



## PARTILHA: O cartaz de identidade do IJUP 2012

Tiago Campea<sup>1</sup>; Rui Mendonça<sup>2</sup>

<sup>1</sup>FBAUP; <sup>2</sup>FBAUP / ID+

<sup>1</sup>[tcampea@gmail.com](mailto:tcampea@gmail.com), <sup>2</sup>[ruimendonca@fba.up.pt](mailto:ruimendonca@fba.up.pt)

### TÓPICOS

Design de Comunicação (DC)

### PALAVRAS-CHAVE

Investigação, Partilha, Boom, Augmented Reality

### RESUMO

O IJUP é um encontro de jovens investigadores da Universidade do Porto, que pretende promover a investigação entre estudantes do 1.º e 2.º ciclos. Em cada ano, o evento traz uma nova identidade visual, de forma a perseguir novas perspetivas e identificá-la como uma contínua mutação. O propósito deste projecto é divulgar o IJUP, tendo como objectivos principais, reflectir a imagem que o evento pretende ter entre os seus estudantes; e adaptar o seu papel à geração em questão, de modo a tornar-se cada vez mais cativante para a mesma.

“O designer precisa de ser muito eficaz, de conhecer muito bem o código, a mensagem, o meio, o emissor e o receptor” (HENRIQUE CAYATTE, in “A Revolta do Design”)

Vivemos num período onde a colaboração, interação e partilha nunca teve tanto sentido como nos dias de hoje. A forma como os new media abordam a comunicação e o seu boom com a Internet,

fundamentam esta afirmação num conceito de “partilha”, adoptado por diversas organizações, nomeadamente: Creative Commons, TED, Youtube ou Facebook. Assim, a tese de investigação ao problema definiu-se por “Partilha”. Apesar do tema ser “investigação”, o evento em si consiste mais em “partilhá-la,“ onde a discussão pode ser útil para “adicionar“ informações extra à investigação, de forma a desenvolver uma aprendizagem contínua.

“Com a era digital, a informação tem-se tornado mais rápida, sucinta, abreviada e icónica, fazendo parte do discurso de uma nova geração”. (DANIEL GOLEMAN, in “Cyber-dísinhibition“)

Como o conceito consiste numa partilha, no sentido individual para o global, a letra “I” funciona como metáfora, acentuando uma força icónica ao cartaz. Em associação ao “boom“ de informação, a sua fragmentação relaciona-se com o processo de lidar com informação durante a investigação, resultando numa “explosão“ de conhecimento, parte integrante de qualquer processo investigativo. Com os new media em mente, tornou-se pertinente especular a utilização de sistemas AR (augmented reality), numa acepção conceptual, mais do que meramente funcional, pois pretende permitir a interação do cartaz com o público, tornando-o parte da própria identidade do evento.

O cartaz assume um papel para além da sua inicial função promocional do evento. Pretende reforçar o tema, ao sugerir uma identidade mutável, tornando-se essa mesma num processo de investigação. O balanço entre a composição dinâmica e estática reflecte uma combinação madura entre Investigação e Juventude. A um nível formal, a forma abstracta pretende assumir um carácter investigativo de “não-óbvio,” bem como contemporâneo, e levar o público-alvo a sentir a sua irreverência e energia, congelada numa única composição.

“Quão directo consigo manter-me para sentir? vs Quão indireccionado posso dar-me ao luxo de ser?” (JOHN MAEDA, in “Laws of Simplicity“) é a dicotomia onde o Design reside e onde a mensagem deve operar. Neste caso, o cartaz reflecte um resultado que faz o observador olhá-lo e compreendê-lo em vários níveis de interpretação: desde olhar aproximadamente até interagir e mudá-lo. Uma efusão explícita pode conter uma mensagem implícita.

O projecto é um work in progress.



# PARTILHA

## O CARTAZ DE IDENTIDADE DO IJUP 2012

### INTRODUÇÃO

O design de Cartaz tem vivido entre diferentes contextos ao longo da história e parece prevalecer às sociedades actuais, onde a comunicação está também a alterar-se com a era digital. Apesar da sua adaptação aos *new media* e a tecnologia, a essência mantém-se desde 1928 —

*"precisa de ser muito eficaz, de conhecer muito bem o código, a mensagem, o meio, o emissor e o receptor"*

Henrique Cavette, in "A Revolução do Design"

— operando para além da sua função, com metáforas implícitas que enriquecem a mensagem.



### REFERENCIAL

O IJUP é um encontro de jovens investigadores da Universidade do Porto, que pretende promover a investigação entre estudantes do 1.º e 2.º ciclos. Em cada ano, o evento traz uma nova identidade visual, de forma a perseguir novas perspectivas e identificá-la como uma contínua mutação.

### MOTIVAÇÃO

Ao criar um cartaz de identificação para um evento que reúne todo o tipo de investigação e conhecimento, é importante não recair a sua comunicação apenas na característica de uma das disciplinas, mas sim encontrar aspectos comuns e relacioná-los com o evento.

**Investigação, Observação, Experimentação.**  
**Jovem, Irreverência, Energia.**

### OBJECTIVOS

O propósito deste projecto é divulgar o IJUP, tendo como objectivos principais, reflectir a imagem que o evento pretende ter entre os seus estudantes; e adaptar o seu papel à geração em questão, de modo a tornar-se cada vez mais cativante para a mesma.



A tese de investigação ao problema definiu-se por **Partilha**.

Apesar do tema ser "investigação", o evento em si consiste mais em "partilhá-la," onde a discussão pode ser útil para "adicionar" informações extra à investigação e desenvolver uma aprendizagem contínua.

### METODOLOGIA

Investigação do estado da Arte;



Síntese do levantamento + conceito;  
a) Níveis de Interpretação, Tipografia, Cor  
b.) Literal, Figurativa, "Stylisht"  
c.) Tipografia, Relação Formal, Cor

Reforçar o boom de informação;  
como resultado visual, onde o conceito de "partilha" seja expresso de imediato no cartaz (print);

Tornar o cartaz interativo;  
um resultado multidisciplinar, onde o indivíduo pode interagir com o cartaz, criar a sua própria versão e colaborar para uma perspectiva mais alargada da identidade do evento, através de um sistema AR (augmented reality).



EVOLUÇÃO DO ALFABETO DE PARTILHA E CONHECIMENTO



PROJEÇÃO DE ÁRVORE - CARTAZ IJUP

PROJEÇÃO DE ÁRVORE - CARTAZ IJUP



### PROCESSO

#### REFERÊNCIAS

"Com a era digital, a informação tem-se tornado mais rápida, sucinta, abreviada e icónica, fazendo parte do discurso de uma nova geração".

Daniel Galerman, in "Ciber-distribuição"

#### ABORDAGEM

Apesar de inicialmente focado apenas na "partilha", após uma revisão bibliográfica e do debate de ideias acerca do projecto, esse carácter icónico transpôs-se para o cartaz, onde a letra "I" verifica ser o elemento comum entre *Investigação, Informação, IJUP e Indivíduo*.

#### COMPOSIÇÃO FORMAL

Como o conceito consiste numa partilha, no sentido individual para o global, a letra "I" (eu) funciona como metáfora, acentuando uma força icónica ao cartaz.

A sua fragmentação relaciona-se com o processo de lidar com informação durante a investigação, resultando numa "explosão" de conhecimento, em associação ao "boom" de informação, parte integrante de qualquer processo investigativo.



YOU BLOW ME AWAY BY THE WAY



### RESULTADOS

O cartaz assume um papel para além da sua inicial função promocional do evento. Pretende reforçar o tema, ao sugerir uma identidade mutável, tornando-se essa mesma num processo de investigação. O balanço entre a composição dinâmica e estática reflecte uma combinação madura entre Investigação e Juventude. Ademais, a forma abstracta pretende assumir um carácter investigativo de "não-óbvio," bem como contemporâneo, e levar o público-alvo a sentir a sua irreverência e energia, congelada numa única composição.

### CONCLUSÕES

"Quão directo consigo manter-me para sentir? vs Quão indirecto posso dar-me ao luxo de ser?" (John Maeda, in "Laws of Simplicity") é a dicotomia onde o Design reside e onde a mensagem deve operar.

Neste caso, o cartaz reflecte um resultado claro e detalhado, que faz o observador olhá-lo e compreendê-lo em vários níveis de interpretação: desde olhar aproximadamente até interagir e mudá-lo. Uma efusão explícita pode conter uma mensagem implícita.

O projecto é um *work in progress*.



IJUP'12

5º ENCONTRO DE INVESTIGAÇÃO JOVEM DA U.PORTO

17 a 19 FEB

REITORIA U.PORTO



10h00h a 18h00h

128489PT

RETORES: RUI MENDONÇA



II ENCONTRO NACIONAL DE TIPOGRAFIA  
UNIVERSIDADE DE AVEIRO  
30/ SET / 2014

APÓDITOS



MEDIA PARTNER

AUTORES

TIAGO CAMPEA<sup>1</sup>, RUI MENDONÇA<sup>2</sup>

Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto, ID+ Research Institute for Design Media and Culture  
tcampea@gmail.com, ruimendonca@fba.up.pt