

Especialização em  
**ARTES E  
TECNOLOGIA**

**Universidade Federal Rural de Pernambuco - UFRPE**  
Unidade Acadêmica de Educação a Distância e Tecnologia

**ARTE-DESIGN APLICADA À PRODUÇÃO DIGITAL:  
A CRIAÇÃO DE UMA CAMPANHA VISUAL PARA VALORIZAÇÃO  
DA IDENTIDADE NORDESTINA**

ANDERSON DA SILVA BRITO

Jaboatão dos Guararapes - PE

2023

ANDERSON DA SILVA BRITO

**ARTE-DESIGN APLICADA À PRODUÇÃO DIGITAL:  
A CRIAÇÃO DE UMA CAMPANHA VISUAL PARA VALORIZAÇÃO  
DA IDENTIDADE NORDESTINA**

Projeto Experimental Artístico  
apresentado junto à Unidade de  
Educação a Distância e  
Tecnologia – EADTec/UFRPE  
como requisito parcial para  
conclusão do curso de  
Especialização em Artes e  
Tecnologia.

Orientador(a): Profa. Dra. Auta  
Luciana Laurentino

Jaboatão dos Guararapes - PE

2023

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação  
Universidade Federal Rural de Pernambuco  
Sistema Integrado de Bibliotecas  
Gerada automaticamente, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

---

B862a Brito, Anderson  
ARTE-DESIGN APLICADA À PRODUÇÃO DIGITAL: A CRIAÇÃO DE UMA CAMPANHA VISUAL PARA  
VALORIZAÇÃO DA IDENTIDADE NORDESTINA / Anderson Brito. - 2023.  
52 f. : il.

Orientadora: Auta Luciana Laurentino.  
Inclui referências e apêndice(s).

Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização) - Universidade Federal Rural de Pernambuco,  
Especialização em Artes e Tecnologia , Recife, 2023.

1. arte-design. 2. regionalismo. 3. tecnologia digital. I. Laurentino, Auta Luciana, orient. II. Título

CDD 700

---

## **FOLHA DE APROVAÇÃO**

ANDERSON DA SILVA BRITO

### **ARTE-DESIGN APLICADA À PRODUÇÃO DIGITAL: A CRIAÇÃO DE UMA CAMPANHA VISUAL PARA VALORIZAÇÃO DA IDENTIDADE NORDESTINA**

Projeto experimental artístico apresentado junto à Unidade de Educação a Distância e Tecnologia – EADTec/UFRPE como requisito parcial para conclusão do curso de Especialização em Artes e Tecnologia.

**Aprovada em 22 / 06 / 2023**

**Banca Examinadora:**

**Auta Luciana Laurentino (UFPE)**

Presidente e Orientador(a)

**Charles Ricardo Leite da Silva (UFRPE)**

Examinador interno

**Simone Germano (UFPE)**

Examinadora externa

## **AGRADECIMENTOS**

Externalizo meus agradecimentos a Deus, pela dádiva da vida, do conhecimento e graça divina. Agradeço aos familiares, amigos e colegas de trabalho, que acompanham minha trajetória profissional, iniciada aos 17 anos e que se estende ao desejo de alcançar novos voos e ser um entusiasta do conhecimento. Sou grato por todo acolhimento, reconhecimento e amor partilhado até aqui.

Agradeço especialmente a Instituição UFRPE, que acolhe o curso e possibilita essa vivência tão significativa - viva a Universidade pública, com educação gratuita e de qualidade. Enfatizar também os agradecimentos ao corpo docente do curso de Artes e Tecnologia, por possibilitar essa troca de aprendizagem, mesmo em um momento tão atípico de pandemia. Vocês foram mais que resistentes e fizeram da educação um meio de esperar a vida. Gratidão!

Aos colegas de curso, um muito obrigado. Meus desejos são de sucesso e prosperidade para todos aqueles que acreditaram nessa formação e também chegaram até este momento de conclusão.

Meu muito obrigado à querida orientadora Auta, que me guiou nesse percurso de conclusão. Seu apoio e conhecimento foram essenciais nesse processo. Finalizo agradecendo a banca avaliadora, pela disponibilidade e sensibilidade neste momento.

## **RESUMO**

O presente trabalho propõe um diálogo entre arte e design, consolidando assim a arte-design. Sua abordagem se dá no campo digital, considerando os aspectos de produção e reconhecimento identitário, aqui trazidos a partir das culturas midiáticas. Para seu desenvolvimento, utiliza-se da metodologia em design thinking, buscando formatar o projeto experimental artístico a partir de etapas. Inicialmente, foi realizada uma pesquisa de campo para compreender o olhar do público sobre o reconhecimento cultural de suas regiões e possibilidades de comunicação artística. Feito isto, produzimos a campanha artística considerando a região nordeste e seus atributos afetivos e racionais. Os resultados expressos trazem uma visão de novas possibilidades de comunicação acerca da temática de regionalismo, apropriando-se dos aspectos de arte-design para o desenvolvimento de produções digitais que possam dialogar com o público e cumprir o seu papel social diante daqueles que o consomem.

**Palavras-chave:** arte-design. regionalismo. tecnologia digital.

## **ABSTRACT**

The present work proposes a dialogue between art and design, thus consolidating art-design. Its approach takes place in the digital field, considering aspects of identity production and recognition, here brought from media cultures. For its development, it uses the methodology in design thinking, seeking to format the artistic experimental project from stages. Initially, a field survey was carried out to understand the public's view of the cultural recognition of their regions and possibilities for artistic communication. Having done this, we produced the artistic campaign considering the northeast region and its affective and rational attributes. The results expressed bring a vision of new possibilities of communication about the theme of regionalism, appropriating aspects of art-design for the development of digital productions that can dialogue with the public and fulfill their social role towards those who consume it.

**Keywords:** art-design. regionalism. digital technology.

## LISTA DE SIGLAS

<b>DSC</b>	Discurso do sujeito coletivo
<b>DT</b>	Design Thinking
<b>NTICs</b>	Novas Tecnologias da Informação e Comunicação

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO.....</b>	<b>9</b>
<b>2. PERCURSO TEÓRICO.....</b>	<b>10</b>
2.1 Espaços digitais e interatividade social.....	11
2.2 Tecnologia e a inserção artística.....	13
2.3 Diálogos sociais em comunidades e mídias digitais.....	15
2.4 Arte-design: um possível diálogo.....	17
2.5 Cultura, identidade e regionalismos.....	19
<b>3. METODOLOGIA.....</b>	<b>21</b>
3.1 Etapa 1 - Pesquisa de empatia.....	22
3.2 Etapa 2 - Produção (definição / ideação e prototipagem).....	28
<b>4. O EXPERIMENTO.....</b>	<b>33</b>
4.1 A Campanha Gráfica.....	34
4.2 Aplicações visuais.....	40
<b>5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>46</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>48</b>
<b>APÊNDICES.....</b>	<b>51</b>



## 1. INTRODUÇÃO

A arte e o design passam por um processo de reconfiguração de possibilidades a partir do desempenho dos ambientes digitais. A produção digital passa a incorporar novos formatos e novas mídias, possibilitando que o diálogo entre produções exista de maneira acessível e ao alcance de todos. Neste sentido, encontra-se também um novo diálogo, proposto a partir da arte-design, o qual se configura a partir das características comuns entre arte e design, sobretudo no campo digital.

Considerando essa perspectiva, o projeto experimental artístico se caracteriza por compreender essa dinâmica criada a partir do diálogo transdisciplinar e busca promover uma produção que unifica a conversação em possibilidades práticas, apropriando-se dos artefatos e tecnologias digitais, na perspectiva de culturalidades e midiatização.

Para tal construção, referenciamos o design e sua ampliação no ambiente digital bem como a sua interligação com a arte. Ainda nesse caminho, serão pontuados aspectos como mídias sociais, plataforma, expressão social, além dos conceitos de cultura que perpassam os ambientes físicos e digitais.

O projeto busca dialogar com uma sociedade que visualize a arte-design como uma forma de expressar seus sentimentos sociais de maneira pública, em ambientes digitais, como plataformas e mídias.

Para que o desdobramento do projeto ocorra, sua produção norteia-se a partir da seguinte questão-problema: De que forma a arte e o design podem colaborar para uma comunicação acerca das práticas regionais e expressar os sentimentos dos indivíduos que formam essa geografia, considerando seus aspectos sociais, culturais e artísticos? Trazemos também como hipótese para essa questão, uma resolução do problema que se dará através da construção de uma proposta artística - ou projeto experimental artístico.

O projeto propõe a criação de uma identidade visual e campanha de arte-design que colabore para a propagação dos sentimentos e afetos populares acerca do nordeste brasileiro, considerando seus aspectos sociais, culturais e artísticos, considerando o reconhecimento identitário dos indivíduos acerca das práticas de regionalismo.

Seguindo a proposta de produção, o projeto traz o seguinte objetivo geral: Prototipar um espaço de comunicação e diálogo, através de ambiente digital (website) e campanha multimídia, incluindo produtos físicos e digitais, que evidenciem através da arte e design as sociabilidades das práticas culturais e artísticas do Nordeste brasileiro.

Discrimina também, como objetivos específicos: Compreender as possibilidades de conexão entre arte, design e tecnologia; identificar espaços de produção digital que evidenciem profissionais das áreas do design e artes; construir produções que dialoguem com as práticas de arte-design na temática de reforço a valorização regional.

Para alcançar os objetivos propostos, o procedimento metodológico se estruturou a partir do design thinking, subdividindo-se em duas etapas principais, sendo a etapa 1 - pesquisa de empatia, na qual traz uma pesquisa com abordagem ao público, e a etapa 2 - com o processo de produção, onde são pontuadas a definição, ideação e prototipagem do projeto experimental artístico.

## **2. PERCURSO TEÓRICO**

A estrutura referencial aqui exposta, seguiu como ponto norteador o olhar sócio-antropológico acerca das mediações exercidas pelos espaços digitais e suas dinâmicas comunicacionais envolvendo arte e design. O seu objetivo foi então, estruturar um diálogo de forma ampliada, até conceitualizar os processos inerentes ao projeto experimental artístico proposto.

Neste sentido, foram propostos tópicos como "espaços digitais e interatividade social", na qual conceitualiza esses espaços e traz possibilidades acerca do uso de tecnologias para uma interatividade social democrática e plural.

Ainda no campo da tecnologia, surge a proposta "tecnologia e a inserção artística", descrevendo as perspectivas do fazer artístico frente ao avanço tecnológico da contemporaneidade.

Quanto a contemporaneidade, descreve-se também o tópico "diálogos sociais em comunidades e mídias digitais" que reforça a dinâmica das mídias e comunidades frente às possibilidades de gerar diálogos com os indivíduos e ampliar a visibilidade artística digitalmente.

Seguindo, o tópico "arte-design: um possível diálogo" destina-se a trazer reflexões acerca do que seria a arte, o design e suas conexões frente às atualidades, destacando a mediação.

O percurso teórico finaliza com o tópico "cultura, identidade e regionalismos", o qual conceitua tais aspectos e insere-os na dinâmica das entregas e compreensões de produções do campo transdisciplinar da arte-design.

Quanto à transdisciplinaridade, o conceito formulado por Japiassu (1977), baseado em Piaget, destaca que a sua perspectiva visa ir além das produções de uma área especializada, mas que considera as ligações que transitam entre as áreas, não estabelecendo fronteiras entre as disciplinas.

Neste sentido, entende-se que a abordagem transdisciplinar abordada ao longo do trabalho se sustenta sobre o diálogo que as disciplinas do conhecimento (artes e design) produzem entre si.

## **2.1 Espaços digitais e interatividade social**

Contemporaneamente, percebe-se que a tecnologia digital da Internet vem se inserindo no contexto social e imaginário dos indivíduos, criando assim as trocas simbólicas e discursivas que possam existir sob pessoas que possam ser conectadas por meio de seus dispositivos, espaços ou plataformas, criando uma atividade prática de interação, fazendo com que nos permita reconhecer esta tecnologia como meio de comunicação e ampliando as formas de discurso social e coletivo, impactando não apenas a vida pessoal do indivíduo, mas toda a sua realidade contextual, como práticas trabalhistas e educativas, além de produções e exposições dos diálogos sociais (STEFFEN, 2008).

Podemos dizer que um meio de comunicação se estrutura a partir de uma tecnologia de produção, inserindo o reconhecimento de mensagens (sejam elas textuais, visuais etc), identificando também os diferentes campos e atores que possam convergir com sua estruturação, processando e evidenciando suas comunicações. Ibidem (2018) destaca:

O próprio surgimento e desenvolvimento da Internet, de sistema de troca de dados à meio de comunicação, como citamos acima, demonstra e reforça a ideia que uma tecnologia ganha sentido como

meio de comunicação a partir de seu uso social (STEFFEN, pág. 05, 2018).

Assim, compreendemos que a Internet surge como meio de ampliação da informação multimidiática, a partir do somatório entre as tecnologias e os seus usos, incluindo também as possíveis incidências e valores gerados por dados, pelos diversos e diferenciados usuários que possam usufruir da sua mediação, bem como os atores e respectivos campos.

A partir dessa estruturação da internet e suas tecnologias, surgem então os espaços digitais. Conceitualmente:

Esses espaços de comunicação surgidos com o advento da Internet, cuja tecnologia e suporte permitem a múltipla conexão e trocas entre usuários nos mais diversos pontos, criam novas formas de contato, eliminando distâncias físicas e geográficas. Da mesma forma ampliam as fronteiras dos indivíduos, das cidades, das nações, que encontram nos espaços digitais da Internet um elemento de ampliação e expansão (STEFFEN, pág. 05, 2008).

Nessa perspectiva, os espaços surgem com a ampliação das fronteiras já existentes socialmente e tecnologicamente pelos indivíduos. Para além das suas delimitações espaciais e geográficas, eles possuem a autonomia de gerar uma sensação de deslocamento entre os indivíduos contextualmente, sensação essa que pode ser apresentada através das diversas interfaces construídas nos próprios espaços digitais.

Podemos dizer também que esses espaços constituídos na internet podem ser gerados como espaços plural de deslocamento, onde indivíduos que fazem o seu uso criam um deslocamento amplo, atemporal, sob as diversas realidades existentes na sociedade digital (STEFFEN, 2018).

É importante destacar que os espaços digitais da Internet não se chegam a configurar como espaços autônomos ou de modo desconectados daquilo que conhecemos por processos sociais, na qual estão inseridos. Para além disso, os mesmos geram uma aproximação relacional, considerando seus atores e campos sociais. Steffen (2018) ainda afirma que:

Os espaços digitais não existem como materialidade, mas se fazem presentes como pontos de encontro, “lugares” onde ocorrem processos de interação por via tecnológica onde as funções, tarefas e

processos de cada ator e campo são construídos conforme suas estratégias, desejos e necessidades e as expectativas do outro que acessa e interage com o espaço (STEFFEN, pág. 07, 2018).

Eles se concentram na difusão da informação, em contrapartida de que também se dimensionam a partir da busca de visibilidade. Neste sentido, cada indivíduo - ou agente - insere seus processos e visões sobre a temática, pauta ou debate existente nesses espaços, sem necessariamente compreender o processo receptivo, que parte de uma individualidade, projetando sobre um todo e podendo gerar maiores ou menores efeitos.

O processo comunicacional, considerando apenas a existência dos espaços digitais, não pode mensurar as particularidades da recepção individual dos sujeitos. Maia (2002) discute que a tecnologia não chega a determinar uma interação ou traz garantia quanto a crítica ou a reflexão. A simples promoção de espaços digitais de interação não pode garantir negociação necessária entre os atores ou a reflexão por parte dos seus receptores.

Compreende-se que a Internet não pode ser dimensionada como uma mídia isolada, mas que existe, ganha sentido a partir dos usos sociais que dela é feita. Assim, ela faz um depósito de mídias, ampliando as possibilidades desses usos a partir das mídias existentes nela e daquelas que ainda vão existir.

Os espaços digitais são também os espaços na qual o projeto experimental artístico se direciona. Toda a produção segue sendo direcionada para esses espaços, sejam em mídias, redes ou interfaces. A partir disso, a compreensão do que são esses espaços e suas dinâmicas frente a interatividade social possibilitou a ampliação de ideias sobre aquilo que será produzido, visto que as produções com viés de arte-design foram direcionadas para o público regionalizado, ocupante desses espaços digitais, a fim de gerar interações e possíveis engajamentos sociais.

## **2.2 Tecnologia e a inserção artística**

O século XX foi pródigo no desenvolvimento tecnológico. Mas, no século XXI, especificamente a partir dos anos de 1990, determina-se como período na qual os artistas passaram a incorporar, de forma mais sistemática, as novas tecnologias da informação e comunicação (NTICS) em seus processos de

criação, e, inevitavelmente, atingiram resultados em plataformas, diferentes dos resultados até então obtidos. Quanto a essas tecnologias, Souza et al (2018) diz que:

As tecnologias contemporâneas e a cibercultura que emergem delas são constructos socioculturais, e precisam ser pensados como tais, visto que o que nutre a relação entre tecnologia e sociedade não são apenas questões técnicas...Tecnologia, não é um processo autônomo, mas um processo inerentemente social (SOUZA et al, pág. 04, 2018).

A hibridização das artes já experimentadas no cinema e na TV, entre outros, foi potencializada pelo uso do computador, uma máquina essencialmente multimidiática (BRAIDA, 2006). Essa potencialização não instrumentaliza apenas as práticas artísticas, mas a pessoa do artista e todo o seu posicionamento midiático. Como consequência, a hibridização faz com que as artes e os artistas ganhem notoriedade e reconhecimento, para além da figura artística, mas também como influenciadores digitais. Segundo Souza et al (2018), o campo cultural, assim como as suas dimensões simbólicas e subjetividades, vistas como base da vida cultural, além das linguagens e expressividades artísticas, sejam por indivíduo ou em coletivo, tudo isso tem sido afetado pela vida digital.

A sociedade contemporânea, inserindo e contextualizando as artes, passa por um franco processo de desmaterialização e conseqüente virtualização - inserção e realização das produções em espaços virtuais. Artistas vem substituindo seus materiais, ferramentas e ateliês, por computadores com conexão à internet, além de smartphones e uma gama de softwares e hardwares que, nem sempre, são específicos para a produção artística (Braida, 2006). Assim, os artistas passam por um processo de apropriação transdisciplinar, criando práticas de produções artísticas em softwares de design digital e educacionais, além do fortalecimento do uso das próprias mídias sociais digitais. Agora, as tecnologias, mídias e softwares, também fazem parte do cotidiano artístico, além do próprio fazer artístico. Surge também o campo que amplia as possibilidades de diálogos entre designers e artistas, o campo das artes digitais.

Quanto a arte digital, vemos que:

A arte digital resume-se a uma só disciplina onde ocorrem: “todas as manifestações artísticas realizadas por um computador”. Mais uma vez, se recorre ao formato digital dos “zeros e uns”, como condição provável de qualquer produção virtual. Mas ressalte-se, que nem toda a representação digital é arte (RODRIGUES, pág. 07, 2012).

A partir da ótica de Ibid (2012), a arte digital pode ser vista como uma combinação de saberes, mediando-se entre arte, ciência e tecnologia. Essa "trilogia" considera, sobretudo, os novos espaços que a arte digital passa a ocupar, diferente daquilo que conhecemos por arte anteriormente.

Muito do avanço dado à arte digital na contemporaneidade tem por consequência os avanços midiáticos e tecnológicos, além do desenvolvimento das comunidades virtuais, que ampliam os discursos e discussões acerca da produção artística e da figura do artista.

As delimitações deste tópico trazem a discussão de como a tecnologia se insere no cotidiano artístico e como isso impacta o fazer artístico. Tais perspectivas são importantes para a compreensão dos campos de atuação que o artista contemporâneo possui, sobretudo, campos que interligam o fazer arte-design.

Compreensões aqui pontuadas, nortearam o projeto experimental artístico na visão de possibilitar uma ocupação dos espaços digitais de forma direcional, através do uso da tecnologia para a ampliação e visibilidade das produções artísticas.

### **2.3 Diálogos sociais em comunidades e mídias digitais**

A sociedade midiaticizada, sobretudo no contexto brasileiro, expõe a necessidade de diálogos plurais, que considerem a diversidade e a equidade em comunidades, sobretudo no digital. Partindo dessa perspectiva, reconhecemos as comunidades virtuais, que surgem com o objetivo de produzir discussões em espaços de mídia.

Corrêa (2004) traz a comunidade virtual como o espaço em que o indivíduo escolhe e elege qual grupo que ele irá fazer parte, tendo por motivação os interesses particulares acerca dos assuntos propostos, qual tem a identificação e encontra pessoas comuns a este assunto, onde compartilham ideias, discussões e opiniões de forma aberta, com interação mútua.

O momento atual da mudança midiática, que amplia ainda mais os espaços sociais de diálogo, está reafirmando o direito das pessoas comuns de contribuir ativamente com a sua cultura, através dos discursos e diálogos propostos a partir das mídias digitais e das comunidades de relacionamento. Assim, segundo Corrêa (2004):

A cultura contemporânea passa a ser caracterizada pelo uso crescente de tecnologias digitais, cria-se uma nova relação entre a técnica e a vida social e, ao mesmo tempo, proporciona o surgimento de novas formas de agregação social de maneira espontânea no ambiente virtual, com práticas culturais específicas (CORRÊA, pág. 04, 2004).

Neste diálogo, é importante considerar que em uma cultura da convergência, todos são participantes, ainda que com diferentes status e graus de influência (JENKINS, 2009). As comunidades virtuais surgem com essa proposta, de igualar os indivíduos como agentes de comunicação direta. Não apenas em comunidades virtuais, mas em espaços digitais como um todo.

Considerando essa ampliação de espaços, o ambiente digital pode ser considerado o principal compasso da discussão, pois nele existe a união do material com o imaterial. Neste ambiente existe a disrupção das artes, enquanto participantes do processo tecnológico, direcionado ao processo interativo. O principal agente desse processo que podemos considerar é o artista, enquanto mediador, mas também pode ser o indivíduo enquanto consumidor e receptor, por exemplo.

Quanto à perspectiva artística, Moles (1990) chega a apontar que a função do artista, na sociedade do consumo e do computador, é “criar novas artes” – e não “fazer novas obras” – através dos dispositivos tecnológicos oferecidos. Os dispositivos tecnológicos norteiam a forma na qual a arte será produzida, sobretudo, também direciona o artista e o público de seu consumo.

Novas formas de representar e transmitir a informação, através das tecnologias, das telecomunicações e das transmissões eletrônicas, significam, de acordo com Lévy (1994), novas formas de pensar e de estar. Assim, a arte também passa a ser vista como meio de dialogar com a sociedade, expressando necessidades, problemas e desejos publicamente.



O processo de comunicação atual faz com que todos os processos implementados anteriormente na sociedade passem por uma reconfiguração e constantes adaptações, sejam de formas a ultrapassarem ou a criar novas necessidades com o público, pontuando arte e artista, material e imaterial, tecnologias e espaços digitais.

Ainda entre os espaços digitais e suas reconfigurações, encontram-se as mídias digitais. Por sua vez, elas também são responsáveis por um processo de comunicação direta entre a sociedade, além de ser também um novo campo da exposição artística. É válido considerar que as mídias digitais garantem um tipo de experiência na qual o receptor interage por meio de uma interface, produzida no intuito de colocá-lo como agente transformador de uma dada situação (TAVARES, 2010).

Frente às pontuações aqui trazidas, as questões entre comunidades e mídias digitais mostram que os ambientes passaram e vem passando por reconfigurações. Isso tem norteado o projeto experimental artístico na perspectiva do reconhecimento de sua dinâmica de produção e veiculação, a fim de dialogar também com os formatos que as plataformas propõem, além de suas linguagens específicas. Entende-se que para que existam os diálogos sociais no digital, é preciso conhecer a forma de dialogar também de cada plataforma, mídia e/ou interface.

#### **2.4 Arte-design: um possível diálogo**

Uma das formas de nortear o projeto experimental artístico aqui é compreendendo o diálogo entre arte-design, pois sobretudo, a proposta artística considera essa possibilidade de diálogo, para além, questões de arte digital, design digital e suas conceitualidades.

Segundo Tavares (2010) existem muitos aspectos que unem a arte e o design, mas, é importante considerar que tanto a arte quanto o design digital acabam por se nutrir dos conceitos de estética e dos fluxos das trocas comunicacionais e procedimentais.

Quanto às delimitações da arte e do design, compreendemos que ambos se conceitualizam historicamente de maneira unilateral e apenas com os avanços históricos, sobretudo dos campos digitais, propõe-se ao diálogo bilateral. Vemos que:

A Arte nasceu como resposta à necessidade da comunicação antes mesmo do Homem encontrar um meio de linguagem estruturado ou regrado, e de fato já se expressava por meio de símbolos para exteriorizar ideias antes de reconhecer qualquer modo de linguagem falada [...] o Design veio, no fundo, organizar e estruturar um novo meio criativo, que nasce e emerge a par do desenvolvimento da Máquina e da sociedade de consumo. O Design nasceu para reunir e combinar o conjunto de fatores que compõem a idealização, a projecção e a realização de um produto (CHORA, pág. 148, 2012).

Frente a essa compreensão, entende-se que as possíveis conexões entre arte-design passam a considerar as necessidades de comunicação humana, a partir das linguagens artísticas, sobretudo, considerando também os processos de idealização de produtos no design. Então, essa junção passa por avanços históricos e chega ao diálogo de homem, máquina e comunicação.

Arte é representação simbólica, sendo considerada como expressão sobrenatural em qualquer que seja a sua estrutura. O design passa a ser visto como função, revelando a incorporação de elementos de atividades artísticas e de projetos (Ibid, 2012), assim, o diálogo inicia quando o design passa a inserir as atividades artísticas como parte dos seus projetos, sobretudo na construção da comunicação e linguagem visual dos produtos criados.

Quando as processualidades do design, Flusser (2007) indica que:

O design, como todas as expressões culturais, mostra que a matéria não aparece (é inaparente), a não ser que seja informada, e assim, uma vez informada, começa a se manifestar (a tornar-se fenômeno). A matéria no design, como qualquer outro aspecto cultural, é o modo como as formas aparecem (FLUSSER, pág. 19 , 2007).

É uma possibilidade visualizar o design como a ferramenta evolutiva, e apesar de criar objetos finitos e concretos, e de basicamente operar em um fazer que é, em sua raiz, não é uma atividade fim, mas uma ferramenta processual, de melhoria, de solução de problemas e de criação de novas necessidades, e portanto, de novos problemas. Quanto a arte, mesmo discursiva e/ou ativista, é atividade fim, ainda que infinita em sua reconfiguração e renovação. O propósito do objeto de arte está de algum modo nele e na trajetória de quem o criou, o artista como “agente primário” e o

dispositivo ou processo de arte como “agente secundário”, dependente da agência do artista (TRENTIN, 2022).

Contemporaneamente, a capacidade tecnológica para reproduzir, modificar e remontar elementos estilísticos ou culturais se torna não apenas um meio, mas um fim em si mesmo (TAVARES, 2010). Essa capacidade passa a influenciar as dinâmicas de construção da arte e do design, sobretudo porque se torna uma finalidade sobre os processos de culturalidade.

Neste encontro de arte-design, poderíamos dizer que a sua compreensão consistiria em “apropriar-se dos hábitos perceptivos e comportamentais criados pelo complexo tecno-industrial e transformá-los em possibilidades de vida” (TAVARES, pág. 174, 2010).

De fato, a arte e o design contemporâneo surgem como possibilidades de transformação e reconfiguração da vida cotidiana, seja de maneira objetiva ou imagética. Nesta compreensão, o projeto experimental artístico projeta produtos comunicacionais que possam dialogar frente às regionalidades, sobre as óticas de arte e design, ou arte-design.

Acredita-se que esse diálogo, por mais que não esteja definitivamente delimitado em conceitualização bibliográfica/científica, pode existir e colaborar em termos práticos para uma compreensão produtiva e reflexiva dos indivíduos sob os espaços digitais.

## **2.5 Cultura, identidade e regionalismos**

A produção artística, comumente, passa pelas culturas. O encontro do artista, do público e da arte é gerado em meio a uma sintonia cultural, em que existem diálogos e construção de saberes. Assim como a cultura, a arte também pode ser vista como algo aprendente.

Santaella (2003), destaca como sinônimo de cultura a tradição, bem como a civilização. A tradição é algo intangível, mas duradouro, que inconscientemente deixa seus rastros pelas pessoas, dialogando com a temporalidade sem se perder. Ainda conceitualizando a cultura, Ibid (2003) destaca como a parte do ambiente que é feita pelo homem. Implícito nisto está o reconhecimento de que a vida humana é vivida num contexto duplo, o habitat natural e o seu ambiente social.

Quanto aos modos de viver, pode-se compreender o contexto duplo com as várias formas do homem se expressar e compreender, a partir do lugar e tempo em que ele se situa. Por isso, destaca-se também o ambiente social, na qual forja a receptividade das culturas existentes, bem como, a criação de novas formas de visualizar o mundo e crer a partir dos repertórios já existentes. Diante disso, Santaella (2003) destaca que:

A cultura é mais do que um fenômeno biológico. Ela inclui todos os elementos do legado humano maduro que foi adquirido através do seu grupo pela aprendizagem consciente, ou, num nível pouco diferente, por processos de condicionamento (SANTAELLA, pág. 31, 2003).

Compreendemos que a cultura não é só o que os homens pensam, mas também o que fazem. Na perspectiva de Ibid (2003), a cultura não é um produto das ações humanas. Ao contrário disso, ela é aquilo que produz ou conduz essas ações. Então, visualizamos a cultura de forma prática e ativa na sociedade, não sendo um produto das ações, mas indexada nas próprias ações humanas que não realizadas cotidianamente, sejam elas conscientes ou não.

A cultura também desenvolve uma lógica que lhe é própria, independente dos pensamentos de indivíduos específicos. Lógica essa que são imperceptíveis no dia a dia da sociedade, mas que compõem o imaginário social. Quanto ao imaginário social, De Moraes (1997) cita:

O imaginário social é composto por um conjunto de relações imagéticas que atuam como memória afetivo-social de uma cultura, um substrato ideológico mantido pela comunidade. Trata-se de uma produção coletiva, já que é depositário da memória que a família e os grupos recolhem de seus contatos com o cotidiano (DE MORAES, pág. 02, 1997).

O imaginário, Ibid (1997) também pode ser compreendido a partir de uma composição simbólica. Essa composição se unifica a partir dos elementos culturais, que, em qualquer tempo, apresentam uma distribuição geográfica ou distribuição por localidade. Assim, as representações culturais e imaginárias são correspondidas sobre uma ótica geográfica, destacando aqui a perspectiva regional, visto que o Brasil se insere em um contexto multicultural, sobretudo em suas regionalidades.

A cultura tende a ser padronizada (SANTAELLA, 2003). Ela envolve a repetição de comportamentos similares aprovados pelo grupo, de modo que ela tem uma forma estrutural reconhecível. Costumeiramente, ouvimos falar no jeito de ser nordestino, a partir de vestes, falas, símbolos e textualidades. Esse é o reconhecimento da forma estrutural que essa regionalidade propõe, além de inserir também sons, sabores e emoções.

Podemos compreender também que uma cultura tende a ser integrada, apresentando configurações. Quer dizer então que, suas premissas, valores e objetivos mais ou menos consistentes que lhes dão unidade.

A descrição de cultura e seus aspectos na construção da identidade regionalizada neste tópico, surge para ilustrar a possível compreensão dos seus significados e efeitos na sociedade. Visto que o trabalho propõe uma análise social da região nordeste, se faz justo compreender as dimensões de suas culturas e identidades.

Uma vez descritos, serão úteis para a formulação prática da releitura simbólica dos locais, sabores, signos e demais atributos que compõem diretamente a cultura nordestina, para a configuração da visualização artística e de design (arte-design), propostos pelo projeto experimental artístico.

### **3. METODOLOGIA**

O projeto experimental artístico caracteriza-se por uma produção multidisciplinar, na qual estrutura-se metodologicamente a partir da sua natureza qualitativa, com uso do design thinking como metodologia para direcionamento construtivo.

Anteriormente ao seu uso, foi estabelecido um percurso que dialoga a partir da pesquisa bibliográfica, o qual trás autores das áreas de artes e design, além de pontuações acerca da comunicação digital e de culturas midiáticas. O percurso traçado com a pesquisa bibliográfica tem por finalidade nortear o projeto e referenciá-lo no campo científico a partir do arcabouço teórico.

Quanto à metodologia do Design Thinking, descrita por Melo e Abelheira (2015), ela adota uma abordagem antropocêntrica para inovação através de ferramentas de design e inovação para integrar uma perspectiva objetiva para a proposta artística. Para isso, o projeto irá se estruturar por meio das quatro fases distintas da metodologia: A) momento de identificação das problemáticas

socioculturais (empatia); B) momento da imersão criativa para desenvolvimento (definição e ideação); C) momento criação da proposta artística e aplicação visual (prototipagem), D) momento de exposição dos resultados e análise de reconhecimento sociocultural (teste).

Quadro 01: Fases de desenvolvimento do design thinking

<b>Design Thinking</b>				
<b>FASES DE DESENVOLVIMENTO:</b>	A. EMPATIA	B. DEFINIÇÃO / IDEACÃO	C. PROTOTIPAGEM	D. TESTE
<b>DESCRIÇÃO:</b>	Pesquisa de empatia com o público	Imersão criativa (planejamento)	Produção em arte-design	Pesquisa de satisfação / reconhecimento do público
<b>ETAPAS:</b>	1.0	2.0		3.0
	Etapa externa	2.1 Etapa interna	2.2. Etapa interna	NÃO APLICÁVEL
<b>METODOLOGIAS APLICADAS:</b>	FORMULÁRIO QUANTI-QUALITATIVO, VIA GOOGLE FORMS.	-	-	NÃO APLICÁVEL

Fonte: Elaboração própria, 2023.

### 3.1 Etapa 1 - Pesquisa de empatia

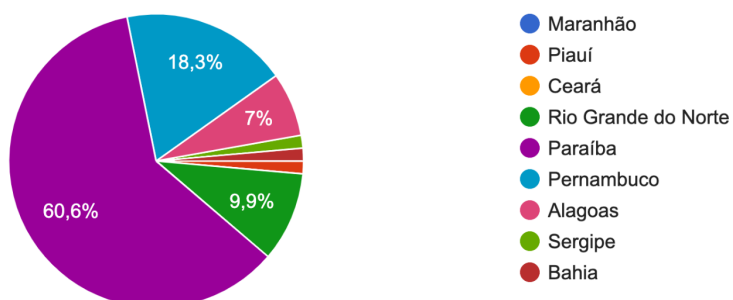
A etapa inicial de análise do design Thinking, caracterizada por empatia (A), foi estruturada a partir da construção de um formulário através do Google Forms (APÊNDICE A), direcionando perguntas de abordagem quanti-qualitativa, com o objetivo de compreender o pensamento social acerca do regionalismo e a construção do imaginário coletivo e cultural que cerca o identitário regional do nordestino. Neste momento, foram realizadas 71 coletas individuais, através de veiculação em mídias sociais e meios de comunicação digital.

A pesquisa foi realizada, via formulário do Google forms, no período de 15 a 25 de março de 2023. Para quantificação dos dados, o formulário foi direcionado para um público de jovens universitários, das diversas áreas do

conhecimento, além de artistas locais, profissionais das artes e de design, além de comunicadores.

### 3.1.1 Questão: Estados dos indivíduos respondentes

Gráfico 01: ilustração dos estados respondentes à pesquisa.



Fonte: Google forms, 2023.

A região Nordeste possui uma composição de 9 estados. Na presente pesquisa, foram pontuando apenas 7, sendo: Ceará, Rio Grande do Norte, Paraíba, Pernambuco, Alagoas, Sergipe e Bahia. Os estados Maranhão e Piauí não obtiveram respostas.

### 3.1.2 Questão: Como você descreve o seu estado?

Quadro 02: 5 principais atributos

5 principais atributos encontrados / mais citados:
Rico em cultura
Lindo / belo
Diverso em cores, religiões e culinária
Acolhedor / hospitaleiro
Paradisiaco (paraíso)

Fonte: Elaboração própria, 2023.

Com a pergunta aberta, foi formulada uma tabela que considera os 5 principais atributos encontrados / mais citados entre as respostas.

### 3.1.3 Questão: Cite 3 características que fazem o seu estado "único"

Quadro 03: 3 características citadas

3 características mais citadas:
Cultura
Pontos turísticos (praias e pontos históricos)
Culinária

Fonte: Elaboração própria, 2023.

Os principais pontos citados carregam consigo os aspectos identitários, visto que cada estado possui cultura, turismo e culinária independente, apesar de também contarem com aspectos comuns como a culinária "regional" e a "cultura nordestina".

### 3.1.4 Questão: Cite um ponto turístico que você resume a história do seu estado

Quadro 04: 5 pontos turísticos do nordeste

5 pontos turísticos mais citados:	
Centro histórico de João Pessoa	Paraíba
Marco Zero do Recife	Pernambuco
Cidade de Marechal Deodoro	Alagoas
Museu da Gente	Sergipe
Praia de Pipa	Rio Grande do Norte

Fonte: Elaboração própria, 2023.

Com a pergunta aberta, foi formulada uma tabela que considera os 5 pontos turísticos mais citados entre as respostas.

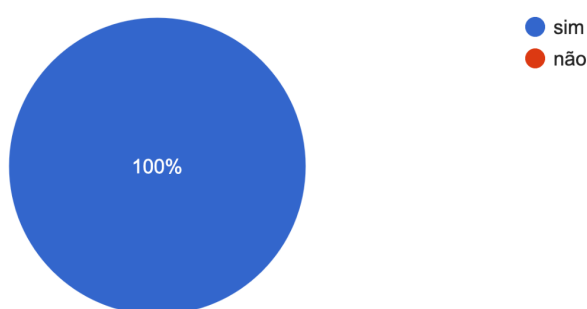
Considerando os aspectos dos pontos citados, verifica-se que 4 deles possuem caráter histórico diretamente, sendo responsáveis pela construção do



imaginário coletivo das pessoas que residem, passam e nascem nessas regiões. Além disso, existe também entre os citados, um ponto de lazer, que se destaca também pelo seu populismo no estado.

### 3.1.5 Questão: Você acredita ser importante conhecer a história do seu estado?

Gráfico 02: Visualização do público quanto a importância em conhecer a história do estado.



Fonte: Google forms, 2023.

Dentre as 71 pessoas que responderam o formulário, todos pontuam ser importante conhecer a história do estado, trazendo uma noção de que essa história pode também reforçar as questões de pertencimento, identidade cultural e valorização da cultura local.

### 3.1.6 Questão: O que representa a região Nordeste pra você?

Quadro 05: 3 principais pontuações

3 principais pontuações / mais citadas:
Produção cultural
Resistência e resiliência
Produtividade

Fonte: Elaboração própria, 2023.

Com a pergunta aberta, foi formulada uma tabela que considera as 3 representações mais citadas.

Considerando os aspectos dos pontos citados, questões culturais e de resistência cercam a identidade da região nordeste. Não distante disto, a produtividade, que pode ser direcionada a partir de questões de mercado e desenvolvimento regional, também destaca a representatividade do nordeste brasileiro.

### 3.1.7 Questão: O que representa a região Nordeste pra você?

Quadro 06: representações do nordeste por categorias

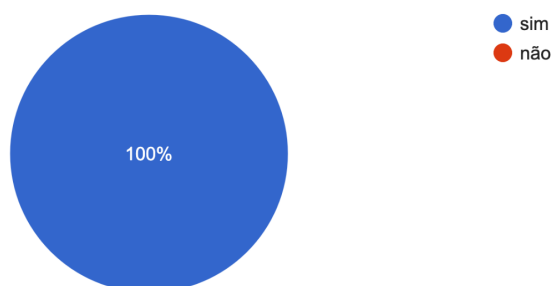
COMIDA	DANÇA	ARTISTA	MÚSICA	ARTESANATO
cuscutz	forró	Luíz Gonzaga	Asa Branca	rede
rubação	frevó	Chico César	Anunciação	jarros de barro
feijoada	xote	Zé Ramalho	Meu Sublime Torrão	pintura
canjica	maracatú	Elba Ramalho	De volta pro aconchego	xilogravura
pamonha	coco de roda	Ariano Suassuna	Porta do sol	bordado

Fonte: Elaboração própria, 2023.

O quadro 06 foi elaborado considerando pontuações mais recorrentes do público respondente da pesquisa. Assim, foram destacados os 5 principais em cada categoria.

### 3.1.8 Questão: Você acredita que a comunicação pode ampliar a forma com que as outras regiões do Brasil percebem o Nordeste?

Gráfico 03: ilustração das respostas quanto a crença na comunicação como ampliação da percepção do nordeste.

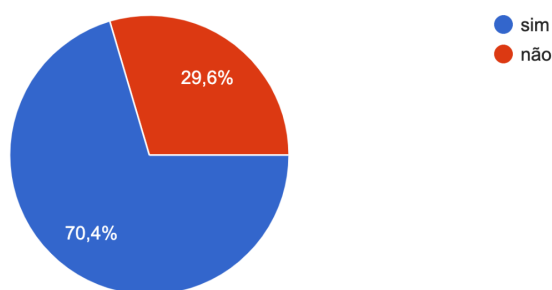


Fonte: Google forms, 2023.

Dentre as 71 pessoas que responderam o formulário, todos pontuam acreditar que a comunicação sobre a região nordeste pode trazer mais visibilidade e reconhecimento no país.

### **3.1.9 Questão: Você se reconhece como agente formador(a) da identidade cultural da sua região?**

Gráfico 04: Dados do público quanto o reconhecimento enquanto agentes formadores da identidade cultural.



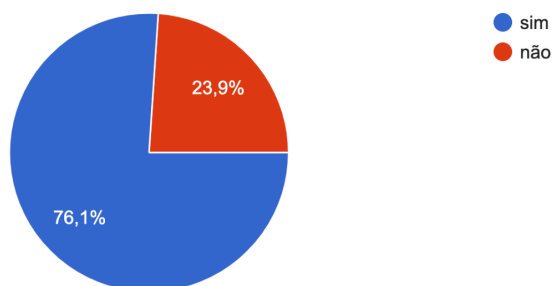
Fonte: Google forms, 2023.

O processo de formação identitária em regionalidades e culturas pode ser visto como algo natural, sobretudo quando os indivíduos residem naquela região há anos ou até mesmo se nascem e vivem nestes locais. Questões como o sotaque são naturalizadas sobre os indivíduos.

A partir das respostas da questão, percebe-se que 70,4% se reconhecem como agente formador da identidade cultural do nordeste.

### **3.1.10 Questão: Você já sofreu algum preconceito ou já vivenciou alguma situação negativa relacionada diretamente com a região Nordeste?**

Gráfico 05: Dados quanto ao índice de preconceito ou situação negativa vivenciada pelo público sobre a região nordeste.



Fonte: Google forms, 2023.

A região nordeste passa por processos históricos de preconceito. Questões como xenofobia estão presentes cotidianamente nos noticiários locais, principalmente sobre aqueles que fazem migração de região (saem do nordeste para uma outra localidade brasileira).

Os resultados da questão destacam isso, a partir dos 76,1% que afirmam ter vivenciado alguma situação negativa relacionada diretamente com a região.

### 3.2 Etapa 2 - Produção (definição / ideação e prototipagem)

Neste campo, será exposto os resultados adquiridos a partir das produções em arte-design (etapa 2). Neste momento, traremos os resultados práticos da produção, a partir de imagens e textos, considerando as pontuações da etapa 1, o planejamento de produção e criação artística.

#### 3.2.1 Definição / ideação

**Imersão criativa:** realizada a partir da técnica brainstorming, cria-se a estruturação de informações a partir do quadro abaixo.

Quadro 07: etapas da imersão criativa.

Elementos estéticos (símbolos)	Elementos visuais (imagens/figuras/cores)	Elementos textuais (palavras)
ondas praias conchas peixes	Marco Zero Farol do Cabo Branco Forte dos Reis Magos Farol da Barra Arcos da Orla de Atalaia	nordeste-se amar resistir apropriar-se valorização cuidado

plantas suculentas cactos coqueiros	Praia de Pipa Tamandaré Maragogi Capela de Carneiros Pôr do sol do Jacaré	acolhimento casa lar lazer Recepção
monumentos casas prédios estátuas	Maracatu Quadrilha Junina Bandeirolas Confetes e serpentinas Estandarte	perceber-se entendimento cultura reconhecimento política
sol	azul amarelo vermelho laranja	força calor quentura gelado
milho tapioca caldo de cana coco	marrom verde preto	gostoso sabor afeto infância doçura

Fonte: Elaboração própria, 2023.

### **Planejamento:**

Neste momento, serão definidas quais produções realizaremos e quais abordagens, além do conceito para a campanha e suas demais definições.

**Proposta de conceito:** trazer o reconhecimento identitário através de uma frase que possa dialogar com o público, além de ser vista como uma forma de afirmar seu orgulho/respeito pela região.

*"Nordeste, meu amor!"*

**Propostas linguísticas:** são frases/ditos populares que fazem parte do cotidiano do nordestino. Elas serão utilizadas como referencial para uma sistematização visual dos materiais.

*Gosto mais que cuscuz*

*Eita mulinga!*

*Oxente!*

*Eita!*

*Arretado, visse!*

*É festa, é?*

### **Materiais visuais:**

Banners para redes sociais (formato 1x1) e (16x9), bottons (acessório), adesivos, papelaria, boné, bandeira/toalha. Plataforma web (website/interface).

### 3.2.2 Prototipagem

Nesta etapa definimos os elementos configuracionais a serem utilizados na campanha gráfica (Figura 1), como: tipografia, paleta de cores, os ícones e suas aplicações. Após essas definições desenvolvemos banner geral da campanha, conjunto de postagens para redes sociais, conjunto de panfletos para veiculação impressa, proposta de Website, aplicações em camiseta, copo, ecobag, caderneta, adesivos e lambe-lambe.

Figura 1: Projeto gráfico desenvolvido para a campanha



Fonte: Elaboração própria, 2023.






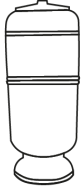
Considerando a pesquisa realizada e as principais pontuações simbólicas trazidas a partir dos quadros apresentados anteriormente, foi estruturado o quadro de símbolos que compõem a identidade visual da campanha. Para essa escolha, inicialmente foram pensados em ilustrar pontos turísticos dos estados pesquisados, porém, no processo de produção, foi possível verificar que existiriam algumas divergências visuais, sobretudo naquilo que tange layout e diagramação.

Neste sentido, passou-se a pensar em símbolos que ilustram a realidade do nordeste brasileiro de maneira afetiva e, até mesmo, abstrata, visto que o projeto também se trata de uma produção artística. Elementos como vaso de barro, máscara de carnaval, cacto e bandeirolas, fazem parte dessa construção




simbólica do nordeste como um todo, trazendo em seus significados a riqueza, o apreço e afeto que o público carrega a partir das características regionais.

Quanto aos ícones:

Quadro 08: símbolos e significados

Símbolo	Significação
 <p>sombrinha de frevo</p>	<p>A sombrinha do frevo é inserida a partir de toda representação simbólica que esse ritmo musical e estilo de dança carrega no imaginário nordestino. Não apenas em Pernambuco, mas em toda a região nordeste ela passa a significar alegria, sendo também sinônimo de festa e celebração.</p>
 <p>luz das estrelas</p>	<p>As luzes das estrelas representam o anoitecer nordestino, que aparece em algumas regiões de maneira única. A região possui um grande percentual de território de mata, sertão e agreste. Locais onde o céu fica mais aberto e as luzes se tornam mais visíveis, iluminando os caminhos para as pessoas e as estradas.</p>
 <p>balão junino</p>	<p>O balão junino vem como um símbolo cultural, representado a partir da temporalidade das festas de junho que encantam os estados da região nordeste e celebram a fartura na agricultura, com a variedade de comidas típicas e apresentações culturais.</p>
 <p>ave regional</p>	<p>A ave carrega em seu imaginário a força em meio aos ventos, a resistência aos locais e principalmente, a visão da altitude. Essas características reforçam também a imagem que o público tem da região nordeste, conhecida por suas riquezas, desenvolvimento e resistência histórica.</p>
 <p>cacto</p>	<p>O cacto é uma figura emblemática e significativa no nordeste brasileiro. Uma planta que surge em meio às regiões secas, com pouca disposição de água e para florescimento. Ainda assim, ele absorve a água do solo e se torna resistente, seja ao tempo seco ou ao solo. Por muito tempo, o percurso histórico do nordestino foi caracterizado por significados assim como cacto carrega, de resistência e florescimento, mesmo em meio às dificuldades.</p>
 <p>filtro de água</p>	<p>O filtro de barro vem como um símbolo afetivo. Construído a partir do imaginário popular, esse objeto passa por várias gerações. Ele significa o reconhecimento que o povo nordestino carrega a partir dos instrumentos históricos.</p>



 <p>máscara de carnaval</p>	<p>A máscara de carnaval representa a alegria do povo nordestino, mas também as "múltiplas" faces que podem desenvolver a partir da realidade de vida e dos cenários encontrados. Para o nordestino, tudo é sinônimo de festa.</p>
 <p>flor do sertão</p>	<p>A delicadeza e a beleza é carregada pela flor do sertão. Se desenvolve em meio aos locais improváveis e se destaca por suas cores e estética.</p>
 <p>bandeirolas</p>	<p>As bandeirolas trazem cor às festas juninas, além de serem elementos básicos de decoração. Seus formatos são variados e fazem parte da cultura popular nordestina.</p>

Fonte: Elaboração própria, 2023.

#### 4. O EXPERIMENTO

Ao pensar no projeto experimental artístico como possibilidade de trabalho de conclusão de curso, considerei meus anseios pessoais acerca da temática, que se desenvolveram a partir de vivências entre os estados do Pernambuco e da Paraíba. Os anseios se conectaram com as experiências profissionais e acadêmicas, que me direcionaram ao campo do design gráfico, onde atuei profissionalmente por alguns anos e hoje também atuo enquanto pesquisador.

A idealização da campanha surge na percepção de que existe uma necessidade de mercado e social para se tratar as questões culturais e identitárias que tangem o regionalismo. Venho acompanhando o surgimento de influenciadores digitais, produtores de conteúdo regionalizados, que impulsionam a cultura das regiões mas que em muitos casos acabam migrando para um cenário nacional e modificam seus nichos de ativação.

Acredito que enquanto sociedade, não podemos depender apenas dessa perspectiva para o consumo de conteúdo regionalizado. Frente a isto, temos grupos artísticos, com profissionais de atuação transdisciplinar, que levam em suas produções as suas origens, enfatizando as riquezas do nordeste, suas múltiplas culturas e variedades linguísticas.

Ainda que em uma sociedade midiaticizada, é preciso concentrar um cenário para que essas expressões artísticas sejam evidenciadas e não percam vida. Neste sentido, surge a idealização do projeto, unindo os aspectos de produção artística com o design digital, em campo tecnológico.

A experimentação desse projeto, de modo particular, foi bastante significativa. Neste percurso, também contatei profissionais e pessoas de várias áreas do conhecimento, convidando para responder o questionário, e diante disso, também surgem questionamentos individuais sobre o que significam determinadas terminologias, sobre conceitos e descrições. Percebo então que a concepção do projeto se inicia antes mesmo da sua produção, mas com o diálogo social no cotidiano, na vida comum.

A partir dessa construção, pude evidenciar que é possível criar esse espaço onde a arte dialoga com o design e produz um reforço artístico e multicultural quanto a região nordeste - e porque não, sobre todas as demais regiões do país.

#### **4.1 A Campanha Gráfica**

Apresentamos na sequência a nossa proposta de campanha gráfica com todas as suas aplicações.

##### **4.1.1 Paleta de cores e códigos**

A paleta de cores em padrão RGB/CMYK e seus respectivos códigos fonte, tem por objetivo nortear as produções, além de direcionar ao uso correto das cores selecionadas na identidade previamente definida.

Figura 2: paleta de cores da campanha



Fonte: Elaboração própria, 2023.

#### 4.1.2 Construção da identidade visual

Com a escolha da paleta de cores, se tornou possível construir uma identidade visual assertiva, que dialoga com o público nordestino a partir dos seus aspectos visuais. Um dos objetivos da campanha é criar uma comunicação afetiva com esse público e as escolhas visuais são um dos pontos norteadores para esse processamento.

Figura 3: Banner geral da campanha em P&B e tons de cinza.



Fonte: Elaboração própria, 2023.

#### 4.1.3 Conjunto tipográfico

Para realização da produção artística, escolhemos o conjunto tipográfico Fragille Regular - com variação regular, onde foi aplicada em formatação maiúscula (caps lock). A escolha se deu, principalmente, pelo estilo visual que a fonte dispõe. Ela vem com um formato mais clássico, e ainda assim, em display decorativo, no qual possibilita uma compreensão visual facilitada, sem deixar a perspectiva artística de lado.

Figura 4: conjunto tipográfico

**A B C D E F G H I J K L  
M N O P Q R S T U W X Y Z**

**a b c d e f g h i j k l  
m n o p q r s t u w x y**

Fonte: Elaboração própria, 2023.

#### 4.1.4 Banner geral de campanha

O Banner geral da campanha foi produzido a partir do programa Illustrator, da Adobe. Ele traz o conceito da produção, além do conjunto de elementos visuais definidos como padrões para utilização. Todos os artefatos foram pensados e planejados considerando as aproximações do público, sobretudo em questões culturais e afetivas (Figura 5).

Figura 5: Aplicação em Banner



Fonte: Elaboração própria, 2023.

#### 4.1.5 Conjunto de ícones

No conjunto de ícones (Figura 6), todos estão estruturados a partir de uma cor sólida, a qual compõe a paleta de cores e traça o desdobramento das demais produções, com suas variações e sobreposições. O conjunto foi

pensado para utilização visual em múltiplos artefatos, como: cartelas de adesivos, jogos infantis e botons. A proposta foi produzida a partir do programa Illustrator, da Adobe.

Figura 6: conjunto de ícones



Fonte: Elaboração própria, 2023.

#### 4.1.6 Conjunto de postagens para redes sociais

O conjunto de postagens vem como mais uma possibilidade de uso para a identidade visual. Ele valoriza o aspecto visual e iconográfico, por isso, sua composição conta com pouco texto, trazendo apenas o conceito da produção. O conjunto (Figura 7) foi produzido a partir do programa Illustrator, da Adobe, considerando o formato base de conteúdos feed (1080pxx1080p ou 1x1).

Figura 7: conjunto de postagens



Fonte: Elaboração própria, 2023.

#### 4.1.7 Conjunto de panfletos para veiculação impressa

O poster - ou lambe-lambe, é uma forma de comunicação popular na sociedade, utilizada com várias finalidades. Nesta produção, eles se apropriam da composição visual e textual para trazer elementos que aproximam a sociedade da cultura regional.

Cada produção traz uma mensagem específica, que une-se entre elementos visuais e textuais para criar um processo de comunicação. Eles foram produzidos a partir do programa Illustrator, da Adobe. O formato trazido pode ser aplicado em A4 ou A3 (figura 8).

Figura 8: conjunto de panfletos





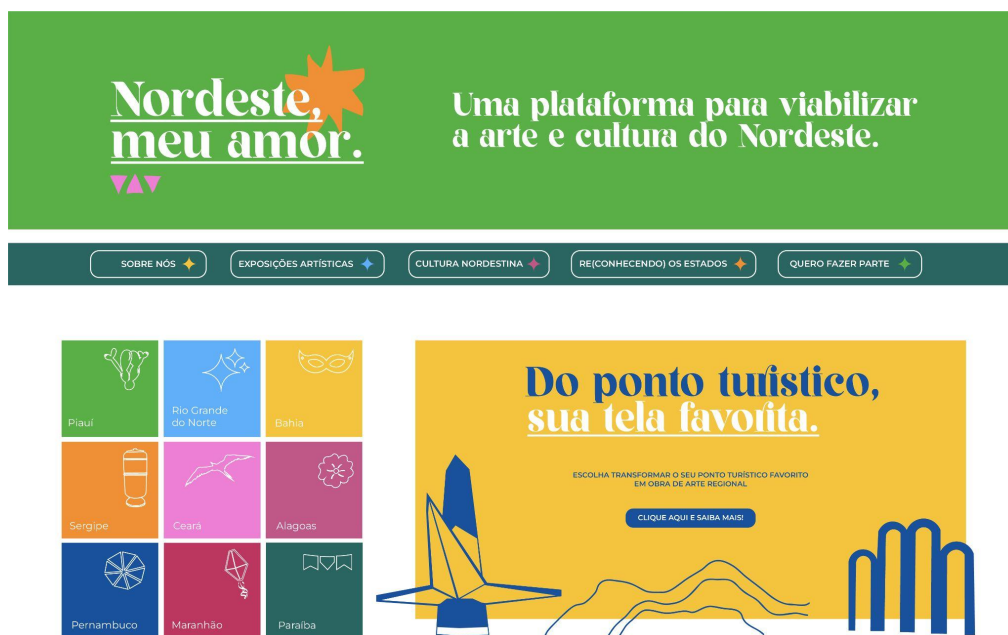
Fonte: Elaboração própria, 2023.

#### 4.1.8 Proposta de Website

O website traz uma proposta de meio de comunicação. Todo o seu visual reforça a identidade da produção, mas a ênfase se dá pela disposição e formulação de espaços virtuais, visto que a produção pode ser vista como estratégica, a fim de ampliar novas possibilidades de produção e divulgação, cumprindo os objetivos comunicacionais.

Neste espaço, novos produtores poderão dispor de suas produções de forma aberta, dialogando sobre a temática regionalista. O protótipo foi produzido a partir do programa Illustrator, da Adobe (figura 9).

Figura 9: conjunto de panfletos



Fonte: Elaboração própria, 2023.

## 4.2 Aplicações visuais

Nesta sessão estão dispostas as aplicações visuais das produções trazidas no tópico anterior, com o objetivo de gerar possibilidades de uso e sentido para as peças gráficas.

### 4.2.1 camisa temática

A camisa vem como uma possibilidade de aplicação da produção, o qual compõe entre elementos visuais e textuais. O objetivo de criar uma camisa está na percepção de vestir uma mensagem e se comunicar com o corpo, visto que todos os indivíduos, culturalmente, vestem aquilo que se identificam e que dialoga com seus valores, crenças e escolhas. A aplicação foi realizada por meio do software gráfico Photoshop, da Adobe. para isso, foi utilizado um modelo pré-definido (mockup), adquirido gratuitamente na plataforma Freepik.

Figura 10: camisa temática





Fonte: Elaboração própria, 2023.

#### 4.2.2 Ecobag temática

A ecobag tem sido um utilitário cada vez mais frequente no cotidiano, sobretudo quando traz uma mensagem específica. É um produto de fácil consumo e que pode se ressignificar a partir da utilidade trazida pelo indivíduo que a consome. Neste sentido, a aplicação se objetiva em compartilhar as produções no cotidiano do homem, no momento mais simples ou mais composto. A aplicação foi realizada por meio do software gráfico Photoshop, da Adobe, utilizando do Mockup adquirido gratuitamente na plataforma Freepik.

Figura 11: ecobag temática



Fonte: Elaboração própria, 2023.

#### 4.2.3 Copos temáticos

Como uma possibilidade de aplicação, o copo trás uma nova forma de aplicar a produção visual, com o misto de elementos e cores, reinventando-se a partir das estampas propostas. A aplicação foi realizada por meio do software gráfico Photoshop, da Adobe, tendo utilizado um mockup, adquirido gratuitamente na plataforma Freepik.

Figura 12: conjunto de panfletos



Fonte: Elaboração própria, 2023.

#### 4.2.4 Caderneta

A caderneta traz uma aplicação visual de elementos da produção e se enquadra no segmento de papelaria. Vem como uma proposta visual para utilização de ícones e textos, caracterizando novas estampas. Para realizar a proposta visual, a aplicação foi realizada por meio do software gráfico Photoshop, da Adobe. para isso, foi utilizado um modelo pré-definido (mockup), adquirido gratuitamente na plataforma Freepik.

Figura 13: conjunto de panfletos

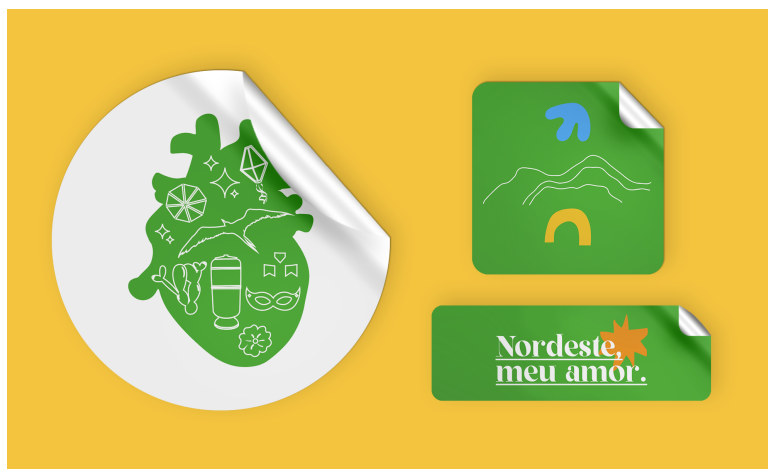


Fonte: Elaboração própria, 2023.

#### 4.2.5 Adesivos

Os adesivos carregam consigo o fator de utilidade ampla, podendo ser aplicado em diversas superfícies de forma a compor os visuais e/ou complementar. Neste sentido, a sua escolha vem no sentido de proliferar a produção, além de considerarem uma produção de baixo custo. Seguindo os demais, a aplicação foi realizada por meio do software gráfico Photoshop, da Adobe. para isso, foi utilizado um modelo pré-definido (mockup), adquirido gratuitamente na plataforma Freepik.

Figura 14: conjunto de panfletos



Fonte: Elaboração própria, 2023.

#### 4.2.6 lambe-lambe

A aplicação do lambe-lambe traz a ideia de múltiplas formas de uso, podendo ser de maneira individual ou composta, ainda que possam dialogar individualmente a partir da mensagem composta. Para essa produção, a aplicação também foi realizada por meio do software gráfico Photoshop, da Adobe. Feito isto, foi utilizado um modelo pré-definido (mockup), adquirido gratuitamente na plataforma Freepik.

Figura 15: conjunto de panfletos





Fonte: Elaboração própria, 2023.

#### 4.2.7 Proposta de Website

A aplicação do website possibilita uma outra visão da prototipagem produzida, entendendo os espaços que virá a ocupar nas dimensões da tela via desktop. Para essa produção, a aplicação também foi realizada por meio do software gráfico Photoshop, da Adobe. Feito isto, foi utilizado um modelo pré-definido (mockup), adquirido gratuitamente na plataforma Freepik.

Figura 16: conjunto de panfletos



Fonte: Elaboração própria, 2023.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O projeto experimental artístico fundamenta-se a partir dos conceitos de espaços digitais e suas interações com a sociedade, dialogando acerca do que são esses espaços, como eles se configuram e como os indivíduos podem se nortear no gerenciamento de diálogos, visto que cada vez mais a sociedade se insere no contexto interativo. Neste sentido, a produção se apropria dos conceitos de espaços digitais, trazidos por Steffen (2008) como espaços que emergem das tecnologias e do avanço da internet.

Quanto às tecnologias, foi traçado um diálogo sobre suas implicações e possibilidades de inserção artística, onde o artista passa a ter um novo espaço para expressão e exposição de suas produções. Os diálogos sociais também estiveram presentes, a partir das comunidades e mídias sociais. A partir daí, passa a conceitualizar-se a arte e o design, as respectivas utilidades e diálogos no campo da arte-design. Braida (2006) ressalta esses diálogos sociais e a apropriação artística, a partir da necessidade de estar em meio ao digital. Assim, as plataformas digitais passam a ser também espaços de experimentação e exposição artística.

Segue para a discussão acerca de culturas, identidades e regionalismo, o qual norteiam a produção artística, que se reafirma a partir do questionamento público, trazido com o questionário de perguntas e respostas aberto ao público da região nordeste. Santaella (2003) que o ambiente é feito pelo homem, e neste sentido, os seus resultados aqui trazidos, expressam o reconhecimento identitário do público frente às questões regionais, seus afetos e sentimentos. Não distante disso, também foi destacado o fator da necessidade de reconhecimento social da região, seja a partir dos órgãos públicos, campanhas publicitárias ou investimentos em melhorias dos espaços culturais, artísticos e patrimoniais.

O projeto experimental artístico passa a compor ideias expressas pelo público, além de considerar pontuações do brainstorming. A produção é idealizada a partir de ferramentas digitais, softwares gráficos e formatos multimídia.

Os resultados são propostos a seguir o referencial identitário do público, reforçando o diálogo com culturas e regionalismo, a partir dos seus símbolos, ícones e artefatos de pertencimento.

Acredita-se que se faz necessária a ampliação desta discussão no campo transdisciplinar de arte-design, além de considerar as produções em artes visuais, design digital e comunicação social. Discussões essas que podem e devem considerar campos teóricos e práticos, buscando um diálogo com o hibridismo e os gêneros da linguagem digital.

## REFERÊNCIAS

- BRAIDA, Frederico. Espaços para as artes na era da cultura digital: considerações sobre emergentes espaços públicos (digitais). **Trabalho apresentado no Encontro de História da Arte, II, Campinas**, 2006.
- BROWN, T. **Design thinking**: uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.
- CHORA, Sofia Raquel da Costa Paulo et al. **Arte e design: a história de uma relação**. 2012. Dissertação de Mestrado.
- CORRÊA, Cynthia Harumy Watanabe. Comunidades virtuais gerando identidades na sociedade em rede. **C-Legenda-Revista do Programa de Pós-graduação em Cinema e Audiovisual**, 2004.
- DE MORAES, Dênis. Notas sobre imaginário social e hegemonia cultural. **Revista Contracampo**, n. 01, 1997.
- FLUSSER, Vilém. **O mundo codificado**. São Paulo: Cosac Naify, 2007.
- JAPIASSU, Hilton. **Introdução ao pensamento epistemológico**. 2 ed. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1977.
- JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.
- LEFEVRE, Ana Maria Cavalcanti; CRESTANA, Maria Fazanelli; CORNETTA, Vitória Kedy. A utilização da metodologia do discurso do sujeito coletivo na avaliação qualitativa dos cursos de especialização "Capacitação e Desenvolvimento de Recursos Humanos em Saúde-CADRHU", São Paulo-2002. **Saúde e Sociedade**, v. 12, p. 68-75, 2003.
- LE BOT, Marc. Arte/design. **ARS (São Paulo)**, v. 6, p. 7-21, 2008.



LÉVY, Pierre. **As Tecnologias da Inteligência**. Lisboa: Instituto Piaget, 1994.

MAIA, Rousiley C. M. **Redes Cívicas e Internet**: do ambiente denso às condições de deliberação pública. IN EISENBERG, José; CEPIK, Marco. *Internet e Política: teoria e prática da democracia eletrônica*. Belo Horizonte, Editora UFMG, 2002, p. 46-72.

MELO, Adriana; ABELHEIRA, Ricardo. **Design Thinking & Thinking Design: Metodologia, ferramentas e uma reflexão sobre o tema**. Novatec Editora, 2015.

MOLES, Abraham. **Arte e Computador**. Porto: Editora Afrontamento, 1990.

RODRIGUES, Marcelo Andrade. **Arte digital**. 2012. Tese de Doutorado. Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa.

SANTAELLA, Lúcia. **Culturas e artes do pós-humano**: da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus, 2003.

SOUZA, Ana Cristina Luiza et al. Cibercultura e poéticas digitais: constructos socioculturais. **Revista Plurais-Virtual (e-ISSN 2238-3751-ISSN 1984-3941)**, v. 8, n. 1, 2018.

STEFFEN, César. Espaços digitais e territorialidade midiática. In: **Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. 2008.

TAVARES, Mônica. Arte e Design Digitais: O Uso da Retórica Procedimental como Fundamento da Discursividade. **ARTECH 2010**, p. 156, 2010.

TRENTIN, Maurício. ARTEDESIGN / CAMPO CONTÍNUO. Convergências, divergências e transcendências entre Arte e Design. **DAT Journal**, v. 7, n. 1, pág. 145-181, 2022.

[https://www.freepik.com/free-psd/stickers-mock-up\\_9548595.htm#page=10&query=MOCKUP&position=39&from\\_view=search&track=robertav1\\_2\\_sidr](https://www.freepik.com/free-psd/stickers-mock-up_9548595.htm#page=10&query=MOCKUP&position=39&from_view=search&track=robertav1_2_sidr)

(Acesso em: 29 de Abril de 2023).

[https://www.freepik.com/free-psd/logo-t-shirt-mock-up\\_1153589.htm#page=12&query=MOCKUP&position=23&from\\_view=search&track=robertav1\\_2\\_sidr](https://www.freepik.com/free-psd/logo-t-shirt-mock-up_1153589.htm#page=12&query=MOCKUP&position=23&from_view=search&track=robertav1_2_sidr)

(Acesso em: 29 de Abril de 2023).

[https://www.freepik.com/free-psd/tote-bag\\_10696777.htm#query=BAG%20MOCKUP&position=14&from\\_view=search&track=robertav1\\_2\\_sidr](https://www.freepik.com/free-psd/tote-bag_10696777.htm#query=BAG%20MOCKUP&position=14&from_view=search&track=robertav1_2_sidr)

(Acesso em: 29 de Abril de 2023).

[https://www.freepik.com/free-psd/fluid-art-poster-mockup-psd-wall-diy-experimental-art\\_18764017.htm#page=2&query=mockup&position=23&from\\_view=search&track=robertav1\\_2\\_sidr](https://www.freepik.com/free-psd/fluid-art-poster-mockup-psd-wall-diy-experimental-art_18764017.htm#page=2&query=mockup&position=23&from_view=search&track=robertav1_2_sidr)

(Acesso em: 29 de Abril de 2023).

[https://www.freepik.com/free-psd/festive-paper-cup-mockup\\_3383868.htm#page=3&query=mockup&position=5&from\\_view=search&track=robertav1\\_2\\_sidr](https://www.freepik.com/free-psd/festive-paper-cup-mockup_3383868.htm#page=3&query=mockup&position=5&from_view=search&track=robertav1_2_sidr)

(Acesso em: 29 de Abril de 2023).

[https://www.freepik.com/free-psd/laptop-mock-up\\_1162367.htm#page=3&query=mockup&position=38&from\\_view=search&track=robertav1\\_2\\_sidr](https://www.freepik.com/free-psd/laptop-mock-up_1162367.htm#page=3&query=mockup&position=38&from_view=search&track=robertav1_2_sidr)

(Acesso em: 29 de Abril de 2023).

[https://www.freepik.com/free-psd/beautiful-notebook-mockup-geometric-style-psd\\_8016802.htm#page=5&query=mockup&position=35&from\\_view=search&track=robertav1\\_2\\_sidr](https://www.freepik.com/free-psd/beautiful-notebook-mockup-geometric-style-psd_8016802.htm#page=5&query=mockup&position=35&from_view=search&track=robertav1_2_sidr)

(Acesso em: 29 de Abril de 2023).

## APÊNDICES

### APÊNDICE A – Questionário utilizado com os participantes

1. Estado de origem / residência:
  - Maranhão
  - Piauí
  - Ceará
  - Rio Grande do Norte
  - Paraíba
  - Pernambuco
  - Alagoas
  - Sergipe
  - Bahia
  
2. Em uma frase, como você descreve o seu estado?
  
3. Cite 3 características que fazem o seu estado ser "único"
  
4. Cite um ponto turístico que pra você resume a história do seu estado
  
5. Você acredita ser importante conhecer a história do seu estado?
  
6. Em uma frase, o que representa a região Nordeste pra você?
  
7. Uma comida típica, um artista, uma dança, uma música e um artesanato da região que todo o Brasil deveria conhecer
  
8. Você acredita que a comunicação pode ampliar a forma com que as outras regiões do Brasil percebem o Nordeste?
  - SIM
  - NÃO

9. Você se reconhece como agente formador(a) da identidade cultural da sua região?

- SIM
- NÃO

10. Você já sofreu algum preconceito ou já vivenciou alguma situação negativa relacionada diretamente com a região Nordeste?

- SIM
- NÃO