



RESUMOS	1396
RELATOS DE EXPERIÊNCIA	1399



RESUMOS

A IMAGEM DA SEREIA EM MITOS INDÍGENAS	1397
"TOKYO REVENGERS": O RETRATO DE UMA MARGINALIDADE	1398

Pesquisa (ENAPI)

UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE

Ciências Sociais Aplicadas

Fórum de discussão -
Limitado 30 vagas

Desenho Industrial

A IMAGEM DA SEREIA EM MITOS INDÍGENAS

LORRAINE KUGUELLE DE FRANÇA

ADRIANA APARECIDA BIANCO VENCIGUERRA

LULI HATA

A lara é uma personagem famosa na literatura infantil, atribuída aos mitos Tupi e relacionada ao rio Amazonas. O nome tem, de fato, origem tupi e é traduzido como "senhora da água" e pode se relacionar ao homem, com o sentido de dominador. Consta ainda o personagem Ipupiara, que atacava pescadores para devorá-los no fundo dos rios. A construção da imagem de mitos indígenas foi uma empreitada de brancos, do não índio. Apesar de, muitas das vezes, bem-intencionada, o referencial imagético dos ilustradores era, e ainda é, a cultura europeia, que se fortaleceu ao condenar à morte culturas populares e alheias (CERTEAU, 1995) e conforta-se em catalogar a mitologia viva dos povos originários em categorias como o fantástico ou o maravilhoso, aprisionando-a de maneira a cristalizá-la e torná-la menos ofensiva para a sociedade branca. A pesquisa é, portanto, a revisão imagética da materialização da lara e outros seres aquáticos presentes na mitologia indígena, em especial a Yanomami e a Tupi. Geral: Elaborar ilustrações da lara e outros seres aquáticos que fazem parte da mitologia Yanomami e Tupi. Específicos: Fazer um levantamento das imagens da sereia brasileira. Fazer um levantamento de mitos yanomami e tupi que tenham a sereia ou seres aquáticos como personagens. Analisar as imagens em comparação com os mitos para efetuar a criação de ilustrações mais condizentes com a cultura dos povos originários. A pesquisa é artística e de fonte bibliográfica, com coleta de imagens quantificada para uma avaliação da forma de representação usual da personagem lara e outros seres aquáticos dos contos de povos originários do Brasil. Depois da leitura do referencial teórico, as imagens serão esboçadas, para ser passada a um suporte adequado e finalizado. Quase a totalidade das representações da lara são de seres antropozoomórficos, a metade superior sendo do corpo feminino e a inferior, de cauda de peixe. Essa representação, a mistura de corpos humanos com o de animais, é típica da cultura grega e egípcia. Uma imagem coletada não mostra a cauda de peixe. A representação imagética da lara segue o padrão do imaginário exógeno à cultura dos povos originários do Brasil, o que deve ser revisto a partir da difusão de imagens que respeitem a verdade cosmogônica da cultura original. Órgão de fomento financiador da pesquisa: Não há.

Pesquisa (ENAPI)

UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE

Ciências Sociais Aplicadas

Fórum de discussão -
Limitado 30 vagas

Desenho Industrial

"TOKYO REVENGERS": O RETRATO DE UMA MARGINALIDADE

JOÃO VITOR DE OLIVEIRA OLIVETTO

LULI HATA

Tokyo Revengers é um mangá (HQ japonesa) de autoria de Ken Wakui, lançado em formato seriado desde março de 2017, foi adaptado para anime (filme de animação em série) a partir de março de 2021 e, em julho de 2021, para live-action no Japão. O protagonista é um jovem de 26 anos, Takemichi Hanagata e os eventos envolvem confrontos entre gangues e situações de retorno a tempos passados. O objeto da pesquisa compreende os 24 episódios do anime, que tem menos de 25min cada. O símbolo da gangue principal, o manji, a suástica budista de tradição milenar, é associada aos templos budistas no Japão. "A palavra 'suástica' provém do sânscrito svastica, que significa 'boa sorte' ou 'bem-estar'" (BALAGUER, 2020). A sua apropriação por Adolf Hitler em 1920 associou-a de forma definitiva ao antissemitismo e à extrema direita no mundo Ocidental. Por essa razão, fora da Ásia, o símbolo presente no anime foi vetado. No Oriente, o uso da suástica guarda a sua significação milenar de talismã de boa sorte. Sendo de origem nipônica, o autor da obra estabelece essa relação positiva à gangue protagonista, que é tomada por circunstâncias que a levam à violência. O drama do personagem, apresentado como um desempregado fracassado, é defender valores positivos de amizade e perseverança no seio dessa gangue. A gangue protagonista é retratada como "do bem", devidamente entre aspas, enquanto outras são "do mal". Tokyo Revengers toca em questões existenciais que têm ressonância universal, ao mesmo tempo em que se dá em um contexto cultural bastante particular do Japão. A presente pesquisa busca compreender a imagem paradoxal da condição de uma gangue "do bem" no seio da cultura japonesa, assim como a sua repercussão na cultura brasileira. Analisar a questão da gangue na sociedade japonesa; entender o nacionalismo japonês e seu contexto histórico; desenhar uma prancha com um evento significativo pertinente à narrativa Os 24 episódios somam cerca de 10h de audiovisual que já foram devidamente assistidos. Com o referencial teórico, são realizados os estudos imagéticos. Evidenciam-se inúmeros contrastes, como o uso da suástica, inclusive na tradição oriental, para simbolizar uma gangue; os valores humanos contrastam com as gangues reais japonesas; a hierarquia é uma característica, a exemplo do que ocorre em organizações criminosas brasileiras. Conclusão em formulação, mas é possível observar a distinção entre a delinquência e a inserção de valores via protagonista na gangue principal. Órgão de fomento financiador da pesquisa: Não há.

RELATOS DE EXPERIÊNCIA

DESIGN AUDIOVISUAL: FASHION FILMS.....	1400
DESIGN SOCIAL: METADESIGN PARA A ASSOCIAÇÃO "O AMOR É A RESPOSTA"	1401

Extensão (ENAEXT)
Comunicação oral (on-line)

UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
Ciências Sociais Aplicadas
Desenho Industrial

DESIGN AUDIOVISUAL: FASHION FILMS

MARIANGELA BARBOSA FAZANO
MURILLO APARECIDO SPOSITO
ANA BEATRIZ PEREIRA SILVA
TRICIA GALESCO
VERIDIANNA CRISTINA TEODORO FERREIRA BERBEL
JULIA GONZAGA DERROIDE
MARCELO JOSÉ DA MOTA

Os filmes com conteúdos de moda intitulados "Fashion Films", são vídeos curtos e utilizados pelas marcas de moda para comunicar a estética, as ideias e os conceitos de uma coleção ou um produto ao público, assim, este projeto integrador sistematizou os conhecimentos adquiridos pelos estudantes durante o desenvolvimento do curso, como também, ofereceu vivência prática-profissional mediante aplicação dos conhecimentos em situações reais. O objetivo deste relato de experiência é apresentar como este projeto foi desenvolvido: - Contextualizar e articular os conhecimentos práticos e teóricos; - Desenvolver a capacidade do estudante de tomar decisões e de resolver problemas; - Executar um produto audiovisual de comunicação da indústria da moda, inteiramente adaptada ao universo digital. Por fim, a produção audiovisual que o projeto proporcionou e promoveu de forma sistematizada os conhecimentos adquiridos pelos estudantes durante o desenvolvimento do curso, como também, ofereceu vivência prática-profissional mediante aplicação dos conhecimentos em situações reais, sendo assim, foi elaborado um produto acadêmico de muita qualidade. A metodologia de trabalho adotada foi a ativa, que possibilitou a utilização de diversos cenários de sala de aula aos laboratórios de produção audiovisual e que resgatou o aluno como ser participante de seu processo de aprendizagem. A metodologia seguiu um roteiro embasado na estratégia de interdisciplinaridade, como se segue: AÇÕES DAS DISCIPLINAS: ANIMAÇÃO: Edição, pós produção e inserção de elementos gráficos no vídeo - PRODUÇÃO AUDIOVISUAL E CINEMA: Montagem de planejamento das gravações (Plano de filmagem, roteiro, captação de imagens e edição) - DESIGN DE MODA: Levantamento dos períodos históricos e dos estilos propostos; Produção dos looks para filmagem. - MATERIAIS E PROCESSOS INDUSTRIAIS: Levantamento dos materiais e processos produtivos empregados nos vestuários da época retratados no vídeo. - PROJETO INTEGRADOR: Pesquisa exploratória inicial sobre o conteúdo a ser expressado no produto audiovisual, benchmark para observação das tendências existentes nesta área e supervisão semanal da implementação do projeto. As equipes escolheram os temas; Anos 2000, Anos 80 e Anos 60, para desenvolverem seus "Fashion Films", utilizando as tendências de moda de época para serem expressadas nas mensagens fílmicas desenvolvidas no projeto.

Extensão (ENAEXT)

Comunicação oral (on-line)

UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
Ciências Sociais Aplicadas
Desenho Industrial

DESIGN SOCIAL: METADESIGN PARA A ASSOCIAÇÃO "O AMOR É A RESPOSTA"**MARIANGELA BARBOSA FAZANO
MARCELO JOSÉ DA MOTA
BRUNO COELHO PEREZ**

O Design Social busca atuar onde os designers estão ausentes, que não há interesse da indústria em gerar soluções para melhorar a qualidade de vida, de um grupo socialmente excluído. Design social é a aplicação de metodologias de design para lidar com questões humanas complexas, colocando as questões sociais como prioridade. Historicamente, o design social tem em mente o papel e a responsabilidade do designer na sociedade, e o uso do processo de design para provocar mudanças sociais. Este projeto teve como proposta implantar um projeto de design social junto a uma entidade de terceiro setor, para que os estudantes vivenciassem o papel e a responsabilidade do designer na prática, produzindo um Manual de identidade visual completo e pormenorizado que auxilie a comunicação visual da entidade. Propor, por meio de um projeto ancorado nas estratégias do design, uma nova proposta de comunicação visual para a associação atendida, que os auxiliem em suas necessidades de melhoria das parcerias e voluntariado, por meio da reestruturação visual e de conteúdo do site e das redes sociais da entidade atendida. Diante de todas as propostas levantadas pelos estudantes, dentro do contexto do projeto, foi possível oferecer um projeto de design gráfico robusto e com comunicação visual eficaz elaborada e estudada visando as particularidades para as redes sociais e para o site da entidade atendida. - Imersão nos problemas de comunicação visual da entidade atendida; - Sensibilização sobre a nova perspectiva de ensino e aprendizagem. Fornecer resumo executivo com cronograma geral - CONTRATO DE APRENDIZAGEM; - Fornecer estrutura de briefing de atendimento (da área de design) voltado ao entendimento das características do cliente atendido; - Pesquisa exploratória para conhecer melhor a realidade das demandas; - As equipes de estudantes, após levantamento das estratégias para solucionar os problemas que foram detectados, se dividir em equipes e elaborar o plano de ação, o cronograma individual; - Fases/conteúdos: deve ser construído mediante ao cronograma geral - em efeito cascata e interdisciplinar. Contexto interdisciplinar: Webdesign, Fotografia, Ecodesign, Metalinguagem no design.