

Design gráfico de mídia digital sobre design industrial e diversidade cultural

Graphic design of a digital media about industrial design and cultural diversity

Ana Claudia Camila Veiga de França, graduanda em Artes Gráficas,
Departamento Acadêmico de Desenho Industrial, UTFPR
camila.vf@gmail.com

Maristela Mitsuko Ono, Prof. Dr.; Departamento Acadêmico de Desenho Industrial, Programa de Pós-Graduação em Tecnologia, UTFPR
maristelaono@gmail.com

Resumo

Este artigo trata do trabalho desenvolvido por Ana Claudia Camila Veiga de França como bolsista de Iniciação Científica / PIBIC – CNPq, junto ao projeto científico e tecnológico intitulado “Design industrial e diversidade cultural: mídia digital sobre automóveis e eletrodomésticos”, apoiado pelo CNPq / Edital Universal n. 019 / 2004 / processo 478958/2004-8 e coordenado pela Profa. Dra. Maristela Mitsuko Ono. O projeto fundamenta-se no Design de Interação, com abordagem multidisciplinar e interdisciplinar, buscando-se eficiência na comunicação, no uso da mídia digital, assim como qualidade na mediação entre o artefato e as pessoas. O artigo relata o desenvolvimento do design gráfico da referida mídia, que contou com a participação da referida bolsista.

Palavras Chave: Design gráfico, Mídia digital, Design industrial e Diversidade cultural

Abstract

This paper is related to the work developed by Ana Claudia Camila Veiga de França as a scholarship holder at the Scientific Initiation Program / PIBIC – CNPq, within the scientific and technological project untitled “Industrial design and cultural diversity: digital media about automobiles and household appliances”, which has been supported by the CNPq / Edital Universal / 478958/2004-8, and coordinated by by Prof. Dr. Maristela Mitsuko Ono. The project is based on the Interaction Design, and follows a multidisciplinary and interdisciplinary approach, aiming at communicational efficiency in the use of the digital media, as well as at quality in the mediation between the artifact and people. The paper reports the development of the graphic design of the mentioned media, which had the contribution of the mentioned scholarship holder.

Keywords: *Graphic design, Digital media, Industrial design and Cultural diversity*

Anais do 8º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design

8 a 11 de outubro de 2008 São Paulo – SP Brasil ISBN 978-85-60186-03-7

©2008 Associação de Ensino e Pesquisa de Nível Superior de Design do Brasil (AEND|Brasil)

Reprodução permitida, para uso sem fins comerciais, desde que seja citada a fonte.

Este documento foi publicado exatamente como fornecido pelo(s) autor(es), o(s) qual(is) se responsabiliza(m) pela totalidade de seu conteúdo.

Introdução

O objetivo geral das atividades de iniciação científica de Ana Claudia Camila Veiga de França é contribuir para o aperfeiçoamento da formação acadêmica e profissional dos alunos, propiciando-lhes participar de um projeto científico e tecnológico de pós-graduação.

Este artigo trata de um trabalho de iniciação científica envolvido no design de interação de uma mídia digital sobre design industrial e diversidade cultural, apoiado pelo CNPq / Edital Universal n. 019 / 2004 / processo 478958/2004-8 e coordenado pela Profa. Dra. Maristela Mitsuko Ono, orientadora da referida aluna. Relata o desenvolvimento do design gráfico da referida mídia, que contou com a participação da referida bolsista.

Seguindo a abordagem do referido projeto, desenvolveu-se o trabalho de iniciação científica, levando em consideração o caráter multidisciplinar e interdisciplinar do Design de Interação (LÖWGREN, 2005; PREECE, 2005), envolvendo contribuições de uma ampla gama de disciplinas e áreas. O trabalho compreendeu: diagramação de páginas da mídia digital, design gráfico de ícones e quadros, tratamento e edição de imagem e som, inserção de conteúdo, análise e ajustes da mídia digital, atualização e complementação do conteúdo.

Cabe ressaltar que se buscou, no projeto da referida mídia digital, não somente atender a questões de usabilidade, mas também o desenvolvimento da tecnologia com responsabilidade social, respeitando-se os contextos ambientais, culturais, sociais, econômicos e políticos, dentre outros fatores (ONO, 2004a; 2004b; 2005).

Metodologia

O Projeto científico e tecnológico segue uma abordagem qualitativa e fundamentos de Design de Interação (LÖWGREN, 2005; PREECE, 2005).

Os procedimentos metodológicos incluem: avaliação qualitativa de uso do artefato por amostragem do público-alvo; programação visual e implementação da mídia digital; tratamento e edição de imagem e som; inserção e atualização de conteúdo; dentre outros.

O desenvolvimento do projeto da mídia digital seguiu uma abordagem interdisciplinar (KLEIN, 1996), com o envolvimento de profissionais e estudantes de graduação e pós-graduação das áreas de Tecnologia em Artes Gráficas, Design, Arquitetura, Ciências da Computação, Comunicação, Semiótica e História. Buscou-se, assim, desenvolver uma mídia digital com qualidade, ou seja, que atendesse as necessidades e anseios das pessoas que irão interagir com mesma, e que fosse eficiente na comunicação de mensagens.

Desenvolvimento do design gráfico da mídia digital

No que tange à composição de cores, associou-se determinadas cores aos setores, categorias e hierarquias no acesso a informações da mídia digital, buscando-se o atendimento dos requisitos simbólicos, de uso e técnicos, combinações harmônicas e eficiência na comunicação de mensagens. (Figura 1)

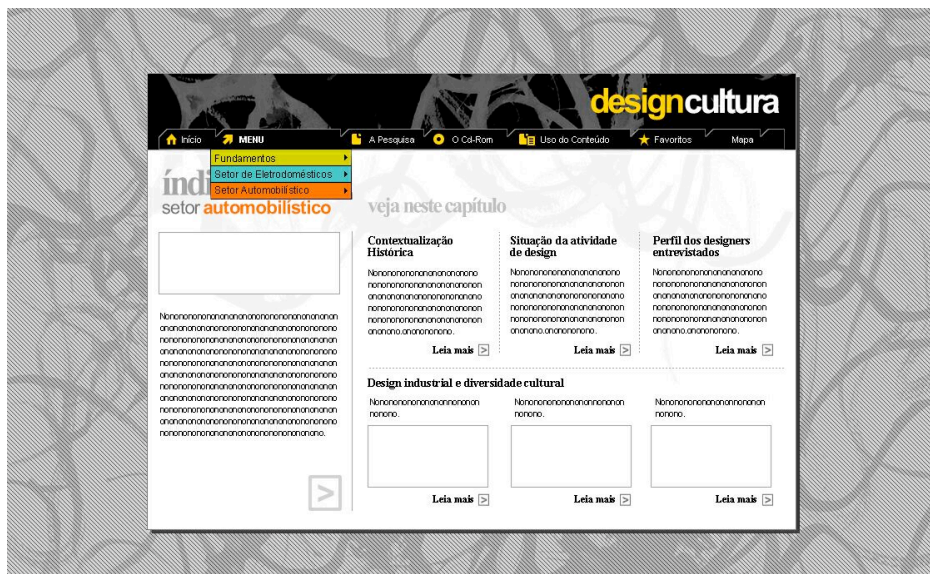


Figura 1. Leiaute de página da mídia digital, mostrando composição de cores

Foram desenvolvidas várias propostas de tipologias e paletas de cores, levando-se em consideração fatores ergonômicos como: contraste, harmonia, legibilidade, adequação à leitura; fatores culturais e a necessidade de facilitar a comunicação de mudanças no estado do sistema, dentre outros, características importantes no Design de Interação.

Decidiu-se pelo uso de tons de cinza nas áreas maiores, de modo a conferir maior neutralidade, propiciando menor grau de fadiga visual e facilitando a harmonização de cores.

Optou-se pelo uso do amarelo em parte do logotipo “designcultura” e nos ícones da barra de menus de acesso principais (Figura 2), por se tratar, dentre outros fatores, de uma das cores que mais chama a atenção e contribuir para melhorar a concentração e facilitar a comunicação. O amarelo também apresenta um contraste adequado com os fundos em tons de cinza utilizados, bem com as outras cores utilizadas no conjunto.

Em uma faixa horizontal, posicionada na parte superior das páginas da mídia digital, situa-se a barra de menus de acesso. Estes foram configurados de modo a facilitar a inclusão futura de outros itens, bem como a exclusão de outros, quando necessário, sem comprometer a harmonia da composição gráfica do conjunto.

Outro elemento colocado em prática no desenvolvimento da mídia foi a Proporção Áurea, baseada na relação do denominado “número de ouro” = 1,618. Ela contribui para a obtenção de composições harmônicas e agradáveis às pessoas, e, extensivamente, na interação destas com os artefatos. (Figura 2)

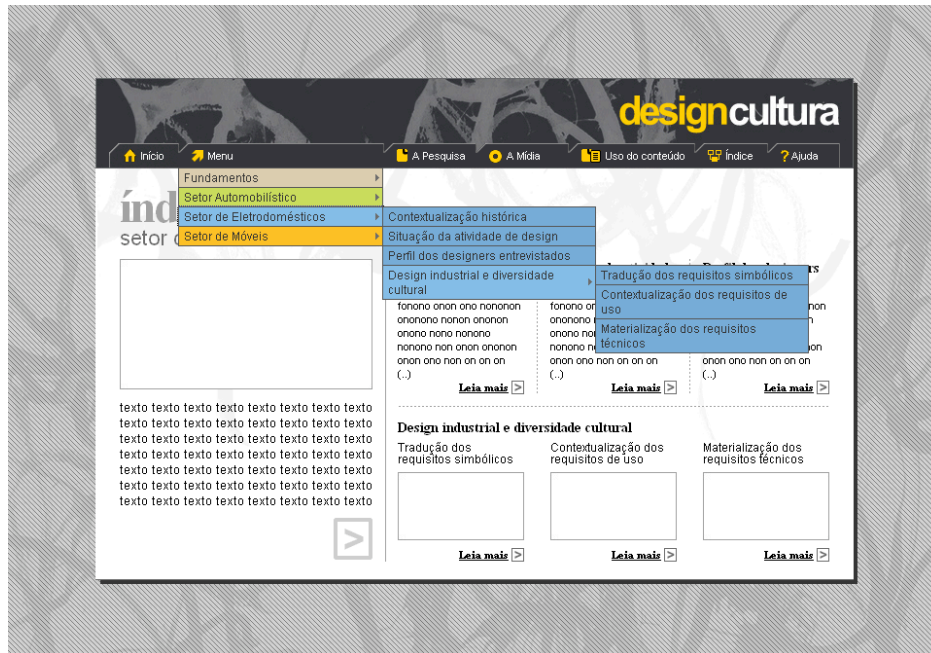


Figura 2. Leiaute da página da mídia digital, mostrando composição com aplicação da Proporção Áurea

Os ícones também fazem parte da interface gráfica e, assim como os textos, auxiliam na interatividade com o sistema. No caso da mídia, foram usados de maneira simplificada, buscando-se a eficiência na comunicação das mensagens e ações associadas.

Segundo a Gestalt, a pregnância se apresenta como um dos princípios mais importantes, sendo que as formas podem ser bem percebidas em seu caráter mais simples (GOMES FILHO, 2000). Os ícones podem, dessa forma, auxiliar a mídia digital a apresentar um leiaute mais limpo, interessante e fácil de navegar (PREECE, 2005). (Figura 3)



Figura 3 – Ícones da mídia digital

Finalização do design gráfico da mídia digital

Assim como foi inserido o conteúdo multimídia de áudio e vídeo, fazendo parte da interface gráfica e auxiliando na interatividade do sistema, foram criados ícones para indicar arquivos de áudio e vídeo (Figura 4). Seguindo o padrão dos ícones já criados anteriormente, buscaram-se formas simples e eficientes na comunicação das mensagens e ações associadas.



Figura 4. Ícones de áudio e vídeo da mídia digital

Desenvolveu-se também o leiaute das tabelas referentes ao conteúdo histórico dos setores automobilístico e eletrodoméstico.

Decidiu-se pelo uso de variações suaves das cores verde e azul, correspondentes ao setor automobilístico e eletrodoméstico, respectivamente, propiciando menor grau de fadiga visual e possibilitando uma associação mais clara aos referidos setores.

Dentro da mídia digital, o quadro pode ser lido com o auxílio da barra de rolagem, de modo que o cabeçalho indicando cada período permaneça fixo, facilitando assim a leitura.

Seguindo o mesmo padrão de cores dos quadros de contextualização histórica, criou-se o leiaute dos quadros relativos a cada empresa, inseridos no conteúdo referente à tradução dos requisitos simbólicos dos setores automobilístico e eletrodoméstico. Para conferir a fonte referente a cada imagem, utilizou-se um recurso baseado em JavaScript, que torna a informação visível ao sobrepor o cursor do mouse na imagem. Desse modo, diminui-se a quantidade de texto dentro do quadro, tornando a interface gráfica mais limpa e agradável, facilitando a legibilidade e compreensão do conteúdo.

Para a publicação e distribuição da mídia digital em CD-ROM, desenvolveu-se o leiaute do selo e da capa do mesmo, utilizando elementos gráficos do leiaute geral da mídia, tais como texturas, tipologia e cores, propiciando harmonia de conjunto.

Com o auxílio de amostragem do público-alvo, formada por estudantes e profissionais de diversas áreas, considerando-se o caráter multidisciplinar e interdisciplinar do Design de Interação, avaliou-se qualitativamente a interatividade da mídia digital, e, a partir de análises e propostas sugeridas pelos colaboradores que participaram das avaliações, foram feitos ajustes, de acordo com as necessidades identificadas. Cada sugestão foi analisada, a fim de se averiguar a real necessidade de alterações.

Considerações finais

O design de interação é multidisciplinar, envolvendo contribuições de uma ampla gama de disciplinas e áreas. O desenvolvimento do design gráfico da mídia digital em questão foi acompanhado não apenas por designers e outros profissionais da área, mas também por pessoas que fazem parte do público-alvo, levando-se em conta que as características e necessidades das pessoas variam, seja do ponto de vista cultural, social, ou do contexto ambiental, dentre outros. Uma pessoa sem formação ou experiência na área de design e ciências da computação, por exemplo, pode não ter a mesma compreensão e interação com o artefato, comparativamente a profissionais dessas áreas, podendo perceber e reagir diferentemente frente a um determinado leiaute ou à certa paleta de cores, por exemplo. Trata-se, portanto, de um processo bastante importante que permite aprimorar o que se está desenvolvendo e facilitar a mediação entre o artefato e as pessoas que estarão interagindo com o mesmo. É importante ressaltar que, por mais abrangente o modo com que o design se coloque a favor da diversidade cultural, cada pessoa fará uso da mídia baseada no seu conhecimento, experiência pessoal e contexto de uso.

As atividades de iniciação científica trouxeram uma contribuição fundamental ao desenvolvimento do referido projeto, que dá continuidade à pesquisa da tese de Doutorado sobre o tema "Design industrial e diversidade cultural: sintonia essencial. Estudos de casos nos setores automobilístico, moveleiro e de eletrodomésticos no Brasil", da autoria da Profª. Dra. Maristela Mitsuko Ono, com fomento do CNPq / Edital Universal / processo 478958/2004-8 e da Bolsa de Iniciação Científica PIBIC / CNPq, conferida à aluna Ana Claudia Camila Veiga de França.

Referências

DOCZI, György. **O poder dos limites**. Boston: Shambhala Publications, 1981.

GOMES FILHO, João. **Gestalt do objeto**. São Paulo: Editora Escrituras, 2000.

KLEIN, Julie Thompson. **Crossing boundaries: knowledge, disciplinaries and interdisciplinaries**. Virginia: University of Virginia, 1996.

LÖWGREN, Jonas; STOLTERMAN, Erik. **Thoughtful interaction design: a design perspective on information technology**. Cambridge: The MIT Press, 2005.

ONO, Maristela Mitsuko. **Design industrial e diversidade cultural: sintonia essencial**. Estudos de casos nos setores automobilístico, moveleiro e de eletrodomésticos no Brasil. 2004. 1200 p. Tese (Doutorado), Programa de Pós-graduação em Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, 2004a.

ONO, Maristela Mitsuko. Design, Cultura e Identidade, no contexto da globalização. **Revista Design em Foco**, v. 1, p. 53-66, dez. 2004b.

ONO, Maristela Mitsuko. Cultural approach on designing information and communication systems. In: Congresso Internacional de Design de Informação, 2, São Paulo. **Anais do 2º Congresso Internacional de Design de Informação**. São Paulo: SBDI, 2005. CD-Rom.

ONO, Maristela Mitsuko. **Design – Cultura**. Design industrial e diversidade cultural: mídia digital sobre os setores automobilístico e eletrodoméstico. Curitiba: Edição da autora, 2007.

PREECE, Jennifer; ROGERS, Yvonne; SHARP, Helen. **Design de interação: além da interação homem-computador**. Porto Alegre: Bookman, 2005.