

Química

Revista Experimental do Curso
Tecnologia em Design Gráfico
Edição #5 | 2018





A QUINTA EDIÇÃO

A capa da quinta edição da revista Chimia foi inspirada pelo trabalho da designer gráfica e diretora de arte japonesa Yuni Yoshida, formada pela Joshibi University of Art and Design. Ela também tem um trabalho artístico e, em uma série de trabalhos intitulada "Pixelated", recria pixels usando frutas reais e técnicas analógicas. É um trabalho minucioso, delicado, onde compõe as cores e as formas para chegar ao efeito que remete ao digital.

Estas imagens dizem muita coisa a respeito do momento em que vivemos no design. Como profissionais de nosso tempo exploramos o digital porém, ao adicionar o analógico, abrimos possibilidades de enriquecer nossos resultados e experiências. Esperamos mais uma vez que gostem da revista!

O PROJETO

Fotografia, produção e edição de imagem
(Capa, 2ª e 3ª capas e contracapa):
Turma 4ª fase Design Gráfico

Edição, revisão e arte-final:
Profª Melissa Haag

Fechamento:
Julho/2018

Versão digital:

 issuu.com/revistachimia

A revista Chimia é uma publicação anual da 4ª fase do curso de Tecnologia em Design Gráfico do Centro Universitário de Brusque - UNIFEBE, realizada na disciplina de Design Editorial. É o resultado de uma experiência colaborativa, elaborada para ser uma publicação direcionada a estudantes e profissionais ligados ao design, comunicação, artes e arquitetura de Brusque e região.

 facebook.com/designunifebe

OS AUTORES

Agatha Giancesini Effting
Bernardo Vinicio Tell
Bruno Henrique Pereira
Eduarda Bruns
Eduardo Matheus Schaefer
Egon Henrique Kohler Formonte
Rodrigo Carretero Camargo de Oliveira





SUMÁRIO

Arte e Design Político 6

A flor na pele 14

Diegese na produção
audiovisual 20

Design audiovisual 32





Jogos Digitais

40

E-commerce:
oportunidade para
crescer

44

Grids, a geometria
no design

49

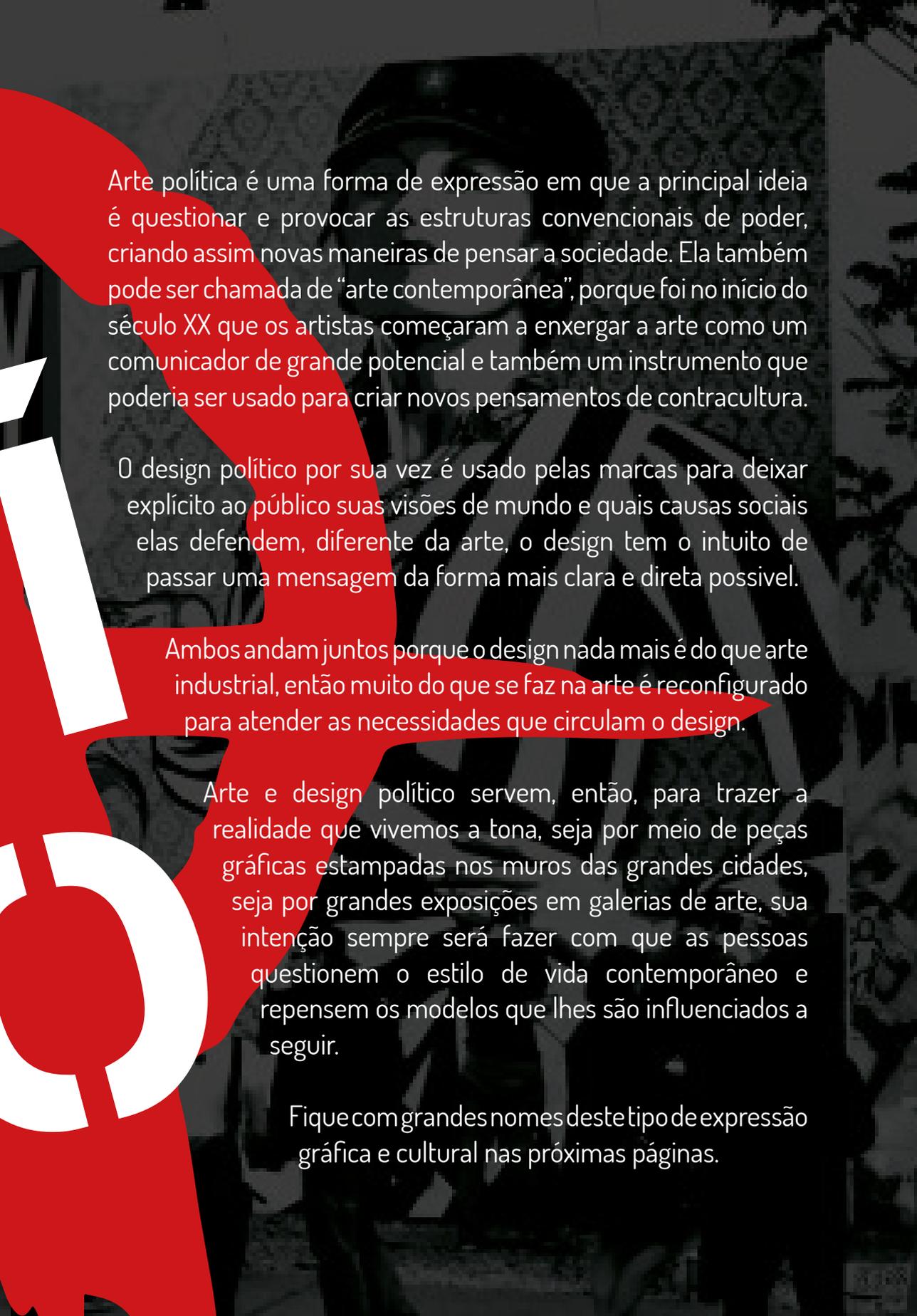


Texto e Diagramação Egon Formonte

Imagens Barbara Kruger, Johnny Brito, Luba Lukova e Shepard Fairey

ARTE E DESIGN

POP-ART



Arte política é uma forma de expressão em que a principal ideia é questionar e provocar as estruturas convencionais de poder, criando assim novas maneiras de pensar a sociedade. Ela também pode ser chamada de “arte contemporânea”, porque foi no início do século XX que os artistas começaram a enxergar a arte como um comunicador de grande potencial e também um instrumento que poderia ser usado para criar novos pensamentos de contracultura.

O design político por sua vez é usado pelas marcas para deixar explícito ao público suas visões de mundo e quais causas sociais elas defendem, diferente da arte, o design tem o intuito de passar uma mensagem da forma mais clara e direta possível.

Ambos andam juntos porque o design nada mais é do que arte industrial, então muito do que se faz na arte é reconfigurado para atender as necessidades que circulam o design.

Arte e design político servem, então, para trazer a realidade que vivemos a tona, seja por meio de peças gráficas estampadas nos muros das grandes cidades, seja por grandes exposições em galerias de arte, sua intenção sempre será fazer com que as pessoas questionem o estilo de vida contemporâneo e repensem os modelos que lhes são influenciados a seguir.

Fique com grandes nomes deste tipo de expressão gráfica e cultural nas próximas páginas.



**SHEPARD
FAIREY**



Nascimento 1970 | Charleston | EUA



Localização Los Angeles | EUA



Biografia É artista de rua, designer gráfico, ativista e ilustrador.

Seu trabalho é composto por mensagens de resistência a favor das minorias. Ele costuma fazer cartazes para manifestações e também doa suas obras para instituições e eventos.



Site obeygiant.com



**LUBA
LUKOVA**



Nascimento 1960 | Plovdiv | Bulgária



Localização Nova York | EUA



Biografia É uma das artistas mais originais da atualidade e renomada internacionalmente. Seu trabalho é econômico em linhas, cores e textos, mas suas mensagens são poderosas, provocativas e inteligentes. Aborda questões como a condição humana e a justiça fundamental.



Site lukova.net



**BARBARA
KRUGER**



Nascimento 1945 | Newark | EUA



Localização Nova York | EUA



Biografia Trabalhou como designer gráfica, diretora de arte e editora de fotografia em estúdios, como **Mademoiselle Magazine e House and Garden**. Sua obra é composta de críticas, deixando sempre clara sua opinião sobre feminismo, classicismo, autonomia, desejo e consumismo.



Site barbarakruger.com



**JOHNNY
BRITO**



Nascimento 1987 | Recife | Brasil



Localização São Paulo | Brasil



Biografia Seu foco são os sistemas de identidade visual e é nesse campo que ele está aprofundando seus estudos. Em abril deste ano lançou **Inimigo Público**, seu projeto de lambes que critica políticos brasileiros. Este projeto pode ser visto pelas ruas da cidade de São Paulo.

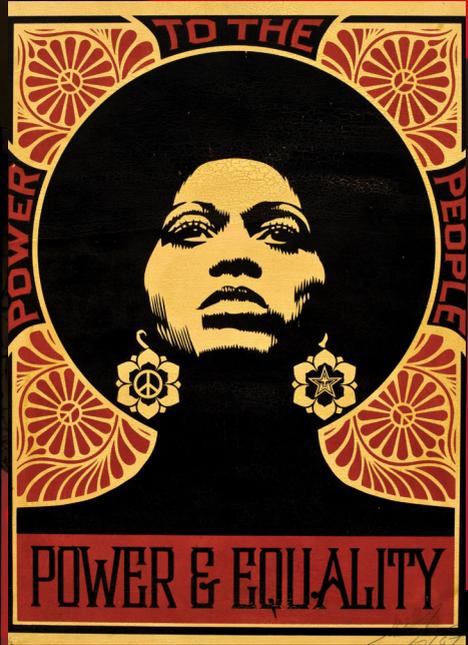


Site behance.net/johnnybrito

SHEPARD FAIREY



Cherrydog, Pop Culture



Income gap



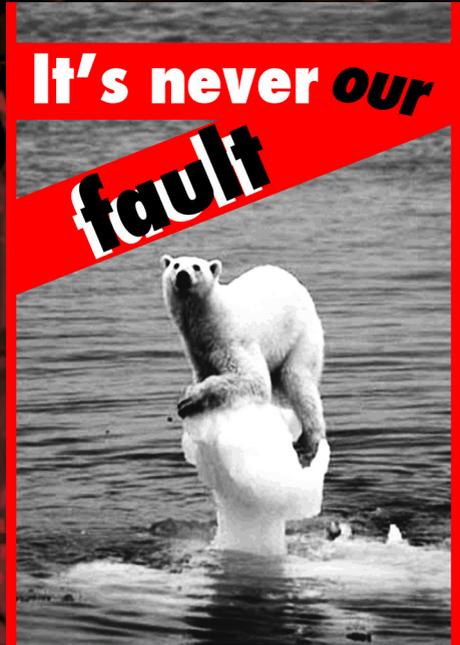
www.egallian.com



LUBA LUKOVA



BARBARA KRUGER



JOHNNY BRITO



GALLERIA



A FLOR NA PELE

JAICI É ILUSTRADORA, DESIGNER, TATUADORA E PROPRIETÁRIA DO ESTÚDIO FLORA, E VEIO CONTAR UM POUCO DE SUA JORNADA NESTA PROFISSÃO.

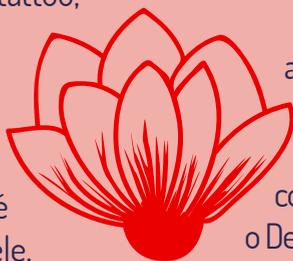
Texto e Diagramação
Duda Bruns



Jaici Lana tem apenas 20 anos, mas já é referência em sua cidade quando o assunto é tatuagem. Residente em Brusque/SC, e cursando o sétimo período de Design Gráfico em Balneário Camboriú, Jaici ainda dedica parte do seu tempo ao seu estúdio de tatuagem, o Estúdio Flora, onde vem realizando um trabalho original e característico. Com seu traço fino e fluido, mistura técnicas como pontilhismo e realismo, dando uma personalidade e tanto para sua arte. Busca influências na arte, música, filmes e mundo digital, e vem se destacando no mundo da tatuagem com um trabalho cheio de delicadeza, cuidado e singularidade.

Você sempre teve vontade de ser tatuadora? Quais eram seus planos antes disso?

J. Eu sempre gostei de tattoo, mas tatuar não era algo que eu pensava, eu não tinha confiança. Eu acho que é muito importante ter um preparo que não é só botar o desenho na pele, então isso me assustava um pouco. De vez em quando alguém me falava “ah Jaici por que você não tatua?”, mas não tinha plano pra isso, queria terminar a faculdade de design, talvez trabalhar em alguma agência.



tinta de criar coisas novas, de recortar colar. Sempre fui bastante artística desde pequena, então as paredes da minha casa eram todas riscadas de giz. Continuou até minha adolescência quando desenhava durante as aulas, então sempre tinha professores brigando comigo. E na faculdade eu escolhi o Design Gráfico justamente porque tinha muito de arte no design. O interesse por tatuar surgiu depois de muitas pessoas me dizerem que eu deveria tatuar, e depois de fazer mais uma tatuagem. Acabei entrando no assunto com um colega meu que também é tatuador e, com isso, surgiu a vontade.

Diga como e quando nasceu seu interesse por desenhar? E por tatuar?

J. Eu desenho desde pequena, sempre gostei de rabiscar, de sair riscando parede, de brincar com

Você aprendeu sozinha a tatuar, ou teve um mentor?

J. Quando me deu o clique na cabeça de que eu queria tatuar, eu contratei um profissional de um estúdio em Itajaí, que foi o meu mentor

no primeiro mês. O curso tinha dois meses, mas por alguns desencontros de ideias eu saí. Eu aprendi muito o básico, que hoje eu não aplico mais, então minha forma de tatuar é diferente do que eu aprendi, mas isso eu fui aprendendo aos poucos, através de busca de informação em grupos. Existe um grupo de minas tatuadoras do Brasil todo que a gente sempre troca muita ideia. E eu fui aprendendo sozinha basicamente, eu tive uma base bem superficial com um mentor e depois aprendi tudo por minha conta.

Seus desenhos são bem característicos. De onde vem a inspiração?

J. Sempre tive a ideia de algo bem fluido, até porque eu acredito que se enquadra no meu tipo de pessoa. Então aplicar no desenho o que eu penso e gosto está sendo bem legal. Sobre as minhas inspirações, eu busco estar sempre atualizada em novas formas de arte, desde filmes, músicas, novas pessoas, novas influências. Também a parte de desenho, procurar outras pessoas que talvez não façam aquilo que você faz e gosta, mas bem diferente, o que acaba adicionando mais coisas novas. Um pouco também vem da nossa essência, e de como a gente reage as partes da vida.

Qual a parte mais prazerosa da sua profissão?

J. Hoje em dia eu tenho aberto um campo bem diferente do tradicional na tattoo, então trato meus clientes (na maioria das vezes não chamo nem de clientes, chamo de amigo ou colega, pois depois da sessão acabam se tornando meus amigos pessoais) de uma maneira diferente. Eu sempre tento fazer um pouco mais que apenas tatuar, do que simplesmente botar a tinta na pele, ir embora e nunca mais aparecer no meu estúdio. Eu tento dar um tempo para o cliente conversar, conhecê-lo, ver suas ideias... o que pretende fazer, suas referências e criar junto uma arte que vá gostar.

Ele vai aplicar isso na pele, e tenho que deixar entender como funciona o processo e explicar o porquê de usar tal agulha, de ser feito de tal forma, qual a tinta eu uso, a técnica, como tudo ali faz parte de um momento especial, não é só o produto final, sabe?

É a experiência de entrar no estúdio, sentar no sofá, montar a ilustração junto comigo, a calma, e a paciência. Isso tudo é muito prazeroso. É o que o cliente quer, e o que eu espero, ver se encantando com a tatuagem na frente do espelho, ou a pessoa me mandar mensagem depois de alguns dias agradecendo pois era o que queria, e isso é muito legal!

**“
APLICAR NO
DESENHO O
QUE EU PENSO
E GOSTO ESTÁ
SENDO BEM
LEGAL.**





Por ser mulher, você encontrou adversidades maiores na profissão?

J. Eu creio que a maior adversidade acaba sendo não ter voz. Parece que por escolher ter um estilo diferente, você precisa sempre ter a aprovação de outra pessoa. Pode ser mesmo uma pessoa que esteja na mesma linha que você, caminhando junto, só por ser mulher parece que não é tão valorizado, que seu trabalho é superficial. Parece que o que você faz é só de brincadeira e que vai acabar amanhã. Já fui tratada mal ao passar orçamento, da pessoa rir da minha cara. E dentro do mercado da tattoo, às vezes, vendedores não valorizam a caminhada da mulher. E em relação a assédio e coisas do tipo, já vivenciei de leve, mas a gente com o tempo acaba lidando, o que é meio triste, ter que criar barreiras em relação a isso, sabe? Ter que deixar de atender homens ou sempre ter alguém junto com você quando vai atender pessoas que não conhece, ter que deixar avisado ou coisas do tipo, porque acho que acontece uma ideia de fetiche em relação a coisas do tipo.

Que dica você pode dar pra quem está começando na carreira?

J. Buscar pôr a sua ideia no mundo, cuidar muito da saúde da pessoa e se dedicar para a pessoa, não só pela tatuagem ou pelo valor que vai render depois. Buscar fazer a diferença e não seguir o padrão que existe de tatuagem.

Onde você se imagina daqui a 5 anos?

J. Bom, eu não gosto muito da ideia de propor um prazo, porque eu creio que cada momento é único, e acho que se a gente pensar muito no futuro acaba não vivendo e não aproveitando as belezas de agora. Então eu realmente pretendo prosseguir no Estúdio Flora, e mais pra frente quero fazer uma tour, sair tatuando, conhecendo pessoas novas e estúdios, isso é talvez uma das propostas para o próximo ano. Eu quero estabilizar meu momento na tattoo, minha forma de tatuar. E é isso, acho que tudo tem que ser feito no seu tempo.

JOGO RÁPIDO

3 TATUADORES NACIONAIS

- Deborah Rabelo (@rabelo.de)
- Gizele (@gizeletattoo)
- Catharina (catharinabastostatoo)

3 ILUSTRADORES

- Nath Araújo (@nanaths)
- Luana Karvat (luanakarvatilustra)
- Negahamburguer (@negahamburguer)

3 TATUADORES INTERNACIONAIS

- Sad Amish (@sad_amish_tattooer)
- Zihwa (@zihwa_tattooer)
- Lea (@lea_ht2)

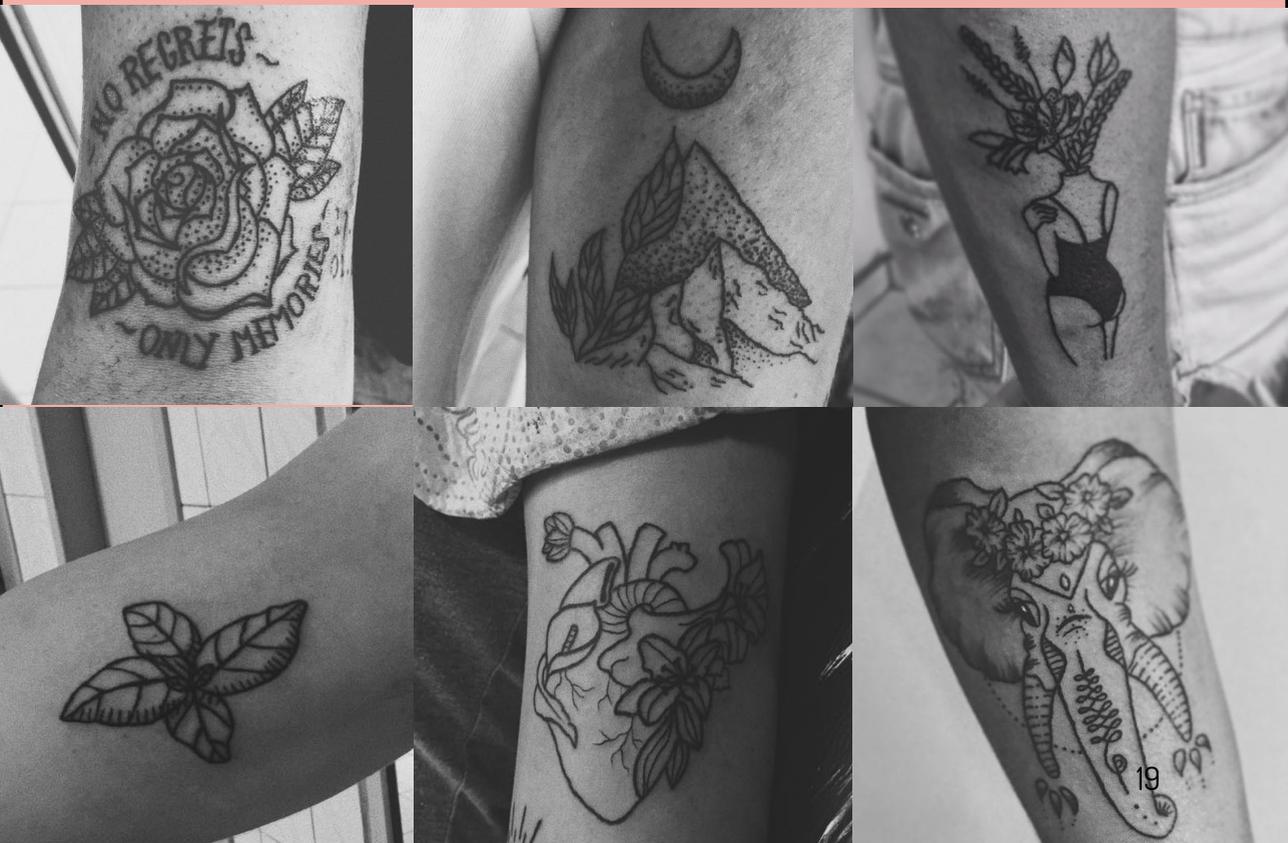
3 MULHERES F*D4AS

- Camila Lopes (blacklisted)
- Dani Cruz (daniellecruz)
- E mamãe, vale?



Você pode ver mais do trabalho da Jaici no instagram, segue lá!

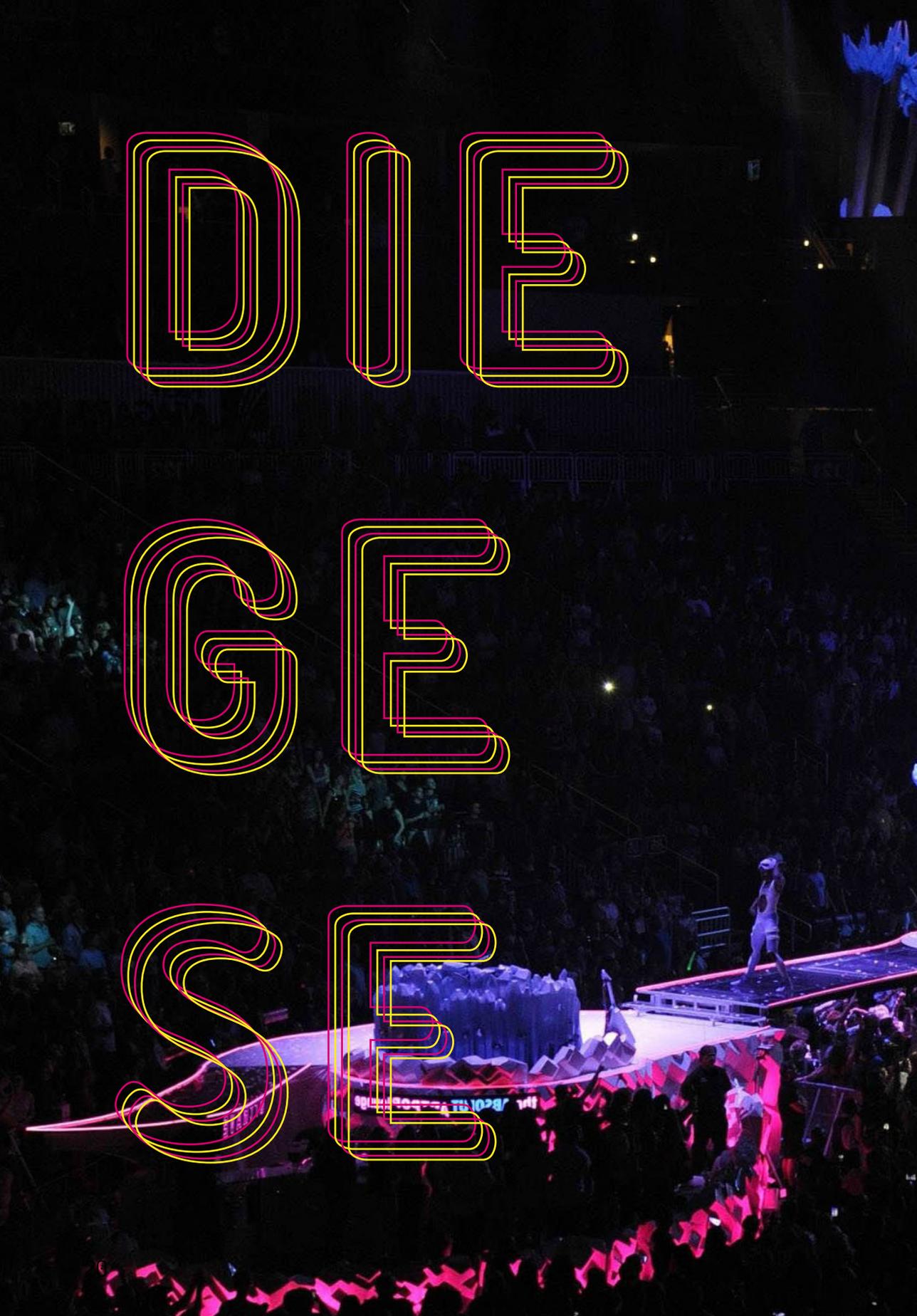
Jaici Lana | @jcl.ttt



DIE

GE

SE





na

PRODUÇÃO AUDIOVISUAL

Do desejo à concepção,
o papel do designer no entretenimento musical

Texto e Diagramação

Bernardo Vinício Tell

Imagens

Youtube/Divulgação

Muitas vezes assistimos videoclipes que ao acabar, não entendemos ou temos vários modos de interpretação sobre o mesmo, pois a diegese pode mudar de um álbum para o outro, como a criação de um novo alter ego, criando novos mundos e elementos que irão acompanhar o artista durante a era.

E o que seria a tal diegese? Brevemente, diegese seria a criação de um mundo alternativo, para contar uma história, onde os aspectos do mundo são de escolha do criador e não podem ser considerados absurdos, afinal é um mundo fantasia que servirá de base para a narrativa, um conceito.

Ela serve de ferramenta para os artistas marcarem o final de um ciclo, como por exemplo um álbum e dar



início a outro, ou também a sua continuidade. É aí que entra o designer, como exemplo, de moda e gráfico, que tornarão realidade o conceito imaginado pelo artista e sua equipe.

Agora, vamos falar sobre alguns exemplos do uso dessa ferramenta dentro do cenário audiovisual, vídeos, turnês e continuidades nas quais foram aplicadas um mundo diegético.

LADY GAGA

No videoclipe da música “G.U.Y (girl under you)”, do seu terceiro álbum de estúdio, “ARTPOP”, Gaga conta sua história na indústria da música, abordando o fato dos produtores não se importarem com a saúde física e mental dos artistas os usando para ganhar dinheiro.



Tudo é apresentado numa viagem da personagem, cheio de referências da cultura pop, moda, mitologia e atualidades. O clipe desenvolve até chegar ao objetivo, criar artificialmente um homem ideal com base nos seus códigos genéticos e para isto, junto de um gamer, Gaga traz de volta para vida grandes personalidades como Jesus, Gandhi e Michael Jackson.

Gaga trouxe estes elementos durante toda a era por meio de performances e aparições públicas, incorporando personagens como Monalisa e Vênus de Milo, uma verdadeira viagem pela arte.

Sua turnê, intitulada ArtRave: The Artpop Ball, seguiu essa diegese. O conceito era estar no planeta Venus, flores desabrochavam e bolhas



de sabão surgiam, o palco principal era composto de uma estrutura inflável incolor baseada no monte Olimpo da animação “Hércules”, onde projetores estampavam a estrutura, mudando constantemente seu design.

Créditos da era ARTPOP:

Jeff Koons - capa do álbum, design de embalagem

Brandon Maxwell - diretor de moda

Sonja Durham (in memoriam), Lacey Franks - coordenação criativa

Bobby Campbell - marketing

Amanda Silverman - publicidade

Julian Peploe - layout de texto



Escultura feita por Koons que é destaque na capa do disco ARTPOP.



O diretor de moda durante a era ARTPOP, Brandon Maxwell.

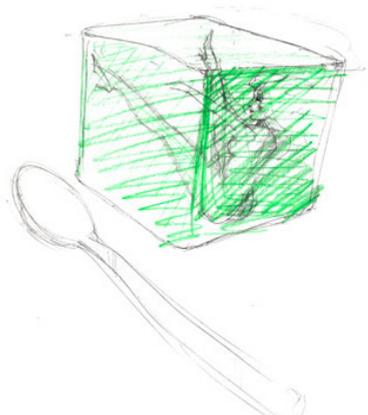
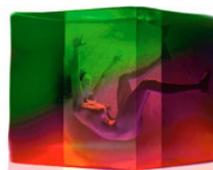
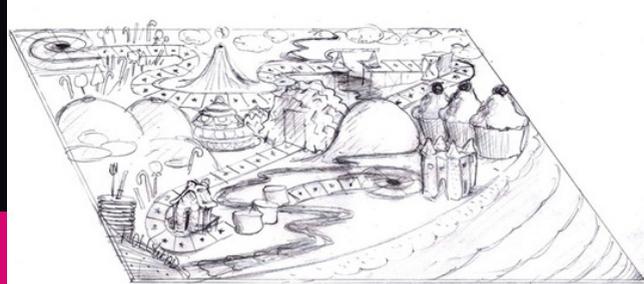


KATY PERRY

O vídeo para a música “California Gurls” do terceiro álbum de Katy Perry intitulado “Teenage Dream”, conta com com influências de “A Fantástica Fábrica de Chocolate” e “Alice no País das Maravilhas”.

O mundo criado para o vídeo é uma versão do jogo de tabuleiro “Candy Land”, uma das brincadeiras favoritas da cantora quando criança, construindo um mundo com algodão doce, bombons, chicletes, cupcakes e sorvetes, uma “Candyfornia”, trazendo elementos da infância porém com um toque apimentado.

Durante o vídeoclipe Katy e algumas garotas californianas confrontam-se com um exército de ursinhos de



gelatina comandado por Snoop Dog, protagonizando uma cena icônica da era Teenage Dream, o sutiã que atira chantilly.

Sua turnê, a California Dreams Tour, teve a mesma temática, doce e magia. Durante a música Hot n' Cold, Katy trocava de figurino mais de 10 vezes como um truque de mágica. E claro, durante California Gurls, um canhão de chantilly falso subia ao palco e Katy espirrava na direção do público referenciando a cena em seu videoclipe.

Créditos da era Teenage Dream:

Johnny Wujek - Estilista

Angelica Cob-Baehler -
Direção Criativa

Will Cotton - Fotografia e
Direção Artística.



Chantilly durante California Gurls na California Dreams Tour.



O estilista Johnny Wujek, responsável por algumas roupas da era.



MELANIE

Cry Baby é o primeiro material conceitual da cantora Melanie Martinez. Sua diegese é toda trabalhada em um mundo infantil, onde ursinhos de pelúcia ganham vida e alguns animais possuem corpos humanos. Mel é a bebê chorona (como já diz o nome do álbum) da história e de cada música (com sons de brinquedos antigos). Pode ser conectada para criar uma cronologia de acontecimentos na vida da personagem, como exemplo seu nascimento, fingir que sua família é perfeita e até ser sequestrada por um lobo mau.

Seu disco tem um encarte colorido e cativante que representa as faixas por meio de ilustrações fofas e



ao mesmo tempo macabras, material criado por Chloe Tersigni que posteriormente ganhou uma versão em livro para colorir.

A estrutura do show é simples. Durante sua primeira etapa trouxe elementos infantis para o palco como blocos de letras de brinquedo e bolhas de sabão e posteriormente foram adicionados elementos como o berço na abertura do show, fazendo alusão ao nascimento da personagem, jarras de leite com biscoitos e até o lobo mau que a sequestra em uma de suas canções.

Créditos da era Cry Baby:

Chloe Tersigni – Ilustrações

Lissy Elle –Fotografia

Stella Rose – Figurinos



Melanie durante a fotografia que resultou na capa do disco Cry Baby.



Stella Rose, responsável pelos figurinos de alguns videos da era.



POPPY

Poppy é um projeto que, resumidamente, poderia ser descrito como uma mistura de fofura e bizarrice.

É um personagem criado pelo produtor Titanic Sinclair que satiriza o estilo das cantoras pop através seus vídeos minimalistas e estranhos.

Com estilo synthpop, Poppy canta temas e age como se fosse um produto digital, vivendo na internet como youtuber e dialogando com o espectador.

Esse universo virtual e de popularidade conta com personagens como uma manequim chamada Charlotte, que ganha uma voz similar aos programas tradutores e tem um canal



próprio parodiando Poppy, uma planta que segundo a personagem loira, é uma pessoa com sentimentos. Elementos no estilo pixel art ilustrando luxo e futilidade e o visual pc glitch acompanham esse mundo pink, seja em vídeos ou performances.

Sua turnê tem um visual simples, com dois televisores que passavam os backdrops (vídeos de fundo durante as performances). Enquanto Poppy cantava, dois dançarinos vestidos de preto, com máscara e perucas loiras dançavam freneticamente no alto de blocos quadrados. Ao fundo, como DJ, Titanic Sinclair comandava todos os momentos do show, acompanhado de Charlotte, a manequim.

Créditos do projeto Poppy:

Titanic Sinclair - Diretor geral

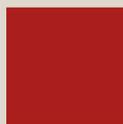
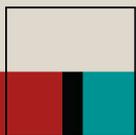


Poppy durante a Poppy.computer tour



Poppy e o produtor Titanic Sinclair





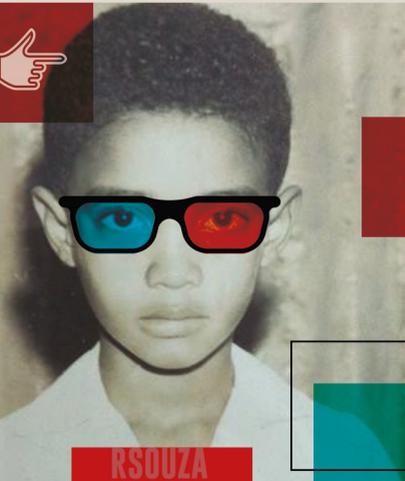
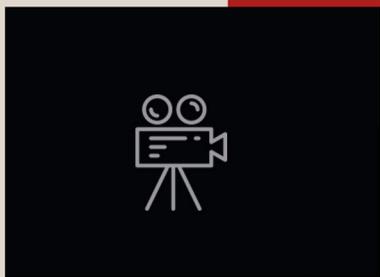


MELISSA



IGOR

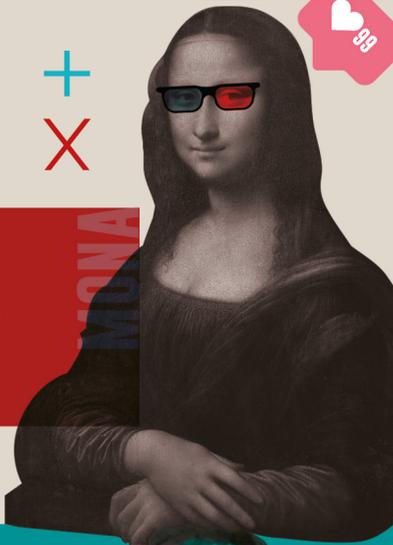
DESIGN



RSOUZA

AUDIO VISUAL

+
X



MONA



CUR19



CorelDRAW
GRAPHICS SUITE 2018

Windows 10

MÊAU



UNIFEBE
DESIGN GRÁFICO
4ª FASE
DESIGN EDITORIAL
MELISSA HAAG

RODRIGO

CARRETERO





Geralmente, quando se fala sobre o trabalho do designer gráfico, imaginamos um cara que faz ilustrações e cria toda a comunicação visual de uma empresa, como o logo e os folders. Mas a verdade é que há várias áreas nas quais esse profissional pode atuar. Ele está mais para um “resolvedor de problemas” do que para um mero criador de marcas.

O melhor é que, em cada área, existe uma série de trabalhos. É o caso do designer gráfico no mercado cinematográfico. O profissional que escolhe esse

caminho pode se especializar em criar ilustrações, fazer stop motion, animações 3D, books de projetos, créditos, direção de arte, enfim... nem o céu é o limite!

Se você se interessa por design gráfico e por cinema, vale a pena conferir algumas áreas em que poderia atuar!

Criação de Storyboard



Quando o roteiro de um filme está pronto é hora de criar a versão visual do que está escrito, ou seja, ilustrar as ideias que farão parte do filme. O designer precisa, então, criar personagens e cenas. Em geral, cada profissional tem seu próprio estilo e um portfólio com ilustrações que o apre-

sentam e o identificam dentre os demais. Quando é procurado pela produção de um filme, é porque estão esperando um resultado que tenha a ver com o que o profissional é capaz de oferecer.

Desenvolvimento de animações



Uma das áreas que o designer pode atuar na indústria cinematográfica é na de animações. Como você pode imaginar, há muito trabalho nos últimos tempos para quem decide investir nesse caminho. Há as animações tradicionais, que são feitas quadro a quadro e exigem um bom conhecimento de ilustração e as animações em stop motion, o motion graphics e animações 3D, que exigem menos conhecimento de ilustração e mais de gráficos e modelagem 3D.

Edição de efeitos especiais



O designer também pode atuar criando edição de efeitos especiais. Essa etapa, em geral, é feita por uma equipe especializada em pegar os desenhos criados e inseri-los nas cenas, de modo que fiquem bem encaixados e que, quem estiver assistindo consiga enxergar as cenas e os personagens como reais, dentro do contexto. Quando vemos filmes antigos, os efeitos são mais precários e, por isso mesmo, as cenas parecem mais difíceis de nos convencer.

Há muitas outras áreas que o designer gráfico pode trabalhar no mercado cinematográfico, basta que se interesse pelo campo de atuação e escolha uma especialidade para a qual vai se dedicar.



RICARDO

WESCHENFELDER

cineasta e professor universitário

“Considero o profissional de Design muito importante nas produções audiovisuais.

O designer pode trabalhar tanto na identidade visual do projeto, quanto na concepção dos créditos iniciais e finais do produto audiovisual.

E além disso, como a fotografia, a direção de arte e a finalização de imagem estão cada vez mais afinadas e trabalhando juntas, o designer gráfico pode contribuir muito na concepção da imagem do filme ou audiovisual.”



Esboços para lettering do filme “O grande Gatsby”

O DESIGN NO CINEMA



As composições estéticas de obras cinematográficas podem servir como base de inspiração para criações relacionadas ao design gráfico e vice-versa.

Wes Anderson é um cineasta conhecido pela estética cuidadosa de suas obras audiovisuais. Há uma atenção especial para escolher a cor, o ângulo e o enquadramento mais adequado para o estilo que se quer para cada cena. O diretor é perfeccionista em relação à

criação visual de seus filmes. Em “O Grande Hotel Budapeste”, de 2014, levou quatro premiações do Oscar, inclusive Melhor Direção de Arte. Anderson utiliza uma variada gama de cores pastéis, cenários bem estruturados e coloridos, composições simétricas e, muitas vezes, minimalistas. Pode-se observar no filme um cuidado na criação de diversos materiais gráficos, o que contribui para a direção de arte ser tão especial.

CONFERE AÍ



REFERÊNCIAS



JOGOS

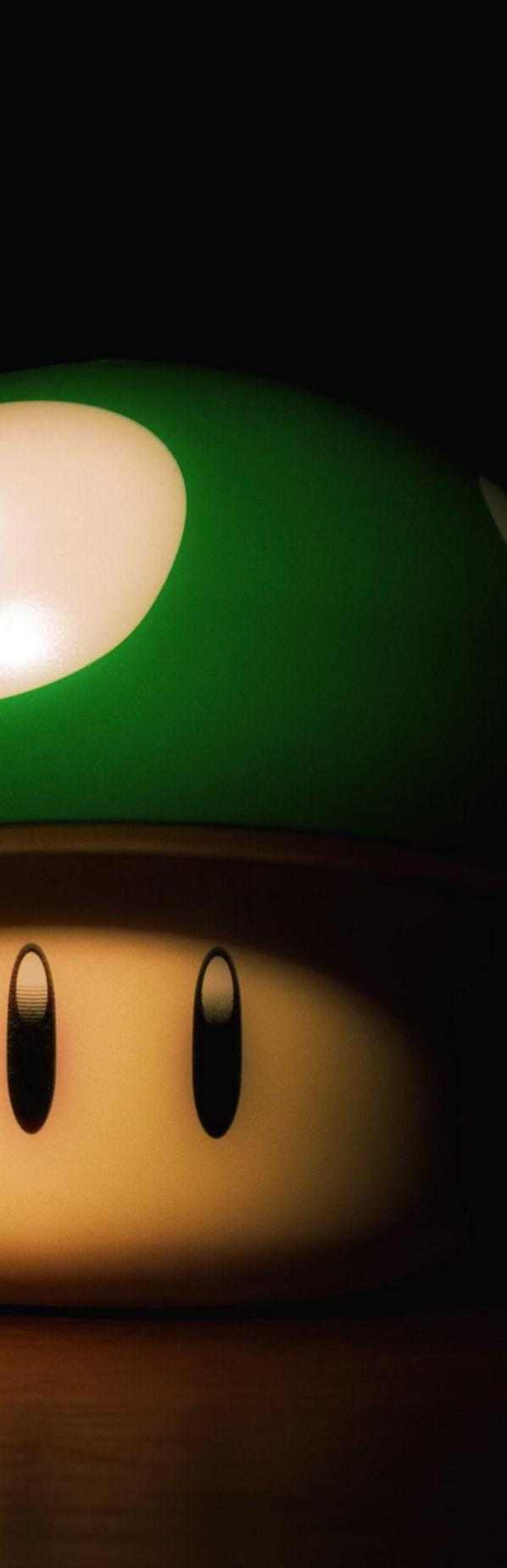
Digitais

Texto e Diagramação
Eduardo Matheus Schaefer

O profissional de jogos digitais conhece todo o processo de desenvolvimento de um jogo, seja ele digital ou analógico. Tem conhecimento de ferramentas e de processos para desenvolver uma ideia. É ele que vai entender como um projeto de game design se estrutura do começo ao fim.

Esta entrevista com o coordenador do curso de Jogos Digitais da UNIFEBE, Fernando Merizio, pretende esclarecer um pouco a respeito das características desta profissão.





Como foi a decisão de criar o curso de Jogos Digitais para a UNIFEBE, em Brusque?

Este era um assunto pertinente na disciplina de Introdução ao Conhecimento Tecnológico, do curso de Design Gráfico e um dos tópicos da ementa era discutir as possibilidades profissionais do designer gráfico. Uma delas era trabalhar na área de desenvolvimento de jogos. Hoje temos muitos artistas no Brasil trabalhando com isso, principalmente com a parte visual ou animação 2D e 3D.

Ministrando essa disciplina mais vezes começamos a perceber o interesse dos estudantes, mas acabavam desistindo da ideia por ter cursos apenas em outros municípios e teriam que sair de Brusque. Esses fatos serviram para pensar que o curso seria bem aceito na nossa região.

Como o estudante aprende os processos de criação de um jogo?

O aluno vai entender os elementos básicos que formam o jogo, que são divididos em quatro eixos.

1 - ESTÉTICA

(parte artística do projeto)

A estética está relacionada com a parte visual e auditiva.

O curso tem um conjunto de disciplinas onde o estudante vai aprender a desenhar e animar em 2D, a modelar e animar em 3D, a criar level design, criar personagens e tudo relacionado à estética.

2 - NARRATIVA

(a história do jogo)

O aluno de Jogos Digitais da UNIFEFE tem disciplinas que vão ajudá-lo a criar e a escrever histórias, a pensar em como elas se estruturam.

Sabemos que as narrativas dentro dos jogos digitais tem tomado um lugar importante, as pessoas têm procurado boas histórias, complexas, que as envolvam e lhes mantenham imersas no jogo.

3 - MECÂNICA

(regras)

Temos três disciplinas de desenvolvimento de jogos que aprofundam os conhecimentos na área de produção e que vão dar aos estudantes a condição de entenderem como é criada as mecânicas do jogo. As mecânicas são as regras, é a maneira de como o personagem ganha e perde ponto, como ele evolui, quanto de dano a espada do personagem da, quanto absorve um escudo do personagem, entre outros.

4 - TECNOLOGIA

É a maneira pela qual o jogo é veiculado (se é o meio físico

ou digital). Os softwares que utilizamos para criar os jogos são os de edição de imagem, edição de áudio, que vão nos dar suporte para construir as narrativas junto com os motores de jogos.

O curso tem duas disciplinas de motores de jogos. Basicamente podemos explicá-las deste modo:

Motores de Jogos 1: O Construct 2 é uma ferramenta que produz jogos em 2D. São jogos que podem ser exportados para html, mobile, IOS e Android.

Motores de Jogos 2: O Unity hoje é uma das principais ferramentas que há no mercado, pois é extremamente robusta, exporta para uma quantidade muito grande de plataformas, como jogos de Xbox, PC, mobile e PS4.

Temos grandes jogos feitos com a mesma ferramenta que o nosso estudante vai ter acesso, como por exemplo, Cuphead, Hearthstone, Super Mario Run e Horizon Chase Turbo, todos desenvolvidos no Unity.

Esses 4 elementos (estética, narrativa, mecânica e tecnologia) formam o que um dos principais autores no desenvolvimento de jogos, Jesse Schell, chama de téttrade elementar. A estrutura do curso é baseada na teoria que tem um olhar para a prática.



E-COMMERCE: OPORTUNIDADE PARA CRESCER

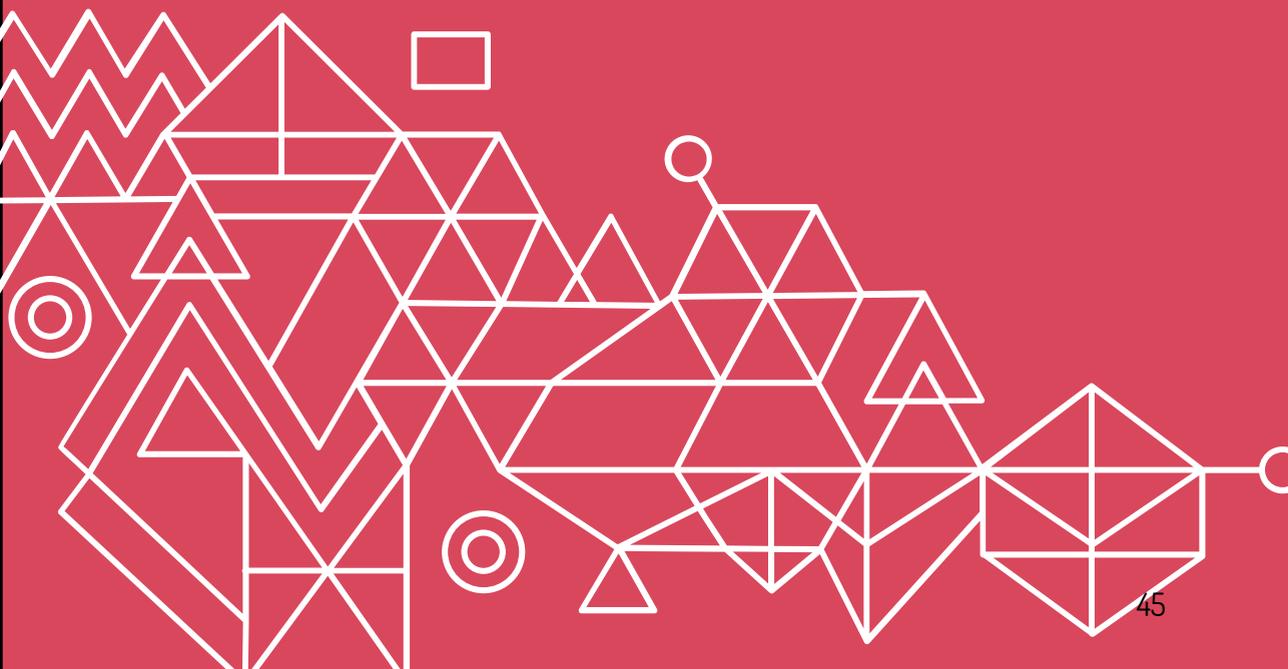
Texto e diagramação: Agatha Effting
Imagens: Divulgação



A Híbrido é uma empresa situada em Brusque, que transforma lojas virtuais em negócios de sucesso. Trabalha na concepção de projetos de e-commerce, implantação, otimização e busca por resultados.

Conversamos com os cabeças da Híbrido para saber mais sobre esse mercado que cresce cada vez mais, o e-commerce.

Ráfaga Giancesini, Frontend Developer, que atua há mais de cinco anos com desenvolvimento web e é responsável pelo SEO da Híbrido e dos clientes, e Júlio Amaral de Souza, UX/UI Designer, publicitário graduado e um dos responsáveis pela criação de interfaces com foco na experiência do usuário. Nas próximas páginas vamos entender um pouco mais sobre este mercado digital.



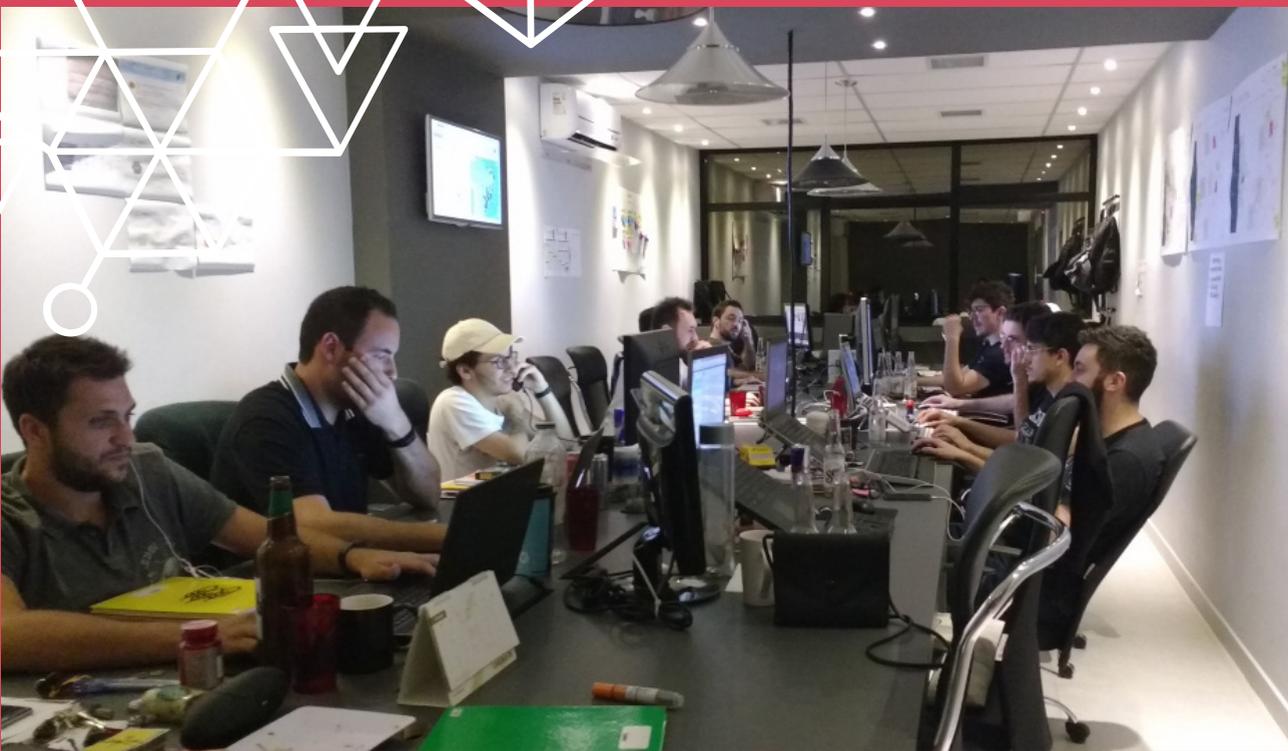


Como surgiu a ideia de montar a Híbrido?

Ráfaga: Ela nasceu com dois sócios que tinham uma empresa chamada “Achei consulta” que era uma página da web onde você procurava seu médico. Eu trabalhava em outra empresa, sai de lá e entrei nesse espaço para trabalhar com coworking, que é um espaço para compartilhar negócios. Quando estávamos em cinco pessoas resolvemos criar uma empresa de e-commerce.

Como é o processo de trabalho?

A empresa atua primeiramente com a venda, sendo posteriormente realizado o projeto, e o briefing, que é uma série de perguntas ao cliente, irá demonstrar o objetivo da empresa. Depois disso é realizado o design onde através do briefing é desenhado o layout para mostrar para o cliente como ficará a ideia de visual da loja dele. No próximo passo é feito o desenvolvimento do projeto, utilizando os códigos, onde o produto começa a ter forma, finalização e informações.



Quais as pesquisas de mercado que vocês costumam fazer?

Ráfaga: Buscar referências é muito bom para ter uma base, procurando em sites como “SimilarWeb” que nos oferece a possibilidade de ter vários sites focados diretamente com o desejo do cliente, assim fazendo um filtro e pesquisando dentro do mercado de e-commerce.

Quais são as melhores datas para o comércio digital?

Ráfaga/Júlio: A Black Friday é a mais importante e a que mais traz retorno. É o dia em que as pessoas procuram produtos de boa qualidade com preços mais acessíveis, dando assim um forte lucro a empresa pela quantidade de vendas.

Quais são os maiores desafios?

Ráfaga: O nosso maior desafio é auxiliar o cliente a vender mais, porque a empresa é mais do que uma desenvolvedora de e-commerce. Queremos garantir um bom retorno, manter uma parceria, porém deverá existir comprometimento e dedicação do cliente para que haja um bom resultado.

Quais os planos futuros da empresa?

Ser considerada a maior referência no Brasil de e-commerce estratégico, além de desenvolver um projeto para o cliente, trazer mais números e dados para tomar decisões dentro do e-commerce.

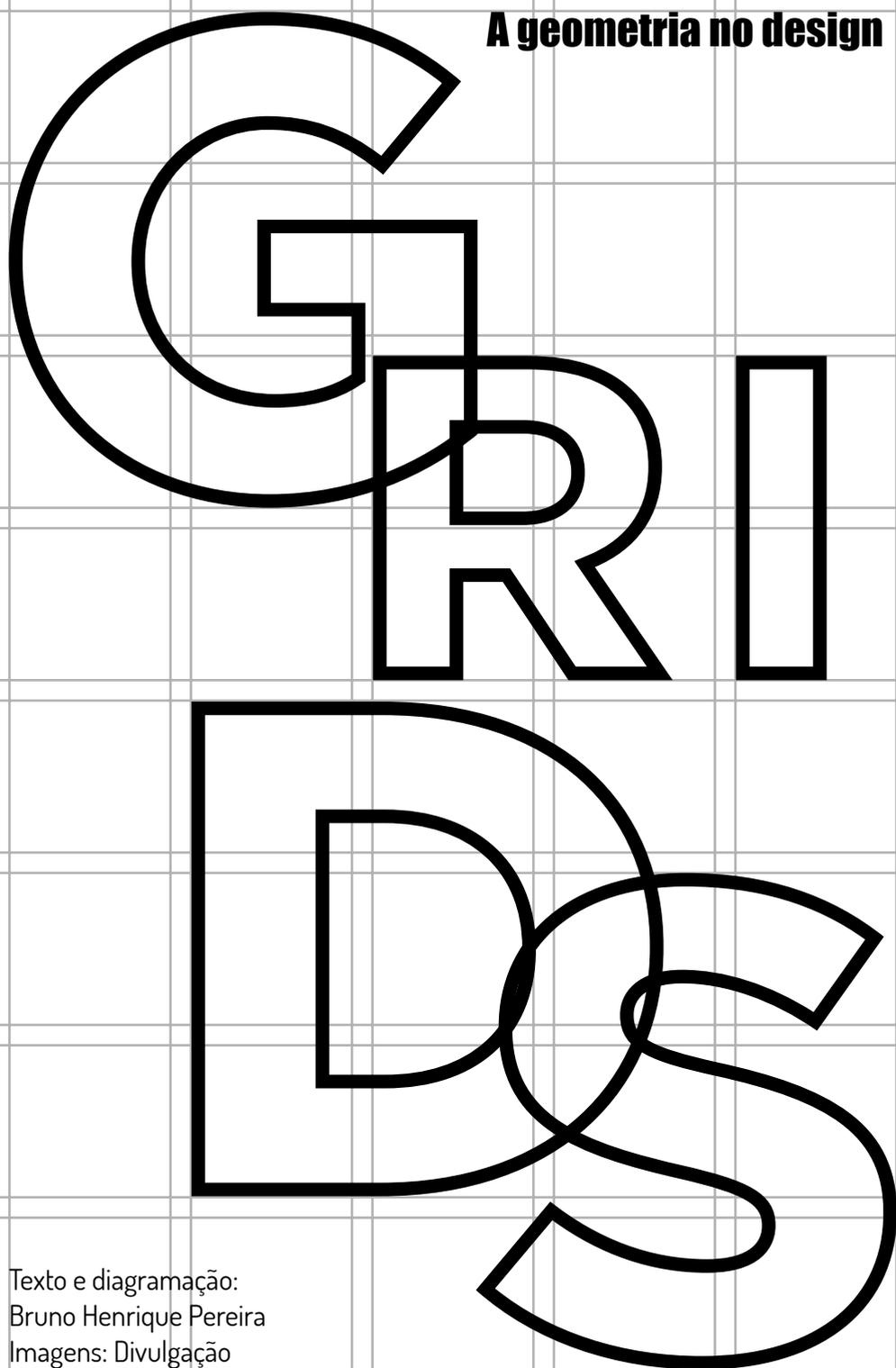


facebook.com/souhibrido



instagram.com/souhibrido

A geometria no design



Texto e diagramação:
Bruno Henrique Pereira
Imagens: Divulgação

O grid é um conjunto de linhas conscientes e lógicas utilizadas unicamente para organizar os elementos de uma página em um projeto gráfico. O grid é utilizado durante o processo de criação, mas geralmente não fica visível no material final.

O grid pode ser formado por linhas verticais, horizontais, diagonais, círculos, triângulos ou outras formas, desde que possuam coerência e constância com projeto desenvolvido.

Para que serve?

O grid tem o objetivo de orientar a distribuição de elementos dentro de um layout, contribuindo para manter harmonia, alinhamento e organização do produto final. Esses aspectos criam maior interesse, facilitam a compreensão e leitura para o leitor.

Como surgiram?

Os grids já eram utilizados muito antes do surgimento do design, mesmo sem possuir esse nome ainda. Diversos artistas buscaram utilizar proporções e regras matemáticas visando alcançar a beleza. Desde manuscritos é possível identificar o uso dos mesmos grids que ainda são utilizados nos dias atuais. Embora seja antigo seu uso, foi apenas após a Segunda Guerra que o sistema começou a ser formalizado por designers e intelectuais, como Jan Tschichold, um dos maiores nomes do assunto.



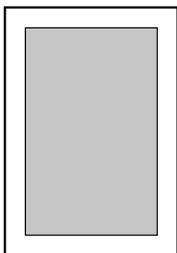
Jan Tschichold.

Tipos de Grid

Embora não existam regras fixas para criação de um grid, existem alguns tipos de grids bastante comuns.

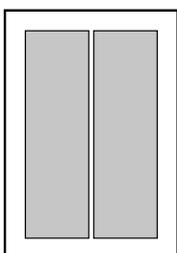
Grid de uma coluna

Utilizado para livros, relatórios e textos longos e contínuos. São bastante simples e formais, formados apenas por um bloco de texto geralmente.



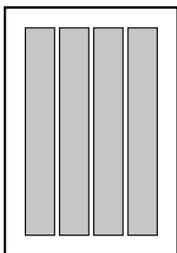
Grid de duas colunas

Uma divisão mais flexível que o exemplo anterior, bastante utilizado em grandes quantidades de texto.



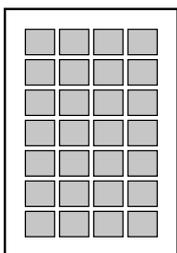
Grid múltiplas colunas

Ainda mais versátil que o anterior, é também utilizado para grandes quantidades de texto. Jornais, revistas e websites usam frequentemente esse tipo de grid.



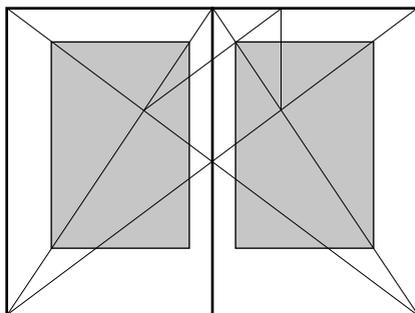
Grid modular

É formado por divisões horizontais e verticais. Dá maior controle e possibilidade para distribuição dos elementos. Pode ser mais indicado para materiais mais complexos, com diversos blocos de textos, imagens e/ou outros elementos gráficos.



The Van De Graaf Canon

Você provavelmente já viu essa distribuição de texto em algum livro. Mesmo sendo utilizado há muito tempo, ainda é considerado um dos métodos mais elegantes de diagramação. Observe abaixo as relações encontradas dentro da própria página para formar o grid.



O Grid não é uma regra!

O grid é uma ferramenta, ou seja, ele pode ser usado para contribuir com seu projeto, mas não é uma regra. O Grid por si só não garante um bom design, outras noções estéticas tem grande peso no resultado final, como noções de cores, tipografia, composição, fotografia, entre outras. E um grande trabalho de design não necessariamente fez uso de grids no seu desenvolvimento.

O mais importante é o design funcionar, não o grid utilizado.



MAKING OF

