pois os jogadores irão se sentir mais inclusos.

Relevância do Estudo: A identificação do jogador aos protagonistas de games deveria ser melhor trabalhada, para melhorar imersão aos jogos, porém as produtoras de jogos continuam a cometer os mesmos erros usando o padrão de homem branco e jovem, ignorando toda a variedade de consumidores, impossibilitando o pertencimento e aumentando estereótipos. Sampaio (2007) considera possíveis impactos sociais quando cria-se algo, já que a representação deve ser uma das primeiras observações e fazê-la de forma que agrade o público, pois a obra poderá influenciar em sentidos negativos e degradantes apenas reforçando os estereótipos já estabelecidos. Essa falta de representação pode afetar como os jogadores se veem, reforçando ainda mais os estereótipos, Gao, Min e Shih (2017) descobriram que mulheres costumam jogar de forma defensiva utilizando das classes tanque e suporte por medo de serem criticadas. O pertencimento ao jogo, a imersão acontece no mundo físico e também no virtual, por isso Scheel (2008) define três razões do motivo de criar comunidades dentro do jogo como um game designer:

1. Se sentir parte da comunidade preenche uma necessidade social, as quais são muito poderosas.
2. Maior período de contágio, isto é, quanto maior o número de jogadores interessados, maior será o tempo que se dedicarão ao jogo, sendo com os amigos por exemplo.
3. Mais horas de jogo, quando há companhia, a comunidade continua engajada e propensa a passar mais tempo mesmo que o jogo já não seja grande coisa.

“A arte do design de personagens não é mais nem menos do que criar alguém ou algo que, tomado no contexto do seu ambiente, irá suscitar uma crença, reação ou expectativa do público sobre a composição física, disposição e personalidade da criação” (SEEGMILLER, 2007, p. 06)

Uma história é necessária na criação de um personagem, mesmo que ela não seja revelada é importante para a profundidade, consistência e personalidade, evitando que o personagem seja “raso”, dando assim complexidade e tridimensionalidade, pois quem são, o que fazem e porque fazem definem facilmente suas ações (TAKAHASHI e ANDREO, 2011)

Materiais e métodos: Primeiramente para o imbasamento fez-se análise bibliográfica por meio de livros, artigos e dissertações. Na sequência o projeto foi desenvolvido com uma serie de ferramentas do design, *sketches*, *moodboard*, *scamper*, painel semântico, matriz morfológica, checklist, matriz de decisão.

Resultados e discussões: Desde o início foi pensado em um modelo de personagem feminino, com característica tempo e espaço. Na sequência de um checklist para monitorar o progresso feito, veio a ferramenta moodboard para realizar mais detalhes nos sketches. Sua aparência foi definida, com intenção universal, já que o design convencional é mais recatado e neutro. Na próxima fase criou-se a skin para a personagem, com tema de dia das bruxas que foi feito com a ajuda do scamper, painel semântico e matriz morfológica. No processo de síntese projetual elaborou-se um modelo de matriz de decisão, na qual algumas pessoas (jogadores e não jogadores), puderam organizar suas versões preferidas do design original e da skin para a personagem, assim definindo versões mais agradáveis e podendo perceber a diferença na decisão dos jogadores e não jogadores. O mais interessante foi notar que os jogadores em sua maioria escolheram a mesma opção em primeiro lugar, enquanto não jogadores deixaram a mesma opção do 4º até o 7º lugar. Outro resultado interessante é perceber que os participantes escolheram uma versão “média”, não muito feminina e nem muito masculina (possui cabelo longo, usa chapéu, sobretudo, saia de médio comprimento e é plus size), mostrando que independente do gênero dos participantes, a versão mais interessante para eles não foi algo que faz a imagem da mulher seguir padrões (princesa, vestido, pouca roupa) e nem algo que sai totalmente dele e vai para o masculino (calça, cabelo curto, musculosa).

Conclusão: O interesse por personagens diferentes do que é comum na mídia é grande, e criar personagens com esse atrativo pode estimular mais os jogadores a fazerem parte da comunidade de um jogo, podendo atrair não jogadores a experimentar também. Assim aumentando o acolhimento e representação, a representatividade estigmatizada pode diminuir comportamentos tóxicos em relação a diferentes culturas, gêneros e raças.

Referências

GAO, G.; MIN, A.; SHIH, P. **Gendered design bias: gender differences of in-game character choice and playing style in league of legends**. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/319839481_Gendered_Design_Bias_Gender_Differences_of_In-Game_Character_Choice_and_Playing_Style_in_League_of_Legends. Publicação: 2017. Acesso em: 16 abr. 2019.

SAMPAIO, Anna Carolina **Faberwartz**. 2015. 94. Projeto de conclusão de curso - Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Bauru, 2015.

SCHELL, J. **The art of game design a book of lenses, second edition**. Burlington: Elsevier Inc, 2008.

SEEGMILLER, D. **Digital character painting using photoshop ® cs3**. Massachusetts: Charles River Media, 2007.

TAKAHASHI, K. P.; CASTRO, M. **Desenvolvimento de concept art para personagens**. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/327074173_Desenvolvimento_de_Concept_Art_para_Personagens. Publicação: 2011. Acesso em: 16 abr. 2019.

SAINDO DA CAIXA: JOGO INFANTIL INFORMACIONAL COM RA E IMPRESSÃO 3D PARA IMERSÃO NO MUNDO DOS INSETOS.

Larissa Maria Moreira Rodrigues¹; Nicholas Bruggner Grassi²

¹Aluna de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – lary.mmr@hotmail.com; ²Professor do curso de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB nicobgrassi@gmail.com.

Grupo de trabalho: Design

Palavras-chave: Design thinking, experiência do usuário; impressão 3D; meio ambiente.

Introdução: Os jogos não são apenas uma fonte de diversão, mas de aprendizado e ao tratar de crianças esse método de ensino tende a ser mais efetivo. Porém, as crianças já não mais se encantam com qualquer tipo de brincadeira ou brinquedo. Foi unindo essa ideia à vontade de trazer um pouco de conhecimento sobre o universo dos insetos para as crianças, que o projeto surgiu. São peças com formatos básicos geométricos, impressas em 3D com encaixes que podem ser abertas e fechadas, escondendo dentro delas um inseto também em 3D que tem o intuito de ser colecionável e transmitir uma animação interativa e informacional através da realidade aumentada. Tal tecnologia foi escolhida com embasamento na afirmação de SILVA, Gesteira Tarsila (2012, p.34), que afirma que “as qualidades únicas dos mundos virtuais 3D permitem oportunidades para experiências sensoriais imersivas, contextos e atividades para o aprendizado experimental”.

Objetivos: dirigir um projeto de impressão 3D e uma animação de um brinquedo misto (analógico e digital), tendo como principal público, crianças de 03 a 04 anos, onde o maior objetivo é incentivá-las e educá-las sobre a importância de insetos e outros pequenos animais para o equilíbrio do meio ambiente. Tendo em vista tal objetivo, serão utilizadas ferramentas de “RA, UX” e “Design Thinking” para o desenvolvimento e análise de eficiência do mesmo.

Relevância do Estudo: Poucas pessoas possuem conhecimento a respeito da importância e influência dos insetos no meio ambiente e conseqüentemente não sabem das funções desses pequenos animais na manutenção. É importante que exista tal conscientização desde a infância, podendo ser de forma lúdica, tornando o assunto mais atrativo, agradável e divertido. Além disso, familiarizar as crianças com tais animais desde cedo, provavelmente ajude a construir nelas um maior respeito pela natureza no decorrer dos anos.

É fato inegável que dentre esses animais, muitos atuam como pragas ou até mesmo transmissores de doenças, porém, DOUROJEANNI (2006, p.3) indaga:

Mas, quantos dos insetos são daninhos ao ser humano? Quantos são úteis em mil e uma formas que em geral se ignora? A resposta é que do milhão de espécies conhecidas e dos muitos milhões de espécies desconhecidas, a imensa maioria não só é inofensiva para os humanos, senão que é útil para manter a vida no planeta. Os insetos, entre todos os animais, devem ser os que mais decisivamente contribuem para a manutenção do equilíbrio natural. Sem eles é provável que nem sequer existissem todas as espécies de plantas que hoje existem, pois umas poucas dominariam e porque sem polinização muitas outras não se reproduziriam.

Visando o problema da falta de informação existente, o projeto visa auxiliar na introdução e imersão das crianças nesse vasto universo através da utilização da tecnologia da realidade aumentada que segundo Zorzal, et. al. (2008) proporciona maior realismo e interação, portanto, facilita e traz melhorias no processo de aprendizagem.

Materiais e métodos: Pesquisa aplicada de caráter analítico e abordagem qualitativa, teve por base revisões bibliográficas para entendimento aprofundado sobre realidade aumentada, experiência do usuário e design thinking. Para isso, se fez uso de livros, teses, artigos e normas da ABNT. A fim de adquirir informações a respeito das experiências

realizadas com o usuário através do produto, utilizou-se a aplicação experimental. No que diz respeito à metodologia projetual trabalhada, aplicou-se o método nomeado Double Diamond, uma das ferramentas presentes no Design Thinking, e citada por Melo e Abelheira (2015), realizadas em quatro etapas essenciais para produção mais efetiva do produto. Tais etapas são: **1ª descobrir (exploração)** consiste em descobrir e entender o tema, sem buscar soluções, listar problemas que envolvam um público estratégico, estar aberto a outras visões e experiências e entender de maneira profunda e empática as necessidades. **2ª Definir (criação)**, onde deve-se definir uma persona, criar um mapa de empatia, e desenvolver um briefing claro. **3ª desenvolver (reflexão)**, aqui é o momento de resolver as necessidades da persona e o problema em estudo, e em seguida soluções são criadas, prototipadas, testadas e reiteradas. **4ª entregar (implementação)**, aqui é onde o produto é finalizado e lançado, são também realizados testes finais para analisar a aprovação do público alvo. (isso é uma citação indireta sobre o DD, procurar onde foi falado isso). Em todas as etapas é imprescindível a presença do usuário final, no que concerne o Design Thinking, Stickdorn e Schneider (2014, p. 38) salientam que todo e qualquer serviço necessita ser verificado por meio do olhar do cliente.

Resultados e discussões: Após o desenho das formas e do inseto, mediante pesquisas, foram escolhidas as que melhor se encaixam no projeto e a produção foi iniciada. Com alguns estudos, visando diminuir custos, ficou decidido que além da impressão 3D, uma das formas será produzida em MDF. A animação ainda está em processo de desenvolvimento.

Conclusão: A partir do produto pretende-se familiarizar as crianças com a importância dos insetos, e dessa forma evitar que tenham medo ou algum tipo de repulsa dos mesmos. Portanto, espera-se que o projeto seja de fato eficiente em tal conscientização.

Referências

DOUROJEANNI, M. **Insetos mais, insetos menos.** O Eco, 20 maio 2006. Disponível em: https://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:hxROEQzo_loJ:scholar.google.com/&hl=pt-BR&as_sdt=0,5. Acesso em: 14 out. 2019.

SILVA, Tarcila G. da. **Jogos sérios em mundos virtuais: uma abordagem para o ensino-aprendizagem de teste de software.** Santa Maria - RS, 2012.

ZORZAL, Ezequiel R. et al. (2006) **Realidade Aumentada Aplicada em Jogos Educacionais.** Disponível em:

<https://drive.google.com/drive/folders/1Ndt-Sy1xeZa7mA16Dbq7GcqiN3lrp0zB>). Acesso em: 18 de Maio de 2019.

MELO, Adriana. ABELHEIRA, Ricardo. **Design Thinking & Thinking Design: metodologia, ferramentas e reflexões sobre o tema.** Ed. Novatec. São Paulo, SP. 2015.

STICKDORN, Marc.; SCHNEIDER, Jakob. **Isto é design thinking de serviços.** Porto Alegre: Bookman, 2014.

PRÉ-LIVRO ALIMENTAR INFANTIL “Hora da Fome”

Leandro Yamato Cardoso¹; Profa. Dra. Susy Nazaré Silva Ribeiro Amantini²

¹Aluno de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – leandro.yamato.cardoso@gmail.com;

²Professora do curso de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – suamantini@gmail.com;

³Professora da disciplina – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – designcali@gmail.com;

Grupo de trabalho: DESIGN

Palavras-chave: Design; pré-livro; livro-objeto; criança; educação alimentar

Introdução: O pré-livro ou livro-objeto é o começo e a forma mais simples de se mostrar a uma criança de forma tátil e sensorial, o experimento que aquele objeto quer passar, sendo qual for o tema do livro, o objetivo é passar algo para a criança que ficará para a vida toda na sua memória, algo que seja útil e que ela irá lembrar depois de adulta, e especificamente esse pré-livro irá trabalhar a alimentação da criança, à estimulando de forma saudável e correta de se alimentar desde essa fase de sua vida.

Objetivos: O objetivo geral é desenvolver um pré-livro infantil para crianças com idade de 4 (quatro) à 6 (seis) anos de idade, com a intenção de planejar e influenciar uma alimentação saudável, tentando trabalhar a conscientização alimentar. O objetivo específico do projeto é de modo facilitar para a criança o entendimento da cadeia alimentar e seu ciclo, com o desenvolvimento visual e sensorial lúdico, passar para os pais dessas crianças, a importância da alimentação saudável de seus filhos de uma maneira mais suave, mais lúdica, não deixando de ser esclarecedora. O intuito de criar um universo de imersão dentro do pré-livro é fazer com que a criança, além de interagir com um simples objeto, também possa interagir com os tipos de alimentos, ruins ou bons, e assim ganhando um avanço gradativo no grau de sua alimentação.

Relevância do Estudo: É possível citar como relevância do estudo a importância da boa alimentação no dia a dia das pessoas, e nada mais importante do que pôr em prática esses hábitos alimentares de forma saudável desde o início, ou seja, desde de criança, pois com hábitos alimentares saudáveis desde a infância, a criança se propõe a crescer com forma a de se alimentar corretamente, já com costumes de comer alimentos que fazem bem a saúde, e não deixar para depois de adultos, pois os hábitos alimentares são mais difíceis de serem corrigidos. A educação e reeducação alimentar é de muita importância na fase infantil, pois se a criança não tem costumes corretos de se alimentar, a reeducação entra de forma fácil e lúdica, fazendo com que a criança acabe entendendo com facilidade a importância da boa alimentação.

Materiais e métodos: A pesquisa realizada é dedutiva com suas características dedutivas, e foram utilizados como fonte de pesquisa uma análise bibliográfica, e de artigos via web, além de análise de Design por meio de (MUNARI, 2002).

Resultados e discussões: O pré-livro é de suma importância pois é através dele que a criança começa a abordar e estimular seus sentidos, e de forma lúdica, que estimula mais ainda a criança, pois é usada cores vivas, imagens ilustrativas, o material que é feito também, tudo isso estimula a criança à se interessar por livros, pela leitura no geral, que não seja forçada ao longo de sua vida. (MUNARI, 2008)

“Os livros infantis vem utilizando muito desses recursos de tridimensionalidade, como também, no trabalho de produção gráfica cada vez mais complexo, aplicando diferentes materiais e utilizando-se de alternativas, para despertar a curiosidade do seu público

(crianças) e aguçar seus sentidos. Para isso, o designer deve ter conhecimento e pesquisar técnicas de produção destes materiais para poder empregá-los na reprodução desses livros, procurando gerar bons resultados, tanto do ponto de vista da programação visual, quanto do custo de produção dos mesmos.”(AMANTINI, Susy N.S.R; etal. Do livro-objeto ao pré-livro: uma experiência interdisciplinar do ensino a prática do design; 4º Congresso Internacional de Pesquisa em Design, Rio de Janeiro, p.1; 11 à 13 de Outubro. Desde criança passamos por inúmeras situações na vida, e muitas das vezes é o que vivenciamos nesse período, que vai nos ajudar lá na frente, depois de adultos. A educação que constantemente é moldada pela família, sociedade e, principalmente por instituições de ensino, durante a infância, é o elo fundamental para estruturação, construção e formação de um indivíduo adulto. [KAMISAKI; AMANTINI; SILVA], Ano.

Conclusão: No desenvolvimento do pré-livro alimentar infantil buscou-se se utilizar de formas e cores simples para melhor entendimento das crianças, sendo utilizadas de forma lúdica as próprias imagens de alimentos, a forma de manusear o pré-livro, sendo esse que está na fase de desenvolvimento do protótipo.

Referências:

MUNARI, Bruno. **Das Coisas Nascem Coisas**. São Paulo: Livraria Martins Fontes Editora Ltda., 2002. 377 p. (2ª triagem).

HSUAN-AN, Tai. Design: **conceitos e métodos**. São Paulo: Editora Edgard BlüCHER Ltda., 2017. 317 p. (1ª edição).

GUSMÃO-GARCIA, Sílvia Craveiro ; SILVA, Antonio Manoel dos Santos. A CRIANÇA, O LIVRO E O GOSTO PELA LEITURA. **Olho d'água**, São José do Rio Preto, 1 (1): 7-14, p. 9-16. 2009.

CARDOSO, Rafael. O design gráfico e sua história. **Artes Visuais**, p. 1-2.

AMANTINI, Susy N.S.R; UENO, Thaís Regina; CASTRO, Jacqueline A.G.F de; SILVA, José Carlos P. da. Do livro-objeto ao pré-livro: uma experiência interdisciplinar do ensino a prática do design 4º Congresso Internacional de Pesquisa em Design, Rio de Janeiro, p.1; 11 à 13 de Outubro.

CHRONOS JEWELRY – DESENVOLVIMENTO DE IDENTIDADE VISUAL

Julia Maciel Capote da Rocha Lobo¹; Jacqueline Aparecida Gonçalves Fernandes de Castro²

¹Aluna de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – juliarochalobo@gmail.com;

²Professora de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB designcali@gmail.com;

Grupo de trabalho: Design

Palavras-chave: Design, Identidade Visual, Adornos Corporais; Desenvolvimento de Marca.

Introdução: Nesta pesquisa foi desenvolvida a identidade visual de uma marca de semi jóias focada no público jovem underground e hipster, mais especificamente o trabalho consiste no foco da relação de identificação do cliente com a identidade, para isso, foi utilizada a metodologia de Wheeler, focando no processo de desenvolvimento da identidade, de forma que a marca se adapte ao usuário, independentemente de sua faixa etária ou classe social. A temática do trabalho se dá ao grande aumento da procura por novas formas de conexão do usuário com seu produto, visando não somente a questão estética, mas também sentimental. Partindo dessa percepção e nicho de mercado, foram feitas pesquisas de cunho qualitativo com marcas existentes, chegando a uma identidade simples, minimalista e focada na atemporalidade.

Objetivos: Desenvolver uma identidade visual de uma marca de adornos corporais focada em alcançar um público amplo que possa atingir todas as faixas etárias e classes sociais, utilizando elementos minimalistas e atemporais.

Relevância do Estudo: Devido a crescente procura de grandes marcas por novas maneiras de alcançar o cliente, diferentes métodos de interação são desenvolvidos diariamente para que a marca seja consolidada e crie uma relação sólida com o cliente. Partindo dessa nova oportunidade de mercado, o presente projeto visa desenvolver uma identidade de uma marca de adornos corporais focada na atemporalidade, pois segundo Ribeiro (2015) é através dela que se distingue fatos históricos que ocorreram no passado, como também possibilita a identificação de características e tendências que podem voltar a serem utilizadas pela sociedade e também em características minimalistas. Seu outro diferencial é a cultura urbana, utilizando elementos atuais para atender um público-alvo mais vasto, focando o jovem de 18 a 30 anos, que se considere parte da mesma, pois foi-se detectado que este público é um dos que mais consomem produtos e principalmente tendências, que na visão de Sant'Anna (2010) este mercado está em constante expansão e que já ultrapassa a muito tempo os limites dos países desenvolvidos, porém as empresas atuais não os tratam como prioridade no mercado atual. Já em relação a identidade, a mesma será desenvolvida de forma que possa ser inserida sem interferir nos gostos do público-alvo, utilizando elementos que não diferenciem gênero ou idade, principalmente cores que segundo Fazenda (2001), elas vêm acompanhando o homem desde a pré-história assim como a busca de seus sentidos. Assim podendo apresentar uma ideia de uma marca unissex e que demonstre a cultura local entrelaçada a estética moderna.

Materiais e métodos: A pesquisa é indutiva com característica qualitativa, analisando identidades já inseridas no mercado e como elas interagem com o público-alvo, sendo de natureza aplicada, por desenvolver uma marca de adornos corporais. Na etapa de análise, foi realizada a revisão bibliográfica e a análise de similares para embasamento do estado da arte. Em relação as características da marca enquanto identidade, foram pensadas de acordo com a metodologia de Wheeler (2008), com cinco etapas principais para o desenvolvimento da marca, em conjunto com o diagrama de Ishikawa de Pazmino (2015), para a identificação e filtração do problema a ser resolvido. Assim criando elementos como a

visão, missão, valores, sua aplicação dentro do mercado, sendo o produto final do diagrama o conceito da marca.

Resultados e discussões: Inicialmente foi desenvolvida uma pesquisa referente ao público-alvo selecionado, na sequência se deu o conteúdo do estado da arte. Por meio da metodologia de Wheeler gerou-se uma matriz de decisão específica para o público alvo. Com base no sketch final desenvolveu-se o grid e a proporção áurea da identidade, chegando ao modelo final, com um manual de identidade, do processo de construção da marca às variadas aplicações.

Conclusão: Após o processo de desenvolvimento baseado na questão estética e visual da marca, obteve-se o resultado de uma identidade simples, minimalista e de fácil adaptação em seu meio, na qual visa trazer modernidade e inovação independente da faixa etária ou classe social na qual a marca esteja inserida.

Referências –

BEZERRA, Felipe. **Diagrama de Ishikawa–Causa e efeito**. (2016).

FAZENDA, Carla Maria Arantes. O sentido da cor: uma investigação interdisciplinar. 2001. Dissertação (doutorado) – Universidade de São Paulo, Faculdade de Arquitetura e Urbanismo. Disponível em: <<http://carlafazenda.com/wp-content/uploads/2017/04/tese2001-2.pdf>>.

RIBEIRO, Wagner. **Relação Espaço/Tempo: Considerações Sobre a Materialidade e Dinâmica da História Humana** - Terra Livre, 2015, E- Acesso em: 16 de abril. 2019.

SANT'ANNA, Patrícia. Doutora em História da Arte (Pesquisadora do Grupo de Arte, Design e Moda da Unicamp); Docente da Universidade Anhembi Morumbi, SENAC São Paulo e ESAMC; Diretora de Pesquisa da Tendere – Agência de Pesquisas de Tendências para Moda e Beleza. **Pesquisa de Tendências para Moda**. 2010.

WHEELER, Alina. **Design de Identidade da Marca** / Alina Wheeler; tradução Joaquim da Fonseca. – 2 Ed. – Porto Alegre. 2008

HELLFLIP - DESENVOLVIMENTO DO MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL

Bruce Rossetto Paghetti¹; Profa. Dra. Jacqueline Aparecida Gonçalves Fernandes de Castro²;

¹Aluno de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – brucerossettopaghetti@hotmail.com;

²Professora do curso de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – designcali@gmail.com.

Grupo de trabalho: Design

Palavras-chave: identidade visual; branding; skate; *streetwear*; metadesign; marca

Introdução: A identidade visual é a primeira impressão da marca, sendo possível que com ela o usuário se identifique e possa criar um sentimento pela mesma. Da mesma forma a identidade deve ser marcante e única, para que não seja confundida entre as milhares de identidades já existentes no mercado.

Utilizando as ferramentas do design para um novo conceito este projeto tem como finalidade principal o desenvolvimento de uma identidade visual, na qual concebera: nome, marca e manual de assinatura com requisitos necessários. Tendo em vista acrescentar valor com expressão visual, com o conceito da cultura do skate, para um determinado público alvo e viabilizando se diferenciar das outras empresas existentes no mercado.

Objetivos: desenvolver uma marca, a qual requer um manual para que se possa fazer a aplicação correta em todas as suas possíveis vertentes. Fazendo com que a marca tenha um padrão que deve ser seguido para que não ocorra nenhum engano ou não reconhecimento em relação a sua identificação e aplicação feita. Sendo possível com que a marca se estabeleça e tornando próxima de seu público.

Relevância do Estudo: Desenvolver uma marca sólida, apropriada e atender o nicho onde está inserida, construir sua identidade a partir do segmento que a mesma irá pertencer, representando de certo modo seus valores e ideais.

Materiais e métodos: A pesquisa tem natureza qualitativa, tipo indutivo, com característica de método experimental, teve inicialmente pesquisa bibliográfica, análise feita em artigos, livros e tese de Castro (2016), com fins de aplicação de processo projetual. A metodologia projetual inicia-se pelo processo de Baxter (2010) e depois tem escopo projetual por meio de meta-design de (DE MORAES, 2015).

Resultados e discussões:

Após as etapas de síntese, análise e exploração foi dado início a etapa de construção e criação do manual de identidade visual, significativos para o conhecimento mais amplo do comércio e comunicação com o público-alvo, de acordo com (RAPOSO, 2008) e (WHELLER, 2008). O estudo sobre o skate e seu universo, foi utilizado os estudos de Marques (2018) e a partir do nome da manobra "*Heelflip*" foi pensado em trocar a letra "e" pela letra "l" formando a palavra *hell* (inferno), tornando o nome da marca "Hellflip" (Giro do inferno). Fazendo com que a marca tenha um toque de subversividade. Por fim, o nome foi verificado na INPI – Instituto Nacional da Propriedade Industrial – confirmando sua disponibilidade para o uso do mesmo. Para o desenvolvimento das primeiras ideias foram feitos *Sketches* nome dado para os esboços ou roughs, os quais os designers tendem a expressar melhor suas ideias de uma maneira mais rápida passando suas soluções para o papel. Com o nome da marca definido num processo rápido de naming e pesquisa no site INPI, foram desenvolvidos sketches para o desenvolvimento da identidade visual e do *lettering*.

Com a palavra “Hell” introduzida no nome da marca, de uma maneira minimalista foi desenvolvido uma “espécie de diabo”, para que seja fácil de identificar e lembrar do mesmo. O estêncil inserido na identidade reforça a ideia de subversividade, sendo contra o sistema e rebelde na maneira de ser. Já o *letternin* faz conexão com o estêncil como se fosse uma assinatura do mesmo que “acabou” de ser grafitado. Abaixo segue as imagens do processo de vetorização, construção do símbolo gráfico da marca, aplicações e o produto final com seus acessórios:



Conclusão: Em síntese, entende-se que a partir de um processo projetual completo o projeto realizado auxilia para a apresentação da identidade visual da marca Hellflip. Comprovando desde sua análise, até a parte de prototipação, o mérito do designer no desenvolvimento de uma marca. Demonstrando todo seu processo de elaboração e construção. Logo, o projeto apresenta condições para ser aplicado no mercado, em consequência das informações contidas.

Referências:

CASTRO, Jacqueline Aparecida Gonçalves Fernandes. **Design com identidade: por meio de estudos sócio-culturais e dos signos.** 2007. Dissertação (Pós-Graduação em Arquitetura, Artes e Comunicação) - Universidade Estadual Paulista, Bauru, 2007.

DA SILVIA JR., Rogério. **Desenvolvimento de Marca Gráfica Para o Segmento Skate, Surf e Streetwear.** Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Design) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2018.

MARQUES, Anderson. **Skate or Die: A Cultura do Skateboarding e a sua Influência na Edição de Street Parts.** Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Comunicação Social com Habilitação em Radialismo) - Universidade Federal de Mato Grosso, Cuiabá, 2018.

RAPOSO, Daniel – **Design de Identidade e Imagem Corporativa.** Branding, história da marca, gestão de marca, identidade visual corporativa. Castelo Branco: Edições IPCB, 2008. ISBN: 978-989-8196-07-1.

WHEELER, A. **Design de Identidade da Marca.** 2^o. ed. Porto Alegre: Bookman, 2008.

HELLFLIP: DESENVOLVIMENTO DE ESTAMPAS PARA CAMISETAS

Bryan Rossetto Paghetti¹; Douglas Daniel Pereira²;

¹Aluno de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB
bryanrossettopaghetti@hotmail.com;

²Professor do curso de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB
dougdanielpereira@gmail.com.

Grupo de trabalho: Design

Palavras-chave: Camisetas; Estampas; skate; *streetwear*; metadesign.

Introdução: As camisetas são muito populares e utilizadas no dia a dia das pessoas, mesmo sem ter a informação de quem e quando foi criada, mas elas nem sempre carregam uma ideia, muitas vezes é utilizado apenas à identidade visual, deixando de explorar um campo de ilustrações que poderia agregar valor e atrair demais consumidores.

Objetivos: Foram realizados estudos com os objetivos de desenvolver o produto, fazendo com que o público alvo seja atingido, pesquisando sobre a história das camisetas, como são desenvolvidas as estampas, o mercado das camisetas de skate atual, o estilo *skatista* e a sua cultura *streetwear*, para poder apresentar um produto que atraia o consumidor sendo subversivo.

Relevância do Estudo: Existe uma grande concorrência no mercado, com várias marcas, trabalhando variados estilos de camisetas. Porém, somente uma camiseta sem um diferencial, não chama a atenção do consumidor, que é mais exigente a cada dia, tentando buscar inovações no produto, não bastando somente à qualidade, mas também a estética.

Materiais e métodos: Foram elaborados painéis semânticos de Baxter-visual, público e expressão, para entender melhor sobre o assunto e o estilo que a marca irá conter, já para a definição do conceito projetual foi composto um moodboard.

Sedo um metaprojeto, a ferramenta utilizada para criar personagens fictícios, com origem em pessoas reais, é a “Persona”, ajudando a entender e identificar o público alvo desejado para desenvolver o produto. E por fim aplicando o Mapa de empatia e Check list dos concorrentes.

Resultados e discussões: De acordo com Pacheco *et al.* (2014, p.2) o design tem como função a solução de problemas, posicionam-se no mercado para agregar valor e identidade às marcas e projetos. Sendo assim, design é uma profissão que trabalha com a criação e desenvolvimento de projetos e estratégias que solucionem necessidades específicas, podendo ou não estar relacionadas a algo que esteja em falta no mercado ou que irá agregar algum valor de cunho social e significativo. Então, descrevendo sobre as camisetas, Carstens (2010, p.2) cita que nos dias de hoje as elas são muito populares, são descritas por diversos estilistas como “peças fundamentais nos armários”. Portanto, as camisetas podem parecer out dores pequenos que as pessoas utilizam transmitindo as suas personalidades, posturas, ideias e conceitos.

Assim, explicando um pouco do método de impressão escolhido, Briggs-Goode (2013, p.26) a limitação da serigrafia requer uma separação de matizes para cada cor, pois cada tela é apenas uma cor, aumentando o custo da produção, sendo assim, quanto mais telas, mais caro. Das estampas utilizam de cinco a seis cores; desafiando o designer a utilizar menos cores para um maior efeito. Porém, para Crush (2009, p.12) a carreira de ilustrador não é para pessoas fracas, e é necessária muita determinação para suprir as exigências de uma escolha de uma profissão que muitas vezes pode parecer não ter estabilidade. Entretanto, contra tudo e todos, a disciplina preparou um retorno à forma. Assim, Duarte (2010, p3)

descreve que ficou mais conhecido o skate, sendo relacionado com a ousadia dos jovens, enfrentando riscos com coragem e não respeitar algumas leis civis, para poderem usufruir da arquitetura da cidade de acordo com a adrenalina que a mesma os proporciona. Esse jeito de agir um tanto quanto “anárquica” ficou mais conhecido como “*skate-punk*” e assim mantendo uma conexão também com as músicas e as roupas, misturando características dos punks ingleses com as dos skatistas norte-americanos.

Logo, aparece a oportunidade para que o designer atue na área trazendo inovações. Para se destacar elaborando um produto de qualidade e com estampas diferenciadas.

Conclusão: Pode-se concluir que o projeto cooperou para criar estampas por meio de um processo projetual. Estabelecendo a importância de um designer trabalhando dentro de uma marca, existindo a parte de análise de até chegar ao desenvolvimento do protótipo. Tendo como resultado a confiabilidade de um produto diante de usuários exigentes e do mercado, com grandes concorrentes. competência para se diferenciar entre os demais concorrentes mercado atual.

Referências:

Briggs-Goode, Amanda. **Design de estampa têxtil**. Londres: Laurence King Publishing Ltd, 2013.

CARSTENS, Ricão Carstens. **Camisetas: Outdoors ambulantes**. 2010. Faculdades Integradas de São Pedro –Espírito Santo, Vitória. Disponível em: <http://www.ec.ubi.pt/ec/07/vol2/carstens.pdf> Acesso em: 16 de Abril de 2019.

CRUSH, Lawrence Zeegen. **Fundamentos De Ilustração: Como gerar idéias, interpretar briefings e se promover**. Uma exploração dos aspectos práticos, filosóficos e profissionais do mundo da ilustração digital e analógica. São Paulo: Bookman. 2005. *E-book* disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=tEVLQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=ilustracao%20digital%20e%20analoga&hl=ptBR&sa=X&ved=0ahUKEwi0saiOusnjAhXvKlKlGHWrABgQ6AEIKTAA#v=onepage&q&f=false> Acesso em: 23 de Julho de 2019.

DUARTE, Gabriela Garcez. **SKATE, ESPORTE E ESTILO**. Centro Universitário Senac Santo Amaro – SP, Vínculo com a Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUC-PR), Curitiba –PR. 2010. Disponível em: http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20%202010/71246_Skate_esporte_e_estilo.pdf Acesso em: 19 de maio de 2019.

PACHECO, Maiara Sant’Ana; MEDEIROS, Diego Piovesan; GONÇALVES, Marília Matos. **DESIGN INCLUSIVO: CRIAÇÃO DE ESTAMPAS EM PROL DA INCLUSÃO SOCIAL**. 2014. Faculdade SATC, Faculdade SATC/ UFSC, CCE/ UFSC. Rio Grande do sul, Gramado, 2014. Disponível em: http://www.ufrgs.br/ped2014/trabalhos/trabalhos/92_arg2.pdf Acesso em: 16 de Abril de 2019.

RIEFT GUITARRA INCLUSIVA

Débora Pontes Costa¹; Gabriel Henrique Cruz Bonfim²; Jacqueline Aparecida Gonçalves Fernandes de Castro ³;

¹Aluna de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – debpcosta@gmail.com;

²Professor do curso de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB; -
gabrielhcbonfim@gmail.com

³Professora do curso de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB designcali@gmail.com

Grupo de trabalho: Design

Palavras-chave: Guitarra, Inclusão, Design Universal, Ergonomia

Introdução A guitarra tem grande importância para a história mundial, como instrumento que revolucionou a música e também o estilo de vida das pessoas, advinda do Rock, estilo musical nascido a partir da criação deste instrumento. Além de representar o estilo musical, muitos músicos ficaram conhecidos por suas guitarras, que era o que os caracterizavam, como Jimy Hendrix, conhecido por sua Fender Stratocaster e Slash por sua Gibson Les Paul. As guitarras passaram a ser as artistas principais, das quais os músicos foram eternizados por sua paixão ao tocá-las. Como dito anteriormente, a Fender e a Les Paul eternizaram guitarristas, mas não se pode descartar que a briga clássica entre as duas marcas ajudou a eternizar a guitarra. Como a marca Nintendo e Sega, que revolucionaram no ramo musical, fazendo do mercado musical um ringue entre elas, porém não se descarta as outras marcas. Por meio de uma revisão bibliográfica desde a invenção da guitarra, aos seus estilos mais atuais, focou-se na intenção de projetar uma guitarra de uso compartilhado, entre destros e canhotos.

Objetivos: Projetar uma guitarra para uso compartilhado entre guitarristas destros e canhotos, usando os princípios do Design Universal.

Objetivos específicos:

- Fazer uma revisão bibliográfica para conhecimento do estado da arte do produto.
- Usar dos princípios do Design Universal aplicados às ferramentas de criação de produto;
- Desenvolver um protótipo com características funcionais de uma guitarra.

Relevância do Estudo: A guitarra apesar de revolucionária, não revolucionou em questões de inclusão, pois não existe uma guitarra que possa ser compartilhada por destros e canhotos. Claro, reconhece-se que exista a guitarra ambidestra, porém ela não é nada prática por ser duas guitarras emendadas uma oposta a outra e a guitarra digital que não é o foco deste artigo. Para resolver tal problema é proposto que se busque no Design Universal uma alternativa para a guitarra tradicional. Uma adaptação que se adeque a destros e canhotos e torne possível o compartilhamento do instrumento entre estes indivíduos.

Materiais e métodos: É uma pesquisa indutiva, qualitativa de natureza experimental, tem embasamento bibliográfico por meio de livros, sites e artigos científicos da área da música e de instrumentos musicais como TOLINSKI (2016) DI PERNA (2016)

Este projeto de Design de Produto se enquadra na categoria de alterações e/aperfeiçoamentos, é o redesign de um objeto musical já existente.

Logo, propõe-se neste projeto a elaboração de um redesign da guitarra acústica elétrica, com características de ser manipulada facilmente por destros e canhotos, com o uso metodológico das ferramentas de Pazmino (2015), estudos ergonômicos de Ilda (2017) e de inclusão de Cambiaghi (2017).

Resultados e discussões: Iniciou-se o projeto por lista de requisitos. Nos Requisitos de projeto foi possível realizar uma análise da necessidade de cada item listado e seu objetivo. Como por exemplo: Praticidade; Leveza, poucos componentes; Com esta lista foi possível desenvolver um painel de conceito para melhor visualizar cada item e com isso o projeto passou a ser mais palpável pois se tornou mais visual do que teórico. Também foi realizada uma análise estrutural dos componentes da guitarra para que conhecendo seus componentes fosse possível reconhecer a guitarra em suas particularidades. Após a análise estrutural, conhecendo os componentes da guitarra, foi criado um painel semântico com guitarras de variados tipos para que fosse possível desenvolver uma matriz morfológica desenvolvendo assim então o formato do corpo da guitarra. Com o uso destas ferramentas mais o conhecimento de um *luthier* foi possível projetar e desenvolver um modelo 3D do braço e da escala da guitarra utilizando o *Solidworks*. Com este tipo de braço é possível fazer a inversão das cordas de forma segura e nada complexa para que se alcance o objetivo de fazer a inversão, esta é uma das partes principais deste projeto, pois sem ela não seria possível fazer a inversão. Dentro do braço da guitarra há uma placa de metal para proteger os componentes de desgaste, também há um tensor evitando que o braço sofra empenamento. Também necessário é caixa de afinação fica encaixada no corpo da guitarra, porém ainda está em fase de desenvolvimento. O sistema de inversão funciona da seguinte forma: No braço da guitarra fica encaixada a parte em que as cordas ficam presas, seguras de deslizamento por um traste zero preso ao braço, no corpo da guitarra há uma caixa de afinação, no qual, além de afinar as cordas é onde torna possível junto a parte citada anterior a fazer a inversão. Desencaixando a caixa do corpo, e a parte de cima do braço trabalhará com a inversão do mecanismo.

Conclusão: Conhecendo melhor a guitarra e os requisitos necessários para sua estruturação, com o uso metodológico das ferramentas de Pazmino tornou-se possível a realização do projeto da guitarra, mas não completamente.

As partes ligadas as ferramentas de projeto foram devidamente realizadas levando a um corpo e uma estrutura bem formada da guitarra, porém a caixa de afinação, requisito importantíssimo do projeto, ainda está em fase de desenvolvimento, e no momento ainda não há previsão de que se torne possível desenvolvimento total.

Revisão Bibliográfica:

CAMBIAGHI, Silvana, **Desenho Universal: Métodos e Técnicas para Arquitetos e Urbanistas**, Ed. Senac, São Paulo, SP, p.281, 2017

IIDA, Itiro e GUIMARÃES, Lia B. M., **Ergonomia Projeto e Produção**, Ed. Blucher, São Paulo, SP, p. 850, 2017.

LEFTERI, Chris. **Materiais em design**: 112 materiais para design e produtos. São Paulo: Blucher, 2017. 256 p.

PAZMINO, Ana Verônica, **Como Se Cria: 40 Métodos para Design de Produtos**, Ed. Blucher, São Paulo, SP, p.279, 2015.

TOLINSKI, Brad e DI PERNA, Alan, **Play it Loud**, Ed. Doubleday, New York, NY, p.319, 2016.

PROPOSTA DE AMBIENTE VIRTUAL PARA PSICODRAMA

Matheus Santos Nunes Martines Soler¹; Nicholas Bruggner Grassi²

¹Aluno de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – matheussoler@somosconexar.com.br

²Professor do curso de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – nicobgrassi@gmail.com

Grupo de trabalho: Design

Palavras-chave: Psicodrama, Game Design, Realidade Virtual, Design Thinking

Introdução: Este projeto buscou encontrar soluções de inovação na indústria de softwares para a utilização do Psicodrama e, tendo como público-alvo, dois grupos: psicodramatistas e pacientes. Considerando as possíveis limitações que ambos teriam ao realizar um tratamento terapêutico de forma não-presencial, foi proposto o conceito de um ambiente virtual para o Psicodrama. Dessa forma, tanto para terapia individual ou em grupo, haveria a opção de se utilizar de elementos digitais para simular as técnicas de dramatização de uma sessão psicodramática tradicional numa interação similar a de um jogo online, por exemplo.

Objetivos: Gerais - Busca-se aproximar a relação de profissionais psicodramatistas e seus pacientes através de recursos digitais. O objetivo geral é validar - aplicando o Design Centrado no Usuário - a proposta de um ambiente virtual para atuação do Psicodrama, e desenhar elementos de interface que permitam sua prática com a maior liberdade possível, buscando diminuir as limitações de uma interação não-física e virtual. Também é interessante compreender melhor, através desse processo, se há uma real necessidade para esse tipo de recurso ser produzido. Específicos - Criar um flyer contendo material conceitual do design da interface, apresentando os elementos presentes no projeto para ser posteriormente divulgado para a comunidade psicodramática. Produzir um vídeo que apresente o mesmo conteúdo do flyer em um formato que seja adequado à mídia, para ser divulgado da mesma maneira. Recolher feedback dos entrevistados a partir do material produzido, com a intenção de agregar ao projeto as reações e percepções do público-alvo à proposta finalizada.

Relevância do Estudo: A busca por um espaço terapêutico em mídias audiovisuais de forma irresponsável e sem o acompanhamento de um profissional pode ser prejudicial. O Design Thinking pode ser uma boa abordagem para compreender esse contexto e favorecer projetos que visam lidar com inovação e multidisciplinaridade, devido a sua natureza diversa:

A sopa Multidisciplinar proposta pelo Design Thinking é suficientemente abstrata para nos permitir incluir os melhores campos da expertise na equipe de projeto, e dessa forma garantir que possuímos o pensamento holístico necessário para enfrentar problemas complexos (wicked problems). (PINHEIRO, 2011, p. 13)

Pensar em um produto digital para o uso na psicologia é uma demanda projetual abrangente que exige aprofundamento, base metodológica que melhor responderia a essa proposta é o Design Centrado no Usuário. Rogers (2013, p. 328) coloca que a participação do usuário a partir da abordagem do Design centrado no usuário ocorre “durante o desenvolvimento, desde as primeiras fases até as últimas, e suas contribuições são levadas em consideração de forma séria.” A tarefa de pensar em uma ferramenta digital desenvolvida para trabalhar algo tão amplo, como é o caso do espaço terapêutico, mostra-se dependente do uso de um cuidadoso processo de aplicação do Design centrado no usuário, para buscar compreender quais as necessidades pessoais, sociais e inclusive mercadológicas de quem será afetado por esse projeto. É por essa razão que se entende essa base metodológica como a melhor forma de responder a essa proposta.

O design centrado no usuário (DCU) surgiu da IHC e consiste em uma metodologia de design de software para desenvolvedores e designers. Essencialmente, ele os ajuda a criar aplicativos para que atendam à necessidades de seus usuários. (LOWDERMILK, 2013, p. 23)

Dentre diversas áreas teóricas da psicologia, a abordagem do Psicodrama é conhecida por interagir com o ser humano a partir da sua expressão criativa, pelo fator prático da profissão, utilizando-se da dramatização. “Seu núcleo é a dramatização. Diferentemente das psicoterapias puramente verbais, o psicodrama faz intervir, manifestamente, o corpo em suas variadas expressões e interações com outros corpos” (BERMÚDEZ, 1970, p. 21) A importância desse projeto para o design é encontrada no grande impacto que a validação do conceito pode ter, sendo uma forma de criar uma ponte interdisciplinar entre os campos estudados e, portanto, gerar precedentes para um maior e mais popular uso de aplicativos na área da saúde mental. O processo de se projetar um jogo emergente que haja de forma significativa de forma a enxergar o “jogador como produtor” é o de oferecer um sistema que suporte as escolhas do usuário (SALEN e ZIMMERMAN, 2012), e isso define a relação do projeto com o game design.

Materiais e métodos: Ao longo do desenvolvimento foram utilizados sketches para esboçar as ideias, uma pesquisa com entrevistas realizada com pessoas da área do psicodrama e o desenvolvimento de peças gráficas para descrever a proposta.

Resultados e discussões: O projeto da interface permitiu visualizar inúmeras possibilidades de interação para a aplicação do psicodrama, uma vez que várias das técnicas utilizadas pelos profissionais podem ser replicadas de forma visual e lúdica, reforçando seu potencial catártico através do lúdico, de acordo com a ideia inicial presente nos objetivos gerais. Dessa forma, os produtos criados - peça gráfica e vídeo conceitual - funcionaram como protótipo de sucesso que obteve boa reação, e já começa a demonstrar possíveis rumos. Essa integração e aceitação da comunidade mostra a real possibilidade de aproximação dos campos da psicologia com a produção lúdica e interativa.

Conclusão: Foi muito rico perceber as reações positivas durante toda a interação com os participantes, e sentir que o projeto estava no caminho certo. O trabalho abre precedentes para uma gama de relações criativas entre a produção digital e a atuação da psicologia. São muitas as formas de se dar continuidade ao projeto, a fim de compreender melhor qual é a capacidade de impacto e aceitação dentro do seu público alvo.

Referências

BERMÚDEZ, Jaime. **Introdução ao psicodrama**. Ágora. 1977. 138 p.

LOWDERMILK, Travis. **Design centrado no usuário: Um guia para o desenvolvimento de aplicativos amigáveis**. Novatec. 2013. 184 p.

ROGERS, Yvonne; SHARP, Helen; PREECE, Jenny; GASPARINI, Isabela; PIMENTA, Marcelo. **Design de interação: Além da interação humano-computador**. Bookman. 2013. 3ª ed. 600 p.

PINHEIRO, Tennyson; ALTO, Luis. **Design Thinking Brasil**. Alta Books. 2011. 248 p.

SALEN, Katie; ZIMMERMAN, Eric. **Regras do Jogo: Fundamento do design de jogos**. Blucher. 2012.

PROPOSTA DE APLICATIVO PARA PORTAL UNIVER-SITÁRIO: UM ESTUDO DE CASO COM APLICAÇÃO DA METODOLOGIA DE EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO E INTERFACE DO USUÁRIO

Henrique dos Santos Correia¹; Jacqueline Aparecida Gonçalves Fernandes de Castro²

¹Aluno de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – dgn.henrique@gmail.com;

²Professora de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB designcali@gmail.com;

Grupo de trabalho: Design

Palavras-chave: Design, Experiência do Usuário, Portal Universitário.

Introdução: Atualmente, a possibilidade de interação tem ampliado consideravelmente devido ao uso de celulares, tablets e computadores e, além disso, se constituem como ótima ferramenta de apoio ao estudo. Pesquisas apontam que no Brasil, nos últimos cinco anos, acompanhando diversas iniciativas, se sugeriu a ampliação do uso da tecnologia com dispositivos móveis para o processo pedagógico, viabilizando melhor desempenho para o ensino e aprendizagem. (MELO e CARVALHO 2016). O uso da tecnologia pode ajudar bastante no estudo e a Faculdades Integradas de Bauru (FIB), fundada em 1998, é centro de referência estudantil dentro da cidade reconhecida pelo seu pioneirismo e compromisso com os seus alunos, parceiros e demais colaboradores. Percebeu os benefícios que as tecnologias geram ao implementar um sistema online da instituição, abrangendo todos os serviços que a faculdade disponibiliza, providenciando um ambiente único e conectado, partindo do ambiente da biblioteca até o financeiro. Tendo em vista que o uso da metodologia de experiência do usuário com a interface do usuário, vai gerar resultados positivos e eficazes. Pois trás uma abordagem mais empática e compreensiva das reais necessidades que o usuário apresente no projeto

Objetivos: Realizar uma análise de UX e UI do portal de ensino da universidade FIB , e propor melhorias voltadas às reais necessidades do usuário caracterizando assim, um estudo de caso de satisfação, interação e o desempenho que pode ser afetado de maneira positiva no uso do aplicativo, criando uma linguagem visual única e completa, que se adapte a qualquer aparelho eletrônico com internet. Com modo para professores e alunos junto com uma estética clara e escura.

Relevância do Estudo: Nos dias de hoje, a utilização de dispositivos tecnológicos é uma realidade cotidiana trazendo assim diversas mudanças na sociedade, no comportamento humano e no processo de ensino e aprendizagem no âmbito educacional. Uma vez que hoje os alunos possuem acesso à tecnologia em sua rotina, está já faz parte do dia a dia deles. Segundo os dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE,2016), cerca de 85% da população brasileira utiliza a internet diariamente. Dentro disto, 94,6% utilizam telefone móvel celular, 63,7% microcomputador e 16,4% tablet. O aplicativo FIBonline auxiliará os estudantes da universidade à terem acesso mais prático, rápido e fácil aos conteúdos que o portal oferece, como: matérias que os professores utilizam e passam dentro da sala de aula e entrega de trabalhos. Contudo, o aplicativo contará com a ampliação de áreas, como: verificação de frequências e faltas dos alunos, verificação de notas, acesso ao financeiro diretamente, além de acesso à biblioteca e ao calendário acadêmico. Entregando um sistema e um ambiente completo, versátil e que está a disposição dos alunos a qualquer momento na palma da mão.

Materiais e métodos: ROGERS, SHARP e PREECE 2013 apontam que a pesquisa é centrada em não só obter um valor quantitativo de respostas mas em obter o valor qualitativo delas no mesmo âmbito de maneira direta e específica onde as respostas

abordam as dificuldades que os usuários passam em sua rotina a fim de compreender de forma mais direta as reais necessidades que os mesmos precisam. Segundo Pazmino (2009) uma ferramenta utilizada no design para descrever de forma mais eficiente o público alvo é a 'Persona', onde conseguiu-se ter mais noção e empatia com os usuários. Abordando assim de forma mais prática uma pesquisa de satisfação.

Resultados e discussões: Com base nas análises feitas através do teste com os usuários, deu-se sequência no desenvolvimento do protótipo de alta fidelidade, com características mais contemporâneas no seu visual e maior acessibilidade dos recursos visuais do portal, procurando sanar as necessidades dos usuários. Foi desenvolvido o design das telas visando uma boa funcionalidade para o usuário, através da Tela inicial de notícias da instituição, uma seção com as matérias, aulas, trabalhos, notas, calendário, financeiro, biblioteca, menu com informações extras, seção do perfil do usuário e chat. Com isso o aluno terá facilidade em acessar e usufruir do portal FIB Online no seu cotidiano, de maneira rápida e prática pelo dispositivo móvel.

Conclusão: Este trabalho foi realizado por meio de estudo com os membros da FIB – Faculdades Integradas de Bauru, a fim de compreender as reais necessidades e queixas do portal FIB Online, e suas possíveis modificações e aprimoramentos. É essencial identificar os pontos de contato em que os usuários interagem com o serviço. (STICKDON e SCHNEIDER, 2014, p. 160). Com isso foi criado o aplicativo do portal com o intuito de sanar todas as dificuldades observadas através das pesquisas de satisfação dos alunos. Este objetivo foi alcançado através do uso das ferramentas de UX e UI que priorizam o acompanhamento do usuário em todas as etapas do projeto. Através do processo de imersão e criação perante a problemática chegou-se no resultado aguardada, ou seja, entregar uma plataforma leve, simples, intuitiva e prática, que facilite a interação do aluno com as diversas áreas da instituição FIB. Desta forma, é possível concluir que a criação do aplicativo, demonstra um melhor entendimento da rotina que os alunos apresentam, facilita o acesso aos serviços fornecidos de maneira rápida e prática, impactando positivamente na relação entre aluno e faculdade. O projeto também permitiu a união e aplicação dos conhecimentos obtidos ao longo deste curso, além de agregar a minha formação uma reflexão sobre UX e UI e suas ferramentas.

Referências –

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Acesso à Internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal** 2016. Rio de Janeiro, 2016. Disponível em: <<https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101543.pdf>>. Acesso em: 26 de julho de 2019.

MELO, Rafaela da Silva; CARVALHO, Marie Jane Soares. **APLICATIVOS EDUCACIONAIS LIVRES PARA MOBILE LEARNING**. Anais do Encontro Virtual de Documentação em Software Livre e Congresso Internacional de Linguagem e Tecnologia Online, [S.l.], v. 3, n. 1, jun. 2014. ISSN 2317-0239. Disponível em: <http://www.periodicos.letras.ufmg.br/index.php/anais_linguagem_tecnologia/article/view/5809>. Acesso em: 17 abr. 2019.

PAZMINO, Ana Veronica. **Como se cria: 40 métodos para design de produtos**. São Paulo: Blucher, 2015.

ROGERS, Yvonne; SHARP, Helen; PREECE, Jennifer. **Design de interação: Além da interação humano-computador**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2013. 585 p.

MOBILIÁRIO MODULAR INFANTIL: CONJUNTO CARTEIRA E CADEIRA PARA O MÉTODO MONTESSORI

Bruno Eduardo de Angelis¹; Fabio Alexandre Moizés²;

¹Aluno de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – brnoangelis@gmail.com;

²Professor do curso de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – fabioamoizes@gmail.com;

Grupo de trabalho: BACHARELADO EM DESIGN

Palavras-chave: Mobiliário Infantil; Design de Produto; Mobiliário Modular; Montessori.

Introdução: O presente projeto consiste em um conjunto de mobiliário modular infantil, formado por uma carteira e cadeira modular, com o propósito de garantir os requisitos do método de ensino de Maria Montessori, para uso em atividades realizadas em ambiente educacional ou familiar, para crianças de 3 a 6 anos. Foram utilizados matéria prima de fonte renovável e de fácil reciclagem, como requisitos para o meio-ambiente. Outro aspecto importante é a redução do uso de elementos de fixação, onde todas as peças fixas do conjunto são unidas por cavilhas não aparentes, tornando sutil o design do conjunto. A ergonomia, em conjunto com os requisitos para o meio ambiente e as diretrizes do método Montessori, é fator fundamental para a concepção deste projeto onde todas as dimensões atendem a normas de antropometria. O conjunto apresenta interatividade com a evolução da criança a partir da possibilidade de troca dos módulos além de permitir que o adulto participe das atividades de forma natural à altura da criança.

Objetivos: Criar um conjunto de mobiliário modular infantil para crianças de 3 a 6 anos, composto de carteira e cadeira, baseado nos conceitos do método montessoriano.

Relevância do Estudo: Existe a demanda de profissionais da psicologia que utilizam o método montessoriano como parte da ambientação do ambiente de consulta, como forma de integração com a crescente busca por métodos que possibilitem uma mudança no quadro educacional do Brasil.

Materiais e métodos: Foi realizada pesquisa bibliográfica acerca do método montessoriano, em conjunto com a pesquisa econômica que compreende a faixa etária de 3 a 6 anos. O projeto seguiu as “Diretrizes para o meio-ambiente”, metodologia projetual retirada do livro “Como se cria”, em conjunto com sketches e modelagem 3D.

Resultados e discussões: O método montessoriano compreende o autoconhecimento do indivíduo em relação ao mundo que o rodeia, enfatizando os limites do ser interior com o que é externo. É a sintetização da educação centrada no educando, onde é apresentado à criança um contexto repleto de escolhas das quais elas devem ser responsáveis por fazê-las, enquanto o adulto tem como função única e exclusiva de orientar os caminhos possíveis para as experiências e formas de aprendizado (COSTA, 2001). Almeida (1984, p.10) expõe que “O que a criança pode e o que não pode é [...] uma discussão subjetiva que vai depender de vários fatores, especialmente de cada criança e do adulto que a orienta.” É certo que o mercado não acompanhou o progresso do entendimento da criança como um ser em constante evolução, com necessidades totalmente distintas as dos adultos. Machado (2008, p.17) expõe que “ainda que a criança tivesse passado a ser vista sob uma nova ótica [...], sempre houve um descompasso entre estas e os projetos de espaços, ambientes, brinquedos, brincadeiras e mobiliário.” A modularidade pode ser inserida como forma de aprendizagem e experimentação, uma vez que permite a criança explorar as possibilidades de montar e adequar o móvel mediante sua necessidade, desenvolvendo sua cognição e capacidades motoras. Ribeiro (2012, p.51) expõe que “Um produto multifuncional pode

assim ser ajustável e moldável à situação e/ou função, possibilitando a conjugação de vários produtos num só.” Os mobiliários infantis em ambiente educacional, mais precisamente o conjunto formado por mesa e cadeira, são para a criança o primeiro contato com uma interface que relaciona homem x trabalho. Paschoarelli (1997) enfatiza que é necessário projetar um posto de trabalho capaz de “oferecer e possibilitar uma satisfatória condição de atividade ao usuário, através do conforto, segurança e bem-estar.” As diretrizes foram definidas respeitando as necessidades projetuais que englobam um mobiliário montessoriano, bem como requisitos básicos do projeto como a modularidade. Dentre as fases da vida útil do produto, as etapas mais relevantes em relação com a criança e o contexto onde esse produto será inserido estão ligadas ao uso e descarte.

Conclusão: O presente projeto vislumbrou e atingiu efetivamente os requisitos que o método montessoriano nos permite perceber como fundamentais para uma educação para o futuro. A união do método de Maria Montessori com as diretrizes para o meio ambiente, em conjunto com os requisitos ergonômicos para carteiras e cadeiras infantis, permitiu a concepção de um produto que apresenta naturalmente um design clássico e funcional com elementos modulares sem perder a essência da sua função. Mediante um possível primeiro contato da criança com um posto de trabalho, o projeto permite que tal contato seja algo confortável, seguro, otimizado, que acompanha o usuário durante sua evolução fisiológica e mental e que não impõe limites a liberdade.

Referências:

ALMEIDA, Talita de. Montessori: **O tempo o faz cada vez mais atual**. CED: Perspectiva, Florianópolis, v.1, n.2, p.9- 19, Jan./Jun. 1984.

COSTA, Magda Suely Pereira. **Maria Montessori e seu método. Linhas Críticas**, Brasília, v.7, n.13, p.305- 320, Jul./Dez. 2001.

MACHADO, Tatiana Gentil. **Ambiente escolar infantil**. 2016, 221 p. Dissertação (Mestrado – Área de Concentração: Projeto, Espaço e Cultura) – Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo. São Paulo, 2008.

PASCHOARELLI, Luis Carlos. **O Posto de Trabalho Carteira Escolar como Objeto de Desenvolvimento da Educação Infantil: Uma Contribuição do Design e da Ergonomia**. Dissertação de Mestrado - Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação. Bauru: Universidade Estadual Paulista, 1997.

RIBEIRO, Liliana Figueiredo. **Design de Mobiliário Adaptável ao Crescimento da Criança**. Dissertação (Mestrado em Design Industrial) - Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto. Porto, 2012.

PRODUÇÃO DE MOBILIÁRIO COMBINANDO MADEIRA E AÇO

Guilherme Henrique de Albuquerque Alves¹; Douglas Daniel Pereira²

¹Aluno de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – galbuquerquealves@gmail.com;

²Professor do curso de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB
dougdanielpereira@gmail.com.

Grupo de trabalho: Design

Palavras-chave: Design de produto; Mobiliários; Madeira e aço;

Introdução: A essência que o artesanato manifestava na concepção de um produto no passado foi sufocada pelo consumismo. Artesãos transformados em operários, o importante é que o operário se torne artista e, assim devolvendo um valor estético (ético-cognitivo) ao trabalho desqualificado pela indústria, faça da obra cotidiana uma obra de arte. O Design por sua vez é uma ferramenta que tem como objetivo solucionar problemas, onde são feitas pesquisas e estudos para a busca da melhor solução, unindo esse valor estético com a funcionalidade, sabendo da existência desse tal consumismo e as inovações que ele traz em relação aos processos de produção. Muitas vezes os produtos satisfazem usuários em quesito funcional, podendo deixar a desejar em termos estéticos, daí a necessidade a ser solucionada pelos designers, que buscam mesclar a técnica com a estética, combinando utilidade prática com o prazer emocional. O artigo propõe utilizar conceitos do Design já estabelecidos, visando a combinação de materiais e técnicas no desenvolvimento de produto. Buscando referência desde a origem da Bauhaus. Como aplicar as novas tecnologias de processos de produção, remetendo a estética artesanal?

Objetivos

Experimentar e combinar materiais como o aço e a madeira em um projeto desenvolvendo uma linha de produtos (móveis e luminárias). Utilizar conceitos do Design já estabelecidos no desenvolvimento de produto, visando a combinação de materiais e técnicas no desenvolvimento de produto, revisar conceitos da Bauhaus e sua influência no Design, agregar as novas tecnologias com as técnicas artesanais com o intuito de atingir um grau de inovação nesse segmento de produto.

Relevância do Estudo

A padronização do processo produtivo gera cada vez mais estagnação no mercado. A busca da produção em série impede a diversidade no uso de materiais e inovações em termos estéticos. O resgate de conceitos estéticos de produção artesanal pode colaborar para a melhoria, diferenciação e personalização de mobiliário do uso cotidiano, papel bem aplicado aos designers, ideia complementada por Ashby (2001) que diz que os “designers de produto buscam mesclar a técnica com a estética, combinando utilidade prática com o prazer emocional”.

Materiais e métodos

Com intuito de atingir um grau de inovação ao que se refere a produção de mobiliários, foram feitas pesquisas como revisão bibliográfica e de campo, observando o que já existe no mercado, levando em conta o público alvo, justificando que o “Design também é a produção de um produto ou sistema de produtos que satisfazem às exigências do ambiente humano” (Löbach, 2001, p. 16). Como materiais principais para produção desses mobiliários, utiliza-se madeira e aço. A madeira, de acordo com Lima (2013, p. 86), “constitui o mais antigo material utilizado pelo homem sendo até hoje explorada pela facilidade de obtenção, e pela flexibilidade com que permite ser trabalhada” e o aço toda liga de ferro e carbono na qual o percentual de carbono por peso não ultrapasse o limite de 2% (faixa de

0,006% a 2%). O aço mais comum é chamado de aço carbono, embora existam diversas ligas (aço especiais) que alteram suas propriedades e são destinadas a aplicações específicas (LIMA, 2013). No caso do aço, após a modelagem e desenvolvimento de desenho técnico, o processo para produção das partes nesse material envolve corte, dobra, preparação da superfície (oxidação negra) e montagem, além do acabamento, a apresentação do produto final, que de acordo com Lesko (2012, p. 149) “são importantes no design, pois um acabamento contribui bastante para a aparência dos produtos”.

Considerações Finais: O trabalho propõe um novo conceito de produção e apresentação de mobiliário, no qual, o aço e a madeira são os materiais principais e o processo de produção une indústria e suas tecnologias com partes do modelo artesanal. A ideia é fazer com que o usuário se sinta imerso ao ambiente, pertencente e feliz, apresentando um conceito único e livre, compondo cada ambiente de maneira marcante e inovadora.

Referências

ASHBY, Michael F. **Materiais e Design: arte e ciência da seleção de materiais no design de produto**. Tradução de Arlete Simille Marques. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

LESKO, Jim. **Design Industrial: guia de materiais e fabricação**; tradução por Marcelo. 2^o Ed. São Paulo: Editora Blucher, 2012.

LIMA, Marco A. M. **Introdução aos Materiais e Processos para Designers**. 3^o Ed. Rio de Janeiro: Editora Ciência Moderna Ltda. 2013.

LÖBACH, B. **Design industrial: bases para a configuração dos produtos industriais**. Tradução de Freddy Van Camp. Rio de Janeiro: Edgard Blücher, 2001.

RIBEIRO, Sônia; LOURENÇO, Carolina. **Bauhaus: Uma Pedagogia para o Design**. Revista (online) Estudos em Design, Rio de Janeiro, v. 20, n. 1, p. 1-24, 2012. Disponível em <<https://estudosemdesign.emnuvens.com.br/design/article/view/87/84>>. Acesso em: 24 de Março de 2019.

SUPER METAL WARRIOR: DESENVOLVIMENTO DE PERSONAGEM FOCADO NO USUÁRIO

Felipe Daniel Lara dos Santos¹; Nicholas Bruggner Grassi²; Jacqueline Castro³

¹Aluno de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – designfsanz@gmail.com

²Professor do curso de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB nicobgrassi@gmail.com

³Professora do curso de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB designcali@gmail.com

Grupo de trabalho: Design

Palavras-chave: design thinking, concept art, design de games, character design.

Introdução: Advindo de uma proposta de um projeto de jogo independente inovador para o auspicioso mercado de games, o seguinte trabalho tem um caráter não somente de desenvolver um produto que apresente inovação no que tange apenas ao ato de apresentar algo nunca antes visto, mas sim de, viabilizar uma inovação baseada e inteiramente desenvolvida com o foco no usuário, a fim de propor um produto que tenha também uma viabilidade comercial. O trabalho busca trabalhar o processo de design de maneira estritamente analítica e estratégica, focando não somente em atender os anseios e os desejos do usuário proposto, como também analisar a viabilidade comercial do projeto.

Objetivos: O trabalho tem por objetivo propor, por meio de estudos de mercado, a identidade gráfica de um jogo digital, contendo: personagem, mundo, identidade visual, a fim de, constituir uma campanha de financiamento coletivo. A ideia é estruturar um processo embasando-se puramente no público alvo para testar a viabilidade das características estéticas do game.

Relevância do Estudo: O mercado de games é um dos mais rentáveis do mundo, segundo Pacheco (2018) “os negócios nessa área movimentaram em torno de US\$ 1,3 bilhão. Com isso, o Brasil já é o 13º no ranking global e o número um entre os latino-americanos”. Trata-se de um mercado ainda em ascensão, que traz cada vez mais novos jogadores, que aumentam em detrimento da queda dos preços de computadores e serviços de internet. O mercado de games é excepcionalmente promissor, no entanto, apesar de termos uma movimentação monetária cada vez mais significativa também temos em contrapartida uma pasteurização criativa dos produtos em detrimento do grande capital investido para a produção que aumenta anualmente (principalmente nos jogos AAA), esse grande investimento na indústria “está diminuindo a criatividade das grandes produções” diz ALEGRETTI (2017), pois tais investimentos precisam de retorno e não podem se dar ao luxo de experimentar novas ideias com o risco do projeto fracassar. Projeto propõe inovações pensadas estritamente visando o público-alvo, assim sendo, por meio de técnicas e métricas testar a viabilidade do projeto.

Materiais e métodos: Por meio do Design Thinking, foram feitas análises de concorrência e pesquisas aplicadas sobre o produto proposto. O jogo traz por inspiração os jogos do gênero *beat n up*, onde a principal inspiração visual são as capas dos álbuns clássicos de Rock n’ Roll e Heavy Metal com fortes características conceituais e de contracultura. Tal inspiração nas ilustrações apresentadas nas capas de Álbuns de Rock também foi feita com base num respaldo analítico. Seguindo a pesquisa, foi avaliado que 30,6% do público é fã do gênero de Rock, e apesar de ser o gênero musical que está em terceiro lugar do qual os jogadores mais gostam, é também o gênero musical que é mais defendido pelos seus fãs, Mundo Marketing (2018). Tal entusiasmo apresentado pelos fãs do gênero de Rock, faz a inspiração no gênero musical ser um ponto crucial para chamar atenção dos jogadores, e torná-los os primeiros fãs do jogo.

Resultados e discussões: Depois desse processo de criação de personagens com várias sketches, juntamente com o GDD, foi feito como parte do projeto, a criação de toda uma identidade visual do game, levantando as características de branding, tipografias e por fim, uma aplicação de um vídeo para captação de recursos, para conseguir aferir uma viabilidade mercadológica. Os objetivos da pesquisa também foram alcançados satisfatoriamente, mostrando que é possível estabelecer um conceito de produto, direção artística, elementos narrativos, tendo como base apenas a figura do usuário, onde nesse processo são deixados de lado os julgamentos pré concebidos e conjecturas sobre o nicho de mercado e parte-se para análise daquilo que é ou não viável.

Referências

- ALLEGRETTI, Maurício. O dilema e o desafio do jogo AAA brasileiro. **Indústria de Jogos**, 28 de jul. de 2017. Disponível em: <<http://www.industriadejogos.com.br/artigo/dilema-e-desafio-do-aaa-brasileiro/>>. Acesso em: 20 de out. de 2018.
- BROWN, Tim. **Design Thinking**. Rio de Janeiro. 2010
- KOTLER, Philip. **Marketing 3.0**. Rio de Janeiro. 2010
- MUNDO DO MARKETING. Perfil dos Gamers brasileiros: Mulheres são a maioria. **Mundo do Marketing**. 23 de mai. de 2018. Disponível em: <<https://www.mundodomarketing.com.br/ultimas-noticias/37850/perfil-dos-gamers-brasileiros-mulheres-sao-maioria.html/>>. Acesso em: 20 de out. de 2018.
- PACHECO, Paulo. Mercado nacional de games deve movimentar mais de US\$ 1,5 bilhão em 2018. **Correio Braziliense - Economia**, 24 de jul. de 2018. Disponível em: <https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/economia/2018/07/24/internas_economia,696929/mercado-nacional-de-games-deve-movimentar-mais-de-us-1-5-bilhao-em-20.shtml/>. Acesso em: 20 de out. de 2018.