

Estruturas, estratégias e propósitos de um design inovador

Rita Maria Barracha da Silva

**Relatório de Estágio de Mestrado em
Novos Media e Práticas Web**

Agosto, 2011

Relatório de Estágio apresentado para cumprimento dos requisitos necessários à
obtenção do grau de Mestre em Novos Media e Práticas Web realizado sob a
orientação científica do Prof. Doutor Francisco Rui Cádima

[DECLARAÇÕES]

Declaro que este relatório de estágio é o resultado da minha investigação pessoal e independente. O seu conteúdo é original e todas as fontes consultadas estão devidamente mencionadas no texto, nas notas e na bibliografia.

O candidato,

Lisboa, 25 de Agosto de 2011

Declaro que este Relatório se encontra em condições de ser apresentado a provas públicas.

O orientador,

Lisboa, 25 de Agosto de 2011

À Ava, tão pequena e tão imensa.

AGRADECIMENTOS

É com enorme gratidão que expresso aqui o meu apreço por todos aqueles que, de alguma forma, estiveram envolvidos no decurso deste processo.

Ao Prof. Doutor António Câmara, pela pessoa inspiradora que é; pela oportunidade, boa vontade, e disponibilidade no consentir-me o desejo de seguir mais de perto as suas ambições.

Ao Prof. Doutor Francisco Cádima, pelo erudito apoio, quer no decurso do Mestrado quer, em particular, na revisão metódica deste relatório.

Ao Fernando Nabais, pelo acompanhamento e dedicação na orientação do estágio; pela auspiciosa adequação e organização da sua estrutura a favor da minha integração e evolução – em conjunto com o Edmundo Nobre, a quem agradeço e prezo a sua constante atenção.

Ao Leonel Duarte, ao Pedro Cardoso e à Dânia Afonso, pelas observações, sugestões e críticas construtivas que me possibilitaram progredir artisticamente.

Ao Manuel Câmara por me proporcionar a hipótese de desenvolver em parceria consigo o *website* da YD Robotics.

À Yolanda Correia (estagiária da YDreams), pelo inspirador compromisso, empenho e esmero, intercalado por divertidos momentos nos tempos-livres: os almoços, os cafés e, acima de tudo, os duelos no ping-pong.

À Cristina Gouveia, ao Diogo Almeida, à Inês Henriques, à Sofia Martins, à Filipa Gambino e ao Pedro Bento, pela competência, pelo apoio, companhia e boa disposição no espaço de trabalho.

Aos restantes membros da YDreams, que não conheci em particular, mas com quem se trocaram ideias e gostos, se partilharam mesas e gargalhadas.

À Associação Salvador por promover a solidariedade organizando projectos e iniciativas relevantes para a defesa dos direitos humanos.

Aos restantes Professores Doutores deste Mestrado: Vítor Badalinho, Patrícia Gouveia e Jorge Martins Rosa, pela vontade em ceder a sua sabedoria, numa instrução cuidada e consistente.

Aos colegas e amigos Matilde Parreira, Pedro Fortunato, Hugo Castanho, Nuno Fortes Monteiro, Cristina Benedita, Inês Freixo, Inês Pontes, Marta Correia, Maria João Marcelo, Teresa Colaço, Carla Borrego, Inês Brito, Ana Piçarra, Sofia Rodrigues, Sara Valle Rocha e Manuel Nunes, pelo particular cunho e sã amizade.

À Sílvia (salvo-seja), por se ter cruzado no meu caminho, agora paralelo ao seu.

À Minha-Pal, pela sua integridade. Pelos defeitos que não sei ver. Pela incrível amizade que nunca saberei descrever.

À Magy, pela genuidade. Pela bondade, paciência e devoção. Pela perspicácia e por chamar-me à atenção. Por desencaminhar-me e recusar um não. Por servir-lhe de exemplo, e chamá-la também eu à razão.

À Renata, pela coragem, pela luta constante em superar-se a si mesma. Pela partilha: pelo passado, numa experiência em comunhão; pelo presente, pela ternura e amor, pela entrega e dedicação; por um futuro promissor, de equilíbrio e duração.

À minha família, em especial aos meus pais, pelo afecto e educação. Pela perseverança e lealdade; pelo esforço e nutrição constante da minha felicidade. Pelo dom de conceber a peça de design mais íntegra, a minha irmã.

A ela, mais que a todos; pelo talento, pelo espírito e carácter. Pela força e determinação, pela garra da vida, por alguma ingenuidade e muito do coração.

[ESTRUTURAS, ESTRATÉGIAS E PROPÓSITOS DE UM DESIGN INOVADOR]

[STRUCTURES, STRATEGIES AND PURPOSES OF AN INNOVATIVE DESIGN]

[RITA MARIA BARRACHA DA SILVA]

[RITA MARIA BARRACHA DA SILVA]

PALAVRAS-CHAVE: design de comunicação, estruturas, estratégias, propósitos, inovação

KEYWORDS: communication design, structures, strategies, purposes, innovation

[RESUMO]

Proveniente de uma formação académica em Arte e Multimédia, regida pelos fundamentos da criatividade e da comunicação audiovisual, surge a vontade de explorar a sua efectiva aplicação a nível profissional.

A empresa YDreams, empenhada em cultivar “inovação”, procura o seu lugar naquela que é uma sociedade sequiosa por evolução. Investiga, analisa e socorre-se dos constantes progressos científicos e tecnológicos que se aliam na criação de ferramentas e produtos que respondem às carências ou suposições que nos surgem.

Implícita a essa ambição, reside a necessidade de traduzir graficamente conceitos, valores e propósitos, específicos à linguagem de cada projecto em questão, de forma a angariar públicos e a satisfazer clientes.

O *design* torna-se, assim, preponderante na afirmação de produtos inovadores; é tido como veículo que sustem o vínculo entre produto e utilizador.

Da comunicação – na sua função de esclarecer e informar o indivíduo acerca da estrutura do próprio conteúdo –, à persuasão estética – que se funda em estratégias que têm como intuito cativar e deleitar o espectador –, o *design* é ainda decisivo no carácter sensível de um produto, pois é fundamental na concepção de um resultado adequado ao respectivo manuseio – para uma interacção quer tangível, quer através de sistemas ubíquos e invisíveis.

Estagiar nesta empresa permitiu-me estudar este tipo de processos, associados ao *design*, entendendo formas de viabilizar produtos que adaptam as minhas intenções estéticas, às implicações técnicas e limitações do próprio utilizador. Proporcionou relacionar-me com profissionais das mais diversas áreas, indispensáveis à criação de um produto equilibrado e eficaz. Explorou a minha vontade em responder a exercícios – tanto teóricos como práticos –, que procuraram reflectir-se em consequências exequíveis e úteis, no solucionar dos problemas expostos. Estimulou então o discernimento e a criatividade, alicerçados em hipóteses e pressupostos, dando azo a resoluções favoráveis e interessantes.

No desenvolver de três projectos gráficos distintos pude pôr em prática os ensinamentos adquiridos, tanto previamente como durante o estágio, através do acompanhamento especializado do orientador e do departamento de design. Elegeram-se propostas e refutaram-se outras em prol do consentimento entre ambos, mas mantendo sempre em vista o seu objectivo e o final consumidor.

Partindo de uma fase de investigação e pesquisa, o estágio passa por uma etapa de experimentação, aberta a uma criação livre, enquanto estudo e sustentação para uma outra, mais limitada, que responde a uma execução prática direccionada a uma entidade exterior, e culmina na concretização de um *website* para uma recente *spin-out* da própria YDreams.

APRESENTAÇÃO

Para mais convenientemente expressar o contexto em que se enquadraram as actividades do estágio transacto, torna-se relevante começar por caracterizar, não só os objectivos, mas a própria instituição. Apresento, de seguida, uma breve descrição daquilo que me levou até este Mestrado (e conseqüente estágio), assim como a sua finalidade e o conjunto de metas que fazem sentido visar, dentro dos trâmites que tenho vindo a desenvolver ao longo do meu percurso universitário.

O meu interesse por tecnologia, face à sua constante procura em actualizar-se, ao seu reflexo em diversas áreas e manifestações, e pela crescente relação com a Arte e o público, incutiu, desde sempre, uma recorrente vontade de a explorar e descobrir.

Licenciada em 2009, no curso de Arte e Multimédia da Faculdade de Belas Artes, pela Universidade de Lisboa (FBAUL), e actual mestranda em Novos Media e Práticas Web, nesta Faculdade de Ciências Sociais e Humanas (FCSH), sou, também, mestranda em Arte e Multimédia, com especialização em Audiovisuais, na FBAUL, cuja conclusão se prevê em Setembro.

Enquanto *freelancer* multimédia desenvolvo projectos de design gráfico, fotografia e vídeo; fui júri do Festival de Cinema *Temps d'Images* (no CCB, em 2008 e 2009), e, na sequência do protocolo celebrado entre o BPI e a FBAUL, recebi, em conjunto com uma equipa de alunos, o Prémio BPI por uma publicação temática e teórica — um espaço de investigação em torno da criação artística actual, coordenado por Liliana Coutinho —, Revista Marte nº3.

Proveniente de uma licenciatura bastante versátil: do vídeo à fotografia, da instalação à *performance*, do desenho ao *design* e *webdesign*, é na relação entre ambos os Mestrados que se funda a orientação deste estágio, ou seja, na directa e íntima conexão entre as potências comunicacionais: Arte, Multimédia e os Novos Media.

Partindo do conceito de inovação, a empresa YDreams é fundada no ano 2000 e alia a estrita relação entre sociedade e tecnologia, entre ciência, arte e a vida. Especializada na investigação e desenvolvimento de tecnologias de interacção, em áreas como processamento de imagem, realidade aumentada e interfaces activadas por gestos e computação invisível, tem vindo a proporcionar a criação de ambientes e produtos interactivos.¹ No desenvolver dos seus projectos, os seus grandes investimentos e financiamentos possibilitaram a gradual

¹ Com base na informação disponível *online* na área “Sobre a YDreams” do site da empresa, acessível em <http://www.ydreams.com/#/pt/aboutus/>, consultado a 23/03/11.

ampliação das suas áreas de incidência e especialização, através das quais surgiram YVision, Ynvisible, Audience Entertainment e YD Robotics, *spin-outs* da empresa principal que, ainda assim, se assumem perante o mercado como individuais soluções na produção de resultados específicos.

A candidatura a estágio na empresa YDreams anteviu assim grandes virtudes no que toca ao desenvolvimento pessoal, colectivo, cultural, artístico e profissional. Por conseguinte, a referida entidade logo me pareceu apropriada a coadunar o conjunto de expectativas que conjecturava para a conclusão desta formação académica; serviu também de charneira para aquela que será uma nova etapa (a entrada no mundo profissional), pois permitiu a junção das minhas competências às apetências, aquando da incorporação numa empresa activa e actual.

ÍNDICE

INTRODUÇÃO	2
DESENVOLVIMENTO.....	4
Natureza dos trabalhos e tarefas	4
<i>Design e direcção</i>	4
<i>Estruturas, estratégias e propósitos de um design inovador</i>	7
Jakob Nielsen e Donald Norman: Interação e Usabilidade	10
Realidade Aumentada	12
Tarefas realizadas no desenvolvimento dos trabalhos	14
ACTION	15
Associação Salvador	19
YD Robotics	21
Problemas teóricos ou metodológicos.....	22
CONCLUSÃO	24
REFERÊNCIAS E CRÉDITOS BIBLIOGRÁFICOS	27
ANEXO ACTION.....	29
ANEXO SER CAPAZ.....	86
ANEXO YD ROBOTICS	91

INTRODUÇÃO

A parte curricular deste mestrado, fundamentalmente em disciplinas como “Políticas e Estratégias do Audiovisual: A Migração para o Digital” (leccionada pelo Prof. Dr. Francisco Rui Cádima), “Mundos Virtuais” (pelo Prof. Dr. António Câmara) e “Artes Digitais” (pela Prof.^a Dr.^a Patrícia Gouveia) permitiu-me apreender que, do contacto com os novos media e com os processos que os consolidam – dos quais se destacam a “remediação” e a “transmediação” (duas palavras-chave apresentadas nas aulas, empregues por Jay David Bolter e Richard Crusin, no livro *Remediation*¹) – nasce um novo corpo ou *medium*, transversal e interdisciplinar.

O reflexo do impacto dos novos media e das tecnologias de informação contrasta com a cultura dos media oriunda do final do século XIX (na passagem para o século XX) – fortemente marcado pela ideia de “mass media”, “espectáculo” e “reprodução” –, pois adquire os valores artísticos do “novo”, da “criação” e da “experiência estética”.² Importa, por isso, *valorizar a ambivalência ou amplitude tecnológica e cultural, compreendendo a ideologia que neles se abriga.*³

Partindo da contextualização do design naquela que é uma sociedade em constante renovação e progresso, e do estudo dos métodos e referências adoptados por uma empresa criativa – que combina à eficácia, a qualidade estética dos seus produtos –, procurei, durante o estágio na YDreams, fazer uma breve revisão da estrutura dos seus materiais gráficos, com o intuito de averiguar meios de viabilizar outras oportunidades e conjunturas, reflectindo assim acerca do panorama e progressão do design actual.

Pretendi analisar estratégias de comunicação e publicidade, a construção da identidade/versatilidade de uma empresa, na criação de uma linguagem que traduz a imagem, os conceitos e valores, tanto da própria entidade, como da função dos diversos produtos e projectos nos quais é interveniente; estudar o funcionamento metódico e criativo de um departamento de design, observando a forma como o

¹ Como indicado *online* em <http://mouseland.blogs.ua.sapo.pt/12813.html>

² Terminologias utilizadas por CRUZ, M^a Teresa, (2011) em “Estudo e Crítica dos Novos Media”, p. 17, presente na publicação *Feedback: it is Black or White* (Open-Day '11: Mestrado Design de Comunicação e Novos Media - FBAUL).

³ Idem, *ibidem*, p. 18.

design é concebido enquanto mediador entre o produto e o cliente, que investe e consome; examinar a produção de brochuras, cartazes, postais, sinaléticas, publicações, e *websites*, assim como todo o tipo de materiais gráficos que atestem características específicas que as tornam únicas e vencedoras perante o mercado.

Pude ainda constatar e perceber a forma como contribuem a Realidade Aumentada e os meios de interação revolucionários (aliados ao crescente desenvolvimento tecnológico) no potenciar de um produto, que incorporam a qualidade do *design* e possibilitam uma comunicação cada vez mais autêntica.

Paralelamente à componente prática e visível da concretização dos projectos apresentados mais adiante, planeei, como recente *freelancer*, entender o funcionamento de equipas de trabalho, a divisão de tarefas, meios de rentabilização de tempo e esforços; compreender a importância de líderes ou gestores de projecto, a necessidade de método, de constantes reuniões e debates acerca do progresso de trabalho.

Ciente destes meus objectivos, coube aos gestores da YDreams pôr-me em contacto com os respectivos departamentos, a fim de me serem expostos os pontos de situação dos diferentes projectos nos quais faria sentido participar, delegando-me, por isso, variadas funções.

DESENVOLVIMENTO

Natureza dos trabalhos e tarefas

Design e direcção

Partindo do princípio que, mesmo entre os designers, a própria definição de design é controversa, resta-nos procurar perceber a essência comum às suas várias manifestações.

Se pensarmos num mundo em que a eficiência, a durabilidade e a qualidade dos produtos são cada vez mais unânimes, face ao crescente acesso global às novas ferramentas, métodos e tecnologias, então o processo de concepção de um objecto ou projecto vê-se, assim, bastante uniformizado.

Nesse sentido, de que forma é que se pode marcar a diferença, ser-se alvo da preferência de um público – sendo motor do crescimento económico –, se não for também através do seu aspecto e carácter estético?

Para Steve Jobs, presidente-executivo da Apple, o design é “a alma das criações humanas”⁴, o que, a meu ver, se refere ao facto do design nascer como extensão do nosso corpo, através da criação de objectos que nos auxiliam nas mais diversas acções; objectos esses que crescem adaptados às nossas limitações, e as suprimem, em prol da nossa máxima eficiência; objectos que se distinguem, por pensar e expressar sentidos e significados; objectos que extrapolam a errada diminuição à sua mera condição interna – a limitação a um objecto exclusivamente decorativo ou um objecto funcional.

Se pensarmos na etimologia da palavra, *Design remonta ao latim Signare que significa fazer alguma coisa, distinguir algo através de um signo (Signum), ou seja, atribuir significância à medida que se vai designando a sua relação com outras coisas; bens, utilizadores ou mercadorias. A partir deste sentido original podemos dizer que design é fazer sentido (dar sentido).*⁵

Analogamente à criação de sentidos e significados na linguagem verbal, também a linguagem sensorial carece dessa capacidade de produzir (e decifrar)

⁴ Citado por Tom Asacker em http://www.acleareye.com/sandbox_wisdom/2005/06/steve_jobs_on_d.html [consultado a 08/08/11]

⁵ GOUVEIA, P., “Design” in *Dicionário Crítico de Arte, Imagem, Linguagem e Cultura* (2008/2010).

códigos. Porém, face ao *considerável potencial polissémico do leque de possibilidades sintáticas, possui um número quase ilimitado de hipóteses compositivas para expressar o mesmo conteúdo.*⁶

Seja porque a experiência e interpretação pessoal de algo – quer na atribuição de uma categoria, na designação de um valor ou estatuto, ou pelo facto de proporcionar uma relação emocional –, se vê condicionada pelo contexto no qual a apreendemos (admitindo, por isso, inúmeras conotações, de sujeito para sujeito); seja pela coligação da humanidade ao conjunto de contaminações e permeabilidade entre artes e tecnologias – da qual resultam produções interdisciplinares –, o domínio do design procura alcançar todo esse conjunto de códigos a que se vê exposto, quando é, também ele, tornado pluridisciplinar.

“Design, Machine, Technology, Ars and Art are closely related to one another, one term being unthinkable without the others” (Vilém Flusser, *The Shape of Things: a Philosophy of Design*, 1999:18)

Num momento em que são recorrentemente reformulados os conhecimentos e as competências do utilizador, e é recíproca a proficiência do potencial técnico e tecnológico, o design actual acompanha esse mesmo progresso, tornando-se mediador entre o mundo sensível e o indivíduo. *Na prática, Design é simulação, signo e imagem, enredo e efeito de ilusão, ou seja, um acto dinâmico que requer conhecimentos técnicos e estéticos que permitam fazer a mediação entre o natural e o artificial.*⁷

Num paradoxo, tanto é reflexo da contemporaneidade, como é ele que a redefine. José Gomes Pinto, docente da disciplina de Teoria dos Media (FBAUL), expô-lo da seguinte forma: “Como é que um conceito de *medium* se pode ter desenvolvido a partir da nossa experiência do mundo, se são *eles* que a constituem estruturalmente?”⁸.

⁶ CALADO, I., “Código Visual” in *Dicionário Crítico de Arte, Imagem, Linguagem e Cultura* (2008/2010).

⁷ GOUVEIA, P., “Design” in *Dicionário Crítico de Arte, Imagem, Linguagem e Cultura* (2008/2010).

⁸ PINTO, José G., (2011) em “Teoria dos Media”, p. 14, partindo da afirmação de Friedrich Kitter, citada por si: “Os media determinam a nossa situação”, presente na publicação *Feedback: it is Black or White* (Open-Day '11: Mestrado Design de Comunicação e Novos Media - FBAUL).

Na manifestação deste fenómeno, faz sentido pensar: “o que é *causa* da comunicação, é *efeito* no fenómeno da percepção, da disposição à experiência do real, que esta proporciona”⁹; o surgimento dos meios de comunicação de massas torna-se causa da ocorrência comunicativa, logo, “a possibilidade de um *design da comunicação* deve estar antecedido pela compreensão do papel dos media na configuração da comunicação”¹⁰.

Da gradual reconfiguração dos processos mediais, é então fácil depreender que o próprio design sofre de uma transmutação; constitui-se num novo paradigma conceptual e projectual que acompanhará o desenvolvimento de uma sociedade em constante mudança; persiste como “uma espécie de *medium* universal, de condição para que qualquer objecto ou experiência acedam ao plano da visibilidade e da efectividade culturais”.¹¹

Do ponto de vista dessa aplicação, e ao implicar uma reflexão ideológica sobre o mundo, o design considera-o em todos os seus diferentes aspectos, busca a *sustentabilidade das interrelações humanas*, quer entre elas, quer com a fisicalidade das coisas que nos rodeiam; tira partido da aprendizagem, da reflexão sobre o mundo em que vivemos, e é, ele próprio, propulsor dessa mesma relação – improvisando recursos e superando barreiras com inéditas e refinadas criações. Essa aceção *permitir-nos ir um pouco mais além da ideia de design como uma instrução: como uma direcção, mais que uma forma de prescrição*¹²; mais que um método instituído, que uma forma fechada de concepção, design é, acima de tudo, uma orientação.

⁹ PINTO, José G., (2011) em “Teoria dos Media”, p. 14, partindo da afirmação de Friedrich Kitter, citada por si: “Os media determinam a nossa situação”, presente na publicação *Feedback: it is Black or White* (Open-Day '11: Mestrado Design de Comunicação e Novos Media - FBAUL).

¹⁰ Idem. Ibidem.

¹¹ CRUZ, M^a Teresa, (2011) “Estudo e Crítica dos Novos Media”, p. 19, presente na publicação *Feedback: it is Black or White* (Open-Day '11: Mestrado Design de Comunicação e Novos Media - FBAUL)

¹² ANTONELLI, P. (2007) “Treating Design as Art”, TED Talks, acessível *online* em http://www.ted.com/index.php/talks/paola_antonelli_treats_design_as_art.html (consultado a 08/08/11).

Estruturas, estratégias e propósitos de um design inovador

Orientado por António Câmara, Professor na Universidade Nova de Lisboa e Presidente do Conselho de Administração da YDreams, com a principal co-orientação por Fernando Nabais, Gestor de Projecto do YLabs (Unidade de Investigação e Desenvolvimento) e Leonel Duarte, Director Criativo e responsável pelo Departamento de Design, o estágio permitiu a integração na equipa do YLabs durante quatro meses, e reflectiu-se no acompanhar de três projectos.

Organizou-se segundo várias etapas; fases essas que auxiliaram a separação dos trabalhos e concederam um melhor aproveitamento da própria experiência no seu geral, alcançando objectivos.

Comecei por conhecer a “imagem” da YDreams, o carácter e a linguagem gráfica usada na apresentação e promoção dos seus produtos, para que pudesse produzir soluções para outro tipo de projectos, desenvolvendo novas identidades que partissem também de estratégias de comunicação, adequadas às intenções de cada produto e cliente. Isto porque, como podemos facilmente deduzir – ainda que dada a especificidade do trabalho da YDreams –, constatamos que as metodologias de funcionamento da equipa de design, a forma como os processos são estabelecidos e as competências deste departamento criativo, acabam por mimetizar o conceito de uma agência publicitária, pela criação de algo desejável e, por isso, vendável.

No primeiro mês, numa fase de adaptação e integração na empresa, fui então enquadrada nos projectos e desenvolvimentos da YDreams através de uma breve revisão dos conteúdos materializados, os seus métodos e estratégias, sempre com o intuito de desenvolver graficamente outros contextos.

Para tal, houve também a necessidade de efectuar trabalho de investigação relativo à pesquisa de imagens, estruturas, conceitos e abordagens de outros exemplos na mesma área, como posters, brochuras, postais e *websites*.

Posicionar-me de forma crítica – problematizando os respectivos materiais – permitiu simultaneamente explorar os limites desse mesmo território.

Ainda que não directamente utilizados na elaboração do presente relatório de estágio, mas sim nesse processo de pesquisa e escrutínio de informação – que contribuiu para o resultado das propostas gráficas que desenvolvi nestes três projectos – distingui, nas referências bibliográficas no final do documento, os créditos das influências a que recorri, no decorrer deste período.

Após a organização e análise desses dados, dei início a esboços e planos, sempre auxiliada pela equipa, com a qual se foram discutindo ideias e percursos que procuravam aperfeiçoar técnicas que favorecessem o resultado do produto final.

Por ordem cronológica, passo a descrever concretamente os projectos e fases em questão: “ACTION”, com a produção da parte comunicacional de um hipotético evento (criação do logótipo, poster, postal, brochura e *website*); “Prémio Ser Capaz”, com a concepção da gama 2011 dos meios de divulgação do prémio *Investigação e Tecnologia*, pela Associação Salvador (concepção do poster, monofolha e *banner* a colocar *online* no *website*); e “YD Robotics”, com o design do *website* desta recente empresa, *spin-out* da YDreams.

Não sendo licenciada em design, praticando-o apenas em projectos esporádicos como *freelancer*, devo referir que a experiência destes meses reforçou o meu desejo por resolver problemas gráficos que estimulem o lado criativo e funcional na criação de propostas que aliam imagem e texto, que articulam conceitos e metáforas, quer directa ou indirectamente, ampliando aquilo que tomamos como cultura visual.

Enquanto campo de estudo da “história das imagens”, fruto da relação entre a história da arte e os estudos culturais, a Cultura Visual, como sabemos, gera e relaciona fundamentalmente dois conceitos-chave: “visualidade”, na tendência para ver e dar a ver tudo, e “visibilidade”, como tendência de tornar tudo visível, mesmo o que não é de carácter visual.¹³ Preocupa-se com eventos visuais nos quais a informação, significados, sentidos ou prazer são procurados pelo consumidor através de um interface que implique uma tecnologia visual; centra-se em interpretar e

¹³ Terminologias utilizadas pelo Prof. Dr. Vítor dos Reis, nas disciplinas de Teoria da Imagem e Teoria da Forma Visual, na FBAUL, em 2007/2008.

perceber a resposta aos media visuais. E cúmplice da crescente expansão visual, da ampliação semiótica implícita à representação, está a abertura do poder da imagem à comunidade no geral.

A crescente expansão das tecnologias e as vantagens possibilitadas pelos novos meios de comunicação permitem que, hoje em dia, (quase) qualquer pessoa possua a instrução e os instrumentos necessários para sustentar e partilhar uma experiência visual.

Mais que a pintura, a fotografia e o vídeo vêm-se próximos da experimentação social que vive abertamente em blogues, e que se repercutem infinitamente nesta comunidade global. Juntos, na partilha e discussão desta aparente guerrilha visual, ambicionamos desenvolver e renovar conceitos, expressar comportamentos, ideias e valores, expandindo aquela que é a Cultura Visual – e a nossa própria evolução mental.

É, nesse contexto, que considero relevante mencionar que, em simultâneo, dediquei ainda parte do meu tempo a uma outra actividade.

Foi com o intuito de partilhar os meus gostos, de facultar aos outros as minhas pesquisas e referências, de transmitir aquilo que considero interessante e singular, que decidi, criar e manter activo um blogue de curiosidades, disponível ao acesso dos interessados. Focando todo o tipo de áreas artísticas, inclui também o cunho da tecnologia, nas suas diversas manifestações. Comecei por recorrer à plataforma *Blogger*, da Google, que possui ferramentas e *templates* pré-concebidos que auxiliam a publicação de imagens, textos, vídeos e *links*. O blogue “Apontamista”¹⁴ (concebido inicialmente em português, e traduzido posteriormente para inglês, face ao pedido de alguns seguidores) foi então crescendo, e é resposta dessa minha vontade e prazer em partilhar. Contento com o resultado – ao denotar o aumento do número de visitas e comentários incentivadores –, dispus-me a produzir um novo blogue, intitulado “Sum of Those”¹⁵. Optimizado com um outro tipo de grafismo e estrutura, socorre-se da plataforma *Tumblr*, pretendendo atingir outros públicos e circuitos de disseminação.

¹⁴ Acessível *online* em: www.apontamista.blogspot.com

¹⁵ Acessível *online* em: www.sumofthose.tumblr.com

Para se manter (e aumentar) o número de seguidores é necessário não só ser-se activo, publicando diariamente o resultado do escrutínio da informação a que acedo, procuro e elejo, como algum método no rotular dos respectivos conteúdos, a fim de organizar o material e facilitar o acesso por tema/etiqueta. Há que simplificar os assuntos, clarificando os textos e destacando *hiperlinks* que disponibilizam o acesso mais aprofundado da informação; adoptar um interface intuitivo e objectivo.

No contexto dessa relação ajustada ao outro, e antes de passar à explicitação dos projectos e tarefas, viso enquadrar o resultado das minhas pretensões estéticas naquelas que são as prioridades técnicas e formais inerentes ao compromisso com um utilizador.

Jakob Nielsen e Donald Norman: Interação e Usabilidade

Gradualmente, as máquinas tornaram-se cada vez mais presentes e imprescindíveis na vida humana; foram sendo adulteradas de forma a melhorar o seu próprio desempenho e manipulação por parte dos utilizadores que interagem com as mesmas, no seu dia-a-dia, muitas vezes sem sequer se aperceberem disso.

A *mimesis*, teorizada tanto por Platão como por Aristóteles (ainda que com abordagens diferentes) – próxima da relação artística com a natureza, e da realidade, como matéria reproduzível –, circunscreve também a nossa própria relação com o Mundo, com a aprendizagem, através da memória e da constante repetição e imitação de comportamentos. Como sabemos, na experiência do quotidiano, inúmeros gestos e condutas são maquinalmente mimetizados por um indivíduo, desde a sua infância. É dessa dinâmica social que nos desenvolvemos e progredimos, tanto física como intelectualmente, evoluindo ao ver os outros, que reproduzimos sistematicamente, sem ter noção. A memória, responsável por reter e codificar esse conjunto ínfimo de informações, assimila de forma tão rápida que, o acto de ser estimulado e responder, nos surge como algo extremamente espontâneo.

Inconscientemente instruídos por aquilo que observamos no Mundo, através dos inúmeros estímulos a que estamos sujeitos, somos assim compelidos a participar e interagir no desenvolvimento global que se faz sentir.

Jackob Nielsen, interessado em estudar a condição da interacção (especificamente na *Web*), ambicionando analisar e descobrir estratégias de usabilidade e processos de simplificar uma tarefa, torna-se mentor daqueles que procuram criar um interface acessível e eficaz. “Usabilidade” é a palavra de ordem que rege o *software*, a estrutura, o *design*, e tudo aquilo que, atendendo às limitações de um utilizador, visa encontrar formas de facultar uma mais clara compreensão do conteúdo, criando um interface simples e adequado, que proporcione um acesso rápido e intuitivo.¹⁶

Dessa forma, qualquer área que envolva uma relação de interacção, assenta num conjunto de critérios que subordinam o interface de forma a conceder um contacto que satisfaça os intervenientes e a obtenção do resultado desejado.

Donald Norman, psicólogo cognitivista, foi pioneiro da área de interacção homem-computador potenciando os estudos acerca do conceito de usabilidade, como consequência da sua formação. Reunindo dados relativos à psicologia, à antropologia, à sociologia e à experiência na relação do Homem com os objectos e o mundo em geral – da ergonomia à funcionalidade –, expôs, em variados ensaios e livros¹⁷, modelos e teorias cognitivas que fundamentam o conjunto de princípios e normas precursoras que vieram a ser seguidas e defendidas por outros contribuidores nesta matéria, como o supracitado Jackob Nielsen.

Nathan Shedroff, precursor de “Experience Design” – *uma abordagem de design que engloba vários os sentidos e requisitos fundados na experiência, explorando as características comuns aos diversos media*¹⁸ –, Design de Interacção e Design de Informação, defende a relação entre produto e consumidores, por intermédio de um claro serviço de transmissão de estímulos. Através dos seus estudos e gráficos podemos constatar que, sinais e dados oferecidos pelos produtores/produtos contribuem para uma informação global que, num determinado contexto, permite um conhecimento local e sabedoria pessoal, por parte dos consumidores. É esse espectro

¹⁶ Informações mais aprofundadas e relativas ao tema, disponíveis *online* em: <http://www.useit.com/> [acedido a 04/04/11], *website* estruturado por NIELSEN, Jackob.

¹⁷ Muitos deles disponíveis *online*, no seu site pessoal: <http://www.jnd.org> [acedido a 06/04/11].

¹⁸ Segundo SHEDROFF, Nathan (1994), *Information interaction design: A Unified Field Theory of Design*. Disponível em <http://www.nathan.com/thoughts/unified/> (consultado em 17/06/2011)

do conhecimento, consolidado na experiência de cada um, que consente aos criadores desta área prosseguir uma produção cada vez mais tangível de situações que fomentem a interactividade natural. Converte-se, assim, um espectador passivo num consumidor activo. A essa espécie de co-autor, admite-se o poder da criatividade e controlo, num jogo de *feedback* entre o produto e ele próprio.

Para atingir e superar objectivos, na ampliação da adaptação e comunicação de conteúdos, quer no domínio da sociedade em geral, quer na cultura, na economia e tecnologia, torna-se fundamental usufruir advento dos recursos possibilitados pelos progressos no design de interacção, design de informação e design sensorial.

Procurando averiguar a validade destes conceitos, procedi então à experimentação nos projectos realizados, pondo em prática as recomendações aconselhadas, relativas à eficiência da implementação do (web)design em particular.

Realidade Aumentada

Paralelamente ao *design*, as tecnologias de interacção, cada vez mais aperfeiçoadas, oferecem ao espectador novas formas de consumir um produto, usufruindo não só da sua máxima fisicalidade – através de interfaces tácteis – mas também virtualidade, fundada na criação de ambientes que integram elementos criados pelo computador, e que partem de gestos e de computação invisível. É disso exemplo, o processo da Realidade Aumentada (RA), que beneficia de sistemas de processamento em tempo real para combinar elementos virtuais e interactivos, reflectidos tridimensionalmente num ambiente real. De sensores de movimento, a processamento de imagem e reconhecimento de símbolos, a RA serve assim de uma espécie de *medium*, uma ferramenta que possibilita, como o nome indica, aumentar, expandir a realidade – complementando-a – e, por isso, concede explorá-la de forma ubíqua e quase infinda.

Dada a amplitude do potencial da sua aplicação nas mais variadas áreas (turismo, medicina, educação, consumo e entretenimento), o seu poder “expansivo” pode assim ser articulado em prol do desenvolvimento de métodos tanto mais

intuitivos e próximos da nossa realidade, como fomentar novas interações e facultar o que geralmente é impossibilitado ao humano, face às suas (limitadas) capacidades fisiológicas. Dessa forma, podemos referir que a transformação fenomenológica da nossa relação para com a realidade e os objectos nela contidos, consente que a admitamos como uma realidade subjectiva.

Entre outras recentes tecnologias, a RA tornou-se assim num dos influentes elementos que mudaram para sempre a nossa concepção do espaço, tempo e realidade, modificando a relação entre o sujeito e o visível. A sua essência virtual, que possibilita a construção de formas e tridimensionalidades, faculta ao artista (ou criador) a capacidade de persuadir o espectador a ver algo que na (“verdadeira”) realidade não vê – uma dialética paradoxal onde é possível dar a presenciar a qualidade de um meta-lugar. Sendo um lugar de experimentação, um dispositivo que traduza RA vai assim cooperar na formação de novos universos, multiplicando as formas de percepção e de “sentir” um mesmo espaço. É no admitir da experiência deste espaço, que se tolera entendê-lo como tal, uma espécie de “crer para ver” (inspirado na expressão *Suspension of Disbelief*¹⁹, em português, “suspensão da descrença”) que nos convida a participar de uma ilusão, e viajar para um outro lugar.

Curioso pelo deslindar daquilo que nos transcende, é no desejo de o alcançar que o utilizador desse produto vai dedicar a sua atenção na descoberta e exploração dessas novas realidades aumentadas, inacessíveis a olho nu. Produto esse que, como referi, abrange qualquer área, sendo que o design e a comunicação têm também visíveis a repercussão disso.

Infelizmente, face à brevidade deste estágio, e à necessidade de instrução específica, foi-me impossibilitada uma abordagem mais próxima a este conceito, sendo que fundei, como exposto, a minha ocupação destes quatro meses, no conhecimento da empresa, nos seus métodos e projectos gráficos. Contudo, denotei – em grande parte face a trocas de emails num fórum de curiosidades entre os membros da empresa –, a evolução da Realidade Aumentada ao longo dos tempos, a sua influência

¹⁹ Citada por Delfim Sardo, numa aula acerca do tema, na disciplina de Arte Contemporânea (Faculdade de Belas-Artes, da Universidade de Lisboa).

na publicidade e propaganda de variados produtos, assim como a sua utilidade e o directo impacto no progresso da vida social em geral.

No entanto, ao nível desta tecnologia de computação – e graças aos inúmeros desenvolvimentos por parte da YDreams –, pude, porém, testar aquela que é a estrutura YVision, que pretende sustentar o desenvolvimento de aplicações e sistemas revolucionários no campo da interacção homem-máquina. Inspirada na relação com o mundo, permite ao utilizador que, de forma intuitiva e natural, através de gestos e movimentos corporais (ou seja, segundo uma interface invisível, à base de sensores) influencie a resposta do computador, que os lê, analisa e reage – um processo usado nas *Natural User Interfaces* (NUI). Integra, assim, a visão computacional, o processamento em tempo real, *physics simulation*, a realidade aumentada, inteligência artificial, entre outros mecanismos.²⁰

Tarefas realizadas no desenvolvimento dos trabalhos

Como referi previamente, no decorrer do estágio criaram-se então três situações nas quais pude intervir graficamente: “ACTION”, “Ser Capaz” e “YD Robotics”.

Ora mais livre, ora condicionada por requisitos específicos aquando da criação de um determinado produto, procurei, dentro das minhas competências, e aproveitando tudo aquilo que me foi possível ao longo destes quatro meses, reter e conceber algo que, não só fosse fruto das minhas aptidões técnicas, mas resultado das minhas ambições estéticas.

Direccionada pelos co-orientadores e as respectivas equipas de trabalho, as tarefas foram sendo cumpridas em prol dos interesses de ambos, através do confronto de ideias, do desenvolver de hipóteses, da adequação a novas propostas e do consentimento no adoptar de uma resolução.

²⁰ Informação retirada do próprio website, disponível em: <http://www.yvision.com>, acedido a 11/04/11.

ACTION

Como iniciação neste estágio – em parte para favorecer uma progressiva integração na equipa, de forma gradual e natural –, propuseram que começasse com um projecto totalmente aberto à minha criatividade, livre de constrangimentos ou vícios iconográficos relativos à imagem e identidade da empresa.

Foi-me sugerido que estruturasse o material gráfico para a comunicação de um evento, como, por exemplo, um estudo de viabilização de um hipotético festival. Este, deveria reflectir a patente relação de interferência e actual convergência dos territórios das artes, ciências e tecnologias, exibindo a forma em como as práticas contemporâneas se envolvem crescentemente com os desenvolvimentos que as rodeiam.

In the 21st century, some of the most dynamic works of art are being produced not in the studio but in the laboratory, where artists probe cultural, philosophical and social questions connected with cutting-edge scientific and technological research.

Their work ranges across disciplines – microbiology, the physical sciences, information technologies, human biology and living systems, kinetics and robotics – taking in everything from eugenics and climate change to virtual reality and artificial intelligence.²¹

A Arte, enquanto espelho da contemporaneidade, tanto se deixa contaminar pela realidade, numa relação endógena – tomando os contágios como parte inerente à obra, como se converte em exógena – pois influencia, simultaneamente, a sociedade. É nessa reciprocidade que o processo criativo e progresso evolutivo se vêem submetidos à ideia de elo; ambos comunicam, transmitem valores, propagam ideais e difundem conceitos, em prol de um mesmo objectivo: a inovação. Renovam-se constantemente noções e concepções já formuladas; emitem-se juízos que interferem

²¹ WILSON, Stephen (2010) *Art + Science now, How scientific research and technological innovation are becoming key to 21st-century aesthetics*, Thames & Hudson. Citação sugerida por Fernando Nabais, em conversa acerca do tema.

com o passar do tempo e, conseqüentemente, com o que se cria nessa mesma duração. Passam-se gerações, linhagens, épocas e gestações. Convertem-se estilos, movimentos e tradições. Arte e Vida, infinitamente infectadas (mutuamente), seguem condutas mais ou menos próximas, conectadas pelo vínculo que as reúne, o Ser Humano.

O contínuo desenvolvimento mental/social – associado desde sempre ao próprio progresso científico –, incentiva a crescente aposta na proliferação da tecnologia, que permite a obtenção de respostas exponencialmente mais rápidas, eficazes, e adaptadas aqueles que delas usufruem. Graças às mesmas, diluem-se barreiras e confrontam-se impressões envoltas na relação entre Arte, Ciência e Tecnologia. Progressivamente, as modernas ferramentas oferecem aos criadores de qualquer área novas possibilidades metodológicas e técnicas evoluídas, que admitem assim diferentes e novos limites. Tais aproximações vieram reestruturar as questões da performatividade, abrindo caminho a inovadores modos de interacção humana com a computação.

O conhecimento, fundado na ciência do saber, instruído por meio da experiência vivida, da vida atestada, ou pela mais pura constatação, expande-se fluidamente na partilha implícita ao desenvolvimento intra-pessoal e colectivo. Assim como na tecnologia e ciência, irrigam informações sob a forma de mensagens, processadas por uns e recebidas por outros. Todos, na aliança dessa vida comunitária, nos seguimos (e progredimos) uns aos outros, enleados na cadeia do sistema em que vivemos. Seguimos caminhos, mediados por linhas condutoras; somos transportados e transportamos também connosco as próprias convicções.

Dessa forma, qualquer assunto, material ou imaterial, seja ele de que natureza for, é passível de ser veiculado numa corrente, por uma via, propagando-se no espaço e tempo, entre emissor e receptor.

Ainda que de uma forma peculiar, Vida, Arte, Ciência e Tecnologia estão, assim, intimamente ligadas, comprometendo-se inevitavelmente.

Nesta linha de pesquisa, e após alguma reflexão, decidi apresentar uma proposta gráfica que coadunasse a temática do evento multidisciplinar, partindo da ideia de fio condutor, de enredo, e de ligação.

Além dessa associação ao contágio entre os conceitos Arte, Ciência e Tecnologia, há ainda, numa leitura mais literal e interna a cada expressão, a ideia de linha da vida, cabo/canal condutor de informação/energia, circuito, ramificação do fluxo sanguíneo e sistema nervoso, linha/arabesco artístico, linha da frente, linha temporal, linha geométrica, linha imaginária, em linha/*online*, etc.

Esses sistemas, aparentemente caóticos dada a complexidade de conexões, redes e condutas, são, no entanto, arranjos extremamente fidedignos e ordenados, com princípio, meio e fim, pois numa comunicação e transmissão de informação há sempre (no mínimo) dois pólos, unidos por um canal.

Foi a favor desse motivo que resolvi fotografar várias composições de cabos coloridos sob um fundo neutro (branco), iluminado convenientemente, para que se evidenciassem não só as formas, mas delineassem reflexos que acentuam a noção de espaço e tridimensionalidade. Quer ordenados quer desordenados, os fios ganham vida e sugerem os conceitos ambicionados.

Em qualquer sistema suportado por filamentos, os mesmos possuem características próprias que os distinguem dos outros, e permitem identificar. Como tal, foi aproveitada a variação cromática como divisão dos eventos e actividades relativas ao festival, sendo que a cada cor corresponderia uma área.

Se, no preto, na ausência de luz e escuridão, nos deparamos com o desconhecido, aquilo que ainda está para desvendar, aquilo do qual não temos certezas, na luz e no branco clarividente, tudo se vê e reconhece, daí a escolha do suporte à matéria fibrosa fotografada. Nesse ambiente “clean” e científico emergem os fios, num fluxo de cor, associado à ideia de intervenção, sendo que são os fios que assaltam o espaço, interferindo com ele e levando até si um conjunto de informação.

Poster, postal, brochura e *website* são então suportados por este pano de fundo, no qual se articulam o logótipo, textos e conteúdos necessários à explicitação

desta iniciativa multidisciplinar, que incluiria exposições, conferências, *performances* e *workshops*.

“ACTION” resulta assim das iniciais de Arte, Ciência e Tecnologia (ACT), aproveitando-se ainda da sua componente performativa e discursiva, de alguém que interfere, tanto artisticamente, como científica ou tecnologicamente, interagindo ou manifestando uma acção (ACTION).

Fizeram-se experiências para o logótipo criando formas e letras com os mesmos filamentos coloridos, no entanto era notório que o seu peso estrutural retirava destaque à imagem do poster, pelo que se optou por uma solução mais simplificada e gráfica, em vez de algo materializado no real. O final logótipo de “ACTION” releva-se num jogo de dobragens e perspectivas, numa neutra opção cromática, fazendo ressaltar o uso da cor nas suas diversas manifestações.

Para informar o público da existência de distintas actividades recorreu-se à separação por cores, direccionando e dividindo a atenção para os respectivos temas. Esses, documentados na brochura que acompanha o festival – que descreve os variados acontecimentos e expõe o calendário do programa –, beneficiam da analogia cromática do *website*, demarcando uma linha estética que identifica o festival.

Como forma de complementar e apoiar este projecto, analisaram-se outros festivais, a forma como sobrevivem sustentados em apoios e financiamentos, os seus meios de divulgação, os seus públicos, a sua imagem e forma de comunicação.

Acoplei um hipotético plano de comunicação que inclui a organização e gestão dos materiais de divulgação, contactos relativos aos meios de comunicação pretendidos, e orçamentos.

O conjunto de todos estes estudos e resultados encontra-se anexado ao presente relatório, no seu final (ANEXOS 1 – 7), assim como os materiais relativos aos projectos seguintes (ANEXOS 8 e 9).

Associação Salvador

A Associação Salvador, que *promove a Solidariedade, na defesa dos interesses e direitos das pessoas com mobilidade reduzida*²³, fomenta continuamente a sua vontade em ajudar os outros. É nesse âmbito que surge o “Prémio Ser Capaz: Investigação e Tecnologia” que financia projectos que apoiem esta mesma causa. Conivente desta ideia de criar produtos apoiados na investigação e exploração do meio tecnológico, em prol do desenvolvimento social através da inovação, surge a ligação à YDreams. Empenhada em apoiar o projecto, contribui graficamente ao conceber os elementos de publicidade e comunicação do prémio, pela da criação do cartaz, de uma monofolha e de um banner para colocação online, no *website* da associação.

Acompanhada pela equipa de design, parti da proposta do ano anterior para renovar a imagem, mantendo a mesma linha, a pedido da associação.

Aproveitaram-se alguns dos elementos – dispendo-os numa outra organização –, e alteraram-se as cores, para ser mais acentuada a diferenciação para com a edição anterior. Incluíram-se também algumas sobreposições de transparências que enriquecem as formas mais escuras, lineares e rígidas, que se conjugam com outras, mais orgânicas.

Nesse jogo de diferenças formais e matéricas, subentendem-se, por um lado, a associação à lógica racional e rigorosa da tecnologia – através das formas que se assemelham a peças, como se de algo mecânico se tratasse –, e por outro, a aliança à ciência, à experimentação e descoberta, à agilidade de um corpo, representada nas formas fluidas: numa referência à união entre homem e máquina. Como sabemos, na deficiência motora da impossibilidade de nos movermos, no facilitismo ou na carência de acelerar o movimento, são necessárias rodas; é nesse contexto que elejo conceder-lhes mais destaque neste poster, surgindo aqui caracterizadas enquanto partidárias de uma causa relativa à inabilidade.

Usufruir dos elementos usados anteriormente permite então uma identificação mais directa por parte do público que já conhecia o projecto (e a sua imagem), assim

²³ Segundo a informação disponível *online* em <http://www.associacaosalvador.com>, acedido em 09/05/11.

como marca uma continuidade gráfica que admite contínuas versões anuais, quer através de diferentes composições, quer de alterações cromáticas.

A monofolha A5, enquanto meio portátil de informação do projecto para divulgação perante o público, é dividida entre frente e verso, levando a que um lado seja tido como publicidade ao prémio – aplicando, redimensionada, a imagem do poster –, e no seu verso, um esclarecimento detalhado, como critérios e datas, apelando à candidatura por parte do público, cativado pela imagem.

Face à opção estética do cartaz, a parte informativa (como, aliás, qualquer informação deve existir) é convenientemente mais limpa e organizada, intensificando a leitura mais clara e distinta dos dados. Opta-se, assim, pelo uso de uma cor de fundo sólida que contrasta com o fundo luminoso da frente da monofolha, e que, ao mesmo tempo, é condizente com a tonalidade desses mesmos elementos. Nessa depuração, elege-se a escrita a branco que auxilia a percepção da informação, e o contido recurso à introdução de um elemento decorativo que faz a ligação ao poster, e alivia a estrutura justificada da comunicação.

Por fim, o *banner*, que consiste numa pequena área de publicidade a ser aplicada *online*, quando usado em formato *gif* permite a aplicação de uma espécie de *slide show* de imagens, em *loop* infinito. Reestruturou-se assim versão do ano anterior, partindo da graduação cromática e linha gráfica usada nos novos documentos (poster e monofolha). O seu conteúdo visa promover o prémio em questão, aliciando o utilizador a clicar no *banner* a fim de aceder à informação expandida acerca do mesmo.

O resultado do trabalho final foi bem recebido por parte da entidade, foi impresso, distribuído, e colocado *online*, durante o seu período de incidência.

YD Robotics

Previamente referida como *spin-out* da YDreams, a YD Robotics (YDR) especializa-se, como o nome indica, em robótica e produtos multidisciplinares que impliquem ao recurso às engenharias mecânica, electrónica, computação, *software* e controlo. Envolve, conseqüentemente, o design não só dos produtos, mas a criação de uma imagem clara daquilo que são as suas convicções. Como qualquer empresa, carece de propaganda e de um elo eficaz com os consumidores finais. Para tal, a criação de um *website* próprio torna-se imprescindível, assim como possuem as outras *spin-outs* da mesma empresa.

Cada vez mais, aquilo que reconhecemos como robótica, procura singrar no mercado não só pela sua tecnologia, mas pela congregação a uma boa estética, permitindo-a alcançar a atenção e preferência perante o público. Mostrando-se com produtos bem concebidos a todos os níveis, são constantes as configurações ditas limpas e lisas, embora sinuosas ou rectas, pois são geralmente desprovidas de elementos supérfluos e, por isso, considerados estritamente funcionais. Ou seja, como qualquer produto de design, quer gráfico, quer de equipamento e interface, quer de interior ou audiovisual, implica uma actividade que pensa a forma e a função, com o objectivo de solucionar um desafio quer estético, quer funcional. Dessa forma, não só para clarificar a leitura por parte do utilizador, mas também para reflectir o cariz dos produtos, o *website* (disponível *online* em www.ydrobotics.com) surge em consonância com essa mesma linguagem, preferindo-se um carácter igualmente “*clean*” e refinado.

Organizado segundo um menu directo e acessível, o *website* vive da exposição da informação dos seus projectos e produtos, das suas ambições e expectativas, para angariar possíveis interessados e futuros clientes. Destaca algumas imagens (tanto genéricas como específicas) no interior da estrutura do *website* em situações como *banners* ou miniaturas, com o intuito de cativar o espectador, de apresentar a gama de produtos e desafogar a parte textual que compõe o conteúdo dos projectos.

Optei assim por uma solução que expusesse, de forma atraente, e num equilíbrio entre a seriedade dos assuntos e a coerência gráfica, as pretensões desta empresa.

Nesta lógica, pesquisei as imagens a serem aplicadas e desenvolvi um *layout* que aposta numa dinâmica simples e eficaz, reforçando alguns apontamentos com cor, sombras, efeitos de *roll-over* e outro tipo de destaques que enriquecem a sedução perante a interacção com o espectador.

Problemas teóricos ou metodológicos

Enquanto seres em contínua absorção, vivemos dos estímulos e da exposição à informação. Entre pesquisas e referências, entre estudos e experiências, reformulamos constantemente as nossas próprias convicções; as escolhas que elegemos são assim resultado da convivência com o mundo que nos rodeia e beneficiam o progresso em geral, pois não só somos consequência da influência dos outros, como deixamos também marcas e interferimos com essa mesma realidade.

Se a nossa integridade está em constante transformação, qualquer projecto no qual participemos sofre dessa variação. Opções, métodos e estruturas comportam, no seu decurso, constantes alterações que, não só são favoráveis e possibilitam ultrapassar dificuldades – solucionando o confronto com alguns contratemplos –, como, por vezes podem revelar obstáculos e indecisões.

Situando a criação artística no território experimental – que admite um campo de possibilidades bastante vasto e subjectivo – senti algumas dificuldades no que toca ao equilíbrio entre a fase de ensaios e o ajuste desses ao resultado final, perdendo-me por vezes em inúmeras versões e modificações constantes, talvez fruto de alguma falta de experiência e de auto-confiança.

Há que encarar o facto de que nada é perfeito e inatingível, não podemos consumir o tempo num esforço sem direcção concreta nem fim; devemos conseguir focar-nos numa esmerada produção e avistar nela o potencial de uma (hipotética) conclusão. Ainda que o tempo de reestruturações faça parte do processo criativo, é

indispensável o delinear de etapas e estabelecer de prazos que fomentem a concretização de objectivos; submeter limites – até mais a alguém que não tem ainda solidez profissional –, é imprescindível para confinar essa infinitude de soluções.

O excesso de experiências e informação torna incomportável o escrutínio e síntese a que nos devemos cingir. É importante a organização na metodologia do projecto para gerar estratégias e colmatar possíveis falhas no processo de auto-disciplina, restringindo-nos apenas ao essencial.

De entre os três projectos, ACTION, o “livre”, foi sem dúvida o mais crítico, exactamente por ser o mais aberto e descomprometido. O que os outros tinham de normas ou condições, este tinha de hipóteses e isenções.

Partir do zero complexifica o iniciar de uma abordagem, daí que, como referi, se tenha começado por averiguar outras idênticas situações, usufruindo delas no retirar de ideias e inspirações. Posteriormente, adoptar um conceito base auxiliou a demarcação de um percurso e colaborou numa orientação mais controlada do projecto.

Contudo, considerei pertinente destacar nos anexos, algum desse trabalho de pesquisa, pois sendo um estágio – que implica, acima de tudo, aprendizagem – é de valorizar os ensaios e progressos, como forma de rematar com o resultado final.

CONCLUSÃO

Fruto do impacto da Revolução Industrial, e da vontade de dinamizar o sistema económico – ao expandir os meios de produção e distribuição –, os sintomas da globalização moderna continuam a afectar os mais variados territórios. Os efeitos económicos repercutem-se na política, na cultura e, por isso, na qualidade de vida em comunidade. Gera-se uma sociedade enriquecida pela aproximação às novas tecnologias, pela desobstrução do acesso à informação (através da internet, por exemplo), o que permite assistir-se a uma proliferação e disseminação de dados e produtos, a nível mundial. Convergem valores, ideais, e teorias; das áreas rigorosas às experimentais, das ciências às artes (passando por todas as outras), denotam-se acentuadas influências deste novo sentir e viver; manifestam-se sinais de uma mutação conjunta que torna ténues as fronteiras rígidas, e que sugere que as várias áreas se potenciem, congregando vestígios da evolução no geral, ao implicar-se reciprocamente.

Resultado dessa total convergência, as manifestações artísticas procuram assim actualizar-se na dinâmica social em que sobrevivem, elegendo ferramentas, métodos e estruturas que continuem a elevar a Arte ao estatuto de *medium* de uma “outra” linguagem, sujeita à sensibilidade de qualquer um.

Nessa relação com o indivíduo, a Realidade Aumentada e os meios interactivos vieram cooperar no estímulo do utilizador, surpreendendo-o com impressões fisiológicas envoltas no contacto entre realidades (real e virtual), objectos, sensações, imagens, sons e textos, de novas maneiras, segundo inovadores processos, depreendendo-se novos sentidos e ilações.

A crescente ubiquidade da tecnologia permite, porém, abstrair totalmente o espectador do uso de artifícios, contribuindo para a sua mais eficaz contemplação e interacção intuitiva no acto da fruição de algo. As características, o aspecto, a forma, e consequentemente o *design* tornam-se assim factores decisivos na sua afirmação perante os utilizadores que “consomem” o produto – fazendo aqui um paralelo à ideia de *marketing* e publicidade, na divulgação e patrocínio de uma marca ou produto.

Apoiada nas teorias e experiência de Donald Norman, Jakob Nielsen e Nathan Shedroff, pretendi ser fiel ao equilíbrio entre a funcionalidade técnica e os elementos visuais usados, com o intuito de apresentar respostas gráficas tanto simples e eficazes, como consistentes, ao nível da usabilidade e eficiência na transmissão de informação. Estas, consideram assim estratégias estéticas e estruturais que permitem oferecer um interface cativador e adequado ao utilizador-alvo, respondendo às características essenciais de cada proposta.

A concepção do design, como interface entre o utilizador, o utensílio e o seu respectivo uso, permite compreender que, no domínio da comunicação, o valor informativo reside na capacidade de implementar uma interacção significativa entre os utilizadores e os dispositivos como forma de obter alguma espécie de conhecimento.

Produzi então três projectos que assentam na comunicação social, e que se enquadram em três experiências distintas: “ACTION” surge como estudo de um festival, ou seja a ampla divulgação de um evento; “Ser Capaz”, materializado na difusão urbana e *online* de um prémio; e “YD Robotics”, com a criação do *website* desta *spin-off* da própria YDreams. No decorrer dos três projectos, optou-se por um trabalho gradualmente mais contido, partindo de um projecto inicial mais criativo e livre, sem barreiras nem vícios – dando azo a uma exploração total de alguém que se estreia numa empresa –, para um mais limitado, cingido aos princípios específicos solicitados.

Na YDreams adquiri uma experiência diversificada, desenvoltura técnica e criativa, o que estimulou a capacidade de me adaptar a diferentes meios e pessoas, possibilitando dar resposta aos enunciados que me chegaram. Pus assim à prova o meu sentido de organização, de forma autónoma e em grupo, progredindo intelectual e profissionalmente; quer no acompanhar da gestão dos projectos em geral, quer no perceber do funcionamento das várias áreas de especialização, assim como da parte de investigação e desenvolvimento da unidade YLabs.

Com esta formação, ambicionei ficar apta a desenvolver, tanto carreiras de investigação artística, científica e tecnológica, como ampliar as minhas competências empreendedoras e criativas.

Numa abordagem paralela à experiência profissional nesta empresa devo ainda referir o relevante facto de que a noção de tempo livre e de tempo útil, na adopção de horários flexíveis, se mostrou preponderante no incentivo à criatividade e produtividade. Contrariamente, empresas com vínculos rígidos e excessivos, só reduzem o empenho e o compromisso, face ao desânimo e frustração. Dessa forma, tomei consciência e retive todos os processos essenciais ao bom funcionamento de uma coligação, em prol de uma boa gestão, um bom ambiente no processo de produção, e posterior satisfação por parte do cliente.

Em suma, a passagem pela YDreams contribuiu para o estudo de *estruturas, estratégias e propósitos de um design inovador*, sem esquecer o facto de que não se esgota, nem encerra numa mera metodologia.

REFERÊNCIAS E CRÉDITOS BIBLIOGRÁFICOS

ALMEIDA, Victor; GOMES, António S.; VILAR, Emídio T.; PINTO, José G.; CRUZ, M^a Teresa; MOURA, Mário; ALMEIDA, Pedro; CARDOSO, Miguel; GONÇALVEZ, Sofia (2001) *Feedback: it is Black or White* (Open-Day '11: Mestrado Design de Comunicação e Novos Media - FBAUL).

FIELL Charlotte & Petter (2008) *Design Now!*, Taschen.

COMMENTZ, Sonja; KLANTEN, Robert; EHMANN, Sven (2007) *Tactile: High Touch Visuals*, Die Gestalten Verlag.

LARREA, Quim (2003) *Marcas & Trademarks*, Editorial Gustavo Gili.

WILSON, Stephen (2010), *Art + Science now, How scientific research and technological innovation are becoming key to 21st-century aesthetics*, Thames & Hudson.

REFERÊNCIAS WEBGRÁFICAS

ANTONELLI, P. (2007) *Treating Design as Art*, TED Talks, acessível *online* em www.ted.com/index.php/talks/paola_antonelli_treats_design_as_art.html [consultado a 08/08/11]

Dicionário Crítico de Arte, Imagem, Linguagem e Cultura, uma publicação *online* do Centro de Estudos de Comunicação e Linguagens (Universidade Nova de Lisboa) em colaboração com o Ministério da Cultura (IGESPAR), desenvolvido no âmbito do projecto «Comunicação, Cultura e Arte no Museu do Côa» (2008/2010) com acesso público e gratuito, disponível *online* em <http://www.arte-coa.pt>, [consultado a 08/08/11]

FLUSSER, Vilém (1999) *The Shape of Things: a Philosophy of Design*, Reaktion Books. Disponível *online* em <http://books.google.com/books?id=2vVGCdt0EAKC&lpg=PP1&pg=PP1#v=onepage&q&f=false> [consultado a 08/08/2011]

NIELSEN, Jakob, <http://www.useit.com/> [consultado a 04/04/11]

NORMAN, Donald, <http://www.jnd.org/> [consultado a 06/04/11]

SHEDROFF, Nathan (1994), *Information interaction design: A Unified Field Theory of Design*. Disponível em <http://www.nathan.com/thoughts/unified/> [consultado a 17/06/2011]

- -

YDREAMS: www.ydreams.com

YVISION: www.yvision.com

YNVISIBLE: www.ynvisible.com

YD ROBOTICS: www.ydrobotics.com

AUDIENCE ENTERTAINMENT: www.audienceentertainment.com

ASSOCIAÇÃO SALVADOR: www.associacaosalvador.com

ARS ELECTRONICA: www.aec.at

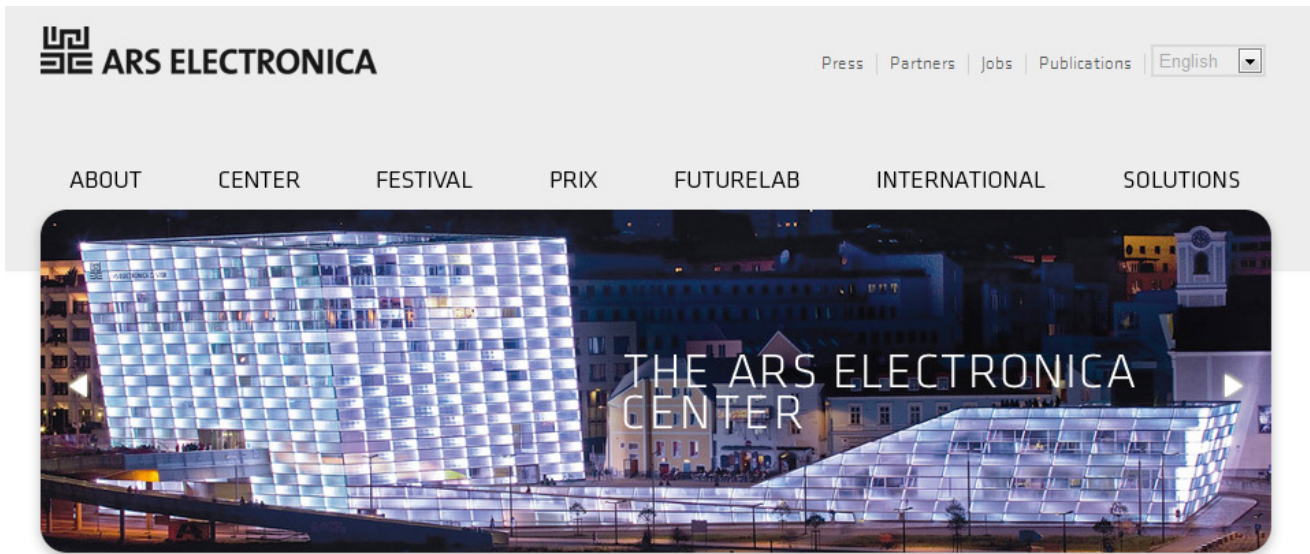
UM FESTIVAL: www.1um1.net

PIXELACHE: www.pixelache.ac

TRANSMEDIALE: www.transmediale.de

OFFF: www.offf.ws

FESTIVAIS / SITES REFERÊNCIA



Home > News

INSIDE CENTER



Opening Hours, Tickets, Info →



Center Calendar →

NEWS

NEXTCOMIC 2011 Hotspot

A virtual aquarium full of seahorses and fish by Lucky Luke creator Achdé and Florian Satzinger of Starducks fame, plus workshops & lectures on successful character design. Beginning Friday, March 4, 2011, the center of the action at NEXTCOMIC Festival will be the Museum of the Future! →

NEW: Mangarium in Deep Space!

The Ars Electronica Center cordially invites you to attend a special premiere on Friday, March 4 at 9:30 PM in Deep Space as part of this year's NEXTCOMIC Festival: a virtual ocean featuring sea creatures custom-designed by Lucky Luke creator Achdé and Florian Satzinger of Starducks fame. ↗

ANNOUNCEMENTS



You can now get started entering your project in Austria's largest media art competition! You'll find complete details about **u19 freestyle computing** right here. →

LOGOTIPO (Logo / Nome do Festival)

TOPO

Press / Partners / Jobs / Publications
Language

MENU PRINCIPAL (rollover com dropdown menu)

About / Center / Festival / Prix / FutureLab (Ateliers de investigação e desenvolvimento) / International (Exibições internacionais) / Solutions (Áreas de criação de protótipos / eventos aberta aos participantes)

BANNER (permite minimizar ou aceder à imagem seguinte/anterior)

Slideshow de imagens do evento / Divulgação de eventos / Programação

BARRA DE NAVEGAÇÃO

Home / News (homepage direcciona logo para as notícias e novidades)

SEPARADORES / CAIXAS DE INFORMAÇÃO

Informação sobre o Centro / local do evento / Bilhetes

Notícias (seccionadas, incluem o link para expansão)

Anúncios (com link para desenvolvimentos posteriores e mais info)

Zona de slideshow de imagens (via Flickr)

Zona vídeo de revisão de momentos do festival passado

(via Youtube)

FOOTER

Morada / Contactos

Direitos de autor / Imprint

NOTAS

Fundo branco

Cabeçalho sóbrio

Desenvolvimento vertical e em profundidade (links)

Fácil navegação



BUNDESKANZLERAMT  ÖSTERREICH



Bundesministerium für
Wirtschaft, Familie und Jugend



www.linzag.at | Immer bestens betreut.



Benütförderungsinstitut OÖ



EINEN SCHRITT VORAUS.



- Linz City Administration
- Governo do Estado
- Federal Chancellery
- Ministério da Saúde
- Ministério da Economia, Família e Juventude
- LinzAG - Rede de Energia, Transportes, Telecomunicações e Serviços Comunitários
- Voestalpines - One of the leading European partners of the automotive, white goods, and energy industries
- Eworx - Serviços de TI, Desenvolvimento Web, marketing
- HP - Multinacional americana de tecnologia da informação
- Ministério da Saúde
- Orange - Operadora móvel
- Liwest - Provedor de TV a cabo e Internet
- Unidade de Trabalho e Gerenciamento de Salário
- Ministério da Educação, Arte e Cultura
- Instituto de Formação Profissional
- Comissão Europeia



LOGOTIPO (Logo + Nome do Festival + Descrição + Data e Local)

TOPO

Separadores com links (outros eventos / sites relacionados)
Language

MENU PRINCIPAL

About / Programme / Locations / Tickets /
Press / Contacts

ESPÉCIE DE BANNER

2 Slideshows de imagens do evento (clique permite avançar para a próxima)

SEPARADORES / CAIXAS DE INFORMAÇÃO (com imagem representativa)

Exibições / Performances / Conversas / Workshops

FOOTER

Links (Facebook / Flickr / Youtube / Arquivo)
Direcção / Parceiros, Apoios, Patrocinadores e
Divulgação (possuem os links respectivos)

NOTAS

Imagem de fundo fixa
Caixa com conteúdo sobreposto (com a tonalidade mais clara da imagem de fundo)
Desenvolvimento vertical e em profundidade (links)










Direction

- Polar Produce - Multidisciplinary, mixed media arts, research and performance group

Funders

- Mondriann Foundation
- Goethe-Institut

Partners

- Faculdade de Belas-Artes, Lisboa
- Universidade de Arte, Berlim
- ZDB - Associação cultural, espaço de exposições, performances e música
- MusicBOX - Clube Cultural

- Studio for Electro Instrumental Music

-

- HOME - Rede mundial de residências artísticas e programas de arte residencial

- Atelier Real - Espaço de experimentação e criação artística contemporânea, transdisciplinar

Commercial Sponsors

- Electro Central Vulcanizadora
- FIAT - Fábrica Automóvel

Press

- Parq - Revista de Cultura Urbana



Festival Award Beyond Archive

Start Programme Service Supporters Press

Search

transmediale.11 - thank you!

On February 6th, 2011 transmediale.11, Berlin's festival for art and digital culture, came to a close with a resounding performance by transmediale Award 2011 winners HONF from Indonesia. The entire festival team would like to thank all participants for their inspiring contributions, our guests and audience for their input, experiential, and interactive participation, as well as all our partners, supporters and collaborators for making the festival a great success!

Over 200 participants from 30 countries, among them artists, media activists, philosophers, coders and researchers devoted themselves in 300 projects to the challenges of an inherently connected society "going live" in the digital age. We focussed on creating an equally "live" and participatory festival where the culture(s) of the internet and open systems explored the complex processes of digital social interactions themselves. Including new initiatives such as the Open Web Award, the festival explored those real and active zones of radical artistic, cultural and political activity that we, as a global community of individuals and independent initiatives, need to protect in order to guarantee the unhindered freedom to create new forms of communication, social interaction and cultural development.

We were especially happy to welcome to transmediale.11 the many new and young international visitors, who helped the festival become an even stronger platform for the interdisciplinary, exploratory

RESPONSE:ABILITY

transmediale.11
1 - 6 feb 2011

FEEDBACK QUESTIONNAIRE

HAVE YOU MISSED AN EVENT?

Again transmediale has streamed the majority of the tm.11 events live from the festival. We are

Categories: [general content](#) [tm.11 festival](#) [programme](#) [festival](#)



Imprint Sitemap Contact Press

LOGOTIPO (Logo + Nome do Festival)

TOPO

Info / Press / Newsletter / RSS

Language

Login / Create account

MENU PRINCIPAL (rollover com dropdown menu)

Festival / Award / Beyond / Archive

SEPARADORES / CAIXAS DE INFORMAÇÃO

(com imagem representativa)

Search

Informação sobre o evento (about)

Link para programa

Questionário de Feedback

Caixas de vídeo com trailers do festival futuro (via Vimeo)

e de revisão de momentos do festival passado (via Vimeo)

Caixa de actualizações do Twitter

Vídeos relacionados ao evento

Imagem / Link para departamento criativo (?)

FOOTER

Imprint / Sitemap / Contact / Press

NOTAS

Fundo branco

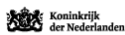
Caixas de informação

Desenvolvimento vertical e em profundidade (links)

Relativamente confuso



Parceiro



Patrocinadores



Media Partner



Supporters



- Fundação Cultural de Berlim
- Casa da Cultura do Mundo
- Medianboard - Indústria Media e Criativa
- Agência Federal para a Educação Cívica
- Mozilla Foundation - Promoção da inovação e oportunidade na web
- Embaixada do Canadá e Espanha
- Fundação Schering - Promoção da Arte e Ciência
- Reino dos Países Baixos
- Instituto Cultural da Hungria
- Marshall McLuhan Salon - Centro de informações multimédia da Embaixada do Brasil em Berlim
- Gingko Press - Editora Oficial de Marshall McLuhan
- Sourcefabric - Fornecedor de ferramentas e software open source a organizações jornalísticas
- Mondriann Foundation
- Serv-u - Suporte Técnico
- Wall AG - Outdoor Advertising
- Werkleitz - Media Art Centre
- Google
- Arte Creative - Editorially animated site for inspiring contemporary audiovisual creation

- De-Bug e Neural - Revistas de cultura digital e electrónica
- Deutschlandradio Kultur e Radioeins- Estações de Rádio
- Der Freitag - Jornal Alemão - T3n e Zitty Berlin - Revistas
- Die Tageszeitung - Jornal Diário
- Dicult - Plataforma editorial de divulgação de arte digital
- In-Berlin - Fornecedor de serviços e internet
- Goethe-Institut
- Representação do Governo do Québec
- V2 - Centro interdisciplinar de arte e tecnologia
- Nimk - Instituto das Artes
- Echoo - Rede de intérpretes para tradução e mediação da linguagem em conferências
- Amiando - Online Event Registration Software
- Trick Microhosting - Fornecedor de alojamento web
- Geier Tronic - Aluguer de material de vídeo
- Create Berlin - Rede de designers e projectos criativos
- Arab shorts - Online curated film programmes
- Mestrados em Interfaces Lúdicas
- UCSD - Departamento de Ciência da Computação e Engenharia
- Gannaca - Consultoria de soluções de comunicação
- 2010lab - Laboratório online da Capital Europeia da Cultura

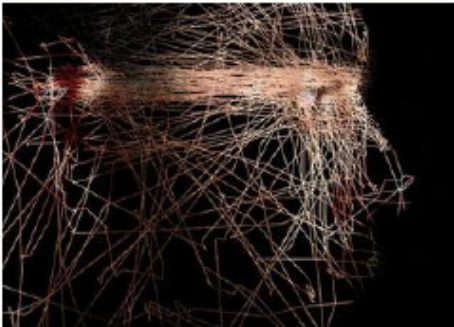


FESTIVAL OF ELECTRONIC ART AND SUBCULTURES
Pixelache Helsinki is a multi-disciplinary platform for developing and presenting experimental art, design and research projects. >>> more

HOME | FESTIVAL | PROJECTS | PIXELVESITY | ABOUT | CONTACT | NETWORK | SUOMEKSI | rss | facebook | twitter | flickr | vimeo | mailing list

FESTIVAL

PIXELACHE FESTIVAL



BLOG

MISC

FINLAND GOES PUBLIC

March 7, 2011 | juhuu

Last week the Finnish Government made an important decision - that all public institutions should make their data easily available in a digital form, without cost. Announcement about this in Finnish

At the moment there is a lot of information that can be given out only as paper prints, through cumbersome bureaucratic routines, often with an additional fee for the one who is asking for the info.

KEYWORDS

/dev/dsp activism Add new tag afropixel
audio+visual
bio+eko+energy bio art
city+urban+site code coltan
computational photography congo
curating democracy ecology energy featured
FLOSS free culture gardening GNU Golan Levin goto10
hacking hehe | <3 #:/bin/bash jean katambayi
mukendi kitchen budapest länsiväylä
make+robo+ware mal au pixel
map me if you will markku nouslainen nuage vert
open source piksel pikslaverk plektrum
refarm RIXC robots social mapping software
art susanne jaschko transmediale

« Older posts

RADAR

FESTIVAL

PIXELACHE2011 ▶
ARCHIVE: 2002 - 2010 ▶

CALENDAR

MAR|9 Signals from the South exhibition opening
Suomenlinna Emotional Map
MAR|9
MAR|10 Temporary photoElectric Digestopians worklab



LOGOTIPO (Logo + Nome do Festival + Descrição + Link para ver mais (about))

MENU PRINCIPAL
Home / Festival / Projects / Pixelvesity / About / Contact / Network
RSS / Facebook / Twitter / Flickr / Vimeo / Mailing List

SEPARADORES / CAIXAS DE INFORMAÇÃO
(com imagens representativas)
Festival
Blog (Notícias seccionadas, incluem o link para expansão)
Radar (Festival / Arquivo / Calendário / Publicações recentes / Categorias Blog)

FOOTER
Caixa de Pesquisa
Arquivo Mensal
Tags / Keywords
Publicações anteriores

NOTAS
Fundo branco
2 Colunas de desenvolvimento vertical tipo blogue e em profundidade (links)
Imagem no final (footer)
Demasiados Links no header
Navegação confusa

Piknik Frequency

**Ministry of Education
and Culture**

HIAP International
Arts in Education
Programme

fläbät.fi

a°
AV-ARKKI

ÄÄNEN LUMO

Äänen Lumo
2010-2011

SOKOS HOTEL
1900 | 1910

Myymälä2

MUU
GALLERIA

norden
Nordic Culture Point

Helsingin kulttuurikeskus



**INSTITUT
FRANÇAIS**

**BRITISH
COUNCIL**

SUPPORTED BY OFFICIAL
DEVELOPMENT AID (ODA) FROM THE MINISTRY
FOR FOREIGN AFFAIRS OF FINLAND



**A" Aalto University
Media Factory**

Helsingin Energia




[foam]

AVEK

- Piknik Frequency - Entidade organizadora do Festival
- Ministério da Educação e Cultura
- HIAP - Centro internacional de residências artísticas na Finlândia
- Flabat - Serviço de venda e compra de bilhetes
- Aw-Aarkki - Centro de Distribuição de Media Art Filandesa
- Äänen Lumo - Festival for New Sounds
- Fundo Nórdico da Cultura
- Hotel Sokos
- Galeria e estúdio artístico Myymälä2
- Galeria Muu
- Centro Cultural de Helsínquia
- Taidekoulu Maa - Escola de Arte
- Suomenlinna - Fortaleza Marítima

- Embaixada Austríaca em Helsínquia
- Pro Helvetia - Conselho de Artes da Suíça
- Sociedade Filandesa de Bioarte
- MARIN - Rede de Investigação Media Art Interdisciplinar
- Fundação Alfred Kordelin
- Instituto Francês
- British Council
- Goethe Institut
- Media Lab de Helsínquia
- Aalto University - Escola de Arte e Design
- Helsingin Energia - Operador energético
- Fundação Blachère - Centro de Arte Contemporânea Africana
- FoAM - Organização transdisciplinar de projectos criativos

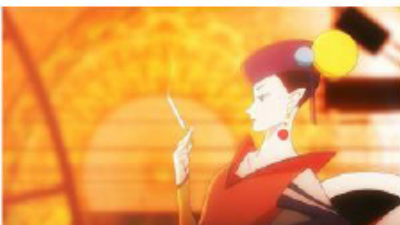


fff, let's feed the future
OFFF Barcelona 2011, 9-10-11 June, CCCB

year zero

Subscribe Twitter Facebook

News
About
OFFF Barcelona 2011
On Tour
Atelier
Archive




Unit9 at OFFF Barcelona 2011

That's right, **Unit9** will be joining the extraordinary list of speakers for OFFF Barcelona 2011.

Unit9 is a digital creative production company. Their directors, graphic artists and web specialists combine design, live action, animation, and technology to create award...


Posted: marzo 7th, 2011 · [No hay comentarios](#)
Filled under: [General](#)



OFFF, Úrsula and Playbutton joining forces at OFFF Barcelona 2011

David Cordero, a young musician coming from Cádiz, in the south of Spain, is the leader of **Úrsula** since their very beginning. He's earned great success in 2010 with his last neoclasico-ambient effort, **'Hasta Que la Soledad...**


Posted: marzo 4th, 2011 · [No hay comentarios](#)
Filled under: [General](#)



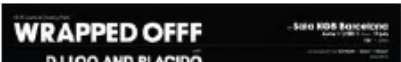
OFFF On Tour, Madrid 2011 / Thursday 19th May

Another big bang for us, these year we're not only coming back to Barcelona in June... One month earlier we're arriving to Madrid too! **OFFF Madrid 2011** is an initiative of OFFF and Gloria Actar/Eirkhäuser....

Posted: marzo 2nd, 2011 · [No hay comentarios](#)
Filled under: [General](#)





Posted: enero 13th, 2011 · [1 comentario](#)
Filled under: [General](#)




← Previous page



Iniciativa de


Colaboradores



Media partners

hosting



© 2011 OFFF. let's feed the future. An initiative by [ilovezumi](#) & [Zero4](#).

Powered by Wordpress. Designed by [WPSHOWER](#)

LOGOTIPO (Imagem + Nome da Entidade / Festival + Data + Local)

TOPO

Search
Subscribe / Twitter / Facebook

MENU PRINCIPAL (rollover com dropdown menu)

News / About / OFFF 2011 / On Tour /
Atelier / Archive

SEPARADORES / CAIXAS DE INFORMAÇÃO

(com imagem representativa)
Informação sobre o Festival

Notícias (seccionadas, incluem o link para expansão)

Anúncios e Curiosidades (com link para desenvolvimentos posteriores e mais info)

FOOTER

Direcção / Parceiros, Apoios, Patrocinadores (links respectivos)
Direitos de autor

NOTAS


Fundo branco
Cabeçalho sóbrio
Desenvolvimento vertical e em profundidade (links) em 3
colunas com imagens e texto












- Ilovezumi - Plataforma Criativa dos criadores do festival OFFF

- Zero4 - Grupo de Produção e Gestão Cultural

- CCCB - Centro de Cultura Contemporânea de Barcelona

- Notodo - Revista Cultural da Actualidade

- Delabribeboutout - Produção Audiovisual

- Joia - Revista de Desenho e Artes Visuais

- Evasèe - Weblog de projectos criativos

- Oblongo - Revista de Desenho e Comunicação Visual

- NFC - Blog de Design Gráfico

- CDmon - Domínios e Alojamento Web

PLANO DE COMUNICAÇÃO | ACTION

Imprensa Escrita

- Inserção de publicidade em: jornais diários e semanários;
- Envio de informação para a carteleira de todos os jornais, revistas e agendas culturais, impressas e on-line, de distribuição comercial e gratuita – assegurando espaço de agenda cultural e/ou roteiro artístico e artigos de fundo.

Rádio

- Inserção de spot publicitário, em rádios locais e nacionais, garantindo a divulgação nas agendas e roteiros de espectáculos.

Televisão

- Inserção de spot, no âmbito de apoio à publicidade institucional;
- Envio de informação para programas de âmbito cultural, informação e entretenimento, assegurando espaço de agenda cultural e/ou roteiro artístico.

Online

- Divulgação junto de Blogues e Fóruns de discussão especializados; e-flyers enviados para mailing list especializadas e gerais; newsletter regular, a subscrever no blogue oficial. Esta promoção será realizada quer a nível nacional quer internacional, focando nos blogues e sites de referência da área, inclusivamente em sites de outros festivais internacionais de grande prestígio.

Materiais Impressos

- Mupis para colocação em equipamentos e locais exteriores adequados.
- Cartazes de tamanho médio para colagem em exteriores e distribuição em circuito de interiores que integre agentes culturais e entidades privadas.
- Postais para distribuição em circuito de interiores e exteriores que integrem agentes culturais, zonas residenciais, os locais de apresentação do espectáculo e outros onde possamos atingir o nosso público-alvo.

Materiais digitais

- Criação de um site oficial com toda a informação bilingue;
- Criação de uma mailing list para envio de informação em formato digital; criação de uma newsletter regular, a subscrever no site oficial.

Ensino Superior e Especializado

- Divulgação directa junto de instituições de ensino com comunicações específicas para as áreas em questão. Criação de roteiros do festival orientados a cada área de estudos;
- Envio de programação detalhada, em formato papel e digital.

O Plano de Comunicação do ACTION assenta na produção e inserção de meios publicitários na comunicação social, no contacto directo e personalizado com diferentes segmentos do público-alvo do evento e na distribuição de materiais junto do público em geral.

Os materiais são concebidos tendo em conta a identificação com a imagem e conceito do espectáculo.

A garantia de um serviço de Assessoria de Imprensa e a realização de um evento em Lisboa de apresentação do certame – Conferência de Imprensa, keynote speech, performance e festa - promovem a apresentação detalhada do ACTION com grande economia de recursos.

Nome	Contactos	Inserção/Tipo	Preços
Jornal Blitz	Director: Miguel Francisco Cadete - mcadete@blitz.pt	Rodapé	442,00
	Direcção Comercial: Paulo Pereira da Silva Cortina c/programa		363,00
	Directora de Publicidade: Paula Vieira - paulavieira@blitz.pt		
	Publicidade e Operações: Mónica Cardigos - mcardigos@blitz.pt		
	Marketing e Projectos Especiais - Direcção: Mónica Balsemão Penaguião		
	Cinema: Ana Markl - amarkl@blitz.pt		
	Assistente: Susana Freixo - sfreixo@blitz.pt		
Morada:	Edifício S. Francisco de Sales, Rua Calvet Magalhães, nº 242, 2770-022 Paço D'Arcos		
Telefone:	214 544 301 Fax: 214 415 843		
E-mail:	blitzpub@blitz.pt		
- - -			
Portal Clix	Com.unique by Clix - com.unique@co.clix.pt		
	Publicidade no Clix - publicidade@co.clix.pt		
Patrocínios - patrocinios@co.clix.pt			
Telefone:	210 111 500		
- - -			
Jornal Público		1/4 Página Y p/b	506,38
		1/4 Página Y cores	658,30
	Director Lisboa: Inês Charais - icharais@publico.pt; 210 111 344		
	Online: Elisabete Barata - elisabete.barata@co.clix.pt; 210 111 515; 935 477 326		
	Marketing e Circulação - Sofia Terreiro - 210 111 354		
	Revista XIS: Director Comercial de Marketing - João Porto		
	Revista XIS: Secção Para ver e Fazer - Cooredenação: Sara Costa - sicosta@xis.publico.pt		
	Guia do Lazer: Cláudia Alpendre; Sofia Pomba		
	Cinecartaz: Sílvia Sousa		
	Suplemento Y: Editor: Vasco Câmara; Coordenação: Kathleen Gomes e Vítor Belanciano		
	Cinema: Jorge Mourinha, Mário Jorge Torres, Luís Miguel Oliveira, Vasco Câmara		
	Suplemento Mil Folhas: Editor: Isabel Coutinho		
	Secção Cultura: Alexandra Prado Coelho, Isabel Salema, Ana Dias Ferreira		
Morada XIS: Rua Viriato, nº 13 - 3º, 1069-315 Lisboa; T: 210 111 574; F: 210 111 077			
E-mail XIS: xis@xis.publico.pt			
Morada: Rua Viriato, nº 13 - 1069-315 Lisboa;			
Telefone: 210 111 000 Fax Publicidade: 210 111 013 / 210 111 014			
Fax Geral: Direcção Editorial - 210 111 006; Agenda - 210 111 007			
- - -			
Jornal Expresso		1/4 Página Actual p/b	696,96
	Publicidade e Operações: Manuela Battle y Font - mfont@expresso.pt; 214 544 034		
	Direcção de Marketing e Projectos Editoriais: Mónica Balsemão - 214 544 019		
	Única: Editor: José Cardoso; Coordenadora: Paula Barreiros		
	Actual: actual@mail.expresso.pt; Editor: Fernando Diogo; Coordenador: Rui Tentúgal		
	Cinema: Jorge Leitão Ramos; Manuel Cintra Ferreira; Vasco Baptista Marques;		
	Cartaz: www.cartaz.pt; Editor Multimedia: Luiz Carvalho - lcarvalho@mail.expresso.pt		
	Coordenação: Hélder C. Martins - heldercm@mail.expresso.pt		
	Agenda e Planeamento Cartaz: Alice Neto		
	Agenda e Planeamento Geral: Luisa Amaral; Nina Ferraz e Teresa Videira		
Morada: Edifício S. Francisco de Sales, Rua Calvet Magalhães, nº 242, 2770-022 Paço D'Arcos			
Telefone: 214 544 000			

Nome	Contactos	Inserção/Tipo	Preços
-------------	------------------	----------------------	---------------

Correio da Manhã

Director: João Marcelino
 Director Comercial: José Carlos Martins
 Director de Marketing: Isabel Rodrigues
 Publicidade - Director de Vendas: Paulo Sousa
 Editores Cultura e Espectáculos: Fátima Vilas Boas e Luis Figueiredo Silva
 Cultura / Cinema: Ana Maria Ribeiro; Fátima Vilas Boas
 Editores Online: Luís Curado

Morada: Av. João Crisóstomo, nº 72, 1069-043 Lisboa
 Telefone: 213 185 200 Fax Redação: 213 540 382 Fax Publicidade: 213 156 164

J.L - Jornal de Letras, Artes e Ideias

Director: José Carlos Vasconcelos
 Editor: Rodrigues da Silva
 Director de Publicidade: Miguel Simões; Contacto: Conceição Carvalho
 Cinema: Rodrigues da Silva; Maria João Martins
 Agenda Cultural: 2 Folhas Centrais

Morada: Edifício S. Francisco de Sales, Rua Calvet Magalhães, nº 242, 2770-022 Paço D'Arcos
 Telefone Publicidade: 214 698 228/21 Fax: 214 698 540
 Telefone: 214 698 000; Fax: 214 698 544
 E-mail: JL@edimpresa.pt

Diário de Notícias

Direcção de Marketing: Nádía Gromicho
 Agenda/Planeamento e Net: Marina Marques (editora)
 Suplemento: 6ª - 213 187 500 - 6a@dn.pt
 Editor: Nuno Galopim; m Director: António José Teixeira

Morada: Avª da Liberdade, nº 266
 Telefone Publicidade: 213 187 503

1 Página p/b 929,28

Jornal Metro

Campanha: 1,483,43,00
 1/4 Página (3 dias); 1/2 Página (1 dia) + Passatempos e artigos

Morada: Rua Joshua Benoliel, nº 1, Amoreiras Square, 4º C, 1250 - 273 Lisboa
 Telefone: 213 894 220 Fax: 213 894 240
 Site: www.metropoint.com

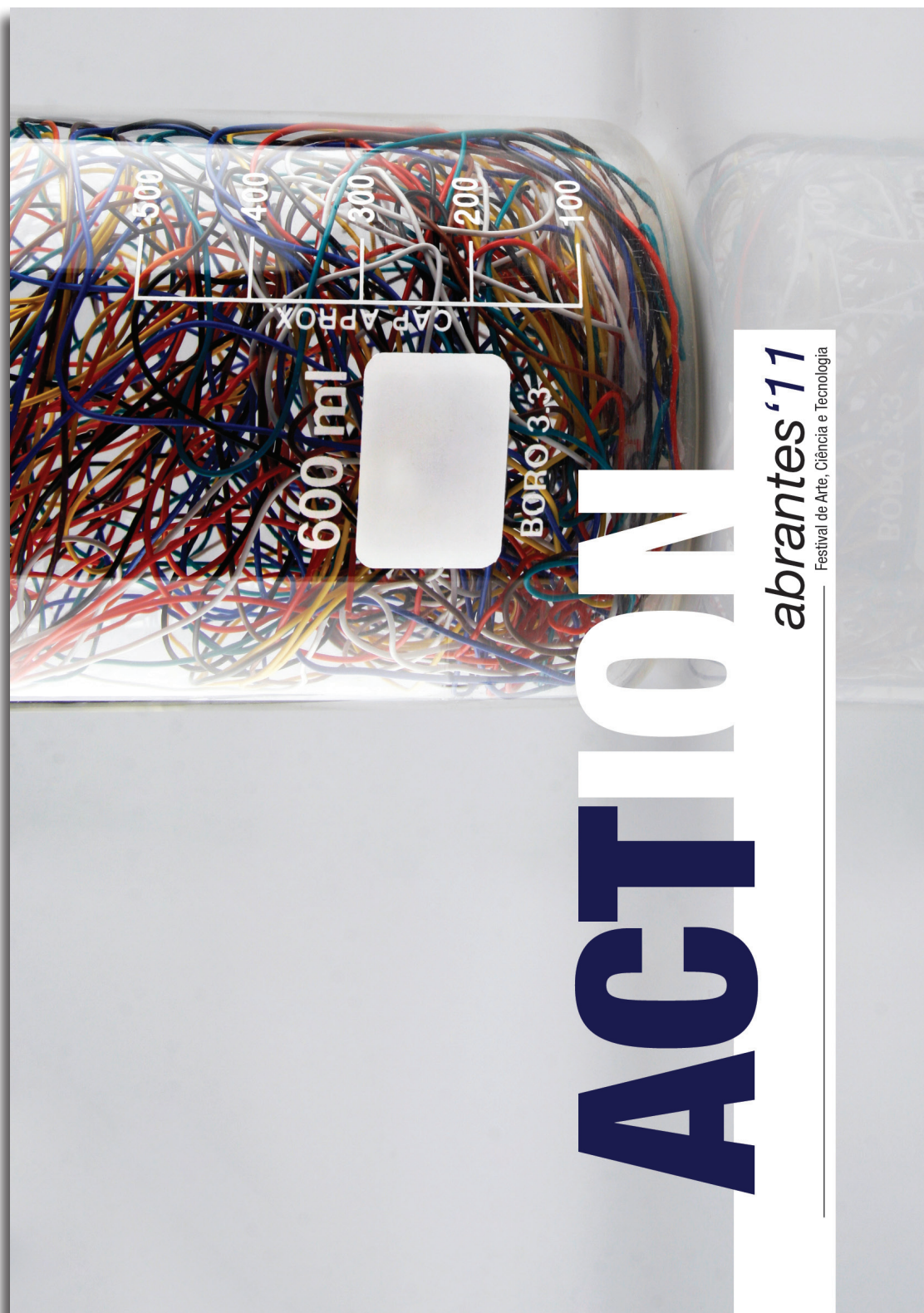
Nome	Inserção/Tipo	Preços
		<small>Observações: Valores s/ IVA</small>
IMPRENSA		
<i>Jornal Público</i>		
	1/4 Página Y cores	456,50
	1/4 Página Y cores	456,50
	1/4 Página Local cores	402,00
	1/4 Página Local cores	402,00
		Total Público: 1.717,00
- - -		
<i>Diário de Notícias</i>		
	1/4 Página 2º Cad. Cores	268,80
	1/4 Página 2º Cad. cores	268,80
	1/4 Página 1º Cad. Cores	630,00
	1/4 Página 1º Cad. cores	630,00
		Total Diário de Notícias: 1.797,60
- - -		
<i>Magazine das artes</i>		
<i>L + Arte</i>		
	1/4 Página Cores	390,00
	1/4 Página Cores	405,00
		Total Magazines: 795,00
- - -		
RÁDIOS		
<i>Rádio Europa</i>		
		Gratuito
- - -		
TELEVISÃO		
<i>RTP 1</i>		
	12 Spots 20"	xxxxxx
<i>RTP 2</i>		
	20 Spots 20"	xxxxxx
- - -		
MATERIAIS GRÁFICOS <i>Preços IVA inc. (distribuição e aluguer de espaço)</i>		
	Mupis - 150	580,00
	Cartazes A3 - 2000	316,00
	Postais - 5000	295,00
- - -		
Banners em Blogs internacionais		5.000,00
		Total Mat. Gráficos: 6.191,00
- - -		
Produção de conteúdos		Total: 10.500,60
	Rádio	1.000,00
	Televisão	3.000,00
	Grafismo (cartaz, postais, etc)	1.500,00
	Site + Banners	10.000,00
	Catálogo	5.000,00
		Total Produção Conteúdos: 20.500,00
- - -		
Evento de apresentação em Lisboa		xxxxxx
Total:		31.000,60

POSTER | ACTION



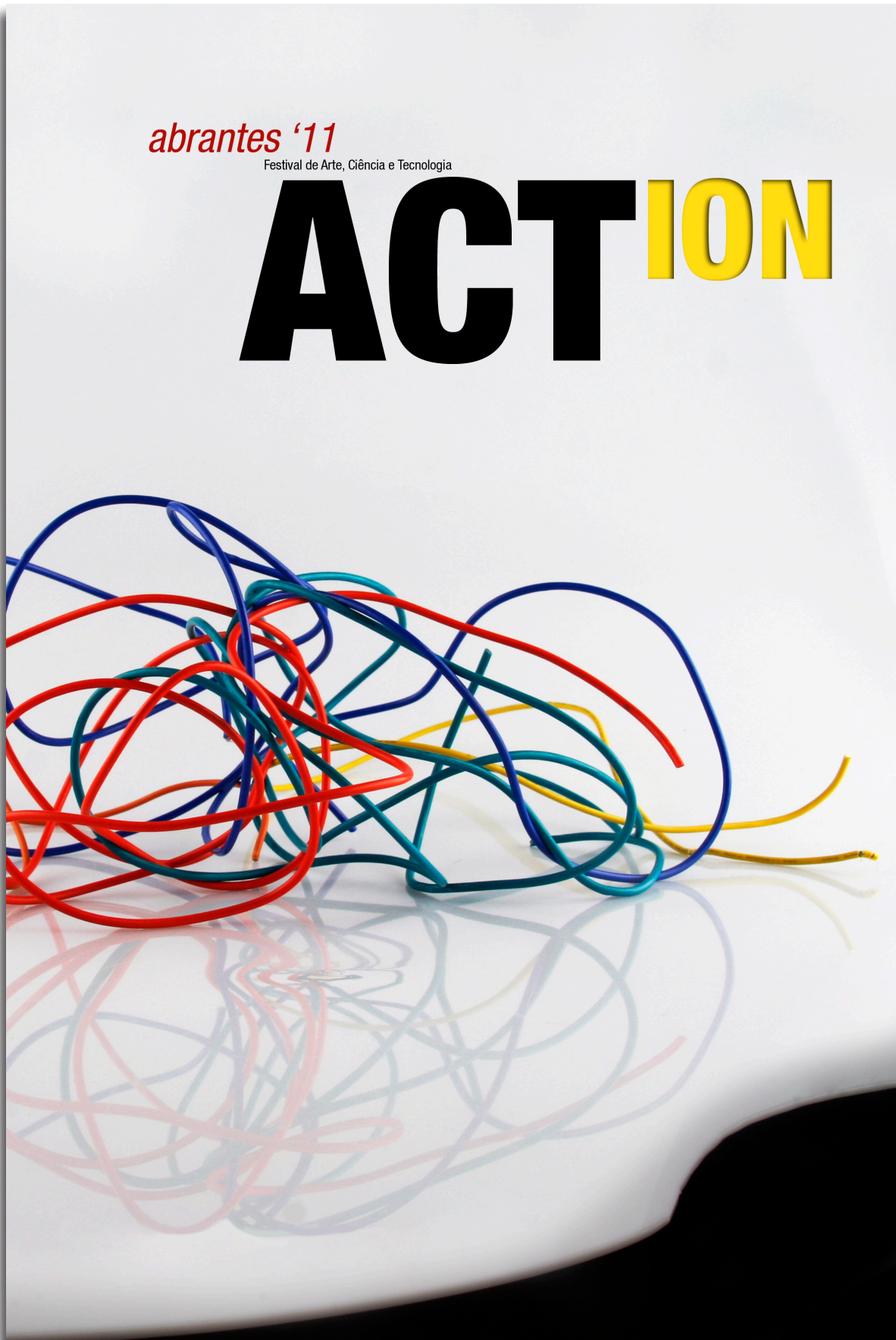
ESTUDOS POSTER 1

Versão mais explícita e literal dos conceitos: Arte, Ciência, Tecnologia e Performance - Ideia de fusão



ESTUDOS POSTER 2

Versão intermédia da apropriação dos conceitos - Ideia de contentor de informação



ESTUDOS POSTER 3

Versão abstracta dos conceitos - Ideia de enredo



ESTUDOS POSTER 4

Versão mais abstracta dos conceitos - Ideia de condutores



ESTUDOS POSTER 5

Versão que induz possíveis conceitos envolvidos - Ideia de amostra

abrantês '11

Festival de Arte, Ciência e Tecnologia

9 - 12 setembro

ACT **ION**



ESTUDOS POSTER 6

Versão que induz possíveis conceitos envolvidos - Ideia de influir

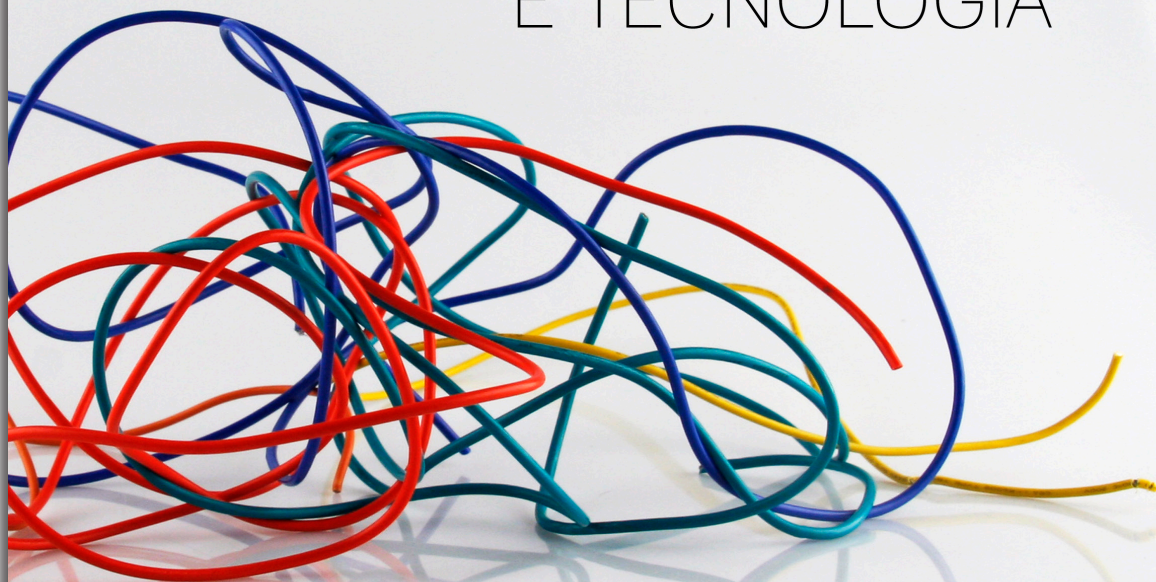


ESTUDOS POSTER 7

Versão abstracta dos conceitos - Ideia de fluidez de informação

ACTION

ARTE,
CIÊNCIA
E TECNOLOGIA



EXPOSIÇÕES, WORKSHOPS, PERFORMANCES E CONFERÊNCIAS

LISBOA
Setembro

9^a 17

Mais informação em:
www.action-festival.com

ESTUDOS POSTER 8

Versão que induz possíveis conceitos envolvidos - Ideia de influir



POSTER FINAL

Versão abstracta dos conceitos - Ideia de intervenção e de fluidez de informação

LOGÓTIPO | ACTION



ESTUDOS LOGÓTIPO 1

Dupla ideia de tridimensionalidade de ACT: fonte dobrada ou sombra da fonte.





FESTIVAL DE ARTE, CIÊNCIA E TECNOLOGIA '11
LISBOA



FESTIVAL DE ARTE, CIÊNCIA E TECNOLOGIA '11
LISBOA



FESTIVAL DE ARTE, CIÊNCIA E TECNOLOGIA '11
LISBOA

ESTUDOS LOGÓTIPO 3

Espécie de máscara / recorte. Menos rígido e informal.



ACTION FESTIVAL DE ARTE, '11
CIÊNCIA E TECNOLOGIA



FESTIVAL DE ARTE, CIÊNCIA E TECNOLOGIA
ACTION

ESTUDOS LOGÓTIPO 4

Experiência de carimbo de um exemplo de logótipo com recurso à matéria fibrosa usada nas fotografias.



ESTUDOS LOGÓTIPO 5

Experiência de criação de logótipo com recurso à matéria fibrosa usada nas fotografias.



FESTIVAL DE ARTE, CIÊNCIA E TECNOLOGIA '11
LISBOA



FESTIVAL DE ARTE, CIÊNCIA E TECNOLOGIA '11
LISBOA



FESTIVAL DE ARTE, CIÊNCIA E TECNOLOGIA '11
LISBOA

ESTUDOS LOGÓTIPO 6

Espécie de dobragem de papel. Jogo de relevos, sombras e perspectivas.



FESTIVAL DE ARTE, CIÊNCIA E TECNOLOGIA '11
LISBOA



FESTIVAL DE ARTE, CIÊNCIA E TECNOLOGIA '11
LISBOA

LOGÓTIPO FINAL

Cor neutra e versão a preto, sendo passível que admita qualquer outra cor.



VERSÕES LOGÓTIPO FINAL

Versões de exemplo relativas à especificidade de uma actividade em questão: *workshops* (azul), *talks* (vermelho) e *performances* (azul-marinho).

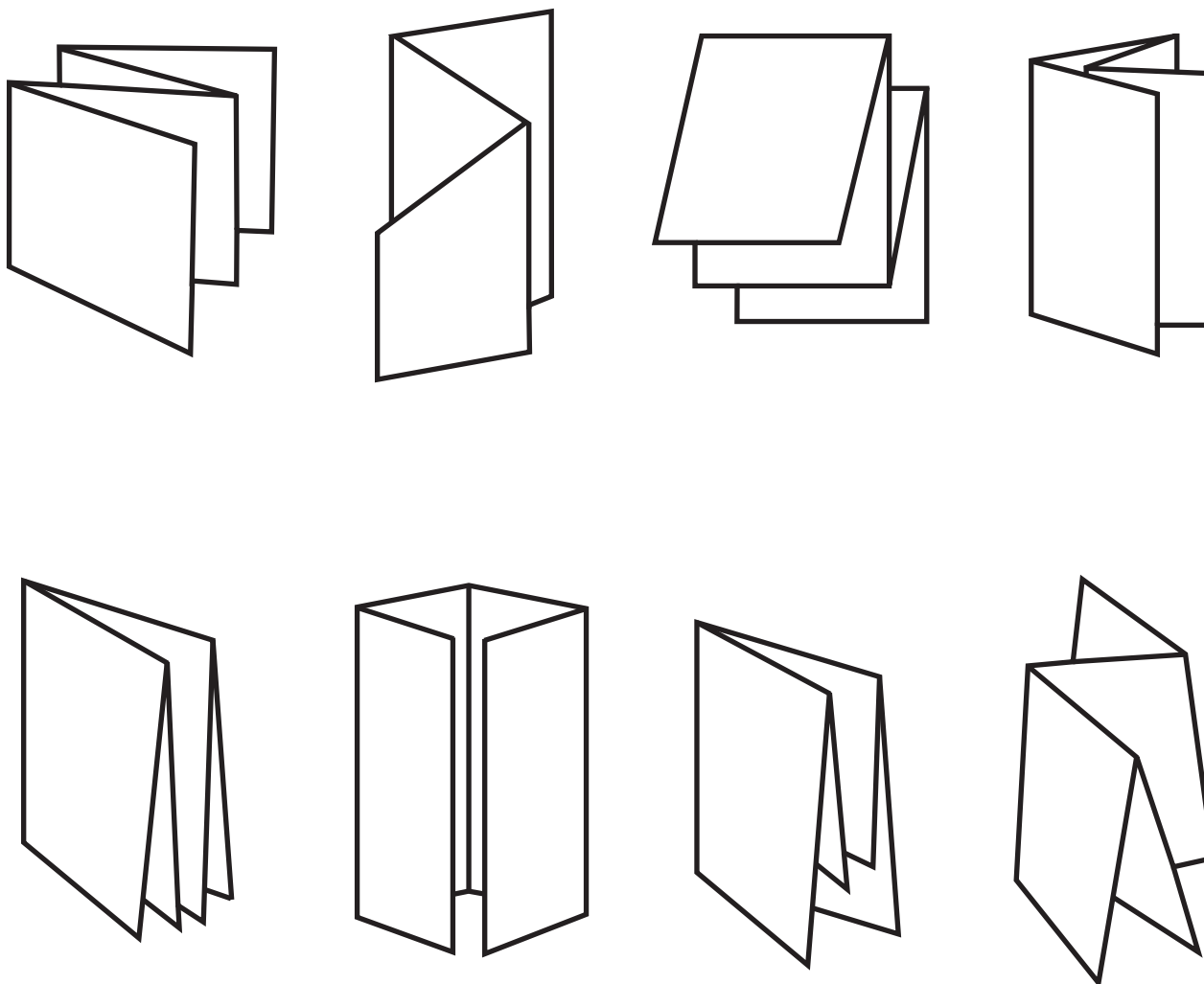
POSTAL | ACTION



POSTAL FINAL

Poster final na frente, e verso com fundo de cor condizente.

BROCHURA | ACTION

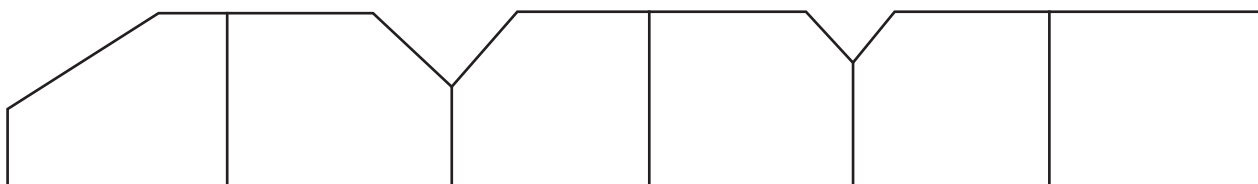
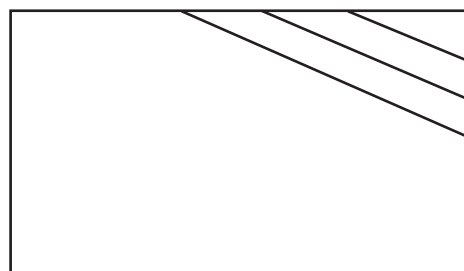
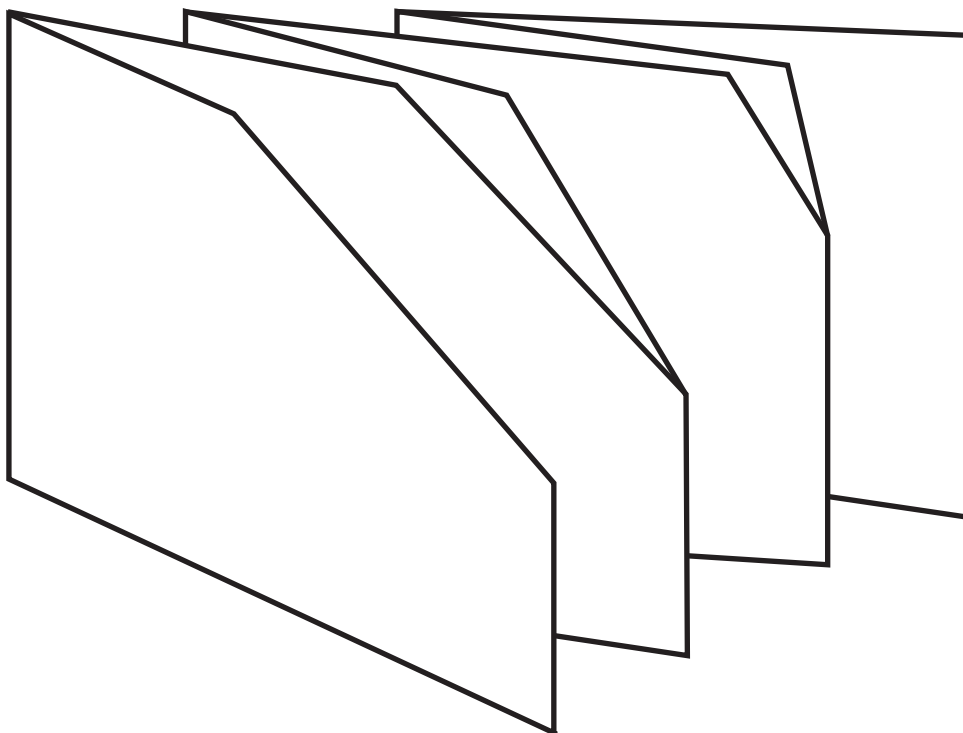


APLICAÇÕES

Apresentação do Evento aos Sponsorships
 Programa do evento
 Postais
 Roteiros para escolas

NOTAS

Muitas destas possibilitam a criação de mais páginas através de dobragens
 Além da separação dos conteúdos por intermédio das dobragens, podem usar-se ainda cores, imagens, ou texturas (impressas), sendo que a planificação da brochura poderá proporcionar a aplicação de uma imagem grande, do poster do evento, do calendário detahado, de um mapa, etc.



VANTAGENS

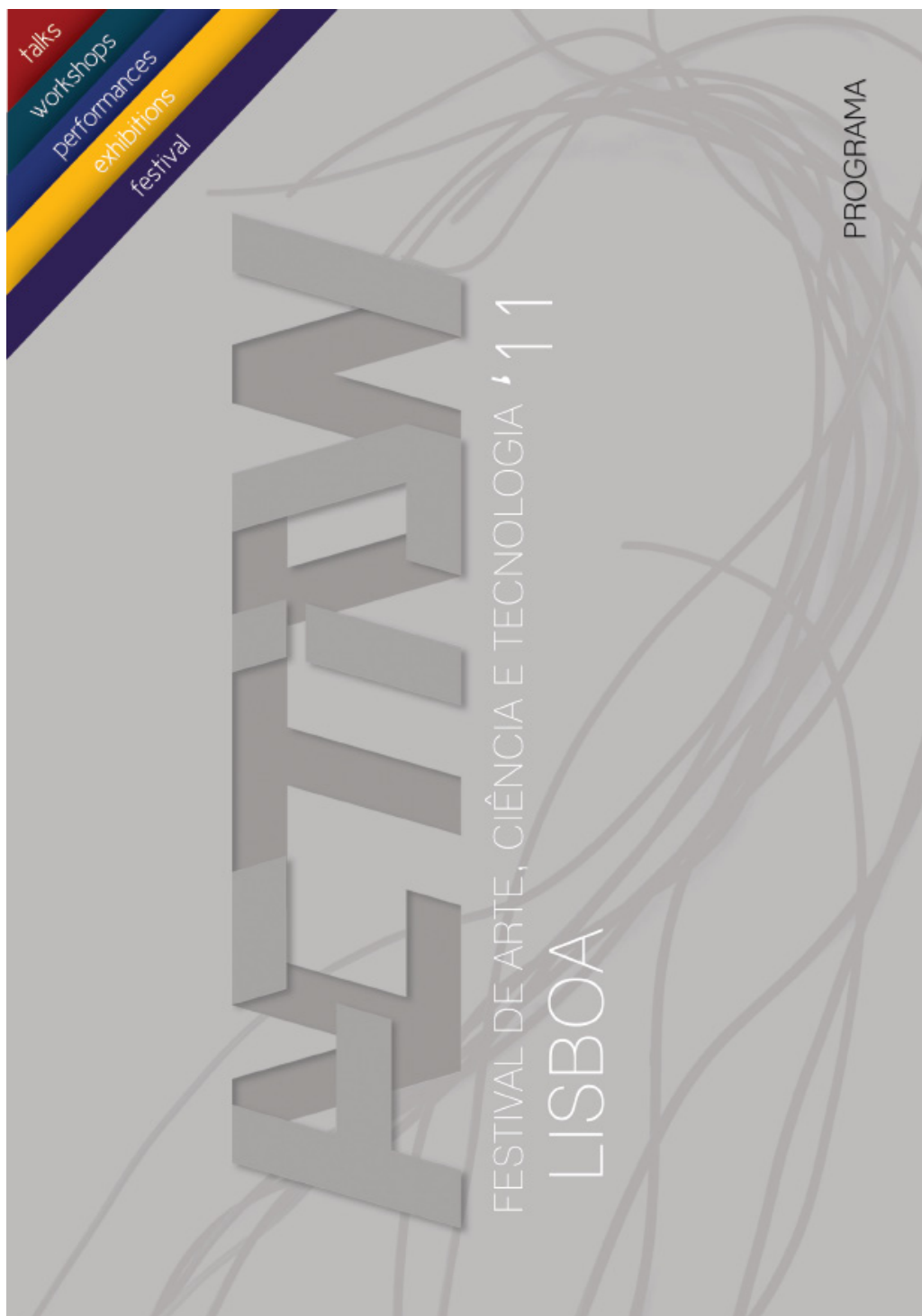
Forma simples de separar o conteúdo por categorias
 Acesso directo à informação
 Não implica que se abra na totalidade
 Leitura tipo livro

DESVANTAGENS

Envolve corte e dobragens mais específicas
 Implica uma faixa comprida

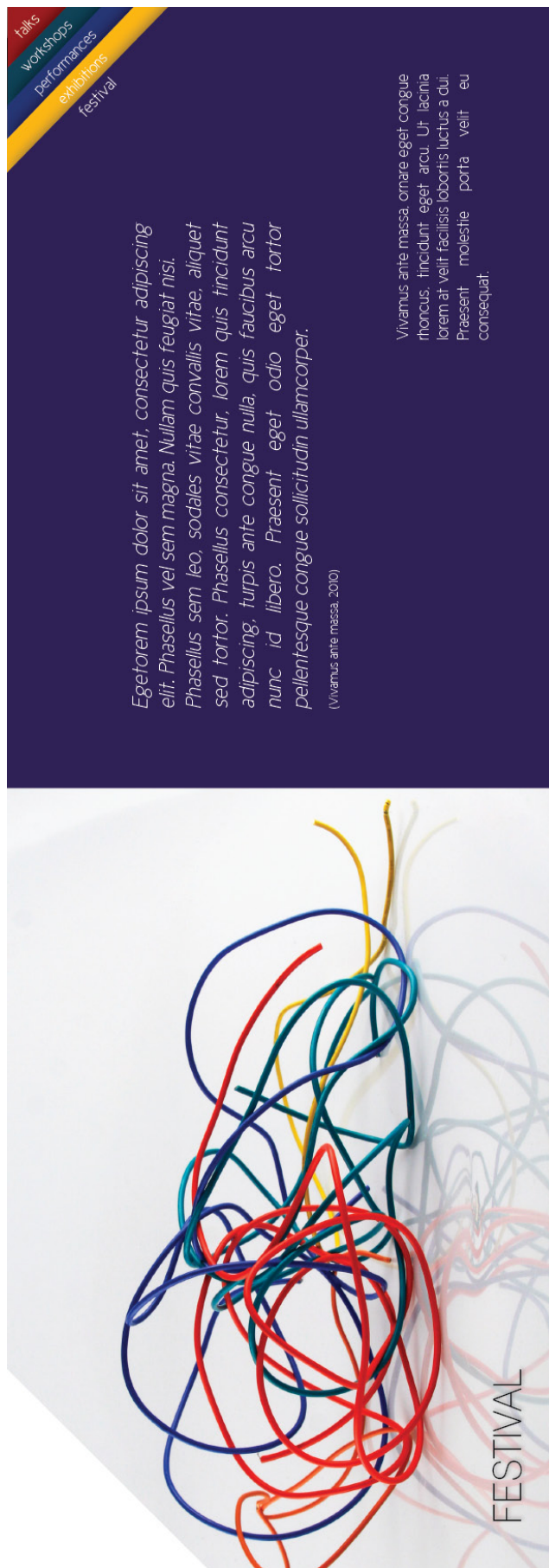
NOTAS

Os separadores poderão ser formatados de outra forma



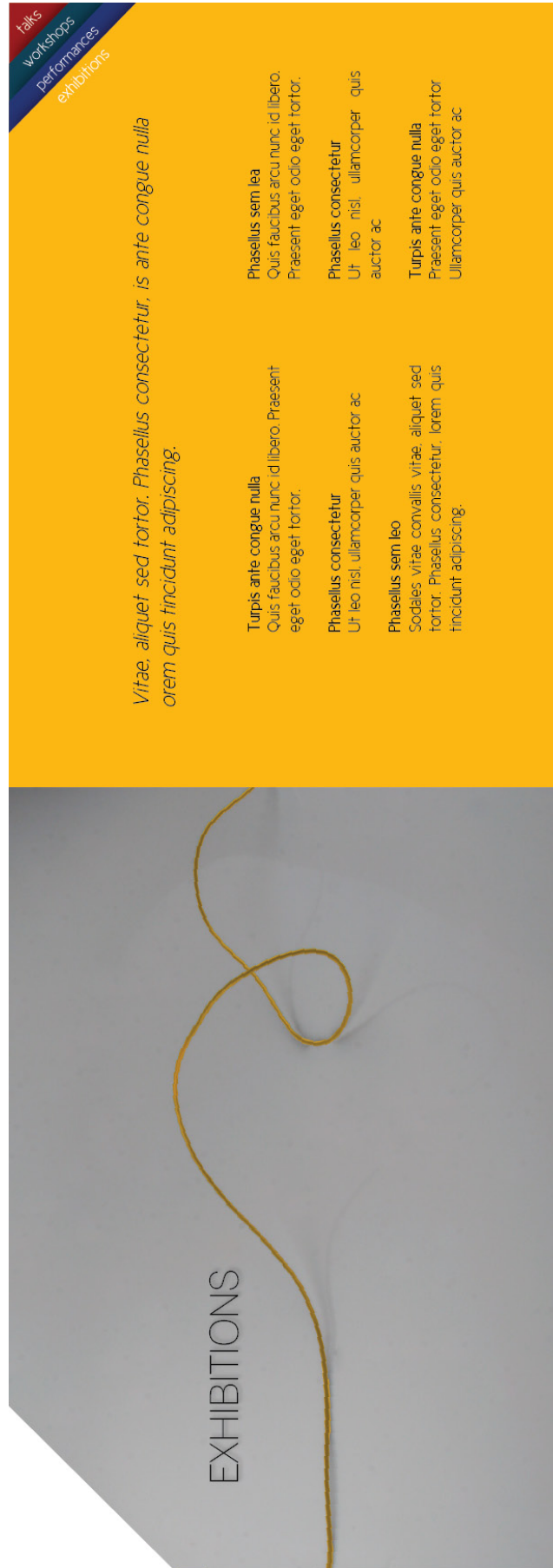
FRENTE

Como apresentado no esquema da página anterior, este formato possibilita o acesso rápido a marcadores. Dessa forma, determinou-se que a cada cor corresponderia uma área, cuja página esclarece o respectivo conteúdo..



FESTIVAL

No primeiro marcador encontra-se a apresentação do assunto do festival, o seu conceito, objetivo e impacto no mundo contemporâneo.



EXHIBITIONS
 Neste marcador e nos restantes, cada imagem / cor é alusiva a uma actividade pelo que são destacados os principais eventos e informações importantes acerca do mesmo.

talks
workshops
performances

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Phasellus vel sem magna. Nullam quis feugiat nisi. Ut vel viverra est.

Phasellus sem leo
Sodales vitae convallis vitae, aliquet sed tortor. Phasellus consectetur, lorem quis tincidunt adipiscing.

Turpis ante congue nulla
Quis faucibus arcu nunc id libero. Praesent eget odio eget tortor.

Phasellus consectetur
Ut leo nisi, ullamcorper quis auctor ac

Lorem quis tincidunt adipiscing

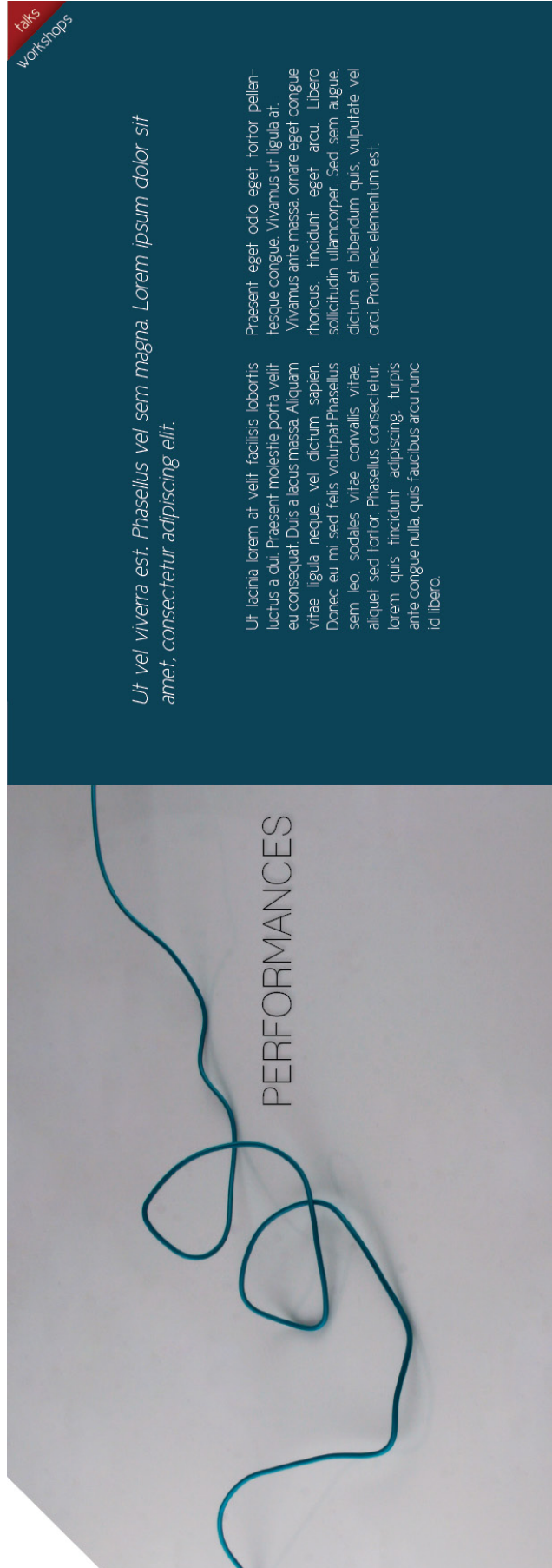
Praesent eget odio eget tortor

Ullamcorper quis auctor ac

WORKSHOPS

WORKSHOPS

Neste marcador e nos restantes, cada imagem / cor é alusiva a uma actividade pelo que são destacados os principais eventos e informações importantes acerca do mesmo.



PERFORMANCES

Neste marcador e nos restantes, cada imagem / cor é alusiva a uma actividade pelo que são destacados os principais eventos e informações importantes acerca do mesmo.



TALKS

Neste marcador e nos restantes, cada imagem / cor é alusiva a uma actividade pelo que são destacados os principais eventos e informações importantes acerca do mesmo.



VERSO

Ao longo do verso da brochura estão descritas algumas informações importantes como preços, localizações e mapas, e o calendário por ordem cronológica de todo o conjunto de eventos e actividades.

PROGRAMME

CALENDAR

PERFORMANCES

WORKSHOPS

EXHIBITIONS

TALKS

10h

13h

14h

15h

17h

19h

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Phasellus vel sem magna. Nullam quis feugiat nisi. Ut vel viverra est. Ut leo nisi, ullamcorper quis auctor ac, scelerisque sed augue. Morbi orci purus, adipiscing et lobortis et, adipiscing a erat. Duis lobortis tristique vestibulum. Mauris elementum blandit libero, vitae fringilla. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Phasellus vel sem magna. Phasellus vel sem magna. Nullam quis feugiat nisi. Ut vel viverra est. Ut leo nisi, ullamcorper quis auctor ac, scelerisque sed augue. Morbi orci purus, adipiscing et lobortis et, adipiscing a erat.

Sodales, vitae convallis vitae, aliquet sed tortor. Phasellus consectetur, lorem quis trincidunt adipiscing.

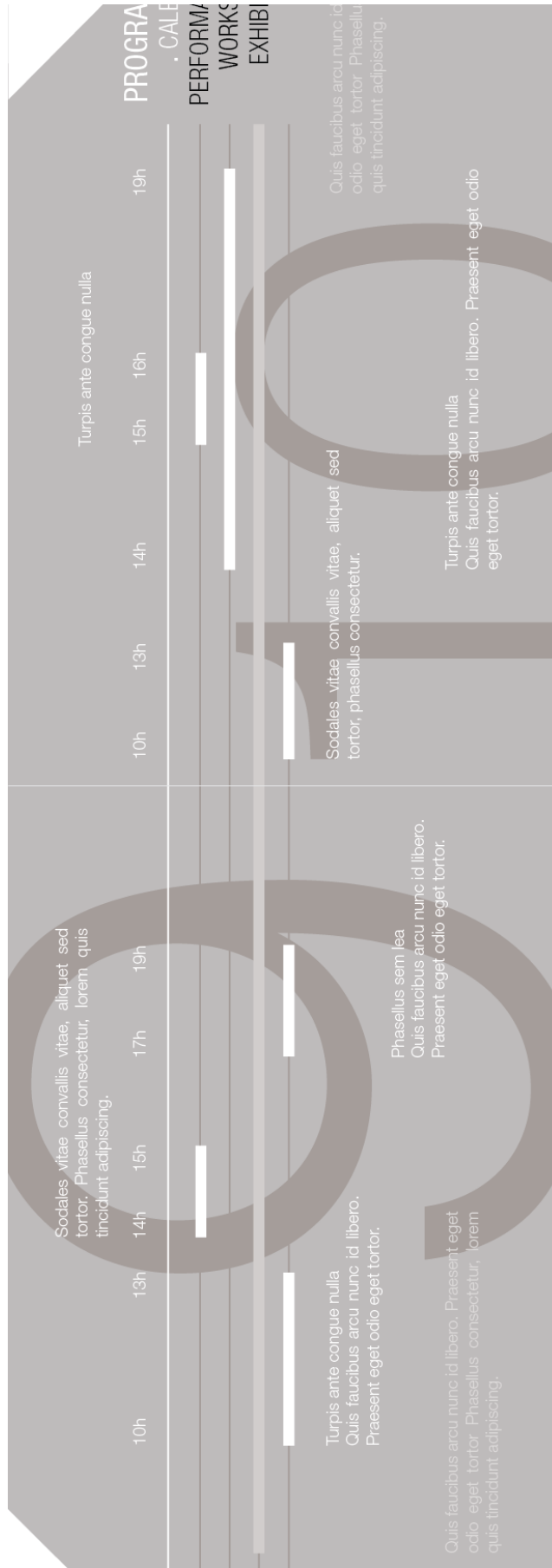
Turpis ante congue nulla. Quis faucibus arcu nunc id libero. Praesent eget odio eget tortor.

Quis faucibus arcu nunc id libero. Praesent eget odio eget tortor. Phasellus consectetur, lorem quis trincidunt adipiscing.

Phasellus sem fea. Quis faucibus arcu nunc id libero. Praesent eget odio eget tortor.

VERSO

Ao longo do verso da brochura estão descritas algumas informações importantes como preços, localizações e mapas, e o calendário por ordem cronológica de todo o conjunto de eventos e actividades.



VERSO

Ao longo do verso da brochura estão descritas algumas informações importantes como preços, localizações e mapas, e o calendário por ordem cronológica de todo o conjunto de eventos e actividades.

WEBSITE | ACTION



HOME PAGE
Inclui imagem do poster, logótipo e menu directo.



Vestibulum arcu lectus, laculis nec rhoncus eget, sagittis at lorem. Mauris nec nunc id nulla mattis blandit ut non sapien. Etiam aliquam laculis imperdiet. Cras et neque erat, vitae venenatis leo. Ut facilis elementum hendrerit.

Pellentesque ut quam nisi, non mollis nunc. Phasellus vel mi justo. Pellentesque blandit, dolor sit amet pharetra tempus, tortor lorem pellentesquentibh, nec hendrerit nunc turpis in augue. Duis lobortis tristique vestibulum. Mauris elementum blandit libero, vitae fringilla eros faucibus sed. Sed interdum, sapien.

ABOUT

PROGRAMME

TICKETS & LOCATIONS

CONTACTS

PRESS

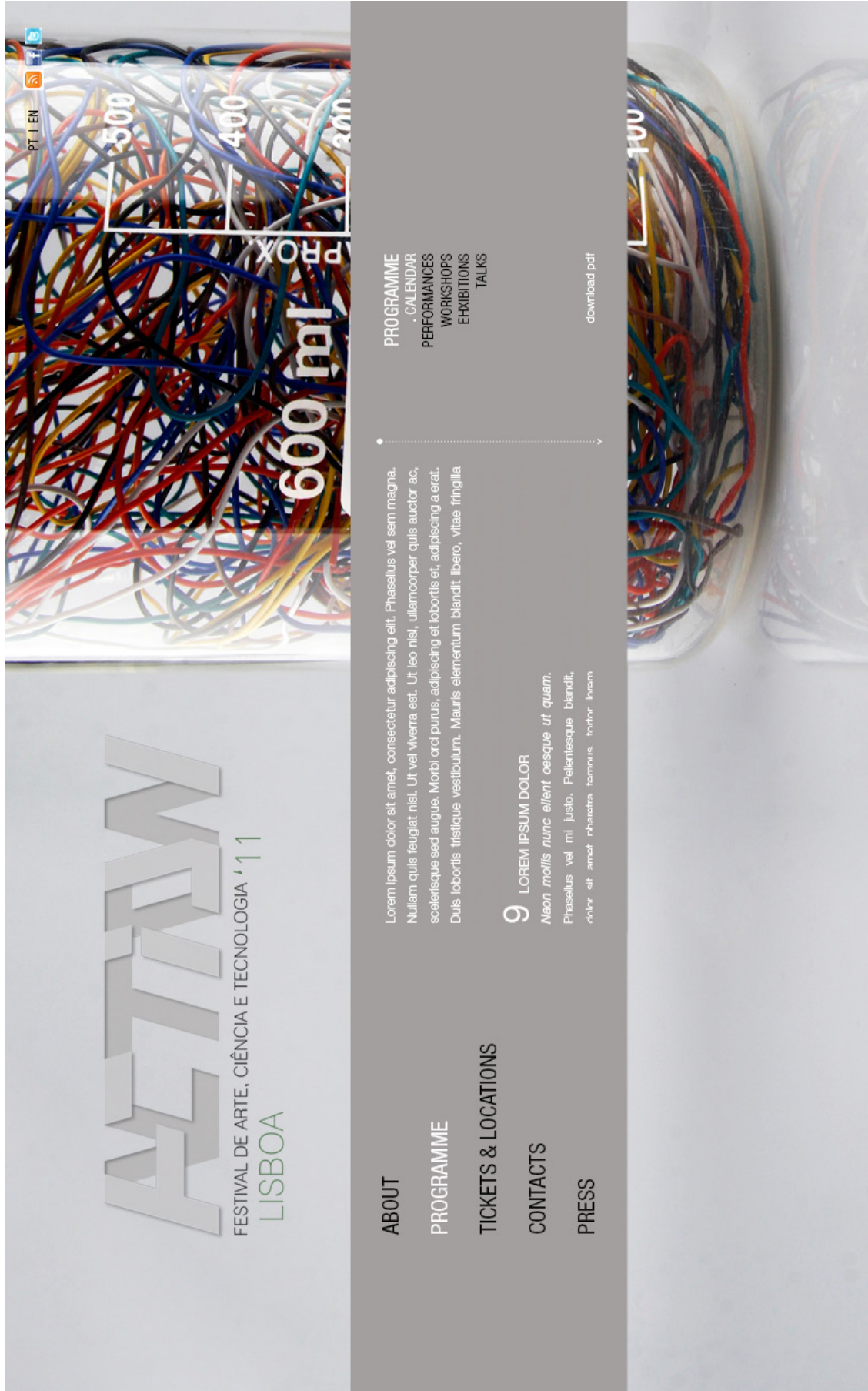
ABOUT

Acentuação cromática do separador activado do menu e substituição do logótipo pela informação relativa à apresentação do festival.



TICKETS & LOCATIONS / CONTACTS / PRESS

Mantêm-se a faixa do menu, qualquer que seja o item seleccionado, mudando apenas o conteúdo e informação.



ACTION

FESTIVAL DE ARTE, CIÊNCIA E TECNOLOGIA '11
LISBOA

ABOUT

PROGRAMME

TICKETS & LOCATIONS

CONTACTS

PRESS

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Phasellus vel sem magna. Nullam quis feugiat nisi. Ut vel viverra est. Ut leo nisi, ullamcorper quis auctor ac, scelerisque sed augue. Morbi orci purus, adipiscing et lobortis et, adipiscing a erat. Duis lobortis tristique vestibulum. Mauris elementum blandit libero, vitae fringilla

9 LOREM IPSUM DOLOR

Naon mollis nunc eilent cesque ut quam.
Phasellus vel mi justo. Pellentesque blandit, dolor sit amet rhoncus tamenis. Initor lorem

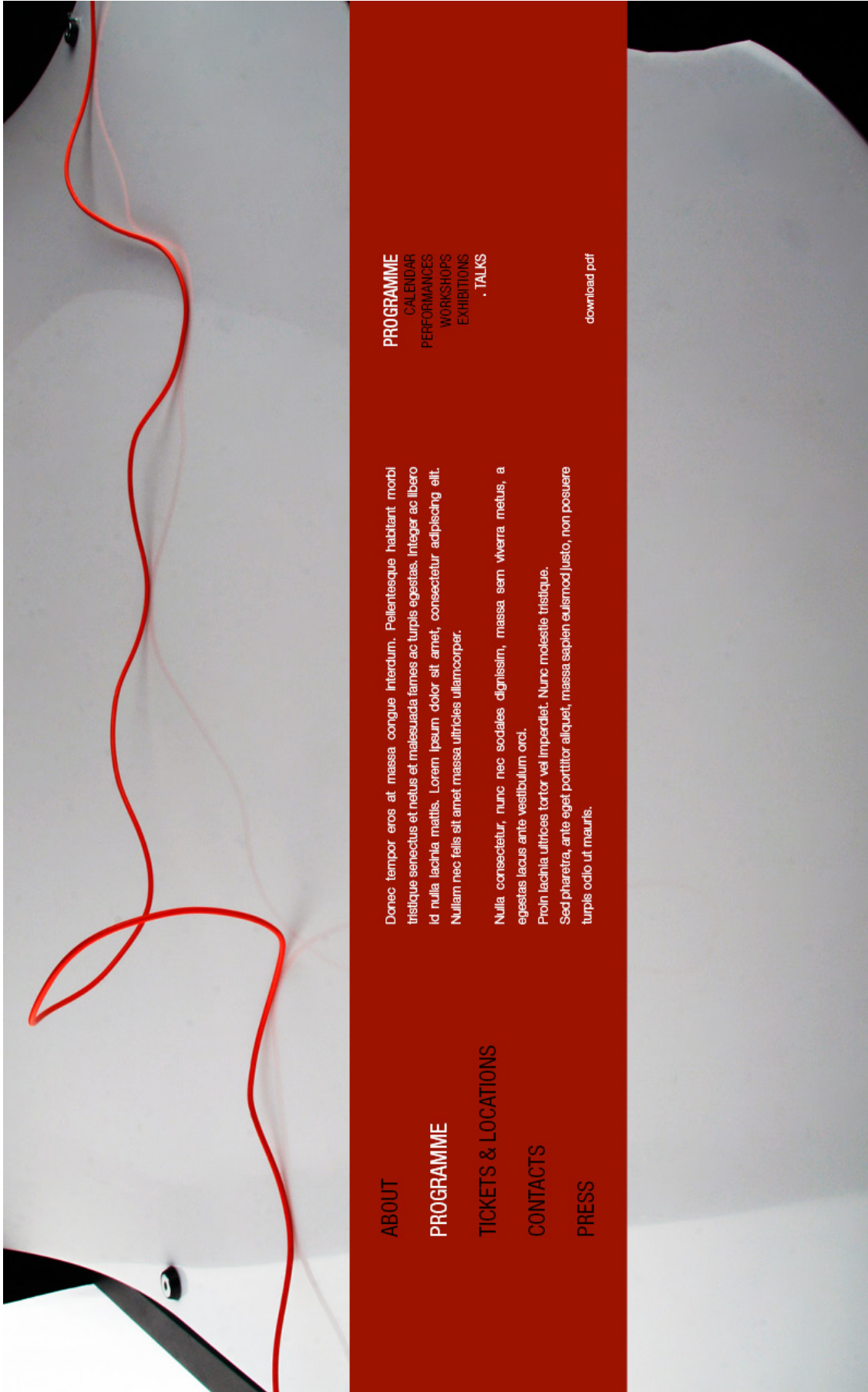
PROGRAMME

- CALENDAR
- PERFORMANCES
- WORKSHOPS
- EXHIBITIONS
- TALKS

[download pdf](#)

PROGRAMME

A imagem de fundo altera para uma espécie de “contentor” de informação que ditará o programa e as respectivas actividades, acessíveis por ordem cronológica em *roll-over*, ou, através da lista à direita, de forma individual e mais detalhada. Existe ainda a possibilidade de descarregar a totalidade do programa (em formato pdf) que consiste na brochura apresentada no capítulo anterior.



ABOUT

PROGRAMME

TICKETS & LOCATIONS

CONTACTS

PRESS

Donec tempor eros at massa congue interdum. Pellentesque habitant morbi tristique senectus et netus et malesuada fames ac turpis egestas. Integer ac libero id nulla lacinia mattis. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nullam nec felis sit amet massa ultricies ullamcorper.

Nulla consectetur, nunc nec sodales dignissim, massa sem viverra. metus, a egestas lacus ante vestibulum orci.

Proin lacinia ultrices tortor vel imperdiet. Nunc molestie tristique.

Sed pharetra, ante eget porttitor aliquet, massa sapien euismod justo, non posuere turpis odio ut mauris.

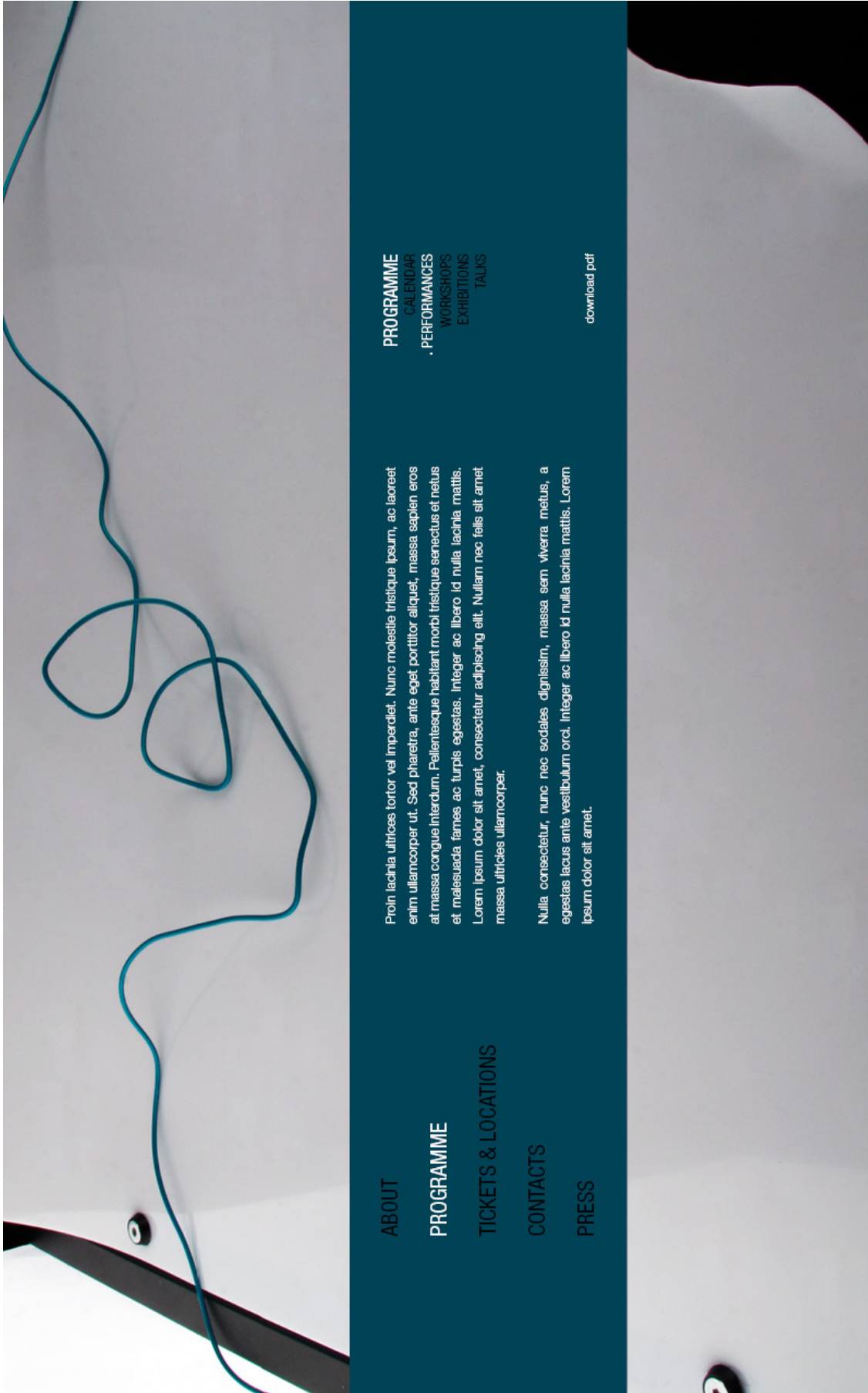
PROGRAMME

CALENDAR
PERFORMANCES
WORKSHOPS
EXHIBITIONS
TALKS

[download pdf](#)

TALKS

Ao eger um dos itens da lista à direita, o conteúdo individualiza-se acerca dessa actividade em particular, sendo que a imagem de fundo se altera para uma mais simples, e a faixa adequa-se à mesma, correspondendo cada cor a cada assunto.



ABOUT

PROGRAMME

TICKETS & LOCATIONS

CONTACTS

PRESS

Proin lachia ultrices tortor vel imperdiet. Nunc molestie tristique ipsum, ac laoreet enim ullamcorper ut. Sed pharetra, ante eget porttitor aliquet, massa sapien eros at massa congue interdum. Pellentesque habitant morbi tristique senectus et netus et malesuada fames ac turpis egestas. Integer ac libero id nulla lachia mattis. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nullam nec felis sit amet massa ultrices ullamcorper.

Nulla consectetur, nunc nec sodales dignissim, massa sem viverra metus, a egestas lacus ante vestibulum orci. Integer ac libero id nulla lachia mattis. Lorem ipsum dolor sit amet.

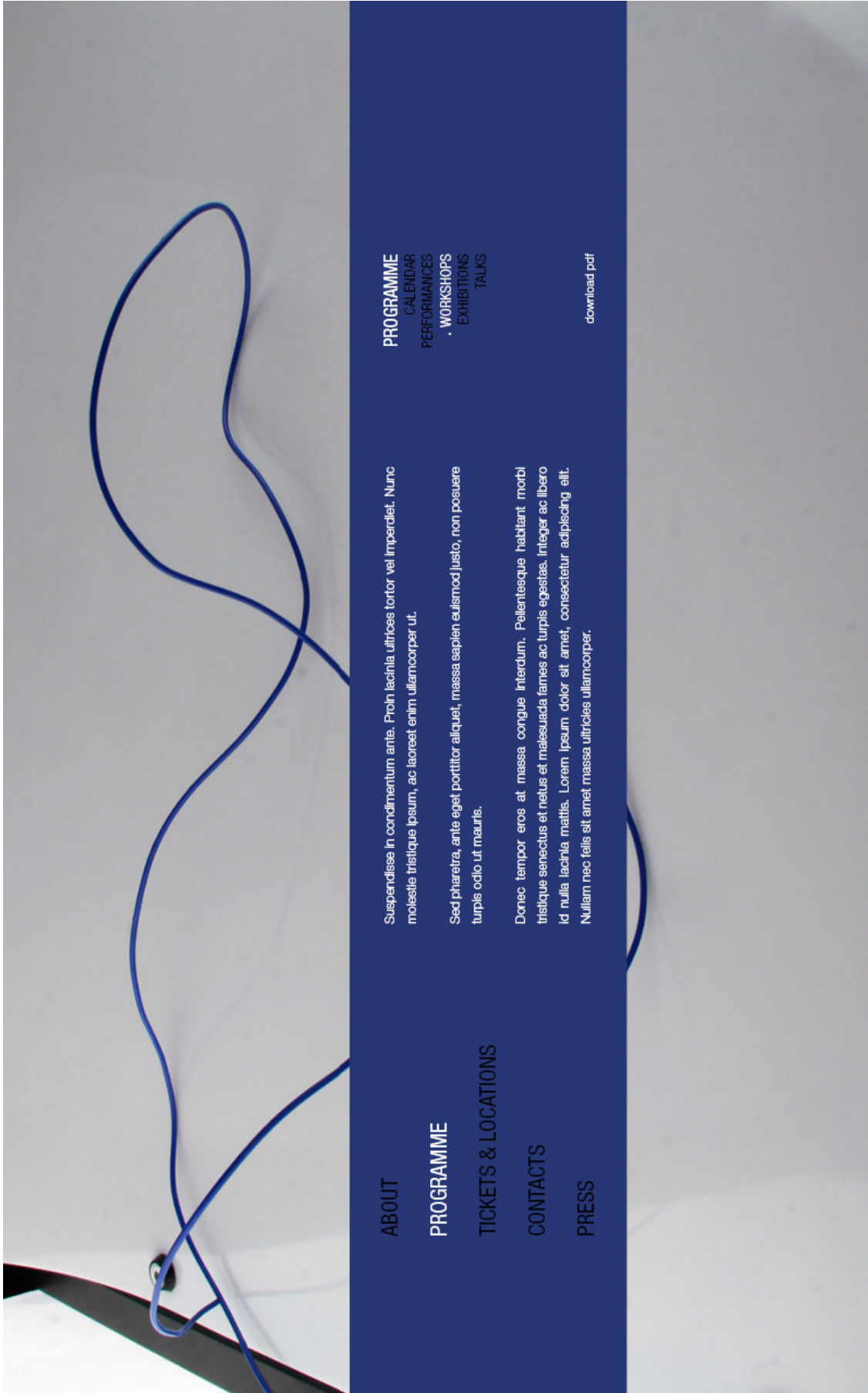
PROGRAMME

- CALENDAR
- PERFORMANCES
- WORKSHOPS
- EXHIBITIONS
- TALKS

[download pdf](#)

PERFORMANCES

Ao eleger um dos itens da lista à direita, o conteúdo individualiza-se acerca dessa actividade em particular, sendo que a imagem de fundo se altera para uma mais simples, e a faixa adequa-se à mesma, correspondendo cada cor a cada assunto.



ABOUT

PROGRAMME

TICKETS & LOCATIONS

CONTACTS

PRESS

Suspendisse in condimentum ante. Proin lacinia ultrices tortor vel imperdiet. Nunc molestie tristique ipsum, ac laoreet enim ullamcorper ut.

Secd pharetra, ante eget porttitor aliquet, massa sapien euismod justo, non posuere turpis odio ut mauris.

Donec tempor eros at massa congue interdum. Pellentesque habitant morbi tristique senectus et netus et malesuada fames ac turpis egestas. Integer ac libero id nulla lacinia mattis. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nullam nec felis sit amet massa ultricies ullamcorper.

PROGRAMME

CALENDAR
PERFORMANCES
WORKSHOPS
EXHIBITIONS
TALKS

[download pdf](#)

WORKSHOPS

Ao eger um dos itens da lista à direita, o conteúdo individualiza-se acerca dessa actividade em particular, sendo que a imagem de fundo se altera para uma mais simples, e a faixa adequa-se à mesma, correspondendo cada cor a cada assunto.

DIVULGAÇÃO | SER CAPAZ 2011



**PROJECTOS
QUE TENHAM
COMO OBJECTIVO
FACILITAR
A VIDA DAS PESSOAS
PORTADORAS
DE DEFICIÊNCIA
MOTORA.**

PRÊMIO

10 000€

PRAZO DE ENTREGA DE CANDIDATURAS – 17 DEZEMBRO 2010
MAIS INFORMAÇÕES, REGULAMENTO COMPLETO E FORMULÁRIO DE CANDIDATURA.

www.associacaosalvador.com

Um projecto promovido por :



Apoios:



YDREAMS,



BANCO ESPÍRITO SANTO



SERCAPAZ
INVESTIGAÇÃO E TECNOLOGIA

**PROJECTOS
QUE TENHAM COMO
OBJECTIVO FACILITAR A VIDA
DAS PESSOAS PORTADORAS
DE DEFICIÊNCIA MOTORA**

PRÉMIO
10 000€

PRAZO DE ENTREGA DE CANDIDATURAS
14 OUTUBRO 2011

MAIS INFORMAÇÕES, REGULAMENTO COMPLETO E FORMULÁRIO DE CANDIDATURA:
www.associacaosalvador.com

Um projecto promovido por

ASSOCIAÇÃO salvador

Mecenas:  **BANCO
ESPIRITO SANTO**  **Semapa**

Patrocínio:  **Abbott** Apoio:  **YDREAMS**

Prémio Ser Capaz – Investigação e Tecnologia

A atribuição deste prémio é anual e prevê o financiamento de projectos que contribuam para o desenvolvimento de produtos, tecnologias, metodologias, equipamentos ou sistemas técnicos que previnam, compensem, atenuem ou neutralizem a incapacidade de pessoas portadoras de deficiências motoras.

Quem se pode candidatar:

- Pessoas singulares com mais de 18 anos, podendo apresentar a candidatura a título Individual ou em grupo.
- Pessoas colectivas sediadas em território nacional.

CrITÉrios de Avaliação das Candidaturas

- Maior grau de adequação da concepção proposta aos objectivos do concurso.
- Praticabilidade da concepção e sua proximidade de uma possível concretização industrial.

Datas importantes:

- Data limite de recepção candidaturas: 14 de Outubro 2011
- Divulgação dos resultados: 21 de Novembro 2011
- Entrega do Prémio: Data a definir em Novembro/Dezembro 2011

Prémio Ser Capaz 2010 – Projectos Apoiados

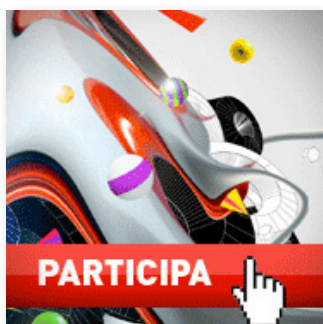
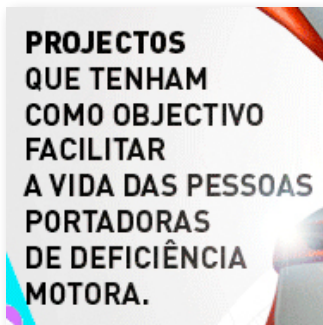
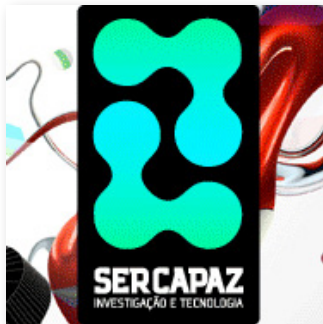
1º Lugar - Projecto "Walk HD" - € 7 000 - Prótese que acompanha o crescimento de crianças amputadas

Menção Honrosa 1 - Projecto "Auxiliar para alcançar objectos" - € 1 500

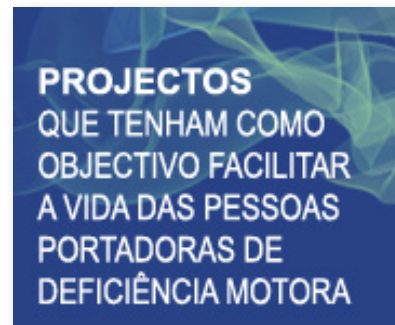
Menção Honrosa 2 - Projecto "Simon Project" - € 1 500



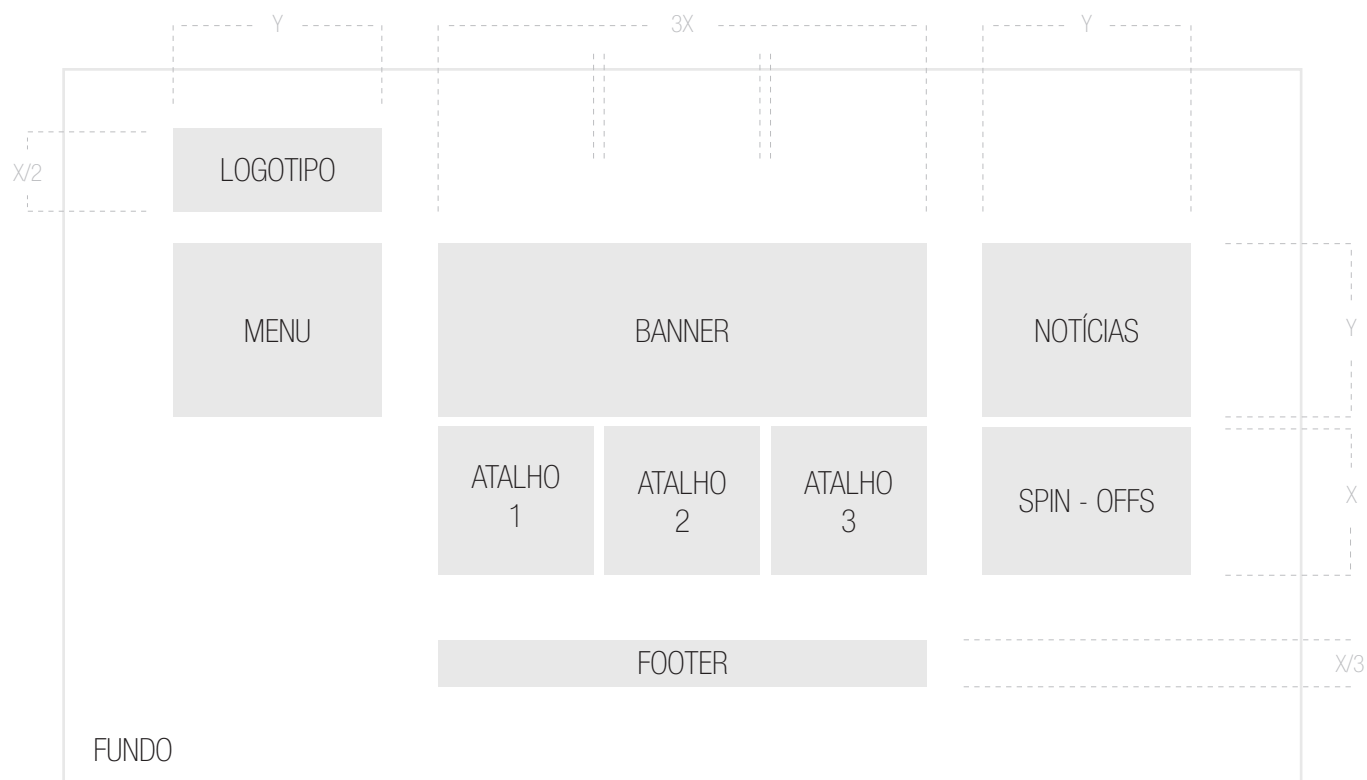
Versão 2010



Versão 2011 (online em www.associacaosalvador.com)



WEBSITE | YD ROBOTICS



A estrutura do *website* assenta numa lógica formal que relaciona duas proporções, X e Y . Partindo da justaposição horizontal dos três atalhos dispostos (imagens em forma de *links* que remetem para localizações específicas do menu apresentado) cuja forma individual designa um quadrado ($X \times X$), cria-se a largura do *banner* (que conterà imagens e *slogans* que surgem em *loop*). A altura do menu necessário afecta então a proporção do *banner*, que, por sua vez, implica também a altura da secção de notícias, situada ao seu lado. Da mesma forma, a altura da zona dos logótipos das *spin-offs* relaciona a largura das notícias e a altura dos atalhos ao seu lado. Em termos de impacto e destaque no seu todo, tanto o logótipo principal, como o *footer* se articulam com as proporções acima descritas.



Sem roll-over



Com roll-over



Products



Projects



Research




Vision



Company






[YDreams](#)


- Home
- Vision
- Company
- Projects
- Research
- Investor Relations

PRODUCTS




Refrain from automated querying Do not send automated queries of any sort to Google's system: If you are conducting research on machine translation, optical character recognition or other areas where access to a large amount of text is helpful, please contact us. We encourage the use of public domain materials for these purposes and may be able to help.

- Maintain attribution The Google "watermark" you see on each file is essential for informing people about this project and helping them find additional materials through Google Book Search. Please do not remove it.




- Keep it legal Whatever your use, remember that you are responsible for ensuring that what you are doing is legal. Do not assume that just because we believe a book is in the public domain for users in the United States, that the work is also in the public domain for users in other.



[YDreams](#)

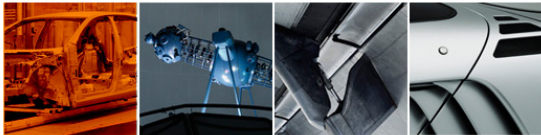
- Home
- Vision
- Company
- Products
- Projects
- Research
- Investor Relations

PRODUCTS

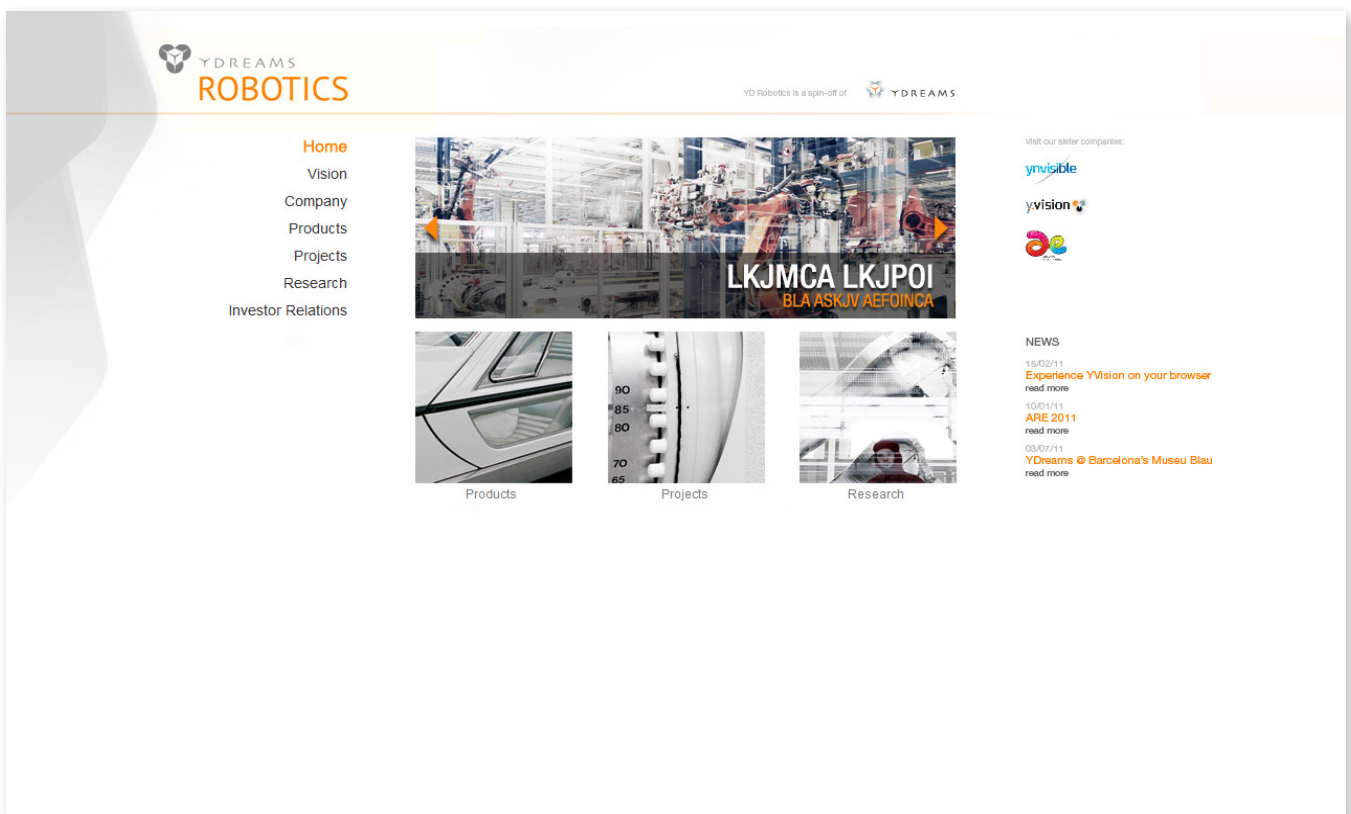
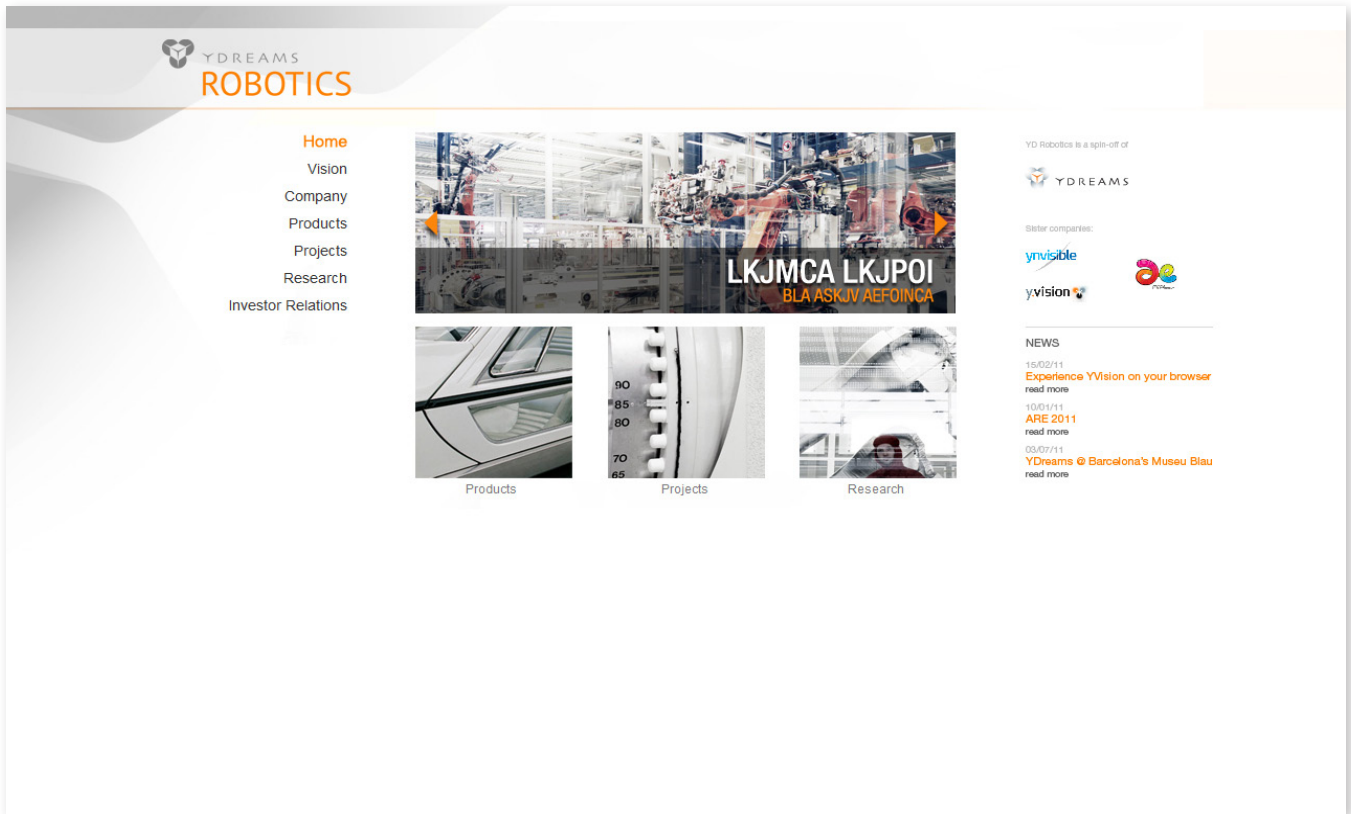


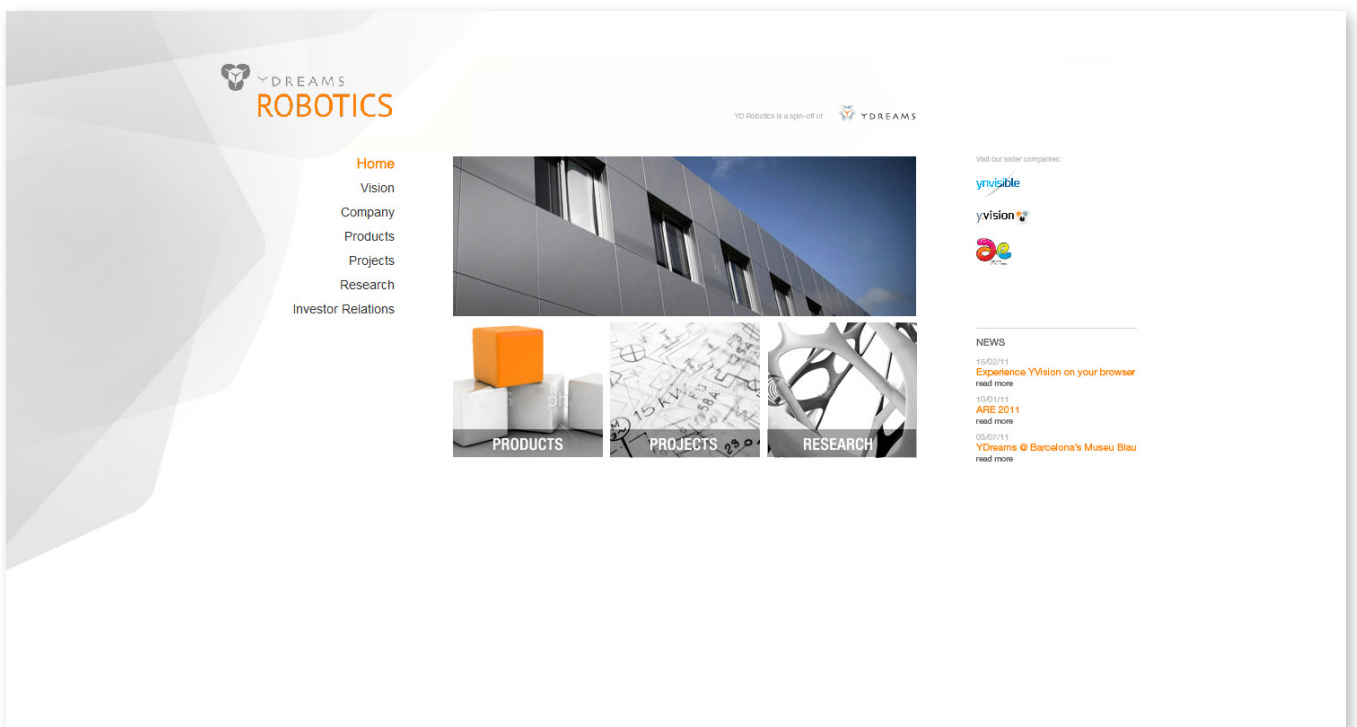
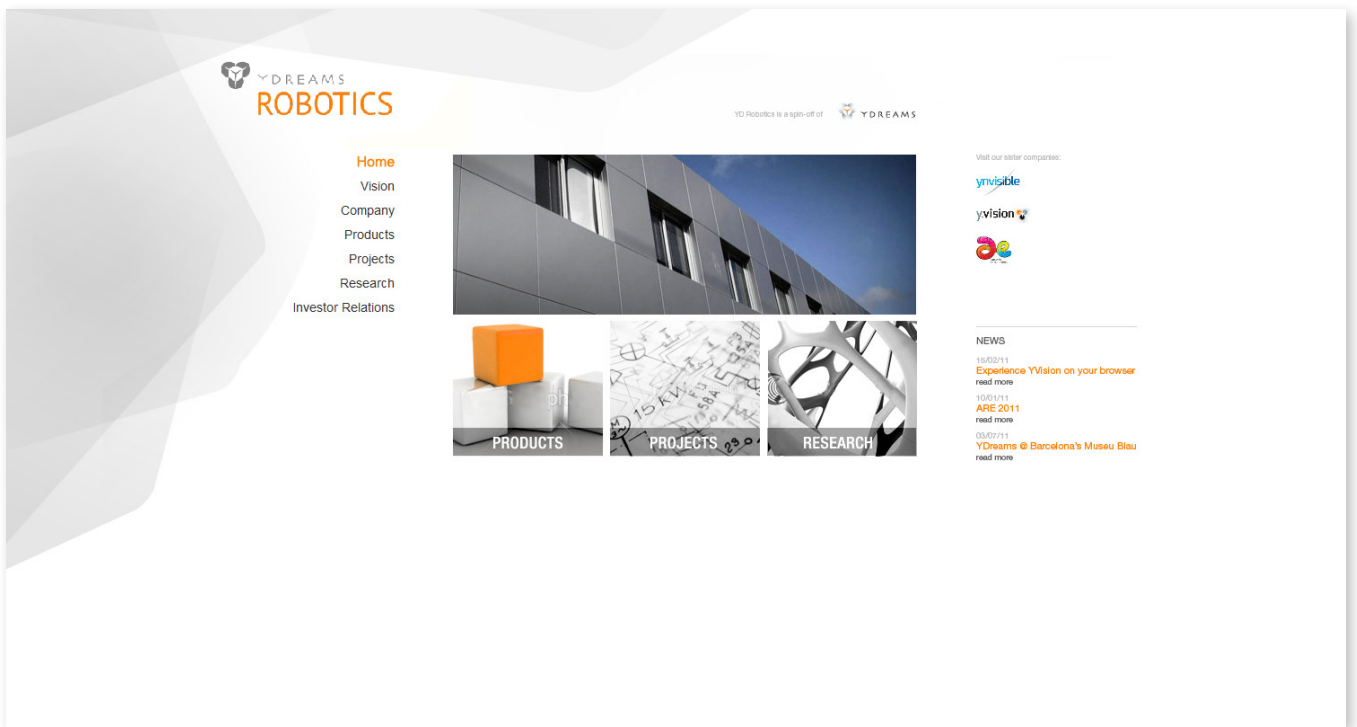
Refrain from automated querying Do not send automated queries of any sort to Google's system: If you are conducting research on machine translation, optical character recognition or other areas where access to a large amount of text is helpful, please contact us. We encourage the use of public domain materials for these purposes and may be able to help.

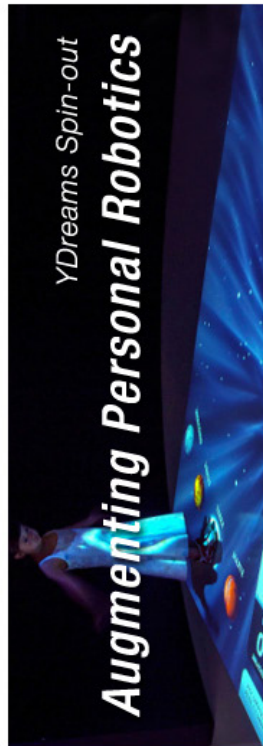
- Maintain attribution The Google "watermark" you see on each file is essential for informing people about this project and helping them find additional materials through Google Book Search. Please do not remove it.



- Keep it legal Whatever your use, remember that you are responsible for ensuring that what you are doing is legal. Do not assume that just because we believe a book is in the public domain for users in the United States, that the work is also in the public domain for users in other.







NEWS

15/02/11
Experience YVision on your browser
 read more

10/01/11
ARE 2011
 read more

03/07/11
YDreams @ Barcelona's Museu Blau
 read more

Visit our sister companies:



PRODUCTS



Refrain from automated querying Do not send automated queries of any sort to Google's system: If you are conducting research on machine translation, optical character recognition or other areas where access to a large amount of text is helpful, please contact us. We encourage the use of public domain materials for these purposes and may be able to help.

- **Maintain attribution** The Google "watermark" you see on each file is essential for informing people about this project and helping them find additional materials through Google Book Search. Please do not remove it.
- **Keep it legal** Whatever your use, remember that you are responsible for ensuring that what you are doing is legal. Do not assume that just because we believe a book is in the public domain for users in the United States, that the work is also in the public domain for users in other. Refrain from automated querying Do not send automated queries of any sort to Google's system: If you are conducting research on machine translation, optical character recognition or other areas where access to a large amount of text is helpful, please contact us. We encourage the use of public domain materials for these purposes and may be able to help.

- NEWS**
- 15/02/11 **Experience YVision on your browser**
read more
 - 10/01/11 **ARE 2011**
read more
 - 03/07/11 **YDreams @ Barcelona's Museu Blau**
read more

Visit our sister companies:



Logotipo



Favicon



Favicon Tamanho Final

