

9. Referências bibliográficas

ARNHEIM, R. **Arte e Percepção Visual. Uma Psicologia da Visão Criadora.** Pioneira. São Paulo, 1980.

BATESON, G. **Steps to an Ecology of Mind.** London: Paladin Books, 1973.

BAUER, M., GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto imagem e som.** Petrópolis, Vozes: 2002.

BONSIEPE, G. **Design do material ao digital.** Florianópolis: FIESC/IEL, 1997.

BRAGA, E. Cognição, informação e Design: Em direção a uma semântica ecológica.. In: **2º Congresso Internacional Design da Informação**, 2005, São Paulo. 2nd congresso internaconal Design da Informação, 2005.

CARDOSO, R (org.). **O Design brasileiro antes do Design.** São Paulo: Cosac Naify, 2005.

CHARTIER, R. **Cultura Escrita, Literatura e História.** Porto Alegre: Artmed, 2001.

COELHO, Luiz Antonio Luzio. A reflexão pelo conceito. In: **Congresso Internacional do Design da Informação.** Sociedade Brasileira de Design da Informação/SBDI, 2003, Recife. Anais do Congresso Internacional do Design da Informação. Sociedade Brasileira de Design da Informação/SBDI. Recife: SBDI, 2003.

COUTINHO, S. G. ; FREIRE, Verônica Emília Campos. Design para Educação: uma avaliação do uso da imagem nos livros infantis de Língua Portuguesa. In: **15º ENANPAP - Encontro Nacional da ANPAP - Arte: Limites e Contaminações**, 2006, Salvador. Anais do 15 Encontro Nacional ANPAP, 2006.

COUTINHO, S. G.; MIRANDA, Eva Rolim; FORMIGA, Bárbara Gomes. Comunalidades no processo de desenho infantil em diferentes contextos sócio-educacionais. In: **1º Congresso Internacional de Design da Informação**, 2003, Recife. 1o Congresso Internacional de Design da Informação. Recife: SBDI, 2003.

COUTINHO, S.; SILVA, L. Linguagem visual em livros didáticos infantis. In: **15 ENANPAP - Encontro Nacional da ANPAP - Arte: Limites e Contaminações**, 2006, Salvador. Anais do 15 encontro Nacional da ANPAP, 2006.

COUTO, R, Ribeiro, F. **Ensino de Disciplinas de Projeto em Curso de Design sob o Enfoque do Design em Parceria**. PUC-Rio, 1991.

COUTO, R. **Memórias sobre o Design em parceria na Puc-Rio**. Rio de Janeiro: 2003.

COUTO, R. **Movimento Interdisciplinar de designers Brasileiros em Busca de Educação Avançada**. Rio de Janeiro, 1997. 220p. Tese de Doutorado Departameto de Educação, PUC-Rio.

CUNHA LIMA, E. L., CUNHA LIMA, G. Panorama de ensino de Design gráfico no Brasil In **O valor do Design**. São Paulo: Ed. SENAC S. P., 2003.

DONDIS, D. A. **Sintaxe da Linguagem Visual**. São Paulo. Martins Fontes, 2003.

ENGELHARDT, Y. The language of graphics: a framework for the analysis of the syntax and meaning In **maps, charts and diagrams**. Amsterdã: ILLC-publications, 2002.

ESCOREL, A. **O efeito multiplicador do Design**. São Paulo: Ed. SENAC S. P., 2000.

FANTIN, M. Novo olhar sobre a mídia-educação. In: **28a. Reunião Anual da Associação Nacional de Pós-graduação e Pesquisa em Educação**, 2005, Caxambu. Anais da 28a.Reunião Anual da ANPED, 2005.

FERNANDES, E. **Linguagem e Surdez**. São Paulo: Artmed. 2003.

FERREIRO E. **Os Processos de Leitura e Escrita**. Novas Perspectivas - 3ª Edição 2003.

FINDELI, Alain. Rethinking Design education for the 21st century: theoretical, methodological, and ethical discussion In **Design issues**, volume 17, number 1, winter 2001.

FRANCO, M. Pedagogia da pesquisa-ação. In: **Educação e Pesquisa**, São Paulo, v. 31, n. n.3, p. 483-502, 2005.

FRASCARA, J. **Diseño gráfico para la gente**. Buenos Aires: Infinito, 1997.

Frascara, J. **Diseño gráfico y comunicación**. Buenos Aires: Infinito, 1988.

Frascara, J. **El Diseño de comunicación**. Buenos Aires: Ediciones Infinito, 2006.

GARCIA-CANCLINI, N. **Consumidores e Cidadãos - conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: Ed UFRJ, 1997.

GOLDSMITH, E. **Comprehensibility of illustration - an analytical model**. IDJ Vol. 1, o. 4 - 1984.

GUILLERMO, Á. **Design: do virtual ao digital**. Rio de Janeiro: Rio Books, 2002.

HOLLAND, DK. **Kepping Promisses: The impact of Brands on society**. In **Design Issues**. Canada: Allworth Press, 2001

HORN, R. (1999). **Information Design: emergence of a new profession**. In: **Information Design**, Jacobson, Robert (org.), MIT Press, Cambridge, London, pp.16-17.

HORN, R. **Visual language: global communication for the 21 th century**. Washington: Macrovu Inc, 1998.

JOHNSON, S. **Cultura da Interface: como o computador transforma a nossa maneira de criar e comunicar**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

KLEIN, N. **No logo: el poder de las marcas**. Barcelona: Paidos, 2001.

KNEMEYER, N. (2003). **Information Design: The Understanding Discipline**. Disponível em: <<http://www.boxesandarrows.com/archives>>. Acesso em: 05/maio/2005.

LYOTARD, J. **A Condição Pósmoderna**. Lisboa: Gradita, 1989

MACCOY, Katherine. **Replicando la tradición del diseñador apolítico**. In **Fundamentos del Diseño**. Madrid: Blume, 1972.

MANDEL, T. **Interface and Interaction Prototyping and Design**, Disponível em: <<http://www.theomandel.com/services/interfacedesign.html>?>. Acesso em 2007.

MARGOLIN, V. A 'Social Model' of Design: Issues of Practice and Research. In: **Design Issues** v.18 n. 4, april. 2002.

MARTINS, B. Analisis de la formación universitaria brasileña. **In: El Área de Conocimiento del Diseño Gráfico.** Sevilla, 2003. Disertación (Master en Educación Artística) Facultad de Bellas Artes, Universidad de Sevilla.

MATURANA, H & VARELA, F. **The tree of Knowledge.** Boston: Shambhala, 1992.

MOLES, Abraham A. **Publicidad y diseño.** Buenos Aires: Ediciones Infinito, 2005.

MORRIS, William. **Arte y Sociedad Industrial.** Valença: Fernando Torres Editorial, 1975, p. 68.

NIELSEN, J & TAHIR, M. **Homepage usabilidade: 50 web sites desconstruídos.** Tradução de Teresa Cristina Felix de Souza. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

NIEMEYER, L. Estética e Design no Terceiro Milênio. **Revista Estudos em Design,** Rio de Janeiro, v. II, n. 1, p. 71-75, 1994.

OHTAKE, R. O que é ser designer gráfico hoje. **In: O valor do Design – Guia de Prática profissional do designer gráfico.** São Paulo: Senac / ADG, 2003. p 117-121.

PAPANEK, Victor. **Design for the Real World: Human Ecology and Social Change.** London: Thames and Hudson, 1972.

PEREIRA, C. Construção de Personagem & Aquisição de Linguagem - O Desafio do RPG no INES. Rio de Janeiro, 2003. 225 p. Dissertação de Mestrado - Departamento de Artes & Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Orientação da Profa. Dra. Rita Maria de Souza Couto.

PREECE, J. **Human-computer Interaction.** New York: Addison-Wesley, 1994.

PRINA, A. Design Menagemant. **In: ICSID Congress,** 1997, Itália. Anais, Itália, 1997.

QUADROS, R. M. de. **Educação de Surdos, a aquisição da linguagem.** Porto Alegre: Artmed, 1997.

RITTO, A; D'ARINOS, L. O Design e as organizações em um ambiente de novos paradigmas **In: Estudos em Design,** volume 9, número 1/2, 2001, p 87-96.

SACKS, O. **Vendo Vozes. Uma viagem ao mundo dos surdos.** Tradução Laura Teixeira Motta. - São Paulo. Companhia das Letras. 1998.

SHANNON, C. & WEAVER, W. (1964). **Mathematical Theory of Communication.** Urbana, Ill.: University of Illinois.

SHEDROFF, N. (1994). **Information interaction Design: a unified theory of Design.** Disponível em: <<http://www.nathan.com/thoughts/unified/>>. Acesso em: 05/maio/2005.

SKLIAR, C. (Org.) **Educação & Exclusão.** Abordagens Sócio-antropológicas em Educação Especial. 3ª ed. Porto Alegre: Mediação. 1997.

SOUZA, P. **Notas para uma história do Design.** Rio de Janeiro: 2AB, 1997.

TWYMAN, M. (1982). The Graphic Presentation of Language. In: **Information Design Journal**, vol.3 (1). Stony Stratford: Grillford Ltd, pp. 2-22.

TWYMAN, M. A schema For tha study of graphic language. In: **Processing of visible language**, editado por Paul Kolers, Merald E. Wrolstad & Herman Bouna. Nova York & londres: Plenum Press, vol. 117-150, 1979.

VARELA, F. et al. “Autopoiesis: the organization of living system, its characterization and a model”. In: **Biosystems** 5,1974: pp.187-196.

VYGOTSKY, L. S. **A Formação Social da Mente.** São Paulo: Martins Fontes. 1984.

WHITELEY, N. **Design For Society.** London: Reaktion Books, 1993.

WHITELEY, N. O designer valorizado In: **Revista Arcos**, volume 1, número único, 1998.

WINOGRAD, T. **Bringing Design to Software.** New York: ACM Press, 1996.

10. Anexos

10.1

Tabela comparativa das unidades de registro do capítulo 6

	A	B	C	D
Âmbito da instituição / área de atuação / citação de projetos	<p>1ª) O Laboratório de Pedagogia do Design foi criado por volta do ano de 1997, derivando do Núcleo de Informação e Referência em Design.</p> <p>1b) Este Laboratório tem como objetivo trabalhar questões relacionadas ao Design no âmbito do Educação seja superior, fundamental ou média e trabalhar também a educação em design.</p> <p>5ª) Projetos que já foram desenvolvidos no Laboratório pelos próprios alunos de graduação, etc.: projetos não só ligados a pessoas portadoras de deficiência, mas projetos de inegável apelo social.</p> <p>5c) Tem projetos desenvolvidos por mestrados ou por alunos de graduação (como este da cega braile), relacionados à ampliação do sentimento de cidadania dentro do ambiente escolar...</p> <p>5d) O laboratório, vamos dizer assim... através do meu trabalho como professora que uso esse suporte metodológico, ele vem desenvolvendo uma série de projetos.</p> <p>5f) Eu dava preferência também a projetos que tivessem uma inserção dentro do ambiente de educação, por causa do próprio objetivo do Laboratório, para fortalecer uma linha de pesquisa</p>	<p>1ª) Um grupo de amigos de profissões das mais variadas cujo denominador comum é a concordância numa análise que vê o Brasil como um país fantástico e vê que as leis que existem para garantir a cidadania não são conhecidas.</p> <p>1c) Pouco a pouco uma experiência de vídeo na praça com a TV Maxambomba.</p> <p>3p) Por exemplo, esta é uma publicação Guia do Livronauta que é um projeto da Fase <ONG>.</p> <p>3u) Isto aqui foi um projeto, chama-se Show de Vida e Alegria.</p> <p>3c1)O Kit compreende 11 vídeos... Crescimento e desenvolvimento social, nutrição e tal...</p> <p>3g1)Então isso aqui é uma folha a parte que pode ser xerocada para o número de alunos e depois, dobradinha, volta para o Kit.</p> <p>4d) Trocando em Miúdos.</p> <p>4i) Mas o nome do projeto era "Infância desfavorecida em meio urbano</p>	<p>1ª)A Multi rio é uma empresa da prefeitura ligada à Secretaria de Educação. Nós somos o órgão multimídia da Secretaria Municipal de Educação. A gente desenvolve vários produtos, entre eles revistas, site, programa de televisão</p> <p>2ª)Tem muitos tipos de produtos que vão desde treinamentos, que são grupos de estudos, sites</p> <p>2b) O nosso portal tem conteúdo também, a gente gera aplicativos que a gente chama de conteúdos interativos; tem o site do RioMídia que é fantástico e gera um conteúdo enorme entre entrevistas, matérias...; Tem o site Século XIX que é um site de conteúdo de apoio aos professores</p> <p>2d) Na área de impressos a gente tem Revista que sai sempre com cartaz, tem o encarte Giramundo</p> <p>2g) Tem produtos como o Kit Creches</p> <p>2f) Tem o Kit Professor; Teve o BCN também</p> <p>2h) Tem o caderno do professor também</p> <p>2i) Encartes semestrais que a gente manda para os professores e eles vão anexando</p> <p>2l)Tem a Revista que eu acho que é o grande carro-chefe aqui da MultiRio</p> <p>2n) Fazemos o Guia da Infância e adolescência</p> <p>2q) tem a televisão que tem a diversidade de vários programas como Aventura Carioca, Encontros Com a Mídia</p> <p>2d1)Tem animações, tem blogs, tem de tudo</p> <p>3q) Tem o Monitomania que é muito bacana</p>	<p>1ª) Somos uma agência de publicidade para Utilidade Pública</p> <p>2a) Desenvolvemos projetos somente para Utilidade Pública: Direitos Humanos, Saúde e Meio Ambiente</p> <p>2b) Áreas de atuação:</p> <p>Mídia: filmes, etc; Editorial: Publicações, etc; Projetos especiais: exposições e etc; e Branding social: direcionar recursos de empresas para a Responsabilidade Social e Empresarial</p> <p>2c) Nossas Ações:</p> <p>Articulação de redes sociais (veículos de comunicação, ongs, entidades governamentais) para ações de causas públicas.</p> <p>Realização de eventos e projetos para entidades privadas e públicas, visando a divulgação e promoção adequada de seus valores e atitudes.</p> <p>Assessoria na formulação de peças publicitárias com conteúdo e valores sociais.</p> <p>Consultoria para investimento social</p> <p>Produtos editoriais</p> <p>Cursos, palestras e workshops</p> <p>3p) Filmes sobre direitos humanos</p> <p>5ª)Zap,</p> <p>5b) Criar Brasil</p> <p>5c) Cinema BR em movimento</p>

Demanda / cliente / patrocinador				
	<p>1d) Esta pesquisa nasceu a partir de um interesse de dissertação de um aluno. A partir daí eu fiquei muito interessada neste desafio...</p> <p>1e) Aí o projeto foi proposto a Faperj e recebeu uma bolsa Cientistas do Nosso Estado, foi proposto ao CNPQ e recebeu uma bolsa como pesquisador e nós começamos o projeto.</p> <p>5b) projetos que já foram desenvolvidos no Laboratório pelos próprios alunos de graduação</p> <p>5b) tem projetos desenvolvidos por mestrandos ou por alunos de graduação</p> <p>5e) eu dava preferência a pegar trabalhos que tinham a ver com Design em Parceria, com raríssimas exceções, porque é uma vocação exatamente do Laboratório</p> <p>6ª) a gente sabe que o INÉS tem um grande interesse</p> <p>6f) No início, quando o curso da PUC começou, ele começou quebrando o paradigma do designer de escritório chiquérrimo, pastinha, salto alto... ele começou a trabalhar com parcelas da sociedade que não eram atendidas por este tipo de... Então tivemos milhares de projetos como: projetos para os peixeiros do Posto 6, pessoas portadoras de deficiência, escolas municipais, pessoal de Vargem Grande... Digamos assim: coisas periféricas, que estavam à margem.</p> <p>6g) Com o passar dos anos este raio de ação começou a desviar, então por exemplo você tinha alunos que foram trabalhar com um grupo de surfistas, que é uma classe de elite, ou que iam trabalhar na Secretaria de Finanças do Estado... Então as coisas começaram a se infiltrar em outros contextos, que não só o contexto que estava à margem.</p> <p>6h) *mas quem vai produzir?</p> <p>É... isso as pessoas vêem como problema, eu não vejo como problema, eu vejo que é diferente, é uma outra coisa... Quando a gente desenvolve com alunos de graduação, a gente está dentro do ambiente da academia, não existe a necessidade de colocar aquele objeto em produção em larga escala ou baixa escala... Então, normalmente são produzidos objetos únicos que são feitos de uma maneira quase artesanal, então o que acontece na maior parte das vezes é que este objeto tem uma divulgação restrita, ele é divulgado dentro daquele ambiente... Ele não sai extra muros</p> <p>6i) Com o passar do tempo, muitos objetos que foram desenvolvidos assim receberam um tratamento para uma produção maior, e com o passar dos anos a gente tem visto que mesmo considerando que a gente tenha um ponto focal num aluno cego ou surdo, o objeto em si já suporta no projeto dele uma reprodução em escala maior para chegar a outro contexto diverso do qual foi projetado. Chegando aí ele automaticamente vai sofrer a adaptação a este contexto</p> <p>6j) Ele vai sofrer uma releitura a partir deste novo contexto. Mas aí alguém pode perguntar: se foi feito para determinado contexto como ele vai se adaptar a outro? Isso acontece se você deixar brechas embutidas no processo de projeto do objeto. Estas brechas permitem que o objeto seja redesenhado pelo outro lugar. Então, no nosso projeto nós temos tudo isso, todo este ambiente INÉS determinando os outputs do projeto, mas em compensação existem todas as brechas para quando este objeto for para o Rio Grande do Sul ou Rio Grande do Norte.</p> <p>6k) É assim porque desta maneira construímos um objeto que permite a aproximação de outros públicos.</p>	<p>3ª) <u>A decisão de trabalhar um tema pode ser uma iniciativa nossa, e a grande maioria tem sido iniciativa nossa. Você identifica, por exemplo, que existe um problema de preconceito racial no Brasil.</u></p> <p>3c) Então surgiu uma oportunidade... e nós fizemos um projeto. "Cantamos" a fundação FORD... e eles gostaram da nossa conversa <então vocês procuram um patrocinador; identificam um problema e procuram um patrocinador> Isso. Sempre; lógico; exatamente.</p> <p>3e) Nós fizemos um projeto onde entrou além da Fundação FORD a Fundação Palmares.</p> <p>3ª) Mas também pode acontecer da gente ser convocado a fazer...</p> <p>3s) Este projeto sobre trabalho infantil também foi uma encomendada OIT</p> <p>3x) É uma iniciativa nossa. Então nós bolamos o projeto, apresentamos o projeto para a Fundação Kellog.</p> <p>4f) estamos tentando hoje é encontrar um patrocinador que queira colocar o seu logo aí e que não só patrocine a distribuição disso mas também a capacitação dos professores para usar isso aí.</p> <p>4g) nós fizemos um trabalho sobre o estatuto da criança e do adolescente que foi, de uma certa forma, sob encomenda.</p>	<p>2z) Então toda a demanda vem dos professores e os profissionais de mídia tratam e concretizam</p> <p>3i) ... Isso aqui foi uma demanda que o pessoal do portal pediu para tratar da história de Plutão.</p> <p>2f1) O objetivo dos materiais é servir como um braço da Secretaria Municipal de Educação, ela é o nosso demandante, receptor e cliente. Todo o material é para servir de suporte a escola.</p>	<p>3g) Após identificar uma demanda, propomos os projetos para diferentes entidades. Já trabalhamos com: Governo Federal com spots para TV (AIDS, juventude, saúde...), Ministério Desenvolvimento Social, Ministério da Saúde, Ministério da Educação, Fundações (AECI), Organizações (SECS)...</p> <p>3s) Nosso processo de trabalho é por encomenda ou ainda podemos identificar uma demanda.</p>

Finalidade / propósito / objetivo do material

1c) Este projeto do qual eu vou te falar está inserido dentro da grande questão do "design ligado à educação" no nível do ensino fundamental.

1f) ele basicamente tem por objetivo trabalhar um material didático concreto (um jogo concreto) e uma peça digital que possa enriquecer este processo de alfabetização bilíngüe.

2*) depois de nossos estudos decidiu-se configurar como um jogo.

2e) a finalidade do projeto é enriquecer o processo de alfabetização bilíngüe que o INES utiliza. Então, ele trabalha LIBRAS e português escrito, com ênfase maior na LIBRAS porque é a língua dos surdos

1b) A tarefa que nós nos demos foi trabalhar as informações que são necessárias para que a população brasileira possa dar uma passo ela mesma. Então é traduzir em linguagens audiovisuais uma série de informações precíseis e leis que todo mundo deveria conhecer se apropriar, para a partir daí...

1d) fizemos uma análise e percebemos que era mais importante a gente se aprofundar em menos lugares e saber o que estava acontecendo e neste processo entramos na escola e a escola é o grande É... O grande ... é o lugar ... é a instituição estratégica para as mudanças que devem acontecer na sociedade brasileira. Então a gente se empenhou em produzir cada vez mais materiais para serem usados na escola mais também podem ser usados fora da escola por instituições sociais e tal.

2*) E no CECIP nós produzimos materiais que nós chamamos educativos; Nós fazemos a capacitação de agentes sociais na utilização destes materiais. É... Nós concebemos e realizamos campanhas de interesse público; E nós somos também produtores de documentários e filmes sobre a realidade brasileira. Estas são as quatro atividades principais do CECIP.

3*) Você identifica, por exemplo, que existe um problema de preconceito racial no Brasil...

3i) a toda hora você tem uma sugestão de atividade. O professor tem sempre, dentro do assunto que ele está dando... Bom isto é uma atividade dentro da escola: você tem o professor capacitado, você tem uma matéria que responde a uma lei contra a discriminação racial e que também é uma lei que institui a disciplina História da Cultura Afro-brasileira. Então a gente fez um material para a escola.

3m) a idéia é que ... Ah... Conseguimos colocar na Globo, na TV Cultura de São Paulo, na TVE e conseguimos que a Globo divulgasse isso em horário nobre durante 1 mês ... Se a gente fosse calcular quanto teria custado tudo isso seria uma conta enorme, né...Então, a idéia é que um jovem que estivesse vendo a novela ou o telejornal ou o futebol e de repente desse de cara com um spot que era muito forte, brasileiro, né. Não era uma coisa agressiva...No dia seguinte iria tomar o metrô e ia ver o cartaz na estação, chegava na rua via no outdoor, chegava na escola tinha na parede e em sala de aula tinha o professor que podia mostrar... E com isso eu acho que se fecha o ciclo. No momento em que o vídeo provoca perguntas e é polêmico, o professor pode começar a trabalhar isso em sala de aula, as pesquisas que os alunos vão fazer com a sua família nos arredores... A sua história, que são negros mais vale para todo mundo porque nós fizemos isso pensando justamente em ganhar as pessoas que pensam justamente que aqui não existe racismo. Porque a gente fez para quem acha que está tudo bem, que isso aqui é ótimo, tem alguma coisa, mas não é tão grave... Então a gente acha que no momento em que estes meninos começam a se perguntar como é a sua origem, a sua história e etc, a realidade já não é mais a mesma...

3r) Este projeto sobre trabalho infantil também foi uma encomendada OIT.

3v) Show de Vida e Alegria que é de educação e saúde para adolescentes.

3c1) Então o Kit compreende 11 vídeos... Crescimento e desenvolvimento social, nutrição e tal...Os vídeos apresentam pequenas historinhas.

3e1) o professor recebe um manual todo ilustrado que tem dicas e coisas que ele precisa saber. Tem também as sugestões metodológicas com dicas de como o professor pode tratar cada assunto. São dinâmicas, tipos de brincadeiras, álbum de família, linha de vida, família imaginária, sentimento emoções, etc., e são dinâmicas que funcionam... Então, o professor tem a partir do vídeo que estimula os jovens, a discussão começa e aqui ele tem uma informação a mais... Ele tem a informação de como é que ele vai conduzir a coisa.

3g1) Então a idéia é pegar, por exemplo, gravidez na adolescência e fazer um cartaz para ter uma discussão em cima disso. E depois como fizemos uma série de folhetos para os alunos com uma linguagem mais "lida o vacilo mane...", "o barato pode sair caro" o que acontece com as várias drogas, álcool, cigarro, porque que as pessoas começam a usar drogas, e aqui tem onde procurar ajuda..

4c) Num projeto que é de educação infantil. Trocando em Miúdos, <isto é distribuído nas escolas?> A gente está tentando. Mas isso não basta ser distribuído porque precisa de uma capacitação..

4g) nós fizemos uma trabalho sobre o estatuto da criança e do adolescente.

4j) Então neste projeto nós dissemos o que nós interessa é fazer com que o ECA chegue as pessoas. Porque é uma lei maravilhosa, muito, muito sofisticada e é mau conhecida e atacadíssima porque toda hora as pessoas acham que é uma lei para proteger os delinquentes etc., e não é nada disso.

4m) Nós fizemos um vídeo para o chamado público em geral, uma espécie de Globo Repórter com cerca de 40 minutos, que fala para todo mundo e mostra porque é necessário haver uma lei especial para adolescente e mostra vários exemplos do que está sendo feito. Depois fizemos um produto destinado aos professores, outro destinado aos adolescentes e outro as crianças.

4q) Então por exemplo, o Direito a Vida e a Saúde, tem a definição do que é direito a vida e a saúde, quais são as violações que acontecem, quem é que viola, quase sempre é o Estado, mas há violações por omissão também, e depois conta um caso.

4s) . Depois fizemos o dos adolescentes que também tem esta historinha.

4t) E finalmente, fizemos para as crianças. Criamos um personagem que é o SuperECA... contamos várias historinhas e onde o direito não estava sendo respeitado, o SuperECA entra em ação e projeta o direito não respeitado levando a pessoa envolvida a soluçona-lo

1b) A gente desenvolve vários produtos, entre

eles revistas, site, programa de televisão, todos

como suporte pedagógico de produtos para a

prefeitura.

2*) Tem muitos tipos de produtos que vão desde treinamentos, que são grupos de estudos, sites, que ajudam alunos a fazerem monitoria em diversas matérias não só informática; O nosso portal tem conteúdo também.

2c) Tem o site Século XIX que é um site de conteúdo de apoio aos professores com grandes temas como samba, meio ambiente, internet, violência... Um material de suporte para a aula, com atividades, relatos de professores... Isso na área de Web.

2e) Giramundo que é um fascículo de atividades.

2j) A gente manda para as escolas através das CRES.

2m) Mais que a Escola, cada professor do município recebe uma revista dessa com um conteúdo riquíssimo.

2*) Guia da Infância e adolescência que é um folderzinho com os serviços em que a prefeitura pode ajudar.

2s) tem o programa de televisão Nós da Escola, tem a Revista Nós da Escola e a gente tem uma seção do site chamada nós da Escola que também trata de conteúdo para professores.

2b1) a gente está sempre fazendo atividades dentro de escolas, sempre tentando beneficiar aqueles que não estão sendo atendidos.

2c1) a gente mostra os produtos dos alunos na mídia.

3*) Tudo para estimular o professor a ver e gerar uma aula ou gerar uma atividade dentro de classe em cima deste conteúdo.

3r) É um site de monitoria onde o aluno vira monitor, isso é muito bacana. Então tem perguntas por área, por exemplo matemática, educação animada, criatividade e informática educativa... Então você pode perguntar sobre qualquer um destes assuntos e esta pergunta vai para o aluno e o aluno responde para o outro aluno.

2F1) O objetivo dos materiais:

É servir como um braço da Secretaria Municipal de Educação, ela é o nosso demandante, receptor e cliente. Todo o material é para servir de suporte a escola.

6B) A maioria das crianças de nossas escolas é muito carente, então nós sabemos a diferença que faz para uma criança um material bem cuidado, bem acabado, com um conceito de design por trás, pensado para ser um produto bacana, para a criança tem muito valor, pro professor tem muito valor.

1b) Comunicação que produz conhecimento, consciência e engajamento.

1c) Através do uso orientado da comunicação valorizamos as iniciativas de investimento e mobilização social de empresas, fundações, órgãos públicos, e entidades não-governamentais, fortalecendo os vínculos entre as causas promovidas e as formas de divulgá-las.

2c) Ações:

Articulação de redes sociais (veículos de comunicação, ongs, entidades governamentais) para ações de causas públicas.

Realização de eventos e projetos para entidades privadas e públicas, visando a divulgação e promoção adequada de seus valores e atitudes.

Assessoria na formulação de peças publicitárias com conteúdo e valores sociais.

Consultoria para investimento social

3b) Impacto visual das causas públicas é muito menor.

3c) Somos um escritório de comunicação para promover, orientar e divulgar causas públicas; valores e atitudes daqueles que se propõem mudanças positivas na sociedade brasileira.

3d) A empresa emprega a noção de responsabilidade social com o país e com seus parceiros ao trabalhar sempre com ações de custo otimizado e resultados que promovam o sentido de co-responsabilidade, participação e compartilhamento de valores comuns.

3j) Filmes: MARCO UNIVERSAL

Fazer com que o cidadão comum processe informações

traduzidas de uma forma interessante.

3i) Filosofia política: A veiculação na TV é cara – 30 min. No Jornal Nacional custam 500 mil. Nossa estratégia para diminuir gastos é fazer parcerias com artistas que cedem seus caches. As campanhas saem à preço de custo, pois a emissoras são obrigadas a ceder espaço porque o material vai assinado por ONGs.

3m) Filosofia estratégica: buscamos um valor justo: o que pode e

deve custar uma campanha de utilidade pública, porque este tipo

de campanha não podem custar o mesmo que uma da Coca-

cola.

3q) Todos da comunidade tem vontade de participar nas causas – só precisamos de INCENTIVO. E DIRECIONAMENTO.

3r) Campanhas da SOCIEDADE PARA A SOCIEDADE (não de governo, empresas, ongs) nem se fala em cache.

3t) AIDS com teatro de rua no nordeste: livro.

5c) PASSAR INFORMAÇÕES DE UTILIDADE PÚBLICA DE FORMA CULTURAL

5d) LEVAR FERAS DA PUBLICIDADE PARA A up

<p>público</p>	<p>1g) Ele está sendo feito em parceria com o INÊS (jogo).</p> <p>2b) Este desenvolvimento deste trabalho tem uma característica, básica, fundamental, necessária: a gente não entende que este trabalho possa ser desenvolvido sem a participação do público alvo que é o aluno surdo. Então ele tem uma metodologia que leva a este tipo de trabalho... enfoque metodológico.</p> <p>3^a) São dois professores da área de design.</p>	<p>3f) bolamos uma campanha em que fizemos um material para o professor e para o aluno na escola, fazer um vídeo que é uma novelinha para os alunos, vamos dar ao professor um manual... O Kit vai para o professor... Tem um manual que é sempre bem ilustrado.</p>	<p>2P) nosso público é formado de professores e alunos, mas o professor é um cidadão e o aluno também está na cidade... Então, a gente costuma falar que o público são cidadãos professores e alunos, todo mundo é focado porque nosso programa passa num canal aberto</p> <p>3p) 90% das escolas tem computador, as vezes 1 ou mais computadores. Mas só em torno de 60% tem conexão a internet. É uma coisa muito variada... Em algumas escolas o computador já está dentro das salas, em outras tem um núcleo de computadores... As escolas tem diferentes maneiras de gerir isso. Tem escolas que já estão utilizando o computador o tempo todo</p> <p>4b) Aqui não dá para fazer muita interação com criança... Até porque este material já vem para nós muito conceituado porque já foi feita a reunião de pauta com os professores... Então o material já vem mastigado mesmo... Então a gente já sabe aqui o estilo de cada designer... Tem o que trabalha melhor com lápis de cor...</p>	<p>3e) Trabalha com gente boa (Gringo, etc)</p> <p>3h) (fazem bem pq vivenciaram isso em suas carreiras precedentes)</p>
----------------	---	--	---	--

Metodologia / como / parceria / participação / o outro / interdisciplinar

- 1g) Ele está sendo feito em parceria com o INES (pgo).
- 2b) Este desenvolvimento desse trabalho tem uma característica, básica, fundamental: necessária a gente não entende que trabalho possui ser desenvolvido sem a participação do público alvo que é o aluno. Então ele tem uma metodologia que leva a este tipo de trabalho... enfoque metodológico.
- 3*) São dois professores da área de design.
- 3a) E formado também por alunos do curso de mestrado e doutorado em Design e alunos de graduação que se envolvem com a pesquisa de duas maneiras: como bolsistas de pesquisa ou como voluntários que trabalham com o projeto que agregou a pesquisa porque têm interesse no tema. Isso é muito comum aqui na PUC nos laboratórios. São pessoas que trabalham na área de desenvolvimento de projetos em design. Uma coisa importante é o seguinte: é um projeto que não depende somente do aporte destas pessoas que têm familiaridade com projetos de design. É um projeto que tem um feição interdisciplinar muito grande até pelo próprio tema e pela dificuldade de você trabalhar um universo tão pouco conhecido. O designer não tem obrigação de dominar todos os universos possíveis do projeto que ele realiza então ele tem sempre que ter o aporte de pessoas de outras áreas, e é por isso que a gente tem o aporte da fonologia do INES, os professores do curso regular, fundamental, temos os aportes indiretos dos conhecimentos que os alunos acumulam nas suas disciplinas.
- 3c) na verdade é uma concentração de competências. É lógico que é fundamental pro desenvolvimento e para consecução do objetivo final que todas as pessoas que façam parte do grupo tenham familiaridade com a área do design, que é a área que está capacitando a pesquisa. É o design se desenvolvendo sobre uma outra área... É uma parceria que o design celebra com outra área. Não é uma coisa unilateral. O projeto é totalmente dependente desta parceria.
- 4*) (parceria Global) A gente utiliza o enfoque metodológico que aqui a gente chama de Design em Parceria. Ou seja, trabalhamos em conjunto, não com a pessoa que encomenda, sendo estamos em parceria com o INES - estamos em parceria com a pessoa que vai usar o objeto.
- 4*) (processo projetual) A gente desenvolve o trabalho a partir do estabelecimento de uma relação de busca, informação e de experimentação de soluções parciais, ou seja, é um contato onde você vai realmente o processo de projeto em etapas, então a gente vai desenvolvendo o projeto em etapas, então a gente vai receber o projeto são levadas em conta, você não tem decisões do tipo "um desenho vai ser assim porque está no dicionário de LIBRAS assim, ou porque o processo foi mais o o aluno fez certo assim. A gente vai mais atento para que agora tivemos a consultoria de um surto para validar os desenhos que já vieram sendo produzidos por um processo de it e ver, e perguntar, e tentar se interior e buscar suporte bibliográfico.
- 4*) (rei) com processo de design é um conjunto de ações que vão levando a configuração do objeto. O projeto dentro do Design em Parceria, é um projeto que tem um processo de fim, naturalmente, e você tem, quando ele termina, um processo de projeto que guarda uma relação com o processo de desenvolvimento de projetos em design.
- 4*) prob. Em conj com processo. Só que nós começamos não só do problema dado, a gente começa o entendimento deste problema através de quem vai usar, não é o problema pelo problema, é o problema em conjunto com a pessoa que tem o problema.
- 4*) (para o grupo) A colocação para a este demanda (de material didático que avalia, que explica, que enriquece, que facilita, etc). Mas a continuar você vem com esta informação antes de qualquer coisa para ver o que é e como é acontecendo dentro daquele grupo.
- 4*) (lud previa, familiaridade) então é uma espécie de fundamentação prévia para ajudar a problematizar porque na verdade é o problema dado e eu vou usar, então forma muito simplificada e direta, mas quando você fala para ele é milhares de aplicações... é o que eu quero de problematizar realmente. Mesmo que a problematização já vem com os parâmetros, o primeiro movimento do designer que trabalha com este tipo de enfoque é problematizar antes de qualquer coisa. Ele não começa a projetar antes de ter esta familiaridade.
- 4*) (etapas familiarização) Este processo de familiarização se estende ao longo processo... Cada etapa oferece uma faísca desta questão da familiarização. Então esse você está na fase inicial, então você está desenvolvendo um projeto, automaticamente você já está fazendo mais uma familiarização no local de familiarização da pessoa com este objeto, você vai familiarizar com o que a pessoa faz deste objeto.
- 4*) e, dados permanentes) É um levantamento de dados permanente, não não se dá apenas em um momento específico. Quando a gente desenvolve um funcionamento de um projeto de Design em Parceria quando você está familiarizando o aluno de graduação neste enfoque, no fluxograma tem uma linha contínua que vai do primeiro movimento ao último que se chama levantamento de dados, a gente usa este termo, que não é só fundamentação teórica, não é só contatos com o usuário, é um misto destas coisas.
- 4*) (apref. Constante) é um universo vasto de informações que a gente vai passando através dele ao longo do processo... Isso é uma coisa importante dentro deste tipo de enfoque. Não é uma coisa que você estudou LIBRAS e dois anos atrás então você já está... é um conhecimento constante em relação a aquela informação que você está levantando, e por isso que procede que dentro de um processo no qual já estamos há dois anos desenvolvendo LIBRAS, a gente tenta ler, conversar com pessoas, voltar na escola.
- 4*) (Do designer na eq) É uma filosofia, um modo de entender o projetar. O design em parceria requer este modo de entender o ato de projetar. Por isso que é importante a presença do designer na equipe porque ele domina o processo de projeto, ele sabe o que vai ler que fazer e por que ele passa a ter que passar, que enriquece metodologicamente vai ler que adotar e automaticamente ele agrega esta estrutura, este método que ele utiliza para projetar, ele agrega a todo estes outros valores que advêm da parceria. Olhar com olho de ver, não olhar somente para ver o que está fazendo, olhar tentando ver como ele está fazendo, que ele vai ler com aquele objeto, que dificuldades e ganhos ele vai auferir.
- 6*) (críticas) existem muitas críticas a este tipo de desenvolvimento de trabalho principalmente porque é sabido que quando você sai do ambiente da academia para a vida lá fora, escritório, etc, existem pouquíssimas chances de você continuar utilizando este enfoque... a gente sabe, aliás aliá pela sua pesquisa, que tem muitas pessoas trabalhando com isso desta forma, mas a maioria trabalha de uma forma diversa que o próprio mercado de trabalho impõe.
- 6*) (form. Semente) a própria sociedade, apropria demanda impõe outro tipo de enfoque... a coisa é muito mais aguç e rápida do isso. Eu particularmente não tenho a menor dúvida de que este enfoque metodológico tem um grande eco e retorno se ele é aplicado dentro do ambiente de formação em design. Então, não é que a gente acha que o designer vai sair daqui e vai ficar utilizando isso se for trabalhar numa grande empresa de marketing ou um grande escritório de design... não. Não é isso a vida... Agora tem um detalhe: mesmo este designer que vai se colocar dentro de um escritório convencional com todas as demandas de urgência, etc, esse designer leva com ele uma semente, que ele foi deixando germinar ao longo do curso, porque isso é uma maneira de encerrar os projetos e também uma maneira de olhar o outro. Então você passa a olhar o outro não como um número ou uma imagem... você passa a olhar aquilo outra pessoa como uma pessoa que vai se relacionar com o que você está fazendo... É, e, por, puro sentimento, acredito que isso dá um diferencial ao projeto... Não é qualquer coisa para qualquer objeto... é uma coisa que vai agregar alguma coisa naquele objeto porque eu sei quem vai usar o objeto. Esta é a semente que é plantada.
- 6*) Com o passar do tempo, muitos objetos que foram desenvolvidos assim receberam um tratamento para uma produção maior, e com o passar dos anos a gente tem visto que mesmo considerando que a gente tenha um ponto focal num aluno cego ou surdo, o objeto em si já supera no projeto dele uma reprodução em escala maior para chegar a outro contexto diverso do qual foi projetado. Chegando aí ele automaticamente vai sofrer a adaptação a este contexto... Ele vai sofrer uma relação a partir deste contexto. Mas aí alguém pode perguntar: ele foi feito para determinado contexto como ele vai se adaptar a outro? Isso acontece se você deixar brochuras embutidas no processo de projeto do objeto. Estas brochuras permitem que o objeto seja acessado pelo outro lugar.
- 6*) E assim porque desta maneira construímos um objeto que permite a aproximação de outros públicos. E se você imaginar, por exemplo, este oculto... Ele foi feito para permitir a aproximação de variados públicos. Em um ele vai ficar melhor e em outros ele vai ficar pior e em outros ele não vai servir... É a mesma coisa neste projeto... Você se apropria daquele objeto em função do seu modo de ser e de existir.
- 6*) E que também incorpora o usuário no desenvolvimento. Então é exatamente isso... Mas isso não é privilégio do Design... A antropologia tem muita coisa relacionada a isso.
- 6*) Então não é privilégio do Design este envolvimento com as questões próprias da área.
- 6*) Ele vai ser inserido, agora, é uma coisa mais complicada de você levar pela própria proposta e pelo tempo que está demandando... Então não adianta pagar o Design em parceria e levar para uma grande empresa de publicidade, a menos que ela queira para algum projeto especial, mas ela tem o timing e os compromissos dela... Time Is Money and pronto... Por exemplo, no tempo um ano que quando pode ele ir para a parceria dentro dos projetos dele.

- 2b) Eu no GCEP sou Secretário Executivo, mas eu tenho praticamente e exclusivamente de tudo o que foi feito lá... É a parte em que eu me dirijo mais... Então eu faço a direção de arte e ilustração tudo o que o GCEP tem publicado.
- 3*) neste caso a fundação FORD procurou... Mandaram um pequeno recorte na jornal inglês que dava a notícia de uma campanha na televisão sobre racismo na Inglaterra que estava causando furor.
- 3*) Passamos cartazes nos carros do metrô na estação de São Cristóvão... Então a ideia é que... Ah... Consequências coloco na Globo, na TV Cultura de São Paulo, na TV e consequência que a Globo divulgasse isso em horário nobre durante 1 mês... Se a gente fosse calcular quanto teria custado tudo isso seria uma conta enorme, né...?
- 3*) E ele foi gravado aqui nesta sala!
- 3*) e nós acabamos dentro do projeto fazendo uma publicação para eles...
- 3*) Nisso também houve uma evolução e pouco a pouco foi sendo montada uma metodologia de como fazer isso.
- 3*) Então não bolamos o projeto, apresentamos o projeto para a Fundação Kellogg, a fundação Kellogg topou, então nós fizemos uma seleção de 10 projetos mais importantes desta parceria.
- 3*) e aqui a gente fez as chamadas "mensagens ilustradas" onde estão todas as ilustrações que nós usamos nos vídeos e ensinamos a fazer uma album sendo
- 4*) neste caso nós chamamos cerca de... 40 profissionais dentro médicos, psicólogos, pediatras, assistentes sociais.
- 4*) houve toda uma metodologia de como isso foi feito, e foi elaborado com estas saberes e mais uma espécie de grupo focal que nós fizemos com os jovens. Então, estes jovens foram chamados e junto com os especialistas, cerca de 15 a 20 jovens, sentados num círculo num estúdio com cerca de 3 câmeras gravando e com um animador que era o especialista na matéria, eles discutiram durante 1 hora ou duas a respeito de... e eu vou fazer uma seleção para ser a melhor ilustração e eu vou fazer as ilustrações que eles produziram.
- 4*) Então nós fazemos um trabalho em que chamamos primeiramente especialistas que neste caso eram muito mais juristas mas também pediatras, psicólogos, assistentes sociais, educadores de rua, desembargadores, promotores públicos... misturamos este povo todo num seminário de 3 dias. Ou seja, desembargador apelando no chão fazendo cartaz (coisa rara de acontecer...) «e estas pessoas loqueiam participar disso?» Toparam e controlamos depois destes 3 dias nós tinhamos as grandes linhas do que deveria ser feito. Nós tinhamos uma proposta inicial, que foi melhorada e aperfeiçoada ao longo deste seminário. Quando terminou o seminário nós tinhamos uma indicação de quais eram as grandes temas que deviam ser abordados... A partir daí começou nosso trabalho de transformar isso em produto. Então nós decidimos segmentar o público.
- 4*) É importante toda hora contar uma historinha para especificar a coisa.
- 4*) tem joguinhos e tal.
- 4*) Antes da edição final do material, nós chamamos novamente aquele pessoal para dizer se era isso mesmo. Fizemos novamente um seminário de 3 dias que foi final, inclusive há depoimentos de pessoas dizendo que era a primeira vez que participava de seminários como eu e deixamos vir acontecer concretamente alguma coisa.
- 4*) Destes projetos aqui 500 exemplares foram distribuídos para o Brasil todo e isso, dentro deste projeto piloto, chegou a cerca de 50 mil pessoas.
- 4*) (a) cada profissional fica com 1 parte) porque esta é uma metodologia que vai sendo atualizada... Bom, o primeiro passo é a gente que conhece... A gente queria fazer alguma coisa que a nossa avaliação tinha indicado como necessária. Então fomos buscar um grupo de três ou mais ou menos 20 pessoas escolhidas a dedo, pelo seu currículo, pelo que estão fazendo, etc... gente de ponta, especialistas com muita experiência.
- 4*) (b) consultores) Além destas pessoas, nós tinhamos 3 profissionais de alto gabarito que ficaram como supervisores, pessoas de referência, que nos ajudaram a julgar o material que chegava.
- 4*) TESTAGEM COM PROFES E ESPECIALISTAS Quando a primeira versão do material estava pronta, nós numa fase bem anterior a que foi testada no ECA, fizemos um seminário, chamamos os especialistas e chamamos também professores que estão na batata.
- 4*) (C) CONTRIBUICAO PUBLICO = + EFETIVO) Este seminário foi muito interessante porque nós tivemos que refletir várias coisas, o projeto foi muito enriquecido.
- 6*) O que que é o importante nesta metodologia é claro que se você fizer só a partir do saber acadêmico, especializado, etc... o que que é um tipo de coisa que tem a possibilidade de ser utilizada e lidar de uma outra maneira... No momento em que você está a partir... você está a partir de uma situação, de um problema, de um assunto e que são as pessoas que vão utilizar a você está um ambiente em que estas pessoas podem efetivamente contribuir... se sentem a vontade e a vontade a contribuir... o resultado disso é que você tem um processo em que o produto final certamente estará mais perto da realidade do que se você o ficasse nas alturas...
- 6*) No momento em que você abre a possibilidade das pessoas participarem de forma que a criação possa livremente se expressar... há um amadurecimento desta metodologia que nos permite, de uma forma muito saudável, estar incorporando outras coisas e conversando com estas pessoas...

- 2*) E o mesmo tema, mas as vezes o conteúdo é um pouco diferente. Isso e normal porque cada editoria tem muita liberdade aqui.
- 2*) E a MultiRio é formada por (sequido de falar mas isto é fundamental), professores e profissionais de mídia.
- 2*) Então, a demanda vem dos professores e a gente acrescenta um pouquinho... é a conexão... A gente procura estar sempre trabalhando junto às CREs - Coordenadoras Regionais de Ensino.
- 2*) (1) os professores trabalham mais como colaboradores... Tem a equipe de professores colaboradores consultores que se reúnem nas CREs, é por isso que eu faço que é muito trabalho visado com o currículo... a gente está sempre indo com o pessoal da pesquisa aqui (ao lado), a gente está sempre junto, o conteúdo é muito rico... Tem até que separar um pouco a onda porque pessoal veja até demais.
- 3*) Com exceção da nossa estagiária e da nossa produtora gráfica, somos todos designers.
- 3*) Em algumas coisas a gente participa desde o início... Por exemplo está sendo agora o UniDuniTV, um programa da televisão... A gente está participando de alguns quadros que a gente desenvolve aqui na computação gráfica, aqui no pessoal do vídeo...
- 3*) Aqui é assim: tem aqueles três que são o pessoal do vídeo, os outros três são Web, e os outros 4 são do impresso. Tudo na mesma sala, isso é muito legal.
- 3*) Mas tem uma certa burocracia do funcionamento público, porque como cada um apresenta num concurso e eles são categorias diferentes, profissões diferentes aqui dentro: designer impresso, designer web e designer vídeo... Então designer vídeo não pode finalizar uma peça impressa porque é de outro nível... Mas eles podem se integrar.
- 3*) Algumas coisas a gente já tem uma rotina, por exemplo, as chaves do Século XXI... Mas os menus de 3 em 3 meses eles atualizam.
- 3*) Então, um ou dois designers sentam comigo ou com um editor do Século XXI, a gente discute o tema e apresenta soluções...
- 3*) Mas tem coisa como por exemplo, o portal... Agora tem o novo site... Isso aqui foi uma demanda que o pessoal do portal pediu com a história de Plutão... Dissaram aqui, vamos gerar mais um conteúdo, porque estão as coisas estão... Então, do lado "vamos gerar este conteúdo do céu porque isso vai virar uma matéria", então a gente tem o reunião de pauta disso "vamos fazer uma aplicação", então a gente gerou esse aplicativo... Então, desde o início a gente convercia, então... "Como é que vai ser este conteúdo?...". Ah, vamos colocar os grandes astrônomos, alguns instrumentos... A gente vai sugerindo. E tudo muito dinâmico.
- 3*) funcionamos como uma editoria mesmo, porque a gente funciona um pouco como uma jornal e um pouco como uma revista, site... Mas o importante é discutir os modelos. Por exemplo, dentro desta demanda Plutão, a gente já incluiu várias outras coisas, outros astrônomos, instrumentos, aí a editoria dela foi ao planejamento buscar informações, a gente esteve com o pessoal e em mais ou menos 3 semanas a equipe veio fazer este negócio aqui.
- 3*) Então, um design dá o suporte... Se a gente quiser fazer uma folha, um blog... Neste caso o suporte é pequeno... As vezes a gente faz um cartazinho, ou mesmo com um suporte para divulgar alguma atividade...
- 4*) Mas como é que vocês escolhem um conceito?

- 3*) (fazerem bem pq vivenciamos isso em suas carreiras precedentes)
- 3*) Nossa estratégia para diminuir gastos é fazer parcerias com artistas que cedem cachês. Com isso, as campanhas saem a preço de custo, pois as emorasas são obrigadas a ceder espaço porque o material vai ser usado por ONGs.
- 3*) AIDS com teatro de rua no nordeste. Ivo.
- 3*) O Projeto ZAP consiste em selecionar um grupo de profissionais recém formados da área de Comunicação e do Design para receber uma capacitação com pessoas da área social de renomadas instituições, como a FGV. Num segundo momento, o grupo recebe outra capacitação reunindo-se com grandes profissionais da Comunicação e do Design. Por fim, o grupo é convocado a propor projetos de comunicação e design para abordar problemas sociais.
- 3*) (uma vez nosso objetivo é levar feras da publicidade para desenvolver projetos de utilidade pública.
- 3*) Algumas peças de design gráfico desenvolvemos aqui na própria agência. Possuímos dois designers para criação e diagramação.
- 3*) Quando é um material muito específico, chamam alguém para desenvolvê-lo.
- 3*) Quando produzimos filmes, fazemos o roteiro e chamamos empresas como a Casa de Cão, ADS Studio etc, para produzi-los.
- 3*) Devido à enorme diversidade nacional ficamos limitados a uma linguagem abrangente.
- 3*) (Trabalham em cima de valores, partem sempre de informações conhecidas. O ideal seria trabalhar com pessoas de um grupo específico. Campanhas mais informativas – informações conhecidas LUP Resultados RECALL, as caro que as campanhas Campanha)
 - 3*) (portual)
 - 3*) (O que dá certo são as Intlogas, que são três campanhas sobre o mesmo tema, como esta do Dado Diabólico sobre doenças sexualmente transmissíveis.
 - 3*) (A campanha para que as pessoas fizessem o teste de aids aumentou em 12% os testes. Enquanto a campanha estava no ar o resultado era nulo).

convergência / interprograma / Kit / série de programas

1f) ele basicamente tem por objetivo trabalhar um material didático concreto (um jogo concreto) e uma peça digital que possa enriquecer este processo de alfabetização bilíngüe.

2c) Desde o início este material se configurou como de dupla saída, meio digital e meio concreto.

2d) a gente deu pesos semelhantes as duas saídas.

3G) O Kit vai para o professor.

3j) e a experiência que eu acho inovadora foi a de fazermos um interprograma, um spot de 30 segundos para TV e rádio e fazermos cartazes, busdoors, metrodoors, e outdoors.

3f1) e aqui a gente fez as chamadas "mensagens ilustradas" onde estão todas as ilustrações que nós usamos nos vídeos e ensina a fazer uma álbum seriado. Então a idéia é pegar, por exemplo, gravidez na adolescência e fazer um cartaz para ter uma discussão em cima disso. E depois como fizemos uma série de folhetos para os alunos com uma linguagem mais "olha o vacilo mane...", "o barato pode sair caro"

4n) Isso tudo é acompanhado de publicações para cada segmento destes com linguagem adequada

2r) A gente lida com a convergência de mídias: web, TV e a mídia impressa. A gente tem um guarda chuva chamado Nós da Escola. Então tem o programa de televisão Nós da Escola, tem a Revista Nós da Escola e a gente tem uma seção do site chamada nós da Escola.

3d) as vezes a gente está fazendo uma coisa tipo o cartão de natal que vai virar uma peça de TV e um aplicativo Web... isso saiu do impresso. As vezes acontece o contrário... um aplicativo web vira uma peça de TV que vira um impresso....

3n) depois que a equipe web fez isso, vai para o pessoal da equipe TV fazer uma chamadinha na TV, fazemos também uma chamadinha na revista para dizer que está no ar.

3t) Os Kits.... São alguns programas que a gente distribui para serem utilizados nas salas de TV... É um DVD de um lado e um livrinho do outro. A TV é muito usada.

3n) Cada livro produzido tem um desdobramento. Produzimos eventos para interagir com o público fazendo-o complementar a mensagem.

3t) Fizemos um livro sobre AIDS e um evento com teatro de rua para divulgá-lo no nordeste.

5c) Queremos passar informações de utilidade pública de forma cultural. O Cinema Br em Movimento envolve agentes comunitários em todo o Brasil que recebem 10 filmes nacionais – filmes bons – montam telas em praças, universidades, penitenciárias. Eles podem levar atores, diretores... Antes do filme exibem campanhas sobre problemas sociais e stands para doação de sangue, camisinhas, etc. estão montados ao redor do espaço. Depois realizamos uma enquete sobre a gravidez, o que lembraram...

Retorno / avaliação

4j) VALIDAÇÃO Por que na verdade, quando você vai ao grupo é possível dizer que você vai tentar validar o que está fazendo; Mas não é só isso, você vai aperfeiçoar.

6ª) INTERESSE INÊS E PROFS. a gente sabe que o INÊS tem um grande interesse; A gente sabe que ele tem trânsito no Inês num momento muito oportuno porque o INÊS está fazendo uma licenciatura em Letras/Libras e é uma licenciatura que automaticamente vai passar pela questão do material didático, pela questão do projeto de um material didático específico para este tipo de aula... pelos contatos que já fizemos, tanto com o INÊS como em entrevistas quando o material foi apresentado aos professores da pré-escola, professores do fundamental, a gente percebeu que, guardadas proporções em relação ao redesenho de algumas coisas.

6b) DIVULGAR P. FOR A a gente já tem um retorno positivo e uma expectativa que foi criada em relação ao objeto; A gente já sabe que o INÊS tem interesse de divulgar o material extra muros, mandar para outras instituições o que é uma coisa positiva para a gente, é mais uma forma de validar o objeto... e a gente teve uma validação. Na verdade, o objetivo da gente era obter mais segurança quanto ao que estava sendo projetado; Mas na verdade a gente também conseguiu que o objeto recebesse uma crítica bastante eficiente dos consultores de LIBRAS porque eles não se restringiram apenas às cartas e aos desenhos.

6c) PARCERIA RETORNO. Então nós já temos tido muitos retornos antes do objeto estar na rua. Nós estamos tendo este retorno exatamente porque nós estamos pautando este projeto dentro da "parceria", a partir desta metodologia.

4v) Antes da edição final do material, nós chamamos novamente aquele pessoal para dizer se era isso mesmo. Fizemos novamente um seminário de 3 dias que foi genial, inclusive há depoimentos de pessoas dizendo que era a primeira vez que participava de seminários como este e depois viu acontecer concretamente alguma coisa. Então, admitimos que o material estava aprovado por todo mundo e representando o que as pessoas queriam, foi para a versão final.

6ª) No momento em que você inclui a ponta, você inclui as pessoas que tem o problema diariamente e que são as pessoas que vão utilizar, e você cria um ambiente em que estas pessoas podem efetivamente contribuir, se sentem a vontade e estimuladas a contribuir, o resultado disso é que você tem um processo em que o produto final certamente estará mais perto da realidade do que se você ficasse nas alturas...

6ª) Nós recebemos muitas visitas de alunos. E quando eles chegam aqui a gente percebe de cara o impacto dos produtos porque eles conhecem e utilizam e é patente como as pessoas gostam e precisam deste material... Os sites são super acessado. Por exemplo as chaves... Tem algumas atividades sugeridas... Tem a vitrine que são livros, discos e sites sugeridos... E a experiência, que são os professores que já retornam contando suas experiências.

6ª) Avaliar os resultados RECAL sai mais caro que as campanhas.

4e) A campanha para que as pessoas fizessem o teste de aids aumentou em 12% os testes. Enquanto a campanha estava no ar o resultado era nítido.