

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
DESIGN VISUAL

A UTILIZAÇÃO DE MOTION GRAPHICS
COMO FACILITADOR NA COMPREENSÃO
DE CONCEITOS DA SEMIÓTICA NO DESIGN

Felipe Leivas Barroco

Porto Alegre / RS
Dezembro de 2014

Dezembro de 2014
UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
DESIGN VISUAL

A UTILIZAÇÃO DE MOTION GRAPHICS
COMO FACILITADOR NA COMPREENSÃO
DE CONCEITOS DA SEMIÓTICA NO DESIGN

Felipe Leivas Barroco

Relatório apresentado à disciplina Trabalho
de Conclusão de Curso em Design Visual II
do curso de graduação em Design Visual da
Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Orientadora: Marion Divério Faria Pozzi

Porto Alegre / RS
Dezembro de 2014

Dezembro de 2014
UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
DESIGN VISUAL

A UTILIZAÇÃO DE MOTION GRAPHICS
COMO FACILITADOR NA COMPREENSÃO
DE CONCEITOS DA SEMIÓTICA NO DESIGN

Felipe Leivas Barroco

Aprovado na disciplina Trabalho de Conclusão de Curso em Design Visual II do curso de graduação em Design Visual da Universidade Federal do Rio Grande do Sul pela banca examinadora:

Professora Doutora Marion Divério Faria Pozzi – Orientadora

Professora Mestra Maria do Carmo Curtis

Professor Doutor Mário Furtado Fontanive

Professora Mestra Ruth Rejane Perleberg Lerm

Porto Alegre / RS

10 de Dezembro de 2014

RESUMO

Este trabalho explora a área de Motion Graphics para facilitar a compreensão de conceitos da Semiótica aplicados ao Design. A relevância do tema existe uma vez que os estudos semióticos desempenham um papel importante na profissão do designer, que tem como premissa a atribuição de significados à sua produção. Através de processos de uma metodologia do Design de Informação, que se propõe a avaliar a compreensão da informação por parte do usuário em diferentes estágios, busca-se desenvolver um material que forneça uma nova abordagem a conceitos reconhecidamente de difícil assimilação pelos designers. Como resultado, criou-se um vídeo que aborda o conceito de signo e sua estruturação no nível objeto, fundamento e interpretante. As avaliações do material desenvolvido confirmaram a hipótese do trabalho, que peças de Motion Graphics podem auxiliar a assimilação da semiótica no Design.

Palavras-chave: motion graphics, semiótica, design de informação, vídeo

ABSTRACT

This work consists of exploring the Motion Graphics in order to facilitate the comprehension of semiotics concepts applied to Design. The relevance exists since semiotics studies play an important role in the profession of the designer, who needs to allocate meanings to their production. Through processes of an Information Design methodology, which aims to assess the comprehension of information by the user at different stages, we seek to develop a material that provides a new approach to concepts known as difficult to assimilate by designers. The result was a video about sign: what it is and how it is structured as object, representamen and interpretant. The evaluation on the final piece validated this work hypothesis, that Motion Graphics can help to assimilate semiotics applied to Design.

Keywords: motion graphics, semiotics, information design, video

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Metodologia do Design de Informação de Janice Redish.....	10
Figura 2: Metodologia Projetual do Motion Graphics	11
Figura 3: Metodologia de Trabalho	13
Figura 4: Cronograma de trabalho	14
Figura 5: Componentes do Signo	17
Figura 6: Créditos iniciais do filme The Man with the Golden Arm.....	21
Figura 7: Cartaz do filme The Man with the Golden Arm	21
Figura 8: Técnica de Card Sorting	41
Figura 9: Card Sorting – Contextualização	42
Figura 10: Card Sorting – O que é signo	42
Figura 11: Card Sorting – Exemplificação.....	43
Figura 12: Mapa Mental – Exemplificação	44
Figura 13: Quadros de Django Unchained Kinetic Typography	47
Figura 14: Quadros de Elements of Design	48
Figura 15: Quadros de O que é Motion Graphics?	48
Figura 16: Quadros de Ilha das Flores	49
Figura 17: Storyboard – Sketch	50
Figura 18: Storyboard Vetorizado	51
Figura 19: Padrão Tipográfico - Lato	52
Figura 20: Paleta de Cores Principal	52
Figura 21: Elementos icônicos.....	53
Figura 22: Caricaturas dos teóricos	54
Figura 23: Linhas teóricas.....	54
Figura 24: Produto – Ipad	55
Figura 25: Personagem – Intérprete	55
Figura 26: Símbolo de perigo / alta tensão	56
Figura 27: Quadros do vídeo Bebê - Parceria Contra Drogas	57
Figura 28: Personagem – Criança	58
Figura 29: Personagem – Adulto	58
Figura 30: Personagem – Surfista	58
Figura 31: Camadas de acabamento (antes e depois)	60

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	6
1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO E JUSTIFICATIVA.....	6
1.1.1 Tema	7
1.1.2 Problematização.....	7
1.1.3 A hipótese	7
1.2 OBJETIVO GERAL	7
1.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	8
2 METODOLOGIA	9
2.1 ASPECTOS TEÓRICOS	9
2.2 METODOLOGIA UTILIZADA	9
2.3 CRONOGRAMA DE TRABALHO.....	14
3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	15
3.1 SEMIÓTICA.....	15
3.1.1 A Semiótica e o Design	16
3.1.2 Semiótica Peirceana	17
3.2 MOTION GRAPHICS	20
3.2.1 Origens e Definições	20
3.2.2 Aspectos Projetuais.....	24
3.2.3 Estrutura Visual	25
3.2.4 Motion Graphics enquanto linguagem.....	27
3.2.5 O Ritmo	29
3.3 DESIGN DE INFORMAÇÃO	31
3.3.1 Testes e Pesquisa com o usuário	31
3.3.2 Ferramentas	33
3.3.2.1 Cognição	34
3.3.2.2 Comunicação	35
3.3.2.3 Linguagem Visual.....	36

4 DESENVOLVIMENTO	37
4.1 Plano de Informação	38
4.2 Plano de Projeto	38
4.3 Roteirização	41
4.4 Storyboard.....	46
4.4.1 Pesquisa de referências visuais	47
4.4.2 Esboço de ideias	50
4.4.3 Vetorização do storyboard.....	50
4.4.4 Animatics.....	52
4.4.4.1 Apresentação de conceitos da Semiótica.....	53
4.4.4.2 Apresentação de conceitos de signo.....	55
4.4.4.3 Aplicação do conceito de signo	56
4.4.5 Avaliações	59
4.5 Produção Final	59
4.6 Processo contínuo.....	61
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	62
REFERÊNCIAS	64
APENDICE A – Roteiro (Versão inicial)	67
APENDICE B - Entrevistas com usuários	69
APENDICE C – Anotações da Narradora no Roteiro	81

1 INTRODUÇÃO

1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO E JUSTIFICATIVA

O estudante de design, ao ingressar no curso de graduação, não tem a dimensão da abstração de conceitos que terá que compreender e empreender em seus futuros projetos acadêmicos e profissionais. Conforme explicita Jordan (2000), o designer deve considerar em seus projetos, além de sua forma e função, as experiências e emoções promovidas pelo objeto e, em última instância, seus significados.

O processo de atribuir significados aos produtos não é trivial e, por esse motivo, a disciplina de Semiótica integra os currículos dos cursos de design. Niemeyer (2003) destaca que "A Semiótica oferece aos designers uma metodologia que, quando aplicada, auxilia no processo de comunicação e geração de sentido da ideia a ser transmitida, estudando sua semiose". Pela falta da prática no assunto, grande parte dos profissionais na área do Design faz uso da Semiótica apenas de forma intuitiva, deixando de lado uma poderosa ferramenta.

Semiótica deve ser adotada como uma forma de compreender em profundidade como os signos agem e como seus fundamentos podem auxiliar os profissionais em seus projetos, desta forma poderão desenvolver produtos com intensa capacidade de significação (SANTAELLA, 1983).

Em tese, essa disciplina, por si só, daria conta dos processos de significação e capacitaria os alunos a desempenhar essa tarefa. Entretanto, sabe-se que não só os alunos, mas também professores, pesquisadores e profissionais, tem dificuldades de aplicar os conceitos da Semiótica em sua prática profissional.

Niemeyer (2003) aponta os problemas na construção do conhecimento em Semiótica afirmando que existem "dificuldades decorrentes do requinte das categorias, a aspereza do léxico e de sistemas de pensamento da teoria, agravadas da exiguidade da bibliografia então disponível, da falta de interlocutores".

Diante disso, surge a necessidade de se explorar novas ferramentas que auxiliem a aprendizagem dessa teoria, tornando mais tangível a abordagem de conceitos complexos e relevantes na área do design. O Motion Graphics surge então como uma possível ferramenta para este fim, pois, concordando com Velho (2008),

em uma simples peça de Motion Graphics pode ocorrer uma grande complexidade de arranjos em dimensões variadas.

1.1.1 Tema

O presente trabalho tem por tema explorar o Motion Graphics e a sua grande gama de recursos multimídia tendo em vista facilitar o entendimento de conceitos da Semiótica relevantes ao Design.

1.1.2 Problematização

A fim de explicitar-se o problema a ser investigado, propõe-se a seguinte pergunta:

É possível desenvolver um produto (ou um material) que facilite o entendimento de conceitos da Semiótica aplicados ao design para alunos, professores, pesquisadores e profissionais da área?

1.1.3 A hipótese

Parte da motivação para esse trabalho tem origem na experiência e no contato como aluno com as teorias da Semiótica desenvolvidas na disciplina de Semiótica, no segundo semestre 2010, durante o curso de graduação em Design Visual. Em diferentes momentos da disciplina, para dar suporte aos ensinamentos e debates relativos à Semiótica, a ferramenta do vídeo esteve presente, facilitando a assimilação dos conceitos. Desta forma, a presente pesquisa assume como principal hipótese a seguinte afirmação:

Peças de Motion Graphics conferem potencial para explicar conceitos da Semiótica no Design.

1.2 OBJETIVO GERAL

Diante da problemática apresentada, este trabalho tem como objetivo geral explorar o Motion Graphics para facilitar a compreensão de tópicos do campo da Semiótica relevantes ao Design.

1.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Explicitar a importância que os conceitos da Semiótica têm na área do Design: tanto no âmbito acadêmico, para os estudantes, professores e pesquisadores, quanto no âmbito do mercado de trabalho, para os profissionais atuantes;
2. Definir qual(is) conceitos da Semiótica será(ão) abordado(s) no produto final deste trabalho;
3. Aprofundar os conhecimentos específicos da Semiótica necessários para tratar os conceitos que serão abordados;
4. Abordar conceitos da Semiótica, sob o aporte da linguagem Motion Graphics, visando uma compreensão mais direta e facilitada do que os métodos tradicionais.

2 METODOLOGIA

2.1 ASPECTOS TEÓRICOS

Para aprofundar os conhecimentos da Semiótica foi desenvolvido um estudo sobre essa teoria (as origens desse campo do conhecimento, suas diferentes linhas de pensamento e como ela vem sendo aplicada na área do Design). Na sequência, foi realizada uma análise mais específica da Semiótica Peirciana com intuito de contribuir para um melhor entendimento de conceitos fundamentais que poderiam ser explorados como tópicos do produto final: autores como Lucia Santaella e Lucy Niemeyer trouxeram contribuições significativas no escopo da linha teórica de Charles Peirce.

A fundamentação no âmbito da linguagem de Motion Graphics foi baseada, primariamente, pela produção de Jon Krasner no livro “Motion Graphic: Design Applied History and Aesthetics” e na dissertação de mestrado de João Velho “Motion Graphics: linguagem e tecnologia – Anotações para uma metodologia de análise”. Foi necessária também uma fundamentação acerca do cinema e do vídeo pois, conforme Velho (2008) ressalta, o “Motion Graphics herda procedimentos do cinema e da animação”. A produção de Arlindo Machado, como os livros “Pré-cinemas & Pós-Cinemas”, “Made in Brazil: três décadas de vídeo brasileiro” e “Arte e Mídia”, trouxeram contribuições significativas referente a evolução histórica do vídeo e do cinema.

Para o desenvolvimento do trabalho foi utilizado, como base para a metodologia, um processo metodológico da área do Design de Informação, desenvolvido por Janice Redish. A autora é especialista em Design de Informação, organização de conteúdo, usabilidade e experiência do usuário. Essa área, além de oferecer a metodologia que norteou o projeto, também trouxe diversos conceitos, úteis no processo de decodificação e transmissão da informação.

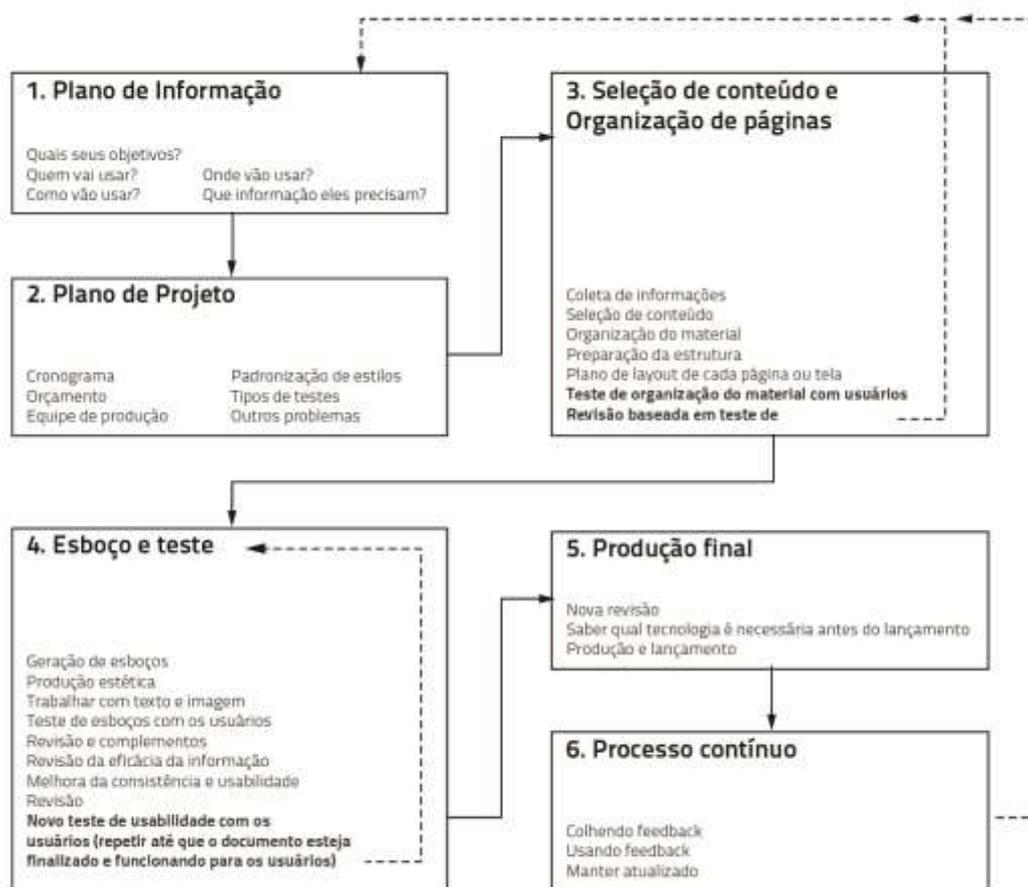
2.2 METODOLOGIA UTILIZADA

De acordo com Couto (1999 apud MOURA, 2009), o Design é uma área fertilizada por outros campos do conhecimento, cujos limites são ampliados em um universo interdisciplinar. Neste sentido, é possível afirmar que o Motion Graphics

também possui um caráter híbrido em seu processo, pois une conceitos de design com os de produção audiovisual.

A metodologia adotada no desenvolvimento desse projeto tem o mesmo caráter de hibridismo do Motion Graphics, pois é composta por métodos provenientes de diferentes áreas. A maior contribuição vem do Design de Informação, com a metodologia proposta por Redish (2000), conforme a imagem na Figura 1.

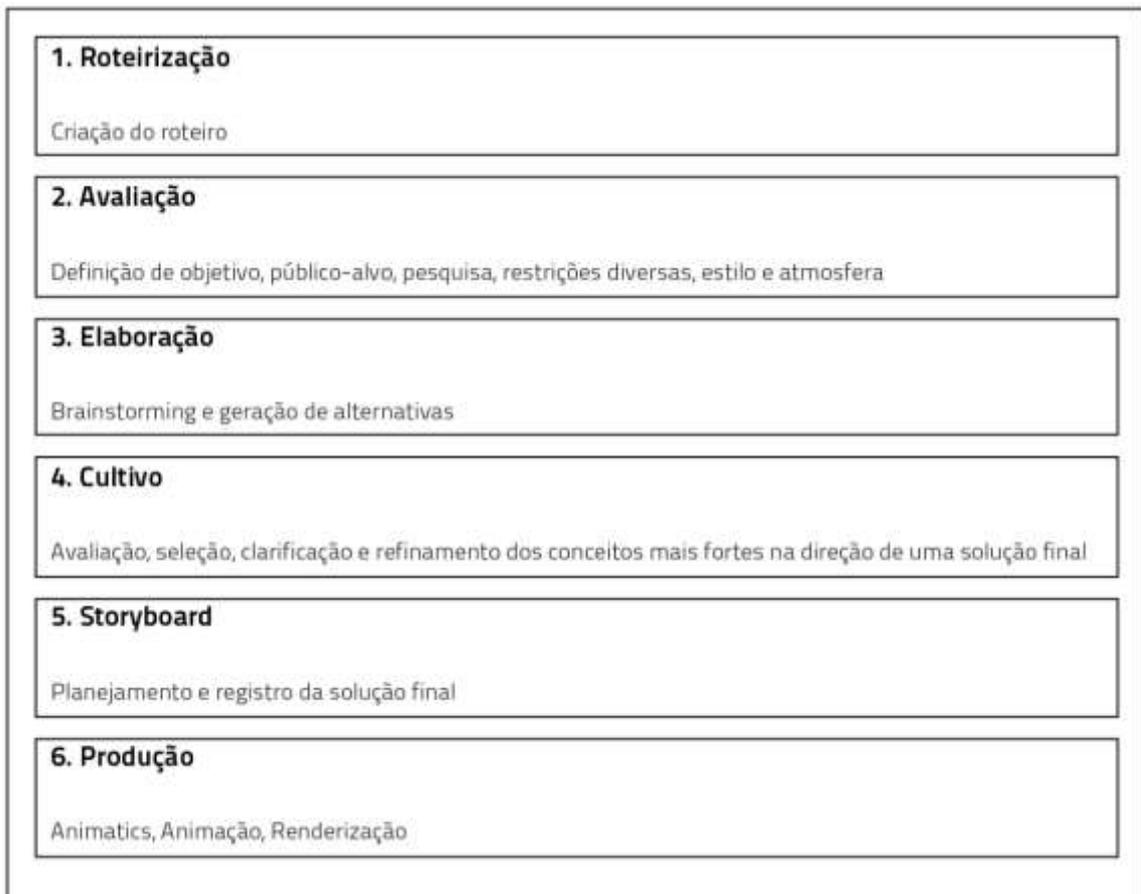
Figura 1: Metodologia do Design de Informação de Janice Redish



Fonte: Redish (2008). Adaptado pelo autor.

As macro etapas do processo foram mantidas, bem como algumas etapas específicas das macro etapas iniciais. Nas sub etapas foram distribuídas as etapas do processo específico do Motion Graphics apontadas por Krasner (2008) e Velho (2008), compiladas no estudo feito por Haupenthal (2012) conforme a imagem na Figura 2.

Figura 2: Metodologia Projetual do Motion Graphics



Fonte: Krasner (2008); Velho (2008). Apud Haupenthal (2012).

A seguir são detalhadas as seis grandes etapas do processo de Redish (2000): Plano de Informação, Plano de Projeto, Seleção de Conteúdo e Organização do Material, Esboço e Teste, Produção Final e Processo Contínuo. Abaixo segue uma breve descrição de cada uma dessas etapas:

- a) Plano de Informação: compreende a definição dos objetivos do projeto e dos procedimentos específicos para identificação dos usuários (ou público-alvo). Além de delimitar quem vai utilizar a informação, é necessário entender onde a informação será acessada e de que forma será transmitida, para que seja concluído se haverá ou não a necessidade de dados adicionais para garantir o entendimento da informação.
- b) Plano de Projeto: surgem aqui aspectos de organização e estruturação, como a elaboração de um cronograma para orientar o projeto, a definição do orçamento necessário para executá-lo, assim como a definição de uma equipe

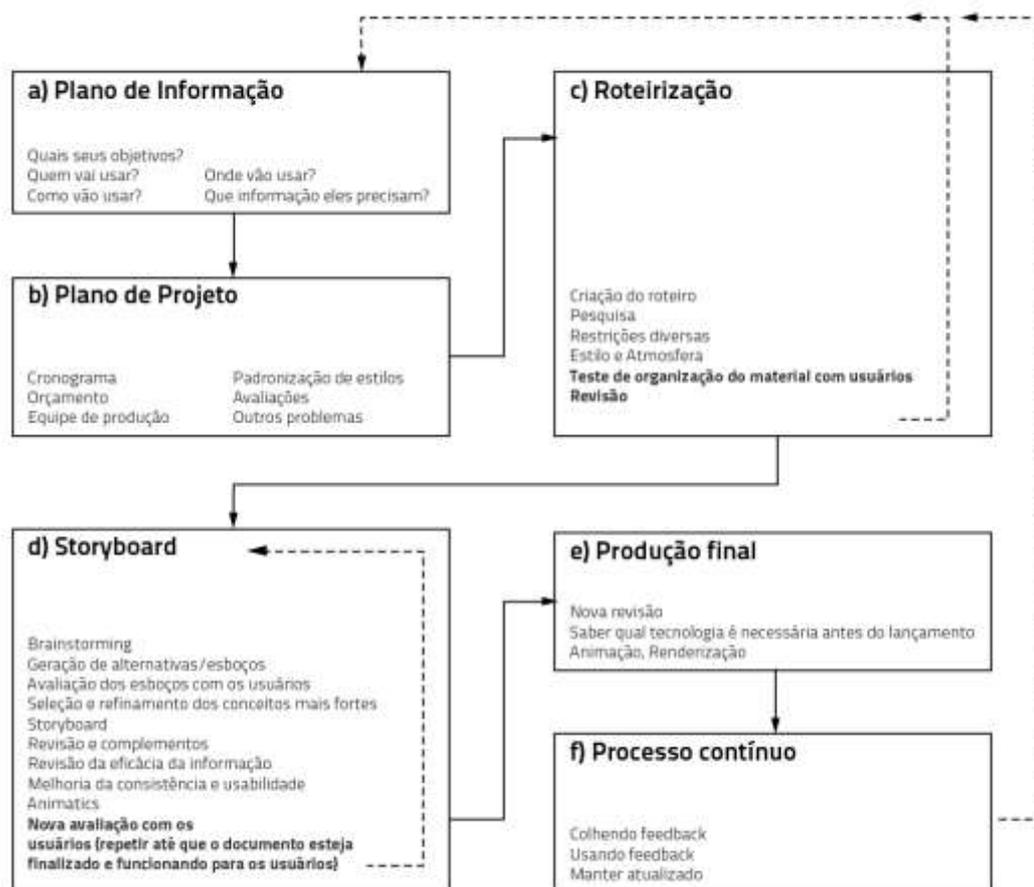
de produção. Havendo diferentes conhecimentos envolvidos no projeto é relevante padronizar os estilos dos elementos visuais e sonoros, evitando que haja discrepância no resultado final do trabalho. É nessa etapa também que devem ser elencados os tipos de avaliação que serão relevantes para o projeto. Ainda nessa etapa devem ser listados os possíveis problemas que possam ocorrer no desenvolvimento do projeto.

- c) Roteirização: esta é a primeira etapa do processo de criação do Motion Graphics, que se inicia com a elaboração de um roteiro. (VELHO, 2008, p. 36). A pesquisa também acontece nessa etapa, uma vez que a organização do material engloba a coleta dos dados. Dessa mesma organização do material surgirão as restrições do projeto, bem como a definição do estilo e atmosfera que irão nortear a próxima etapa. Ao término dessa etapa acontecerá a primeira avaliação com os usuários: os dados provenientes da pesquisa, compilados em forma de roteiro, deverão ser submetidos à avaliação elencada na etapa Plano de Projeto. Após os problemas terem sido identificados, se verifica em qual etapa do processo deve-se retornar para corrigi-los, para então criar um novo roteiro que seja mais adequado. A avaliação deve ocorrer tantas vezes quantas forem necessárias até que o usuário compreenda integralmente a informação. Somente após se ter um roteiro, que respeite as restrições levantadas, o estilo e atmosfera definidos para o usuário, é que se avança para a próxima etapa, quando se dará a geração de alternativas.
- d) Storyboard: é quando acontece o primeiro brainstorming, em que diferentes ideias, considerando as restrições, estilo e atmosfera definidas anteriormente, serão transferidas para o papel. O resultado desse brainstorming serão esboços de ideias gerais, que deverão ser testadas e discutidas com os usuários, que farão suas contribuições. As ideias mais fortes deverão ser refinadas e transformadas em um storyboard. Uma vez no storyboard, deve ser efetuada uma revisão para inserção ou remoção de dados, cujo objetivo é tornar a transmissão da informação mais eficaz, assim como ajustes para torná-la consistente. O resultado da produção desta etapa serão os *animatics*, uma espécie de animação rudimentar que une o storyboard à trilha sonora. Esses *animatics* deverão ser avaliados junto aos usuários e, caso seja

necessário, esta etapa deve ser repetida até que o resultado esteja funcionando e transmitindo a informação com sucesso.

- e) Produção Final: a penúltima etapa compreende a animação de fato, entretanto, uma última revisão deve ocorrer no material produzido até aquele momento, bem como uma verificação dos recursos a serem utilizados na produção e lançamento do produto. Nessa etapa a animação é desenvolvida, finalizada e renderizada.
- f) Processo Contínuo: esta etapa existe para garantir que os feedbacks acerca do material final sejam recolhidos e utilizados para manter o material sempre atualizado, voltando ao início do processo sempre que necessário.

Figura 3: Metodologia de Trabalho



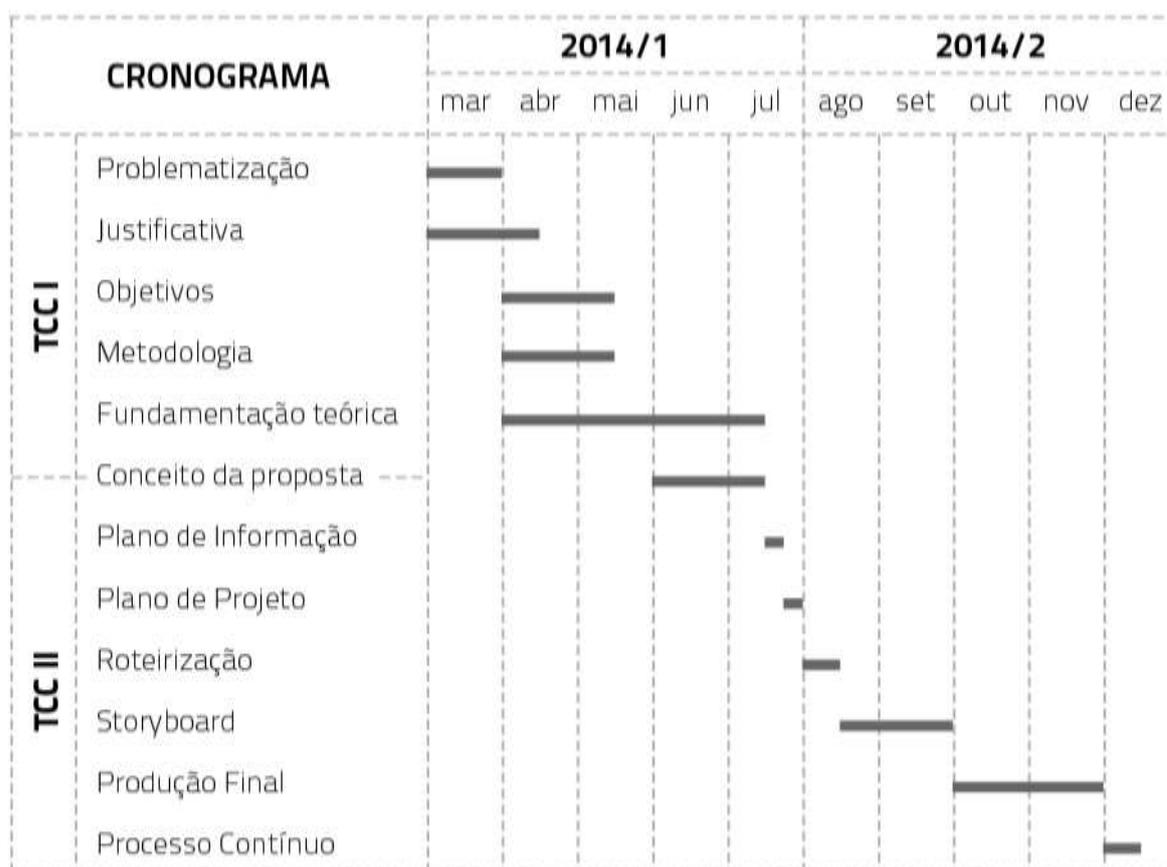
Fonte: Redish (2000); Krasner (2008); Velho (2008); Hauptenthal (2012).
Adaptado pelo autor.

Essa metodologia pode ser visualizada acima na Figura 3. As linhas tracejadas representam as possíveis iterações no processo.

2.3 CRONOGRAMA DE TRABALHO

O cronograma de trabalho tem como objetivo organizar o tempo das atividades envolvidas no projeto no intuito de completá-lo com sucesso. Na disciplina “Trabalho de Conclusão I” foram desenvolvidos os estudos para chegar-se à metodologia apresentada no item anterior. Da mesma forma foram realizados os aprofundamentos na teoria referente à Semiótica, Motion Graphics e o Design de Informação. Na disciplina Trabalho de Conclusão II foram definidas as etapas de execução e desenvolvimento do projeto apresentado nesse trabalho, bem como a avaliação do resultado final e o registro destas etapas no relatório. Abaixo, na Figura 4, é apresentado um esquema visual do cronograma de trabalho:

Figura 4: Cronograma de trabalho



Fonte: autor.

3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

3.1 SEMIÓTICA

Por ser um campo do conhecimento relativamente novo, o conceito de Semiótica, assim como a própria palavra, são ainda desconhecidos por muitos.

A palavra Semiótica é derivada do grego *semeion*, que significa signo. Sua definição, de acordo com o Dicionário Houaiss, é a seguinte: “s.f. [...] teoria geral das representações, que leva em conta os signos sob todas as formas e manifestações que assumem (linguísticas ou não) [...]”.

Existem diferentes linhas teóricas do estudo da Semiótica e cada uma a define sob uma visão. Para Lucia Santaella (1983, p. 2), discípula de Charles Sanders Peirce, Semiótica “é a ciência que tem por objeto de investigação todas as linguagens possíveis, ou seja, que tem por objetivo o exame dos modos de constituição de todo e qualquer fenômeno de produção de significação e de sentido”. Para Coelho Netto (1980), a Semiótica é a “ciência geral de todos os signos através dos quais se estabelece a comunicação entre os homens”. Para Winfried Noth, como Ramalho e Oliveira (2009) ressalta, a Semiótica é a “ciência dos signos e dos processos significativos (semiose) na natureza e na cultura”.

A seguir, uma breve descrição de cada uma das linhas teóricas da Semiótica é apresentada:

- a) Semiótica russa: também conhecida como Semiótica da Cultura, uma vez que ela se propõe a estudar os sistemas de signos considerando o contexto cultural na qual eles estão inseridos. Os estudos de Roman Jakobson (1896-1982) são importantes para essa linha teórica.
- b) Semiótica discursiva: de origem francesa, também conhecida como Semiótica Greimasiana. A denominação se dá em função das teorias propostas pelo lituano Algirdas Julien Greimas (1917-1992). Acerca dessa teoria, Courtés (1979) diz que “a semiótica discursiva tal como tem sido abordada tem por objetivo a exploração do sentido” procurando dar conta de um processo mais amplo, o da significação. Outros nomes que se destacam nessa linha teórica são os precursores, o suíço Ferdinand de Saussure (1857-1915) e o dinamarquês Louis Hjelmslev (1899-1965).

c) Semiótica Peirceana: é chamada também de Semiótica Americana - pois seu fundador foi o norte-americano Charles Saunders Peirce (1839-1914) e possui um caráter bastante lógico. Para ele a função da Semiótica é de classificar e descrever todos os tipos de signos. Ele criou três categorias para classificar os signos: primeiridade, secundidade e terceiridade. Nessas categorias se encaixam todos os possíveis fenômenos da natureza e da cultura. Destaca-se Charles William Morris (1901-1979), um filósofo americano, que deu continuidade aos estudos e investigações de Peirce.

Uma vez que o signo está no centro do estudo da Semiótica, é importante compreender o seu significado, que também possui diferentes definições. Para Santaella (1983) o signo é “uma coisa que representa uma outra coisa: seu objeto. Ele só pode funcionar como signo se carregar esse poder de representar, substituir uma outra coisa diferente dele”. Para Lucy Niemeyer (2003) é “algo que representa alguma coisa para alguém em determinada circunstância”. E ainda, de forma resumida, Ramalho e Oliveira (2009) diz que o “signo significa tudo aquilo ou todo aquele que significa”.

3.1.1 A Semiótica e o Design

Nesse trabalho será abordada a linha teórica de Charles Peirce, por ser a pioneira e mais difundida no Brasil, e por grande parte das publicações relacionadas ao Design a utilizarem como ferramenta de análise. A exemplo desta abordagem, pode ser citada Carril (2004) que, ao analisar a marca da Petrobras sob uma visão Semiótica, opta pela leitura Peirceana e justifica a escolha alegando ser a que melhor se adequa à análise do potencial comunicativo de uma marca.

A Semiótica contribui para o Design auxiliando no refinamento do projeto, atribuindo aos produtos significações que sejam perceptíveis pelo consumidor. Porém, existem outras contribuições que podem ser aplicadas em diferentes etapas de um projeto. De acordo com Estol (2012), a Semiótica pode servir como ferramenta de projeto nas seguintes etapas do desenvolvimento de produtos: (1) análise do Cliente; (2) análise do Briefing; (3) análise de Similares (produtos dos concorrentes); (4) análise do Público Alvo (questionando as pesquisas de Marketing); (5) no

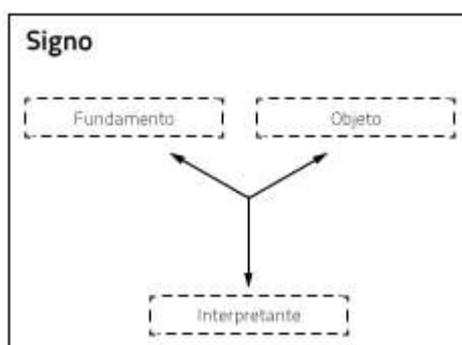
desenvolvimento do conceito do produto; (6) na construção criteriosa de painéis semânticos; (7) na análise final do projeto (análise do protótipo) e, por fim, (8) na análise do produto no seu contexto (ponto-de-venda).

3.1.2 Semiótica Peirceana

Para Peirce o mundo é composto por signos, constituindo o que Ramalho e Oliveira (2009) chama de “visão semiótica universal do mundo ou visão pansemiótica do mundo”. Existem três propriedades formais das coisas que lhes fornece capacidade de ser um Signo: sua qualidade, sua existência e seu caráter de lei (SANTAELLA, 2002 apud MEDEIROS, 2013).

Um signo representa um objeto e diferentes signos podem representar um mesmo objeto. Cada substituição pode ocorrer de um maneira diferente, pois elas dependem da natureza do próprio signo ou, dito de outra forma, seu “fundamento”. Esse signo será interpretado por alguém e o processo de criação de significado na mente do interprete é chamado de “interpretante”. Em síntese, conforme Estol e Gonçalves (2009), um signo para ser signo precisa ser composto por um objeto, um fundamento e um interpretante, representado a seguir na figura 5, abaixo:

Figura 5: Componentes do Signo



Fonte: Estol e Gonçalves (2009).

Peirce criou três categorias para classificar o seu mundo semiótico e, para isso, teve que criar novas palavras para designá-las. Essas palavras/categorias criadas por ele são as que seguem:

- a) Primeiridade: é a categoria constituída pelas sensações e sentimentos, provocados pelas propriedades internas (qualidades) de um fenômeno e que existe simplesmente em si mesmo.

- b) Secundidade: de acordo com Vieira, Spagnuolo e Perassi (2013), se refere aos estímulos que a mente percebe como externo às sensações. Corresponde à capacidade de distinguir e discriminar as experiências, depende da relação com um outro.
- c) Terceiridade: é composta pelas informações convencionadas e constituídas na cultura; é a categoria em que ocorrem a representação e a interpretação.

Cabe ressaltar que existe uma relação de dependência entre primeiridade e secundidade, assim como entre secundidade e terceiridade. Sendo assim, se houver uma alteração na primeiridade de um signo, sua secundidade e terceiridade são alteradas também. A partir dessa visão em categorias para se compreender os fenômenos, como exemplificam Estol e Gonçalves (2009) e Velho (2008, p. 110), Peirce estabeleceu classificações em tríades (ou seja, três a três) dos possíveis tipos de signo.

Em primeiridade, na relação consigo mesmo, ou ainda, na relação com seu fundamento, o signo possui as seguintes classificações:

- Quali-signo: corresponde a uma qualidade pura, a maneira que se apresenta (uma sensação cromática, um aroma, um sabor, uma nota musical prolongada);
- Sin-signo: corresponde a um existente concreto (uma árvore observada numa paisagem ou uma pessoa vista numa rua, uma personagem de um romance);
- Legi-signo: corresponde a uma convenção, algo com caráter de lei à qual estão submetidas ocorrências particulares (relação da chegada de uma cegonha com o nascimento de um bebê).

Em secundidade, o signo na relação com seu objeto exibe a tricotomia peirciana mais conhecida de todas, formada a partir da tricotomia anterior:

- Ícone: possui como fundamento um quali-signo, representa seu objeto pelo caráter das qualidades do próprio signo, independentemente da existência efetiva do objeto, como sugestão por uma certa semelhança (uma nuvem que pode sugerir um animal, uma pintura abstrata que pode ser interpretada de muitas maneiras);

- Índice: possui como fundamento um sin-signo e mantém uma conexão existencial e concreta com algo maior (a fumaça dá indícios que há fogo);
- Símbolo: possui como seu fundamento um legi-signo, representa seu objeto por alguma convenção ou hábito (uma palavra da língua portuguesa, a cor verde que significa esperança).

A partir dessas duas tríades iniciais, em terceiridade, surge uma terceira classificação do signo, relacionada com os interpretantes desencadeados na semiose:

- Rema: com uma qualidade (um quali-signo) como caráter de seu fundamento e algo sugerido (um ícone) na relação com seu objeto, o interpretante gera uma possibilidade, uma hipótese (uma melodia que se escuta ao longe e que sugere o estilo de um compositor específico);
- Dicente: tendo um existente (um sin-signo) como caráter de seu fundamento e algo que indica alguma coisa maior de que é parte (um índice) na relação com seu objeto, o interpretante gerado é uma proposição advinda da constatação de uma conexão física entre existentes (pegadas indicam a passagem de um animal por um determinado lugar onde elas foram encontradas).
- Argumento: uma certa lei (um legi-signo) como caráter de seu fundamento e algo abstrato e geral como representação firmado por pacto coletivo (um símbolo) na relação com seu objeto, o interpretante gerado vem a ser um Argumento, ou seja, “uma sequência lógica de premissas e conclusão”.

Quadro 1: Principais tricotomias de Charles Peirce

	PRIMEIRIDADE	SECUNDIDADE	TERCEIRIDADE
	FUNDAMENTO	OBJETO	INTERPRETANTE
PRIMEIRIDADE	QUALI-SIGNO	ÍCONE	REMA
SECUNDIDADE	SIN-SIGNO	ÍNDICE	DICENTE
TERCEIRIDADE	LEGI-SIGNO	SÍMBOLO	ARGUMENTO

Fonte: Estol e Gonçalves (2009).

As tricotomias presentes no Quadro 1 mostram a relação das categorias (primeiridade, secundidade e terceiridade) com os elementos que constituem um

signo (fundamento, objeto e interpretante). Essas conexões acontecem tanto no sentido horizontal quanto no vertical.

3.2 MOTION GRAPHICS

O Motion Graphics é considerado uma área de criação audiovisual que surge da intersecção entre design, cinema e animação. Com início nos anos 1990, hoje está presente em diversas mídias e possui aplicações bastante distintas, desde aberturas de cinema e televisão, vinhetas, comerciais de TV, videoclipes e exposições de videoarte. A seguir, com base no trabalho de João Velho (2008), se fará um estudo acerca da origem e da definição de Motion Graphics. Adiante, serão levantados os aspectos projetuais dessa área e considerações sobre seus componentes e, por fim, será abordado o caráter de linguagem do Motion Graphics e suas diferentes dimensões.

3.2.1 Origens e Definições

As origens do Motion Graphics encontram-se no cinema, na TV e em animações alternativas as quais não tinham o compromisso de representar o mundo real e se distanciavam da narrativa ficcional linear comum do cinema. Saul Bass (1920-1996) é considerado o pioneiro da produção de Motion Graphics e entendia que o público deveria se envolver com os filmes desde o primeiro o momento. A abertura dos filmes passou a ter, nas palavras de Velho (2008) sobre a obra de Bass, “a atenção e o cuidado adequados ao que se entende por projeto gráfico, e transcender a função de informar o título do filme e a equipe técnica”. A abertura feita por Bass para o filme *The Man with the Golden Arm*, de 1955, é um importante trabalho no âmbito do cinema. Os créditos iniciais (Figura 6) fazem parte de uma identidade visual criada para o filme, que está presente também no cartaz de divulgação (Figura 7).

Figura 6: Créditos iniciais do filme The Man with the Golden Arm



Fonte: Site artofthetitle.com

Figura 7: Cartaz do filme The Man with the Golden Arm



Fonte: Site Wikipedia.com

Até a década de 1970 as aplicações do design gráfico no cinema e na TV eram realizadas em película, caracterizadas pela combinação de elementos gráficos bidimensionais animados, incluindo tipografia e imagem real em movimento. A evolução dessa forma de expressão chegou ao vídeo, que surgiu da TV, mas que se diferencia dela principalmente por apresentar autonomia como meio, na medida em que pode ser exibido de maneira independente. A partir dos anos 1980 surgiram os primeiros sistemas de composição e manipulação de imagem em movimento por computador, que permitiam combinar e animar livremente camadas de diferentes tipos de imagem, como vídeo, fotografias, elementos gráficos, tipografia e animações (VELHO, 2008).

A chegada dessas ferramentas estimulou, a partir do universo digital, uma retomada da visualidade anterior, da colagem dinâmica de imagens bidimensionais. Velho (2008) afirma que o vídeo é o componente mais importante da “arte midiática”, que Machado (2007, p. 10) define como “a expressão mais avançada da criação artística atual e aquela que melhor exprime sensibilidade e saberes do homem do início do terceiro milênio”. Pode-se dizer que o grande problema do vídeo era a falta de canais de escoamento da produção, que deixou de existir com o vídeo digital, por estar cada vez mais presente na vida das pessoas, sejam através de televisores, computadores, *tablets* ou celulares.

O Motion Graphics, a partir de então, se assemelha ao que se conhece hoje, muito presente na TV no chamado *broadcast design* (soluções para a TV de identidade visual, vinhetas de passagem e aberturas de programa). Ele se mantém em evolução enquanto técnica, pois a tecnologia inclui cada vez mais recursos nos softwares que ganham uma quantidade imensa de novas opções de manipulação de imagem, resultando num crescimento exponencial das possibilidades de criação (VELHO, 2008).

A terminologia Motion Graphics, de acordo com Velho (2008), é relativamente recente e surge para designar a retomada da colagem dinâmica de imagens bidimensionais iniciada na década de 1980. Para o autor, Motion Graphics, do ponto de vista técnico, pode ser definido como “uma aplicação mista de tecnologias de computação gráfica e vídeo digital”; do ponto de vista conceitual é “um ambiente privilegiado de exercício de projeto gráfico através de imagens em movimento”. Em resumo, ele a entende como uma “área de criação que permite combinar e manipular

livremente no espaço-tempo camadas de imagens de todo o tipo, temporalizadas ou não (vídeo, fotografias, grafismos e animações), juntamente com músicas ruídos e efeitos sonoros”.

Afim de ilustrar a relevância e a presença do Motion Graphics na atualidade, a seguir são delimitados os seus campos de atuação (VELHO, 2008, p.30):

a) Cinema, TV e vídeo:

- Créditos de abertura e encerramento – Material associado a filmes e programas de televisão, que têm como função principal, na maior parte das vezes, apresentar a equipe de produção e contextualizar o produto audiovisual ao qual se destina;
- Interferências de apoio – Material eventualmente necessário para dar suporte a certos tipos de filmes de narrativos e programas de TV;
- Intertítulos – Elementos visuais que informam divisões internas em narrativas e seções de programas de TV.

b) Televisão

- Vinhetas de identidade visual – Material produzido para emissoras de televisão para exibição, em geral, nos intervalos da programação, como reforço de identidade visual;
- Suporte de infografia para programas jornalísticos e esportivos – Elementos informativos de suporte para matérias jornalísticas e coberturas esportivas;
- *Spots* comerciais – Publicidade especialmente produzida para o intervalo da programação de emissoras de TV comercial destinado a vender produtos de terceiros;
- Chamadas de programação – Material de divulgação dos programas de emissoras de TV veiculado nos intervalos da programação;
- Interprogramas – Peças de curta duração, em geral entre 30” e 1 minuto, de cunho cultural ou informativo, que ajudam a preencher o intervalo da programação das emissoras de TV.

c) Vídeo

- Videoclipes – Material associado à divulgação de artistas musicais e seus trabalhos;

- Videoarte e vídeo experimental – Experiências artísticas com objetivo de experimentação da linguagem audiovisual, desvinculadas de canais de distribuição comercial convencionais. Em alguns casos, são voltados para exibição em exposições e instalações; em outros busca espaço em canais como festivais, mostras de vídeo, e mais recentemente na difusão pela Internet.
- Poesia visual – Experiências utilizando texto poético em movimento, com ênfase na visualidade das tipografia escrita como fonte de novas camadas semânticas com ou sem a adição de outros elementos gráficos;
- Vídeos narrativos de curta duração – Material produzido, em geral, para sítios de Internet voltados para distribuição, exibição e compartilhamento de vídeo digital, sem maiores compromissos com os formatos convencionais de conteúdo para cinema e TV;
- Suporte de infografia para vídeos institucionais e educativos – Material de informação iconográfica e textual que servem de apoio a programas de caráter didático ou institucional.

3.2.2 Aspectos Projetuais

Criar um produto Motion Graphics, envolve conhecimentos e procedimentos multidisciplinares, pois herda técnicas do design gráfico e também do cinema e da animação, sendo assim pode-se dizer que o processo possui um caráter de hibridismo projetual. Do design gráfico, envolve os procedimentos utilizados para solucionar problemas de comunicação visual. Já do cinema e da animação, dado o aspecto progressivo, se utiliza das estratégias de criação e planejamento de uma narrativa. Velho (2008) resume o processo como um “projeto gráfico-sonoro dinâmico e narrativo”.

Krasner (2008) traz alguns conceitos importantes acerca do processo de criação do Motion Graphics que compõem a metodologia utilizada, descrita na seção 2.2. Entre eles destaca-se a técnica de *storyboard*, que representa a fase final de conceituação e é composto por uma sucessão coesa de imagens (ou *frames*). Ele fornece uma visão geral de como os eventos acontecerão com o passar do tempo e é através dele que são identificadas todas as transições de tela. Outra técnica são os

animatics, que também fornecem a visão geral dos eventos, porém de forma dinâmica, sendo possível visualizar a duração dos frames, transições de tela e seus respectivos efeitos sonoros. Os *animatics* podem ser apresentados de forma bem rudimentar, baseada em sketches e trechos de vídeos improvisados, entretanto, quanto mais polida for a sua produção, melhor será a visualização da ideia.

Softwares de produção de Motion Graphics simulam a animação dos elementos a partir de quadros-chave de maneira análoga aos processos tradicionais da animação. No meio digital, ela ocorre por intermédio de interpolação matemática, através da variação de valores de certas propriedades dos elementos. Uma vez que o desenvolvimento se dá em momentos estáticos, nos quadro-chave, o processo inicialmente se assemelha com o design gráfico. Por outro lado, o aspecto progressivo do projeto conduz a processos similares aos do cinema e especialmente da animação: a criação de um roteiro, *storyboard* e *animatics*, revelando uma progressão de quadros-chave (VELHO, 2008). Cabe ressaltar que a pesquisa do autor com profissionais atuantes na área levantou alguns pontos interessantes sobre o processo na prática, que se mostrou bastante flexível, uma vez que algumas decisões são tomadas, por vezes, durante o desenvolvimento do produto já na ferramenta de animação.

3.2.3 Estrutura Visual

Comportando-se de maneira muito semelhante ao cinema, o que realmente o público retém em um produto de Motion Graphics são os componentes visuais e sonoros. Com base na obra de Bruce Block, "*The Visual Story – Seeing the structure of film, TV and new media*", João Velho (2008) classifica os componentes visuais que considera importantes para se construir e analisar um produto de Motion Graphics. Fazendo uso desta classificação, propõe-se a seguir o detalhamento dos princípios mais relevantes. Antes, entretanto, se faz necessário definir alguns conceitos.

O principal é o de "intensidade visual", que segundo Block (2001) é o fator causador de reações emocionais no observador, aquilo que desperta seu interesse sobre o que está sendo visto, que o agita, podendo ir do emocional (choro, risos, ou gritos) ao físico (tensão da musculatura, cobrir os olhos, ou remexer-se no assento). Para o autor, a oposição entre contraste (diferenças) e afinidade (semelhança ou

harmonia) é a chave para a concepção de uma estrutura visual. “Quanto maior o contraste em um componente visual, mais a intensidade visual ou dinâmica aumenta. Quanto maior a afinidade em um componente visual, mais a intensidade visual ou dinâmica diminui” (BLOCK, 2001, p. 10).

a) Espaço

Repleto de elementos heterogêneos, Block (2011) afirma que a imagem bidimensional pode conter o que ele chama de “pistas visuais”, que no Motion Graphics tem relação direta com o conceito de “2D e meio” (simulação de efeitos tridimensionais). Para se criar uma sensação de espaço tridimensional pode se utilizar alguns recursos, como elementos de tamanho diferente, perspectiva e convergência, movimento, sobreposição e efeitos de luz e sombra.

b) Forma

A forma no universo do Motion Graphics pode ser considerada a partir de uma classificação criada por Santaella (2001, p. 209), que as dividiu de acordo com sua natureza nas categorias abaixo, dando conta dos diferentes tipos de imagens que originam os objetos-movimento:

- Formas não-representacionais: gráficas/plásticas/abstratas;
- Formas figurativas: naturais/orgânicas; artificiais/manufaturadas;
- Formas representacionais: simbólicas/tipográficas.

c) Tom

Caracterizado por Block (2011) como sendo o componente visual relativo às variações de claro-escuro dos objetos, para ele, o observador de uma imagem, em geral, atenta para áreas mais claras, especialmente se não há movimento de objetos dentro do quadro; objetos mais escuros parecem estar mais distantes que objetos mais claros. Além disso, o autor ressalta que algumas convenções relacionam tons claros a emoções como alegria e tranquilidade e tons escuros a um clima dramático e trágico.

d) Movimento

Pode ser considerado como o elemento que mais caracteriza o Motion Graphic como tal e o que possui o maior poder de atrair a atenção das pessoas. O Motion Graphics trabalha, de acordo com o modelo proposto por

Velho (2008), com a ideia de “um ponto de observação fixo sobre uma janela fixa que revela um espaço ocupado pelos objetos-movimento em planos bidimensionais”. O autor estende para o Motion Graphics tipos de movimentos propostos por Block (2011) para o cinema: o movimento do objeto (deslocamentos dos objetos que correspondem a movimentos de translação) e movimento da câmera (que pode ser simulado no Motion Graphics pelo movimento relativo dos objetos em relação ao quadro e entre si). Arnheim (1980, p. 394 apud VELHO, 2008) alerta que para que os movimentos de câmera não soem gratuitos e desprovidos de função, estes devem traduzir “impulsos e respostas expressivas, ao invés de efeitos meramente mecânicos de ação física”.

3.2.4 Motion Graphics enquanto linguagem

Assim como a literatura, o cinema e o teatro, o Motion Graphics deve sim, conforme afirma Velho (2008), ser “entendido como uma produção de linguagem [...] que oferece um campo repleto de elementos e questões para serem explorados”. Para Santaella (2005) as linguagens “crescem através do casamento entre meios” e atuam no seu crescimento, que resultam no que Velho (2008) diz ser “uma explosão de linguagens num verdadeiro bombardeio midiático multifacetado”. Arlindo Machado (2007), acerca da convergência das mídias, diz que assim como ocorre no campo da comunicação, “chega um momento em que a divergência entre os meios torna-se improdutiva, limitativa e beligerante [...], deixando claro, pelo menos aos setores de vanguarda, que a melhor alternativa pode estar na convergência”.

Conforme já mencionando antes, o hibridismo é uma característica essencial do Motion Graphics, presente na evolução histórica do campo, na metodologia empregada no projeto e nas características de sua configuração plástica. Por fim, tal hibridismo, também aparece na sua estrutura significacional, conforme será exposto a seguir no levantamento baseado na produção de João Velho (2008).

O Motion Graphics é um fenômeno de linguagem possibilitado por condições tecnológicas recentes e específicas. Ao juntar-se a digitalização com a capacidade de sintetizar imagem e som, surge uma “potencialização fantástica da informação, com reflexos importantíssimos em termos de linguagem” (VELHO, 2008).

Para respaldar o poder do Motion Graphics enquanto linguagem, Santaella (2005, p. 56) afirma que Peirce entendia que “tanto mais será perfeita a semiose ou ação do signo quanto mais ela proceder a uma mistura dos ingredientes icônicos, indiciais e simbólicos em igualdade de condições”. Estas condições fazem com que o Motion Graphics funcione enquanto um híbrido de linguagens exclusivo. Arlindo Machado se refere a Saul Bass, mencionado anteriormente neste trabalho, para explicitar a diferença e o poder do Motion Graphics em relação ao cinema convencional:

“Mas a verdade é que o cinema, em razão da sua insistência na vocação realista, jamais conseguiu assimilar essas inovações gráficas e plásticas às suas próprias estruturas figurativa e narrativa e essa é a razão porque, depois de três ou quatro minutos de estonteante modernidade, por ocasião dos créditos de apresentação, os filmes retornam monotonamente a modelos dramaturgicos e pictóricos típicos do século XIX” (MACHADO, 2000 p. 198).

A seguir serão detalhadas as diferentes matrizes que compõem a linguagem do Motion Graphics:

a) Matriz sonora

A presença da música numa composição-movimento pode ser entendida de duas maneiras: a primeira como música diegética¹, aquela que está inserida no contexto de uma narrativa; e a segunda como música não-diegética, que está fora do contexto de uma narrativa e surge de um ato deliberado do autor do filme (nesse caso, a música pode surgir como um comentário ou para ajudar a compor um clima emocional). Os ruídos também aparecem como elementos da matriz sonora e podem estar ligados à imagem, com função onomatopaica.

b) Matriz Visual

Assim como em outras linguagens de tela, a visualidade no Motion Graphics exerce um papel dominante. Para Velho (2008), as imagens podem ser caracterizadas de acordo com o seu modo de produção: sintéticas (imagens digitais de todo o tipo), registradas (fotografia e vídeo),

¹ Relativo à narração ou à diegese (ato de narrar ou contar uma história). Fonte: <http://www.priberam.pt/>

artesanais (desenho, pintura, diagramas manuais, manuscritos, etc.) e mecânicas/industriais (impressos em geral). Aumont (1993) as classifica quanto à sua temporalidade: fixas (estáticas, não-temporalizadas) e em movimento (animadas, temporalizadas). Resta ainda a classificação já descrita anteriormente neste trabalho, sugerida por Santaella (2005, p. 209), que considera o aspecto representacional das formas: não-representativas, figurativas e representativas.

c) Matriz verbal

A fala, explica Santaella (2005, p. 385), trata-se da “mais proeminente dentre as linguagens verbo-sonoras”. No Motion Graphics ela pode ser, de acordo com Velho (2008), classificada como:

- *Voz in*: Ocorre quando “o receptor vê quem fala”, é a voz de alguém que se faz presente na imagem;
- *Voz off*: Refere-se às situações em que “o receptor não vê quem fala”, mas que “o enunciador da fala fica sempre pressuposto”;
- *Voz over*: Refere-se às situações em que “o receptor não vê quem fala e o enunciador não é localizável dentro do ambiente”.

É possível ainda, de acordo com o autor, estender o conceito de diegese também às ocorrências de signos linguísticos:

- Texto tipográfico diegético: quando o texto está contido em algum elemento que é parte de uma narrativa (como o título de um filme na abertura aparecendo como um grafite num muro mostrada na imagem de fundo);
- Texto tipográfico não-diegético: ao contrário, é quando o texto surge como um elemento visual não pertencente a uma narrativa (no mesmo caso de uma abertura de cinema, o título do filme aparece sobreposto às imagens filmadas que remetem à narrativa).

3.2.5 O Ritmo

A sintaxe da linguagem do Motion Graphics, caracterizada enquanto ritmo, vai além da abordagem no cinema, vídeo e TV. Velho (2008) propõe que aspectos sintáticos contidos nas escalas, na melodia e na harmonia musical sejam

considerados para se chegar a ângulos interessantes, que podem servir para um melhor entendimento. Lucia Santaella esclarece o conceito de ritmo no âmbito que é tratado nesse trabalho:

Na realidade, cinema, vídeo e mesmo a televisão apresentam dois tipos de ritmos que não podem ser confundidos. Em um nível, o ritmo da história, ou daquilo que é narrado. Este depende da relação entre o tempo real da projeção (normalmente por volta de 100 minutos) e o tempo suposto da história que é contado. Os ajustamentos do tempo do filme com o tempo do que se conta, feito de elipses, supressões, *flash backs* e avanços se constitui no ritmo da história filmada.

Em um segundo nível, aquele que apresenta analogias com o ritmo que é próprio da sonoridade, o tempo de duração das tomadas, dos diferentes movimentos da câmera, dos planos e seus cortes, das acelerações e desacelerações, que vai configurando ritmos puros das imagens em si mesmas. São essas configurações que se apresentam como contraparte no universo das imagens daquilo que se constitui em um dos aspectos mais fundamentais da organização sonora.” (Santaella, 2005, p. 387)

A autora evidencia a relação da linguagem audiovisual à sintaxe musical, traçando um paralelo entre simultaneidade dos acordes e das texturas harmônicas com a “simultaneidade da composição das formas uma à frente das outras, em planos distintos, da figura e fundo, do espaço profundo que, no Motion Graphics, cumprem um papel crucial” (VELHO, 2008, p.133).

O autor conclui de forma quase poética que a linguagem do Motion Graphics conta histórias, “de formas sonoras, visuais e verbais, mesmo quando não há uma ‘estória’ sendo narrada”. Block (2001) alega que o controle da “intensidade visual” dos componentes da narrativa deve ser feito através das relações de contraste e afinidade, acompanhando as variações do que ele chama de intensidade da história (baseando-se nas fases de exposição, conflito, clímax e resolução, próprias de um enredo clássico).

3.3 DESIGN DE INFORMAÇÃO

Uma vez que a metodologia a ser utilizada no projeto tem sua base em um método proveniente do Design de Informação, é relevante abordar alguns conceitos e características dessa área, que certamente trarão contribuições significativas para a fundamentação do presente trabalho.

A primeira questão que deve ser abordada é a definição de Design de Informação. De acordo com Janice Redish (2000), a autora do método-base, Design de Informação possui duas definições que são interligadas. A primeira apresenta um caráter mais amplo e corresponde a todo o processo utilizado para se produzir um documento. A segunda, de caráter mais específico, diz respeito à maneira que a informação é disposta na página ou na tela (layout, tipografia, cor, etc.).

De acordo com Baer (2008), o grupo de interesse especial em design de informação da STC (*Society for Technical Communication*) define Design de Informação como sendo a transformação de dados complexos, desorganizados ou desestruturados em informação com significado e valor. Já para o *American Institute of Graphic Arts* (AIGA), Design de Informação significa de forma simplificada fazer com que informações complexas sejam mais fáceis de se compreender e utilizar (O'GRADY; O'GRADY, 2008).

Dessa forma, concordando com os autores Shiraiwa, Lima e Triska (2009), pode-se concluir/resumir que o designer da informação é um “facilitador do processo de disseminação da informação”, que reúne em si as “ferramentas necessárias para compreensão, planejamento, contextualização e representação da informação tendo como foco o usuário” (SHIRAIWA; LIMA; TRISKA, 2009).

3.3.1 Testes e Pesquisa com o usuário

É importante e imprescindível a realização de testes e pesquisas com o usuário durante a execução de um projeto que busca, além de atender às necessidades do usuário final, garantir que informações importantes sejam comunicadas efetivamente. Existem diferentes tipos de testes e avaliações que podem ser aplicados durante um projeto, dependendo das necessidades de cada proposta.

O Design Participativo é um conjunto de teorias, práticas e estudos no qual os usuários finais do produto participam ativamente de atividades durante o processo

projetual para desenvolver ideias, com o intuito de melhorar o produto e a sua experiência com o usuário. Ao unir projetistas e usuários se criam o que Muller (2003) chama de “experiências híbridas”. A maneira mais simples de se influenciar é o local da atividade. Os workshops, por exemplo, são usualmente desenvolvidos em um local neutro, tanto para os projetistas quanto para os usuários. A ideia do workshop é apresentar novos processos que não fazem parte das atividades daquele usuário, levando-o para um contexto que ele não esteja familiarizado. Os benefícios de workshops incluem desenvolvimento de novos conceitos que resultam da combinação de ideias de diferentes pessoas e produção de protótipos/modelos/sketches que poderão ser úteis na próxima etapa do projeto (MULLER, 2003).

O uso de histórias em workshops também é bastante frequente, seja como uma maneira de introduzir a atividade, explicando de forma acessível como ela ocorrerá ou mesmo do que o projeto em questão trata, seja na maneira de se obter um retorno (*feedback*) dos participantes. Fotografias e desenhos produzidos pelos participantes podem enriquecer a comunicação em um workshop, assim como a condução de atividades em forma de jogos como o “CARD” (jogo de cartas para criar um novo layout e/ou criticar um fluxo de trabalho/ideias existente) e o “Icon Design Game” (jogo de adivinhação para gerar novas ideias para ícones) (MULLER et al, 1994 apud MULLER, 2003).

Uma técnica qualitativa de coleta de dados são os Grupos Focais, que fornecem contribuições valiosas para o projeto. Para Baer (2008), o desafio é construir uma inteligência coletiva, partindo-se do pressuposto que o pensamento em grupo às vezes é diferente do pensamento individual e que as contribuições de um componente podem estimular as ideias de outro. Alguns procedimentos para conduzir um grupo focal são recomendados por Merton (apud HAUPENTHAL, 2005, p. 25): (a) os envolvidos no grupo devem ter experimentado situações semelhantes e concretas; (b) os elementos sob investigação devem ser examinados antecipadamente, de forma que o investigador vá à entrevista de grupo focal com um conjunto de hipóteses pré-formuladas; (c) com base no conhecimento prévio, devem desenvolver um guia para a entrevista de grupo focal; (d) a atenção da entrevista de grupo focal deve fixar-se nas experiências das pessoas participantes.

Já os Testes de Usabilidade têm como prerrogativa verificar se diferentes aspectos do projeto estão funcionando, se é intuitivo e se existe aprendizado. É

comum acreditar-se que certas informações estão claras e evidentes para o público. Entretanto, são estes testes que afinam o projeto e garantem que durante o processo não houve suposições mal feitas como, por exemplo, o tempo necessário para a leitura de uma informação. A usabilidade no âmbito de um produto é medida em termos de atributos ergonômicos; já no âmbito do usuário que o utiliza, ela pode ser medida em termos do seu esforço mental e de suas ações. Há também o ponto de vista do desempenho do usuário, em que a usabilidade é medida através da interação com o produto, seja quanto à facilidade de uso (o quão fácil é utilizá-lo), seja quanto a sua aceitabilidade (se o produto será utilizado no mundo real) (BEVAN; KIRAKOWSKI; MAISSEL,1991).

3.3.2 Ferramentas

Designers buscam inspiração em diferentes fontes tais como expressões de cultura popular, formas da natureza e artes plásticas, entre outras. Entretanto, concordando com O'Grady e O'Grady (2008), para entender o usuário e entregar a mensagem de forma eficaz, se faz necessário aprofundar conhecimentos sobre como eles recebem e decodificam as informações enviadas. Para executar essa tarefa não é necessário tornar-se um especialista em ciências comportamentais, mas é de extrema importância conhecer os princípios da cognição, da comunicação e da estética.

A seguir, serão explorados/expostas as conexões e convergências entre a percepção humana, pensamento e aprendizagem. Também será apresentada a forma como o conhecimento é transmitido, como conceitos são compartilhados e como a informação é processada através da linguagem. Por fim, apresentam-se algumas considerações sobre como a estrutura e legibilidade afetam a visualização da transmissão da mensagem e como otimizá-la.

As teorias descritas abaixo representam um levantamento dos princípios do Design de Informação que estão presentes em Baer (2008) e O'Grady e O'Grady (2008), todas identificadas e testadas por pesquisadores e profissionais, que conferem credibilidade e dão suporte às tomadas de decisões projetuais.

3.3.2.1 Cognição

O objetivo de qualquer objeto do Design de Informação é comunicar uma mensagem específica para um usuário final de modo claro, acessível e de fácil assimilação. Os estudos da percepção humana, do pensamento e da aprendizagem fornecem conhecimentos importantíssimos acerca das necessidades de um público.

Existem diversas teorias envolvendo o processo e as motivações que incentivam a aprendizagem das pessoas. Os três tipos de aprendizagem mais comuns são: (1) o visual (pessoas que preferem imagens aos se deparar com a informação), (2) o auditivo/verbal (pessoas que preferem receber novas informações na forma de palavras escritas ou faladas) e (3) o cinestésico/tátil (pessoas que adquirem o conhecimento através do fazer, tendo a necessidade de tocar e sentir o conteúdo da informação). As mídias digitais fornecem duas ferramentas que, combinadas, podem ter um efeito poderoso: o som e a imagem. As animações, por exemplo, chamam a atenção do público e criam uma narrativa que deixa uma marca memorável.

A memória é um processo cognitivo que nos possibilita armazenar, acessar e aplicar conhecimentos. Educadores e psicólogos estudaram durante anos a maneira que a mente humana processa a informação e a maneira que isso se relaciona com a habilidade de lembrá-la. O *Stage Theory Model* é um modelo muito aceito sobre esse processo e diz que a memória humana é desenvolvida em três estágios: (1) entrada sensorial (percepção), (2) memória recente (armazenamento) e (3) memória de longo prazo (armazenamento e recuperação). Primeiro o indivíduo percebe a entrada sensorial (uma imagem, um som, etc), que é rapidamente transferida para a memória recente e, após estimulada e processada, ela entra para a memória de longo prazo, onde será armazenada por tempo indeterminado para ser acessada posteriormente. Na memória recente, George Miller descobriu que o cérebro humano pode guardar sete blocos de informação (com um erro de mais ou menos dois blocos) - essa teoria é conhecida como Número Mágico de Miller.

Uma boa prática para que uma informação seja fixada na mente das pessoas é a de se tomar decisões que impactem todos os estágios do processo de memorização mencionados. Como exemplo, pode se utilizar contrastes e cores que atraiam a percepção imediata, criar associações com assuntos familiares para ajudar o usuário a armazenar a informação e, por fim, seguindo a teoria de George Miller,

separar conteúdos complicados e longos em blocos para deixar informações complexas mais fáceis para o usuário acessar, compreender e relembrar.

No que diz respeito à percepção humana, é válido abordar o conceito de “Limiar Diferencial”, que é a diferença mínima entre dois estímulos para que seja percebida uma diferença entre eles. Ao compreender como o usuário percebe a menor das mudanças é possível garantir a clareza e a hierarquia das informações a serem percebidas.

Princípios da Gestalt também podem influenciar a hierarquia e ordem da leitura. Para tal efeito, podem-se agrupar objetos para criar relações de contexto, utilizar contrastes para separar ideias ou guiar o olhar do leitor sobre o conteúdo com alinhamentos implícitos.

Para lidar com o excesso de informação, que muitas vezes acontece, é importante manter-se o design simples, garantindo que os usuários se sintam confortáveis no processo de percepção. Para isso, as ideias devem ser transmitidas com clareza, evitando elementos desnecessários na composição.

3.3.2.2 Comunicação

Os estudos em comunicação buscam compreender como as pessoas transmitem conhecimentos, compartilham conceitos e processam a informação através da linguagem. Pode ser útil, em alguns contextos, fazer uso de histórias ou anedotas para inserir informações, para que a mensagem seja compreendida mais facilmente e seja criada uma relação com o usuário, uma conexão emocional, que fará com que a informação seja lembrada.

Caso o tempo para comunicar a mensagem seja limitado, é importante focar nos fatos e, usando-se o conceito da pirâmide invertida, estruturar os dados mais importantes permitindo que o usuário capte/perceba o núcleo da informação mais rapidamente.

Para o Design de Informação, são mais adequadas mudanças evolutivas, que acontecem em passos incrementais. Mudanças bruscas ou alterações dramáticas não costumam ser bem aceitas, pois os usuários criam uma relação/sensação de familiaridade com a informação. Para introduzir novos conceitos, por exemplo, a aceitação ocorre melhor quando isso aparece com algo que os usuários já gostam ou

já tiveram experiência. Recomenda-se o uso de ícones e símbolos usuais, familiares ao público, buscando-se assim uma comunicação o mais inequívoca possível.

3.3.2.3 Linguagem Visual

Historicamente, a principal preocupação do designer era a apresentação visual da mensagem. No mercado atual, a emergência do designer como autor, administrador, consultor e líder teve um aumento significativo e estas novas atribuições se somaram às habilidades estéticas tradicionais. Entretanto, apresentar o conteúdo de forma clara faz parte do Design de Informação, sendo assim, a estética continua desempenhando um papel fundamental no processo como um todo (REDISH, 2000).

A utilização de *grids* de construção garante a organização do conteúdo e conduz com clareza a mensagem desejada. A hierarquia das informações, no contexto do Design Gráfico, é entendida como o ordenamento de conjuntos de imagem e texto para que o usuário possa rapidamente compreender o grau relativo de importância de cada conjunto. Cabe ressaltar que, para se ter hierarquia, o maior nem sempre é o melhor, devendo se explorar outras formas de hierarquia como cor, espaçamento e posição.

A cor é uma ferramenta extremamente importante, pois transmite a ideia de diferenciação de forma eficaz. Diferentes públicos percebem cores de diferentes maneiras, o que deve ser considerado ao se utilizarem determinadas cores. Neste sentido, por exemplo, arquitetos, estilistas e artistas plásticos percebem a diferença entre as cores ameixa, violeta e índigo, enquanto para administradores e investidores todas estas são simplesmente a cor roxa.

Estilizar uma fonte é outra maneira chave de se diferenciar tipos de informações e estabelecer um senso de hierarquia. Combinando uma fonte com serifa e outra sem, se cria um contraste tipográfico limpo. Para este efeito devem ser escolhidas fontes acessíveis, que possuam bom contraste entre seus elementos. A técnica de criar hierarquia modificando dois aspectos da mesma fonte também é eficaz (peso e cor ou tamanho e estilo). Algumas palavras escritas com caracteres maiúsculos certamente conferem destaque, entretanto um parágrafo inteiro nesse formato pode ser negativo, atrapalhando a legibilidade e podendo transmitir um efeito indesejado

4 DESENVOLVIMENTO

A pesquisa que embasa o desenvolvimento do projeto buscou demonstrar que um produto de Motion Graphics é capaz de tornar mais tangíveis e inteligíveis os conceitos da Semiótica. Há, reconhecidamente, uma fragilidade do uso da Semiótica na área do Design. A relevância de abordar a Semiótica neste trabalho fica evidenciada quando diferentes autores ressaltam que os designers devem projetar produtos que contenham significados e promovam experiências e sensações. (JORDAN, 2000; KRIPPENDORFF, 2000).

A intenção não é propor a assimilação da Semiótica de modo segmentado e resumido. O interesse final é que o tema seja introduzido de modo mais acessível e, ao democratizar-se sua compreensão, acredita-se que seja possível sensibilizar os designers sobre estes conteúdos, diminuindo o abismo que existe entre os profissionais e a Semiótica.

Foi verificado na pesquisa que o uso de exemplos para explicar conceitos da Semiótica é uma prática recorrente e que diferentes materiais de ensino utilizam dessa técnica para aumentar a compreensão de alguns conceitos, aproximando-os da realidade do usuário. Além disso, conforme mencionado no início deste relatório, enquanto aluno de graduação na disciplina de Semiótica, foi possível perceber que a prática acadêmica fez uso de materiais audiovisuais que exemplificavam os conceitos trabalhados.

Assim o briefing para o projeto ficou definido como: **desenvolver uma peça de Motion Graphics que seja capaz de explicar e exemplificar a definição de signo, bem como sua estruturação nos níveis objeto, fundamento e interpretante.** O produto tem como objetivo validar a hipótese desse trabalho e exemplificar de maneira eficaz a capacidade de generalização da ferramenta, possibilitando assim que outros conceitos da Semiótica, como a tricotomia de Peirce, possam vir a ser abordados através de outras peças de Motion Graphics.

Assim sendo, tendo em vista a dificuldade/complexidade na apreensão dos conceitos da Semiótica, aliado ao poder de comunicação do Motion Graphics e a uma metodologia do Design de Informação centrada no usuário, assume-se como o

conceito de projeto, fazendo uso das palavras de Algirdas Greimas, que a peça de motion graphics deverá “dizer o indizível, pintar o invisível” (GREIMAS, 2002, p. 91).

Após concluir a fase inicial do projeto (quando foram definidos o escopo do trabalho, justificativa, objetivos, metodologia e fundamentação teórica), deu-se início a segunda fase, o desenvolvimento do projeto. Esta fase, conforme metodologia apresentada no capítulo 2, é composta pelas etapas detalhadas a seguir.

4.1 PLANO DE INFORMAÇÃO

Esta etapa teve início logo após apresentação do projeto à banca avaliadora, que trouxe considerações importantes para o desenvolvimento do trabalho. O plano de informação compreendeu a definição dos objetivos do projeto e identificação dos usuários (ou público-alvo). O objetivo geral do projeto já havia sido definido, conforme capítulo 1.2, como sendo “*utilizar o Motion Graphics para facilitar a compreensão de tópicos do campo da Semiótica*”. Nesse mesmo capítulo ficou estabelecido quem seriam os usuários do material: estudantes, professores, pesquisadores da área do Design, assim como designers atuantes no mercado de trabalho. Nessa etapa definiu-se que o vídeo de Motion Graphics será publicado na plataforma Vimeo de compartilhamento de vídeos na internet, acessível para todos que possuírem o endereço (link) para acesso. Acredita-se que será possível alcançar um número expressivo de espectadores através do compartilhamentos do link para o vídeo nas redes sociais.

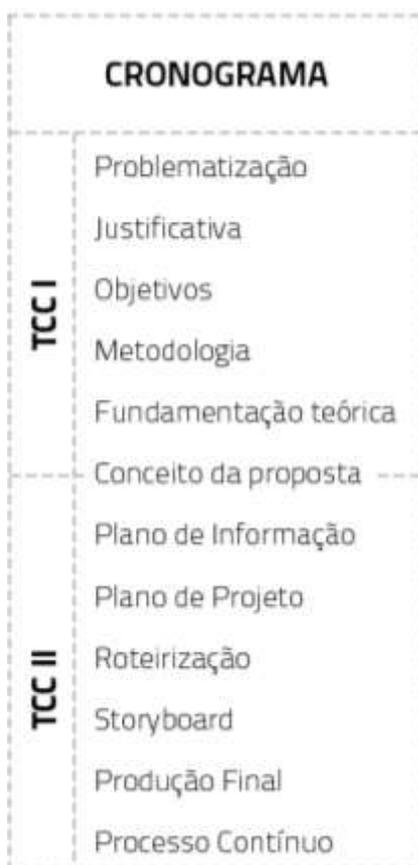
4.2 PLANO DE PROJETO

Nesta etapa surgiram aspectos de organização e estruturação, como a elaboração de um cronograma para orientar o projeto, a definição do orçamento necessário para executá-lo, assim como a definição de uma equipe de produção. Foram elencados também quais as formas de avaliação (tipos de testes) que seriam relevantes para o projeto. Ainda nessa etapa foram listados os possíveis problemas que poderiam ocorrer no desenvolvimento do projeto.

a) Cronograma

As etapas presentes no cronograma de projeto, que consta no capítulo 2.3, são apresentadas abaixo (Quadro 2). Cabe salientar que a etapa Roteirização, conforme será detalhado adiante, ocupou um espaço de tempo maior do que o previsto, fazendo com que houvesse um pequeno atraso para iniciar a etapa do Storyboard.

Quadro 2: Etapas do Cronograma de Projeto



Fonte: autor

b) Orçamento

Em termos de orçamento para o projeto, foram consideradas possíveis gastos com banco de imagens, templates de animação, efeitos sonoros, músicas e gravação de locução. O valor total é apresentado na tabela abaixo (Tabela 1).

Tabela 1: Orçamento para o projeto

Template Pixity Land	US\$ 52,00
Locução	US\$ 40,00
Banco de imagens	US\$ 20,00
Efeitos Sonoros	US\$ 10,00
Músicas	US\$ 18,00
Total	US\$ 140,00

Fonte: autor.

c) Equipe de trabalho

A equipe de trabalho é composta pelo autor do presente trabalho, Felipe Barroco, e conta com a assessoria de um profissional da área de produção audiovisual, Vinicius Cruxen, graduado em Produção Audiovisual pela PUCRS, e atualmente integra a equipe de produção de vídeo na empresa RBS. Bruna Valentini, profissional de comunicação, formada em Jornalismo, participou do projeto como narradora do vídeo.

d) Avaliações

As avaliações previstas durante o projeto tiveram dois formatos: o primeiro, de caráter mais informal, foi aplicado nas fases de concepção e criação, e a proposta era uma troca de ideias sobre o material produzido junto aos usuários; o segundo formato possuía um caráter mais padronizado, entrevistas individuais ou em grupo, com o objetivo de receber e perceber as reações dos usuários frente ao material.

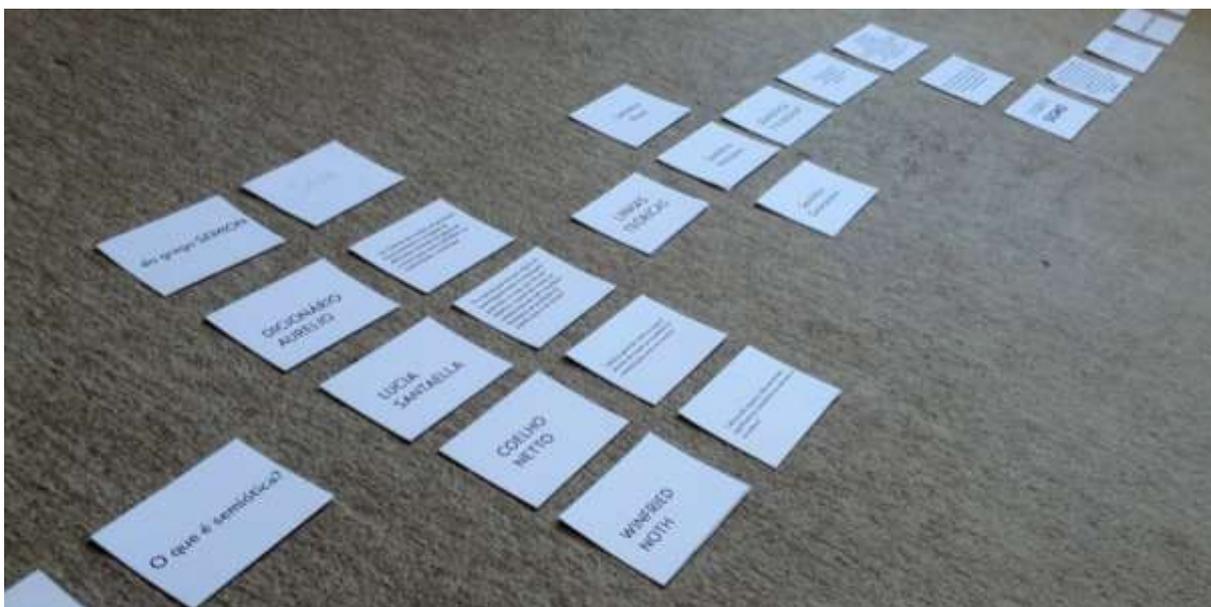
e) Identificação de problemas

Um problema em potencial identificado, que poderia afetar significativamente o desenvolvimento do projeto, estava relacionado ao domínio do software para criação da peça de Motion Graphics, o Adobe After Effects. As medidas tomadas para amenizar esta dificuldade foram: assistir vídeo aulas sobre a ferramenta e praticar o seu uso através de tutoriais da internet.

4.3 ROTEIRIZAÇÃO

A criação do roteiro se mostrou como o primeiro grande desafio do projeto, uma vez que é um processo que se distancia bastante da prática do Design. Desta forma, fazendo uso de um processo bastante recorrente no Design, baseado na atividade CARD (MULLER et al, 1994 apud MULLER, 2003), criou-se um fluxo de ideias para organizar o conteúdo (Figura 8). É importante ressaltar que os conceitos presentes nas cartas foram extraídos do capítulo 3.1, referente à fundamentação teórica acerca da Semiótica, os quais foram validados pela banca avaliadora na primeira etapa do trabalho.

Figura 8: Técnica de Card Sorting



Fonte: autor.

Durante o processo, percebeu-se que antes de se abordar e exemplificar o conceito de signo, era importante contextualizar o espectador, fazendo uma breve introdução do que é a Semiótica e qual a importância de saber o que é signo no contexto do Design (Figura 9).

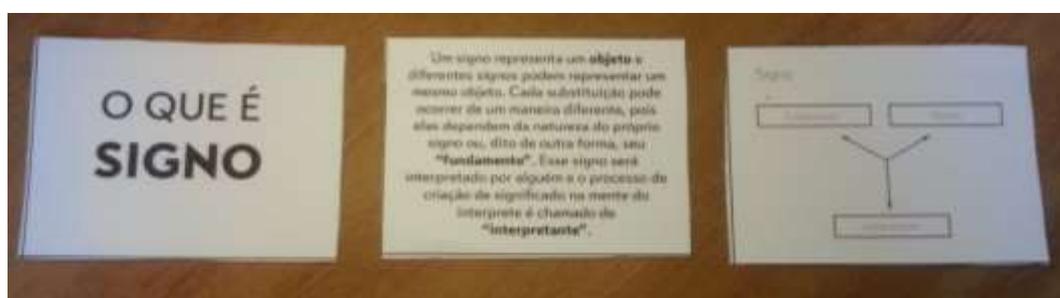
Figura 9: Card Sorting – Contextualização



Fonte: autor.

Em um segundo momento acontece a explicação do que é um signo, quando são apresentados os conceitos de objeto, fundamento e interpretante (Figura 10).

Figura 10: Card Sorting – O que é signo



Fonte: autor.

A etapa final do vídeo consiste na exemplificação dos conceitos abordados, demonstrando como um signo se comporta em relação ao seu fundamento, objeto e interpretante na mente de diferentes intérpretes (Figura 11).

Figura 11: Card Sorting – Exemplificação

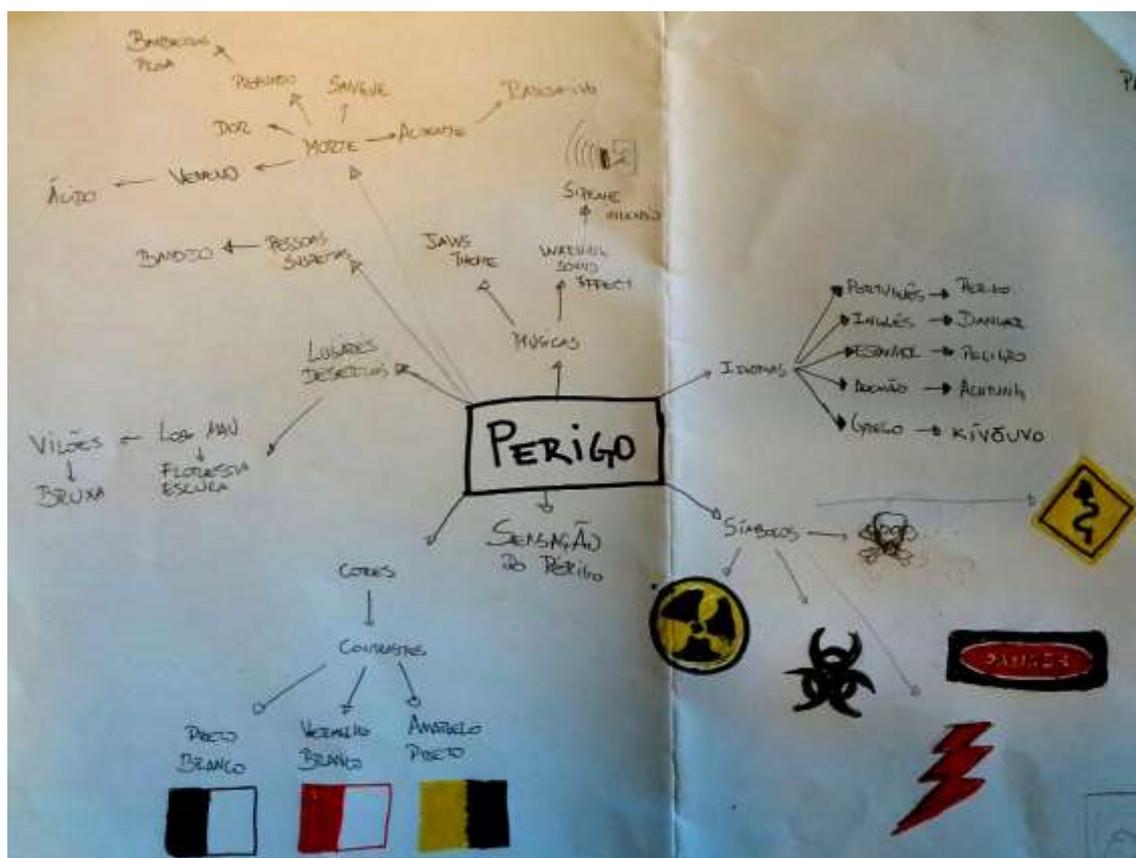


Fonte: autor.

O exemplo escolhido foi o “perigo”; uma ideia que surgiu do contato com Sofia, uma criança de 3 anos, que expressou durante um diálogo sobre histórias infantis, que para ela o maior perigo era a imagem do Lobo Mau da história da Chapeuzinho Vermelho, assim como a música que esta personagem principal canta em determinada parte da história.

Uma vez definido o perigo como sendo o objeto a ser exemplificado, criou-se um mapa mental (Figura 12) para elencar diferentes signos que representassem o objeto perigo, a saber: imagem de um lobo, imagem de uma bruxa, a palavra perigo (em diferentes idiomas), símbolo de uma caveira, símbolo de perigo nuclear, sons de facas, sons de passos, vídeo de um tubarão, a música tema do filme Tubarão, vídeo de uma campanha contra às drogas que mostra um bebe brincando com uma faca, foto de uma criança que tenta pegar uma panela quente no fogão, etc.

Figura 12: Mapa Mental – Exemplificação



Fonte: autor.

O resultado da roteirização consistiu no texto do narrador (Apêndice A – Roteiro inicial), o que serviu como um caminho a ser seguido na etapa seguinte. Essa versão do roteiro passou por uma primeira avaliação com um professor do curso de Design, onde se percebeu que alguns conceitos precisavam ser mais bem desenvolvidos, bem como a alteração da ordem de algumas informações. Nessa avaliação foram definidos exatamente quais signos seriam utilizados para representar os diferentes fundamentos do objeto “perigo” e quais seriam utilizados para representar os diferentes interpretantes.

Outra questão importante que surgiu durante a avaliação do roteiro diz respeito a denominação do objeto escolhido para exemplificar os conceitos. Inicialmente, como mencionado acima, o objeto foi denominado como “perigo” e a seguir de “sensação de perigo”. Ambos causavam estranheza, pois os exemplos escolhidos não necessariamente representavam o perigo iminente. Randsell (1983, apud SANTAELLA, 2004) afirma que “o objeto de um signo não é necessariamente algo

que poderíamos conceber como um individual concreto e singular: [...] ele pode ser da natureza de uma 'ideia' [...].” Desta forma, optou-se por denominar o objeto como “ideia de perigo”.

ROTEIRO – VERSÃO FINAL

Você sabe o que é semiótica?

*A palavra é derivada do grego semeion, que significa **signo**.*

No dicionário, uma das definições que encontramos é a seguinte:

*“teoria geral das representações, que leva em conta os **signos** sob todas as formas e manifestações que assumem (linguísticas ou não).”*

Lucia Santaella, importante nome da semiótica no Brasil, diz que é a “ciência que tem por objetivo o exame dos modos de constituição de todo e qualquer fenômeno de produção de significação e de sentido”.

*Para Coelho Netto, autor do livro “Semiótica, Informação e Comunicação”, a Semiótica é “a ciência geral de **todos os signos** através dos quais se estabelece a comunicação entre os homens”.*

A Semiótica possui 3 linhas teóricas:

A Semiótica da Cultura, a Semiótica Greimasiana, e a Semiótica Peirceana.

A semiótica Peirceana possui um caráter bastante lógico e um dos seus objetivos é o de examinar como ocorrem os processos de significação.

No design, esse é um dos motivos que a torna tão importante:

atribuir aos produtos significações que sejam perceptíveis pelo consumidor.

*O **signo** está no centro do estudo da Semiótica e por isso é importante entender...*

O que é signo?

*Um signo é composto por um **objeto**, um **fundamento** e um **interpretante**.*

*O signo é uma coisa que representa uma outra coisa, o seu **objeto**.*

Diferentes signos podem representar um mesmo objeto.

*O modo como cada signo se apresenta é chamado de **fundamento**.*

O signo será interpretado por alguém, o intérprete.

*E a criação de significado na mente do interprete é o que chamamos de “**interpretante**”.*

Por exemplo:

*Para representar o **objeto** “ideia de perigo” podemos utilizar diversos signos*

*Cada um destes signos pode ter um **fundamento** diferente.*

Pode ser essa música

uma imagem

Um vídeo

Ou ainda, a própria palavra.... perigo

*Apesar de possuírem diferentes fundamentos, todos esses signos representam o mesmo **objeto**: a “ideia de perigo”.*

*O **interpretante** é a significação que acontece na mente de cada intérprete.*

Se o intérprete for uma criança, o interpretante pode ser a imagem do Lobo Mau;

Se for um adulto, a imagem de um assalto

E para um jovem surfista, pode ser a imagem de um tubarão.

*Todos esses são possíveis **interpretantes** que representam a “ideia de perigo”.*

*E se pensarmos um pouco mais sobre isso, podemos dizer que o **interpretante** também é um signo, composto por um fundamento, um objeto e um interpretante.*

4.4 STORYBOARD

A criação do Storyboard aconteceu paralelamente à finalização do roteiro, pois o processo criativo já havia começado e se fez necessário expressar graficamente algumas ideias. No entanto, antes de esboçá-las no papel, procedeu-se uma análise comparativa de diferentes peças de motion graphics e vídeos informativos.

4.4.1 Pesquisa de referências visuais

a) *Django Unchained - Kinetic Typography*, disponível no link <https://vimeo.com/62690227>.

Criado por Joe Duffy, é um vídeo de caráter predominantemente tipográfico, que representa uma cena do filme Django Livre, do cineasta Quentin Tarantino (Figura 13).

Figura 13: Quadros de Django Unchained Kinetic Typography



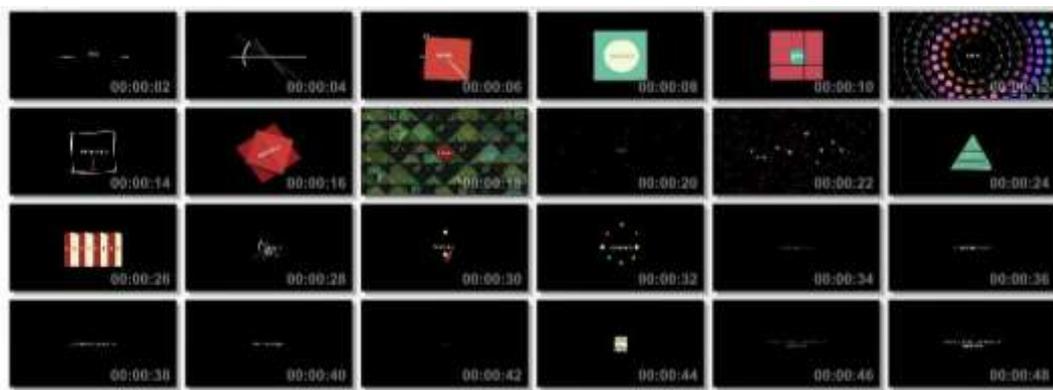
Fonte: autor.

A característica mais marcante desse tipo de peça é o fato do texto estar em perfeita sincronia com o áudio, surgindo na tela no momento em que ele é falado pelos personagens. Em alguns momentos surgem imagens que enriquecem a compreensão das ideias transmitidas pela cena. A peça possui uma paleta de cores bem definida e o plano de fundo possui um foco de luz no centro da imagem.

b) *Elements of Design*, disponível no link <https://vimeo.com/99876106>.

Criado por Matt Greenwood, trata-se de um vídeo que apresenta de forma bastante atraente os diferentes elementos presentes na prática do Design (Figura 14).

Figura 14: Quadros de Elements of Design



Fonte: autor.

O vídeo é direcionado ao mesmo público-alvo da proposta do presente trabalho e, certas características, como a transição entre as cenas, o minimalismo nos elementos e a paleta de cores, evidenciam uma linguagem e um estilo que indubitavelmente agradam o público em questão.

c) *O que é Motion Graphics?*, disponível no link <https://vimeo.com/54689225>.

Criado por Rafael Lima, faz parte do seu trabalho de conclusão de curso e se propõe a esclarecer o que é o Motion Graphics (Figura 15).

Figura 15: Quadros de O que é Motion Graphics?



Fonte: autor.

O vídeo possui uma linguagem bastante amigável e, apesar de ter um ritmo mais acelerado, os elementos visuais facilitam a compreensão dos conceitos apresentados.

d) *Ilha das Flores (1989)*

Um filme de curta-metragem do cineasta Jorge Furtado que apresenta uma sequência de fatos e cria no expectador uma reflexão acerca da desigualdade, gerada pela economia, entre os seres humanos (Figura 16).

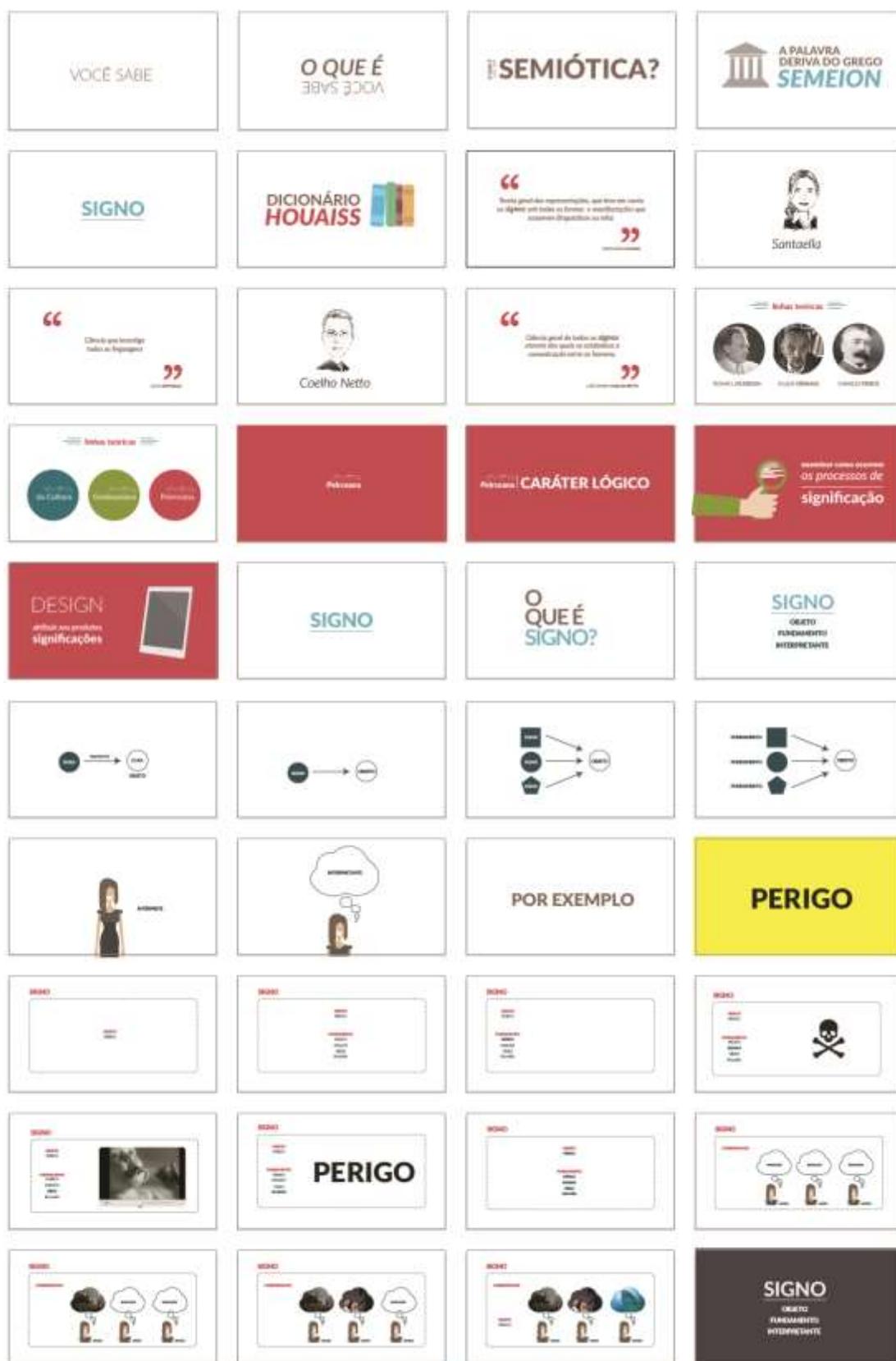
Figura 16: Quadros de Ilha das Flores



Fonte: autor.

O ritmo didático do vídeo, dado pela velocidade da narração e a forma que as imagens são apresentadas, criam uma sequência lógica. A conclusão da narrativa gera um desconforto e uma marca quase permanente na mente do expectador, ora causado pela força da cena em que pessoas pegam os restos de comidas dos porcos, ora causado pelo fato de se concluir que todos, ele inclusive, fazem parte desse sistema.

Figura 18: Storyboard Vetorizado



Fonte: autor.

Nesta etapa que foram definidos o padrão tipográfico (Figura 19) e a paleta de cores principal (Figura 20). A família tipográfica escolhida é a Lato, uma fonte do Google, disponível gratuitamente na internet. Ela possui 9 pesos distintos, todos com a variação em itálico. Os detalhes parcialmente arredondados da fonte transmitem uma energia única, enquanto os traços fortes conferem estabilidade e seriedade para o conteúdo.

Figura 19: Padrão Tipográfico - Lato

AaBbCcDdEeFfGgHhIi

Fonte: autor.

A paleta de cores principal foi definida em função do público-alvo, formado por designers, que reconhecidamente, em sua maioria, preferem cores pastel. Elementos tipográficos, planos de fundo e transições de tela foram construídos com base nesta paleta. Detalhes de outros elementos (ícones, personagens) podiam conter cores fora da paleta principal, contanto que fossem também em tons pastel.

Figura 20: Paleta de Cores Principal



Fonte: autor.

4.4.4 Animatics

Orientado por Vinicius Cruxen, profissional de produção audiovisual, antes de começar a criação do vídeo no software, o primeiro passo era a gravação do texto da locução - que poderia ser efetuada com uma voz qualquer, e no caso foi a voz do autor do trabalho. Essa gravação tinha como objetivo marcar a velocidade e o tempo de cada cena; a esse processo dá-se o nome de *minutagem* e, a partir dele, as cenas foram sendo criadas/desenhadas no programa, construindo assim os *animatics*.

É importante ressaltar que durante o processo de criação das cenas no After Effects ocorreram pequenas mudanças no design de determinados elementos, com o

intuito de conferir ao material uma maior unidade; essa necessidade, que antes não havia sido percebida, surgiu quando pode-se perceber o conjunto como um todo.

Definiu-se nessa etapa que a trilha sonora para a peça de motion graphics seria a música *It's My Life*, da produtora *Metrolight Music*, adquirida no portal *audiojungle.net*. A música possui um caráter motivacional, é animada, alegre e faz uso de diferentes instrumentos, tais como piano, violão, ukulele, bandolim e sinos.

Conforme mencionado no item 5.3 Roteirização, o vídeo possui 3 grandes momentos, que serão denominados aqui de Introdução, Apresentação de conceitos e Exemplos.

4.4.4.1 Apresentação de conceitos da Semiótica

Fez-se o uso de elementos icônicos para representar algumas ideias. O Parthenon, para representar a origem grega da palavra signo, e 4 lombadas de livros, um ao lado do outro, para representar o dicionário consultado (Figura 21).

Figura 21: Elementos icônicos



Fonte: autor.

Para representar graficamente os teóricos citados, Lucia Santella e José Teixeira Coelho Netto, utilizou-se o aplicativo *MomentCam*² para gerar caricaturas descontraídas (Figura 22) de cada um.

² O *MomentCam* é um aplicativo, para Android e iOS, em que os usuários podem, a partir de fotografias, encaixar rostos em situações diversas, representadas em forma de caricatura.

Figura 22: Caricaturas dos teóricos



Fonte: autor.

As linhas teóricas da Semiótica são apresentadas com as fotos se seus respectivos teóricos mais importantes. As fotos antigas, em preto e branco, dão lugar a círculos coloridos, cada um contendo o nome da sua respectiva linha teórica: o intuito era atribuir a elas um aspecto mais moderno e amigável (Figura 23).

Figura 23: Linhas teóricas



Fonte: autor.

A relevância da semiótica no design é então apresentada e utiliza-se a imagem de um objeto de desejo de muitos designers, o iPad (Figura 24), para representar um produto com “significação perceptível pelo consumidor”.

Figura 24: Produto – Ipad



Fonte: autor.

4.4.4.2 Apresentação de conceitos de signo

Os conceitos acerca do signo são apresentados de forma esquemática, numa construção de ideias bastante didática e visual. Em determinado momento surge um personagem, o intérprete, o qual foi configurado através do template de animação, Pixity Land, adquirido para auxiliar no desenvolvimento do trabalho (Figura 25).

Figura 25: Personagem – Intérprete



Fonte: autor.

4.4.4.3 Aplicação do conceito de signo

A cena dos exemplos explora bastante o potencial do Motion Graphics, pois apresenta em sequência diferentes elementos, como música, imagem, vídeo e texto.

O primeiro deles, a música que representa a “ideia de perigo”, faz parte da trilha sonora do filme Tubarão, sucesso nos cinemas na década de 1970. O trecho em questão pertence a faixa de número 2, “The Empty Raft”, que usualmente é associada a situações de perigo.

Já a imagem para representar a “ideia de perigo” é um símbolo bastante utilizado para representar “perigo / alta tensão” (Figura 26).

Figura 26: Símbolo de perigo / alta tensão



Fonte: autor.

O vídeo apresentado na sequência, a cena de um bebê interagindo com uma faca, faz parte de um filme produzido para a ONG Associação Parceria Contra Drogas (criado por Renato Simões e Renata Proett e dirigido por Carlos de Moura Ribeiro Mendes) (Figura 27).

Figura 27: Quadros do vídeo Bebê - Parceria Contra Drogas



Fonte: Bebê ([199-]).

Essas cenas, apesar de fictícias, são bastante fortes e têm como objetivo causar algum tipo de desconforto no espectador, um ponto importante levantado pela banca examinadora, quando ocorreu a apresentação da primeira etapa do presente trabalho.

A cena final, referente aos interpretantes, possui 3 intérpretes que, da mesma forma como o personagem mencionado no item 5.4.4.2 Conceitos, foram construídos a partir do template Pixity Land (Figura 28, Figura 29 e Figura 30). Cabe destacar, a título de curiosidade, que a imagem da personagem “intérprete criança” foi inspirada em Sofia, uma forma de homenageá-la e agradecê-la pela ajuda no processo de criação do roteiro.

Figura 28: Personagem – Criança



Fonte: autor.

Figura 29: Personagem – Adulto



Fonte: autor.

Figura 30: Personagem – Surfista



Fonte: autor.

4.4.5 Avaliações

Os *animatics* foram avaliados através de entrevistas individuais com os usuários (Apêndice B), os quais geraram diversos apontamentos relativos à transmissão da informação, ritmo da peça e estética do layout. A medida que as avaliações aconteciam, as sugestões eram revisadas e o material atualizado. Esse processo de melhoria dos *animatics* é usual; Krasner (2008) afirma que quanto mais polida for a produção dos *animatics*, melhor será a visualização da ideia.

As mudanças ocorridas após as avaliações do vídeo foram:

- Inserção de alguns segundos antes do início do vídeo;
- Diminuição do volume da trilha sonora, para destacar mais a voz do narrador;
- Aumento do tempo de exibição das citações dos teóricos na primeira parte do vídeo;
- Algumas correções de sincronia entre palavras que aparecem na tela com o que o narrador está falando;
- Remoção total da trilha sonora na parte dos exemplos, quando são elencados os possíveis fundamentos para representar o objeto “ideia de perigo”.

4.5 PRODUÇÃO FINAL

Os limites desta etapa apresentaram uma intersecção com a etapa anterior, a de criação dos *animatics*, pois, à medida que eram avaliados, os *animatics* passavam por revisões e refinamentos, aproximando-os cada vez mais da produção final.

4.5.1 Locução

Pode-se dizer que o marco de início da etapa de produção final foi o momento da gravação da locução com a voz da narradora, Bruna Valentini. A escolha da sua voz tem relação direta com a sensação que o vídeo deveria transmitir. Sua voz possui um timbre amigável, confortável aos ouvidos que, segundo ela, o mercado chama de uma voz “querida”.

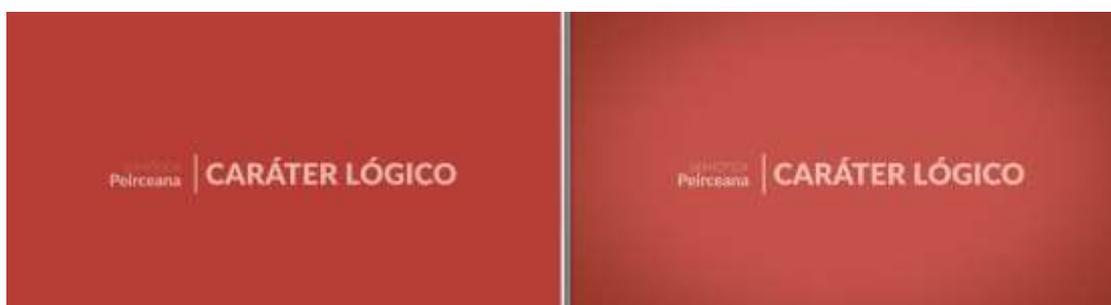
Dada a sua experiência nesse tipo de trabalho, o processo/método de gravação aconteceu conforme sugerido por ela. Inicialmente foi exibida a versão mais atual dos *animatics*, para que ela pudesse ter uma ideia do todo, da atmosfera geral da peça. A seguir, com o roteiro em mãos, delimitaram-se as 3 grandes partes da locução: a primeira receberia uma energia inicial que aumentaria gradualmente nas demais partes. As frases foram agrupadas e numeradas em blocos (chamados de LOC) de acordo com a sequência do roteiro. A locução de um bloco era então gravada quantas vezes fossem necessárias até que o resultado fosse o esperado; quando se chegava na gravação satisfatória, anotava-se ao lado da numeração daquele bloco o nome do arquivo gravado e passava-se para o bloco seguinte.

No Apêndice C, constam as anotações feitas por Bruna no roteiro. Ali aparecem certas palavras que receberam destaque, tipos de entonações (em frases, palavras e sílabas), pronúncias corretas e pequenos ajustes textuais (segundo ela, são comuns de acontecerem durante a gravação de locuções).

4.5.2 Finalização

Para conferir maior unidade ao vídeo, adicionou-se um leve efeito de foco de luz no centro da imagem, somado a uma camada quase transparência de efeito granulado, algo similar ao que havia aparecido no vídeo “*Django Unchained - Kinetic Typography*”, item a) da seção 5.4.1 Pesquisa de referências visuais. O antes e depois pode ser conferido na Figura 31, abaixo:

Figura 31: Camadas de acabamento (antes e depois)



Fonte: autor.

4.6 PROCESSO CONTÍNUO

Esta etapa corresponde ao recolhimento de feedbacks acerca do material finalizado, para garantir que a informação esteja sempre sendo compreendida pelos usuários. Conforme previsto no cronograma, tem seu início previsto para início no mês de dezembro. Desta forma, na data de entrega do relatório, dia 28 de novembro de 2014, o vídeo será compartilhado nas redes sociais. Os comentários recebidos serão analisados, compilados e, caso seja necessário, uma nova revisão e atualização poderá ser efetuada no material, o qual será na apresentação do trabalho à banca.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa teórica acerca da Semiótica no Design, assim como o levantamento efetuado durante a pesquisa de campo, confirmou o problema de pesquisa exposto neste trabalho.

Já nas primeiras avaliações com os usuários, em conversas que antecediam a exibição do vídeo, quando se questionava qual a relação entre o entrevistado e os conteúdos da Semiótica, surgiram expressões que demonstram a complexidade de apreensão do tema, tais como “muito complicado”, “não lembro nada”, “não uso”, “não gosto”. Tais pensamentos aumentavam o desafio de despertar o interesse do usuário em relação ao conteúdo proposto para o vídeo. Entretanto, as reações ao material exibido foram bastante positivas e os usuários se mantiveram interessados no conteúdo até o final da apresentação. Durante a conversa realizada após a exibição do vídeo, certos depoimentos demonstraram algumas reflexões despertadas nos usuários: “agora eu lembrei de alguma coisa das aulas de Semiótica”, “de certa forma eu uso sim a Semiótica no trabalho”, “os alunos de Semiótica também vão gostar de assistir”, “é mais fácil entender assim”.

O conceito de signo e sua estruturação enquanto objeto, fundamento e interpretante foram, de fato, facilitados para muitos, tanto para os que já haviam tido contato com este conteúdo, quanto para aqueles que estavam vendo esses conceitos pela primeira vez. Sendo assim, o objetivo geral do trabalho foi alcançado, pois uma melhor compreensão do conceito de signo pela ótica da Semiótica, por parte dos usuários, validou a hipótese levantada: peças de Motion Graphics conferem potencial para explicar conceitos da Semiótica no Design.

Além de utilizar-se os recursos do Motion Graphics para despertar e manter a atenção do espectador diante do assunto, havia a intenção de criar uma experiência com o vídeo, algo que ficasse marcado em sua mente. Perceberam-se várias reações emocionais e físicas nos espectadores em determinados pontos do vídeo, o que entende-se como um ponto positivo pois, segundo avaliação da banca na etapa anterior, em se tratando de Semiótica, mais importante do que explicar um conceito é gerar uma oportunidade de se ter uma experiência relacionada a ele.

Visando facilitar o processo de percepção das informações, o Design de Informação, referencial teórico adotado, busca garantir que o usuário sinta-se

confortável diante de uma composição. Entretanto, dada a natureza do conteúdo, para gerar a experiência/vivência no usuário, esse pressuposto foi estrategicamente desconsiderado, criando intencionalmente momentos de ruptura e quebra de continuidade para gerar um estranhamento no espectador.

A proposta do trabalho, de acordo com os objetivos definidos, não tinha a intenção de criar um objeto de aprendizagem ou mesmo um material didático para ser utilizado em sala de aula. O objetivo foi utilizar o vídeo para traduzir visualmente conceitos complexos e torná-los mais amigáveis para aqueles que estão inseridos no contexto do Design, seja na academia ou no mercado de trabalho. Todavia, surgiram depoimentos que demonstravam um interesse de tentar empregar a peça de Motion Graphics em um contexto de ensino.

Por fim, no âmbito pessoal, cabe salientar a importância para a formação profissional que este trabalho assumiu, os aprendizados adquiridos e consolidados no desafio de se criar uma peça de Motion Graphics, dada a complexidade e diversidade de elementos envolvidos, somado à inexperiência com o uso das ferramentas de software necessárias para produzi-lo. Como uma contribuição resultante desta relevante e desafiadora experiência, em especial pelos resultados positivos obtidos, seria desejável que a formação acadêmica em Design pudesse ampliar a oferta de conhecimentos e ferramentas para a elaboração de peças em vídeo, tendo em vista torná-los mais acessíveis a todos os estudantes desta universidade.

REFERÊNCIAS

AUMONT, Jaques. A Imagem. Campinas: Papyrus, 1993.

ARNHEIM, R. Arte e Percepção Visual. São Paulo: Thomson, 1980.

BAER, K. Information design workbook: Graphic approaches, solutions, and inspiration+ 30 case studies. Rockport Publishers, 2008.

BEBÊ. Direção de Carlos de Moura Ribeiro Mendes. Produção de Renato Simões e Renata Proett. [s.i]: Salles/dmb&b, [199-]. P&B. Série Parceria Contra Drogas.

BEVAN, N; KIRAKOWSKI, J; MAISSEL, J. 1991. What is usability. In: Proceeding of the Fourth International Conference on HCI. 1991.

BLOCK, B. The Visual Story: Seeing the Structure of Film, TV and New Media. Burlington: Focal Press, 2001.

CARRIL, C. A alma da marca Petrobras: significado e potencial comunicativo. São Paulo: Editora Annhembí Morumbi, 2004.

COELHO NETTO, J. T. Semiótica, Informação e Comunicação. São Paulo: Perspectiva, 1980. FLOCH, J-M. Semiótica plástica e linguagem: análise de um anúncio da campanha de lançamento do cigarro “News”. In: OLIVEIRA, A. C.; TEIXEIRA, L. (Orgs.). Linguagens na comunicação: desenvolvimento de Semiótica sincrética. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2009. p.145-165.

COURTÉS, J. Introdução à semiótica narrativa e discursiva. Coimbra: Almedina, 1979.

COUTO, R. Contribuição para um Design Interdisciplinar. In: Estudos em Design, n.1, v.7, Rio de Janeiro: Aend-BR, p.79-90, 1999.

DONDIS, A. Sintaxe da Linguagem Visual. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

ESTOL, C.; GONÇALVES, F. Semiótica Aplicada ao Design de Superfície. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE PESQUISA EM DESIGN (CIPED), 5., 2009, Bauru. Anais ... Bauru: Universidade Federal Paulista, 2009. CD-ROM.

ESTOL, C. Apostila de Semiótica desenvolvida para disciplina “Semiótica Aplicada ao Design” da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM-RS). Capítulo 3: Panorama – principais conceitos e teorias. Porto Alegre, 2012.

GREIMAS, A. Da Imperfeição. Tradução Ana Claudia de Oliveira. São Paulo: Hacker Editores, 2002. Tradução de: De l'imperfection.

HAUPENTHAL, G. D. S. Motion graphics: como auxílio no ensino da história do design. 2012. Disponível em: <http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/70340>.

HELLER, S. Design Literacy: Understanding Graphic Design. Allworth Communications, 2004, p. 221.

JORDAN, P. W. Designing Pleasurable Products: An Introduction to the New Human Factors. Taylor & Francis, 2000.

KRASNER, J. Motion Graphic Design: Applied History and Aesthetics. [S.l.]: Elsevier, 2008.

KRIPPENDORFF, K. Product Semantics; A Brief Sketch. In: P&D Design 2000 Separata das Conferências dos Visitantes Estrangeiros. Novo Hamburgo: Associação de Ensino de Design do Brasil, 2000

MACHADO, A. Televisão Levada à Sério. São Paulo: Senac, 2000.

_____. Arte e Midia. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.

_____. Pré-cinemas e Pós-cinemas. Campinas: Papyrus, 1997.

MEDEIROS, D. Design e Semiótica: a criação de jogos de tabuleiro como objetos de aprendizagem. In: GRAPHICA - INTERNATIONAL CONFERENCE ON GRAPHICS ENGINEERING FOR ARTS AND DESIGN, 10., 2013, Florianópolis. Anais...

Disponível em :<

<http://wright.ava.ufsc.br/~grupohipermedia/graphica2013/trabalhos/DESIGN%20E%20SEMIOTICA%20A%20CRIACAO%20DE%20JOGOS%20DE%20TABULEIRO%20COMO%20OBJETOS%20DE%20APRENDIZAGEM.pdf> >. Acesso em 6 de jun. 2014.

MOURA, M. Design de hipermídia: Caminhos para o ensino na cultura digital. Chap. 14. In: Selected readings on information design: communication, technology, history and education. Eds: Carla Spinillo; Petrônio Bendito; Stephania Padovani - Curitiba: Sociedade Brasileira de Design da informação, 2009.

MULLER, M J. Participatory design: the third space in HCI. Human-computer interaction: Development process, p. 165-185, 2003.

NIEMEYER, L. Elementos de Semiótica: aplicados ao design. Rio de Janeiro: 2AB, 2003.

O'GRADY, J. V.; O'GRADY, K. V. The information design handbook. How Books, 2008.

RAMALHO E OLIVEIRA, S. R. Imagem também se lê. São Paulo: Rosari, 2009.

REDISH, J. What is information design?. Technical communication, v. 47, n. 2, p. 163-166, 2000.

SANTAELLA, L. O que é Semiótica. São Paulo: Brasiliense, 1983.

_____. A teoria geral dos signos: como as linguagens significam as coisas. Pioneira, 2000.

_____. Semiótica aplicada. São Paulo: Cengage Learning, 2002.

_____. Matrizes da Linguagem e Pensamento: Sonora Visual Verbal. São Paulo: Iluminuras, 2005.

SHIRAIWA, J.; LIMA, M. V. M.; TRISKA, R. A Semiótica e o design da informação: Uma reflexão. Chap. 9. In: Selected readings on information design: communication, technology, history and education. Eds: Carla Spinillo; Petrônio Bedito; Stephania Padovani - Curitiba: Sociedade Brasileira de Design da informação, 2009.

VELHO, J. Motion Graphics: linguagem e tecnologia – Anotações para uma metodologia. UERJ - ESDI. Rio de Janeiro, 2008.

VIEIRA, S.; SPAGNUELO, D.; PERASSI, R. Estudo semiótico de placas de sinalização: bases para uma proposta metodológica. In: GRAPHICA - INTERNATIONAL CONFERENCE ON GRAPHICS ENGINEERING FOR ARTS AND DESIGN, 10., 2013, Florianópolis. Anais... Disponível em :<
<http://wright.ava.ufsc.br/~grupohipermedia/graphica2013/trabalhos/estudo%20semioco%20de%20placas%20de%20sinalizacao%20bases%20para%20uma%20proposta%20metodologica.pdf>>. Acesso em 6 de jun. 2014.

APENDICE A – Roteiro (Versão inicial)

Você sabe o que é semiótica?

A palavra é derivada do grego semeion, que significa signo.

No dicionário, uma das definições que encontramos é a seguinte:

“teoria geral das representações, que leva em conta os signos sob todas as formas e manifestações que assumem (linguísticas ou não).”

Lucia Santaella, importante nome da semiótica no Brasil, diz que é a “ciência que tem por objetivo o exame dos modos de constituição de todo e qualquer fenômeno de produção de significação e de sentido”.

Para Coelho Netto, autor do livro “Semiótica, Informação e Comunicação”, a Semiótica é “a ciência geral de todos os signos através dos quais se estabelece a comunicação entre os homens”.

A Semiótica possui 3 linhas teóricas:

A Semiótica da Cultura, a Semiótica Greimasiana, e a Semiótica Peirceana.

A semiótica Peirceana possui um caráter bastante lógico e um dos seus objetivos é o de examinar como ocorrem os processos de significação.

No design, esse é um dos motivos que a torna tão importante:

atribuir aos produtos significações que sejam perceptíveis pelo consumidor.

*O **signo** está no centro do estudo da Semiótica e por isso é importante entender...*

O que é signo?

*Um signo é composto por um **objeto**, um **fundamento** e um **interpretante**.*

*O signo é uma coisa que representa uma outra coisa, o seu **objeto**.*

Diferentes signos podem representar um mesmo objeto.

*O modo como cada signo se apresenta é chamado de **fundamento**.*

O signo será interpretado por alguém, o intérprete.

*E a criação de significado na mente do interprete é o que chamamos de “**interpretante**”.*

Por exemplo:

*Para representar o **objeto** “idéia de perigo” podemos utilizar diversos signos*

*Cada um destes signos pode ter um **fundamento** diferente.*

Pode ser essa música

uma imagem

Um vídeo

Ou ainda, a própria palavra.... perigo

*Apesar de possuírem diferentes fundamentos, todos esses signos representam o mesmo **objeto**: a “idéia de perigo”.*

*O **interpretante** é a significação que acontece na mente de cada intérprete.*

Se o intérprete for uma criança, o interpretante pode ser a imagem do Lobo Mau;

Se for um adulto, a imagem de um assalto

E para um jovem surfista, pode ser a imagem de um tubarão.

*Todos esses são possíveis **interpretantes** que representam a “idéia de perigo”.*

*E se pensarmos um pouco mais sobre isso, podemos dizer que o **interpretante** também é um signo, composto por um fundamento, um objeto e um interpretante.*

APENDICE B - Entrevistas com usuários

Entrevistado 1

Diretora de criação e sócia fundadora de um escritório de design, formada em Design pela Ulbra, com especialização em imagem publicitária. Estudou semiótica pela primeira vez no curso de Design, há uns 15 anos. Fez a especialização em 2005.

De que forma a semiótica é aplicada nos projetos?

A gente busca trazer significação nos projetos através das cores, imagens, ícones, fotos...fazemos muitas coisas pra web, facebook. No branding montamos painéis de marcas antigas e atuais que tenham relação com o que a nova marca deve transmitir. Ali a forma tem muita relação com o que queremos transmitir. Eu gosto muito de trabalhar com fontes, acho que elas dão muita personalidade para um projeto.

EXIBIÇÃO DO VÍDEO

Eu vi que no momento do exemplo, quando fala sobre o vídeo, tu tiveste uma reação positiva. Como é uma cena forte, eu fiquei um pouco surpreso com a tua reação.

Provocou, representou o a idéia...mas eu achei, na verdade, um amor a criança, não achei perigoso.

Não achou?

Não, eu achei perigoso, óbvio. O vídeo é uma coisa que te traz mais sentidos...primeiro porque é uma criança, bebê, tu já fica assim “que amor” [risos] daí tu vê, ihh, ele vai colocar a faca na boca.

A informação passada no vídeo foi bem compreendida?

Sim, completamente.

A cena final, quando há a reflexão sobre o interpretante e o fato de que ele é um signo também, fez sentido?

Sim. Mas a parte inicial eu achei um pouco difícil de entender, tá um pouco rápido, eu achei. Eu lembro e já sei sobre o assunto, mas alguém que nunca viu, pode ter dificuldade de entender. Talvez a narração final ajude a melhorar a compreensão dessa parte. Eu comecei a prestar atenção, depois das primeiras partes. Quando começa a falar das linhas teóricas comecei a organizar os pensamentos.

[Breve explicação sobre as três etapas do vídeo] Qual parte/etapa do vídeo tu gostaste mais e por que?

A segunda eu gostei muito, porque eu trabalhei com ensino a distância, me lembrou muito os objetos de aprendizagem que a gente fazia. Isso seria um ótimo trabalho pra uma cadeira de semiótica a distância. Seria um ótimo objeto de aprendizagem, com certeza. Eu tava vendo e pensando “bah que legal”. É muito didática, me lembrou os objetos de aprendizagem, por que tem os significados, o esqueminha, a pessoinha. E a terceira parte eu gostei, do exemplo, por que traz mais referências, tipo o vídeo e a música. Quando começa a música, para, dá o silêncio (que foi ótimo, por sinal, aquele silêncio antes), dae tu escuta, é uma outra tensão, tu presta atenção em outro sentido, não só o visual. Acho que essa terceira parte a gente se identifica mais.

Achaste adequada a escolha dos exemplos na parte dos interpretantes?

Sim, para criança acho que o lobo mau representa bem e para mim, adulto, um assalto é bem a imagem de uma situação de perigo.

Entrevistado 2

Trabalha na área de animação e produção de conteúdo digital em uma empresa de telecomunicações há 2 anos. Utiliza softwares como After Effects, Illustrator, Photoshop e Edge Animate. cursou a disciplina de semiótica em 2011.

O que tu lembra das aulas de Semiótica?

Gostei da disciplina de semiótica na faculdade, mas não lembro muita coisa. Lembro que a avaliação final era desenvolver um vídeo.

EXIBIÇÃO DO VÍDEO

O que tu achaste do vídeo? Conseguiu compreender a informação que foi passada?

Sim, chegou um momento em que eu percebi que eu tava mais concentrado no design do que na informação, a partir daí eu foquei mais no conteúdo. Gostei. Achei ele bem objetivo. A parte das citações de fato é meio monótono, são 3 e ainda vem uma atrás da outra, mas eu sei que ela parte fundamental do teu projeto. Acho que por ser um vídeo divertido ele pode virar uma ferramenta bem útil para ser usada também em sala de aula.

Com relação a tua reação a cena do bebê. Por que riste?

Um bebê com uma faca na boca, obviamente é todo cenográfico. Mas por algum motivo eu ri, talvez por espanto. Por exemplo, se eu fico nervoso eu dou risada. Ele causa um certo desconforto.

A reflexão proposta no final do vídeo ficou clara pra ti?

Sim. Qual seria o interpretante do interpretante? [Explicação] Eu vejo que o desafio maior disso tudo são as definições mesmo.

Entrevistado 3

Com formação em Design de Produto na UniRitter, diretor de criação em uma agência de Porto Alegre. Está trabalhando em agências há 4 anos. Estudou Semiótica no 2º semestre da faculdade, há 5 anos.

De que forma a semiótica é aplicada nos projetos?

De forma bastante intuitiva, não existe uma metodologia específica. As vezes através da escolha das formas, as vezes com a utilização e escolha de imagens, fotos. A linguagem utilizada, a escolha das palavras certas nas peças, transmite muito do significado. Mas definitivamente falta um pouco de teoria para aplicar no dia a dia da agência.

Qual a tua lembrança da Semiótica na faculdade?

Lembro que assistíamos muitos vídeos, e uns bem malucos [risos]. Lembro que uma das atividades era desenvolver uma embalagem que representasse determinado conceito/significado.

EXIBIÇÃO DO VÍDEO

Gostei muito do vídeo, ficou muito bom mesmo.

Eu vi que durante a cena do bebê tu deu um risada.

Eu achei a cena de certa forma feliz, a música de fundo me deu essa sensação.

Conseguiu entender a informação do vídeo?

[risos] Confesso que fiquei olhando os elementos e não sei se prestei atenção em tudo, mas acho que entendi tudo sim.

Com relação a estética, ritmo, o que achaste? Gostou de alguma parte em especial.

Gostei dos exemplos. Acho que a partir da música de perigo, do filme tubarão, a outra música não precisava voltar, ou pelo menos ficar com um volume mais baixo. Outra coisa é quando aparece a palavra perigo, acho que poderia ser uma fonte mais forte, agressiva e uma entrada mais brusca. Como falei antes, a parte do vídeo seria mais forte se não tivesse a música no fundo e se ouvisse mais os barulhos do bebê no vídeo.

Entrevistado 4

Atualmente no último semestre do curso de Design de Produto na UniRitter. cursou a disciplina de Semiótica há 2 anos. Faz estágio em uma empresa de desenvolvimento web há um 1 ano e 2 meses, onde interage com outra designer e diversos programadores.

Vê a semiótica ser aplicada no seu trabalho ao desenvolver ícones para os sistemas, tem que usar símbolos que acreditam ser bem compreendidos pelos usuários. Não aplicam uma metodologia para atribuir significação aos sistemas, tudo acontece de forma intuitiva, através de troca de ideias entre programadores e designers. Não tem boas lembranças da aula de Semiótica, as considerava muito monótonas e acredita ser culpa da professora que ministrava as aulas. Lembra de um exercício de aula que precisou buscar no meio urbano prédios que remetesse a outros significados, citou como exemplo, o Centro Administrativo de Porto Alegre, que lembrava uma pista de skate e um outro prédio que lembrava um olho. Achou que a semiótica só foi explorada nessa disciplina e que faltou praticá-la nas demais.

EXIBIÇÃO DO VÍDEO

Adorei! É descontraído, não é uma coisa monótona, sabe? As palavras vão surgindo, é uma coisa muito limpa, então dá vontade de ver mais. E os bonequinhos são bonitinhos.

Com relação ao conteúdo, na parte dos exemplos, o que tu achou da escolha da música do tubarão e do vídeo da criança com a faca? Eu percebi que tua reação mudou de um sorriso para uma expressão neutra.

Eu acho que só não tive uma reação mais forte, pois eu sei que não é uma situação real. Se fosse real eu ficaria apavorada. Talvez se eu tivesse assistindo sozinha eu tivesse outra reação.

Entrevistado 5

Estudante do curso de Design de Produto na UFRGS. cursou a disciplina de Semiótica em 2009. Gostava bastante da disciplina, lembra de diferentes linhas teóricas e que o foco era na linha de Peirce. Achava bastante interessante entender como funciona a percepção e os seus diferentes estágios. Como trabalho final teve que desenvolver um vídeo a partir de uma música, dando um novo significado para a música.

EXIBIÇÃO DO VÍDEO

O que achaste do vídeo?

A parte que eu mais gostei foi a parte onde aparece os exemplos e os diferentes modos de interpretação, achei bem bacana. Mostra o lance da criança, ficou bem claro. No final tu retoma, reforça os conceitos. As cores, achei estranho o fundo branco aparecer no final, achei estranho. Gostei bastante das transições, achei legal, bem dinâmico. O início foi um pouco difícil acompanhar as frases.

Com relação à tua reação à cena do bebê?

Senti um pouco de desconforto, depois achei engraçado. Acho que é um exemplo bem importante, um exemplo bem forte. A imagem e o som do vídeo a pessoa associa à questão do perigo.

Vai ser legal para o pessoal da disciplina de semiótica, uma abordagem mais atual. É difícil estudar Semiótica. Eu acho que cada vez mais as aulas tem que ter uma linguagem mais natural, mais de coisas que são compartilhadas na internet.

Entrevistado 6

Estudante de Design Visual na UFRGS, é estagiária em um escritório de design há 2 anos e 3 meses. Kursou a disciplina de Semiótica há uns 3 anos atrás e considera a semiótica muito difícil de entender, lembra de uma atividade que teve que assistir a um filme e lembra também que a avaliação final foi a produção de um texto sobre os conceitos da disciplina.

De que forma a semiótica é aplicada nos projetos no estágio?

Depende dos segmento trabalhado. É necessário entender cada segmento e como passar a atmosfera da cada cliente: através de elementos gráficos, cores, imagens, sons, fontes. A semiótica entra quando temos que saber os elementos que irão transmitir determinada atmosfera de um cliente. Fazemos pesquisa de referência, sobre a empresa e geração de alternativas, mas a metodologia acontece de forma intuitiva, empírica.

EXIBIÇÃO DO VÍDEO

O que achaste do vídeo?

Gostei bastante, a parte inicial achei meio rápido. Aos poucos foi ficando mais dinâmico. O timing de algumas palavras não estava correto, não estava sincronizado com o narrador.

Essa representação de significados era bem o que eu lembrava das aulas. Pra mim continua complexo, por que é uma coisa cíclica. Uma coisa que representa outra coisa, que é um fundamento também e pode ser um significante. Mas olhando o visual, as palavrinhas, o balãozinho dos personagens é sempre melhor do que somente lendo. Vendo o vídeo deu pra facilitar o entendimento. O quadrado, a bolinha e florzinha são coisas diferentes mas essas três coisas diferentes significam a estrelinha, então quando tu olha dá pra assimilar bem melhor.

A parte mais legal é quando chega no exemplo, quando clareia tudo. É muito mais fácil tu assimilar um conteúdo difícil quando ele está materializado do que quando ele está solto.

A frase final foi difícil de entender, pois quando entra nesse ciclo infinito, como eu disse antes, não faz sentido.

Com relação as tuas reações, eu percebi quando tu sorriste muito quando apareceu o personagem que representa o intérprete. Teve algum motivo especial?

Sim, pra mim pareceu muito com a imagem do professor de semiótica. Gostei bastante, não mexe nesse personagem.

Na hora da música do tubarão e no momento do vídeo eu vi que tu ficaste tensa. O que aconteceu?

Muita agonia, senti um arrepio ao ver uma criança com uma faca na boca. A música abaixou e eu fiquei bem focada no vídeo. Minha reação mudou quando começou a música do filme do tubarão por que tu vem, numa narração linear, daí dá uma quebra e começa uma coisa diferente, isolada do que estava acontecendo. Esse momento da música deu pra sentir bastante que algo diferente estava acontecendo e que eu deveria prestar mais atenção.

Entrevistado 7

Cursando Design Visual na UFRGS e Produção Multimídia no SENAC, trabalha como freelancer atualmente, mas antes estagiou durante 6 meses em uma agência desenvolvendo campanhas e materiais para web (concepção de site e conceito de comunicação).

Como tu viu a semiótica aplicada no teu estágio?

Como eu trabalhei em agência, eles não tem tempo nenhum pra justificativa e fundamentação nenhuma. Então eu usava o que eu consigo entender de Semiótica pra fazer os meus conceitos de trabalho, mas meu ambiente de trabalho não considerava isso. O que eu gosto de usar em Semiótica é o quanto o elemento que eu uso pode significar várias coisas pras pessoas que eu quero falar. Então é mais nessa linha que eu conseguia usar. As pessoas na minha volta acho que ninguém fala essa palavra. Existe um preconceito bastante forte.

Qual a tua lembrança da disciplina de Semiótica?

Muito boa, estudamos Santaella e Peirce. A gente viu que tudo tem três bases, tem o significante, tem o significado e o objeto. E que a gente sempre consegue usar qualquer elemento visual pra levar significado pras pessoas, dependendo do repertório delas. Que sempre o sistema visual tem etapas de percepção. Entao quando o usuário vê alguma coisa ele tem primeiro um rema, que é uma visão super embassada, só uma visão geral. Depois ele vai tendo um refinamento disso, até que ele consegue fazer disso um signo ou símbolo na cabeça dele.

EXIBIÇÃO DO VÍDEO

O que achaste do vídeo?

Eu achei ele muito bom. Ele tem muita informação que é teórica, mas eu não acho que tenha um caráter muito instrucional não. Ele tem uma pegada bem comercial. A única coisa que me deixou um pouco dispersiva é quando tu começa a construir as partes lá do início da teoria, que tu coloca letra por letra enquanto tu fala. Aí ficou muito difícil pra mim: prestar atenção no que tu tava dizendo enquanto ia escrevendo, apesar de ser a mesma coisa. Talvez eu fizesse aparecer linha por linha, ou algo que ficasse com menos estímulos ao mesmo tempo. De repente o que faria pra deixar mais acessível era grifar algumas palavras especiais, palavras que são expressões muito teóricas. Acho que dá uma sensação de maior conforto do tipo “eu não entendi essa palavra porque ela é realmente especial”.

Eu achei muito legal quando tu começou a falar do Peirce, principalmente aquela parte dos fundamentos que tu usou e teve uma fração de momento que parou de ser a música do vídeo e passou a ser uma música de perigo, isso eu achei muito legal. Acho que isso foca muito da atenção.

Quanto tu fala dos interpretantes os balões ficaram faltando uma borda, pra separar a imagem do fundo.

No geral ele está bem claro, bem objetivo, por que resumir semiótica em 3 minutos não é fácil. Mas eu achei ele muito legal e ele dá bastante margem pra quem quiser saber mais depois poder pesquisar. O vídeo deixa um gostinho, eu entendi que ele tem uma coisa motivacional, do tipo “vai lá que tu tem como entender, segue por aqui”.

Vai ficar na mente das pessoas. Não tem como saber qual parte do vídeo vai ficar, mas alguma coisa fica. Até porque tem estímulo com áudio, com palavra, com imagem, alguma coisa a pessoa absorve. Os exemplos deixam os conceitos mais acessíveis.

Com relação as sensações, na cena inicial do dicionário tu sorriu; depois, na parte que aparece o intérpete, tu sorriu novamente; depois, na parte da musica do filme

tubarão, tu sorriu novamente e ficou bem atenta; e por fim, na cena do bebê, eu vi que tu ficou bastante tensa. O que tu sentiu em cada momento?

Na parte inicial, no dicionário eu fiquei muito feliz de ver um elemento icônico, uma ilustração bastante simplificada. Por que na hora me ocorreu que além de tu estar usando um vocabulário super acessível, na minha cabeça tu tava construindo mapas e coisas pra me lembrar que eram super simples. Então eu entendi ali que de alguma forma ia simplificar a introdução da semiótica que tu ia fazer, isso eu achei extremamente interessante naquele começo. Depois, eu já tinha achado essa ideia muito boa, e aí eu pensei por alguma fração de segundo na minha cabeça que seriam ícones e elementos gráficos mais distantes, assim como o livro, o dicionário e vem uma figura humana, um personagem, eu achei muito atrativo por que parece que além de tudo podia ser divertido por causa do apelo de cor que tu usou ali. Então além de ficar acessível e convidativo eu achei que ia ficar um jeito bom e divertido de ver as coisas.

E aquela parte do nenê eu não precisa te dizer, foi uma tortura do cão, eu achei horrível. Eu nunca mais quero ver esse negócio na minha vida. [risos]

A parte da música do tubarão eu achei maravilhoso. Eu gosto muito de música, então em alguns momento eu fiquei prestando atenção onde é que tava dando o loop da música e aí eu me peguei um pouco pensando nisso e quando tu usou o apelo de áudio deu mais um incentivada, que era uma coisa interessante, pra retomar a atenção. Eu achei bem legal.

Entrevistado 8

Estudante de Design Visual na UFRGS, estagiou durante um 1 mês desenvolvendo embalagens e agora trabalha como efetiva em um escritório especializado em design editorial, que é a área que mais se identifica. Coursou a disciplina de Semiótica há 2 anos e meio atrás, lembra de alguns conceitos pois fez intercambio e teve que rever algumas teorias. Lembra que na disciplina a avaliação final era a criação de um vídeo.

Como tu aplica semiótica no teu trabalho, no design editorial?

Nos livros a gente sempre tenta passar um conceito, uma ideia, que não é pra ser uma coisa óbvia, é uma coisa mais abstrata, uma coisa que remete a outra coisa. A fonte que tu vai escolher, tudo isso tá passando mensagens e dizendo coisas a respeito do livro, além do próprio conteúdo. A gente faz alguns testes de significados, algumas coisas a gente simplesmente sabe, tipo questão de uso de fonte, de cor, sensações que as coisas passam, se é um trabalho mais sério, daí vai usar uma serifa, se é uma coisa mais despojada, dá pra ser sem serifa, já tem experiência e sabe o que pode ou não. Não é uma etapa no processo, a semiótica permeia todo o projeto.

EXIBIÇÃO DO VÍDEO

O que tu achaste do vídeo?

Eu gostei muito. Eu tenho uma noção do que tá sendo dito. Eu achei um amor as imagens. Se for uma pessoa que não tem noção nenhuma, será que não tá muito rápido, eu não sei...Algumas horas eu não consegui ler tudo. Tem bastante informação, eu achei bem informativo.

Com relação a reflexão do final do vídeo, o que tu achou?

Fez todo sentido por que foi uma sequência lógica. Agora pensando sobre isso deu vontade de ver de novo pra lembrar [risos]. Mas enquanto eu via o vídeo parecia que tu tava contando uma historinha, uma coisa gruda na outra e fica fácil de entender. Se eu visse somente essa parte final eu não entenderia.

APENDICE C – Anotações da Narradora no Roteiro

Roteiro - Texto do narrador

Você sabe o que é semiótica?
 A palavra é derivada do grego **SIMÍO**, que significa **signo**.

No dicionário, uma das definições que encontramos é a seguinte:
 "teoria geral das representações, que leva em conta os **signos** sob todas as formas e manifestações que assumem (linguísticas ou não)".

Lucia Santaella, importante nome da semiótica no Brasil, diz que é a "ciência que tem por objetivo o exame dos modos de constituição, de todo e qualquer fenômeno de produção de **significação** e de sentido".

Para Coelho Netto, autor do livro "Semiótica, Informação e Comunicação", a Semiótica é "a ciência geral de todos os **signos** através dos quais se estabelece a comunicação entre os homens".

A Semiótica possui 3 linhas teóricas:
 A Semiótica da Cultura, a Semiótica Greimasiana, e a Semiótica Peirceana.

A semiótica Peirceana possui um caráter bastante lógico e um dos seus objetivos é o de examinar como ocorrem os processos de **significação**.

No design esse é um dos motivos que a torna tão importante:
 atribuir aos produtos significações que sejam **perceptíveis** pelo consumidor.

O **signo** está no centro do estudo da Semiótica e por isso é importante entender:
 O que é signo?

Um **signo** é composto por um **objeto**, um **fundamento** e um **interpretante**.

O **signo** é uma coisa que representa uma outra coisa, o seu **objeto**.
 (Diferentes **signos** podem representar um mesmo objeto).

Loc 11
 voz 63
 O modo como cada **signo** se apresenta é chamado de **fundamento**.

Loc 12
 voz 64
 O **signo** será interpretado por alguém, o **interpretante**.

Loc 13
 voz 65
 E a criação de significado na mente do interpretante é o que chamamos de "**interpretante**".

Por exemplo:
 Loc 13
 Para representar o objeto "idéia de perigo" podemos utilizar diversos **signos**.

Loc 14
 voz 66
 Cada um destes **signos** pode ter um **fundamento** diferente.

Pode ser essa música ...
 uma imagem ...
 Um vídeo ...
 Ou ainda, a própria palavra ... perigo

Loc 14
 voz 67
 Apesar de possuírem diferentes fundamentos, todos esses **signos** representam o mesmo objeto: a "idéia de perigo".

Loc 15
 voz 68
 O **interpretante** é a **significação** que acontece na mente de cada intérprete.

Se o intérprete for uma criança, o interpretante pode ser a imagem do Lobo Mau;
 Se for um adulto, a imagem de um assalto
 E para um jovem surfista, pode ser a imagem de um **tubarão**.

Loc 16
 voz 69
 Todos esses são possíveis **interpretantes** que representam a "idéia de perigo".

Loc 17
 voz 70
 E se pensarmos um pouco mais sobre isso, podemos dizer que o **interpretante** também é um **signo**, composto por um **fundamento**, um **objeto** e um **interpretante**.

Objeto | FUNDAMENTO