

PROCESSOS DE TRABALHO EM DESIGN GRÁFICO

Desenho de uma plataforma digital para registo e visualização infográfica de comportamentos de construção processual

ESAD 2014 | MESTRADO EM DESIGN DE COMUNICAÇÃO

Candidata Diana Barreto

Orientadora Professora Eliana Penedos



C

Illustrator - Archivo - Edición - Objeto - Texto - Seleccionar - Efecto - Ver - Ventanas - Ayuda
Aspectos esenciales
is
more important
than outcome

PROCESS IS MORE IMPORTANT THAN OUTCOME
2013

PRO
CESS
OUT COME

PROCESS IS MORE IMPORTANT THAN OUTCOME
PROCESS IS MORE IMPORTANT THAN OUTCOME
PROCESS IS MORE IMPORTANT THAN OUTCOME
PROCESS IS MORE IMPORTANT THAN OUTCOME

OUTCOME

PROCE
MORE
THAN
ROCE
MORE
THAN

process

process
is more
important
than
outcome

PROCES
MORE IMP

PRO
CESS



ESAD 2014
MESTRADO EM DESIGN DE COMUNICAÇÃO

PROCESSOS DE TRABALHO EM DESIGN GRÁFICO

Desenho de uma plataforma digital para registo
e visualização infográfica de comportamentos de construção processual

Diana Patrícia Barreto Rodrigues

Projeto de Mestrado apresentado à Escola Superior de Arte e Design de Matosinhos
para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em
Design realizada sob a orientação científica da Professora Doutora Eliana Penedos.

AGRADECIMENTOS

Começo por expressar a minha gratidão à Escola Superior de Arte e Design (ESAD) e à coordenação do Mestrado em Design de Comunicação, nomeadamente, à Professora Joana Santos e ao Professor Andrew Howard pela oportunidade de frequentar este mestrado.

Agradeço em especial à minha orientadora, Professora Doutora Eliana Penedos, pela disponibilidade e carinho, pelo incentivo nos momentos mais críticos e pelo valioso acompanhamento ao longo de todo o processo de preparação do projeto e revisão do relatório de projeto.

Agradeço ao web-designer Tiago Pedras por ter ajudado a tornar real a plataforma www.readysetfloow.com.

À minha entidade patronal agradeço a disponibilidade para adequação dos planos de trabalho à minha agenda de mestrado.

À minha família um agradecimento muito particular, à minha mãe pelo acompanhamento e constante estímulo para melhorar, ao meu namorado por estar sempre presente e pelo apoio, ao meu irmão pelo esclarecimento de questões técnicas e aos meus amigos pela paciência e carinho.

Agradeço a todos que de alguma forma contribuíram para que este trabalho fosse concluído com sucesso.

RESUMO

O termo design significa, fundamentalmente, planejar algo com um fim definido.

O design gráfico tem como objetivo a abordagem de problemas práticos ou teóricos através do recurso a ferramentas de comunicação visual.

Hoje em dia a ferramenta mais relevante para a realização de objetos gráficos é o computador, seja pelos softwares desenvolvidos para a produção gráfica ou pelo acesso à internet e à disponibilidade de informação. As tecnologias digitais tornaram-se universais e transversais e vieram alterar a forma como o designer cria e comunica.

O projeto que nos propomos desenvolver tem como objetivo observar de que forma o designer gráfico realiza o seu trabalho, como responde a um briefing e que ferramentas utiliza.

Para responder ao nosso objetivo, decidimos conceber um exercício de investigação que nos permitisse a observação de alguns dos diferentes comportamentos que acompanham a criação de um objeto gráfico.

Para colocar em prática o projeto, optamos pela criação de uma plataforma digital para a apresentação e recolha de respostas a um desafio que colocamos e também pelo desenvolvimento de um método para a análise dos resultados obtidos.

Palavras chave

Processo, Desafio, Plataforma Digital, Método, Análise

ABSTRACT

The term design means, fundamentally, to plan something with a defined end.

Graphic design has as purpose the approach to practical and theoretical problems through the use of visual communication tools.

These days the most relevant tools for the development of graphic work is the computer, be it for the software developed for graphic production or for Internet access and the availability to information. Digital technologies became ubiquitous and transversal and changed the way the designer works and communicates.

The project that we propose to develop has as main goal to observe how the graphic designer develops his work, how he responds to a proposal and the tools he uses.

To respond to our goal we decided to conceive an investigational exercise that would let us observe the different behaviours that follow the creation of a graphic object.

To put the project into practice we opted for the creation of a digital platform to present and collect the answers to the challenge that we propose and also for the development of a method to analyze the results.

Keywords

Process, Challenge, Digital Platform, Method, Analysis

ÍNDICE

12 INTRODUÇÃO

Motivação
Objetivos
Metodologia

20 ENQUADRAMENTO TEÓRICO

Plataformas digitais
Briefing/Proposta
Elementos de construção processual
Método de análise quantitativa
Visualização de dados

24 PROJETO

26 PLATAFORMA DIGITAL

Identidade visual
Website
Aplicação
Desafio
Ações de divulgação

38 CONSTRUÇÃO PROCESSUAL

Amostra
Método de análise
Análise de resultados

76 30 DIAS 30 MINUTOS 30 CARTAZES

84 CONCLUSÃO

88 BIBLIOGRAFIA

90 ANEXOS



FIG.1 Organograma do projeto

INTRODUÇÃO

O mundo é um lugar em permanente construção, constantemente agitado por novas ideias, o aparecimento de novas ferramentas, novas formas de ligação e novas formas de comunicação. Na última década os computadores tornaram-se parte integrante das nossas vidas, a tecnologia veio alterar fundamentalmente a nossa cultura e métodos de trabalho.

No design gráfico, o fluxo de trabalho tem vindo a ser alterado através da introdução das novas tecnologias digitais, pelas quais a criação, produção e distribuição passaram a estar nas mãos do designer.

"Today, countless designers and producers, named and unnamed, at work both inside and outside the profession, are contributing to a vast new visual commons, often using shared tools and technologies. Through this new "commonality" the paradigm of design is shifting."

Armstrong, 2009

Tendo em conta estas considerações, decidimos centrar o nosso objeto de estudo na forma como o designer atua durante o processo de criação, através do uso das novas tecnologias associadas à disciplina.

O presente relatório de projeto está organizado por capítulos que formam a estrutura de suporte à apresentação do desenvolvimento do projeto.

No primeiro capítulo são identificadas as razões que nos levaram ao presente estudo e os conceitos utilizados no decorrer de todo o processo. Começamos pela **Introdução**, para apresentação e contextualização do objeto de estudo, motivação e metodologia utilizada, seguida de um breve **Enquadramento teórico**, para exposição dos conceitos utilizados.

No capítulo **Projeto** apresentamos de forma detalhada o processo utilizado para a realização das diferentes etapas, dividindo-o em dois subcapítulos, Plataforma digital e Construção processual, para melhor ilustração dos elementos constituintes da nossa proposta de trabalho.

No capítulo número quatro, apresentamos um complemento ao exercício inicial, que consiste num auto desafio, **30 dias 30 minutos 30 cartazes**, funcionando como um segundo exercício, que permite colocar em prática, uma vez mais, o método de análise desenvolvido para o primeiro.

No último capítulo, dedicado à **Conclusão**, fazemos uma reflexão sobre o desenvolvimento do projeto, desde o planeamento à apresentação gráfica dos resultados, incluindo considerações sobre a experiência pessoal.

MOTIVAÇÃO

A motivação que nos levou à realização deste projeto surgiu do interesse pessoal pelo design gráfico, mais especificamente pelo processo de criação, tendo sido por isso que decidimos centrar-nos na observação do desenvolvimento deste processo.

Será que os designers seguem regras rígidas, cumprem as mesmas etapas pela mesma ordem ou existe liberdade criativa? De que forma respondem a um briefing?

Depois de alguma pesquisa na área procuramos definir quais os elementos constituintes desta ação, através de testes pessoais e colocando-nos as seguintes questões: Como trabalhamos? Quais são as nossas prioridades? Quais são os processos e as metodologias que usamos nesta era digital onde tudo acontece tão rápido?

Posto isto, consideramos que seria importante fazer uma análise a outros níveis, para além do pessoal, por exemplo através da observação do ato de criação de outros indivíduos.

Assim surgiu o principal propósito do projeto e que se centra na observação de comportamentos, na forma como o designer gráfico responde a um briefing, que ferramentas utiliza e como gere os elementos de construção processual.

Para responder ao que nos propomos foi necessário definir uma amostra significativa, constituída por indivíduos com diferentes graus de experiência na área do design, para permitir a comparação de resultados e podermos analisar a forma como importam ou exportam entre si os diferentes elementos do processo de construção.

OBJETIVOS

O objetivo principal da nossa investigação é avaliar em que termos o processo de criação varia de um designer gráfico para outro e quais os principais parâmetros que determinam as diferenças ou semelhanças encontradas, nomeadamente através da construção de um cartaz.

Mais do que avaliar o objeto final, com este projeto o que se pretende é proceder a um exercício de análise sobre a ação de criação, desde o seu início até ao fim.

Depois de definido o objetivo principal, decidimos que faria sentido perceber em que fase é que cada elemento de construção processual: *Tipografia; Imagem; Layout e Cor* é utilizado e as associações verificadas, tendo em conta o fator tempo dedicado a cada um deles.

Para atingir o objetivo pretendido, decidimos apresentar um desafio a vários designers gráficos, criando uma plataforma digital para troca de informação.

Considerando que o desafio visual é o objeto central da primeira fase do projeto, foram avaliados todos os componentes essenciais para a sua formulação. Foi definido o formato e o tempo disponibilizado para a sua realização, de forma a tornar possível a resposta e, mais tarde, a sua leitura.

Optamos por trabalhar com um intervalo de tempo que fosse equilibrado entre a disponibilidade de cada um e o tempo atribuído para a análise dos resultados, para uma maior clareza na confrontação das respostas.

Os usuários foram convidados a criar um póster **A2 em 30 minutos**.

O desafio foi aberto a estudantes, designers gráficos juniores e designers gráficos, de todas as idades e backgrounds.

Outro objetivo foi transformar a informação obtida através desta experiência em dados visuais, infografias, para facilitar a análise e visualização dos resultados e posteriormente a sua apresentação aos participantes/interessados, via o website.

O que se pretende com este projeto, não é descobrir algo de novo mas sim compreender o que acontece durante o ato de criação que, normalmente, não é registado, como se fossemos observadores do backstage da criação.

METODOLOGIA

O projeto de investigação que desenvolvemos deve ser visto como um exercício meramente demonstrativo da observação e análise levadas a efeito.

Na fase inicial efetuámos uma série de testes pessoais, em que nos colocamos limitações, sobretudo de tempo, mas que também incluíram a imposição do uso de alguns elementos de construção processual, restringindo, por exemplo, o número de cores, tipografias ou imagens a utilizar.

Estes testes permitiram-nos perceber que seria suficiente limitar o tempo e o formato, bem como a obrigatoriedade de utilização de um texto pré-definido, igual para cada um dos participantes, fornecendo, assim, as mesmas limitações e criando um tema comum, para enquadramento do objeto de criação.

Mais ou menos em paralelo percebemos que a melhor forma de conseguir o que pretendíamos passava pela criação de uma plataforma digital, que permitisse disponibilizar e recolher toda a informação necessária à realização do exercício.

De seguida foi necessário desenhar e desenvolver a plataforma para apresentação do desafio ao público e consequente recolha de informação.

Procedemos então ao desenho da arquitetura da plataforma, constituída por um website e, em conjunto, uma aplicação para apresentação do desafio visual e arquivo de dados (capturas de ecrã). Para a sua concretização recorremos aos serviços de um web-designer.

Durante o período de abertura da plataforma para receção das respostas foram feitas pesquisas sobre a forma de leitura a aplicar ao objeto de estudo, ao mesmo tempo que se iam catalogando as respostas com a informação individual fornecida por cada participante. Foi criada uma tabela, em excel, com as seguintes entradas: anos de atividade e nacionalidade, para perceber quem eram os participantes e definir os grupos de estudo (estudantes, designers gráficos juniores e designers gráficos).

Terminado o prazo para recolha de respostas, imposto por nós, procedemos ao download das imagens e à sua catalogação por grupos.

De seguida fizemos a leitura individual de cada resposta, associando a cada imagem a cor que atribuímos aos elementos de construção processual pré-definidos e detalhados no capítulo Construção processual (pág. 38).

Depois de catalogadas as imagens, criamos novo quadro em excel, para organização dos dados recolhidos, procedendo, de seguida, à análise dos resultados, construindo gráficos que permitiram visualizar de forma mais imediata esses mesmos resultados. Tendo em conta que o estudo se baseia na distribuição temporal da utilização de cada elemento, decidimos que seria importante colocar os dados obtidos na forma de timelines individuais para se ter a noção de quando é introduzido cada um dos elementos e a sua relação com o elemento anterior e posterior, bem como o tempo dedicado a cada um deles.

Os resultados foram agregados por elemento de construção processual e cada um foi analisado individualmente (timeline), por grupo e entre grupos (gráficos de barras). Por fim juntamos todos os dados da amostra e procedemos à sua análise de conjunto.

ENQUADRAMENTO TEÓRICO

É consensual que o design gráfico tem vindo a mudar de forma radical e simultaneamente desafiante. O aparecimento de novas tecnologias digitais veio alterar o fluxo de trabalho no design gráfico.

Segundo Le Manovich, no seu artigo, "Import/Export: Design workflow and contemporary aesthetics", de 2008, *"Everybody who is practically involved in design and art today knows that contemporary designers use the same set of software tools to design everything."* O software é, hoje em dia, crucial para o fluxo de trabalho de qualquer designer gráfico.

Hoje em dia o processo de trabalho passa pelo uso das novas ferramentas, que permitem aproveitar melhor o tempo, dando-nos espaço para as ideias crescerem e poderem ser testadas.

Sem nunca esquecer que o computador é apenas um meio, há agora a possibilidade de testar uma grande quantidade de variações dentro do mesmo projecto. Através do recurso a softwares específicos, podemos alterar elementos como o layout, a fonte, a cor ou a imagem, tão rápido e fácil como nunca antes. Em certa medida estes softwares são réplicas das ferramentas manuais usadas anteriormente (cortar, apagar, tinta, lápis, carater) mas que podemos, agora utilizar de forma mais rápida e amigável.

Tendo em conta as exigências que, atualmente, são colocadas a um designer gráfico, concordamos com o que Helen Amstrong afirma em "Graphic Design Theory: Readings From The Field", *"Digital technology puts creation, production, and distribution into the hands of the designer..."*.

Nesta fase do projeto e, tendo presente o objeto de estudo, consideramos oportuno incluir as definições dos conceitos referidos ao longo da mesma, para melhor compreensão das diferentes etapas, ainda que sejam alvo de maior detalhe no capítulo relativo ao projeto (pág. 24).

PLATAFORMAS DIGITAIS

Entende-se como plataformas digitais os espaços virtuais que servem de suporte à criação de comunidades, à volta de um determinado tema ou, como veículo de ligação de comunidades já existentes.

"Communities are very complex ecosystems of human beings. Cultivating, growing, shaping, and guiding the community to make it productive is definitely as much (or even more) art as science."

Mark R. Hinkle, 2009

Podemos considerar que os objetivos da criação de uma plataforma digital se centram nos seguintes pontos: atrair participantes para a troca de informação sobre um determinado tema, promover e facilitar o intercâmbio dessa mesma informação e gerar a co-criação de valor.

Existem algumas plataformas contemporâneas onde podemos encontrar algumas semelhanças com o projeto que decidimos empreender, como por exemplo:

- O trabalho desenvolvido por Aaron Koblin com The Johnny Cash Project, em que interpelou os fãs de Johnny Cash a desenhar uma frame individual, de forma a produzirem um vídeo, com o seu conjunto. Com as respostas, foi criado um vídeo-clip que acaba por representar a visão de toda uma comunidade à volta de um tema comum. (www.thejohnnycashproject.com)
- Cut & Paste é uma organização que cria eventos e programas online, e que tem como objetivo principal relacionar designers, criativos, empresas e os média. O evento pelo qual são mais conhecidos é o torneio de design com o mesmo nome da organização "Cut & Paste: Where creatives come to play", em que vários artistas/designers trabalham em simultâneo para criar objetos gráficos num espaço de tempo limitado. Tudo acontece com transmissão, em direto, do workflow através da projecção em ecrãs gigantes. (www.cutandpaste.com)

Para o desenvolvimento da plataforma de suporte ao nosso projeto tivemos em conta as seguintes problemáticas: exposição dos conceitos de base, apresentação do desafio ao público alvo, disponibilização de uma aplicação para recolha das respostas e, ainda, meios de incentivo à adesão ao desafio.

BRIEFING

brief•ing

- the action of informing or instructing someone.

Oxford Dictionary of English

A etapa do briefing ou proposta consiste na exposição da necessidade que se pretende colmatar ou na definição do problema que se pretende resolver.

No contexto deste projeto quando nos referimos a um briefing não nos referimos a um briefing cliente mas sim a um briefing criativo, de designer para designer, tendo como exemplo propostas apresentadas, normalmente, por professores no contexto académico da disciplina de projeto.

ELEMENTOS DE CONSTRUÇÃO PROCESSUAL

O design é um processo que consiste na utilização de uma série de métodos organizados para melhor servir a natureza de cada projeto. No entanto, estes processos não são lineares, podendo variar na abordagem para resolução do problema.

Assim, passamos ao enquadramento dos elementos de construção processual que fazem parte do nosso exercício de investigação, o ato de criação de um cartaz.

Tipografia

Podemos afirmar que a tipografia é um dos elementos centrais na construção processual, uma vez que consiste em dar corpo a um texto e promover o seu conteúdo. No design gráfico a utilização da tipografia não tem como único objetivo colocar texto numa página mas sim apresentá-lo de forma efetiva na comunicação. A escolha da fonte a utilizar, o tamanho, alinhamento, cor ou espaçamentos permitem passar a mensagem e influenciar a sua leitura. Por tudo isto, esta é uma tarefa complicada e demorada no processo de criação.

Imagem

A imagem, seja de que tipo for, é o elemento que dá vida a um objeto gráfico, quer seja utilizada como elemento principal ou secundário. Esta é usada normalmente para reforçar a mensagem, para falar a uma audiência ou para enriquecer uma determinada estética. Sendo um elemento crucial para a compreensão de uma mensagem.

Layout

O layout consiste na organização dos elementos de design em relação ao espaço que estes ocupam. É considerado como a gestão da forma e do espaço. O objetivo do layout é o de preservar os elementos visuais, que devem ser comunicados de forma a que o leitor receba a mensagem com o menor esforço possível.

Cor

A cor tornou-se um atributo permanente no campo da comunicação visual. É um elemento interessante no design gráfico porque pode ser aplicada a qualquer outro elemento e mudá-lo de forma radical. Pode ser usada para fazer sobressair uma imagem, ou para reforçar uma mensagem.

MÉTODOS DE ANÁLISE QUANTITATIVA

Método é uma ação ou sistema de ações com um objetivo determinado e que tem como características o facto dessas ações serem sistemáticas e regulares.

A análise é o processo pelo qual se procede ao exame de determinados elementos, a partir de amostras.

O método de análise quantitativa, caracteriza-se por obedecer a um plano, com o fim de enumerar ou medir acontecimentos e permitir o estabelecimento de relações entre eles, utilizando dados representativos de amostras pré-definidas. Baseia-se em princípios matemáticos, em particular em métodos de análise estatística. O método de análise quantitativa ajuda a fazer comparações dos resultados que são apresentados de forma numérica. Trata-se de uma análise objetiva, visto que a observação é controlada.

VISUALIZAÇÃO DE DADOS

"The brain finds it easier to process information if it is presented as an image rather than as words or numbers. The right hemisphere recognizes shapes and colours. The left side of the brain processes information in an analytical way and is more active when people read text or look at a spreadsheet. Looking through a numerical table takes a lot of mental effort. The brain identifies patterns proportions and relationships to make instant subliminal comparisons."

The Economist, The Data Seluge, 2010

A visualização de dados consiste, como o próprio nome indica, em tornar visível a informação que se pretende apresentar, recorrendo à construção de diferentes suportes gráficos.

A infografia é o meio utilizado para tornar a visualização de dados eficaz, e encontrar o equilíbrio entre estética e informação. Normalmente trata-se da apresentação de dados que surgem de análises quantitativas e podem ser constituídas por gráficos, fotografias, desenho e textos.

Usualmente são gráficos que ajudam a tornar a leitura da informação mais rápida e dinâmica. Uma variante das infografias são as timelines que servem à visualização de dados na forma de linhas de tempo.

**“QUALQUER
AVENTURA VISUAL,
POR MAIS SIMPLES, BÁSICA
OU DESPRETENCIOSA,
IMPLICA A CRIAÇÃO DE
ALGO QUE ALI NÃO ESTAVA
ANTES, E EM TORNAR
PALPÁVEL O QUE AINDA
NÃO EXISTE.”**

Dondis, 2000

PROJETO

Este projeto de investigação consiste na análise de processos de trabalho em design gráfico. Para a sua realização procedeu-se ao desenho de uma plataforma digital, destinada ao registo das respostas ao desafio, através da captura de ecrã durante o processo de criação, para posterior análise e visualização infográfica.

Para melhor compreensão do desenvolvimento do projeto decidimos dividir este capítulo em duas partes essenciais:

- **Plataforma digital**, onde é visível o trabalho desenvolvido pré-obtenção dos resultados. É neste momento que mostramos a concepção da **Identidade visual** que foi aplicada ao projeto; seguida da criação do **Website** para exposição da ideia e recolha de informação; do desenvolvimentos da **Aplicação** para registo do desafio; apresentação do Desafio e o seu conceito; e **Ações de divulgação**, para apresentar o exercício e incentivar o maior número de pessoas a participar.
- **Construção processual**, onde é visível o trabalho desenvolvido pós-obtenção dos resultados. É nesta fase que definimos a **Amostra**; que estabelecemos o **Método de análise** e, a partir daqui, efetuamos a **Análise dos resultados**, através da leitura direcionada dos diferentes elementos de construção processual: *Tipografia; Imagem; Layout; Cor; Pesquisa e Outros*.

Tendo em vista o desenvolvimento da nossa investigação, tivemos que definir o público alvo do desafio, pelo que, seguindo a lógica do objeto de estudo, foram escolhidos os designers gráficos de todas as faixas etárias e com todo o nível de formação, estudantes, licenciados, profissionais, etc.

**“WE SHALL NEITHER
FAIL NOR FALTER,
WE SHALL NOT WEAKEN
OR TIRE...
GIVE US THE TOOLS
AND WE WILL
FINISH THE JOB.”**

Winston Churchill, 1874-1965

PLATAFORMA DIGITAL

Para dar corpo ao nosso projeto, como referimos anteriormente, optamos pela construção de uma plataforma digital e definimos quais os seus componentes: um website, uma aplicação e as redes sociais (Facebook, Twitter).

O primeiro passo foi conceber a imagem gráfica da plataforma e listar os diferentes suportes onde esta seria, mais tarde, aplicada. Tendo em conta que a plataforma vive essencialmente num ambiente digital, essa característica foi tida em conta no seu desenho. Outra das variantes que consideramos foi o público alvo e a utilização que este faz de plataformas digitais.

O segundo passo foi desenvolver o website e a aplicação, com base na identidade visual definida anteriormente. Aproveitámos a pesquisa efetuada previamente para o desenvolvimento da imagem gráfica e estruturámos o website, a partir daí.

O desafio foi desenhado tendo por base a análise de exemplos de propostas apresentadas a estudantes, a nível académico, como referimos em Briefing (pág. 21), assim como de concursos online, direcionados à realização de cartazes.

Para apoio à divulgação do exercício recorreremos à utilização das redes sociais (Facebook e Twitter) e ao contacto mais personalizado através do correio postal e electrónico, com o objetivo de formar uma amostra homogénea e interessante.

IDENTIDADE VISUAL

Definido o público alvo, direcionamos a nossa pesquisa à utilização que este faz das plataformas já existentes. Alguns dos exemplos a que recorreremos foram conferências na área do design gráfico, blogs e plataformas que servem à exposição de trabalho criativo. Chegamos à conclusão que uma grande parte dos exemplos consultados utiliza um elemento marcante, o nome, que muitas vezes fica gravado na memória pela sua dinâmica linguística, ainda que depois, a nível visual, tentem manter-se simples, claros, objetivos e atuais.

A partir da pesquisa desenvolvida, decidimos optar por um nome que permitisse a criação de um jogo de palavras e de conotações com alguma dinâmica.

Para a escolha de um nome representativo dos conceitos abstratos do processo e da criação decidimo-nos pelo pormenor mais significativo e figurativo do projeto. Esse pormenor está centrado no desafio e na sua realização, o facto de haver limitação de tempo e consistir numa performance individual.

Decidimos utilizar o *Ready, Set, Go!* normalmente utilizado no quadro do desporto, para o lançamento de provas de atletismo. Introduzimos uma pequena alteração, ficando com *Ready, Set, Flow*, sendo que a palavra flow é a que faz referência direta ao processo de criação. A ideia surgiu do termo “workflow”, que consiste numa sequência de passos conectados e que não se sobrepõem.

No seguimento desta escolha e das características anteriormente referidas, partimos na busca de uma fonte para a realização do logótipo que tornasse visualmente relevantes estas três palavras, sem lhes retirar ou reforçar a mensagem inerente.

Optamos pela fonte **Pluto Sans Black**, da autoria de Hannes Von Dohren, publicada por HVD Fonts e que faz parte da família Pluto. É uma fonte sans serif, desenvolvida em 2012 e considerada, nesse mesmo ano, uma das mais populares. Trata-se de uma fonte geométrica, que guarda o lado friendly da arquitetura da fonte Pluto, desenvolvida tanto para impressão como para ecrã, tendo sido essas as mais valias que nos levaram à sua utilização.

O que nos impressionou foi a sua forma imponente, e o seu desenho com os contrastes fundo/forma, criando uma imagem interessante e de fácil memorização.

Para criar mais dinâmica jogamos com a palavra flow, triplicando o “O” para assim indicar continuidade, a fonte ajudou a criar essa dinâmica pelos seus O’s geométricos. Estes círculos foram depois utilizados, em separado, para criar ritmo nos diferentes suportes que foram desenvolvidos.

Para a mancha dominante de texto utilizamos a fonte **Museo Sans**, pelas suas características ideais para texto impresso ou web, por ser uma tipografia robusta, de baixo contraste e geométrica, tornando-a de fácil legibilidade.



FIG.2 OFFF - Post-digital Culture Festival



FIG.3 BLUNT - AIGA Design Conference

abcdefghijklmnopqrstuvxzw
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 1234567890
 :!?

FIG.4 Tipografia - Pluto Sans Black

Durante o desenvolvimento do logótipo demo-nos conta de que para tornar este visual mais dinâmico seria interessante introduzir níveis diferentes às três palavras, o que veio a resultar em:

- **Ready** transformou-se numa questão “?” (“Are you ready?”), assim sendo o Ready sempre que utilizado aparece associado a um ponto de interrogação;
- **Set** tornou-se numa exclamação “!” (“Get set!”), uma vez respondidas as possíveis questões está na hora de se preparar;
- **Flow** ficou associado aos dois pontos “:” (Let it flow:) uma vez que é a partir daqui que cada um dá a sua resposta e onde aparecem os diferentes visuais. É um espaço que deve ser deixado em aberto e a ser completado pelas respostas de cada um.

Tendo isto em conta decidimos redesenhar a pontuação associada a cada palavra, e assim reforçar a personalidade do logótipo.

Depois de alguma pesquisa acerca da cor a utilizar, decidimos apostar no preto e branco, com o objetivo de colocar o jogo de palavras em evidência, deixando a cor para a apresentação dos resultados do exercício e, assim, criar também a nível visual, dois momentos distintos no projeto.

READY?
 SET!
 FLOOW:

FIG.5 Logótipo Ready Set FlooW

WEBSITE

A estrutura do website teve como ponto de partida as três partes do logótipo. Esta divisão da informação tem como objetivo ajudar a guiar o utilizador na leitura do website.

Assim sendo, temos uma primeira parte (Ready?) onde se pode ler o conceito geral do projeto, do desafio e o step by step a ser seguido até ao download da aplicação. A segunda parte (Set!) é onde se procede ao registo e assim se obtém o código de acesso à aplicação, enviado para o email fornecido pelo utilizador no momento da inscrição.

Só depois de finalizada esta fase se passa a ter acesso à página de download da aplicação e, seguidamente, ao desafio (Flow:).

Depois de definida a estrutura foram elaborados os conteúdos constituintes de cada fase do website.

Com os conteúdos finalizados foi possível desenvolver o layout do website, que teve como base a identidade visual desenvolvida.

Para a realização prática do website contactamos o web-developer Tiago Pedras, que a partir do desenho desenvolvido por nós tornou o website real.

A partir do lançamento do website começamos a receber algumas respostas que foram sendo arquivadas num servidor, onde foram organizadas por ordem de entrada.

Juntamente com a resposta (capturas de ecrã) e o nome de cada indivíduo ficaram também registadas todas as informações de cada participante, email, data de nascimento, nacionalidade, profissão e anos de atividade.

É nosso objetivo expôr as infografias com os resultados obtidos, permitindo o feedback aos utilizadores, uma vez que a plataforma se mantém ativa.

O website encontra-se alojado no domínio www.readysetfloow.com



FIG.6 Fluxograma website

APLICAÇÃO

A aplicação é o ponto crucial na comunicação do desafio, a sua função é a de guiar o participante na resposta, transmitindo todas as informações necessárias para que a ação decorra da melhor forma.

É a aplicação que efectua as capturas de ecrã e que as transmite aos servidores, catalogando a informação recebida por ordem de entrada. Foi criada em Processing*, pelo web-designer que desenvolveu o website e está construída da seguinte forma:

1. Inserir o código atribuído pelo website, anteriormente enviado para o e-mail pessoal, fornecido pelo utilizador, no momento da inscrição;
2. Sugere-se a escolha da pasta onde se quer guardar, no computador, as capturas de ecrã efetuadas pela aplicação, que são enviadas automaticamente e em simultâneo para o nosso servidor;
3. De seguida deve ser aberto o software escolhido e criado um novo ficheiro com o formato indicado, A2, e aí deve ser colada a frase imposta pelo desafio;
4. Depois do ok na acção anterior, o cronómetro começa a contar os 30 minutos disponíveis para a criação do cartaz. O cronómetro pode ser minimizado e consultado quando desejado. A partir do último minuto é emitido um som de alerta de aproximação do fim do desafio.

Tendo em conta a performance e o feedback dos utilizadores, a utilização da aplicação não ofereceu dificuldades nem foi alvo de resistência.



* is a programming language, development environment, and online community. Since 2001, Processing has promoted software literacy within the visual arts and visual literacy within technology. Initially created to serve as a software sketchbook and to teach computer programming fundamentals within a visual context, Processing evolved into a development tool for professionals. Today, there are tens of thousands of students, artists, designers, researchers, and hobbyists who use Processing for learning, prototyping, and production. (www.processing.org)

FIG.7 Aplicação

**“THESE LIMITATIONS
ARE THE FUEL
FOR IMPROVISATION,
BECOMING THE BARRIERS
THAT HOLD THE SAND
IN THE SANDBOX SO THAT
WE CAN PLAY”**

Frank Chimero, 2012

DESAFIO

O desafio visual é central na primeira fase do projeto, pelo que, conforme referido anteriormente, partimos da análise de propostas semelhantes para a formulação dos componentes essenciais. Entre briefings mais complexos (briefing cliente) e outros mais simples (briefing criativo), optamos pela forma mais simples, inspirando-nos nas propostas apresentadas em ambiente académico.

Com base nestes exemplos, desenvolvemos o desafio a apresentar, colocando as seguintes limitações: tempo de realização, formato do objeto gráfico final e tema.

O desafio consiste na realização de um cartaz em formato A2, que decorre no tempo limite de 30 minutos.

A escolha do cartaz, e não de outro objeto gráfico, deve-se ao facto de ser de mais fácil realização e observação, o que ajuda na análise pretendida.

O tempo foi limitado a 30 minutos para possibilitar um espaço que consideramos razoável para a resposta e a sua posterior leitura.

Depois de definidos estes parâmetros passamos à pesquisa do conteúdo (tema). Para se poder analisar as leituras, era importante que todos os indivíduos trabalhassem com a mesma informação, daí a escolha de uma frase que, intuitivamente, passasse uma mensagem forte e que pudesse ser trabalhada tanto textualmente como visualmente.

Depois da leitura de alguns manifestos da área do design, escolhemos trabalhar com a frase "*Process is more important than outcome.*", que faz parte do *Bruce Mau Incomplete Manifesto*. Porque consideramos que ao nível conceptual seria a mais acertada para o estudo a desenvolver, afinal o que nos interessa é o *Process* de cada designer e não o *Outcome* de cada poster. Todo o desafio se centra na observação do processo criativo e, a importância que atribuímos a esta parte do ato de criação, não podia ser melhor reforçada. Assim, a opção por esta frase como tema único, pareceu-nos fazer todo o sentido.

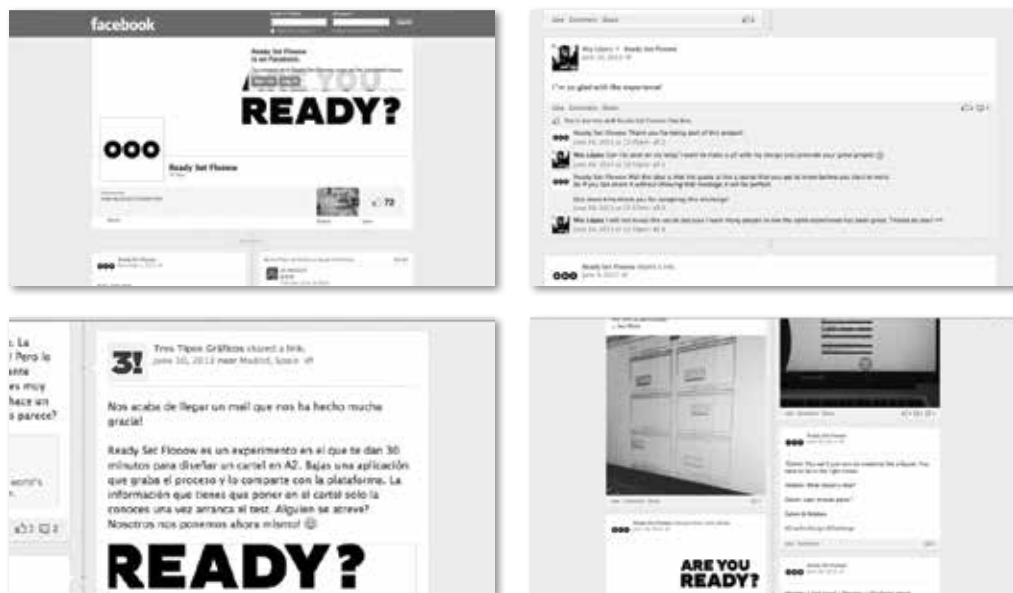


FIG. 8 www.facebook.com/ReadySetFloow



FIG. 9 www.twitter.com/ReadySetFloow



FIG. 10 ldpure Blog - divulgação readyssetfloow



FIG. 11 Postal



AÇÕES DE DIVULGAÇÃO

Partindo do princípio de que para a realização do projeto eram necessários participantes, desenvolvemos ações de comunicação com o objetivo de divulgar o exercício e fazer com que o maior número possível de pessoas tivesse conhecimento do projeto e que, a partir daí, estivesse interessado em responder ao desafio.

Começou por definir-se quais os canais de comunicação que podiam ser utilizados para chegar de forma eficaz ao público alvo.

Definiu-se então que, das redes sociais já existentes, o Facebook e o Twitter, seriam as plataformas através das quais podíamos comunicar e manter a ligação com os potenciais interessados, para além de manter os participantes informados sobre a evolução do projeto.

Para acompanhar as redes sociais e o website, no seu lançamento, foi enviado um e-mail a uma lista previamente estabelecida (ateliers de design gráfico, free-lancers, escolas de design gráfico, etc).

Em paralelo produziu-se um postal para envio via correio postal. Tendo em vista o público alvo e a sua ligação com o material impresso decidimos que seria interessante personalizar a mensagem e enviar-lhes algo de concreto. Este postal assim como o e-mail foram enviados a ateliers e freelancers em todo o mundo (Europa, USA, Brasil, Austrália, Ásia).

“PROCESS IS MORE IMPORTANT THAN OUTCOME”

Bruce Mau Incomplete Manifesto, 1998

CONSTRUÇÃO PROCESSUAL

Tendo presente que o objetivo central deste projecto é a observação dos comportamentos de construção processual no design gráfico, como temos vindo a referir, o primeiro passo foi definir quais os elementos cons-trução a analisar.

Os elementos escolhidos para análise neste exercício foram:

- Tipografia
- Imagem
- Layout
- Cor

No decorrer da análise apercebemo-nos que, ainda que só estivessem disponíveis 30 minutos para a criação, muitos dos participantes recorreram à pesquisa e aproveitaram para mudar de música ou ver o e-mail, o que nos levou a considerar interessante acrescentar duas novas variantes:

- Pesquisa
- Outros

De seguida organizamos a amostra com as respostas obtidas, de forma a criar grupos homogéneos, e assim poderemos desenvolver uma análise coerente.

Cada resposta passou por um processo de leitura, como referimos no método de análise, onde cada imagem produzida foi associada, através de uma cor, a cada elemento, e assim foram constituídas as timelines individuais, organizadas por grupos.

AMOSTRA

A amostra é constituída por 3 grupos distintos:

- Estudantes, entre 1 a 4 anos de estudos;
- Designers gráficos juniores, entre 4 a 7 anos de experiência na área;
- Designers gráficos, entre 7 a 15 anos de experiência.

Cada grupo é constituído por 5 indivíduos, com origem em diferentes partes do mundo, de Espanha ao Canada passando por Portugal e Suíça.

Achamos que seria interessante associar à informação pessoal de cada indivíduo, o software escolhido para a realização do desafio.

É de assinalar que, apesar das respostas não terem atingido o número esperado, as que foram trabalhadas, preenchem, na totalidade, os requisitos propostos.

No decorrer do projeto, para facilitar a leitura e, tendo em conta que nos mantemos, sempre, na abordagem do design gráfico os grupos são referenciados pela mesma ordem, retirando a palavra gráficos à designação dos dois grupos de designers, aparecendo, por isso, da seguinte forma:

1º grupo Estudantes / 2º grupo Designers Juniores / 3º grupo Designers

De seguida apresentamos uma lista com a informação pessoal de cada indivíduo por grupo.

Dentro de cada grupo, a cada indivíduo está associado um número de 1 a 5, para melhor identificação na apresentação dos dados.

Grupos	Experiência	País	Software
ESTUDANTES			
1	1 ano	França	Indesign/Photoshop
2	1 ano	Roménia	Illustrator
3	2 anos	Suíça	Indesign/Photoshop
4	2 anos	Suíça	Illustrator
5	2 anos	Espanha	Indesign/Photoshop/Illustrator
DESIGNERS JUNIORES			
1	4 anos	Portugal	Indesign
2	4 anos	Portugal	Photoshop
3	4 anos	Portugal	Indesign/Illustrator
4	5 anos	Portugal	Illustrator
5	5 anos	Espanha	Photoshop
DESIGNERS			
1	10 anos	Espanha	Illustrator
2	8 anos	Espanha	Indesign
3	6 anos	Portugal	Illustrator
4	15 anos	Suíça	Illustrator
5	7 anos	Canada	Illustrator

FIG. 12 Tabela de apresentação da amostra

MÉTODO DE ANÁLISE

Qualquer trabalho de análise carece de um método que permita efetuar a leitura dos resultados.

Este projeto foi desenhado com a definição, à partida, da forma como seriam analisadas as respostas. Optamos pelo método de análise quantitativa por se basear em princípios matemáticos, que permitem uma análise objetiva, com pouca margem para erro, como referimos no enquadramento teórico.

Antes de mais, para a realização da análise, foi feito o download das capturas de ecrã, guardadas no servidor e arquivadas num mesmo dossier, por grupo. Cada indivíduo foi colocado no respetivo grupo, Estudantes, Designers Juniores e Designers.

Associando uma cor a cada elemento de construção processual, passamos à análise das capturas de ecrã de cada indivíduo, associando cada captura ao seu elemento constituinte.

Para permitir a análise das capturas de ecrã foram estabelecidos os seguintes critérios:

- Todas as capturas relacionadas com a **Tipografia** são constituídas por: escolha tipográfica, o tamanho e o espaçamento;
- O conjunto das capturas de ecrã sob a categoria **Imagem** são constituídas por fotografia, vetor, ilustração;
- o **Layout** ou composição tem catalogadas todas as capturas em que se organizam os elementos de design em relação ao espaço que estes ocupam ou entre eles;
- Sobre **Cor** estão catalogadas todas as alterações de cor de texto e/ou imagens;
- Como **Pesquisa** foram catalogadas todas as capturas onde se verifica a recolha de imagem via internet, assim como a verificação de conteúdo textual, com recurso a dicionário online;
- **Outros**, são todas as capturas que não estão relacionadas com a objeto do desafio (emails, música, etc).

O desafio decorre ao longo de 30 minutos, com capturas de ecrã de dez em dez segundos, resultando que um minuto corresponde a 6 imagens. Assim, cada participação teve como resultado final 180 capturas de imagens. No total da amostra foram visualizadas 2700 capturas.

Cada uma das imagens capturadas foi examinada ao pormenor, para que a sua classificação no respetivo elemento de construção dominante fosse o mais rigorosa possível.

Foi através da contagem de capturas e da sua catalogação que foi construída a primeira base de análise dos resultados. Depois de definidos os parâmetros de análise de acordo com a descrição acima efetuada e de associada uma cor a cada um dos elementos de construção processual, construímos um quadro em excel com toda a informação devidamente ordenada por indivíduo e por grupo.

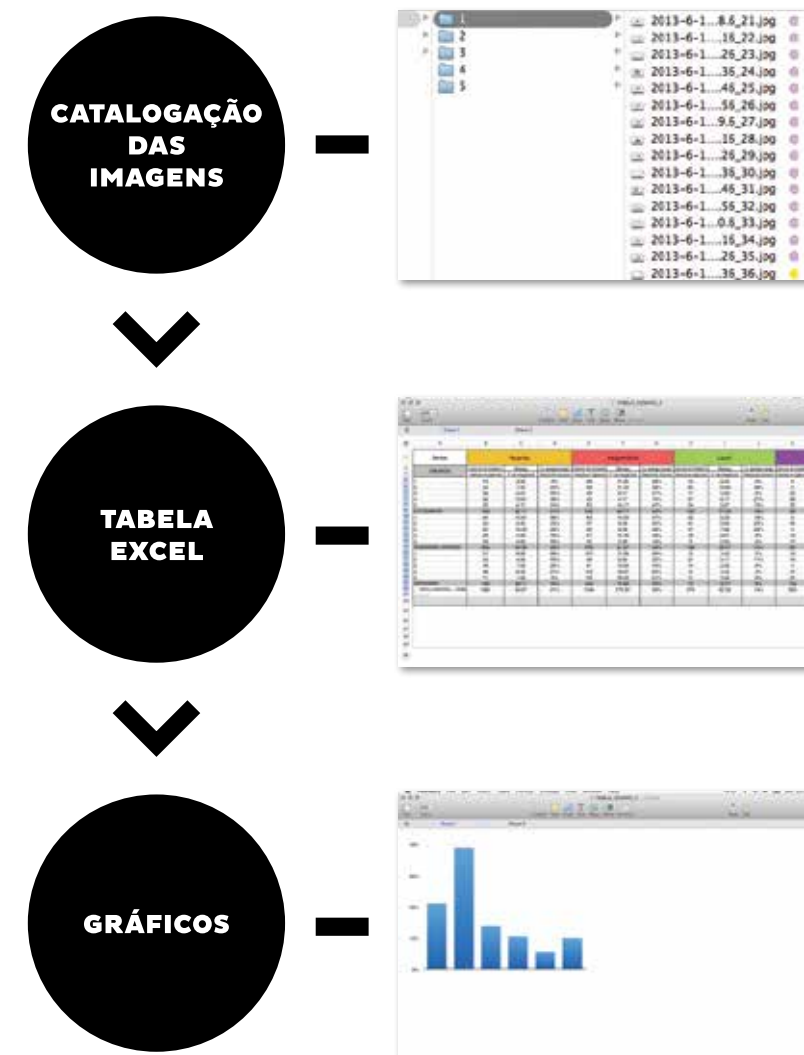


FIG. 13 Método de catalogação e análise das capturas de ecrã

Com base na categorização das imagens foram desenvolvidas timelines individuais com os resultados, para arquivo da informação na sua ordem temporal. A timeline é constituída pelas cinco cores dos elementos de construção processual. Com a ajuda das timelines podemos perceber a sucessão das ações no tempo.

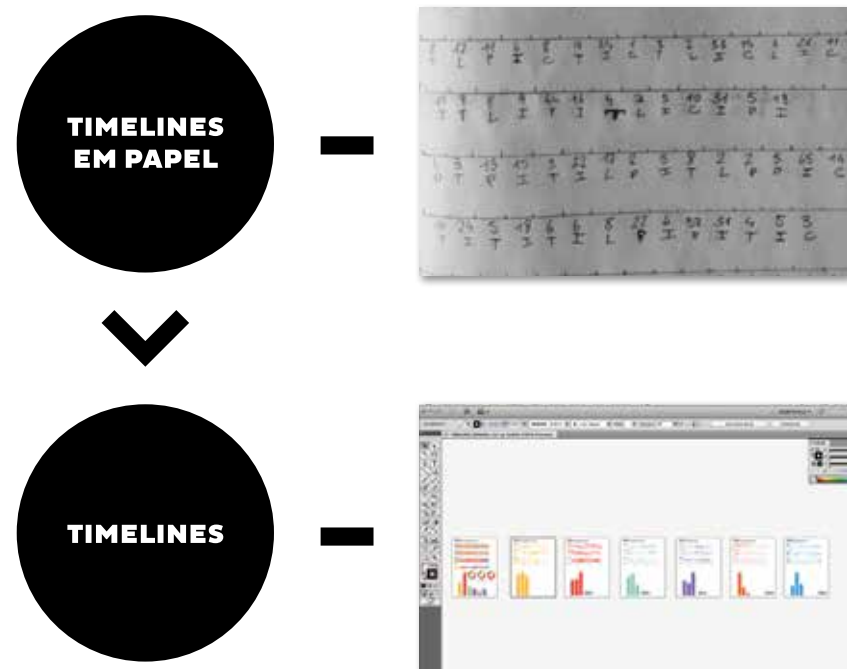


FIG. 14 Método de catalogação e análise das capturas de ecrã

Depois da informação ordenada e da obtenção de resultados concretos, retirámos as conclusões da análise. Uma vez que da análise quantitativa resultou muita informação com um elevado grau de complexidade decidimos, como já foi referido, utilizar o sistema de infografias, para a visualização dos resultados, por considerarmos que é mais fácil processar a informação quando esta é apresentada através de imagens/gráficos do que simplesmente palavras e números.

"The ability to simplify means to eliminate the unnecessary so that the necessary may speak"

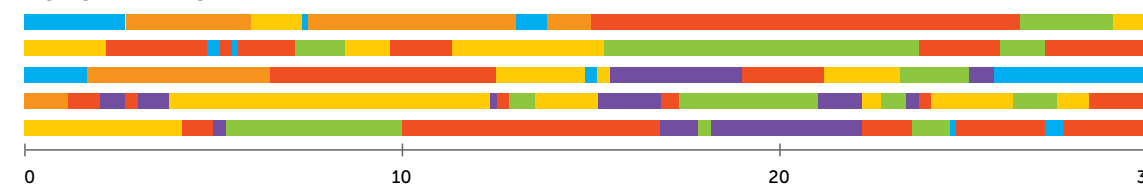
Hans Hofmann, 1880-1966

ANÁLISE DOS RESULTADOS

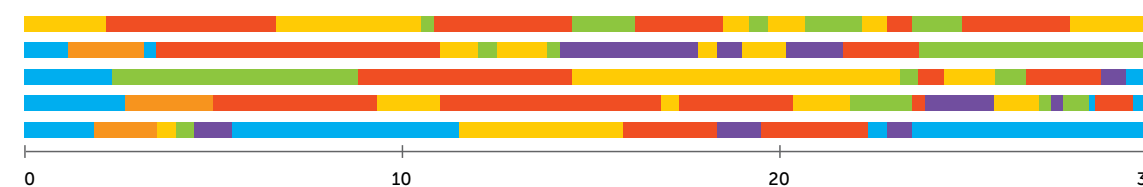
Mais do que analisar os resultados para retirar conclusões, preten-demos observar e constatar comportamentos, através do recurso à leitura do tempo de utilização de cada elemento.

Neste projeto, o objetivo principal das infografias, é a representação do tempo, pelo que as timelines foram uma das variantes que consideramos como uma mais valia para a apresentação dos resultados.

ESTUDANTES



DESIGNERS JUNIORES



DESIGNERS

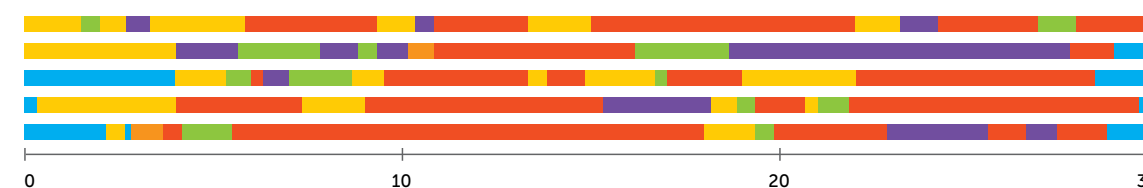


FIG. 15 Timelines grupos

ANÁLISE DOS RESULTADOS

GRUPOS	TIPOGRAFIA		IMAGEM		LAYOUT		COR		PESQUISA		OUTROS		TOTAL	
	Captura de ecrã	Tempo	Captura de ecrã	Tempo	Captura de ecrã	Tempo	Captura de ecrã	Tempo	Captura de ecrã	Tempo	Captura de ecrã	Tempo	Imagens	Tempo
	6 cp = 1min	nº cp/6	6 cp = 1min	nº cp/6	6 cp = 1min	nº cp/6	6 cp = 1min	nº cp/6	6 cp = 1min	nº cp/6	6 cp = 1min	nº cp/6		
1	14	2.33	68	11.33	15	2.50	0	0.00	60	10.00	23	3.83	180	30.00
2	44	7.33	68	11.33	65	10.83	0	0.00	0	0.00	3	0.50	180	30.00
3	28	4.67	49	8.17	11	1.83	25	4.17	39	6.50	28	4.67	180	30.00
4	82	13.67	25	4.17	37	6.17	29	4.83	7	1.17	0	0.00	180	30.00
5	25	4.17	85	14.17	34	5.67	32	5.33	0	0.00	4	0.67	180	30.00
ESTUDANTES	193	32.17	295	49.17	162	27.00	86	14.33	106	17.67	58	9.67	900	150.00
1	64	10.67	84	14.00	32	5.33	0	0.00	0	0.00	0	0.00	180	30.00
2	24	4.00	57	9.50	41	6.83	35	5.83	12	2.00	11	1.83	180	30.00
3	60	10.00	50	8.33	47	7.83	4	0.67	0	0.00	19	3.17	180	30.00
4	29	4.83	87	14.50	16	2.67	13	2.17	14	2.33	21	3.50	180	30.00
5	29	4.83	32	5.33	3	0.50	17	2.83	10	1.67	89	14.83	180	30.00
DESIGNERS J.	206	34.33	310	51.67	139	23.17	69	11.50	36	6.00	140	23.33	900	150.00
1	51	8.50	107	17.83	9	1.50	13	2.17	0	0.00	0	0.00	180	30.00
2	24	4.00	39	6.50	31	5.17	75	12.50	4	0.67	7	1.17	180	30.00
3	45	7.50	81	13.50	14	2.33	4	0.67	0	0.00	36	6.00	180	30.00
4	38	6.33	112	18.67	8	1.33	17	2.83	0	0.00	5	0.83	180	30.00
5	11	1.83	110	18.33	11	1.83	21	3.50	5	0.83	22	3.67	180	30.00
DESIGNERS	169	28.17	449	74.83	73	12.17	130	21.67	9	1.50	70	11.67	900	150.00
TOTAL	568	94.67	1054	175.67	374	62.33	285	47.50	151	25.17	268	44.67	2700	450.00

FIG. 16 Tabela completa de todos os indivíduos por grupo

Passamos, de seguida, ao detalhe dos elementos de construção processual e respetiva análise:

TIPOGRAFIA

A tipografia é um dos elementos que sabemos essencial à análise da construção processual, pela sua importância como elemento de construção no design gráfico, mas também porque foi imposta a utilização de uma frase no desafio que apresentamos.

Os aspectos considerados relevantes para a análise das capturas de ecrã, ao nível tipográfico foram: escolha tipográfica (fonte), tamanho, espaçamento. Elementos como cor ou composição, ainda que associados à tipografia, foram estudados em separado.

GRUPOS	TIPOGRAFIA		
	Captura de ecrã	Tempo	% Tempo
	6 cp = 1min	nº cp/6	Tempo/30 min
1	14	2.33	8%
2	44	7.33	24%
3	28	4.67	16%
4	82	13.67	46%
5	25	4.17	14%
ESTUDANTES	193	32.17	21%
1	64	10.67	36%
2	24	4.00	13%
3	60	10.00	33%
4	29	4.83	16%
5	29	4.83	16%
DESIGNERS J.	206	34.33	23%
1	51	8.50	28%
2	24	4.00	13%
3	45	7.50	25%
4	38	6.33	21%
5	11	1.83	6%
DESIGNERS	169	28.17	19%
TOTAL/MÉDIA	568	94.67	21%

FIG. 18 Tabela Tipografia



FIG. 17 Ilustração com capturas de ecrã catalogadas sobre Tipografia

ANÁLISE TIPOGRAFIA

No grupo dos Estudantes verifica-se que o uso da tipografia acontece ao longo de todo o processo de criação, sem qualquer padrão assinalável, ou seja, a sua utilização não acontece de igual forma entre todos os indivíduos do grupo. Ainda assim, o tempo que foi gasto por cada um, leva-nos a considerar que se trata de um elemento importante, ao qual se dedica bastante tempo na criação.

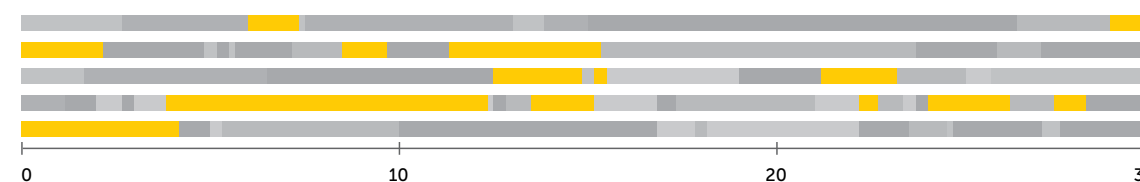
Os Designers Juniores fazem um uso da tipografia, ao nível do tempo dedicado a esta, semelhante ao grupo dos Estudantes. No entanto, nota-se uma maior harmonia entre os componentes do grupo, relativamente à fase em que recorrem a este elemento de criação. Verifica-se ainda que, em algumas das respostas, a sua utilização é mais sistemática.

No grupo dos Designers o uso da tipografia acontece de forma mais significativa no início do processo de criação, denotando-se a forma sistemática entre o uso desta e dos outros elementos, como se pode verificar nas capturas que levaram a esta leitura.

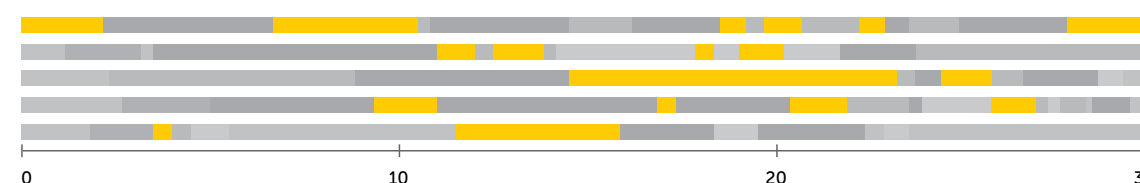
Na análise global dos três grupos verificámos que a tipografia aparece ao longo de todo o processo de construção e, de igual forma, no grupo de Estudantes e nos Designers Juniores. No grupo dos Designers observou-se a sua utilização mais concentrada no início do processo criativo.

É notória a importância dada a este elemento no processo criativo, uma vez que os grupos a utilizaram numa percentagem de tempo mais ou menos equivalente, com uma variação de apenas 4% (Estudantes 21%, Designers Juniores 23% e Designers 19%). Podemos assim considerar que a tipografia é o elemento de uso mais consensual entre os três grupos.

ESTUDANTES



DESIGNERS JUNIORES



DESIGNERS



FIG. 19 Timelines individuais por grupo

21%

FIG. 21 Média de utilização no total da amostra

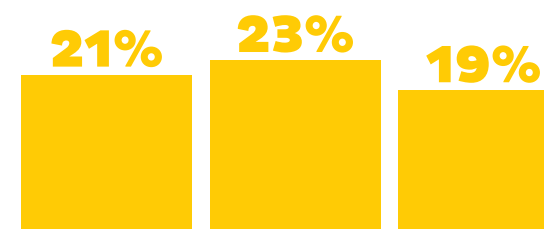


FIG. 20 Percentagens de utilização por grupo

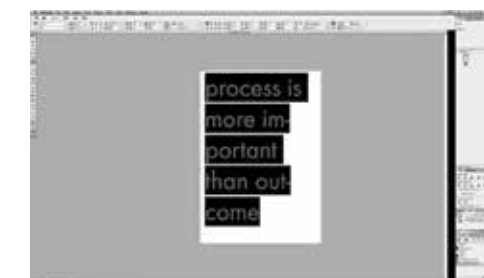


FIG. 22 Exemplo de captura de ecrã



FIG. 23 Ilustração com capturas de ecrã catalogadas sobre Imagem

IMAGEM

A imagem, seja de que tipo for, é o elemento gráfico que dá vida ao objeto de criação. Seja pela sua presença em massa ou como elemento secundário, é a maior ajuda na transmissão da mensagem. A imagem é usada normalmente para reforçar a mensagem que se pretende passar ou para realçar uma determinada estética.

Neste exercício a imagem foi o elemento visual mais utilizado, como se pode verificar pela visualização das timelines. Este elemento é constituído por imagens sejam elas vetoriais, ilustrações ou fotografias.

GRUPOS	IMAGEM		
	Captura de ecrã	Tempo	% Tempo
	6 cp = 1min	nº cp/6	Tempo/30 min
1	68	11.33	38%
2	68	11.33	38%
3	49	8.17	27%
4	25	4.17	14%
5	85	14.17	47%
ESTUDANTES	295	49.17	33%
1	84	14.00	47%
2	57	9.50	32%
3	50	8.33	28%
4	87	14.50	48%
5	32	5.33	18%
DESIGNERS J.	310	51.67	34%
1	107	17.83	59%
2	39	6.50	22%
3	81	13.50	45%
4	112	18.67	62%
5	110	18.33	61%
DESIGNERS	449	74.83	50%
TOTAL/MÉDIA	1054	175.67	39%

FIG. 24 Tabela Imagem

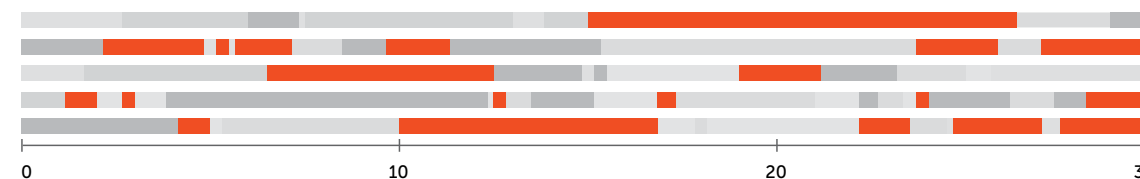
ANÁLISE IMAGEM

O grupo de Estudantes e o dos Designers Juniores mostram uma utilização da imagem muito semelhante entre si (Estudantes 33% e Designers Juniores 34%), ainda que, distribuída em etapas diferentes, na maioria dos casos, a meio e mais perto do fim do processo criativo.

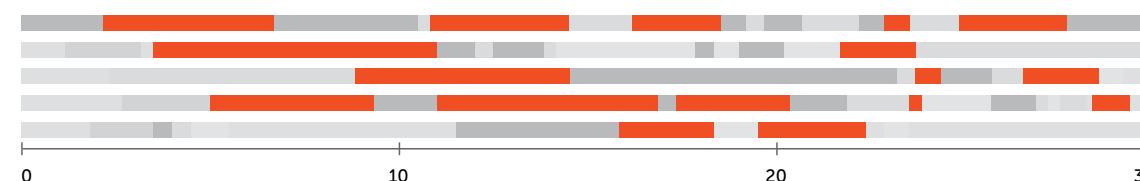
O grupo dos Designers fez uma utilização da imagem da ordem dos 50% do total de tempo utilizado no processo de criação, como é facilmente perceptível nas timelines. Para além de uma quase total homogeneidade no tempo utilizado, apesar de um dos indivíduos se ter distanciado bastante da média, usando menos de metade do tempo dos restantes, também se verifica a coincidência das etapas em que aconteceu a utilização deste elemento.

Na análise global deste elemento criativo verifica-se uma grande diferença entre os grupos com pouca ou nenhuma experiência e os detentores de experiência mais alargada. Enquanto o grupo de Estudantes e o dos Designers Juniores fez uma utilização aproximada de 30% do tempo, os Designers aumentaram a sua utilização em, pelo menos, 16%. Há, no entanto, alguns pontos comuns entre os três grupos, à exceção de um elemento do grupo de estudantes, mais ninguém fez uso da imagem logo no início do processo, sendo que também apenas um indivíduo, desta feita, do grupo dos Designers Juniores não a utilizou na parte final do processo. Podemos verificar que a imagem é outro dos elementos de grande importância no processo criativo, dada a significativa expressão do tempo utilizado.

ESTUDANTES



DESIGNERS JUNIORES



DESIGNERS

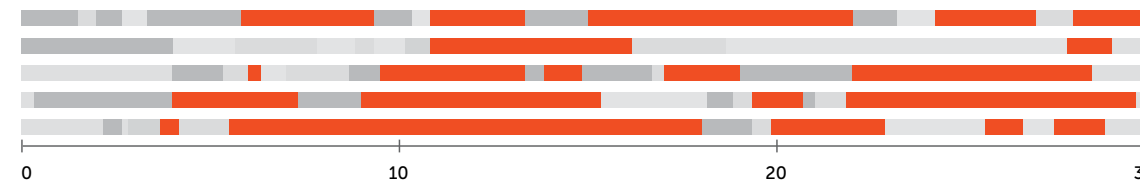


FIG. 25 Timelines individuais por grupo

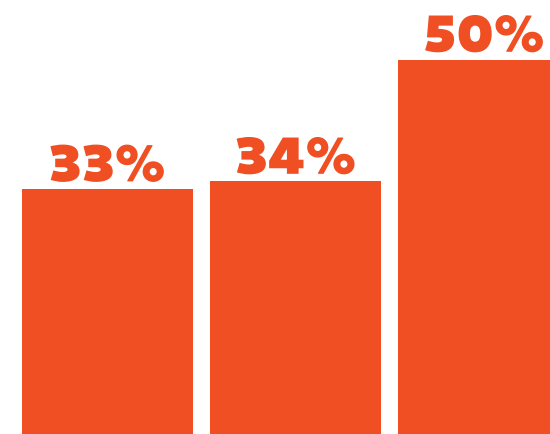


FIG. 26 Percentagens de utilização por grupo

39%

FIG. 27 Média de utilização no total da amostra



FIG. 28 Exemplo de caputra de ecrã

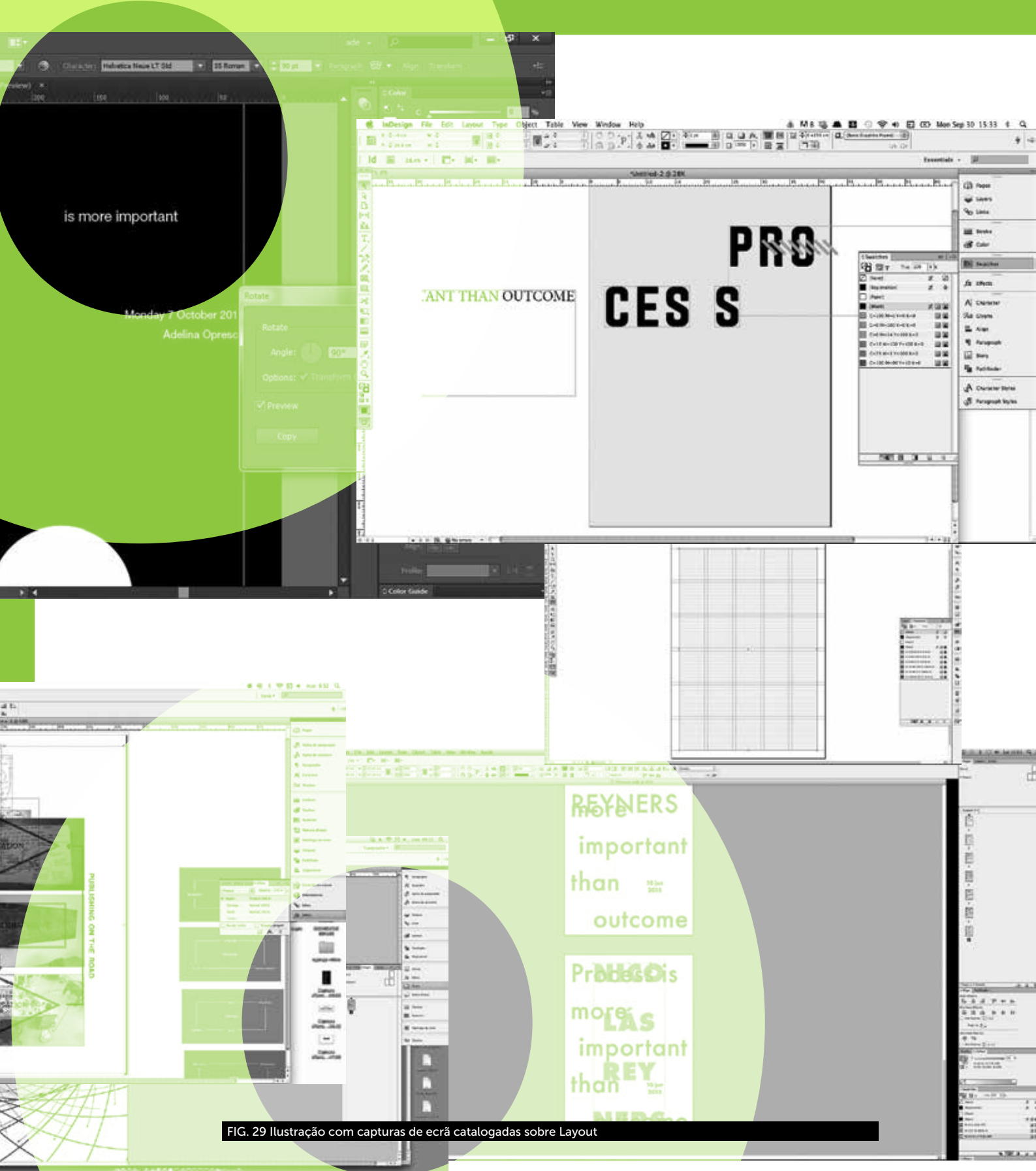


FIG. 29 Ilustração com capturas de ecrã catalogadas sobre Layout

LAYOUT

O layout é a organização dos elementos de design em relação ao espaço que estes ocupam como parte do todo, pode ser chamado de gestão da forma e do espaço. O objetivo do layout é o de preservar os elementos visuais que devem ser comunicados, de forma a que o leitor receba a informação com o mínimo de esforço possível. Com um bom layout o leitor pode facilmente navegar através de informação complexa.

O layout é muito importante na realização do cartaz, é este o elemento com que se organizam e constroem as relações entre os diferentes elementos. É através do uso do layout que podemos criar hierarquias entre as diferentes mensagens a transmitir e, relacionar imagem e texto. Normalmente para o desenvolvimento do layout são usadas grelhas. Estas podem ser conscientes, ou seja, realizadas de forma consciente pelo indivíduo, como uma ferramenta gráfica; ou inconscientes, que surgem da facilidade com que o indivíduo vê formas organizadas, contextualizadas e regulares.

GRUPOS	LAYOUT		
	Captura de ecrã 6 cp = 1min	Tempo nº cp/6	% Tempo Tempo/30 min
1	15	2.50	8%
2	65	10.83	36%
3	11	1.83	6%
4	37	6.17	21%
5	34	5.67	19%
ESTUDANTES	162	27.00	18%
1	32	5.33	18%
2	41	6.83	23%
3	47	7.83	26%
4	16	2.67	9%
5	3	0.50	2%
DESIGNERS J.	139	23.17	15%
1	9	1.50	5%
2	31	5.17	17%
3	14	2.33	8%
4	8	1.33	4%
5	11	1.83	6%
DESIGNERS	73	12.17	8%
TOTAL/MÉDIA	374	62.33	14%

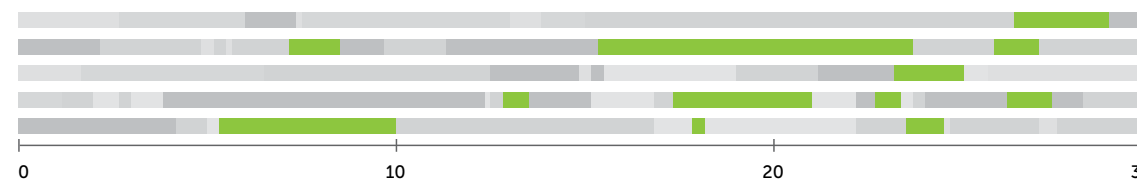
FIG. 30 Tabela Layout

ANÁLISE LAYOUT

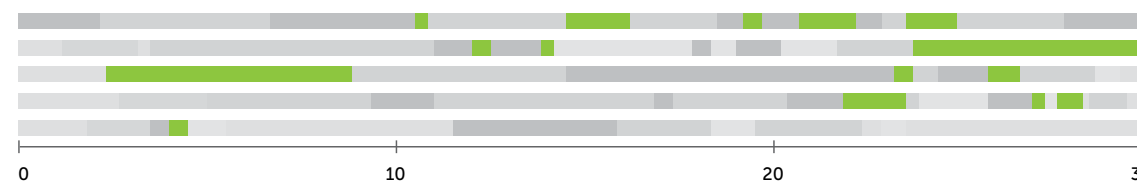
Este elemento de criação, a exemplo do que aconteceu com outros, foi utilizado com uma duração semelhante, entre os grupo de Estudantes e Designers Juniores enquanto que os Designers lhe dedicaram cerca de metade do tempo usado pelos outros dois grupos (Estudantes 18%; Designers Juniores 15% e Designers 8%). A diferença observada, pode indicar a um tipo de utilização distinto deste elemento, associada ao posicionamento directo dos elementos no espaço, verificada mais nos Designers, e por isso menos perceptível neste tipo de leitura.

Quanto à distribuição ao longo do processo criativo, verificámos que a utilização do layout não apresenta nenhum padrão significativo, sendo de destacar, unicamente, os períodos de utilização do grupo dos Designers, curtos e a acontecer mais ou menos no início e meio do processo. Apenas um dos indivíduos utilizou o seu recurso perto do fim do tempo disponibilizado.

ESTUDANTES



DESIGNERS JUNIORES



DESIGNERS

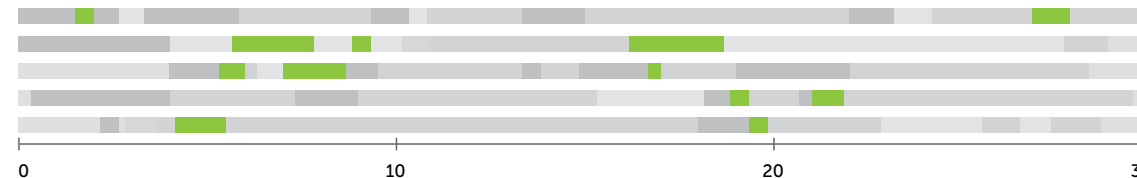


FIG. 31 Timelines individuais por grupo

14%

FIG. 33 Média de utilização no total da amostra

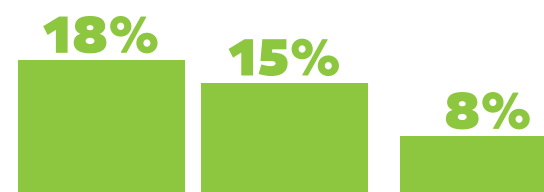


FIG. 32 Percentagens de utilização por grupo

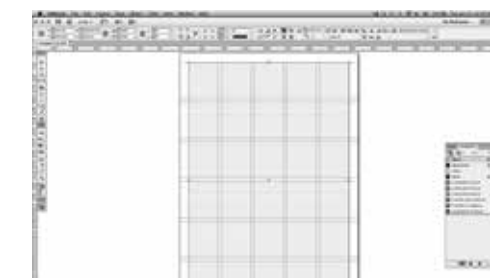
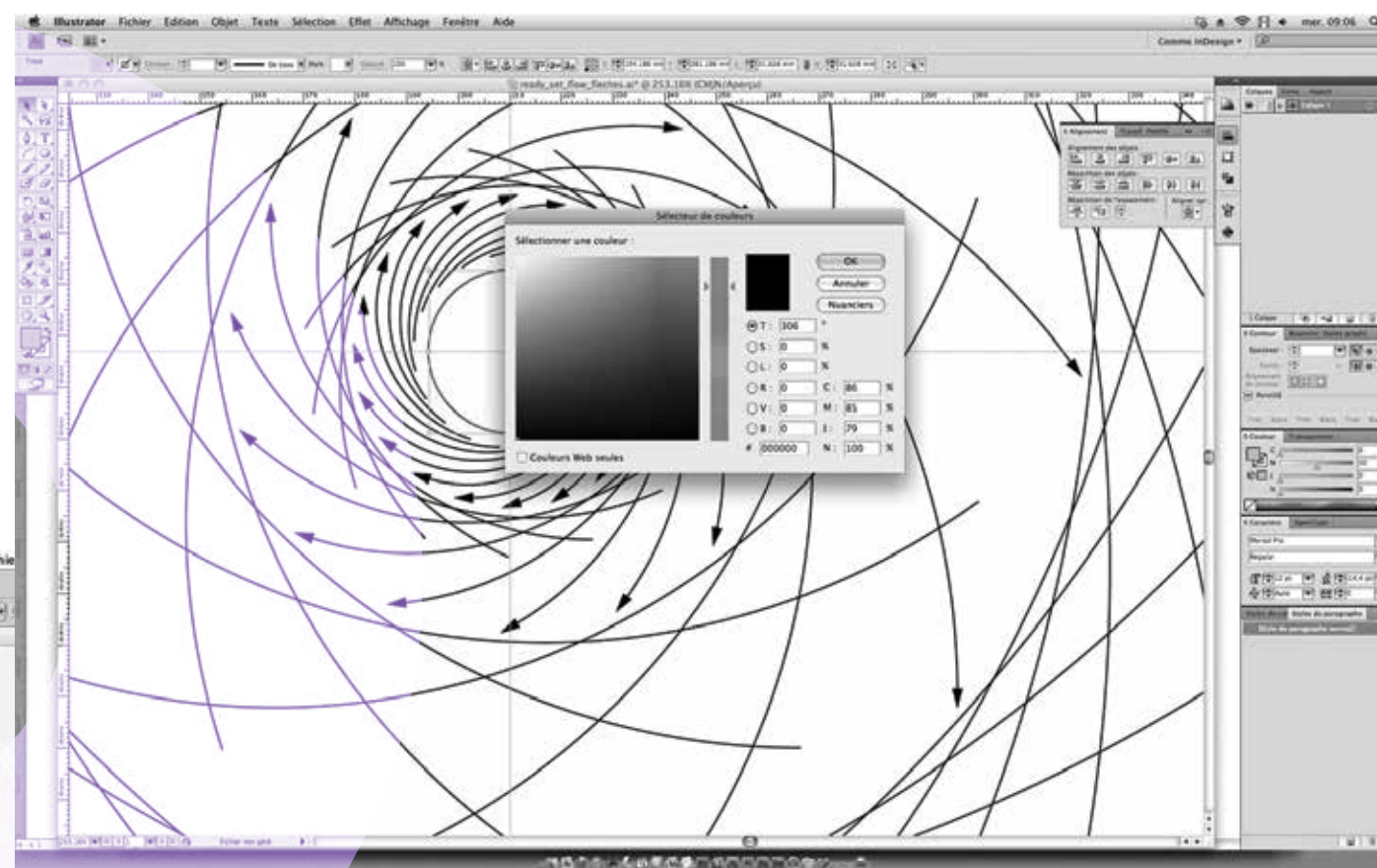


FIG. 34 Exemplo de caputra de ecrã



COR

A cor é considerada a forma mais imediata de comunicação não verbal. É consensual que reagimos naturalmente à cor, por termos desenvolvido uma certa compreensão dela, parcialmente, devido ao instintos de sobrevivência dos nossos ancestrais, que dependiam deles para a escolha do que consumir ou rejeitar.

A cor é usada para representar ideias de uma forma que nenhum outro elemento do design, por si só, consegue atingir e pode funcionar como catalisador imediato da atenção.

GRUPOS	COR		
	Captura de ecrã	Tempo	% Tempo
	6 cp = 1min	nº cp/6	Tempo/30 min
1	0	0.00	0%
2	0	0.00	0%
3	25	4.17	14%
4	29	4.83	16%
5	32	5.33	18%
ESTUDANTES	86	14.33	10%
1	0	0.00	0%
2	35	5.83	19%
3	4	0.67	2%
4	13	2.17	7%
5	17	2.83	9%
DESIGNERS J.	69	11.50	8%
1	13	2.17	7%
2	75	12.50	42%
3	4	0.67	2%
4	17	2.83	9%
5	21	3.50	12%
DESIGNERS	130	21.67	14%
TOTAL/MÉDIA	285	47.50	11%

FIG. 35 Ilustração com capturas de ecrã catalogadas sobre Cor

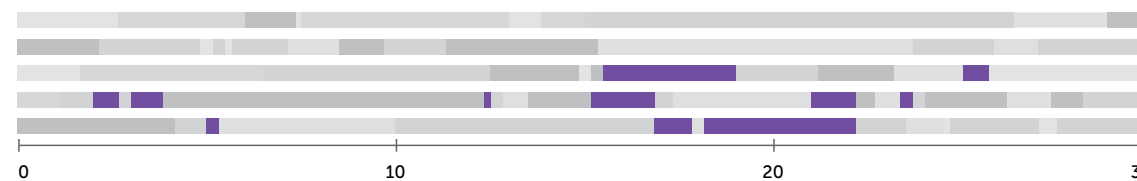
FIG. 36 Tabela Cor

ANÁLISE COR

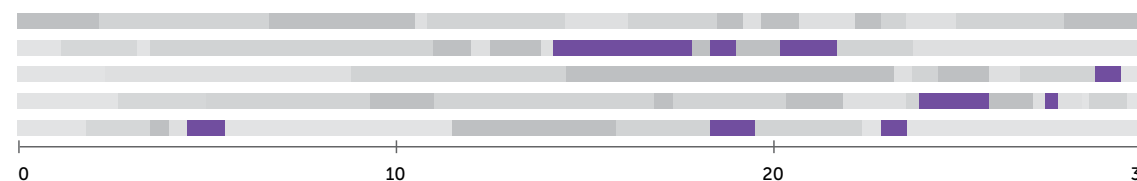
No grupo dos Estudantes a cor foi utilizada por três pessoas, sendo que as restantes optaram pela sua ausência ou, por manter a cor inicial dos objetos escolhidos. Os Designers Juniores usaram uma percentagem de tempo próxima da dos Estudantes, tendo-se verificado um comportamento igual, por parte de um dos indivíduos, no que toca à não alteração ou ausência do seu uso. Os Designers, por seu turno, fizeram uma utilização deste elemento, superior à dos restantes grupos e, todos os indivíduos, sem exceção, a utilizaram no seu desafio (Estudantes 10%; Designers Juniores 8% e Designers 14%).

Também com a utilização deste elemento criativo não se verifica um padrão de utilização definido, podendo apenas observar-se que em qualquer dos grupos a sua utilização aconteceu, sobretudo, na segunda metade do tempo disponibilizado.

ESTUDANTES



DESIGNERS JUNIORES



DESIGNERS

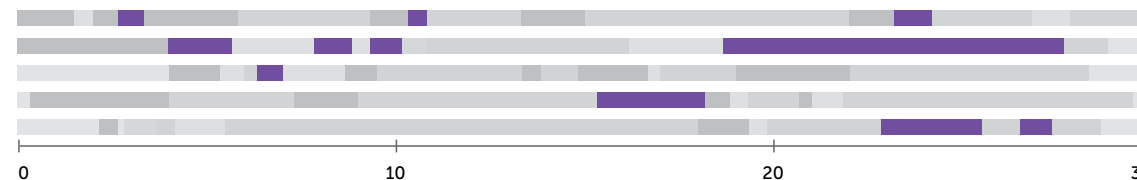


FIG. 37 Timelines individuais por grupo

11%

FIG. 39 Média de utilização no total da amostra



FIG. 38 Percentagens de utilização por grupo



FIG. 40 Exemplo de caputra de ecrã

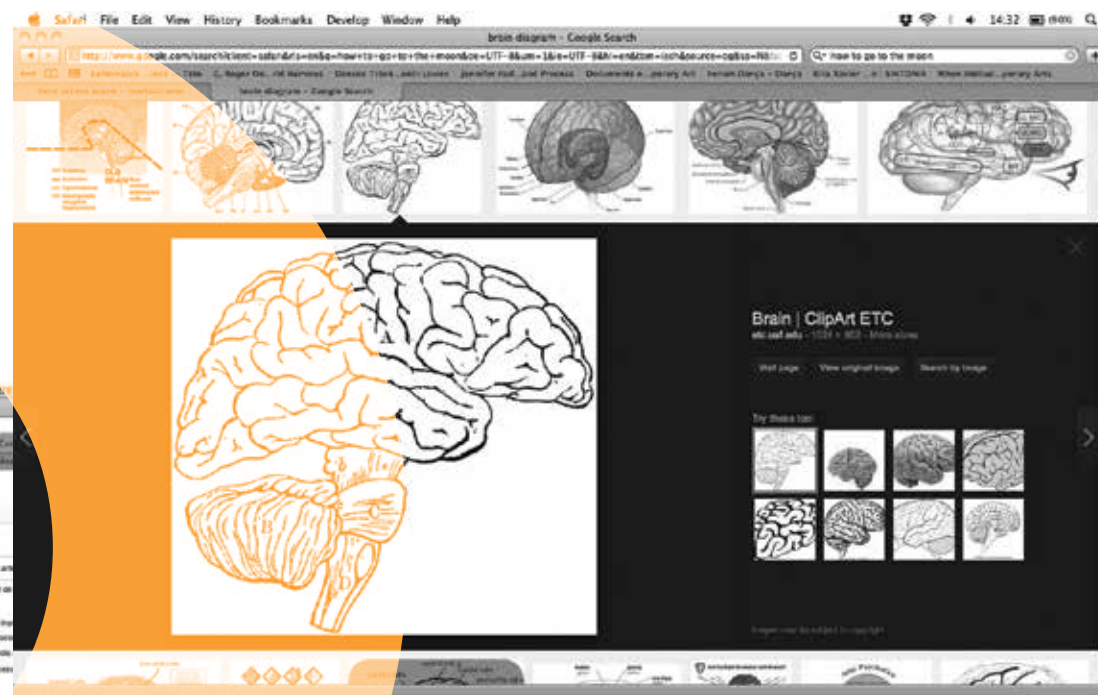


FIG. 41 Ilustração com capturas de ecrã catalogadas sobre Pesquisa

PESQUISA

Pesquisa é o processo de busca de informação inerente ao objeto de estudo ou trabalho. No contexto do design gráfico a pesquisa pode funcionar como meio de esclarecimento de dúvidas ou enriquecimento de conteúdos.

Como referimos em metodologia, inicialmente o elemento pesquisa não tinha sido considerado como fazendo parte do processo, uma vez que só estavam disponíveis 30 minutos para a realização do desafio e, porque é um elemento que implica algum tempo e dedicação, em geral, anterior à criação. Ainda que a pesquisa presente nos resultados obtidos seja somente direcionada ao tema, o uso da internet foi essencial para o desenvolvimento de alguns dos cartazes, do seu conceito e compreensão à sua imagem, pelo que, decidimos incorporá-la como elemento de estudo.

GRUPOS	PESQUISA		
	Captura de ecrã 6 cp = 1min	Tempo nº cp/6	% Tempo Tempo/30 min
1	60	10.00	33%
2	0	0.00	0%
3	39	6.50	22%
4	7	1.17	4%
5	0	0.00	0%
ESTUDANTES	106	17.67	12%
1	0	0.00	0%
2	12	2.00	7%
3	0	0.00	0%
4	14	2.33	8%
5	10	1.67	6%
DESIGNERS J.	36	6.00	4%
1	0	0.00	0%
2	4	0.67	2%
3	0	0.00	0%
4	0	0.00	0%
5	5	0.83	3%
DESIGNERS	9	1.50	1%
TOTAL/MÉDIA	151	25.17	6%

FIG. 42 Tabela Pesquisa

ANÁLISE PESQUISA

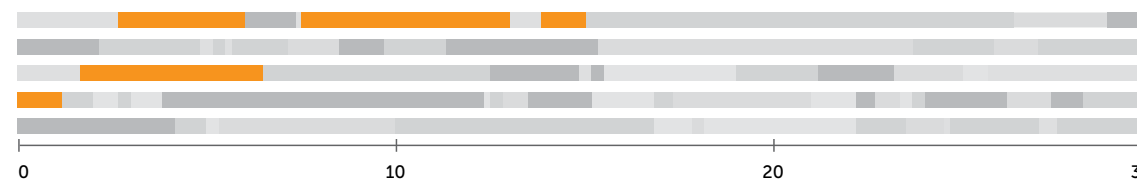
No grupo dos Estudantes observa-se a utilização da pesquisa numa fase inicial do processo, que consiste na recolha de informação, para ajudar no esclarecimento do objeto a ser trabalhado, como por exemplo, a definição da frase ou a sua origem. Dois dos indivíduos não recorreram a pesquisa durante o desafio.

Verifica-se que os Designers Juniores utilizaram a pesquisa para recolha de informação, logo a seguir ao início do processo e também dois dos indivíduos não a utilizaram, em qualquer momento. O tempo dispendido foi menor do que o gasto pelo grupo dos Estudantes.

No grupo dos Designers a pesquisa é residual e objetiva, tem por fim a realização direta do conceito a ser desenvolvido. Acontece apenas com dois indivíduos, na primeira parte do tempo disponibilizado. É, nitidamente, direcionada à recolha de imagens para a utilização na realização do cartaz, sendo que estas imagens são representações dos conceitos transmitidos pela frase/mensagem.

Verifica-se que o elemento pesquisa foi mais utilizado pelos estudantes e, de forma informativa, enquanto que pelos outros dois grupos foi direcionada à realização prática do desafio.

ESTUDANTES



DESIGNERS JUNIORES



DESIGNERS



FIG. 43 Timelines individuais por grupo

6%

FIG. 45 Média de utilização no total da amostra



FIG. 44 Percentagens de utilização por grupo



FIG. 46 Exemplo de caputra de ecrã



FIG. 47 Ilustração com capturas de ecrã catalogadas sobre Outros

OUTROS

Cada indivíduo apresenta uma capacidade de concentração que depende de condições próprias ou exteriores a si mesmo. Não trabalhamos da mesma forma todos os dias, a todo o momento, com a mesma intensidade.

Aquando da visualização das imagens individuais, como já referimos, apercebemos que havia uma quantidade de distrações que seria interessante referir na análise processual.

Apesar de haver apenas 30 minutos para responder ao desafio, algumas das respostas foram entrecortadas por emails, mudança de música, etc.

Para esta análise consideramos que Outros são todas as capturas que não estão relacionadas com o objeto do desafio. Ou que não se alteram durante um longo espaço de tempo, espelhando distrações exteriores à realização do objeto gráfico.

GRUPOS	OUTROS		
	Captura de ecrã 6 cp = 1min	Tempo nº cp/6	% Tempo Tempo/30 min
1	23	3.83	13%
2	3	0.50	2%
3	28	4.67	16%
4	0	0.00	0%
5	4	0.67	2%
ESTUDANTES	58	9.67	6%
1	0	0.00	0%
2	11	1.83	6%
3	19	3.17	11%
4	21	3.50	12%
5	89	14.83	49%
DESIGNERS J.	140	23.33	16%
1	0	0.00	0%
2	7	1.17	4%
3	36	6.00	20%
4	5	0.83	3%
5	22	3.67	12%
DESIGNERS	70	11.67	8%
TOTAL/MÉDIA	268	44.67	10%

FIG. 48 Tabela Outros

ANÁLISE OUTROS

No grupo dos Estudantes as distrações aparecem distribuídas na timeline de forma completamente aleatória, no entanto, em dois dos casos, acontecem logo no início do processo.

Os Designers Juniores são os que apresentam maior dispersão, sobretudo, no início e fim do processo. Dois dos indivíduos fogem completamente à média apresentada pelo grupo, um pela ausência de distrações e outro pelo seu excesso. Assim, os resultados estão subvertidos, dado que num dos casos são apresentadas sequências de capturas sem qualquer alteração, levando a pensar que poderia estar a ser desenvolvida outra ação, em paralelo. Se eliminarmos os factores perturbadores, atribuindo a média dos outros indivíduos, observamos que a média do grupo é semelhante à dos Estudantes.

Os Designers apresentam um padrão nos momentos de distração, início e fim do desafio, não se tendo verificado qualquer desvio de atenção a meio do processo.

Verifica-se que em todos os grupos ocorrem distrações no início do desafio, denotando eventual falta de preparação antes da abertura do software.

ESTUDANTES



DESIGNERS JUNIORES



DESIGNERS



FIG. 49 Timelines individuais por grupo

10%

FIG. 51 Média de utilização no total da amostra

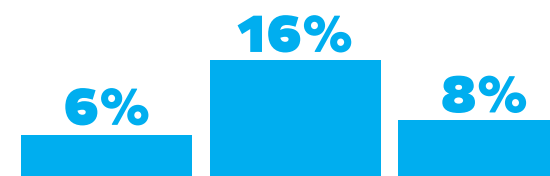
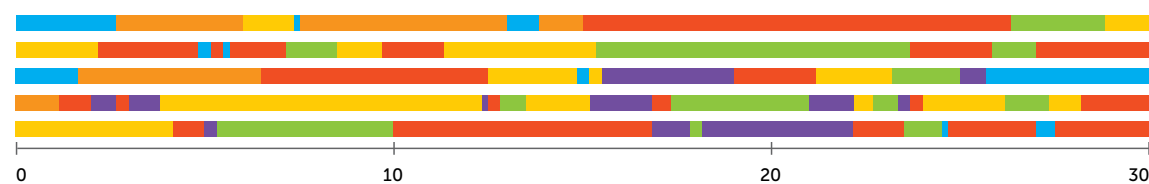


FIG. 50 Percentagens de utilização por grupo

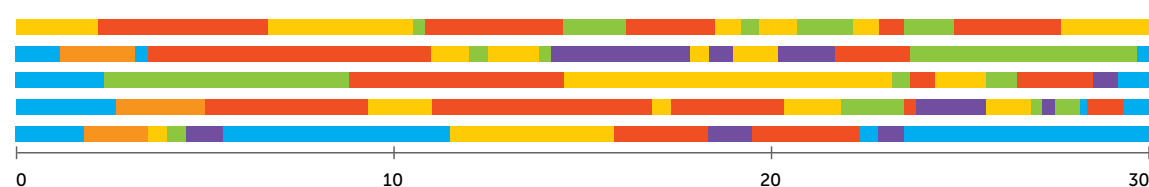


FIG. 52 Exemplo de caputra de ecrã

ESTUDANTES



DESIGNERS JUNIORES



DESIGNERS

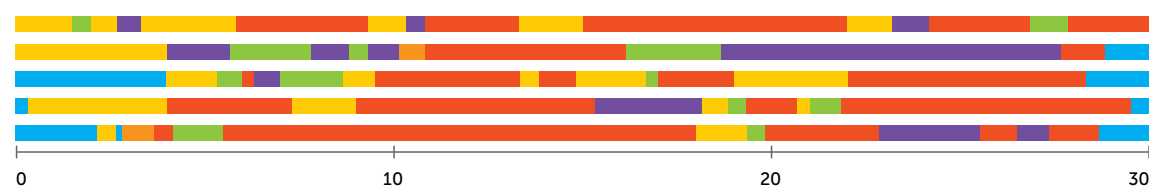


FIG. 53 Timelines individuais por grupo

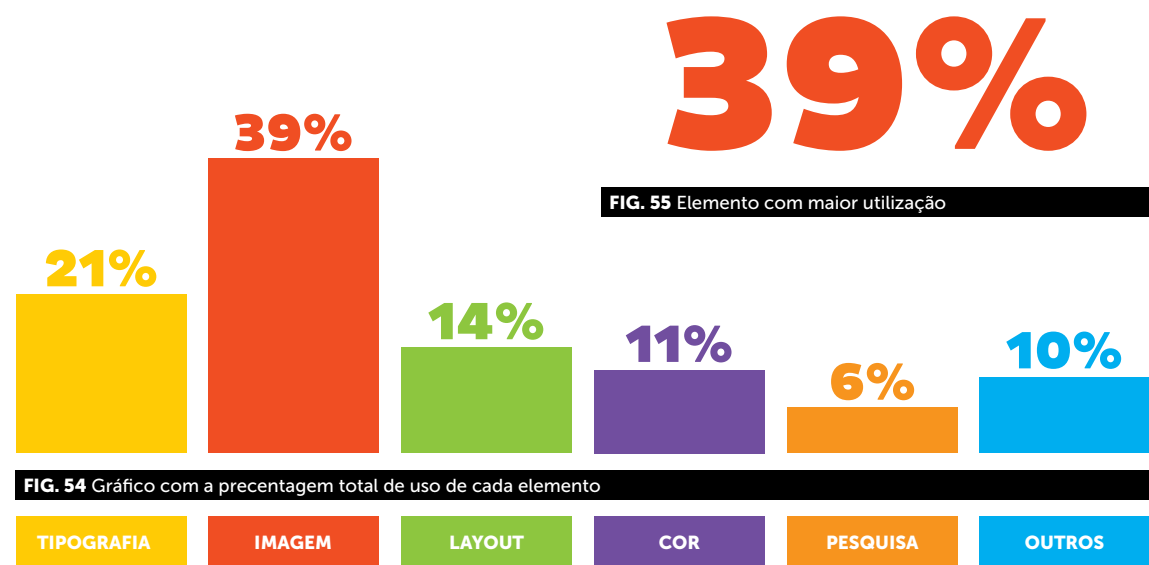


FIG. 55 Elemento com maior utilização

FIG. 54 Gráfico com a percentagem total de uso de cada elemento

TIPOGRAFIA IMAGEM LAYOUT COR PESQUISA OUTROS

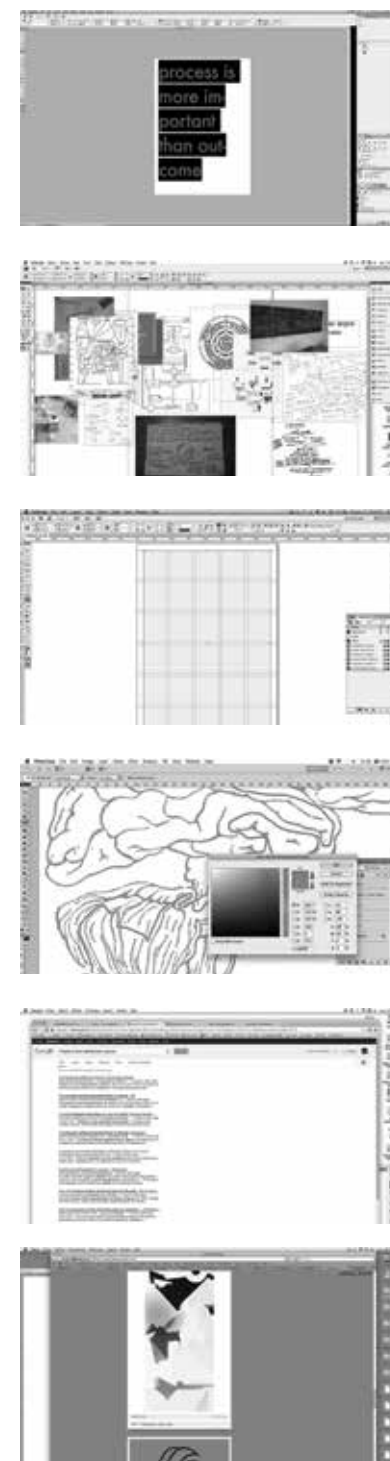


FIG. 56 Exemplo de capturas de ecrã de cada elemento

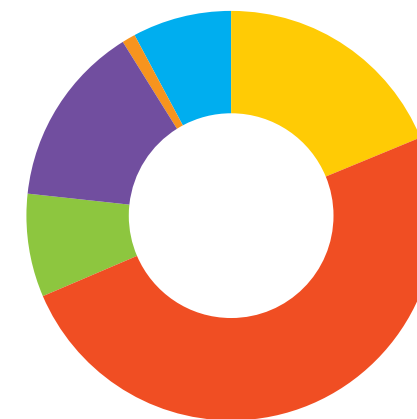
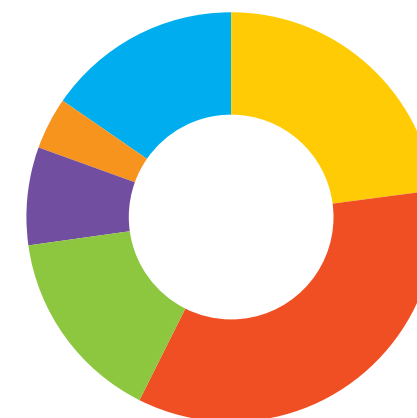


FIG. 57 Gráficos de utilização percentual dos elementos de construção por grupo

CONCLUSÃO DA ANÁLISE

Da análise das timelines globais, observamos que alguns elementos aparecem constantemente associados entre si no decorrer do processo. Por exemplo, de cada vez que um momento identificado com o uso da Tipografia (amarelo), é visível, diretamente associado, antes ou depois, o elemento de Layout (verde); o mesmo acontece com a Imagem (vermelho) que se mostra associada à Pesquisa (laranja) ou à Cor (violeta). A constatação destas correspondências vem reforçar algumas das relações já conhecidas do design gráfico, perfeitamente evidenciadas na linha de tempo.

Da análise das timelines verificamos que o grupo dos Estudantes e dos Designers Juniores dedicam intervalos de tempo muito variados a cada elemento, alternam entre os elementos de trabalho com bastante frequência e, dedicam pouco tempo seguido a cada um, originando timelines que espelham um processo de criação mais confuso.

No grupo dos Designers a visualização das timelines permite-nos perceber que a cadência entre os elementos é mais harmoniosa e o tempo dedicado a cada elemento é relacionado com a importância que este tem para o processo de criação.

Se repararmos na análise global dos elementos de criação (FIG.54) verifica-se que o elemento de construção processual Imagem se destaca dos restantes, com uma utilização de 39% do tempo total para a realização do desafio. A Tipografia, antes referida como um dos elementos mais importantes do design gráfico, ocupou 21% do tempo total, enquanto que, o Layout teve uma utilização de 14% e os restantes variaram entre os 6 e 11%.

O recurso às infografias para apresentação dos resultados foi determinante para a análise dos resultados.

30 DIAS 30 MINUTOS 30 CARTAZES

Durante o desenvolvimento do projeto de investigação pareceu-nos que seria importante, quase uma necessidade, comparar a utilização do método de análise com outros resultados, para além do desafio apresentado, funcionando como exercício complementar ao trabalho central, como referimos na Introdução.

Decidimos impor-nos o desafio de criar um cartaz por dia, durante 30 dias, com conteúdos diferentes e, com as restantes limitações que colocamos no desafio anterior.

Começamos por escolher as 30 frases a usar em cada dia e, assim, definimos os temas a trabalhar.

1 We search for unexpected but correlative, emergent patterns.; **2** Tomorrow is too late!; **3** Constraints sharpen the perspective on the process and stimulate play within the limitations.; **4** I love deadlines. I like the whooshing sound they make as they go by.; **5** Do not give up the beginning is always the hardest.; **6** If you are afraid to fail, you'll keep failing forever.; **7** Go deep. The deeper you go the more likely you will discover something of value.; **8** Do one thing every day that scares you!; **9** Limits like fears are often just an illusion.; **10** Sorry this image is unavailable.; **11** Logic will get you A to Z imagination will take you everywhere.; **12** Without play there would be no Picasso.; **13** The value of an idea lies in the using of it.; **14** Fear is the mind killer!; **15** It's not about being the best, it's about being better than you were yesterday.; **16** Look forward; **17** Stop and Think - Stop Thinking.; **18** Time you enjoy wasting is not wasted time.; **19** Don't think. Thinking is the enemy of creativity. It's self-conscious, and anything self-conscious is lousy. You can't try to do things. You simply must do things.; **20** If it matters to you, then you'll find a way. If it doesn't, you'll find a excuse. **21** In the field of design there is a belief that with more constraints, better solutions are revealed...Urgency and the creative spirit go hand in hand.; **22** This is your life. Do what you love and do it often.; **23** If you are going to try, go all the way. Otherwise don't even start.; **24** An essential aspect of creativity is not being afraid to fail.; **25** Talent hits a target no one else can hit; Genius hits a target no one else can see.; **26** Perfect is boring; **27** Make anything but excuses. Create anything but barriers.; **28** Never stop creating; **29** There are far better things ahead than any we leave behind.; **30** It always seems impossible until it's done.

Depois da execução de cada cartaz e simultâneas capturas de ecrã do processo de cada um, procedemos à catalogação de cada captura nos mesmos elementos de construção processual definidos para a leitura do desafio apresentado no exercício anterior. Criamos uma tabela excel com os resultados da catalogação e timelines diárias, para apoio da análise.

Os resultados totais foram divididos por 6 grupos, por ordem de realização das respostas, ou seja, o 1º grupo é constituído pelas respostas do dia 1 ao dia 5, e assim sucessivamente, para os restantes grupos, para permitir uma análise sistemática dos resultados e estabelecer uma analogia com os grupos do exercício anterior.

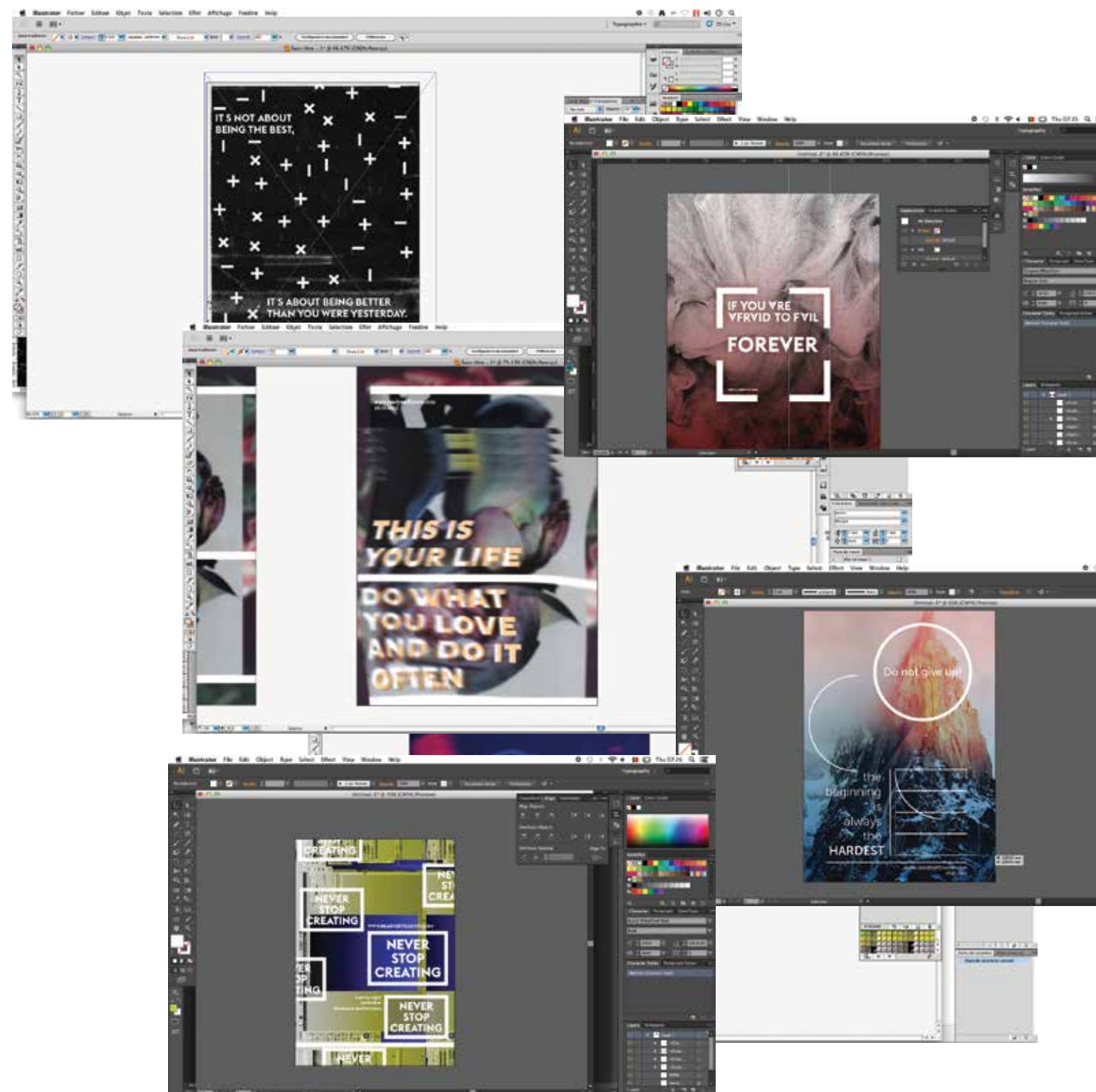


FIG. 58 Ilustração com capturas de ecrã do desafio

GRUPOS	TIPOGRAFIA		IMAGEM		LAYOUT		COR		PESQUISA		OUTROS		TOTAL	
	Captura de ecrã	Tempo	Captura de ecrã	Tempo	Captura de ecrã	Tempo	Captura de ecrã	Tempo	Captura de ecrã	Tempo	Captura de ecrã	Tempo	Imagens	Tempo
	6 cp = 1min	nº cp/6	6 cp = 1min	nº cp/6	6 cp = 1min	nº cp/6	6 cp = 1min	nº cp/6	6 cp = 1min	nº cp/6	6 cp = 1min	nº cp/6		
Dia 1	36	6.00	70	11.67	53	8.83	7	1.17	5	0.83	9	1.50	180	30.00
Dia 2	45	7.50	52	8.67	53	8.83	23	3.83	0	0.00	7	1.17	180	30.00
Dia 3	64	10.67	28	4.67	34	5.67	38	6.33	0	0.00	16	2.67	180	30.00
Dia 4	29	4.83	76	12.67	9	1.50	8	1.33	35	5.83	23	3.83	180	30.00
Dia 5	17	2.83	92	15.33	37	6.17	0	0.00	26	4.33	8	1.33	180	30.00
GRUPO 1	191	31.83	318	53.00	186	31.00	76	12.67	66	11.00	63	10.50	900	150.00
Dia 6	36	6.00	73	12.17	66	11.00	2	0.33	0	0.00	3	0.50	180	30.00
Dia 7	19	3.17	98	16.33	31	5.17	21	3.50	0	0.00	11	1.83	180	30.00
Dia 8	52	8.67	85	14.17	16	2.67	22	3.67	0	0.00	5	0.83	180	30.00
Dia 9	18	3.00	126	21.00	13	2.17	8	1.33	0	0.00	15	2.50	180	30.00
Dia 10	26	4.33	112	18.67	4	0.67	17	2.83	9	1.50	12	2.00	180	30.00
GRUPO 2	151	25.17	494	82.33	130	21.67	70	11.67	9	1.50	46	7.67	900	150.00
Dia 11	15	2.50	119	19.83	1	0.17	17	2.83	28	4.67	0	0.00	180	30.00
Dia 12	12	2.00	137	22.83	24	4.00	0	0.00	6	1.00	1	0.17	180	30.00
Dia 13	24	4.00	102	17.00	40	6.67	0	0.00	11	1.83	3	0.50	180	30.00
Dia 14	44	7.33	90	15.00	19	3.17	9	1.50	18	3.00	0	0.00	180	30.00
Dia 15	16	2.67	77	12.83	29	4.83	25	4.17	14	2.33	19	3.17	180	30.00
GRUPO 3	111	18.50	525	87.50	113	18.83	51	8.50	77	12.83	23	3.83	900	150.00
Dia 16	19	3.17	128	21.33	15	2.50	0	0.00	17	2.83	1	0.17	180	30.00
Dia 17	19	3.17	117	19.50	18	3.00	3	0.50	22	3.67	1	0.17	180	30.00
Dia 18	12	2.00	120	20.00	0	0.00	0	0.00	48	8.00	0	0.00	180	30.00
Dia 19	8	1.33	58	9.67	57	9.50	0	0.00	54	9.00	3	0.50	180	30.00
Dia 20	20	3.33	95	15.83	20	3.33	34	5.67	11	1.83	0	0.00	180	30.00
GRUPO 4	78	13.00	518	86.33	110	18.33	37	6.17	152	25.33	5	0.83	900	150.00
Dia 21	13	2.17	93	15.50	15	2.50	10	1.67	49	8.17	0	0.00	180	30.00
Dia 22	14	2.33	107	17.83	19	3.17	14	2.33	17	2.83	9	1.50	180	30.00
Dia 23	25	4.17	90	15.00	8	1.33	3	0.50	54	9.00	0	0.00	180	30.00
Dia 24	35	5.83	48	8.00	18	3.00	23	3.83	45	7.50	11	1.83	180	30.00
Dia 25	46	7.67	75	12.50	36	6.00	21	3.50	0	0.00	2	0.33	180	30.00
GRUPO 5	133	22.17	413	68.83	96	16.00	71	11.83	165	27.50	22	3.67	900	150.00
Dia 26	8	1.33	109	18.17	17	2.83	0	0.00	42	7.00	4	0.67	180	30.00
Dia 27	9	1.50	99	16.50	61	10.17	0	0.00	11	1.83	0	0.00	180	30.00
Dia 28	20	3.33	94	15.67	27	4.50	0	0.00	16	2.67	23	3.83	180	30.00
Dia 29	14	2.33	121	20.17	22	3.67	3	0.50	20	3.33	0	0.00	180	30.00
Dia 30	16	2.67	29	4.83	76	12.67	53	8.83	6	1.00	0	0.00	180	30.00
GRUPO 6	67	11.17	452	75.33	203	33.83	56	9.33	95	15.83	27	4.50	900	150.00
TOTAL	731	121.83	2720	453.33	838	139.67	361	60.17	564	94.00	186	31.00	5400	900.00

FIG. 59 Tabela completa 30 dias 30 minutos 30 cartazes

ANÁLISE 30 DIAS 30 MINUTOS 30 CARTAZES

É interessante verificar que as respostas, por terem uma frequência diária, foram apresentando uma maior disciplina na utilização dos elementos, com o decorrer do tempo. Como podemos verificar, as timelines do 1º grupo têm um aspeto mais caótico do que as do último.

De todos os elementos de construção processual, a Imagem foi o que mais se destacou em todo o processo, com uma utilização de 50% do total do tempo, à semelhança dos resultados obtidos pelo grupo dos designers no primeiro desafio.

A Tipografia e o Layout tiveram uma utilização de 14% e 16% e, os outros elementos não tiveram uma utilização superior aos 10%.

O menor recurso a Pesquisa e a Outros neste exercício, por comparação com o primeiro é, em princípio, explicado pelo facto de termos sido nós os criadores do desafio.

Este exercício transformou-se num desafio pessoal muito intenso. Ao realizar um cartaz por dia, mais ou menos à mesma hora, fez com que o ritmo aumentasse e fossem criados novos sistemas de resposta e de utilização dos elementos de construção processual.

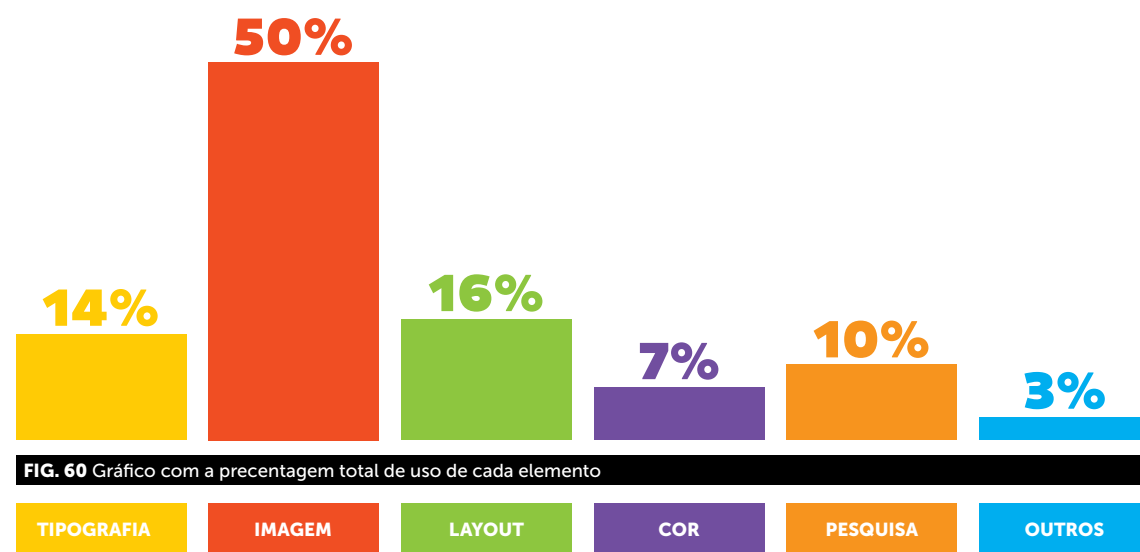
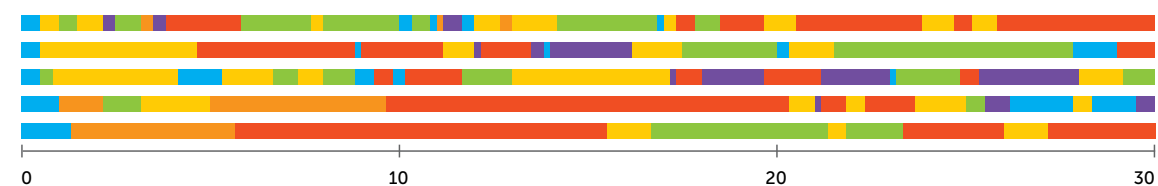
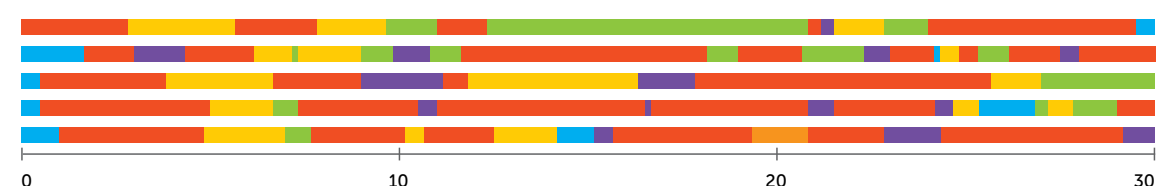


FIG. 60 Gráfico com a percentagem total de uso de cada elemento

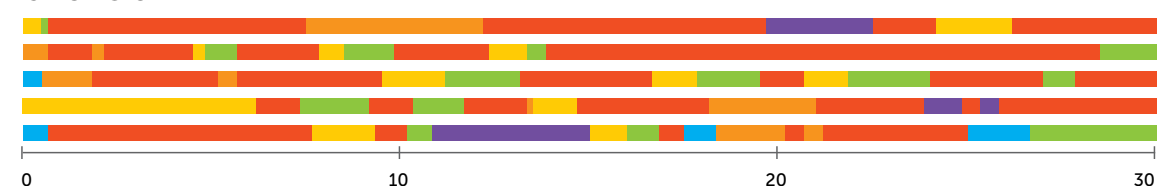
GRUPO 1



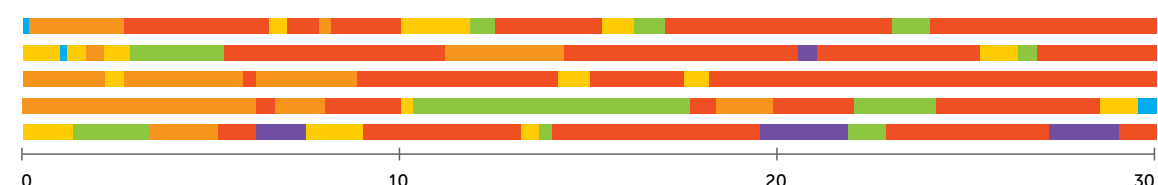
GRUPO 2



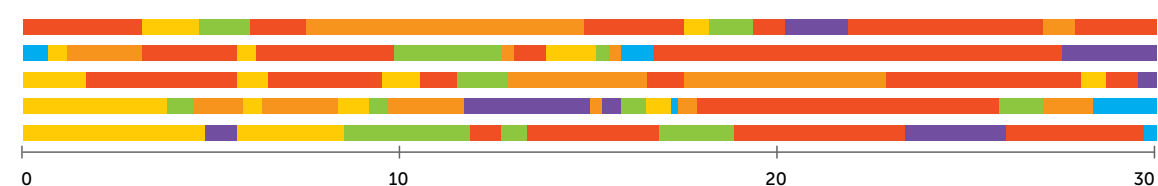
GRUPO 3



GRUPO 4



GRUPO 5



GRUPO 6

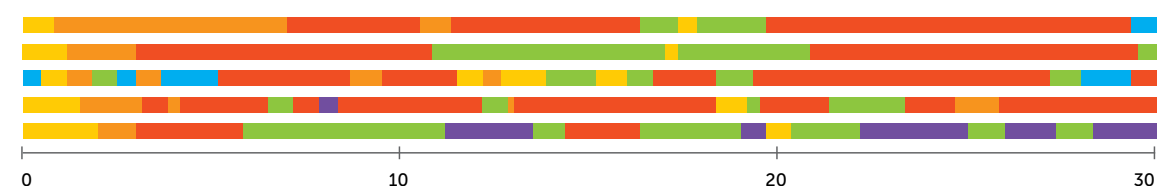
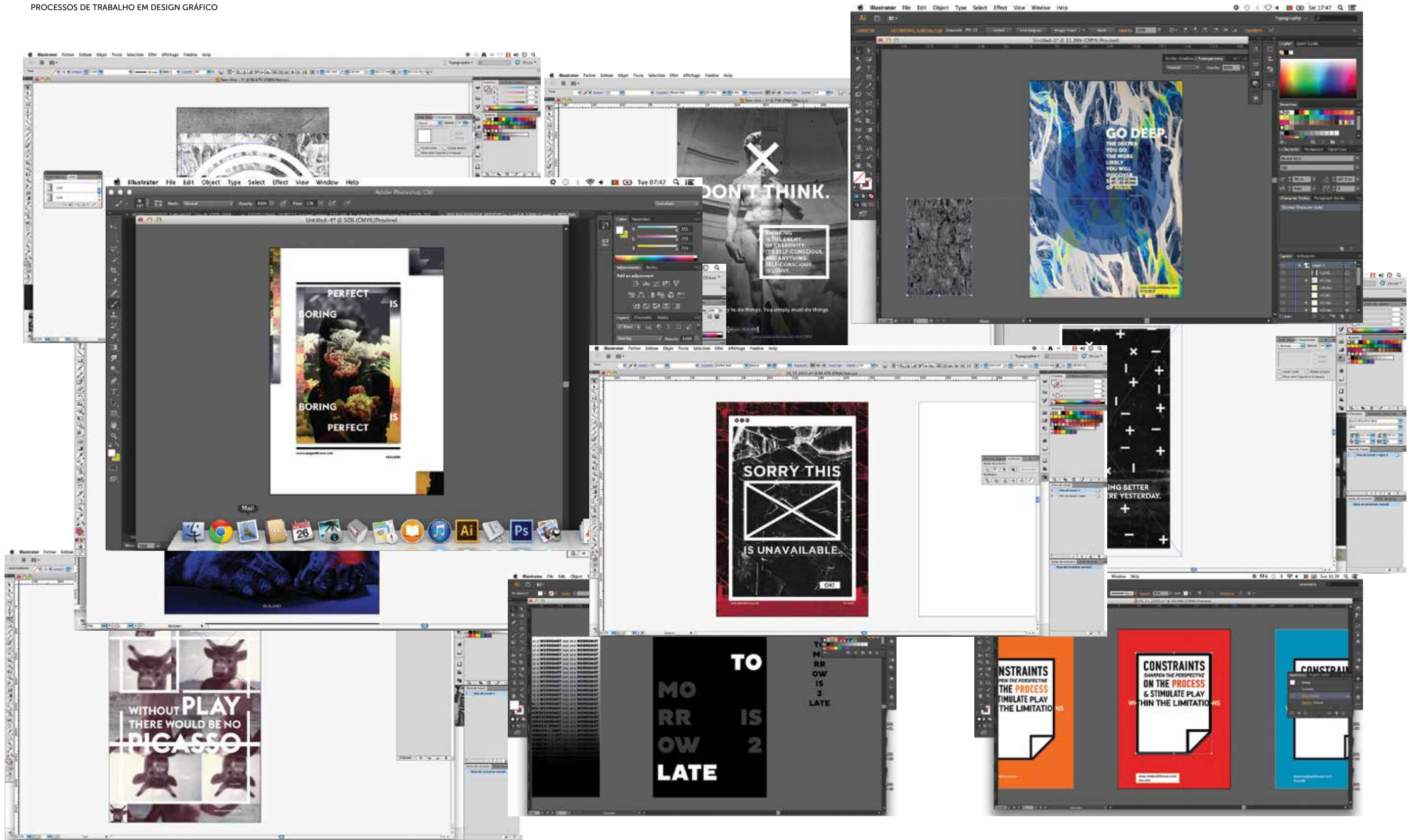


FIG. 61 Timelines diárias



CONCLUSÃO

No decorrer deste relatório de projeto percorremos todo o desenvolvimento dos "Processos de trabalho em design gráfico", desde a sua contextualização, à aplicação prática e observação dos resultados obtidos e demos a entender a evolução pessoal que nos foi permitida através da realização deste projeto.

No desenrolar do projeto percebemos que a utilização das novas tecnologias, hoje disponíveis, aplicadas a um objeto de estudo, com o intuito de observação de ações realizadas por terceiros, é possível e pode mesmo ser importante para o futuro. Apesar de ainda implicar um substancial investimento de tempo e dinheiro.

A contextualização do projeto, dentro do design gráfico, ajudou-nos a responder às questões que nos colocávamos, criando um fio condutor que nos permitiu organizar o exercício de forma clara, objetiva e conceptual. O processo pelo qual se passou para o seu desenvolvimento, munindo-nos das necessárias ferramentas de preparação, foi enriquecedor e esclarecedor.

O facto da realização do projeto ter sido pensada por etapas, não permitindo avançar para uma etapa sem ter concluído a anterior, ajudou na criação e planificação de uma dinâmica de trabalho.

Verificámos que a opção pela apresentação de um desafio para a concretização deste projeto foi uma boa escolha, para a sua realização e consequentes resultados obtidos. O facto de trabalhar com terceiros para o desenvolvimento do site e aplicação, ajudou-nos a entender como por vezes é difícil a interação entre as diferentes áreas que fizeram parte deste projeto.

Apesar de algumas dificuldades técnicas associadas ao desenvolvimento da aplicação e funcionamento inicial do website, consideramos ter atingido os objetivos a que nos propusemos.

Podemos dizer que nos sentimos verdadeiramente no backstage da criação de outros designers e compreendemos que, apesar da utilização das mesmas ferramentas, os resultados, como era esperado, não são os mesmos.

Foi extremamente importante perceber que um projeto é feito de etapas, pessoas e disponibilidades que nem sempre nos podemos dar conta no princípio de um projeto, mas que ajudam agora a prever o futuro deste ou de outros projetos.

Uma das partes mais difíceis do desenvolvimento deste projeto foi a gestão dos recursos de tempo e financeiros tendo em conta que o projeto foi financiado a 100% por mim e que em paralelo trabalhava 45 horas semanais num atelier de comunicação. O que implicou desde o princípio deslocações e uma planificação prévia.

Pensamos que, depois de terminada esta primeira fase de investigação, poderia ser interessante continuar a utilizar os mecanismos desenvolvidos, em futuros desafios ou experiências, fazer com que a plataforma ganhe mais importância e desenvolva mais interesse no meio em que se enquadra.

Para no futuro isto poder tornar-se uma realidade seria necessário trabalhar em paralelo com uma equipa multidisciplinar e que os custos (porque ainda são consequentes) venham, por exemplo, de um fundo de investigação.

Por fim, podemos afirmar que o que começou por ser um projeto quase utópico, sobretudo pela quantidade de recursos necessários, com empenho e esforço tornou-se realidade.

BIBLIOGRAFIA

Amstronng, H. (2009). *Graphic Design Theory: Readings From The Field*. New York: Princeton Architectural Press.

Berger, J. (1972). *Ways of seeing*. Londres: Penguin.

Chimero, F. (2012). *The Shape Of Design*. Mandy Brown.

Dondis, D. A. (2000). *Sintaxe da Linguagem Visual*. São Paulo: Livraria Martins Fontes Editora.

Eskilson, S. (2012). *Graphic Design: A New History, 2nd Edition*. Connecticut: Laurence King.

Heller, S. (2008). *Design Disasters: Great Designers Fabulous Failures & Lessons Learned*. New York: Allworth Press.

Klanten, R. (2011). *Visual Storytelling: Inspiring A New Visual Language*. Berlin: Gestalten.

Klanten, R. (2008). *Data Flow Graphic Design: Visualising Information In Graphic Design*. Berlin: Gestalten.

Klanten R. & Mollard A. (2010). *Los Logos Compass*. Berlin: Gestalten.

Lankon J., Ritchie J. & Crooks R. (2012). *Infographics: The power of Visual Storytelling*. New Jersey: John Willey & Sons, Inc.

Lupton, E. (2011). *Graphic Design Thinking (Design Briefs)*. New York: Princeton: Architectural Press.

Manovich L. (2002). *The Language of New Media*. Massachusetts: First MIT Press paperback edition.

Noble, I. & Bestley, R. (2011). *Visual Research: An Introduction To Research Methodologies In Graphic Design*. Lausanne: Ava Publishing Sa.

Rose, G. (2007). *Visual Methodologies: An Introduction To The Interpretation Of The Visual Materials*. London: Sage Publications Ltd.

Segaran T. & Hammerbacher J. (2009). *Beautiful Data: The Stories Behind Elegant Data Solutions*. Canada: O'Reilly Media, Inc.

Van Nes I. (2012). *Dynamic Identities: How to create a living brand*. Amsterdam: BIS Publishers.

ANEXOS

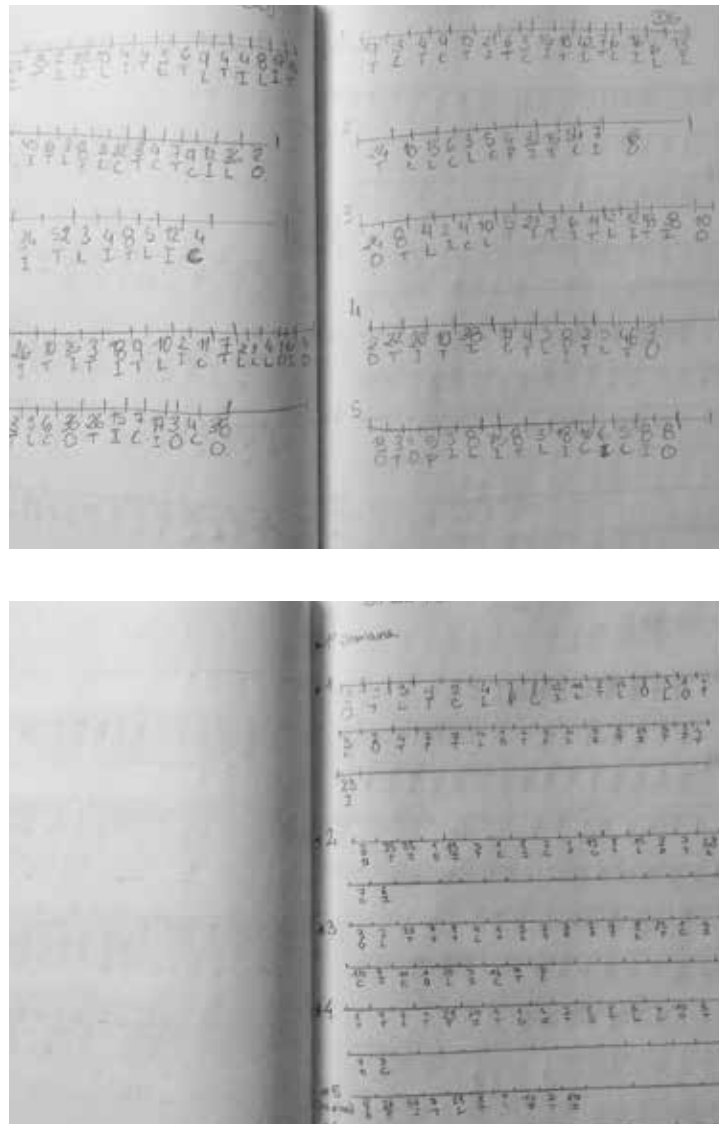


FIG. 62 Exemplo de timelines em papel - recolha manual de dados no processo de visualização, análise e catalogação das capturas de ecrã (2700 imagens)

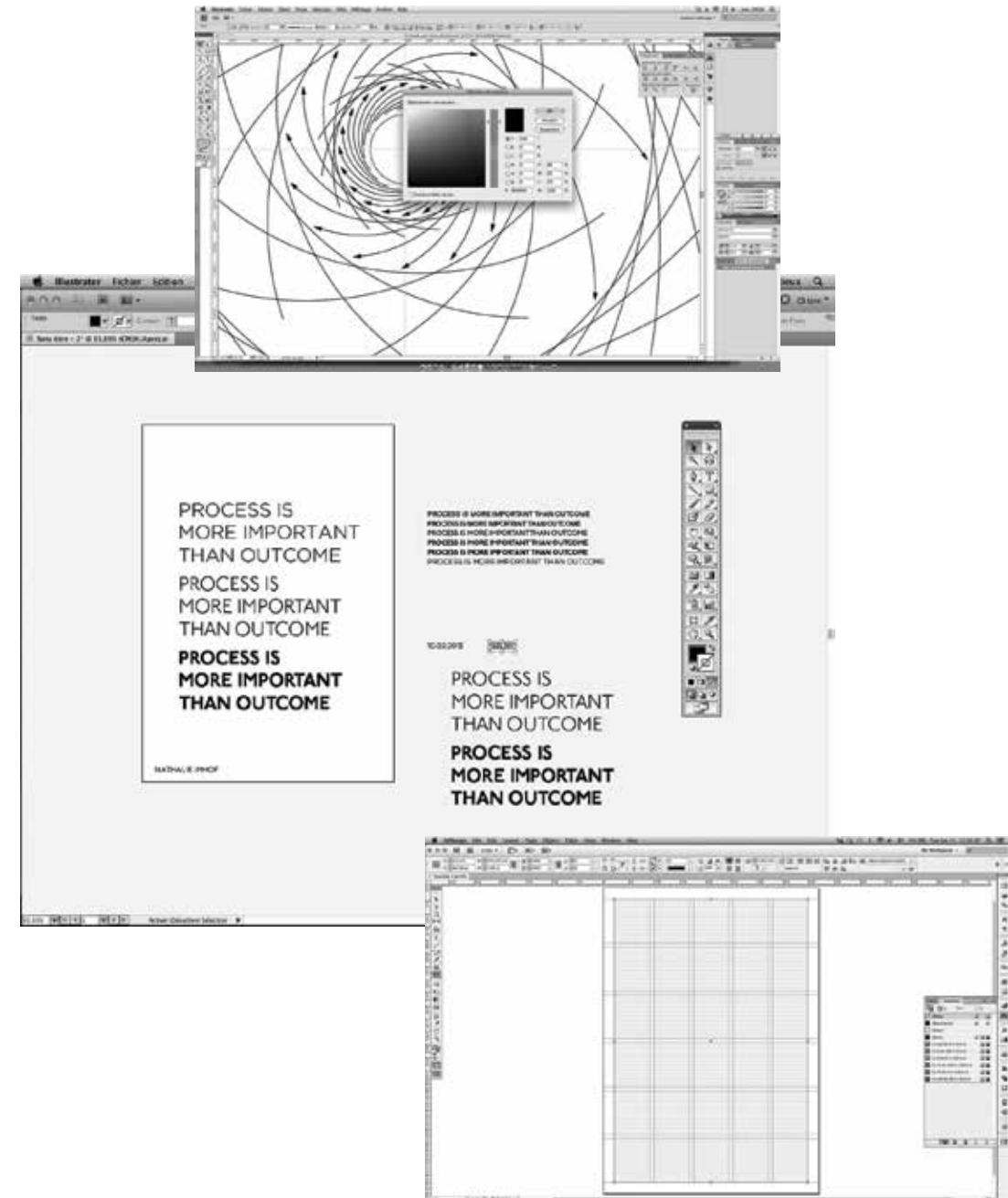
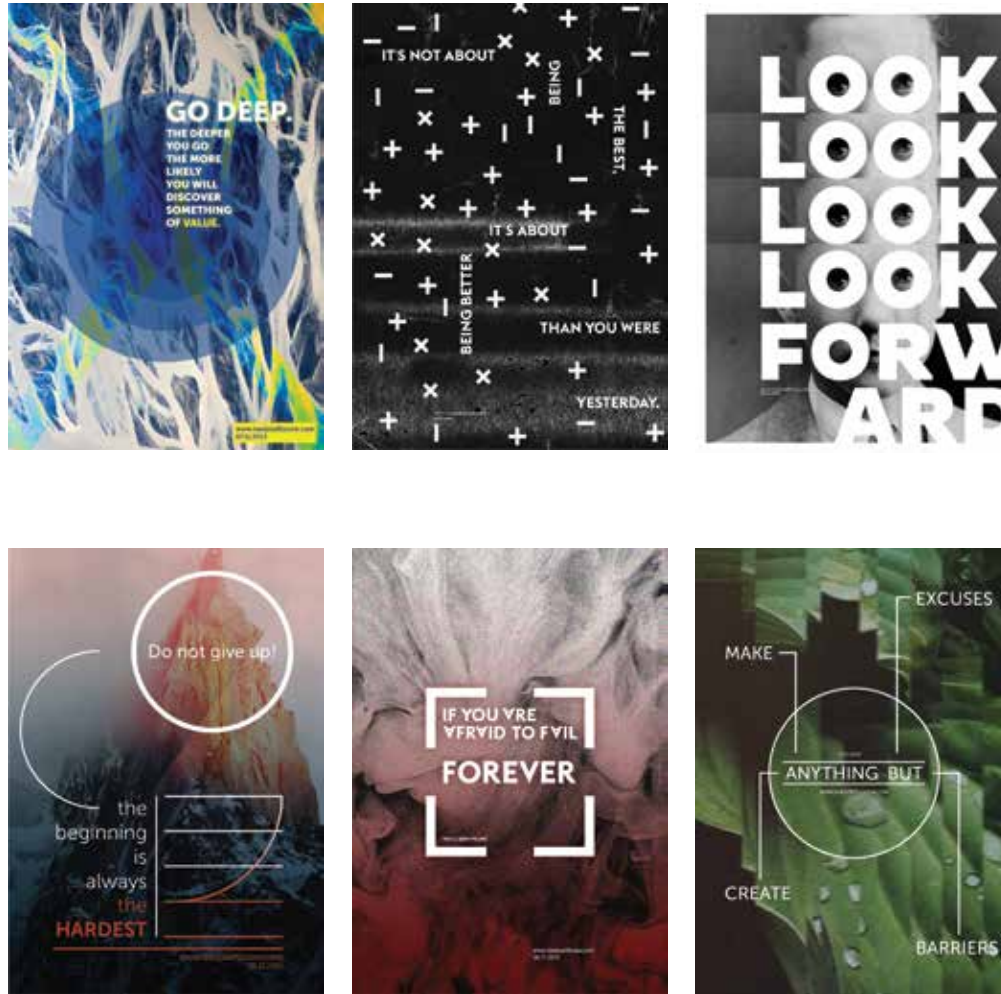


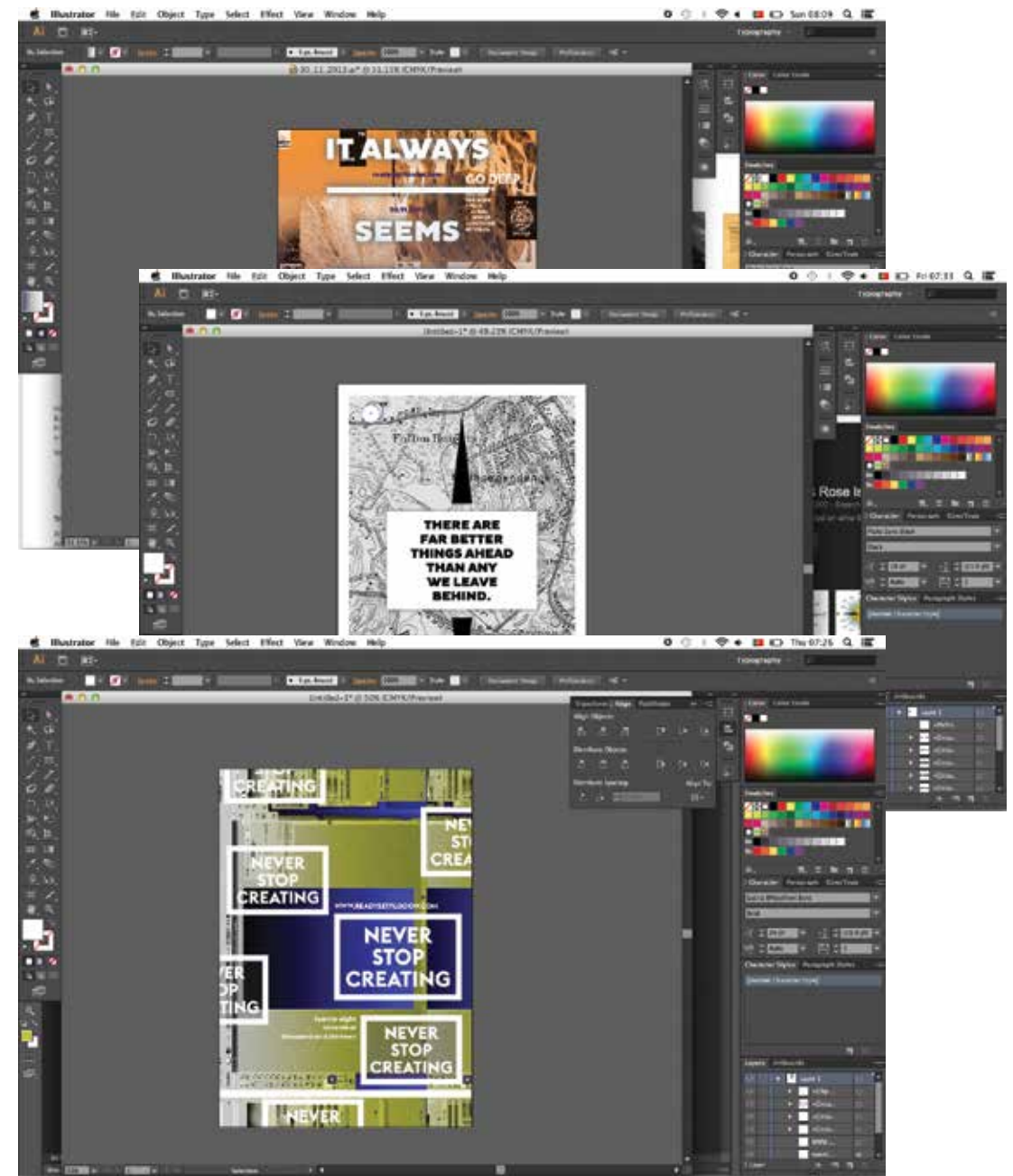
FIG. 63 Capturas de ecrã catalogadas, do desafio, disponíveis para download em: goo.gl/AGXCNc

ANEXOS



30 dias 30 minutos 30 cartazes

FIG. 64 Exemplos disponíveis para visualização em: www.facebook.com/readyssetfloow



30 dias 30 minutos 30 cartazes

FIG. 65 Capturas de ecrã catalogadas, disponíveis para download em: goo.gl/AGXCnc

ESAD 2014 | MESTRADO EM DESIGN DE COMUNICAÇÃO
Candidata Diana Barreto
Orientadora Professora Eliana Penedos



Loading

IS MORE IMPORTANT THAN OUTCOME
10 JUN 2013



cess
is+
IMPORTANT
THAN OUTCOME

PROCESS IS MORE IMPORTANT THAN OUTCOME
10 JUN 2013

IMPORTANT
THAN
OUT-
COME

outcome
Process is more important than outcome
Nicolas Raynard
10 Jun 2013



process is more important than outcome

process is more important than outcome

PROCESS IS MORE IMPORTANT THAN OUTCOME

PROCESS IS MORE IMPORTANT THAN OUTCOME

more important than outcome

PROCESS IS MORE IMPORTANT THAN OUTCOME

PROCESS IS MORE IMPORTANT THAN OUTCOME

ESAD 2014

