

F E E D - B A C K

I T I S B L A C K

O R W H I T E

BLACK OR WHITE, BLUE

Victor Almeida 2

DESIGN EDITORIAL E NOVOS MEDIA.

UM GLOSSÁRIO PRELIMINAR.

António Silveira Gomes 6

PROJECTO/DISSERTAÇÃO

Emílio Távora Vilar 10

TEORIA DOS MEDIA

José Gomes Pinto 12

ESTUDO E CRÍTICA DOS NOVOS MEDIA

Maria Teresa Cruz 16

“O DESIGNER COMO _____”

Mário Moura 20

DESIGN DE INFORMAÇÃO INTERACTIVO:

CONTRIBUTOS PARA A DEFINIÇÃO DE

UMA ÁREA PROJECTUAL

Pedro Almeida + Miguel Cardoso 24

PÁGINA: LÓGICAS DE NEGOCIAÇÃO

ENTRE CULTURA IMPRESSA

E CULTURA DIGITAL

Sofia Gonçalves + Victor Almeida 28

PROJECTO PÁGINA

Ana Malheiro, Andreia dos Reis,

Célia Castelo, Diogo Ramalho, Jaime Ferraz,

João Gomes, Madalena Guerra, Mafalda

Sequeira, Mariana Araújo, Micael Figueiredo,

Miguel Monteiro, Rafaela Coelho, Renato

Amaral, Ricardo Bonacho, Rute Selésio de

Morais, Sónia Reis, Tiago Machado 33



BLACK OR WHITE, BLUE

VICTOR ALMEIDA

A transmutação é o fundamento geral e universal do mundo. Alcança as coisas, os animais e o homem com o seu corpo e a sua linguagem. Trabalhar na transmutação, na transformação, na metamorfose, é obra própria nossa [...] o poema é o corpo da transmutação, a árvore do ouro, vida transformada: a obra.

Herberto Helder (1978), *O Corpo O Luxo A Obra*,
& etc, Lisboa, p. 21.

BLACK OR WHITE, BLUE

VICTOR ALMEIDA

coordenador Mestrado de Design de Comunicação e Novos Media

A UNIDADE.

O território definido pelo mestrado de *design de comunicação e novos media* (MDC&NM) dispõe-se à transmutação do design de comunicação, ou seja, à sua problematização e à sua reconfiguração face à ubiquidade dos novos media (media digitais). Uma problematização que recolhe da História do Design a aspiração de consolidação da identidade; da História da Cultura a emergência da crítica e o confronto do individual/colectivo nas sucessivas configurações do Poder; e da História da Tecnologia uma convicção evolucionista que possibilita ao design de comunicação aproximar-se de assuntos essenciais à cultura contemporânea.

Por esta via, ao mestrando e ao designer caberá escolher, entre esferas cada vez mais diversificadas, o seu lugar numa reconfiguração que reflecte a deriva do curso de design de comunicação que, de uma orientação para a prática encetada no primeiro ciclo de estudos transita, no segundo ciclo, para o reconhecimento da importância da vertente teórica determinada, quer pelas palavras-chave principais da cultura digital, quer pelo reconhecimento das alterações introduzidas no processo discursivo projectual. Em resultado dessa acção, as metodologias, o projecto e o ensaio crítico, até recentemente caracterizados por um registo auto-indulgente, são reconstruídas de modo a que essa aproximação se constitua como um novo paradigma conceptual e projectual.

Ao unificarmos o design de comunicação e os novos media como uma área disciplinar distinta, e ao dispormo-nos a coligar instrumentos e saberes, sobressaem aspectos primordiais que interessam debater e investigar, nomeadamente, a consolidação da interdisciplinaridade como remota ambição de muitas áreas científicas no interior da academia e, sobretudo, a confirmação dos estudos em design como actividade de investigação relevante. Deste modo, a unidade científica do MDC&NM é determinada pelo espaço (e tempo) que ocupa a página e o ecrã — os “corpo(s) da transmutação”, de que fala Helder na epígrafe — nos territórios do papel e do pixel, num sistema instável onde as coordenadas do lugar alteram as suas posições de acordo com as questões e as percepções emergentes.

O CORPO.

Da transformação do design de comunicação à metamorfose do designer, ou seja, a sua transmutação, os novos media, por via da introdução de sucessivas ansiedades (Kristeva) que navegam entre a remediação, a interdisciplinaridade e a transmediação (Bolter e Crusin, Rajewsky, Wolf), caracterizam-se por este fenómeno marcado por um sistema complexo de relações. Nesta asserção, a remediação e a transmediação do design de comunicação são pautadas pela capacidade da disciplina em se regenerar e miscigenar face ao contacto com outros media, *i.e.*, o corpo que se redefine por via da representação num outro *medium*.

A IDEIA.

O MDC&NM ao emergir de um contexto influenciado pelas Belas Artes, com as suas epifanias vincadas, alimenta a convicção de que ao design de comunicação caberá um papel mais relevante do que aquele que lhe está reservado, *a priori*. Este posicionamento confirma a vocação desta área disciplinar para pensar a natureza dos seus artefactos, as repercussões da sua utilização, a análise crítica da sua transmutação, a propensão interdisciplinar, a diáspora ensaística e a reconfiguração das metodologias de investigação e de projecto.

Este alinhamento programático determina que o mestrado em questão se construa no cruzamento do design de comunicação com o universo das disciplinas humanísticas, com a Literatura como referência primordial, bem como, com o amplo arco constituído pela arte & tecnologia, ou seja, da página e do ecrã como unidades basilares de experimentação, ou da página na diáspora até ao ecrã (com regresso), ou até, do ecrã e da página como *feedback*, procurando-se dar forma a propostas laboratorialmente ensaiadas dos limites de uma publicação.

A CONSOLAÇÃO.

O *OpenDay* constitui-se, simultaneamente, como lugar de aferição do perfil enunciado e momento de deleite e fruição dos percursos de investigação encetados pelos discentes nas unidades curriculares de Projecto e de Laboratório dos Media (ler texto específico). Esse espaço de comunicação, complementado por esta publicação, reproduz um conjunto de propostas cujo leque de pesquisa se situa entre os limites geográficos da página até as noções de paratexto associadas ao meta-livro, passando pela auto-referencialidade da página, pelas utopias do livro, pela reconfiguração da autoria, pela remediação do analógico e do digital e, sobretudo, do livro como discurso.

George Orwell; *Mil Novecentos e Oitenta e Quatro* e *O Triunfo dos Porcos* da sua loja online ao descobrir que a editora em questão não tinha direitos de publicação desses conteúdos. Os mesmos títulos, ironicamente foram removidos dos e-books pessoais, perdendo-se os sublinhados e as anotações guardadas. Mesmo tendo sido reembolsados todos os utilizadores, esta polémica alimenta a pilha de cepticismo ideológico em torno do poder e da liberdade no livro digital.

Smerge (VW) uma pequena fusão de texto. Devido a questões de autoria este termo reiterado nas contendas virtuais do Wikipedia. Ver *Watch dog websites*.

Temporary Autonomous Zones¹¹ lugares imediatos de troca de informação que existem no info-espço. Pode ser *online* ou *off-line*, não depende nem de computadores nem de pessoas. Só do espaço e de tempo.

Um ver Zero.

Verbete o ponto de partida e de chegada dos Enciclopedistas e Dicionaristas. A Onomasiologia e Semasiologia são os métodos de originar e determinar o termo. Os *Developers* (vw) do *Wikipedia* criaram um dispositivo semelhante chamado *Veropedia* que congela um artigo uma vez verificado impossibilitando qualquer alteração.

Watchdog websites sites contraculturais que se alimentam das crises e escândalos “Wikipedianos”, alguns utilizam a plataforma de gestão de

conteúdos *open-source* do *wiki* assumindo-se como pertencentes à “Piscina de dados”. Exemplos: *Encyclopaedia Dramática*, *Wikitruth*, *Wikipedia Review*, *Wikipedia Watch*. Ver *Remote Content Removal*.

Zero o símbolo do nada juntamente com a invenção do papel como dinheiro virtual, e a representação do ponto de fuga são três factores importantes na nossa relação com a realidade. Associado ao Um este abre inúmeras possibilidades artificiais¹² e recursivas. Ver *Knuth*.

O nome deste glossário surge de um título de um poema de Alberto Pimenta que se apresenta como um guião para um discurso invisível em que só se vê a pontuação e as notas de roda-pé.¹³ Ariscando uma interpretação, o poeta pretende que quem declama, faça uma leitura mental das notas, sendo o discurso oral uma interpretação subjectiva e simultânea dos apontamentos em rodapé.

Este *Glossário Preliminar* pretende ser menos performativo mas ao se apresentar anotado o mesmo pede uma leitura subjectiva e simultânea. O glossário não pretende cobrir todos os assuntos tratados na cadeira, mas sim propor uma leitura de alguns dos termos apresentados que não estando no programa inicial da cadeira surgiram do diálogo com os alunos como exemplos e/ou casos de estudo.

Um dos principais objectivos tratados na cadeira de Design Editorial e Novos Media, o Projecto Enciclopédico do Wikipedia – como um modelo de análise catalisador do universo editorial num tempo em que todos somos editores – pretendeu explorar novas formas de encarar a enciclopédia e o dicionário como plataformas de criação para micro-projectos experimentais que se operacionalizem na economia da publicação física ou digital.

Ao mesmo tempo pretendeu-se estabelecer um diálogo aberto entre os mestrands e três editores convidados distintos: Mattia Denisse, Pedro Vieira de Moura e Jorge Silva. Estes responderam ao programa da cadeira em função das vicissitudes da sua actividade como editores ou designers editoriais. Alguns dos termos incluídos aqui surgem indirectamente dessas sessões.

(1) Rifkin, Jeremy. *The Age of Access, the new culture of hypercapitalism where all of life is a paid-for experience*. 2001. New York. Ed. Tarcher/Putnam. Cf. P.12-13. “Theirs is a world that is more theatrical than ideological and oriented more to a play ethos than to a work ethos... The gap between the possessed and dispossessed is wide but the gap between the connected and disconnected is even wider”

(2) *The Last Whole Earth Catalogue* 8ª Edição. “Start extravagant, and you’ll never finish. Get the cheap tool first, see if it feeds your life. If it does, then get a better one”

(3) John Perry Barlow, o fundador do *Electronic Frontier Foundation*. 1996

(4) O’Neil, Mathieu. *Cyberchiefs*. 2009. Ed. Pluto books, New York. “This epistemic authority of the multitude means that each page on wikipedia is potentially a battleground on which individuals put forward their versions of the truth. Further the open nature of the wiki software anyone can edit the page, and the change will be instantly apparent means that vandalism and self promotion are constant challenges”

(5) VVAA. *Future Dictionary of America*. Ed. Mcsweeneys, 2004.

(6) Ascott, Roy. *100 termos e definições para a era pós-biológica*. In *Flirt* n° 15. 1999

(7) \$2.56 é um número hexadecimal, 256 pennies igual a 1 dollar.

(8) Rifkin, Jeremy. *The Age of Access, the new culture of hypercapitalism where all of life is a paid-for experience*. 2001. New York.

(9) Reinfurt, David. “One possible scenario for a collective future”. In: *Dot Dot Dot*, issue 5. Ed. Stuart Bailey and Peter Bilak, Princeton Architectural Press, 2003.

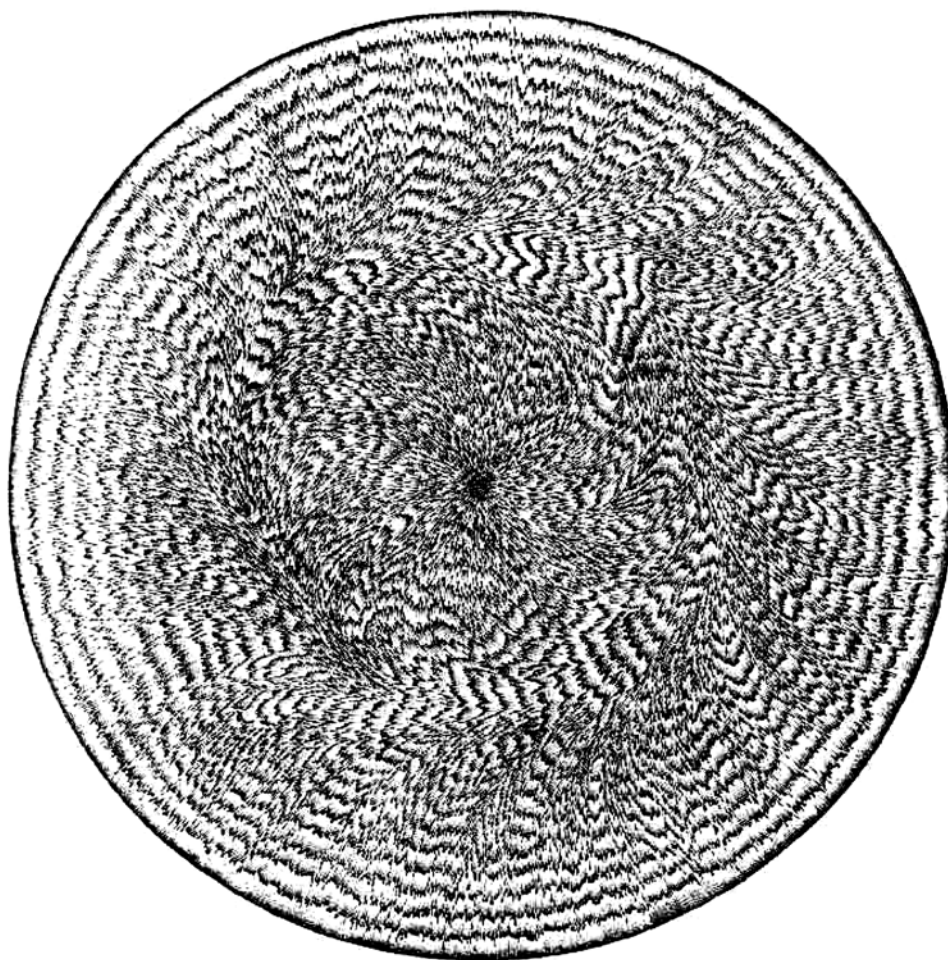
(10) *Wired* n° 1997...

(11) Bey, Hakim. *Zona Autónoma Temporária*. 2000. Ed. Port. Frenesi

(12) Betsky, Aaron. “The Age of The Recursive” in *010101 Art in Technological Times*, 2001. Cat. SEMOMA.

(13) Pimenta, Alberto. *Os Entes e Contraentes*. Discurso Preliminar. 1970. Pp. 7-14.

{fig.} resultado *Google Images* para a palavra “Feedback”



Projecto/Dissertação é uma disciplina vocacionada para o apoio directo à Dissertação ou Projecto de Investigação e que, em certa medida, complementa a disciplina de Técnicas e Metodologias da Investigação, do 2º semestre.

Centrada nas metodologias de investigação e enquadrada num período do trajecto curricular em que cada aluno escolhe o seu próprio percurso, a disciplina tem por objectivo principal o desenvolvimento individual da Proposta de Dissertação ou Projecto, para tal dotando o mestrando dos meios teóricos e técnicos necessários à prossecução imediata do trabalho de investigação.

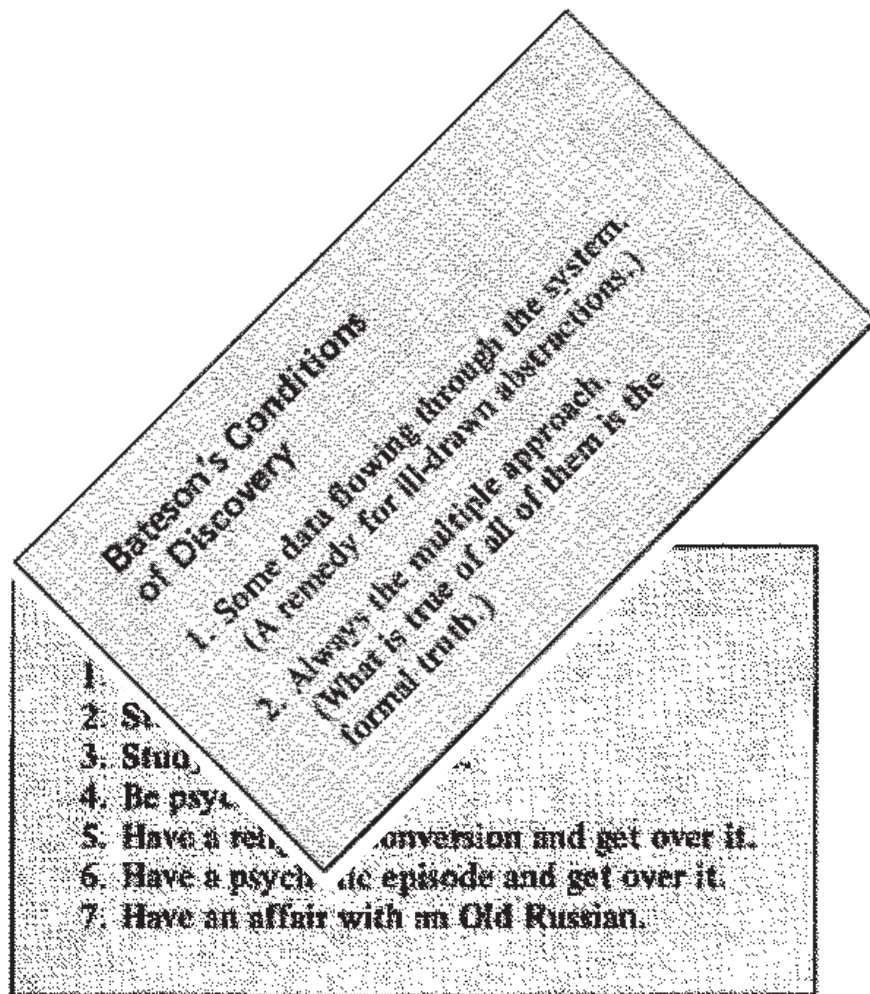
Em termos específicos são descritos e explicados os métodos de investigação comuns (dos experimentais aos históricos, passando pelos causais, correlacionais e compreensivos) e discutidas as questões relacionadas com o que deve constituir a abordagem processual ao trabalho de pesquisa: a definição dos quadros conceptual e operativo, o trabalho de campo, a análise e discussão dos dados, as conclusões e recomendações.

Num segundo momento, dedicado essencialmente à sistematização do trabalho, são apresentados diversos modelos estruturais passíveis de adopção tanto na Proposta a apresentar como na futura Pesquisa e desenvolvidos os potenciais parâmetros a considerar: tema e objectivos de investigação, importância e justificação da escolha,

construção da pesquisa, metodologia, bibliografia, cronograma, etc.

No que diz respeito à metodologia pedagógica promove-se a interactividade, sendo preocupação dominante a contínua participação dos alunos, quer de forma individual quer no trabalho em equipa, na procura e construção do conhecimento. Os métodos pedagógicos farão apelo a: exposição oral do docente e convidados eventuais; visionamento de material audiovisual, pesquisa e análise de informação real; apresentação e discussão crítica de Dissertações e Projectos já concluídos e das propostas em curso.

{fig} Mandala de Robert Horvitz, o mesmo autor que escreve e ilustra "Some Mice" na página 100 da publicação *The CoEvolution Quarterly* editada por Steward Brand no Verão de 1976.



Os estudos de comunicação têm vindo a sedimentar-se desde os princípios do século XX, tendo atingido nos últimos vinte anos um ponto de maturação na delimitação do seu objecto de estudo, mas também um ponto de encruzilhada: os dispositivos físicos da comunicação têm colonizado toda a vida social, não havendo hoje um estrato da experiência humana que não esteja dependente dos seus processos: da literatura à economia, da ciência à arte. Desde as teorias da transmissão, passando pelos estudos semióticos, da psicologia à sociologia, das teorias da informação à economia, as confluências interdisciplinares têm sido grandes e profícuas na hora de determinar o fenómeno *comunicação*. Essa confluência de saberes parece ter trazido motivos para uma reflexão de carácter mais filosófico sobre a *natureza* da comunicação, a sua essência, sobre a formação da *apercepção*, como primeiro motor do processo comunicativo. Contudo, uma breve passagem pela história do pensamento ocidental, mesmo em autores até agora muito referenciados nos estudos sobre a *natureza da comunicação*, como Descartes, Spinoza, Leibniz ou Kant, mostram como essa interrogação é ainda derivada. O problema não é unicamente o de saber qual é a essência da comunicação, quais os elementos originários que esta contém, mas sim o facto de que a comunicação é, de que aconte-

ce a todo o momento: de que é uma evidência.

O problema desloca-se assim desde a interrogação essencialista para uma pergunta fenomenológica: a da análise do processo comunicativo no seu próprio acontecer. A reformulação do problema tem assim de ter esta estrutura: mesmo que pudéssemos conhecer os princípios intrínsecos e extrínsecos da comunicação, ainda assim não se poderia afirmar que era possível conhecer a *comunicação*, já que esses princípios se nos teriam de ter *comunicado* de alguma maneira. A interrogação, tem de ser deslocada desde os problemas dos princípios, para ao problema da *causa*. Ora é justamente recorrendo ao essencialismo de Aristóteles, para quem causa se diz «num primeiro sentido, a matéria imanente da qual algo se gera», que fica claro que a causa da comunicação só pode ser pensada como idêntica à sua materialidade, ou seja, aos *meios* de comunicação, à sua ordem material e, conseqüentemente, ao modo e à estrutura que esta pode assumir a partir dos *meios* que a produzem, mas também das diferenças destes meios entre si: a oralidade, a escrita, a fotografia, o gramofone, rádio, televisão, etc.

Por isso, este curso tem como fio condutor as seguintes perguntas: como se pode reflectir sobre a importância dos *media* para a formação de uma *imagem* do homem e do mundo, quando são

estes que, ao mesmo tempo, *prescrevem* a estrutura dessa ‘representação’? Como se pode perceber a importância dos *media* como instrumentos de ‘representação’ da nossa relação com o mundo, dispondo-nos para as coisas do mundo e para os assuntos humanos, quando sabemos que são estes que *o apresentam*, deixando o *mundo* das coisas e dos homens à nossa disposição e sob a sua imposição? Como é que um conceito de *medium* se pode ter desenvolvido a partir da nossa experiência do mundo, se são eles que a constituem estruturalmente? A formulação mais recente deste problema encontramos-la em Friedrich Kittler quando afirma que os *media determinam a nossa situação*. Situação, nesta formulação, traduz as coordenadas espaciais e temporais de que o homem pode dispor para ter acesso à experiência do mundo e à sua formalização conceptual. A disciplina de Teoria dos Media procura assim compreender, analisar e delimitar conceptualmente a noção de *medium*, mediação, técnica, relação, visando um reconhecimento dos principais paradigmas que no pensamento contemporâneo se foram estabelecendo sobre estes conceitos, sobre a sua materialidade, mas também sobre as consequências sociais e artísticas que estes foram introduzindo. O que esta disciplina se propõe fazer é uma aproximação tanto histórica quanto conceptual dos *media* envolvi-

dos no processo de comunicação humana, centrando especial atenção ao surgimento dos meios de comunicação de massas na segunda metade do século XIX, e mostrar como estes são a causa da ocorrência do fenómeno comunicativo, evidenciando como a sua configuração lhes pertence. Dirigir a atenção aos meios como *causas* da comunicação, permite pôr a claro o motivo pelo qual os *media* permaneceram sempre como o que de contingente havia na comunicação.

Esta sempre tácita materialidade dos meios de comunicação, que marca disposição do ser humano para a experiência do mundo, obtém a seguinte formulação: «Precisamente porque o olho não vê o ar nem a água em que está envolvido, os *media*, isto é, a matéria invisível, permitem uma visão manifesta do ser ou, em palavras de Aristóteles, eles revelam o real activo (*entelequia*) de um ser manifesto (*ousia*)». Assim, o que é causa da comunicação é efeito no fenómeno da percepção, da disposição à experiência do real que esta proporciona. E é desta forma que esta disciplina procura mostrar que a possibilidade de um *design da comunicação* deve estar antecedido pela compreensão do papel dos *media* na configuração da comunicação, porque a cada *media* corresponde uma configuração possível. Foi justamente Gotthold Ephraim Lessing quem primeiro compreendeu o problema e quem

apresentava a *natureza do meio* para fazer dela o princípio para distinguir pintura de poesia. Nesta disciplina, pretendemos ir mais longe, já que a disposição dos *media* é também maior.

{fig} imagens retiradas de “For God’s Sake, Margaret” conversa entre Gregory Bateson, Margaret Mead e Steward Brand, publicada em *The CoEvolution Quarterly* editada por Steward Brand no Verão de 1976, p.32.



ESTUDO E CRÍTICA DOS NOVOS MEDIA

MARIA TERESA CRUZ

docente Estudo e Crítica dos Novos Media



A cultura e arte contemporâneas reflectem hoje, muito significativamente, o impacto dos novos media e tecnologias da informação. Apesar das tensões entre arte e técnica, ou ainda entre cultura artística e cultura dos media, que marcaram a experiência moderna, a cultura e a arte contemporâneas parecem afirmar crescentemente uma matriz tecnológica, na qual se desenham novos contextos criativos e experimentais e, ainda, novos modos de produção e de recepção culturais. É sintomático que os novos media e as novas tecnologias da informação se descrevam a si mesmos como meios e «ferramentas» particularmente vocacionados para uma acção criativa, que acolhe e potencia a imaginação, sugerindo que a ideia de uma arte alargada a toda a actividade humana estaria finalmente em concretização e faria intrinsecamente parte do programa destes novos media. Um tal retrato contrasta fortemente com o da cultura dos media oriunda do final do século XIX e do princípio do século XX (fotografia, gramofone, cinema, televisão) cujos contornos ficaram traçados em categorias como “reprodução”, “mass media” e “espectáculo”, em tensão com os valores artísticos do «novo», da «criação» e da «experiência estética».

Nem tudo nesta narrativa é contido «black and white». Por um lado, e apesar da tensão moderna entre arte e

técnica, a cultura e a arte do século XX foram profundamente transformadas pelos media e tecnologias do som e da imagem, por práticas como a fotografia e o cinema e, ainda, por várias linguagens tecnológicas da música e do audiovisual. Paralelamente, e desde muito cedo, alguns dos mais importantes pensadores da cultura moderna, como por exemplo Paul Valéry ou Walter Benjamin, viram nesta interpenetração da arte pela técnica uma alavanca de emancipação da cultura, mesmo sob as condições da massificação. Por outro lado, e relativamente ao contexto dos novos media, o entusiasmo em torno da vocação criativa das novas tecnologias da comunicação e da informação não deixa de ser questionado por muitos, como sendo apenas uma etapa mais sofisticada da mobilização técnica. O que nos apresentam como ferramentas inteligentes e como meios de uma nova e radical plasticidade da cultura e da vida são o resultante de processos de codificação e de calculabilidade altamente potentes, que asseguram uma dominação sem precedentes do real e da experiência humana.

A desconfiança da cultura moderna relativamente à técnica, ou ainda a crítica da «indústria da cultura», não impediram portanto que a tecnologia da cultura e da arte avançasse e encontrasse até interpretações e acolhimentos auspiciosos. Do mesmo

modo, o entusiasmo cultural em torno dos novos media e das novas «indústrias criativas» não deixa de disseminar em seu redor elementos de aviso e de profunda desconfiança, relativamente aos destinos da cultura e do humano. Significa isto, que a tarefa da compreensão da cultura permanece intrinsecamente obrigada a uma crítica da medialidade, cuja importância se tornou notória com a centralidade dos fenómenos da comunicação e dos media na modernidade. Os meios através dos quais organizamos e transmitimos a nossa experiência do mundo, desde logo a nossa experiência perceptiva, compõem uma dimensão essencial da cultura e das possibilidades que nela se abrem, a cada momento, às sociedades humanas. Assim, do mesmo modo que na passagem do século XIX para o século XX foi necessário relacionar as novas realidades culturais e técnicas para compreender as formas de produção cultural que com elas emergiam, também hoje somos desafiados a descrever e interpretar as intersecções entre cultura e técnica, o que haverá de novo nos «novos meios» e as transformações da experiência humana que através deles se organizam, nomeadamente no plano da cultura e da arte. Algum do vocabulário da nova crítica dos media que é necessário empreender já emergiu, nomeadamente através do próprio discurso tecnológico e da ideologia dominante. Esses dis-

ursos e esses termos não devem ser desprezados, por mais banalizados ou colonizados que nos pareçam já. Pelo contrário, é desses contextos que devemos partir, pois cabe precisamente a uma teoria crítica apreender e situar esses discursos dominantes. Alguns dos seus termos são simultaneamente explicativos e obscurecedores; de raízes tecnológicas específicas, mas também susceptíveis de apropriações filosóficas e culturais amplas; com determinações materiais precisas e, simultaneamente, vocacionados para produzir grandes matrizes ideológicas. É o que sucede com conceitos tão ambivalentes como “virtual”, “interactividade”, “interface”, “rede”, etc... Construir uma crítica a partir destes conceitos implica valorizar esta mesma ambivalência ou amplitude tecnológica e cultural e compreender, precisamente, a ideologia que neles se abriga. Este exercício crítico pode ser levado a cabo pela teoria, mas está também a ser feito através de outras práticas culturais, experimentais, desconstrutivas e criativas, que vão iluminando as transformações em curso na cultura tecnológica do presente. A reflexão que importa levar por diante deve abrir-se a esta diversidade de planos do pensamento crítico, da teoria à arte, da experiência tecnológica à prática criativa. A área do design, desde sempre situada nas encruzilhadas da cultura e da téc-

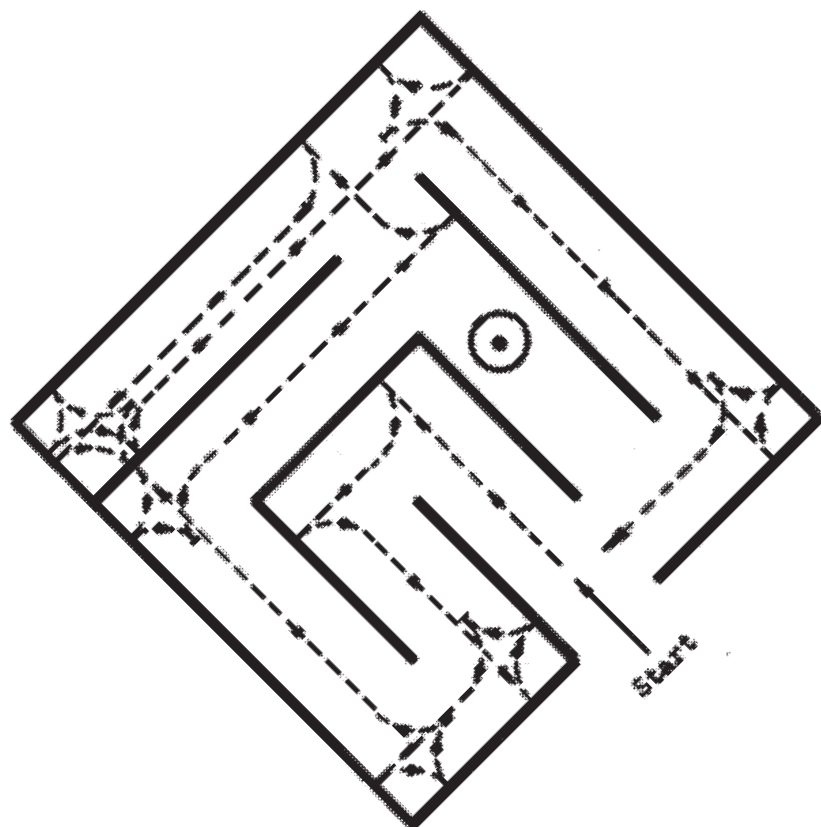
nica e também da teoria e da prática, é uma área privilegiada para o exercício de uma crítica da medialidade. Na verdade, o design é hoje, ele mesmo, uma espécie de *medium* universal, de condição para que qualquer objecto ou experiência acedam ao plano da visibilidade e da efectividade culturais. As razões da sua importância crescente e da sua enorme transversalidade, não apenas no domínio da comunicação, mas em todos os domínios onde se constituem arquitecturas de informação e se inventam novos modos de interagir com essa informação, constituem, por si mesmas, questões centrais do estudo e crítica dos novos meios.

{figs.} Fotografias oficiais da Conferência de Macy de 1952 e 1953, onde se discutiram conceitos como cibernética e teoria dos sistemas por nomes como: Claude Shannon (engenheiro e matemático conhecido como o fundador da teoria da informação), William Ross Ashby (psiquiatra e pioneiro da cibernética), Gregory Bateson (antropólogo, antropólogo visual, linguista, semiólogo e especialista em cibernética), Julian Bigelow (pioneiro em engenharia da computação), Heinz von Foerster (biofísico, cientista que combinava física e filosofia e “arquitecto” da cibernética), Lawrence K. Frank (ciências sociais), Ralph W. Gerard (neurofisiologia e ciências do comportamento; conhecido pela sua investigação sobre o sistema nervoso, metabolismo do nervo e das bases biológicas da esquizofrenia), Molly Harrower (pioneiro em psicologia clínica), Lawrence Kubie (psiquiatra), Paul Lazarsfeld (sociólogo e fundador da secção de Investigação em Ciências Sociais Aplicadas da universidade de Columbia), Kurt Lewin (psicólogo, recordado como o fundador da psicologia social), Warren McCulloch (psiquiatra, neurofisiologista e especialista em cibernética), Margaret Mead (antropóloga cultural), John von Neumann (um dos mais reconhecidos matemáticos do séc. XX), Walter Pitts (psicologia cognitiva, neurociência e co-autor da primeira tese sobre redes neurais), Arturo Rosenblueth (físico, fisiólogo e pioneiro da cibernética), Leonard J. Savage (matemático e especialista em estatística), Norbert Wiener (matemático e fundador da cibernética).

"O DESIGNER COMO _____"

MÁRIO MOURA

docente Produção em Novos Media



Dentro do design gráfico, a autoria é um assunto que tem sido debatido com particular vigor desde meados da década de noventa. Através de um conjunto de textos, exposições, conferências e livros foi-se discutindo a possibilidade do designer poder ser um autor – uma ideia polémica porque, se em áreas como as artes plásticas, a música, a literatura ou mesmo a ciência não há grandes dúvidas quanto à existência de autores, a própria identidade do designer parece ter sido construída à volta da sua negação. Se a autoria é, de algum modo, a identidade no seu sentido mais notório – a ideia do Eu como uma forma de propriedade –, no design, a autoria é quotidianamente rejeitada, mesmo por aqueles que, dentro da área, são apelidados de autores. No grande debate da segunda metade da década de noventa, por exemplo, muitas das diferentes opiniões envolvidas não propunham sequer uma autoria no design, antes pelo contrário: negavam-na categoricamente. Discordavam apenas e ferozmente quanto ao modo de argumentar essa rejeição. Se o “Designer como Autor” não era aceitável, propunha-se o “Designer como Tradutor”, “Mediador”, “Advogado”, etc. No fundo, tratava-se de discutir qual seria a melhor metáfora para a identidade do designer, uma estratégia enviesada que não definia o que ele é, mas aquilo com o qual pode ser comparado. Ou seja, este é o debate de uma

identidade que se crê estável e sólida, mas que, tal como a soja, ganha o seu sabor mediante o tempero. Desta maneira, assume-se implicitamente que parte desta identidade é superficial e exterior ao design, que surge por contacto com outros contextos, reforçando assim alguns dos chavões recorrentes do design – que é um serviço, sem iniciativa própria, exercido em proveito de um cliente; que é uma actividade interdisciplinar, apenas porque estes clientes vêm de áreas que não o design. Porém, esta identidade não é verdadeiramente exterior. Ou seja, mesmo para além de uma discussão sobre a autoria no design, existem nesta área e no seu discurso mecanismos que permitem representar identidades, não apenas as do design e do designer, mas também as do seu cliente, por exemplo, enquanto figura exterior.

O design é habitualmente descrito como um serviço exercido em proveito de outrem, a quem se chama Cliente, embora a designação não seja nem justa, nem exacta. Na vida real, o Cliente só muito raramente é um cliente, mas um intermediário, outro designer, um editor, um account, um patrão, e mesmo quando é realmente um cliente, representa também ele outros interesses como os do Público, da Cultura, da Indústria, da Economia e por aí adiante. Poder-se-ia dizer que não há realmente cliente, que o cliente é apenas uma figura de palha, uma marca que permite

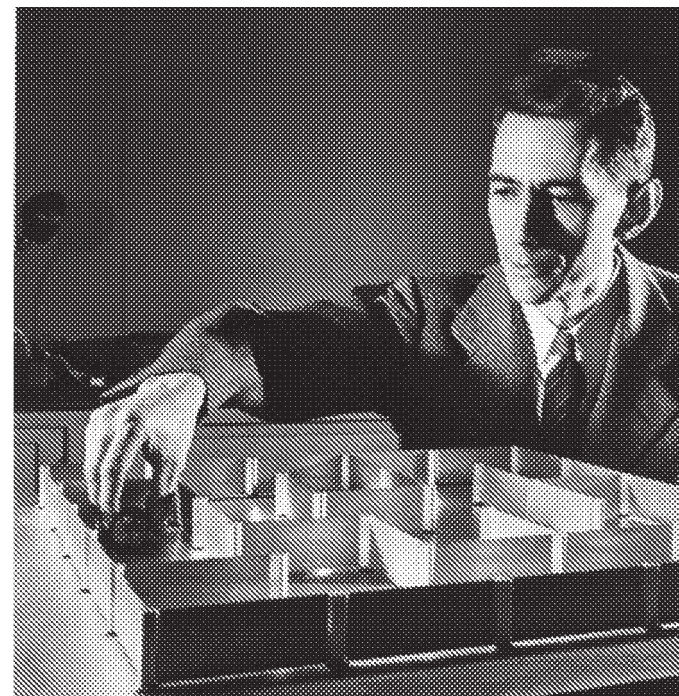
falar de maneira confortável de todos estes interesses, que personifica, de algum modo, as fronteiras do design – no fundo, um exterior com o qual se pode dialogar.

É curioso que em algumas tradições o trabalho mais característico do design gráfico seja a criação da identidade do seu cliente, através de logótipos, ou da elaboração de uma imagem gráfica, como se esta não existisse antes do contacto com o designer. Ou seja, o designer exerce a sua actividade em função de alguém cuja identidade é, idealmente, definida pelo designer. De certo modo, o designer acaba por ser o autor do cliente – uma autoria partilhada na medida em que uma empresa ou uma pessoa tem a sua identidade produzida por relação com os mais variados interesses (neste último caso, a família, a sociedade, a religião, o Estado, etc.)

Do mesmo modo, a identidade do designer é produzida pelos mais variados interesses ou instituições, entre os quais as escolas onde é ensinado, os locais onde é exercido, as ferramentas com que é feito, a legislação que o enquadra ou as publicações através das quais é divulgado. Usando um conceito proposto por Foucault, podemos dizer que a sua identidade não é una, mas se encontra dispersa por todos estes locais. Se a ideia de um designer como autor é polémica, não é porque não existam mecanismos de atribuição de uma autoria dentro do design, afinal as revistas e os

livros de história estão cheios de grandes nomes. Mesmo estilos que enfatizam o sistema acima do indivíduo acabam por ser recordados pelos seus Dieter Rams, pelos seus Müller-Brockmanns.

A ideia de um designer como autor é polémica porque propõe uma redistribuição dos objectos e instituições por onde a identidade do design se dispersa. Enquanto o designer visto como um serviço fazia sentido em contextos de produção onde a autoria era difusa, como o mundo empresarial ou industrial, mais recentemente começaram a aparecer nichos de mercado onde se procuram designers com uma identidade mediática, tal como a cultura, por exemplo. Por outro lado, o proliferar da investigação em design, sustentada através de pós-graduações, mestrados e doutoramentos, aumentou a necessidade da autoria no design, simplesmente como uma categoria através da qual se pode agrupar confortavelmente um conjunto de trabalhos ou eventos. No entanto, mesmo esta redistribuição não é completa, e assenta, como já vimos, na ideia do design como uma identidade estável que ganha nuances por analogia – o designer não é um autor, mas é como um. Ou seja, não põe totalmente em causa a identidade tradicional do design, mas sugere-lhe acrescentos. Um deles é precisamente o modo específico de produzir identidades de maneira confortável através da fórmula “o designer como _____”.



{fig.}

Claude Shannon, conhecido como o pai da teoria da informação, apresenta “Theseus” um rato electromecânico durante as Conferências de Macy de 1951.

{fig. pág. 20}

planta do labirinto que o autómato percorria até encontrar a saída.

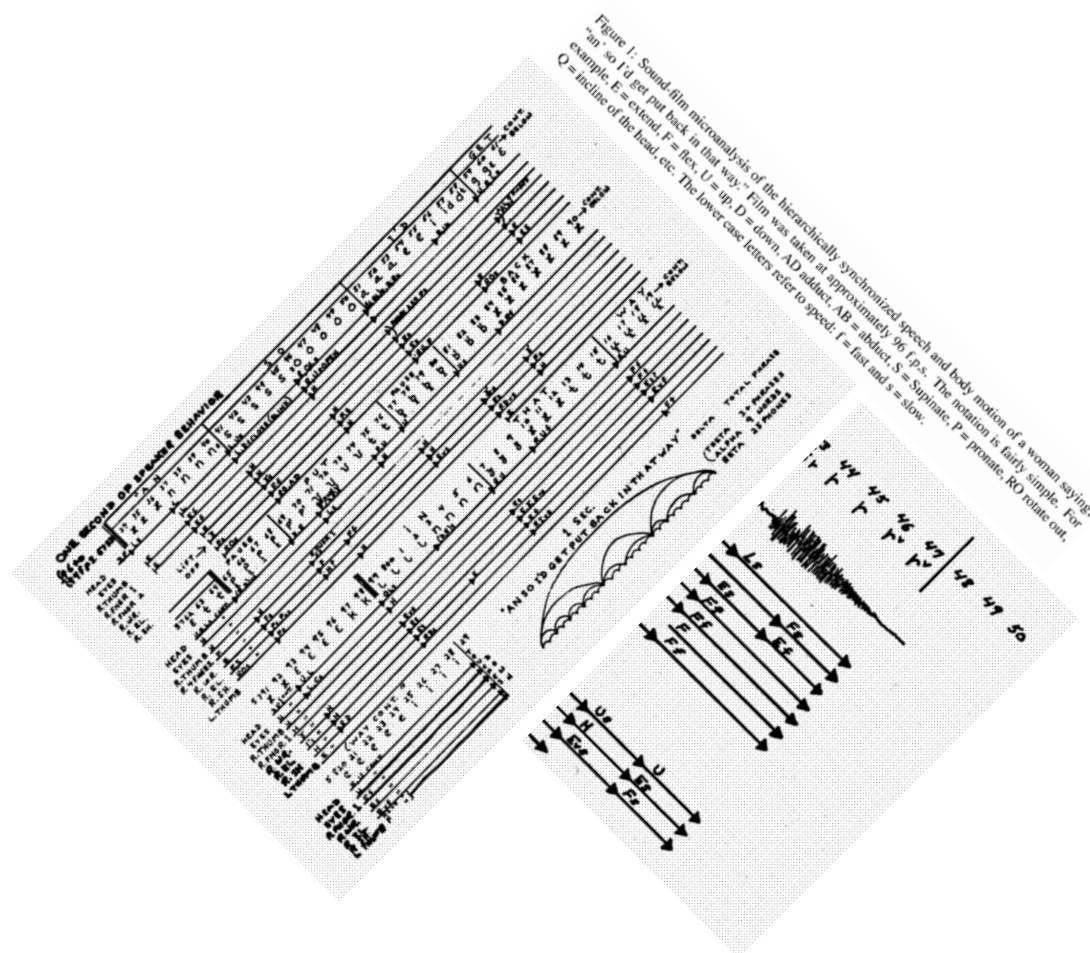
—

Conferências de Macy, 1951,

“Circular and Causal Feedback Mechanisms in Biological and Social Systems.”

DESIGN DE INFORMAÇÃO INTERACTIVO:
CONTRIBUTOS PARA A DEFINIÇÃO DE UMA ÁREA PROJECTUAL
PEDRO ALMEIDA + MIGUEL CARDOSO

docentes Design de Informação Interactivo



Segundo Luciano Floridi, filósofo italiano que se debruça sobre o tema Informação, estamos a viver um processo de transformação sem precedentes na história da Humanidade. Esta transformação decorre da influência crescente que a informação opera sobre a vida individual e colectiva, sobretudo desde a década de 1950 e da emergência de novas tecnologias de informação e comunicação. De acordo com este autor, esta influência não se manifesta apenas no modo como produzimos, manipulamos ou distribuimos informação, mas sobretudo no modo como nos compreendemos e definimos enquanto espécie neste contexto. Neste sentido, assumimos actualmente a condição de *inforqs*, inforrganismos que partilham com os agentes biológicos e os artefactos tecnológicos um novo ambiente informacional global – a infoesfera (Floridi, 2010).

Neste cenário importa compreender com exactidão o que designamos por informação. Em 1972 o antropólogo Gregory Bateson definiu informação como uma diferença que faz a diferença. Esta definição ganha hoje especial importância. No contexto actual, dominado pelas redes globais de comunicação, todos somos *prosumidores* – simultaneamente produtores e consumidores de informação – como anteviu Alvin Toffler em 1980. Paradoxalmente a designada ‘era da informação’ surge-nos também como uma

época em que as dificuldades de gestão de informação se reflectem em expressões como ‘sobrecarga’ ou ‘ansiedade’. Genericamente estes termos traduzem a dificuldade de identificar, processar e compreender os vastos caudais de dados que, através de meios tão diversos como a World Wide Web, a TV, a imprensa escrita ou o telemóvel, inundam a nossa vida quotidiana e competem pela nossa atenção. Neste sentido estes termos suscitam um questionamento mais profundo sobre a natureza da própria informação. Num cenário em que frequentemente se conjuga uma imensidão de mensagens com a entropia informativa, vivemos na era da informação ou na ‘era dos dados’? Neste contexto, afinal o que é informação? Que formas e expressões pode esta assumir? Que convenções e modelos a podem configurar?

Consideremos informação como um valor abstracto que resulta das nossas faculdades perceptivas e cognitivas que nos permitem identificar, adquirir e processar dados (i.e. sinais de natureza diversa passíveis de significação). É através deste processo de atribuição de significado a sinais, através dos quais comunicamos, que se concretiza a informação. Neste sentido, informação não é uma entidade neutral, física ou materialmente mensurável. É um valor subjectivo inerente à dinâmica dos processos de comunicação, condicionada pelos intervenientes e pelos

factores contextuais a esses processos. Ou seja, esta dimensão subjectiva da informação, suscita outra questão crucial: pode o design, enquanto disciplina projectual que se ocupa da configuração de processos de comunicação, ambicionar ‘desenhar informação’?

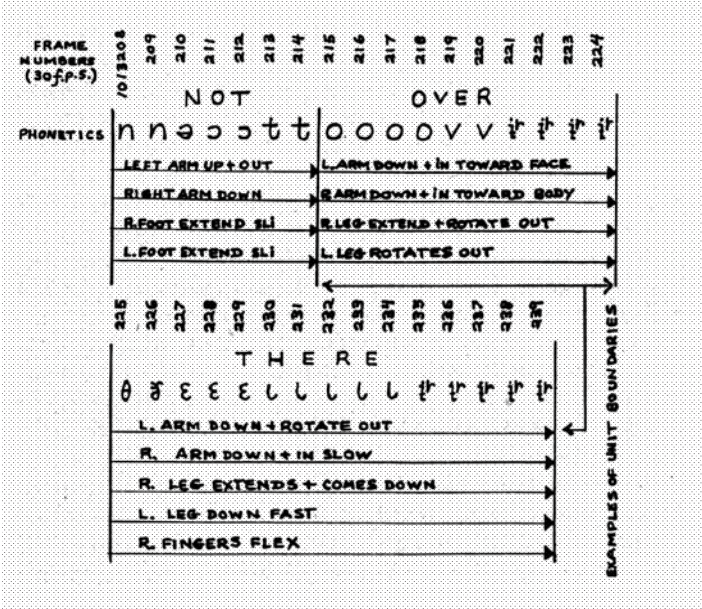
A concepção do design como interface entre o utilizador, o utensílio e o respectivo uso (Gui Bonsiepe, 1999) permite compreender que no domínio da comunicação o valor informativo reside na capacidade de implementar uma interação significativa entre os utilizadores e os dispositivos informativos como forma de obter alguma espécie de conhecimento (i.e. identificar, localizar, compreender, utilizar). Esta concepção constitui-se, portanto, como pedra basilar da definição de Design de Informação Interactivo. Design de Informação Interactivo é uma área projectual em que se intersectam várias disciplinas, nomeadamente o design de informação e o design de interação (Shedroff, 1994). Considerando informação como a justaposição de dados capaz de proporcionar significado através do envolvimento cognitivo o design opera, por um lado, no domínio da contextualização, estruturação e representação da informação. Por outro lado, explora a construção de experiências interactivas capazes de envolver o utilizador no processo de descoberta e exploração da informação. Esta experiência

de utilização da informação (*user-experience*) pode assumir expressões sensoriais diversas decorrentes do uso de diferentes meios e tecnologias – interação por voz, interfaces hápticas ou com recurso a sensores de movimento, visualização interactiva. Em qualquer caso, no actual contexto, as linguagens de programação e os dispositivos electrónicos ganham especial relevo face à necessidade de operar com conjuntos de dados de grande complexidade e dimensão. É neste domínio que opera o Design de Informação Interactivo.

—

Referências bibliográficas:

BATESON, Gregory (1972/2000), *Steps to an Ecology of Mind*, Chicago: Chicago University Press.
BONSIEPE, Gui (1999); *Interface: An Approach to Design*, Maastricht: Jan van Eyck Akademie.
FLORIDI, Luciano (2010), *Information – A Very Short Introduction*, Oxford: Oxford University Press.
SHEDROFF, Nathan (1994), *Information Interaction Design: A Unified Field Theory of Design*. Disponível em <http://www.nathan.com/thoughts/unified/> (consultado em 17/06/2011)
TOFFLER, Alvin (1980/1984), *The Third Wave*, Nova Iorque: Bantam Books.



{fig. pág. 20}

1 segundo de comportamento de um orador — microanálise fílmica e sonora da sincronia da oralidade e dos movimentos corporais de uma mulher enquanto diz: “an’ so I’d get put back in that way”

{fig. pág. 20 em baixo}

Esquema de análise dos movimentos corporais de orador e ouvinte durante a palavra “pressão”; os gráficos demonstram sincronia entre os dois agentes.

{fig. em cima}

Descrição dos movimentos de um bebé de dois dias enquanto um físico, género masculino, exclama “not over there”, fora do campo de visão da criança.

—

CONDON William S. (1963), “Communication: Rhythm and Structure” in *Inventing Systems: ToMaTo*, 2006

PÁGINA: LÓGICAS DE NEGOCIAÇÃO ENTRE CULTURA IMPRESSA E CULTURA DIGITAL

SOFIA GONÇALVES + VÍCTOR ALMEIDA

docentes de Laboratório I+II e Projecto I + II



Eu escrevo...

Eu escrevo: Eu escrevo...

Eu escrevo: "Eu escrevo..."

Eu escrevo que eu escrevo...

etc.¹

George Perec, no curto ensaio “A Página”, descreve as operações da escrita para a definição de um espaço – entre acção e registo desenha assim um documento. Ambíguo e laboratorial, programático e poético, o autor ensaia um meta-texto que joga literalmente com todas as macro e micro-estruturas da escrita no seu espaço preferencial – a Página.

Durante o 2º semestre, nas disciplinas de Projecto II e Laboratório II, assumi-

mos a Página, a sua semântica, sintaxe, morfologia, paratextualidade, história, como espaço preferencial para a “escrita” do Design. Partimos da *marginália* como lugar ainda marcadamente referencial; através da interpretação e da função activa da leitura equacionámos os papéis do autor e do leitor. Das notas à margem passámos à “escrita” – ao utilizar a edição como operação e o reconhecimento intuitivo do livro como

modelo para o conhecimento, a Página transforma-se no espaço primordial de legitimação do discurso em design, um lugar (ainda assim problemático) para a “autoridade” do designer.

Entre a página física ou material e a página digital, acompanhamos toda a história e imaginário do design. A página surge como paradigma, como objecto mitificado que se presta às lógicas de transformação, mas também de continuidade do universo ou léxico do Design de Comunicação. Afirma-se como elemento representativo da ligação do design aos media—with a prensa de Gutenberg, os vários processos de impressão gráfica, fotocomposição, fotocópia, *desktop publishing revolution*, Internet, assistimos simultaneamente à evolução dos valores expressivos em design. Em síntese, à história das várias configurações da escrita sobrepoem-se as várias experiências da formatação gráfica da página.

A aproximação à página faz-se recorrentemente a partir do legado de alguns autores de vanguarda como Tschischold ou El Lissitzky, do trabalho da racionalidade modernista e dos autores do Estilo Internacional, ou na definição da grelha tipográfica, como agente legitimador do espaço da página. Hoje, deixando de lado os princípios de negação de todo e qualquer sistema de ordem pelos pós-modernistas, a recuperação do valor da grelha faz-se na procura de princípios de expansão

dos sistemas físicos em páginas temporais digitais, procurando um novo sentido para uma aproximação à noção de sistema.

Negando a simples coincidência semântica, a nomeação “página” dada ao espaço preferencial de suporte da comunicação digital (a página web) transporta este elemento ontológico do Design de Comunicação, do seu enquadramento tradicional ao contemporâneo. Como elemento transversal à cultura impressa e à cultura digital, a página assume um carácter de normalização paradigmático: sugere uma iconografia, estrutura, léxico e imaginário próprios, de extrema relevância na cultura do design e surge, ao mesmo tempo, como o seu “suporte clássico” (à semelhança da “tela” na pintura).

Contrária à distopia do “fim do livro”, a página digital não contradiz totalmente o formato do código; reorganiza-o tirando partido da especificidade da apresentação electrónica.

Aliás, a ordem do livro reconfigura-se perante as novas situações pragmáticas da rede. O portal web ou as janelas ainda são pensadas como páginas ao partilharem muitos dos seus aspectos tradicionais, sendo recorrentes as aproximações às estruturas clássicas e à organização da página impressa (com o reforço evidente da grelha tipográfica). As páginas web utilizam igualmente a metáfora do portal, como o início de “viagem” ou ponto de

partida (transposto para a *homepage*). A composição organiza-se a partir de *frames* (molduras), o limite clássico da obra de arte na cultura ocidental. Cada página constrói, assim, um determinado ambiente; a navegação através do território virtual aproxima-se duma viagem pelo espaço arquitectónico.

Para além destas aproximações, as páginas analógica e digital assumem também a inevitável dicotomia. A página impressa impõe a sua estrutura hierárquica, fechada através de uma grelha estática (o sistema cartesiano de organização do desenho da página em design) e é o lugar da escrita. A página digital, por seu lado, desdobra-se nas infindáveis ligações da rede, prefere o rizoma à linha de texto e oferece a possibilidade da reescrita. Ao tornar-se independente da matéria, a possibilidade de construção de “páginas sem papel” (um dos tópicos de *Books without pages* de Nicolas Negroponte), anuncia a hipótese de mutação, a ideia de personalização ou reconfiguração do espaço de informação através de mecanismos de reconhecimento das características do utilizador.

Em oposição à fixidez ou conclusão da página impressa, hoje, o computador abraça a possibilidade do incompleto, como qualidade positiva e desejável ao abrir um espaço que nenhuma obra completa parece oferecer. A celebração do incompleto sublinha a importância do processo em vez do objecto; mais

do que a apresentação da solução prefere o estado de suspensão.

O conceito de página leva-nos ainda da unidade à fragmentação. Como unidade ou matriz sólida, disponível à multiplicação que origina o livro, é agora também elemento fundamental das estratégias de fragmentação tipificadoras e estruturantes dos artefactos digitais. A sua multiplicação já não dá apenas origem a um e mesmo objecto (o livro), mas constrói um sistema de relações que não se encerra em si próprio. Mais do que a autoridade ou volume do objecto livro, sublinha-se o sistema, regulado pelos seus princípios internos (o “sítio”) e externos (o ciberespaço). Deste modo, a página web parece tornar exequível o conceito de livro digital. A versatilidade de adaptação de uma unidade menor, a página, parece adequar-se preferencialmente aos princípios hipertextuais da rede. Enquanto a produção de livros electrónicos luta por um mercado e aplicação (porque se tornam menos evidentes as vantagens deste modelo, face ao livro tradicional), o número de páginas web aumenta drasticamente.

Em síntese, a Página oferece-se como paradigma da passagem das lógicas projectuais, de objecto ou produto, a sistema ou processo.

Os trabalhos apresentados no Open Day’11 resultam da aferição de cada aluno à(s) problemática(s) enuncia-

da(s). Tomando a página como espaço permanente de continuidade negociada, como “zona de contacto” entre analógico e digital, encontramos nestes projectos outros modos de representação do fenómeno. Da página como espaço primordial da narrativa que, perante as possibilidades do digital se afirma “lugar instável” (Ana Malheiro), à digitalização, fragmentação ou cópia como processos de virtualização da página impressa e desmistificação da ilusão do digital (Madalena Guerra). Da página como lugar onde o virtual é cada vez mais real, uma camada que se transfere para o espaço urbano (Micael Figueiredo), às hipóteses de exodus—movimento de saída onde se constroem novos territórios, do centro para as margens, do papel para o pixel (Diogo Ramalho). O inventário da morfologia da página, a sua paratextualidade, como exercício de aferição das estruturas comuns entre impresso e digital (Célia Castelo) ou a importação da física dos dispositivos ópticos e dos códigos e linguagens das artes do tempo para o espaço (aparentemente fixo) da página (Rafaela Coelho). Do retorno às afirmações desmesuradas da verticalidade do rolo (*scroll*) e das operações exclusivas do livro digital “push, pop, press” (Andreia dos Reis), à destabilização dos modelos tradicionais do livro, mesmo os de função mais segura, como os dicionários (Rute de Moraes). Da Página

como cartografia de uma biblioteca pessoal (Sónia Reis), à interface como possível modelo museológico—o “plano branco”—permeável ou vulnerável à acção do leitor e das intervenções ocasionais das redes sociais (Tiago Machado). A Página, espaço de reunião de fragmentos dispersos, sistema de representação do invisível (Jaime Ferraz) ou espaço de sedimentação dos diálogos ocasionais, entre pessoas, entre autores ou entre livros (Mariana Araújo). Como possibilidade de retorno aos valores sólidos dos humanistas (João Gomes) ou território permeável à mentira e à inconsistência, lugar de manutenção da eterna intriga de validação imediata do autor pelo código (Mafalda Sequeira). O leitor como a nova autoridade (Miguel Monteiro) e a leitura como espaço tridimensional prismático, disponível à distorção, reflexão e fragmentação da informação (Renato Amaral). Por último, a edição como operação de autoria (Ricardo Bonacho).

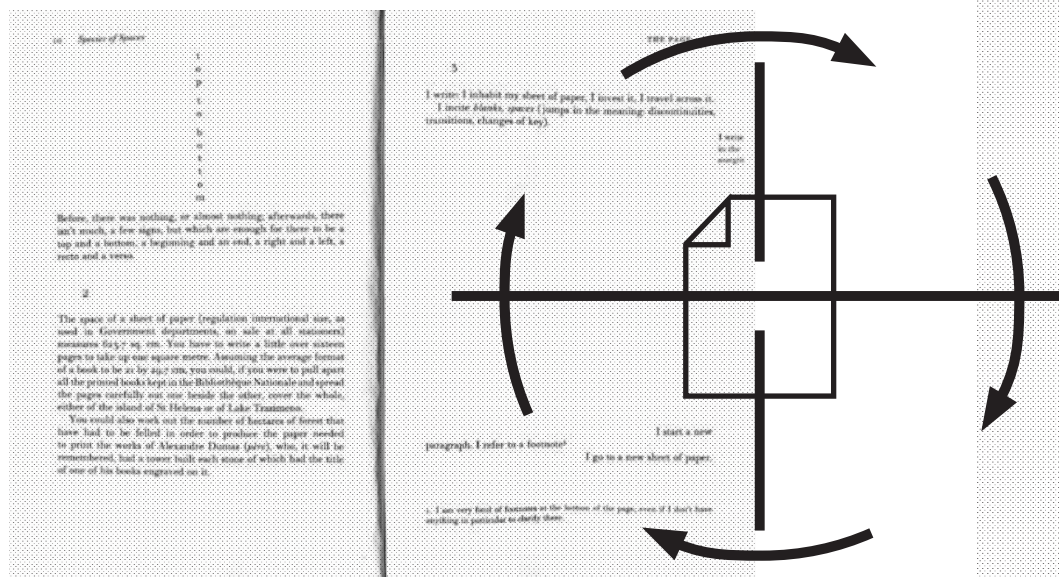
Em conjunto, esperamos que estes trabalhos se ofereçam como momentos de avaliação da vitalidade da Página, espaço privilegiado para o discurso do design.

(1) PEREC, Georges (1974), “The Page” in *Species of Spaces and Other Pieces*, Londres: Penguin, 1997 (tradução livre).

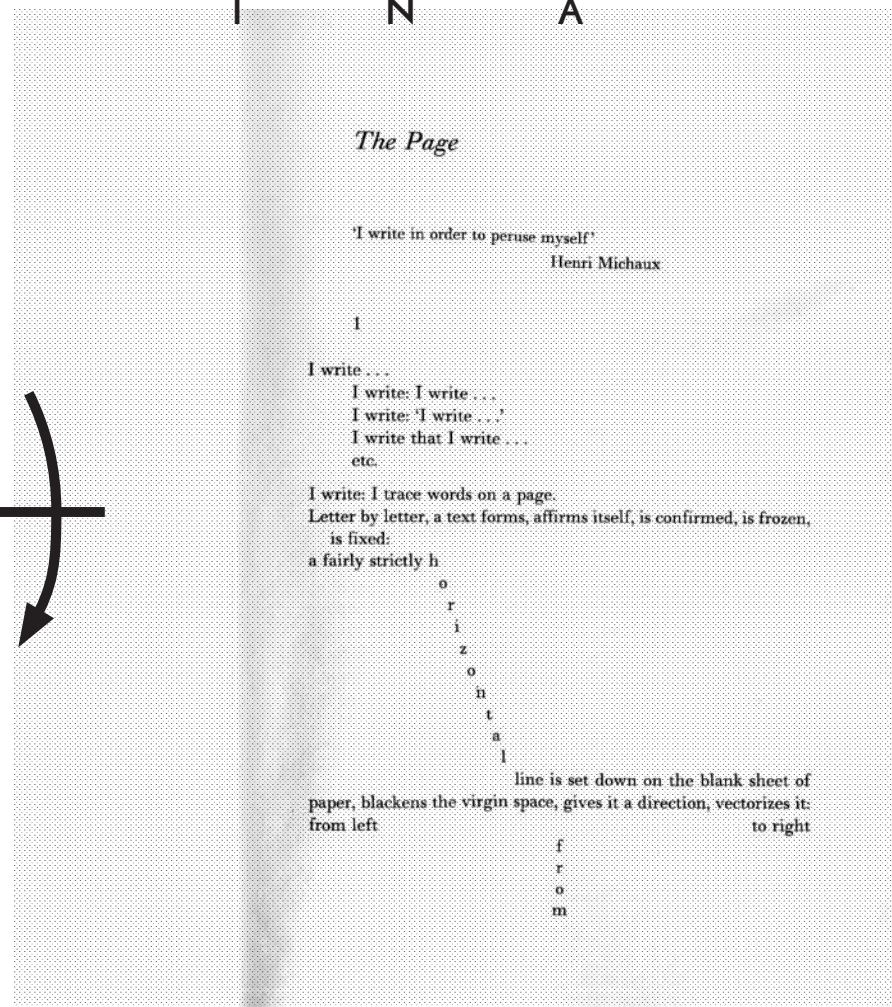
{fig. pág. 28}

“Ilustração da NASA sobre os usos da comunicação pessoal universal, de visita a visita via satélite. Está implícita uma outra sociedade.”

in “Apocalypse Juggernaut, hello”, *The CoEvolution Quarterly* editada por Steward Brand; Verão de 1976, p. 5 (citação da legenda).



P Á G —
I N A



{figs.} Págs. 09, 10 e 11 do ensaio THE PAGE

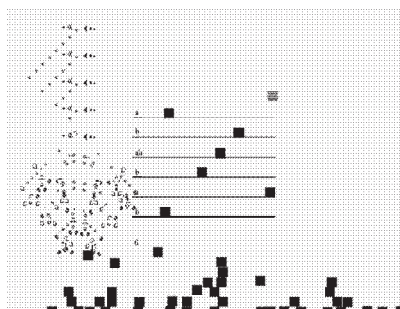
in *Species of Spaces and other Pieces*

Georges Perec

1974

A NARRATIVA COMO LUGAR INSTÁVEL ANA MALHEIRO

Dentro do campo de especulação da Página, podemos construir uma reflexão que vai desde a Marginália ao Livro. Neste processo, é importante reflectir sobre a narrativa e compreender como esta se pode constituir muito mais “instável” no mundo digital do



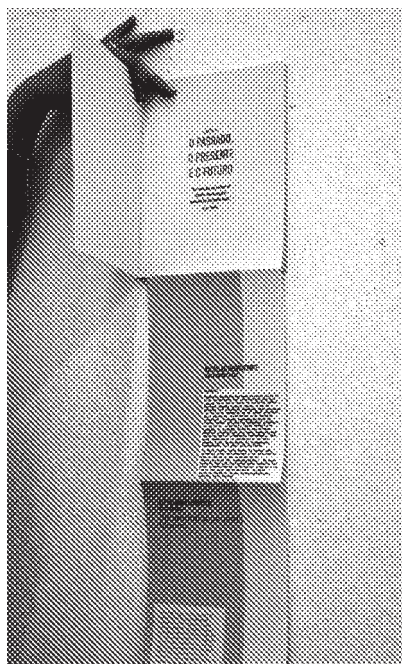
que no impresso. Assim, ao fazer-se esta passagem, entendemos que as fronteiras semânticas e sintácticas se diluem, apelando a outros níveis sensoriais e despoletando significados antes escondidos na finitude da tinta. O projecto *A Narrativa como Lugar Instável* procura suscitar novas interpretações e reacções no leitor/espectador, através da procura da abstracção como forma de compreensão de um todo.

PUSH, POP, PRESS ANDREIA DOS REIS

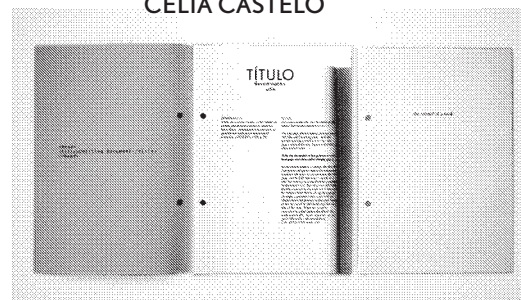
Encarando a problemática da passagem do livro analógico para a sua vertente digital (e vice-versa), é feita uma

contextualização de referências, procurando apresentar diversos pontos de vista e soluções para o que poderá vir a ser o futuro do livro, tanto na sua vertente física, como digital.

Seguindo uma narrativa intemporal, é criada uma conversa entre diversos autores através dos seus variados textos e de pontos em comum entre os mesmos, culminando numa publicação física cujo objectivo assenta sob a ideia de antagonismo e oposição. Deste modo, o resultado apresenta uma troca de contexto em que o analógico se organiza segundo características digitais, afastando-se, assim, do livro físico convencional.



A MORFOLOGIA EDITORIAL NOS LIMITES DA PÁGINA CÉLIA CASTELO

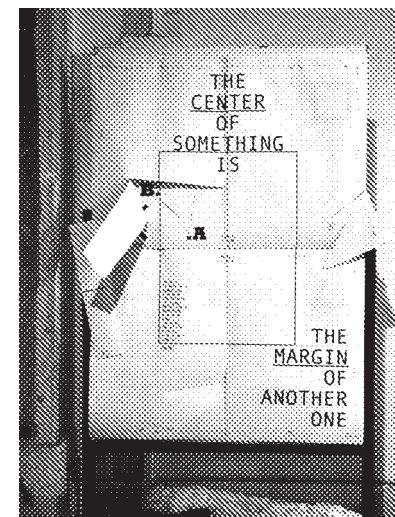


Numa exploração reflexiva e formal das estruturas morfológicas da página, designadas por paratextos, é composto um inventário reduzido e condensado em diversos fascículos. Estes são uma exploração gráfica e conceptual de conceitos, com reminiscências a uma compilação densa e sistemática, reflectindo ideias, associações, analogias, metáforas e referências que se interligam de uma forma não linear, e analisam a relação crítica e formal dos limites do texto e da página numa linguagem comum aos universos digitais e analógicos.

EXODUS: JOURNEY INTO THE UNKNOWN DIOGO RAMALHO

A página configura-se como um sistema aparentemente fechado, conformato nas suas estruturas e aberto no seu conteúdo. Assiste-se, no entanto, na página, a um confronto territorial entre centro e margem e entre os do-

mínios que cada um delimita. Este é o ponto de partida para o desenvolvimento de um plano de acção, onde se começa a entender que um centro de um objecto é a margem de outro. Ao questionar-se a territorialidade da página, procura-se, em simultâneo, repensá-la nesta transição do impresso para o digital, como uma partida à descoberta de novos continentes, de novos territórios que já não são representados nos mesmos mapas, propondo-se uma espécie de exodus, ou saída, do papel para o pixel. A saída é o ponto de partida para a transformação, mas prevê em si o desvio e o retorno. O exodus do papel para o pixel deve ser entendido não como um abandono, mas como uma alteração dos eixos existentes, numa rotação de modos, ferramentas e localizações e a introdução de novas percepções.



DA IMAGINAÇÃO PARA A PÁGINA DOS LIVROS PARA A IMAGINAÇÃO

JAIME FERRAZ



Este projecto propõe a expansão e transposição da(s) geografia(s) reais/imaginárias para a página e viceversa. Existe uma vontade de tentar perceber as relações entre o espaço e a visualidade. Como se encontra e descodifica aquilo que está invisível, nas paredes, nas ruas? Que relações suscitam? De que forma é que a nossa ideia de espacialidade alimenta a imaginação?

A publicação tem como objectivo último explorar a página como elemento constituído por fragmentos retirados de outros contextos físicos. Todos nós construímos dentro de nós uma ideia de espaço diferente. Coabitam e coabitamos em pelo menos dois espaços, o físico e o imaginário. Como é que um influencia o outro?

EX NIHILO NIHIL FIT

JOÃO GOMES

Este projecto atravessou três fases distintas, sofrendo derivas temáticas na passagem entre aquelas: assim, numa primeira fase, o Projecto Marginália consistiu numa investigação em torno da estrutura convencional do artefacto página, resultando numa linguagem gráfica própria; na fase da transição para o Projecto Página teve lugar uma diversificação de referências em

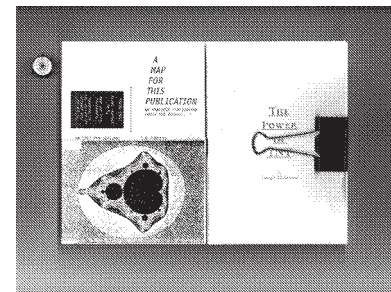


torno de autores de orientação Humanista, daí resultando o primeiro *statement* e uma investigação no âmbito de um workshop curricular; a última fase consistiu no alargamento às correntes Romântica e Niilista e na focalização sobre a autoria e autoridade do designer à luz das mesmas.

THIS PUBLICATION

MADALENA GUERRA

O que entendemos pela ideia de página? (Drucker)



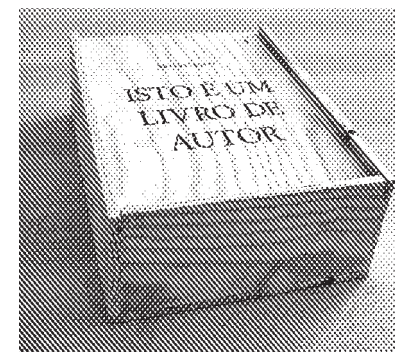
Este é o ponto de partida para o desenvolvimento de uma especulação sobre as características essenciais do *medium* página bem como as lógicas de passagem do analógico para o digital. Neste sentido, propõe-se pensar, não o remapeamento dos velhos objectos media para as novas estruturas digitais (Lev Manovich), mas o processo inverso ou seja como é que a estrutura e a linguagem do digital contaminam o analógico. A digitalização, a fragmentação ou a cópia são alguns dos processos de virtualização que, aqui, se oferecem como método que gera a matéria no papel e desmistifica a ilusão do digital.

ISTO É UM LIVRO DE AUTOR

MAFALDA SEQUEIRA

O projecto equaciona-se em torno da autoria e do papel do leitor, questionando a credibilidade na estabilidade da página e no objecto livro. Nas várias publicações desenvolvidas, são inúmeras

os erros, mentiras e inconsistências nos textos e imagens, que pretendem testar o leitor. Será ele um mirone, como afirma Espen Aarseth? Ou um autor, como nos diz Barthes? E o que é um autor? Qual a importância



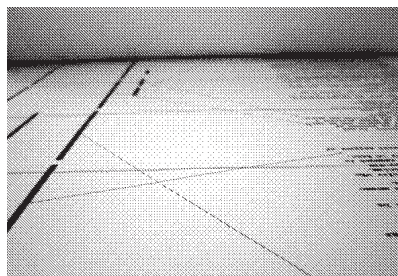
cia da atribuição de um nome de autor – ou “marca” – a um determinado conteúdo? Conferir-lhe-á um maior valor? Será mais fiável? Neste projecto, não se pretende responder a estas questões, mas pensá-las, e formular novas.

FRAME CONTENT

MARIANA ARAÚJO

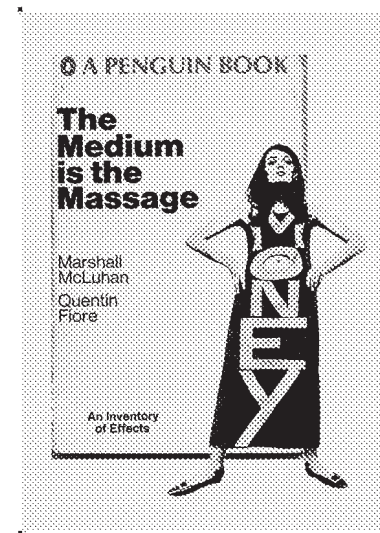
Quem conta um conto acrescenta-lhe um ponto e é esse o de partida para o próximo leitor. Num café ou numa biblioteca, uma conversa é falada ou escrita, durante uma tarde, uma hora ou um século. Os meios de comunicação codificam e decodificam estes discursos, de acordo com a sua exigência e, tal como numa conversa, não há limites, nem margens, nem notas bibliográficas: quanto mais rico o livro

for de fragmentos, refutações e opiniões, mais rico será o próximo leitor. A obra constrói-se sem nunca cessar.



Em vários frames, o diálogo desenrola-se pelo livro fora, necessitando apenas uma página só.

THINK ABOUT MICAEL FIGUEIREDO



THINK ABOUT é um projecto que resulta de um processo de investigação não linear;

THINK ABOUT é uma formalização de etapas e conteúdos, de conceitos e atitudes não activistas;

THINK ABOUT assume que o virtual é agora, cada vez mais, o real;

THINK ABOUT entende a página como um Layer Digital a imergir no Espaço Urbano;

THINK ABOUT acusa as condicionantes políticas e económicas desta imersão;

THINK ABOUT questiona a complacência e aceitação das massas a estas novas práticas sociais;

THINK ABOUT é uma publicação que procura suscitar no observador uma posição crítica e reflexiva sobre estas práticas enquanto fenómeno cultural; THINK ABOUT ...

AUTORIDADE É ESCOLHA! MIGUEL MONTEIRO

“O ministério das autoridades era a ‘tradição’, a continuidade; o magistério das autoridades era a ‘religião’(...) Ambos autor e autoridade, eram em sua origem, segundo o conceito de tradição e da religião, o conceito de crença (‘fides’). Desse modo, no sentido etimológico, a crise da autoridade é uma crise de confiança (‘credibility gap’), uma crise da crença.”

Vilém Flusser profere estas palavras e outras num seminário em Bochum, em 1991, onde de um modo geral atribui culpas à “incontrolável multiplicação” pela obsolescência da autoridade do pa-

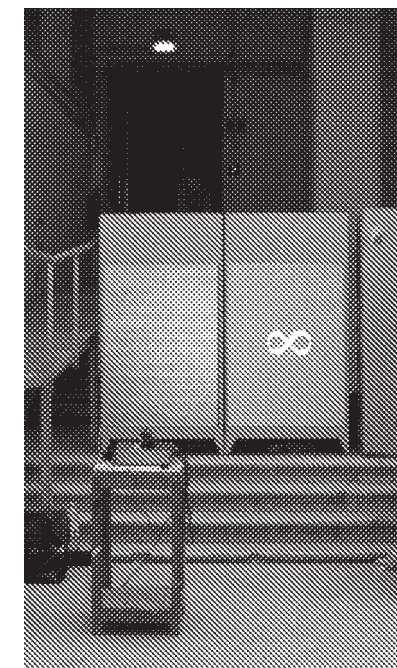


pel do autor. De facto, a relação entre o autor e a autoridade que este tem perante o seu conhecimento está comprometida. No entanto esse compromisso é devido à constante mudança dos media, do livro, do autor, do leitor, da escolha e por conseguinte da autoridade.

MODE:ZOOM RAFAELA COELHO

MODE:ZOOM é um projecto que tem vindo a ser desenvolvido com o intuito de estudar o comportamento do zoom na Página, e elevá-lo ao seu expoente máximo. Explorar as capacidades do zoom e o seu potencial. Entendê-lo como técnica e propô-lo como conceito. A definição de zoom, definindo-se como uma acção - *zooming* - de *zoom in* e *out*, é-nos apresentada nos vários dispositivos a que hoje temos acesso sejam eles analógicos (impresso) ou digitais (ecrã). Deste modo levantam-se questões sobre a sua funcionalidade, que define não somente um efeito e técnica óptica, mas um conceito. Pensar o zoom como um conceito exige assumir a sua utilização como um modo de aproximação ao conhecimento, podendo

transpô-lo para um outro tipo de discurso. Deste modo, esta publicação pretende explorar e especular as potencialidades do zoom, entender a sua acção na página e da sua relação nos dois dispositivos, assim como fomentar a utilização do nosso “mapa mental” através do exercício da memória visual, cativando a mesma.



PAGE AS A PRISM “ON THE REFLEXIVE BUT BLANK PAGE” RENATO AMARAL

Partindo da marginália enquanto acto de personalização da página, decidi explorar as suas potencialidades enquan-

to reflexo do leitor. A página enquanto lugar de existência de duas narrativas simultâneas num mesmo espaço: uma já existente e outra criada por um interveniente exterior: o leitor.



Houve entretanto uma evolução deste conceito, levando-me a (re)pensar a página enquanto prisma: um lugar de distorção, reflexão e/ou fragmentação da informação, através de um sistema de eixos e rebatimentos. A página afigura-se assim, como um lugar onde o leitor é também criador de uma nova narrativa.

ONDE ESTÁ O AUTOR?

RICARDO BONACHO

A publicação “Onde está o autor?” nasceu da vontade de explorar a autoria no design de publicações “reader”

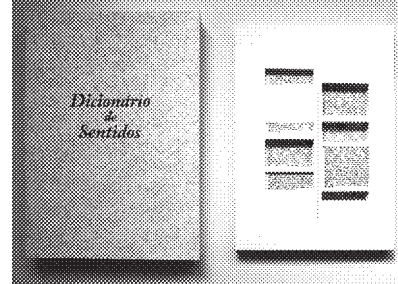
e questionar as fronteiras do designer perante novos conceitos e ideologias. O reconhecimento da participação activa aumentada através de projectos autónomos bem como a sua reflexão



analítica reforça as nossas possibilidades de comunicação como autores e como intérpretes. A autoria em design é apenas um meio impulsionador para o designer repensar o processo e expandir os seus métodos.

DICIONÁRIO DE SENTIDOS

RUTE SELÉSIO DE MORAIS



Um leitor de um Dicionário procura o ponto de origem, o significado, o sentido das palavras, no entanto, em o “Dicionário de Sentidos” é preciso mais do que um leitor desatento e se-

guro deste livro. Ao contrário do que conhecemos, este revela-se um sítio instável, uma espécie de cidade onde tudo comunica entre si: desvenda, esconde, relaciona e origina sentidos. Impele no leitor um espírito de intervenção, através de percursos por fragmentos e da possibilidade de escolha. Em suma, guinda, como no mundo do cibertexto, a interpretação ao nível da intervenção. E tentar conhecê-lo é um investimento de improvisação pessoal. Nele, o risco é o da rejeição. O prazer é o da viagem do sentido.

OPEN WORK

SÓNIA REIS

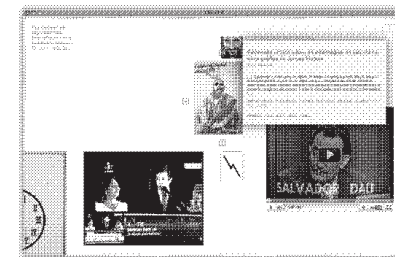


Partindo da biblioteca enquanto espaço de conhecimento, é feito um mapeamento de todas as referências encontradas ao longo deste semestre. Seguindo as lógicas hipertextuais, é realizado um caminho mostrando como a partir de uma obra, são encontradas várias novas referências e como o leitor tem um papel fundamental na construção de novos significados. Dividindo-se em dois caminhos, o principal e a marginalia, este trabalho fala

sobre o tema do livro e da página em paralelo com o hipertexto.

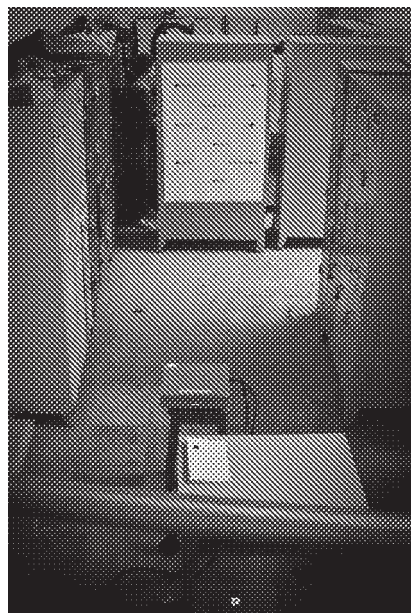
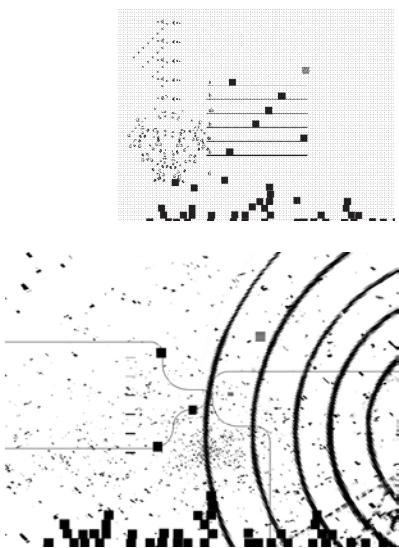
AUTDEV INTERFACE

TIAGO MACHADO

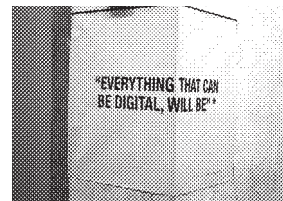
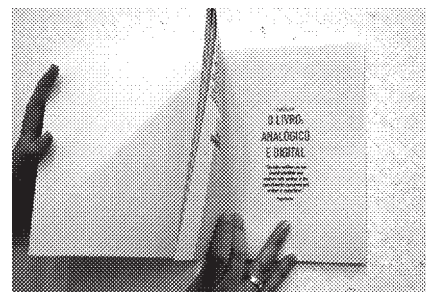
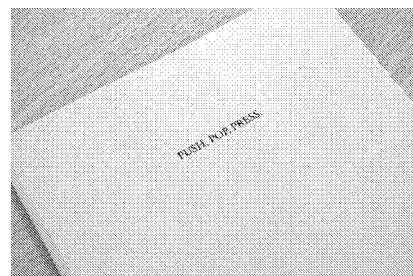
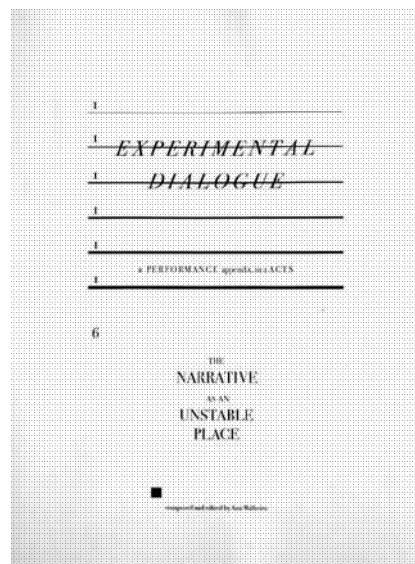


No contexto das lógicas de negociação entre página impressa e página digital, interessa perceber de que forma o autor poderá potenciar a actividade do leitor na página. Explora-se a apropriação, fragmentação e anotação dos conteúdos, que saltam da margem para o centro da página, testando lógicas de organização, explorando a visualidade da página como construtora de um caminho para a experiência e do espaço como principal contrutor de relações entre conteúdos. A intelectualidade do autor assume-se como característica orientadora desta lógica de criação, de experiência, e de conhecimento, através da selecção de conteúdo pertinente, da visualidade intrínseca deste, e da utilização do espaço como elemento signficante e ordenador.

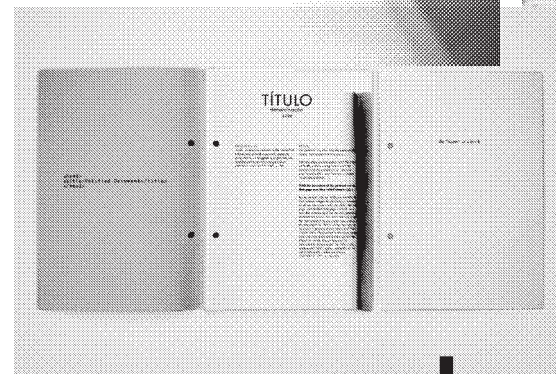
<http://playout.pt/fbaul/>



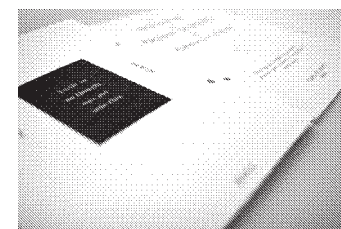
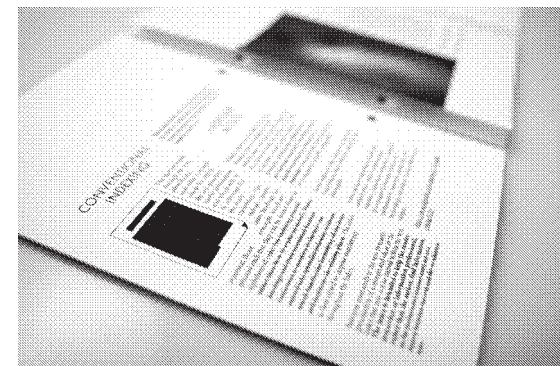
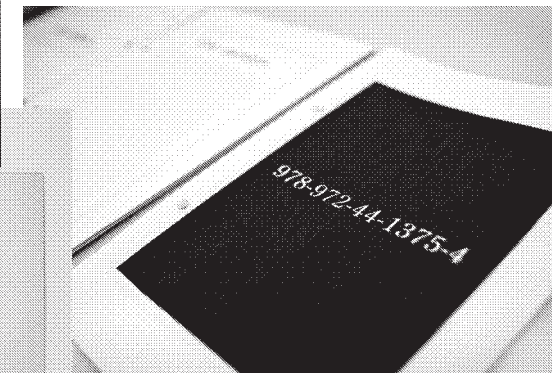
ANA MALHEIRO

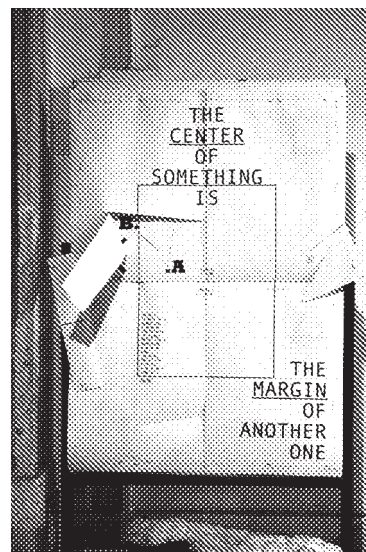
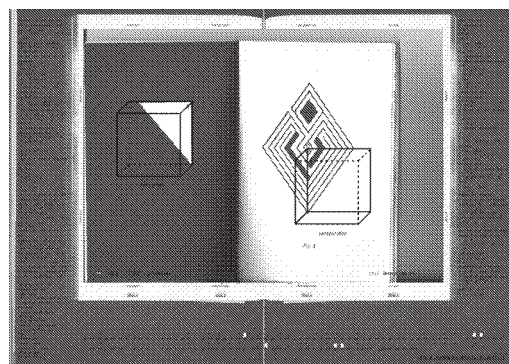
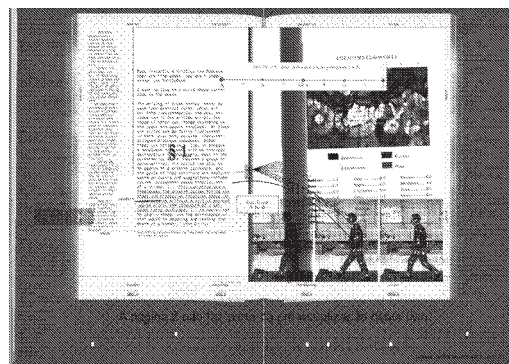
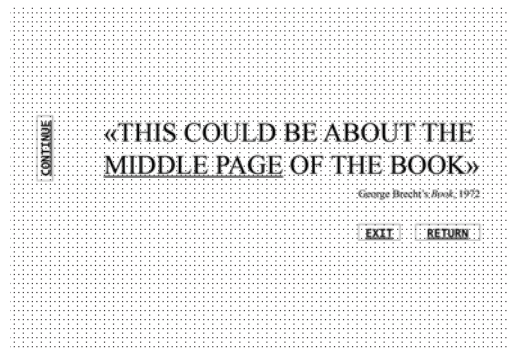


ANDREIA DOS REIS



CÉLIA CASTELO

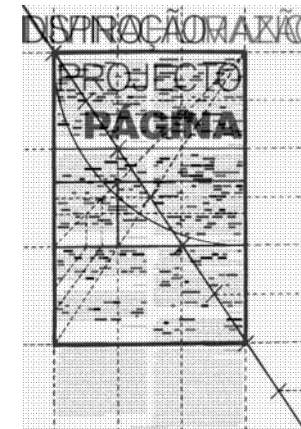
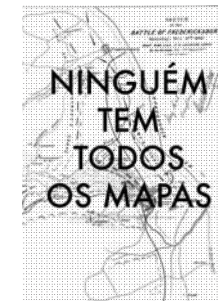




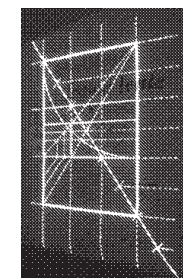
DIOGO RAMALHO

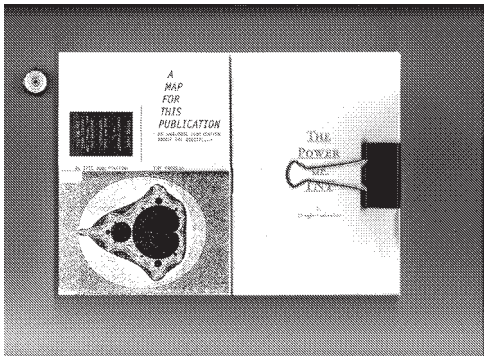


JAIME FERRAZ



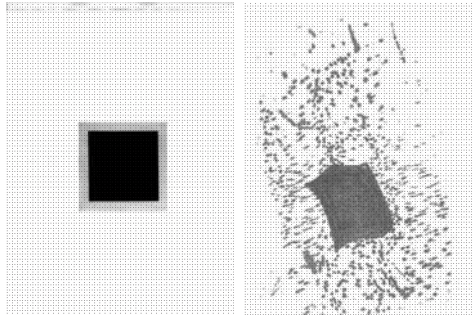
JOÃO GOMES





COPY EVENT

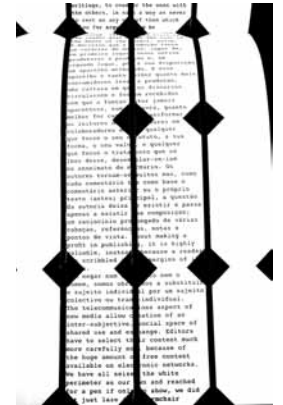
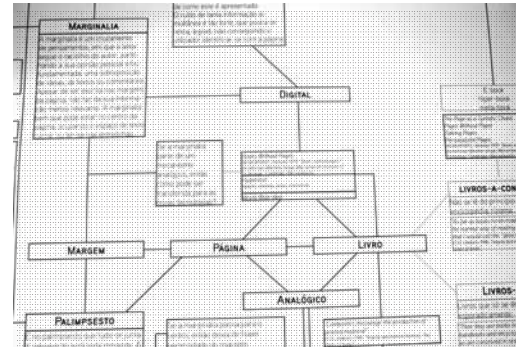
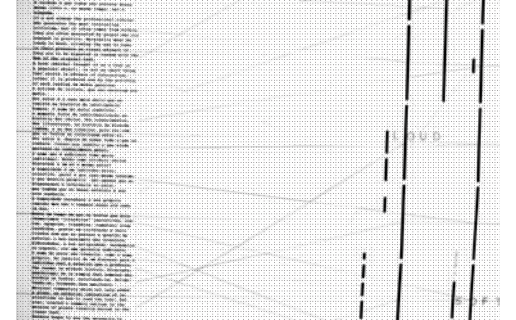
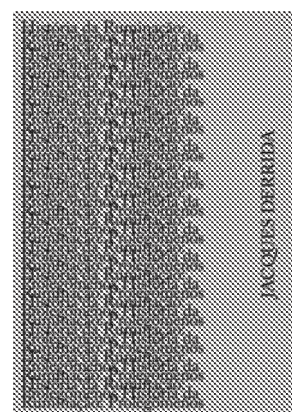
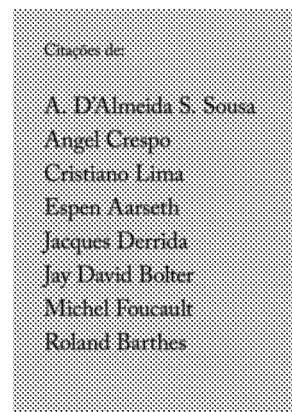
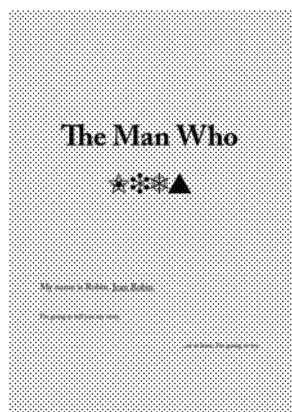
- copy.
- copy the copy.
- to abstraction



MADALENA GUERRA

"The idea becomes the machine that makes art." (Sol Lewitt)

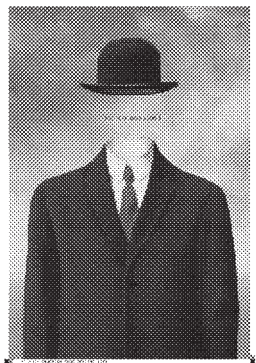
MAFALDA SEQUEIRA



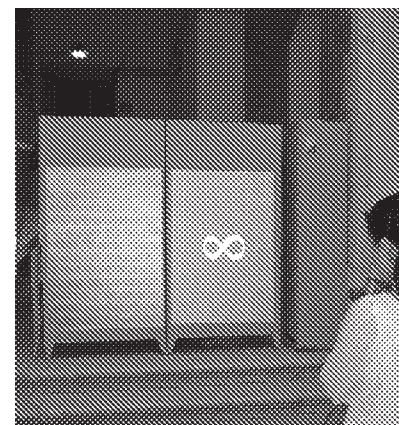
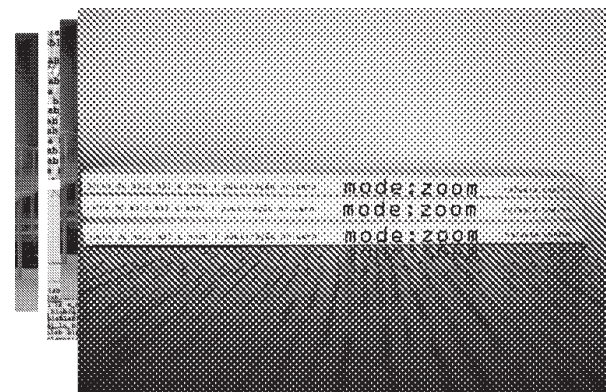
MARIANA ARAÚJO



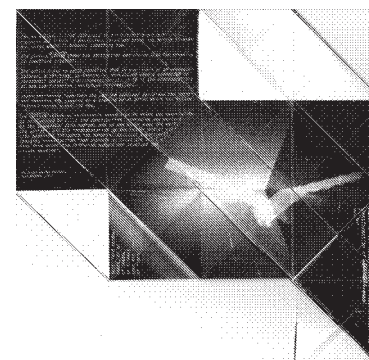
MICHAEL FIGUEIREDO



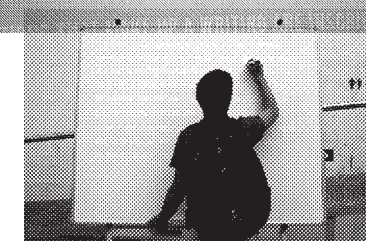
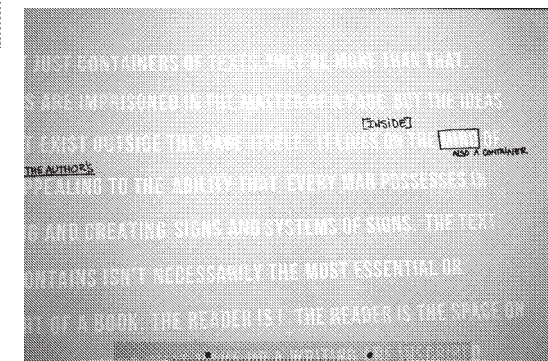
MIGUEL MONTEIRO



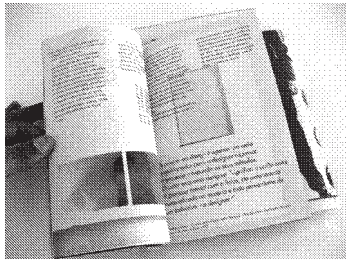
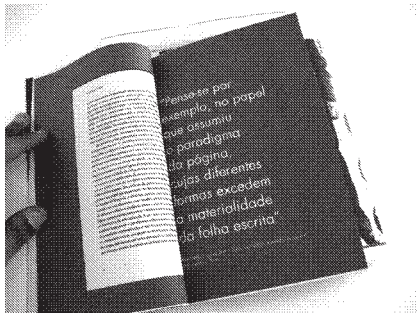
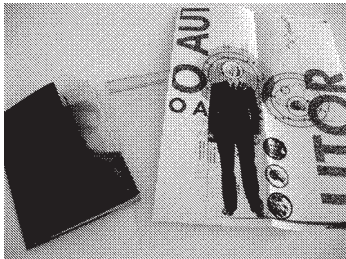
RENATO AMARAL



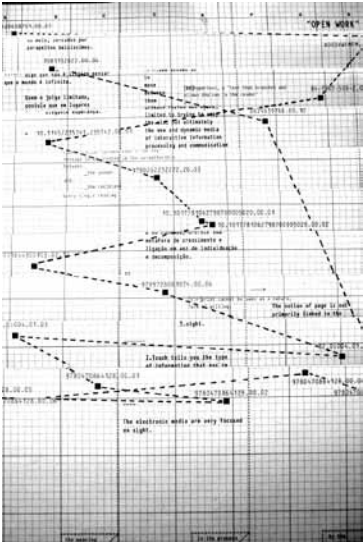
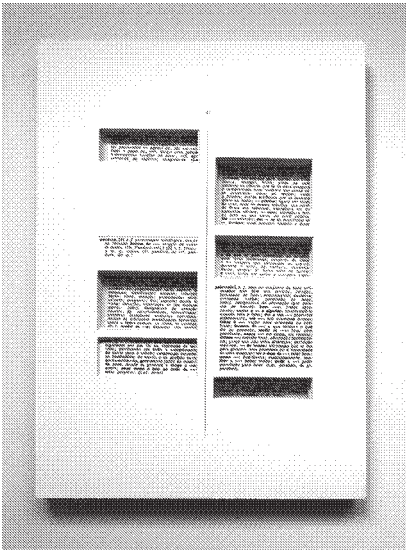
RAFAELA COELHO



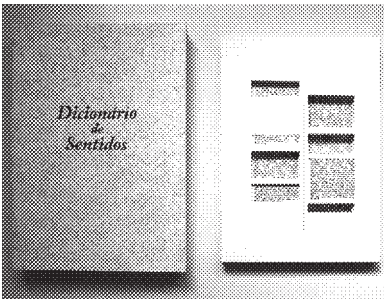
RICARDO BONACHO



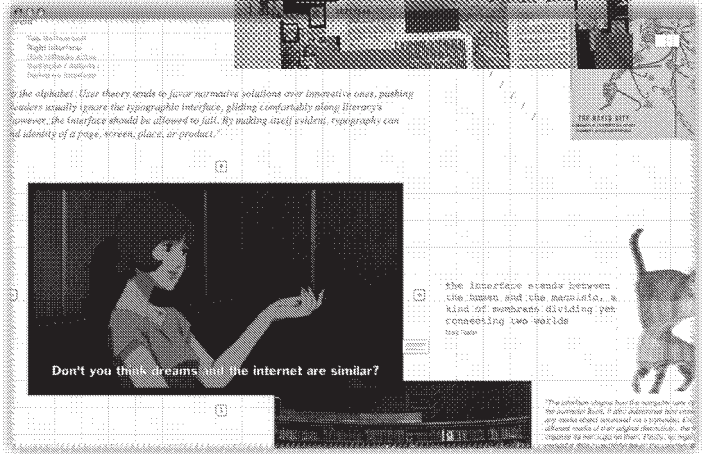
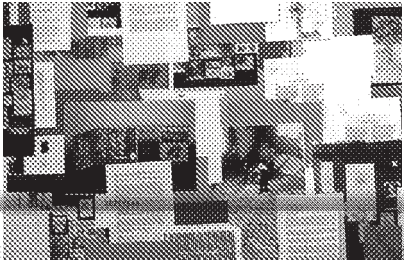
RUTE SELÉSIO DE MORAIS



SÓNIA REIS



TIAGO MACHADO



Feedback: It is black or white*

Open-Day'11

Mestrado Design de Comunicação e Novos Media — FBAUL

30 Junho 2011



Coordenação Mestrado Victor Almeida

Docentes António Silveira Gomes (Design Editorial e Novos Media),
Emílio Vilar (Projecto/Dissertação), José Gomes Pinto (Teoria dos Media),
Maria Teresa Cruz (Estudo e Crítica dos Novos Media), Mário Moura
(Produção em Novos Media), Miguel Cardoso/Pedro Almeida
(Design de Informação Interactivo), Sofia Gonçalves (Laboratório I + II),
Victor Almeida (Projecto I + II)

Discentes Ana Malheiro, Andreia dos Reis, Célia Castelo, Diogo Ramalho,
Jaime Ferraz, João Gomes, Madalena Guerra, Mafalda Sequeira, Mariana
Araújo, Micael Figueiredo, Miguel Monteiro, Rafaela Coelho, Renato Amaral,
Ricardo Bonacho, Rute Morais, Sónia Reis, Tiago Machado

Edição publicação Victor Almeida, Sofia Gonçalves

Projecto gráfico Flatland Design

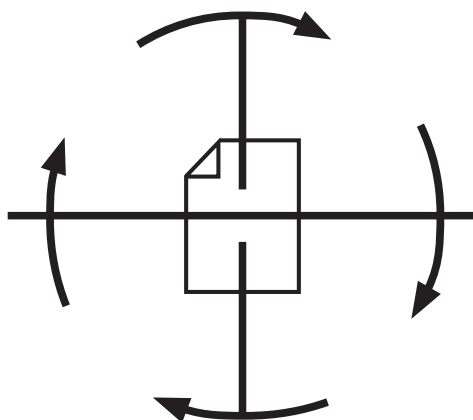
Tiragem 100 exemplares

ano lectivo 2010/11

—

As imagens utilizadas nos ensaios partem de uma pesquisa livre, via *Google Images*, pelos termos *Cibernética*, *Feedback*, *Macy Conferences*, *Spaceship Earth*. Cada uma destas entradas gerou inevitavelmente um conjunto de outros conceitos não anotados, numa sucessão típica de acontecimentos até às imagens finais.

* Ray e Charles Eames (1953) in *A Communications Primer*



Faculdade de Belas-Artes
UNIVERSIDADE DE LISBOA