



Danilo Borges de Souza
Gabriela de Oliveira Melo
Jonathan Pereira dos Santos
José Raphael da Silva
Leticia Tavares Prado
Thaís Cristina da Costa Silva

CROWD
PLATAFORMA COLABORATIVA

SÃO PAULO – SP
2015



Etec Jornalista
Roberto Marinho

CENTRO PAULA SOUZA

 **GOVERNO DO ESTADO
SÃO PAULO**

Danilo Borges de Souza
Gabriela de Oliveira Melo
Jonathan Pereira dos Santos
José Raphael da Silva
Leticia Tavares Prado
Thaís Cristina da Costa Silva

CROWD
PLATAFORMA COLABORATIVA

Relatório final apresentado na disciplina de Desenvolvimento de Trabalho de Conclusão de Curso como requisito básico para a apresentação do Trabalho de Conclusão de Curso do Técnico em Multimídia.

Professores orientadores:

Irislane Mendes

Priscila Freire

Professor orientador técnico: Danillo Santos

SÃO PAULO – SP
2015

AGRADECIMENTO

Agradecemos primeiramente aos nossos queridos familiares que nos ajudaram nessa trajetória e estiveram conosco em todos os momentos, sendo eles bons ou ruins. Agradecemos também aos nossos professores por todo o aprendizado transmitido a nós e especialmente ao nosso orientador que tanto somou em nosso projeto. Gostaríamos de agradecer a todas as pessoas que contribuíram para a realização e finalização desse trabalho. Muito obrigado.

RESUMO

O trabalho em questão apresenta uma das grandes dificuldades enfrentadas por estudantes do eixo tecnológico de produção cultural e *design*: entrar no mercado de trabalho com um portfólio adequado. Adotou-se como público-alvo os estudantes do Centro Paula Souza. O estudo objetivou a criação de uma plataforma colaborativa para que esses estudantes desenvolvam projetos artísticos. A metodologia baseou-se em três objetos de pesquisa: a carência de iniciativas direcionadas a unir estes iniciantes, a dificuldade de adentrarem ao mercado e a busca por uma forma que representasse os ideais do projeto. Com o surgimento das problemáticas, descobriu-se o *crowdsourcing*, termo que se tornou modelo a ser seguido por significar a união de pessoas para solucionar problemas. O site funciona com a inscrição do projeto, que passa por uma análise para entrar no ar. Com a participação do público nos projetos, forma-se assim uma equipe para trabalhar nos projetos cadastrados.

Palavras Chave: *Crowdsourcing*. Plataforma colaborativa. Estudantes. Projetos artísticos.

ABSTRACT

The work in question presents one of the great difficulties faced by students of the technological axis of cultural production and design: entering the job market with an adequate portfolio. Were adopted as the target audience the students of the Centro Paula Souza. The study had as objective the creation of a collaborative platform for these students develop their artistic projects. The methodology was based in three research objects: The need for initiatives directed toward joining beginners, the difficulty of entering the market and the search for a form that represents the ideals of the project. With the growth of problems, was discovered the crowdsourcing, term that became the model to be followed by meaning the union of people to solve problems. The site works with the publication of a project, which goes through an analysis to go online. With the participation of the public in the projects, a team is then formed to work on the published projects.

Key-words: Crowdsourcing. Collaborative platform. Students. Artistic Projects

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Página inicial do Catarse.....	16
Figura 2 – Página inicial do Indigoo.....	17
Figura 3 – Página inicial do Bliive.....	18
Figura 4 – Painel semântico representando o público-alvo.....	19
Figura 5 – Painel semântico representando a identidade visual.....	20
Figura 6 – Cores presentes na paleta do projeto.....	21
Figura 7 – Algumas pessoas que representam o público-alvo.....	24
Figura 8 – Algumas pessoas que representam o público-alvo.....	25
Figura 9 – Ícones que representam as áreas artísticas abrangidas.....	27
Figura 10 – Variação de ícones representando pessoas.....	28
Figura 11 – Roughs de logo 1.....	30
Figura 12 – Rough do logo 2.....	30
Figura 13 – Roughs de logo 3.....	31
Figura 14 – Roughs de logo 4.....	31
Figura 15 – Roughs de logo 5.....	32
Figura 16 – Roughs de logo 6.....	32
Figura 17 – Roughs de logo 7.....	33
Figura 18 – Roughs de logo 8.....	33
Figura 19 – Logo final.....	34
Figura 20 – Aplicação do logo em canecas.....	34
Figura 21 – Aplicação do logo em materiais de trabalho.....	35
Figura 22 – Aplicação do logo em camisetas.....	35
Figura 23 – Aplicação do logo na horizontal.....	36
Figura 24 – Cartaz de divulgação do projeto.....	37
Figura 25 – Frente do folder.....	38
Figura 26 – Verso do folder.....	38
Figura 27 – Frente do flyer.....	39
Figura 28 – Verso do flyer.....	39
Figura 29 – Print de parte da animação.....	40
Figura 30 – Storyboard do início da animação.....	41
Figura 31 – Print 1 do site.....	43

Figura 32 – Print 2 do site.....	44
Figura 33 – Print 3 do site.....	44
Figura 34 – Print 4 do site.....	44
Figura 35 – Capa e foto do perfil do facebook.....	45
Figura 36 – Imagem que inicia o post “conheça o Crowd”	46
Figura 37 – Imagem que inicia o post “Exposição I Want You”.....	46

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	9
2. DESENVOLVIMENTO DA PESQUISA	11
2.1 Conceitos	11
2.2 Referências projetuais	16
2.3 Paineis Semânticos	19
2.4 Paleta de cores	21
3. DESENVOLVIMENTO DO PROJETO	23
3.1 Processos de criação	23
3.1.1 Identidade visual	23
3.1.2 <i>Naming</i>	28
3.1.3 Logo	29
3.1.4 Aplicações	34
3.2 Impressos	36
3.2.1 Cartaz	36
3.2.2 <i>Folder</i>	38
3.2.3 <i>Flyer</i>	39
3.3 Animação	39
3.4 Vídeo publicitário	42
3.5 <i>Site</i>	42
3.6 <i>Podcast</i>	45
3.7 Mídias sociais	45
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS	47
5. DIÁRIO DE BORDO	48
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	61
ANEXOS	63

1. INTRODUÇÃO

. Este trabalho de conclusão de curso propôs-se à investigação e implementação da colaboração e do *crowdsourcing*, termo criado por Jeff Howe, afim de denominar projetos realizados por um grupo distinto de pessoas, unidas pela internet a fim de atingir objetivos, tendo como motor o engajamento voltado a estudantes do eixo tecnológico produção cultural e design do Centro Paula Souza, visando conectá-los para que possam juntos desenvolver projetos.

Segundo Tapscott & William (2007) as constantes mutações nas formas de comunicação e tecnologia da atualidade, desencadearam a evolução de modelos de produção baseados na comunidade, colaboração e auto-organização ao invés de hierarquia e controle. A pesquisa foi desenvolvida percorrendo este contexto, para que o trabalho final fosse integrante da categoria de novos modelos de produção, uma vez que possui como motor o engajamento e funciona como um gerador não somente de projetos, mas também de coletivos e equipes de trabalho, compostas por indivíduos que partilham de um mesmo objetivo e recompensa.

Assim, uma questão se fez presente: como introduzir estudantes/iniciantes, dos eixos tecnológicos produção cultural e *design*, no mercado de trabalho? Sendo que todo ano, aproximadamente 1,5 milhão de jovens brasileiros iniciam sua busca pelo primeiro emprego no mercado de trabalho, segundo dados do Instituto da Cidadania.

Ademais, há também outra problemática que pode ser facilmente notada através de pesquisas ou observação direta: a carência de iniciativas, políticas ou plataformas que visem a comunicação e conexão voltada à criação de projetos entre alunos de diferentes cursos do Centro Paula Souza. Os cursos e conhecimentos são vistos isoladamente, separados tanto física quanto teoricamente, não havendo uma interação entre os mesmos, devido a falta de iniciativas que ultrapassassem as barreiras das salas de aula ou promovessem a integração entre as diversas áreas.

Considerando essas situações, adotou-se como intenção à criação e divulgação de uma plataforma colaborativa, que utilizasse o *crowdsourcing*, afim de conectar jovens estudantes de 16 a 25 anos (período de formação profissional no qual enfrenta as dificuldades citadas) do eixo tecnológico de produção cultural e design do Centro Paula Souza, para que juntos, unissem suas habilidades e conhecimentos em prol da realização de projetos em colaboração e co-criação.

Desta forma, em decorrência da criação da plataforma, os usuários poderiam se conectar, desenvolver projetos que preencham seus portfólios, tecer um *networking* e abrir caminhos na carreira. Logo, a relevância do trabalho se faz presente, pois o conhecimento é multifacetado e projetos são realizados a partir da aplicação das diversas áreas de conhecimento ofertadas pelos indivíduos. É necessário que haja integração entre conhecimentos e habilidades para que os objetivos sejam alcançados e, nada mais justo que aplicar essas premissas aos estudantes, auxiliando e incentivando seus projetos.

Segundo uma pesquisa de campo realizada com 100 estudantes do eixo tecnológico alvo, houve 98% de aceitação e interesse quanto ao desenvolvimento da plataforma; e interesse em participar de produções não remuneradas em que 49% participariam, 38% talvez.

Esses dados justificam a necessidade da elaboração de iniciativas que sanassem as problemáticas, tanto da inserção do jovem no mercado de trabalho, uma vez que há o desenvolvimento de material para o *portfólio* e a captação de experiências (quesitos significativos para o processo seletivo, gerando melhores possibilidades de contratação); quanto da integração, comunicação e colaboração entre os estudantes de áreas que se complementam, a fim de criarem projetos inovadores.

2. DESENVOLVIMENTO DA PESQUISA

2.1 Conceitos

O crowdsourcing

O termo *crowdsourcing* não possui uma tradução literal no português, porém, ao desconstruir a palavra e traduzi-la separadamente, segundo o dicionário online de *Cambridge* “*crowd*” significa multidão e “*sourcing*” fonte de informações. Entende-se *crowdsourcing* como “fonte de informações vinda de uma multidão”. Ou seja, a partir do momento que pessoas se reúnem para resolver algo, elas estão utilizando o *crowdsourcing*. Diante disso, muitas empresas usam dessa técnica para testar os seus produtos antes de introduzi-los no mercado.

Mas essa técnica também serve para a criação de novos projetos, segundo Jeff Howe, jornalista que elaborou o termo em 2006, o *crowdsourcing* pode ser definido como a origem de uma cadeia de trabalho composta por pessoas de qualquer área, dispostas a solucionar problemáticas e desenvolverem projetos, tendo como recompensa a experiência em si.

A partir de Howe, houveram outros autores que ousaram estudar a respeito do termo, como Tapscott & William (2007; pg 1) explanando a respeito de como a colaboração em massa pode alterar muitos comportamentos no meio corporativo:

“Através da história, corporações se organizaram de acordo com estritas linhas hierárquicas de autoridade. Todos são subordinados a outra pessoa. Sempre havia alguém ou alguma empresa no comando, controlando as coisas no ‘topo’ da cadeia alimentar. Enquanto hierarquias não estão desaparecendo, mudanças profundas na natureza da tecnologia, na demografia e na economia global estão dando evolução a novos modelos poderosos de produção, baseados na comunidade, colaboração e auto-organização ao invés de hierarquia e controle. Empresas inteligentes estão encorajando ao contrário de destoar o crescimento massivo de comunidades online”. (2007; pg 1)

Escambo

De acordo com uma entrevista concedida pelo docente de história na ETE Lauro Gomes, Gilka Silva Pimentel, escambo significa o ato de trocar algo sem o

intermédio de uma moeda, ou seja, troca uma mercadoria por outro produto sem a necessidade do envolvimento de dinheiro.

Povos primitivos já utilizavam o escambo como forma de comércio e no Brasil, como demonstra Celso Furtado (2005) em seu livro Formação econômica do Brasil, o ápice ocorre durante o início do século XVI através da troca que índios realizavam com os europeus, trocando pau-brasil por quinquilharias. Trazendo o escambo para um contexto atual percebe-se que o mesmo já não é facilmente encontrado, principalmente devido a presença do capitalismo, mas pode ser presenciada esse tipo de troca em diversas tribos indígenas brasileiras.

O coletivo

Segundo o dicionário moderno Michaelis online, o coletivo pode ser entendido com dois significados predominantes; Como um mero adjetivo para denominar aquilo que pertence ou é relativo a muitas coisa ou pessoas e gramaticalmente falando, a palavra usada para exprimir o conjunto de muitos indivíduos.

Para melhor compreensão de todo e qualquer assunto, é preciso ter um início, uma primeira impressão para só então aprofundá-lo e por este motivo, descrições dadas por dicionários são cabíveis para introduzir temas como este, tão falado nos dias atuais, porém carente de explicações sucintas.

Segundo a visão que Cezar Migliorin expõe no livro Teia: 2002 – 2012 (2012; pg 2), um coletivo pode ser visto e entendido como sendo muito mais do que apenas um agrupamento de pessoas:

Um coletivo é mais que um e é aberto. Essa é uma primeira característica que evita que tratemos os coletivos como um grupo, como algo fechado; melhor seria dizer que um coletivo é antes um centro de convergência de pessoas e práticas, mas também de trocas e mutações. Ou seja, o coletivo é aberto e seria, assim, poroso em relação a outros coletivos, grupos e blocos de criação – comunidades. Tal prática coletiva não significa que um coletivo se crie simplesmente com todos produzindo junto: ele se cria porque pessoas compartilham uma intensidade de trocas maiores entre elas do que com o resto da comunidade, do que com outros sujeitos e práticas e, em um dado momento, encontram-se tensionadas entre si. O coletivo, assim, é uma formação não de certo número de pessoas com ideais comuns, mas de um bloco de interesses, afetos, diálogos, experiências aos

quais certo número de pessoas adere, reafirmando e transformando esse mesmo bloco. Um coletivo não faz unidade, mas é formado por irradiação dessa intensidade, um condensador, agregador de sujeitos e idéias, em constantes aproximações, distanciamentos, adesões e desgarramentos. Um coletivo é, assim, fragilmente delimitável seja pelos seus membros, seja por suas áreas de atuação e influência, e seus movimentos – um novo filme, um festival, uma intervenção urbana ou política – não se fazem sem que o próprio coletivo se transforme e entre em contato com outros centros de intensidade.

Um coletivo pode ser definido também, como uma versão um pouco mais física e um pouco mais *off-line* do *crowdsourcing*, que requer mais engajamento. Migliorin compara o funcionamento de um coletivo com o de uma residência, no sentido de que o desinteresse de um indivíduo quanto à manutenção do coletivo ou de projetos que ele realiza, pode prejudicar todo o processo. Assim como ocorre numa moradia, todos dentro do mesmo teto devem estar atentos às necessidades e afazeres, ou há sobrecarga, porque o regime de trabalho é liberal, não fundado a partir de rotina e hierarquia rígida. Entretanto, afirma que essa crise constante é completamente comum e até necessária devido ao convívio de indivíduos que possuem enraizados em sua natureza diferentes padrões mentais, fluxos de trabalho e diversos níveis e formas de empenho, agregados e convergindo em favor de um projeto; De certa forma, a inconstância que é constituída por experiências, conhecimentos e investimentos é o que mantém funcionando as engrenagens de velocidades e tamanhos singulares que compõem um coletivo.

Princípios da co-criação

Ainda não havia princípios estritamente definidos a respeito de co-criação, até surgir a idéia, em uma reunião chamada Festival de Idéias em 2011, iniciada pelo Centro Ruth Cardoso e parceiros -V2V.net, Mandalah e Engage (Catarse)-. As diretrizes foram estruturadas com a ideia de decorar o ambiente e foram inseridas em um cartaz, simplificadas nas seguintes sentenças:

- Entrada e tema abertos

Qualquer pessoa pode entrar para co-criar e para propor temas inesperados.

- Desfecho aberto

Não há um resultado esperado a ser alcançado.

- Processo *free*

Não há uma metodologia ou um conjunto de passos que as pessoas devam seguir para atingir um objetivo prefixado. Somente livre-conversaão.

- Estrutura distribuída

Em um campo de co-criação todos interagem em igualdade de condições (não há dirigentes, professores, palestrantes, coordenadores ou facilitadores: todos os co-criadores são *netweavers*)

- Dinâmica interativa

A co-criação não tem procedimentos participativos (como a reunião coordenada, a votação e a construção administrada de consenso). Ninguém precisa acatar decisões. Todos são livres para interagir como quiserem.

Benefícios da co-criação

A co-criação é o conceito de *marketing* que reúne pessoas para criar novas ideias, serviços ou produtos, gerando novos projetos ou negócios. De acordo com Denise Eler, em entrevista para o canal do *Youtube* “Emprego e Renda”, a ideia é criar valor a partir da criação conjunta. Nessa estratégia, é permitido que qualquer pessoa participe para propor as suas idéias, com igualdade e onde todos são criadores.

O conceito de co-criação não se pode ser resumido aos negócios, pois ela já acontecia no campo da biologia e da sociologia. Com o mercado cada vez mais social, a co-criação está ficando muito mais comum expresso no texto *Multiversidade* de Augusto Franco (2012):

“O florescimento nos últimos anos de ambientes de co-criação é um dos sintomas da emergência dos processos de *Multiversidade*. Esses ambientes estão brotando, sob diferentes formas, em vários lugares. A única condição para neles interagir é o desejo de interagir a partir da apresentação de uma idéia ou da livre adesão a uma ideia já apresentada. Configura-se, a partir daí, uma comunidade de aprendizagem-criação que vai desenvolver a ideia. Ideias análogas ou congruentes se relacionarão, polinizando-se mutuamente, reconfigurando as comunidades originais. As novas ideias combinadas são transformadas em projetos (uma espécie de *design thinking*, mas sem

metodologia ou sequência de passos pré-determinada). E os projetos resultantes, teóricos ou práticos, vão então ser realizados, muitas vezes em interação com outros projetos semelhantes ou convergentes. O aprendizado que tal processo proporciona é incomparavelmente maior do que aquele que se pode obter subordinando-se a uma instituição hierárquica de ensino e pesquisa controlada. Lugares de *co-creation* tendem a proliferar nas cidades. A multivercidade emergirá na medida em que florescerem experiências glocais na cidade-rede”

Com a iniciativa da co-criação algumas vantagens são atribuídas a quem participa, como aprender com novas idéias e com os parceiros de trabalho, evoluindo com as experiências propostas na co-criação. No processo, podem gerar novas fontes de referências e valores sob olhares diferentes, criando futuras oportunidades.

Estratégia *Win – Win*

A relação *win-win* (ganha-ganha) é uma estratégia da qual ambas as partes tem o compromisso e a parceria de serem beneficiadas igualmente, tanto em experiência como em colaboração.

Podemos usar como exemplo alguns esportes, como o tênis, que no qual é um esporte individual sendo obrigatoriamente uma relação ganha e perde, já o frescobol é uma relação de trabalho em equipe que resulta em ganha-ganha.

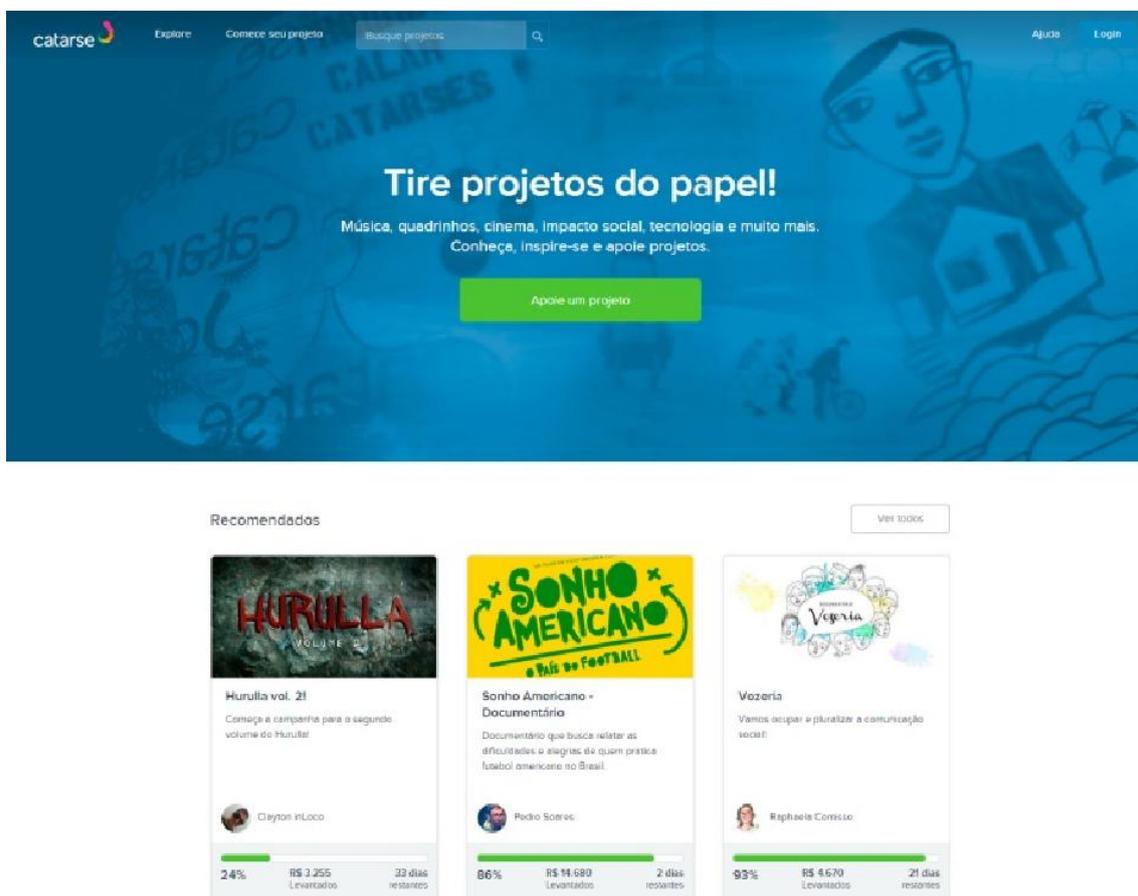
A estratégia *win-win* pode ser exemplificada da seguinte maneira: um responsável por um projeto precisa de alguém para completar a sua equipe, ao mesmo tempo que alguém está precisando trabalhar para poder gerar material para seu *portifólio*. Ao se unirem ambos estarão ganhando, e usufruindo da estratégia *win-win*.

Para obter este tipo de relação é preciso planejar-se antecipadamente. É importante que todos os envolvidos conheçam sua importância no processo, isso ajuda o comprometimento e empenho dos indivíduos.

2.2 Referências projetuais

Catarse (<https://www.catarse.me/pt>)

Figura 1:



O catarse é uma plataforma de financiamento coletivo (*crowdfunding*), que abriga diversos tipos de projetos. Os usuários estipulam uma quantia que julgam necessária para a realização do projeto e este permanece em exposição até que o valor seja arrecadado ou até o fim do prazo estipulado no site (de 1 a 60 dias). Caso a quantia não alcance o valor, o dinheiro é devolvido aos doadores e caso seja atingida, o catarse fica com 13% do valor total que foi arrecadado.

Essa plataforma apresenta como lados positivos os seguintes itens:

- Marca renomada (referência nacional);
- Facilidade de cadastro com o *facebook*;
- O site possui uma interface simples, os usuários não encontram dificuldades

para encontrar projetos;

- Na descrição dos projetos os textos, imagens demonstrativas, infográficos etc são enviados pelos próprios idealizadores dos projetos;
- O usuário pode escolher uma recompensa baseado no valor que é doado;

Em compensação, seu principal ponto negativo é o fato de ser uma plataforma muito abrangente, com diversos públicos, o que pode confundir os usuários do site.

Indigoo (<http://indigoo.com.br>)

Figura 2:



É uma plataforma de ações publicitárias colaborativas para mídias sociais, no qual os usuários podem ser remunerados por suas criações artísticas variadas. Essa remuneração é baseada no número de visualizações no site. Além disso, as pessoas podem se conectar e criar *networking* para futuros projetos. Esse projeto apresenta os seguintes pontos positivos:

- Facilidade de cadastro com o *facebook*;
- Apesar de ainda estar na versão beta, o site apresenta um bom visual;
- A barra de menu é fixa, ou seja, mesmo descendo a barra de rolagem do

navegador, o menu continua aparecendo no topo;

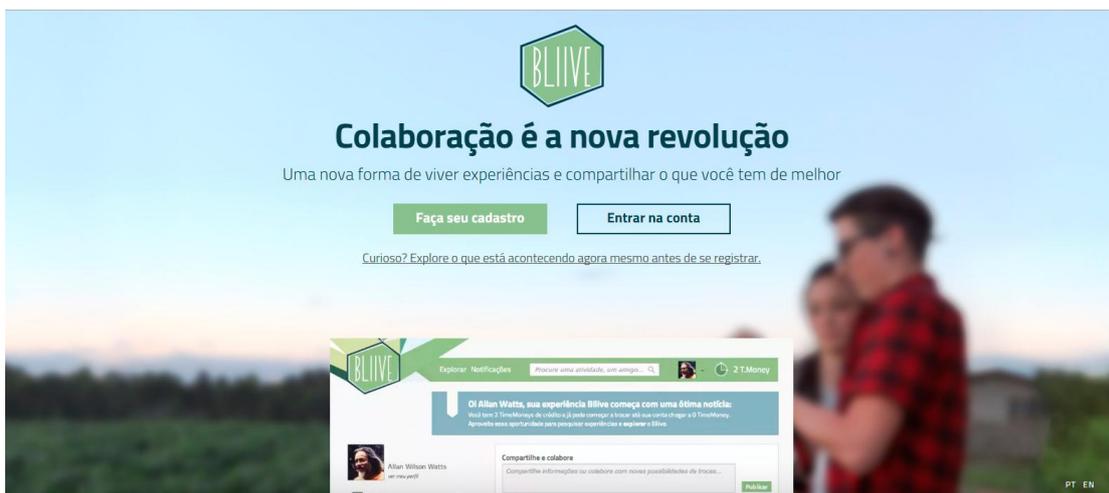
- Ao clicar numa miniatura de projeto, uma segunda tela é mostrada por cima da página anterior, apresentando informações básicas do projeto, sem redirecionamento a uma nova página, o que acontece apenas quando você desejar ver mais detalhes da proposta;

O mesmo projeto apresenta os seguintes pontos negativos:

- Em alguns navegadores a visualização do site é comprometida;
- O site vem apresentando a versão beta por um longo período de tempo;

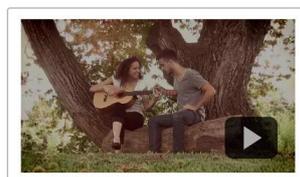
Bliive (<http://bliive.com>)

Figura 3:



O Bliive é a rede colaborativa de troca de tempo

veja como esta inovação já está acontecendo



O *Bliive* é uma rede colaborativa de troca de tempo, onde é possível trocar experiências por "*TimeMoney*" (moeda usada no projeto), as pessoas oferecem ou procuram experiências no site.

Apresenta como principal ponto positivo a facilidade de cadastramento com o *facebook*. E como pontos negativos podemos encontrar os seguintes:

- No site é dito que existe uma moeda que é trocada por qualquer coisa, mas não é especificado como é possível e pelo que se pode trocar;
- Não há uma barra de menu na home do site, apenas em outras páginas;

2.3 Painel Semântico

Painel de público

Figura 4:



No painel semântico de público é demonstrado a profissão do nosso público alvo, mostrando a que área eles pertencem, as habilidades que são desenvolvidas e quem são eles.

Considerando essas áreas de atuações e referindo-se ao eixo tecnológico de produção cultural e *design* do Centro Paula Souza, atingiremos os seguintes cursos: artes dramáticas, canto, dança, modelagem de vestuário, multimídia, processos fotográficos e produção de áudio e vídeo, sendo que o curso de comunicação visual será introduzido em multimídia, pois as grades curriculares são semelhantes em algumas habilidades obtidas, assim, evitando repetições de conteúdo nas páginas. Existem outros cursos do mesmo eixo, porém, o projeto é direcionado para que os estudantes possam criar projetos entre si, utilizando os conhecimentos e habilidades adquiridas em determinada área.

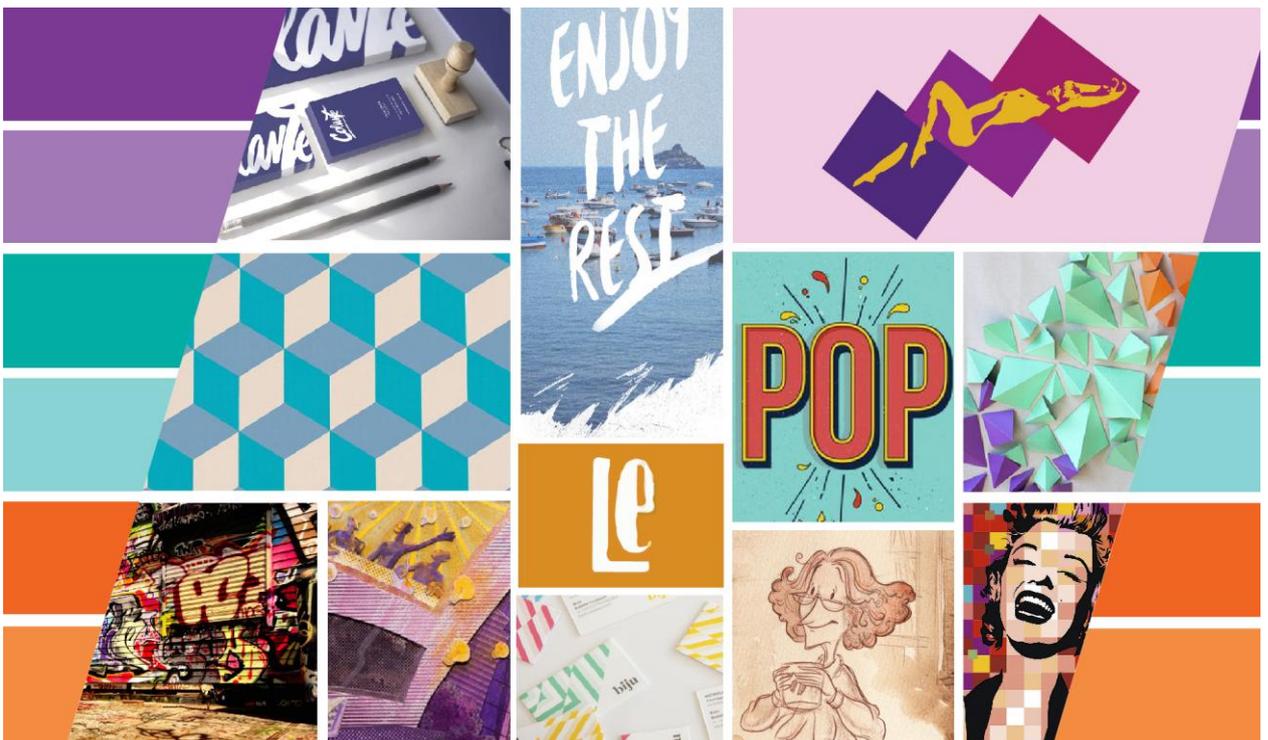
No painel semântico, as colunas foram divididas em três:

- Cursos: imagens que representam os cursos que irão participar do projeto;
- Arte: as habilidades que o estudante de cada área pode proporcionar e o tipo de serviço que ele tem capacidade de oferecer ;
- Quem faz: Os profissionais que irão atuar nos projetos publicados no site.

Ao finalizar o painel foi notado que ele não representava a identidade visual do projeto. Por esse motivo um segundo painel foi montado.

Painel de identidade visual

Figura 5:



A identidade visual do projeto usa como principal referência o movimento artístico denominado *Pop Art*, movimento esse que eclodiu durante a década de 60. Desse movimento retiramos as formas e arquiteturas das peças. Assim como dessa mesma maneira, através de observação direta, buscamos outras referências visuais que podem ser visualizadas neste painel.

2.4 Paleta de cores

Figura 6:



Para a escolha presente em nossa paleta fizemos um estudo sobre a *Color Wheel* (Roda de Cores ou Circulo Cromático). A mesma tem inúmeras maneiras de ser compreendida e aplicada, com diversas combinações diferentes.

Optamos por seguir a linha da triádica. Na triádica são escolhidas 3 cores dentro da roda, e entre elas deve se forma um ângulo de 120°. Essas cores acabam por ser bem contrastantes entre si, formando um efeito visual agradável.

As três cores que correspondem a nossa paleta são:

Roxo: RGB – 110 – 36 – 116

CMYK: 69% - 100% - 14% - 4%

Laranja: RGB – 231 – 95 – 12

CMYK: 2% - 73% - 100% - 0%

Verde: RGB – 3 – 165 – 15

CMYK: 77% - 8% - 44% - 0%

Optamos também por combinar tons mais claros das cores citadas acima para se tornarem cores complementares das primeiras, além de ao longo do projeto essas cores sofrerem variações. Mesmo assim, as cores complementares são:

Tom do roxo: RGB – 134 – 48 – 137

CMYK: 58% - 93% - 0% - 0%

Tom do laranja: RGB – 238 – 117 – 36

CMYK: 0% - 64% - 91% - 0%

Tom do verde: RGB – 59 – 183 – 181

CMYK: 69% - 0% - 34% - 0%

Em relação ao projeto cada cor presente nessa paleta tem a sua função. O verde traz consigo um efeito de calma e pode aliviar o estresse, é uma cor equilibrada que também é capaz de representar estabilidade e possibilidade. Já o laranja, apesar de também ser uma cor equilibrada, é vibrante e cheia de alegria, remete bastante ao público jovem. E por fim o roxo, assim como o verde, é uma cor calma que atinge a área do cérebro que estimula a criatividade e a resolução de problemas.

3. DESENVOLVIMENTO DO PROJETO

Descrição

O projeto propõe a criação de uma plataforma que auxilia estudantes na faixa etária de 16 a 25 anos do eixo tecnológico de produção cultural e *design* do Centro Paula Souza e escolas/cursos similares a se conectar uns com os outros para desenvolvimento e projetos em parceria – colaboração e co-criação -, com a finalidade de ampliação de seus portfólios, novos negócios e construção de *networking*.

Propriedades

- **Site**

É a principal mídia do projeto. Consiste numa plataforma multimídia que expõe e conecta, de forma segura, projetos de estudantes interessados em fornecer e contratar capital humano, em benefício da criação de portfólio e *networking*.

- **Vídeo publicitário**

Idealizado afim de promover o projeto nas redes sociais com maior facilidade, tendo em mente que vídeos fazem bem mais sucesso em termos de publicidade e interação do público.

- **Peças gráficas**

Serão elaboradas peças gráficas também para ampliar a divulgação. Para que esse tipo de anúncio alcance um número mais do que considerável de público alvo, os cartazes possuem intuito de serem expostos em instituições de ensino do eixo tecnológico de produção cultural e *design* e outras escolas.

3.1 Processos de criação

3.1.1 Identidade visual

Os princípios escolhidos pelo o grupo para gerar a identidade visual foi a união de pessoas para realizar um projeto. Partindo disso, a forma escolhida foi o triângulo. De acordo com a psicologia das formas, o triângulo se refere ao indivíduo. O conceito dos triângulos se conectando é referente à união que os estudantes vão fazer em suas parcerias.

As fotografias utilizadas para compor a identidade visual, foram de autoria do grupo. Sendo que as pessoas que participaram das imagens tiveram conhecimento de que estariam participando de um projeto acadêmico, assinando uma autorização de uso de imagem. No total foram 35 fotografias, mas não foram todas utilizadas. As imagens foram aplicadas no site e nas peças gráficas. Todos os participantes foram escolhidos a partir de um perfil estabelecido pelo grupo antecipadamente: pessoas jovens, que tivesse aparentemente a idade de 16 e 25 anos e com um estilo informal, para que pudessem representar o público-alvo.

Após as fotografias passarem por um tratamento no *Adobe Photoshop*, foram destinadas para o uso no site e nas peças gráficas.

Fotografias da identidade:

Figura 7:



Figura 8:



Tipografia

As tipografias utilizadas ao longo do projeto foram definidas para que pudessem ter leitura em diferentes aplicações, são estas:

Open Sans: esta fonte foi escolhida para textos corridos por ser uma fonte sem serifa e de fácil compreensão. Toda a família dela foi utilizada (*light, regular, semibold, bold e extrabold*).

A B C D E F G H I J K L M
N O P Q R S T U V 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 v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
! ? @ # \$ % * ()

Open Sans

Bebas Neue: Fonte utilizada em peças gráficas e em redes sociais para destacar frases e palavras importantes.

A B C D E F G H I J K L M
N O P Q R S T U V 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 V W X Y Z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
! ? @ # \$ % * ()

BEBAS NEUE

Clemente Pdaq: Fonte utilizada em poucos momentos. Presente nos flyers como título e no comercial.

A B C D E F G H I J K L M
N O P Q R S T U V 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 v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

! ? @ # \$ % * ()

Clemente Pdaq

Iconografia

Os ícones usados no projeto seguem de maneira geral, as tendências do *flat design*, com cores mais chamativas e que fossem parecidas ou que oferecessem um bom contraste com as cores usadas na paleta de cores do projeto. Além disso, os ícones apresentam formas simples e de fácil assimilação. Foram produzidos diversos ícones que estão relacionados e/ou representam as mais diversas áreas artísticas abrangidas pelo projeto.

Figura 9:



Além de uma variação de ícones representando pessoas de diferentes estilos, sexos, etnias ou ideologias.

Figura 10:



O mesmo padrão de ícones foi usado tanto na animação, quanto no cartaz, folder e também no site, procurando manter um padrão visual em todas as peças desenvolvidas.

3.1.2 Naming

O *naming* do projeto passou por um longo processo de criação. Primeiramente o nome "A Ponte", provindo da pré-produção do Trabalho de Conclusão de Curso, foi mantido, pois mesmo com a mudança de projeto a ser seguido o nome se encaixava no atual, pois representava a conexão entre nosso público alvo. Porém, não possuía o peso e a força desejada em um nome para o projeto.

Após diversas pesquisas e ainda seguindo essa linha de significado e a conexão entre o usuários, chegou-se em diversos nomes, tais como: *Conexus*, *Cocria*, *Nexus* etc. Ainda sim nenhum deles expressava com clareza o que queríamos transmitir.

Depois, foi adotado o nome Prelúdio, que traz a significação "aquilo que vem antes, o que antecipa". Ele se adequou ao projeto no sentido de que o mesmo seria a entrada do público-alvo ao mercado de trabalho. Mas este nome acabou sendo descartado por ser muito genérico, logo, serviria para todo tipo de projetos e iniciativas.

Um novo nome foi proposto: "Fábrica de Projetos". De acordo com o dicionário um dos significados atribuídos a palavra fábrica é o de "estabelecimento industrial onde se transformam matérias-primas em produtos destinados ao consumo, ou que se dedica à produção de outras mercadorias", seguindo esse termo, apesar de não sermos uma indústria, seríamos o intermédio entre esses "operários" que irão trazer sua matérias-primas individuais para, juntos, criarem um produto final que possa ser levado ao mercado consumidor.

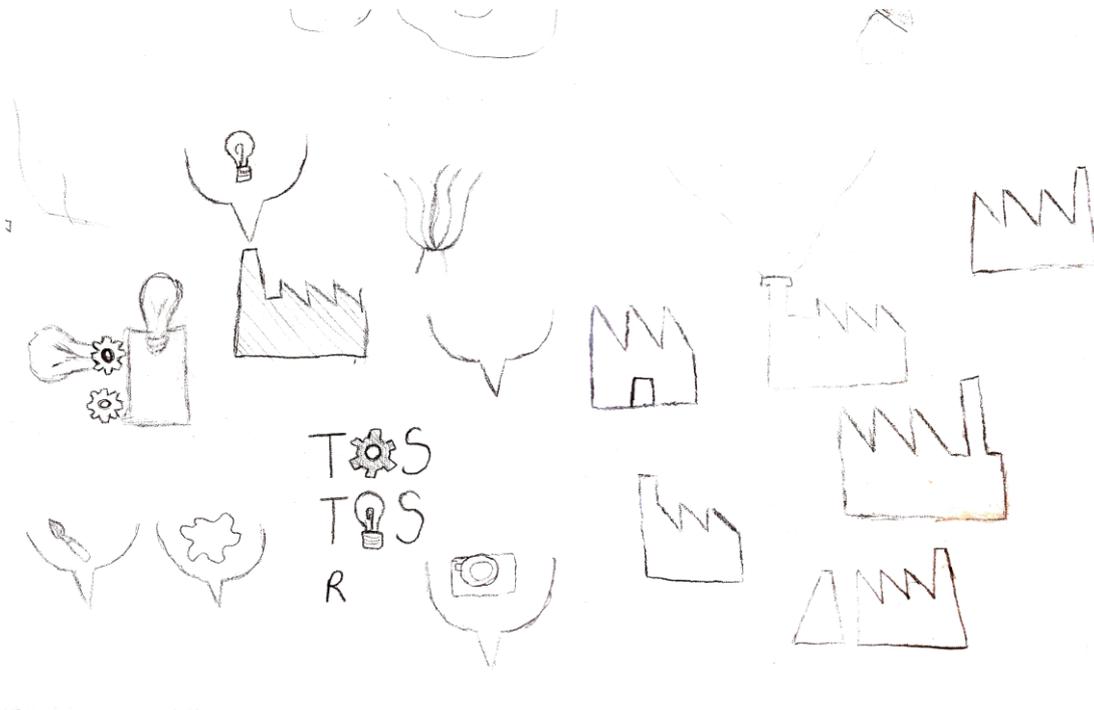
Ao partir para o desenvolvimento do projeto foi notado que esse nome necessitava de uma identidade visual pesada, rústica e firme. O que definitivamente não era a intenção. O nome foi mudado.

O nome final adotado foi *Crowd* - termo inglês que significa multidão -, esse nome é curto, de fácil memorização e transparece o que projeto é: uma multidão de pessoas. Multidão essa que pretendemos conectar através do projeto. A partir desse nome a identidade visual tomou forma e pode ser definida.

3.1.3 Logo

O primeiro desenvolvimento do logo se deu a partir do nome "Fábrica de Projetos". No início a intenção era dar ênfase à palavra "projetos", já que esse era o foco principal. Após alguns *roughs* foi notado que não haveria como fugir do conceito de fábrica.

Figura 11:



E nesse momento que foi constatado que era necessário aderir uma identidade visual pesada. Foi então que começou a produção de logos com essa linguagem.

Figura 12:



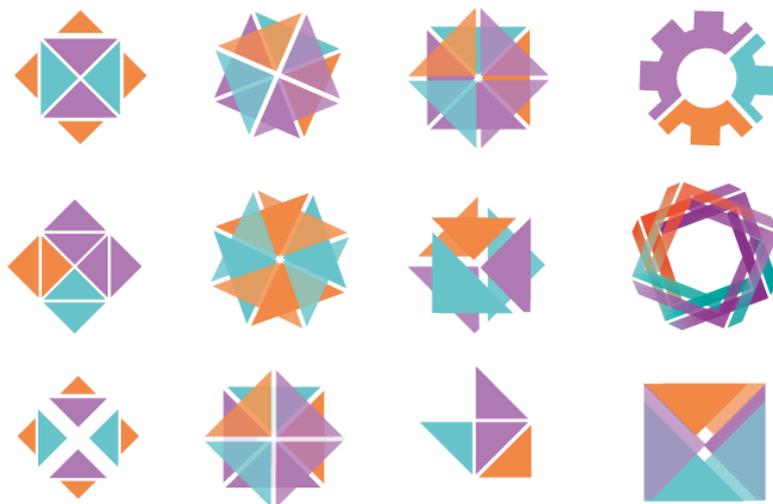
Percebeu-se que essa não era a intenção de linguagem que o projeto pretendia seguir e outra linha foi seguida para mudar a identidade passada, usando como recurso a tipografia, com mais serifa e manuscrita.

Figura 13:



Com a construção do logo a partir da tipografia foi percebido a necessidade de um ícone para a fixação da marca. Esse ícone deveria representar o projeto, no nosso caso ele teria que indicar a conexão de diversos indivíduos em prol de um único fim. A partir disso, diversos ícones foram criados.

Figura 14:



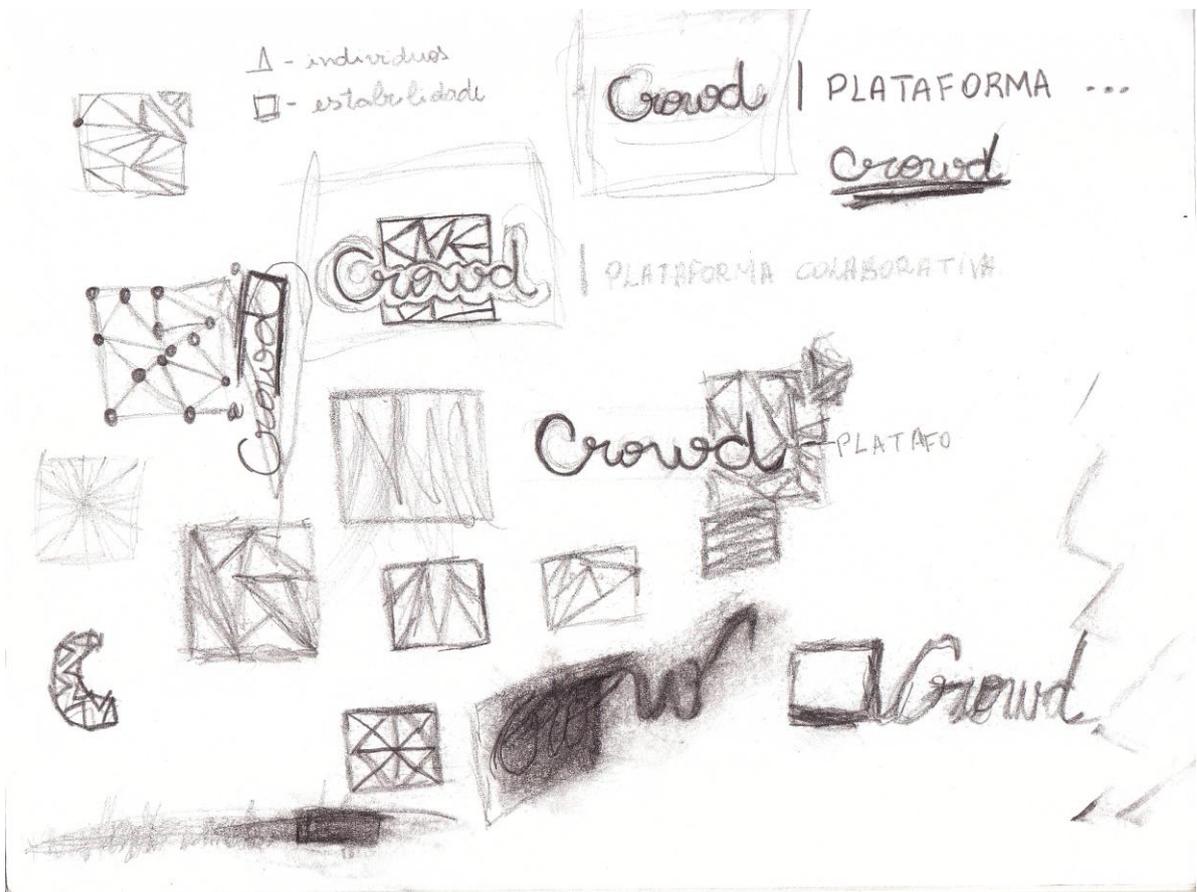
Após uma linha de ícone ser definida, alguns deles foram unidos à tipografia como tentativa de um logo final.

Figura 15:



Após a mudança do nome do projeto decidimos seguir com a mesma linha: ícone unido à tipografia. Seguindo o mesmo conceito para o ícone fizemos mais *roughs* para chegar a algo que representasse de fato o projeto.

Figura 16:



A partir daí estudamos a Gestalt terapia, teoria desenvolvida por Fritz Perls e a visão de autores como Liz Greene (1999), constatando então que o triângulo representa o indivíduo, enquanto o quadrado representa estabilidade. Unindo as duas formas chegamos a um conceito de ícone que se encaixou perfeitamente ao projeto: novos integrantes, representados por triângulos, chegariam ao projeto, triângulos que quando juntos formariam um quadrado. Junto a isso, se uniu também a tipografia cursiva, representando algo artístico, feito a mão.

Figura 17:



Nesse momento os próximos esboços feitos foram para a adequação de leitura e identidade.

Figura 18:



Após a pré-banca foi notado que a impressão era de que os triângulos estavam saindo do quadrado, não se juntando a ele. Com a devida correção e alinhamento o logo final foi fechado.

Figura 19:



3.1.4 Aplicações

O logo pode ser aplicado das seguintes maneiras em relação a fundos: pretos, brancos e/ou com alguma cor presente na paleta de cores do projeto.

Figura 20:



Figura 21:



Figura 22:



Em relação a sua forma o ícone pode ser apresentado ao lado da tipografia da seguinte forma:

Figura 23:



3.2 Impressos

3.2.1 Cartaz

O cartaz foi feito para a divulgação do projeto nas escolas onde nosso público-alvo se encontra. As palavras “Crie; Colabore; Realize; Surpreenda;” escritas com a fonte *Bebas Neue*, tem a intenção de apresentar o que o projeto quer despertar em seus participantes:

- Crie: O usuário vai criar novas ideias para um projeto;
- Colabore: O usuário poderá colaborar em outros projetos;
- Realize: O projeto poderá ser realizado
- Surpreenda: Após finalizar o projeto, o participante pode se surpreender com o resultado.

O material utilizado foi papel *couchê*, 250 g no tamanho A3.

Figura 24:



The graphic features a large green triangle on the left side, composed of smaller white triangles. Each white triangle contains a portrait of a diverse young person. To the right of this triangle, the word "Crowd" is written in a white, cursive font, set against an orange square background with a white geometric pattern. Below "Crowd" is the text "plataforma colaborativa" in a smaller, white, sans-serif font. Further down, the words "CRIE COLABORE REALIZE SURPREENDA" are stacked in large, bold, white, sans-serif capital letters. At the bottom of the green area, the website "www.sitecrowd.com.br" is written in a white, sans-serif font.

Crowd
plataforma colaborativa

**CRIE
COLABORE
REALIZE
SURPREENDA**

www.sitecrowd.com.br

 ESCOLA TÉCNICA ESTADUAL
JORNALISTA
ROBERTO
MARINHO

CENTRO PAULA SOUZA

 GOVERNO DE
SÃO PAULO



3.2.2 Folder

A participação do público no *site* irá funcionar de duas maneiras: a inscrição de um projeto autoral no site ou a colaboração, por parte do usuário, em um projeto já cadastrado. Partindo disto, o folder foi desenvolvido para divulgar o *Crowd* e para informar o leitor de como a sua participação poderia ser efetuada.

O folder foi construído em forma de “escada”, demonstrando a ascensão do jovem estudante em sua vida profissional, sugerindo que a plataforma colaborativa *Crowd* seja um passo auxiliador, tanto da realização de projetos, quanto da inserção desses jovens no mercado de trabalho.

Para fazer o material, foi primeiramente utilizado o *software Adobe Photoshop* para a produção do *background* da frente e do verso. Para os textos obterem uma qualidade melhor de impressão, o arquivo foi transferido para o *Adobe Illustrator*. Após digitar os textos, foram feitas as marcas de corte e o arquivo foi fechado em *pdf* para enviar para a gráfica.

As dimensões do folder são de 10cm x 20cm. Utilizou-se o papel *couchê*, 150 g para a confecção.

Figura 25:



Figura 26:



3.2.3 Flyer

O *flyer* foi desenvolvido para a divulgação em massa do projeto. Ele contém informações do funcionamento do projeto. É uma forma mais barata do *folder*. E justamente por esse motivo é usada como ferramenta de divulgação em massa.

O material utilizado é do tamanho A5 e impresso em papel *couchê* 150g.

Figura 27:



Figura 28:



3.3 Animação

Apresenta o formato de infográfico, modelo que segundo a Associação Brasileira de Imprensa:

“É uma forma de representar informações técnicas como números, mecanismos e/ou estatísticas, que devem ser sobretudo atrativos e transmitidos ao leitor em pouco tempo e espaço. Normalmente utilizado em cadernos de Saúde ou Ciência e Tecnologia, em que dados técnicos estão mais presentes, o infográfico vem atender a

uma nova geração de leitores, que é predominantemente visual e quer entender tudo de forma prática e rápida. Segundo pesquisas, a primeira coisa que se lê num jornal são os títulos, seguidos pelos infográficos, que, muitas vezes, são a única coisa consultada na matéria.” (CAIXETA, 2005, p. 1)

A animação foi desenvolvida com o propósito de explicar de uma forma rápida e direta como funciona o projeto. Pensando nisso, as transições são bem rápidas, e a linguagem utilizada não é complexa. Quanto ao visual, foi utilizado um *background* verde, com uma textura sutil, gradiente ao centro e vinheta, para melhorar o contraste com os elementos apresentados. Os ícones são simples, com cores chamativas e contrastantes com o fundo, e representam algumas das diversas áreas abrangidas pelo projeto, diferentes tipos de pessoas e outros itens que complementam as cenas. Quanto à tipografia, foi utilizada a fonte *Bebas Neue*, branca. Todo o processo foi desenvolvido no *software After Effects* e *Illustrator*, exceto a animação do logotipo do projeto, que possui elementos em 3D, desenvolvidos com o auxílio dos *softwares*: *3Ds Max* e *Element*, além do próprio *After Effects*. Depois de concluída, a animação foi vinculada no *YouTube* e no *Blog* do *Crowd*, além de divulgada pela página do projeto no *Facebook*.

Figura 29:

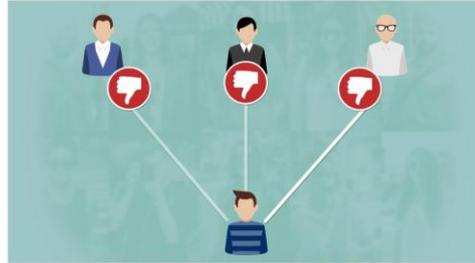


Figura 30:

Aparece o icone de pessoa, seguido dos icones artísticos



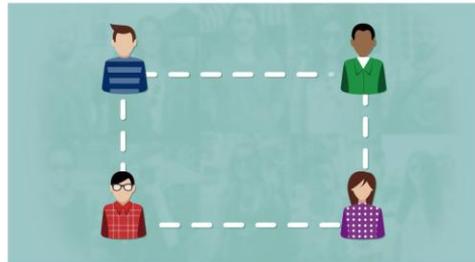
O icone de pessoa desce e dá lugar aos icones de empresários, em seguida aparecem traços e os icones de rejeição



Saem os empresários e entram os estudantes, seguidos dos traços e icones de aprovação



Os estudantes se conectam com traços



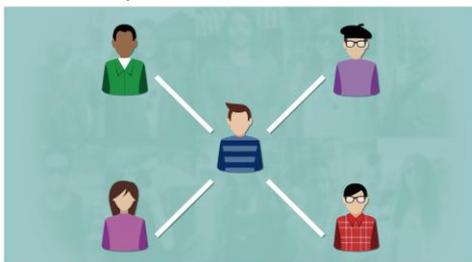
Estudantes giram ao redor do estudante principal



O icone do estudante cresce, e descem icones que representar o portfólio



Estudantes com traços entre eles, representando o network



O icone do estudante cresce, e do lado aparecem icones relacionados a experiência



3.4 Video publicitário

A peça publicitária foi escolhida para divulgar o objetivo do projeto. Durante o processo de criação, decidiu-se que o essencial seria mostrar as áreas artísticas de maior foco e representar a colaboração entre elas. Para isso, foram apresentados estudantes de diferentes meios artísticos interagindo profissionalmente.

Para desenvolver uma identidade visual, as cenas seguiram um formato "zoom out", onde o início do enquadramento é um "Plano *Close Up*", e a câmera se afasta até chegar a um "Plano Médio".

A trilha sonora do comercial, consiste em uma música eletrônica, com batidas frequentes, e que busca passar uma sensação de reflexão no espectador.

Para definir em quais momentos os vídeos seriam cortados, a trilha sonora foi usada como referência, já que a troca de uma cena para outra acontece exatamente sincronizada com as batidas da música. Durante cada cena, também acontecem cortes sincronizados com a música, essa foi uma forma de manter a velocidade do vídeo e da música em sincronia.

Textos com palavras-chave do projeto também foram adicionados, com o intuito de reforçar nosso objetivo, eles intercalam com cenas de interação entre os estudantes. E para se manter na identidade visual do *Crowd*, o fundo nessas cenas, são vídeos desfocados e que seguem a paleta de cores do projeto.

No final, aparece a logo do *Crowd* sobre a "URL" do site, que é nossa plataforma principal, seguido das logos das instituições apoiadoras.

3.5 Site

Tendo em mente que o *site* é um dos principais alicerces do projeto, pensou-se em não somente fazê-lo apenas pensando no *design* da *interface* (ou *UI Design*), mas também organizar e estabelecer a navegação do *site* com *UX design* (*design* de experiência e navegação do usuário na *web*), desta forma, como menciona Russ Unger no livro "A *Project Guide to UX Design*" (2012) o *site* demonstrará nossos conceitos e transmitirá sensações ao usuário, influenciando suas percepções e comportamentos.

O *site* é adaptado tanto às novas telas de retina quanto às normais. As cores de nossa paleta foram empregadas de forma a não agredir o olho do usuário - *stress free*- permitindo uma melhor navegação. Seu *design* procurou ser minimalista,

trazendo uma estética *clean*, porém com as texturas de nossa identidade visual, com sensação de leveza e estabilidade.

As linguagens utilizadas foram:

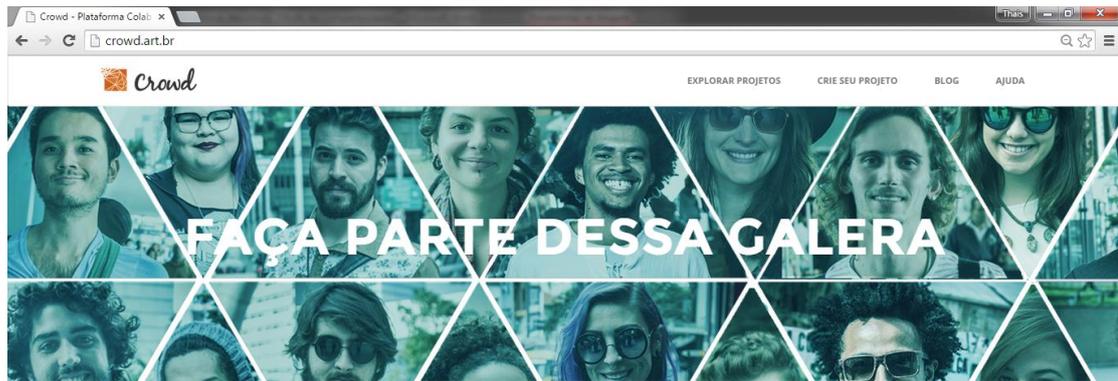
- *html* para a base/esqueleto do site;
- *Css* para o *design*, cores, tipografia e elementos visuais;
- *Javascript* e *Jquery* para as animações, entradas e *fade*. Além da otimização de carregamento das páginas (para carregarem mais rápido) e adaptação para os principais navegadores;
- *PHP* para banco de dados (envio e postagem de projetos, formulários de contato);

O papel do *site* como principal alicerce do projeto é porque através dele é onde o público irá se conectar. O *site* tem um fluxo de informações que permite que um usuário cadastre seu projeto e o divulgue através da nossa plataforma. Assim outras pessoas tem acesso às informações necessárias para a finalização do projeto cadastrado, podendo assim ajudar o administrador do projeto a concretizá-lo.

Figura 31:



Figura 32:



"Criatividade é inventar, experimentar, crescer, correr riscos, quebrar regras, cometer erros, e se divertir."

- Mary Lou Cook



Figura 33:

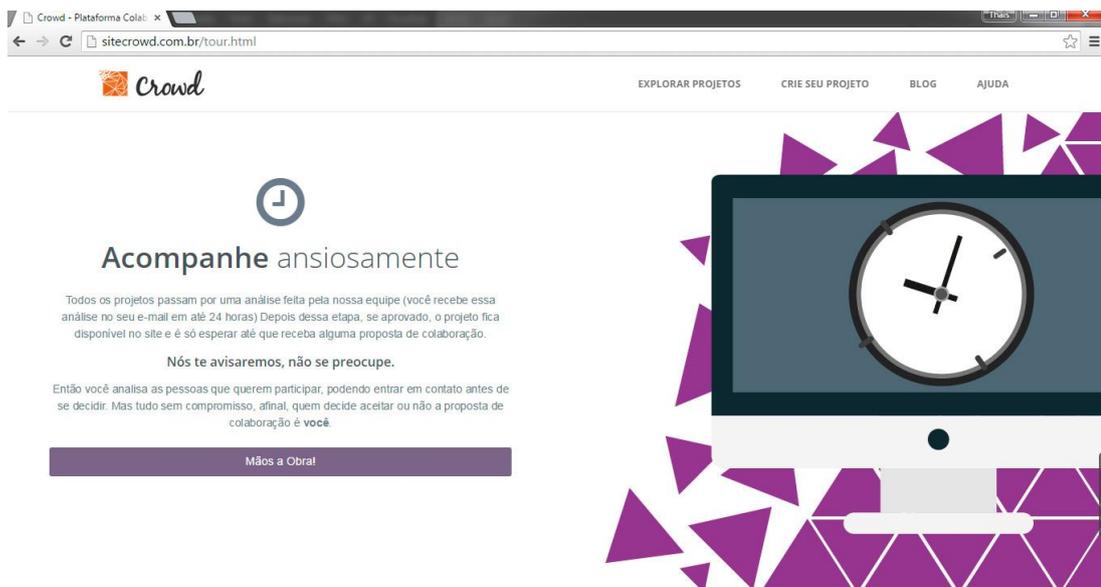


Figura 34:



- O que é?
- Como participo dessa plataforma?
- Como crio um projeto?
- Como funciona o processo de aprovação dos projetos inscritos?
- E o processo de aprovação das propostas de colaboração?
- Não estou conseguindo navegar no site/ surgiu um bug, o que devo fazer?

3.6 Podcast

Para a gravação do *podcast* foi utilizado o estúdio da ETEC Jornalista Roberto Marinho e os equipamentos utilizados foram o gravador H4 e microfones dinâmicos. O formato utilizado no *podcast* foi o de bate-papo. Os convidados Anderson e Lucas, iniciantes do audiovisual contam suas experiências na área. Anderson relata como está sendo suas dificuldades em encontrar pessoas dispostas a ajudá-lo a iniciar sua carreira na *internet* com o seu canal do *YouTube* e como vem mantendo o canal mesmo sem uma equipe e com a falta de equipamentos. Lucas por sua vez já tem uma experiência com a colaboração de amigos para a produção de um curta-metragem independente.

3.7 Mídias sociais

As principais mídias sociais usadas pelo projeto são o *Facebook* e o *Blogger*, sendo que o *Blogger* tem como função divulgar projetos inscritos em nossa plataforma, dicas para os usuários e interação com o público de uma forma geral. E o *Facebook* tem como principal função divulgar os posts feitos no *Blogger* e nos aproximar do nosso público-alvo. Mas também fazemos o uso de outras redes sociais para hospedagem de material, como o *youtube* e o *soundcloud*.

Algumas peças foram desenvolvidas para gerar conteúdo para essas redes. Essas peças tem como intenção divulgar determinado assunto a ser abordado ou apenas servir de base para a identidade da rede social. Algumas dessas peças geradas são:

Figura 35:



Figura 36:



Figura 37:



Além dessas apresentadas ainda temos uma segunda animação, que consiste em um infográfico explicando o significado do termo *crowdsourcing*. Além de um segundo vídeo que tem como função ser uma chamada atrativa para o *podcast*.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo geral deste projeto foi criar uma plataforma que auxilie estudantes do eixo tecnológico de Produção Cultural e *Design* a encontrar e/ou criar projetos sem remuneração para montar um portfólio. A plataforma foi desenvolvida, visando conectar esses estudantes para os fins citados anteriormente.

Ocorreram certas dificuldades, devido à complexidade da programação do site, principalmente na parte que diz respeito ao modo das pessoas se conectarem dentro do mesmo, o que trouxe a necessidade de ajuda de terceiros, e também em relação a identidade visual do projeto, que passou por muitas mudanças ao longo do processo.

Com a conclusão dessas etapas, juntamente com as demais peças solicitadas, pode-se dizer que obtivemos sucesso no desenvolvimento dessa plataforma colaborativa, já que ela está funcionando, e as peças auxiliares prontas.

5. DIÁRIO DE BORDO

Danilo Borges

Para mim, o período em que passamos desenvolvendo nosso TCC, foi o que eu mais desenvolvi minhas habilidades em relação ao que eu aprendi no curso inteiro, foi de certa forma, colocado em prática o que vai ser o mercado de trabalho para nós, já que passamos por vários estágios comuns durante o desenvolvimento, como a pesquisa de campo, a definição de identidade visual, etc. Como todos no grupo tem o desejo de dar continuidade ao projeto após o final do curso, nós decidimos pegar pesado na produção do Crowd, assim, quando nós entregássemos o trabalho, já teríamos condições de seguir em frente e divulgar para o público um trabalho que não vai ficar apenas no papel... e divulgar, acho que essa é a palavra que pode me definir no grupo, já que eu passei a cuidar de uma peça que não é obrigatória, mas que para nosso projeto, é muito importante, que é o vídeo publicitário.

Quando foi decidido que eu ia cuidar dessa parte, me senti feliz, já que gosto bastante de produzir conteúdo audiovisual, mas também percebi que não ia ser pequena a responsabilidade, só senti na pele quando tive que ir atrás de locações para as filmagens. Uma das cenas, na qual mostrava um ator ensaiando, eu decidi que teria que ser gravada em um teatro vazio, a dificuldade foi essa, achar um teatro com boa estrutura, e que tivesse tempo disponível pra gente poder usar, tentei diversas vezes com o Teatro Municipal da minha cidade, mas com sua agenda cheia, se tornou algo impossível, tentei com lugares bastante conhecidos, como o teatro do Senac, onde uma colega de uma amiga que trabalha lá tentou nos ajudar, mas também foi em vão já que eles deram início à uma peça na mesma semana, e quando eu estava sem rumo, me recomendaram o teatro do Céu Caminho do Mar, onde fui muito bem recebido, e dispostos a ajudar, reservaram rapidamente um horário para nossa gravação. Outros locais foram fáceis, mas não menos trabalhosos de arranjar, já que eu tinha que me deslocar de um local a outro, e entrar em contato com os proprietários, ao mesmo tempo que oferecia algo em

troca, como, divulgação do local. Mas a facilidade foi a compreensão e colaboração de todos os proprietários que, empolgados com nossa ideia, rapidamente disponibilizaram seus espaços para gravarmos a publicidade. Por sorte, tenho muito amigos artistas que me apoiaram e aceitaram participar do comercial de forma não remunerada e então escolher o elenco do comercial foi a parte mais fácil da produção.

Por fim, a edição que sempre é minha parte favorita, também foi a parte mais intensa, já que eu tinha apenas 2 dias para editar e entregar tudo pronto, foram 2 noites seguidas sem dormir para entregar a peça publicitária bem feita e poder agradar aos avaliadores na banca. Também posso relatar sobre minha participação no *podcast*, que foi de certa forma... inesperada, decidi que ia ajudar o Raphael no desenvolvimento do *podcast* e possivelmente na edição, mas depois que decidiram que eu ia ser um dos 2 apresentadores, eu fui pego de surpresa, e admito, fiquei meio receoso sobre a qualidade final da apresentação, decidi então que ia praticar minha dicção que não é meu ponto forte, tenho o costume de falar muito rápido e frequentemente me enrolo nas palavras, percebi então que se eu respirasse e falasse com calma durante o *podcast*, eu conseguiria falar de forma mais eloquente e gaguejar menos, e foi o que aconteceu, no dia eu comecei a apresentação de forma tímida, até que depois de algumas frases, eu me soltei e pude conversar de forma mais confiante com os convidados. Bom, eu poderia resumir minha experiência com o TCC em superação, já que consegui ultrapassar alguns obstáculos como o medo, a falta de confiança e a falta de apoio de terceiros, mas eu sei que todos esses obstáculos, me fizeram evoluir de forma significativa em relação as minhas habilidades, e não tem recompensa melhor que essa.

Gabriela Melo

Querido diário,

Uma vez me disseram que um diário de bordo fica interessante quando você se apresenta, afinal, vão ter de ler sobre você e suas experiências por um bocado de tempo. Então, aqui vai: meu nome é Gabriela, tenho 18 anos, sou geminiana, detalhista, fotógrafa, *web designer* e fui gerente de projeto, deste projeto. Há um último detalhe que deva saber sobre mim, que na verdade é um aviso: além de ser prolixa, eu gosto de escrever, ainda mais sobre uma experiência tão rica em emoções como a que vivi durante o curso.

Recomeços!

O início do ano se apresentou como um fim. O fim de tempestades, o fim das turbulências: o ensino médio, um namoro de longa data e também o fim da gastrite nervosa. O momento para recomeçar 2015, uma folha de papel em branco, pronta para ser escrita.

Sempre adorei o curso em que estava matriculada e estava muito ansiosa para voltar, trancá-lo foi dolorido, mas não sabia muito bem o que esperar, era estranho voltar. E era ali, naquela escola redonda para qual eu estava retornando ao curso de multimídia. Último semestre, o mais temido, com a famosa elaboração do Trabalho de Conclusão de Curso.

Caindo de Paraquedas

Durante as férias havia me reunido com o grupo em que eu entraria no TCC, eram pessoas que eu já conhecia, já conversava, mas não era um contato tão próximo e nem tão diário; fora o fato de nunca ter feito nenhum projeto em conjunto com eles, não conhecia seu modo de trabalhar. Em resumo, caí de paraquedas no grupo e embarquei em um projeto cuja ideia não ajudei a conceber, porém fui acolhida de braços abertos.

Primeira (das muitas) mudanças de planos

Uma vez me disseram que uma ideia é concebida quando, depois de absorvermos e armazenarmos as diversas experiências do cotidiano em nosso cérebro, algo se aciona como um "*clique*", fazendo com que coisas completamente distintas se misturem, transformando-se em uma peça única. E foi exatamente assim

que aconteceu a primeira das muitas mudanças: o projeto em si.

Minha linha de pensamento é agitada e pouco metódica, entretanto, descobri em listas, a solução para esse problema (obrigada professora Dani). Listo abaixo as duas experiências que acionaram esse tal *clique* que mencionei.

1. Durante as férias, em algumas das reuniões com o grupo, notei que o projeto estava apresentando algumas brechas. Não estava agradando muito aos professores por isso, fora o fato de que haveria muita dificuldade na realização do mesmo, pois dependeríamos de outras pessoas, fora a aceitação do público alvo, que não era certeza.
2. Enquanto isso, um amigo de longa data estava iniciando no ramo do audiovisual e me ligou certa tarde, me convidando a participar como diretora de fotografia. Na ligação, me relatou a dificuldade que tinha em encontrar atores para participar do projeto, tendo de recorrer aos amigos. Disse que não tinha condições de pagar ninguém, mas também não tinha contatos com jovens atores dispostos a participar do projeto como ele participava: de forma colaborativa, em prol da experiência.

Depois dessas duas experiências, numa tarde de domingo, enquanto passava roupa da semana pensei na ideia do projeto e tive que anotar na hora, larguei tudo como estava e peguei meu *sketchbook*, rabisquei da forma que pude as ideias que estavam brotando. E quando a noite caiu, propus ao grupo que adotássemos essa ideia como projeto de TCC. Ficaram receosos de início, mas se interessaram pela ideia. Então fizemos uma reunião pessoalmente e uma votação democrática: a ideia acabou sendo adotada. Finalizada essa etapa, iniciamos o embasamento teórico, foi um tanto quanto simples encontrar referências teóricas que nos ajudassem a construir um projeto significativo.

“Qual vai ser o nome do projeto?”

Cada vez que essa frase era dita, surgia um nome diferente. Era o que eu mais temia: empacamos. A ponte! Prelúdio! Fábrica de projetos! Foram tantos *brainstorms*, tantas pesquisas e nenhum nome fazia muito sentido. Ou até fazia, mas na hora de criar um logo: não ía. Buscávamos um nome curto, moderno, que atraísse o jovem estudante de áreas artísticas, que fizesse sentido teórico e carregasse o poder da marca, os ideais do projeto. Então, o nome saiu quase como

um espirro, do nada, chamou nossa atenção no meio das palavras rabiscadas. Era tudo o que queríamos, foi uma história de amor à primeira vista; desencahamos.

Multimídia, Códigos e muito a ser feito.

E depois do nome tudo foi fluindo. O logotipo, tipografia, identidade... Só ficou estressante, porém, se não fosse não seria TCC. Separamos as funções e fiquei encarregada pelo *site* do projeto e a terceira encarregada pela identidade. Escolhi peças grandes, mas como eu estava fazendo somente o técnico, assumi o b.o. de “o que tiver pra fazer eu faço”.

Tenho que confessar que assumi tamanha responsabilidade por conta do meu perfeccionismo, pra mim, só está bom quanto está ótimo. Ainda no ritmo de confissões, gostaria de dizer que eu fiz ou pedi muitas alterações, muitas das quais já não se tinha muito tempo para fazê-las, até que meus colegas de grupo me apelidaram de “tiazinha que muda o sofá de lugar”, comparando-me às senhoras que mandam os respectivos maridos trocarem os móveis de lugar umas trezentas vezes até que esteja agradável para elas. Posso ter ajudado, mas de certa forma, isso acabou por deixar as coisas mais corridas e o cronograma bem mais apertado e por isso devo desculpas aos integrantes.

Cansada, mas orgulhosa do resultado.

Não tenho palavras para descrever como foi trabalhar nesse projeto. Tão maravilhosamente doloroso. Doeí meu suor, minha energia, minhas noites de sono, minha criatividade, meu sossego, meus fins de semana, minha vida social, mas a gratificação de ver o resultado em que conseguimos chegar, paga tudo.

Sou muito grata ao meu grupo por toda a união, por termos sempre essa coisa de falar bosta, surtar e se amar no dia seguinte... Comecei esse semestre com colegas e terminei ao lado de irmãos. Amadurecemos juntos profissionalmente e moralmente, tenho muito orgulho dos seres humanos que eles estão se tornando. Eu poderia ter sido uma gerente melhor, uma companheira melhor e até uma profissional melhor em diversos aspectos, porém, nada na vida é perfeito, ainda mais da primeira vez que se faz.

Vamos continuar este projeto depois do fim do curso, vamos aprimorá-lo para que seja mais do que só um trabalho, mas um monumento de nosso esforço, o exemplo de que jovens estudantes trabalhando colaborativamente podem concretizar projetos, ideias e fazer a diferença.

José Raphael

Bom, no começo do segundo módulo, estava meio indeciso em qual tipo de projeto queria participar até que meu grupo teve uma ideia que eu me interessei e decidi me juntar a eles. Essa ideia era boa mas com o tempo decidimos mudar o nosso projeto por completo graças a mais nova integrante do grupo: Gabriela.

Gabriela entrou em nosso grupo, pois um outro integrante teve alguns problemas.

Após algumas reuniões decidimos qual seria a função de cada um no grupo. Acabei ficando responsável pelo *Podcast* mas também iria ajudar a Gabriela com o *site*

Tivemos um pequeno problema para decidir o nome do projeto. Depois de vários *brainstorms*, chegamos ao nome Fábrica de Projetos, que na minha opinião era um nome bom.

Com o nome em mente, resolvemos criar a logo e foi ai que os problemas começaram. O nome era bom mas nenhuma das logos tinham a ver com o nome e o projeto. Então mudamos para *Crowd* e tudo começou a fluir.

Chegou o dia de gravar o *podcast*, convidamos dois estudantes para "bater um papo". Tudo estava indo bem até a hora de escutar a gravação. Descobrimos que partes da gravação foram cortadas. Então por conta desse problema, gravamos mais uma vez e deu certo

É isso, apesar de todos os problemas que ocorreram, sempre pensei positivo e que tudo ia dar certo. E depois de varias noites sem dormir, muito estresse e cansaço, meu grupo e eu estamos no fim desse projeto escolar que pode se transformar em algo maior que isso.

Oi, eu sou o Jonathan Pereira

Janeiro\Fevereiro

Desde o princípio, o grupo quis algo diferente do que já havia sido feito, e algo que envolvesse fotografia e/ou vídeos, foi aí que optamos por fazer uma série de pequenos vídeos sobre assuntos estereotipados, projeto esse que foi nomeado como "A Ponte". Este projeto enfrentou uma grande adversidade por parte dos professores, e acabamos passando por problemas de execução também, o que, juntamente com uma nova ideia de projeto trazida pela nova integrante do grupo (Gabriela Melo), nos incentivou a mudar totalmente o projeto. O novo projeto consiste numa plataforma colaborativa para unir os estudantes de multimídia e de áudio e vídeo para a criação de projetos, ideia que foi aprovada por 98% dos entrevistados da área.

Março

O projeto passou a se chamar "Fábrica de Projetos" após uma série de *brainstorms* e pesquisas, além disso, o público se expandiu, abrangendo agora, todos os cursos do eixo de produção cultural e *design* do Centro Paula Souza, começou então, a fase de definição da identidade visual do projeto, o que está gerando uma certa dificuldade para os integrantes.

Abril

A definição da identidade visual continua, além disso, as peças obrigatórias começam a ser divididas entre os integrantes. No meu caso, a animação. Comecei com alguns rascunhos e *brainstorms* com o resto do grupo, em seguida, comecei a elaborar o roteiro e alguns ícones e partes iniciais da animação.

Maio

O grupo chegou a conclusão de que deveríamos mudar novamente de nome, devido a dificuldades de criação com o nome "Fábrica de Projetos", nos tornamos então, o projeto "*Crowd*", nome questionado por parte dos professores, mas optamos por não mudar novamente, já que com esse nome, toda a parte de identidade visual

começou a fluir muito mais fácil, conseguimos definir a logo do projeto e padrões visuais que seriam usados nas peças. Na parte da animação, está tudo praticamente pronto, passei então, a aprimorar alguns detalhes, transições, cores, ícones e etc. Acabei contribuindo também nos impressos, com o cartaz com ícones. (Aliás, o mesmo padrão de ícones foi usado em todas as peças do projeto).

Junho

Na primeira semana do mês estávamos com a animação e impressos praticamente prontos, mas ainda não agradando totalmente a todos os integrantes e aos professores, então, a maioria do grupo concordou em partir para um novo padrão de identidade visual, porém mantendo as cores e o logo do projeto. Essa parte de adaptação acabou sendo feita rapidamente, inclusive nas novas peças que eu assumi (Capa e foto de perfil da página do *Facebook*, Chamada para o *podcast*), mas ainda não estava presente na animação, o que me incomodava de certo modo, mas até então eu não tinha certeza se mudaria todo o visual da animação. Foi aí que numa reunião com o nosso orientador, ficou decidido que teríamos ainda, muitas mudanças a fazer, não só na animação, mas principalmente no *Site*. Nos dias seguintes a reunião mudei praticamente todo o visual da animação, que agradou tanto a mim quanto ao grupo. Também concluí as peças para o *Facebook* e a chamada para o *podcast*. Aguardamos agora a finalização do site, a publicação da página no *Facebook* e a entrega dos impressos pela gráfica, e claro, a apresentação do projeto.

Leticia Tavares

Tudo o que passei com o grupo foi de muita importância para o meu amadurecimento. Desde o pré-tcc passamos por várias histórias. Momentos de angústia e de felicidade. Para chegar até onde chegamos, passamos por vários obstáculos, mas o que mais gostei foi de que nunca desistimos dos nossos objetivos.

No ptcc tínhamos um projeto totalmente diferente, sem qualquer noção de que aquela ideia não daria certo. No início do ano tivemos a notícia que um integrante iria sair. Foi então que surgiu a oportunidade da Gabriela entrar para o grupo, já que ela estava retornando ao curso. A ideia de uma plataforma colaborativa veio no começo do ano. Fiquei com medo do que poderia acontecer, se daria certo, o que fazer e como fazer. Todos aguardaram com paciência a minha decisão para começar a planejar o novo projeto. Depois de tanto pensar percebi que a ideia era realmente muito boa e que seria a melhor escolha. No fim da reunião, era hora de fazer toda a problemática. Após toda a preparação demos início a uma longa caminhada para conseguir um novo nome, logo e uma identidade visual. O nome foi algo realmente desesperador. Passamos por vários *brainstorms*. Ideias de outro mundo, até de ligar o rádio numa estação aleatória e as primeiras palavras seriam o nome. A música que tocou foi "Palavras ao vento" da Cassia Eller, que se transformou em "Ideias ao Vento", mas ainda não era o que queríamos. O tempo foi passando e chegamos em Fábrica de Projetos, o que não foi uma boa escolha. Este foi um nome que travou o andamento do projeto, pois nada se encaixava a ele e o logo não estava saindo como desejávamos. Teríamos que mudar todo o planejamento de identidade visual ou mudar o nome. Mudar o nome foi a melhor saída. *Crowd* foi um nome que mudou tudo. O logo saiu rápido e tudo estava se encaixando. Estava tudo pronto para dar partida ao projeto. Fiquei com a produção gráfica, junto da Thaís. Para o trabalho fluir melhor, eu montava a peça e ela finalizava. No meio do caminho, a Gabriela teve algumas ideias para o cartaz, o que iria mudar algumas coisas na identidade visual. A maioria do grupo gostou da mudança e foi então que tivemos que arrumar todas as peças. Com a mudança do cartaz, tive que mudar o *folder*, que era a minha parte no

projeto, para acompanhar o resto das peças do projeto. Foi algo difícil, já que estava pronto. Felizmente consegui terminar antes que acabasse o tempo. Após tudo isso, tive que ir atrás de uma boa gráfica, o que não foi difícil, já que eu tinha alguns contatos. Em alguns momentos ajudei a Gabriela, que estava responsável pelo o *site* em algumas imagens na *home* e documentos. Pude também auxiliar o Danilo na produção do vídeo publicitário para conseguir os equipamentos, alguns participantes e locações. Houve momentos em que eu não estava bem. Alguns problemas pessoais me abalaram um pouco. Apesar de não saber controlar minhas emoções, tive que manter o controle. Fui obrigada a mudar um pouco, respirar antes de surtar (Mesmo dando umas escapadas do que prometi para mim mesma), para ter uma relação melhor com o grupo. Mesmo com tantos abalos emocionais fico feliz por ter tido o apoio do deles. No meio de tanto estresse, tive o Gustavo e a Renata, que fazem áudio e vídeo, ao meu lado, me apoiando e sendo ótimos conselheiros. Mesmo tendo passado pouco tempo com eles, posso dizer que são pessoas que eu não quero perder o contato. Apesar de todo o medo, cansaço, estresse, me orgulho por ter chegado até aqui e prestes a receber com muita gratidão o título de Técnica em Multimídia.

Thaís Cristina, 17 anos. Venho por meio deste texto relatar minha experiência ao fazer o meu primeiro TCC.

Início

O trabalho se iniciou no segundo semestre de 2014. Nesse momento nós tínhamos que escolher um tema e elaborar um pesquisa sobre ele. O tema de gosto de todos os integrantes do grupo consistia em um projeto que lançaria vídeos, semanais ou mensais, sobre temas que são comumente estereotipados em nossa sociedade. Apesar se ser um excelente tema, os professores não foram muito receptivos com a ideia. Talvez por acharem que não tínhamos maturidade suficiente pra seguir em frente ou por algum outro motivo qualquer.

Férias: reuniões decisivas

Após muita luta durante o semestre chegamos às merecidas férias, momento de descansar e curtir. Ilusão. As duas primeiras reuniões foram produtivas para o fechamento dos primeiros temas a serem abordados nos videos e para a realização de pesquisa. A pesquisa de campo foi muito importante pra saber como realmente nosso primeiro tema, a umbanda, era visto. Nela descobrimos que muitos jovens nem a conhecem e muitos idosos julgam de forma totalmente indiscriminada, enfim, o nosso projeto seria de grande valia para todos.

Nova integrante, novo rumo.

Quando me referi a "nós" quis dizer o grupo, grupo esse que era composto por Danilo, Leticia, José, Jonathan, Nicolas e eu. Nosso amigo Nicolas não teve um bom desempenho ao longo do semestre, além de ter acumulado muitas faltas, isso fez com que eles repetisse o módulo, algo que já sabíamos que era inevitável. Mas, esse grupo era composto por 3 pessoas que moram na mesma região, eu , Jonathan e Danilo, sendo que os dois já até se conheciam de vista. E nós conhecíamos uma quarta pessoa que, por coincidência ou destino, havia trancado o curso no segundo modulo e pretendia voltar para o terceiro no mesmo momento que entraríamos nele. Imaginando que os professores não iriam se opor, incluímos ela no projeto. Agora o Nicolas já não pertencia mais ao grupo e Gabriela conquistou o seu lugar. Com a vinda dela demos ainda mais importância as reuniões, tudo para poder intera-la ao grupo e ao tema. Na segunda reunião foi proposta a mudança de

tema. A partir do problema de um amigo do grupo construímos um novo projeto. E pensando na dificuldade que enfrentaríamos com o projeto atual, principalmente por parte dos professores, aceitamos a mudança. O projeto tomou um novo rumo. Agora a intenção era criar uma plataforma colaborativa onde jovens da área de Produção cultural e *design* pudessem se reunir para juntos realizarem trabalhos e gerar conteúdos para acrescentarem em seu portfólio.

Não é fácil

Nosso tema é uma ideia com um certo número de referenciais no mercado, número esse bem limitado. A pesquisa para construir uma base sólida foi difícil, mas a perseverança nos ajudou a seguir em frente, com o empurrãozinho de uma pesquisa feita por nós, onde 98% do público responderam que uma plataforma como a nossa ajudaria e muito a carreira deles.

No momento da produção enfrentamos diversos bloqueios criativos, o primeiro foi referente ao nome do projeto, demoramos muito pra conseguir fechá-lo. Depois do nome decidido empacamos no logo, acabamos mudando o nome para poder seguir um novo conceito de logo e identidade.

Em relação aos colegas não tem jeito, sempre iremos enfrentar problemas em trabalhos em grupos, ainda mais com um grupo tão grande. O problema enfrentado em nosso trabalho foi referente a pró-atividade de um integrante e o egocentrismo de outra. Coisas que ao longo do processo foram prejudicando bastante, mas no final deu tudo certo.

Mas de longe o maior problema que enfrentamos foi em relação ao site. Desde o início a intenção era fazer a divulgação do projeto antes da entrega, mas nossa plataforma de resume basicamente ao site e ele não ficou pronto. Tivemos que adotar uma versão beta para colocá-lo no ar.

Meu dever

Oficialmente minha parte no projeto era ser Diretora de Arte, mas no final não foi bem isso que ocorreu. Eu sempre tive maior facilidade em lidar com o programa *Illustrator*, então fazer trabalhos relacionados a ele seria melhor pra mim e para o projeto.

Meu grande trabalho que foi executado por mim do começo ao fim foi o logo, todos nós fizemos diversos *roughs* de logos, mas com ajuda externa acabamos

conseguindo fechar em um conceito e a partir dele eu elaborei o ícone, depois estilizei a fonte e a partir da finalização do logo conseguimos seguir com todo o resto do projeto. Após isso fiquei responsável por fazer as peças gráficas em conjunto com uma colega. Seguíamos o seguinte modo de trabalho: eu desenhava *roughs*, ela produzia a partir dos meus *roughs* e eu finalizava. A maioria das peças foram assim. O projeto já estava com a identidade visual formada, animação e peças gráficas conversando entre si. Até que uma integrante do grupo resolveu fazer um outro cartaz, não posso deixar de dizer que ele me agradou, mas não casava nenhum pouco com o resto da identidade. Ao invés de mudar um único cartaz a maioria do grupo resolveu mudar todas as peças. Faltando menos de duas semanas para a entrega. Eu fui contra, mas fazer o que, voto vencido.

Nesse meio tempo eu já vinha ajudando um integrante a ir nas gravações, já que eu tenho parte do equipamento necessário, além de desde o começo ajudar como redatora. Após o ocorrido, referente à mudança de última hora, resolvi assumir a redação que não estava sendo realizada por ninguém, deixei as peças gráficas que estavam prontas a disposição dos meus colegas pra eles fazerem as mudanças que achassem necessárias e me dediquei a conclusão do memorial descritivo e elaboração de conteúdo para as mídias sociais.

Por fim

O que posso dizer desse trabalho é que ele quase me enlouqueceu e que se eu pudesse escolher provavelmente não o faria de novo, mas tenho esperança de que o projeto será bem sucedido e que com alguns ajustes poderemos continuar com ele mesmo após sair da escola. E agradeço imensamente a minha mãe por entender essa fase e a minha maravilhosa namorada que me aguentou todo esse tempo e estava comigo mesmo quando eu estava super nervosa por conta do trabalho. Então, apesar dos pesares, chegamos ao fim, finalmente.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

GODINHO, Mauricio. **Direito Coletivo do Trabalho**. São Paulo 2011.

Disponível online em:

[http://minhateca.com.br/Adriane.Da.Cruz/PDF/LIVROS+PDF/MAURICIO+GODINHO+-+Direito+Coletivo+do+Trabalho+\(2011\),80895744.pdf](http://minhateca.com.br/Adriane.Da.Cruz/PDF/LIVROS+PDF/MAURICIO+GODINHO+-+Direito+Coletivo+do+Trabalho+(2011),80895744.pdf)

CASTRO, Mariana. **Empreendedorismo criativo**. São Paulo: Portfolio-Penguin, 2014. 200 p.

LÉVY, P. Trad. Carlos Irineu da Costa. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999. 260 p.

TAPSCOTT, Don & WILLIAMS, Anthony. **Wikinomics: como a colaboração em massa pode mudar o seu negócio**, 2008. Disponível online em:

<http://www.wikinomics.com/book/IntroAndOne.pdf>

HOWE, Jeff. (2008), **O Poder das Multidões - Por que a força da coletividade está remodelando o futuro dos negócios**, 2008. São Paulo.

HOWE, Jeff. **The Rise of Crowdsourcing**, 2006. Disponível online em:

http://www.wired.com/wired/archive/14.06/crowds_pr.html

FRANCO, Augusto. **Os princípios da Cocriação**. Disponível online em:

http://api.ning.com/files/uifq9TFqspa5e9lknMYDMTnT8mdUMX3fbkng*Mzic2*1zx0NYykJlJAsTNfRi1kNozQxBNPzh61yNxZ9z9mBWMjocg06qm1I/OSPRINCPIOSDACO CRIAO.pdf

SANTIAGO, Emerson. **Escambo**, Info Escola. Disponível online em:

<http://www.infoescola.com/economia/escambo/>

FURTADO, Celso. **Formação econômica do Brasil**, 2005. Companhia editora nacional. 32 edição. São Paulo. 238p. Disponível online em:

https://cei1011.files.wordpress.com/2010/05/feb_celsofurtado.pdf

BRASIL, André. et al. **Teia 2002-2012**. Instituto Moreira Salles, Belo Horizonte. Edição 1, 2012. Disponível online em:
http://www.teia.art.br/a/up/files/IMS_12_2012.pdf

SHAPIRO, Ronald M.; JANKOWSKI, Mark A.; DALE, James. ***The Power of Nice: How to Negotiate So Everyone Wins - Especially You***. New York: Wiley, 2001.

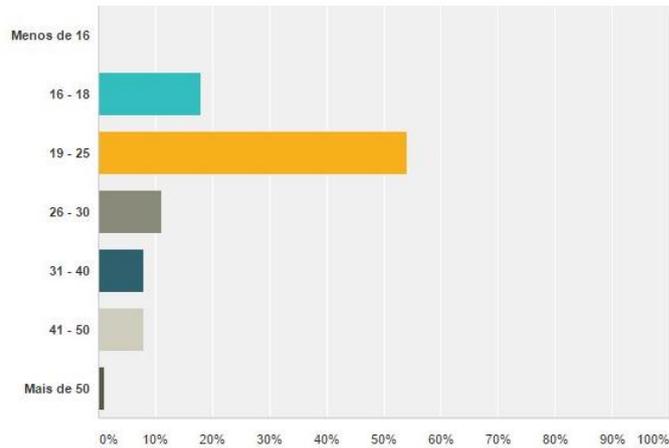
GREENE, Liz. ***Relationships and how to survive them***. CPA Press, London, 1999.

ANEXOS

Pesquisa online para mapeamento de publico e justificativa projetual:

Qual é a sua idade?

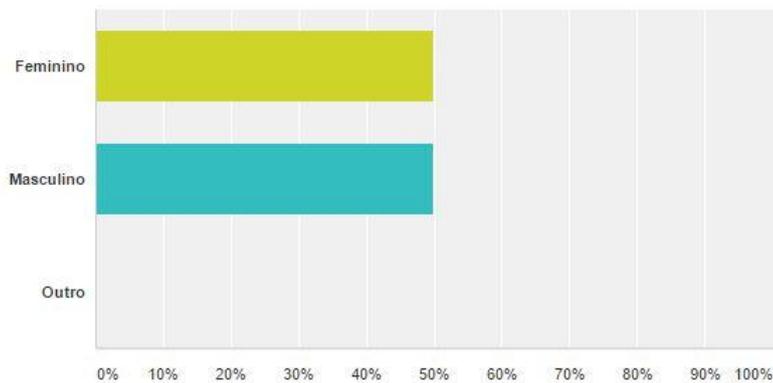
Respondidas: 100 Ignoradas: 0



Opções de resposta	Respostas
Menos de 16	0,00% 0
16 - 18	18,00% 18
19 - 25	54,00% 54
26 - 30	11,00% 11
31 - 40	8,00% 8
41 - 50	8,00% 8
Mais de 50	1,00% 1
Total	100

Sexo

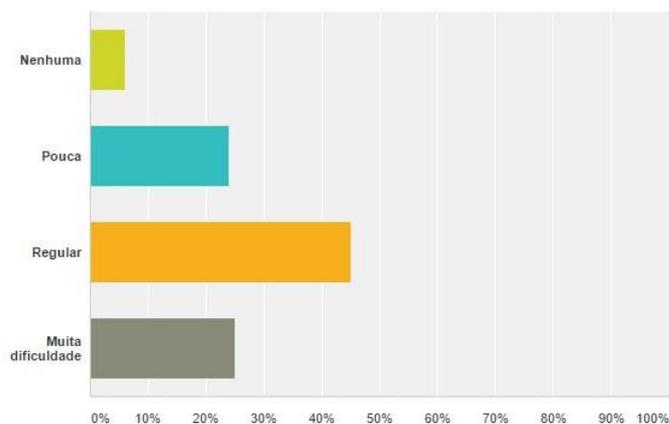
Respondidas: 100 Ignoradas: 0



Opções de resposta	Respostas
Feminino	50,00% 50
Masculino	50,00% 50
Outro	0,00% 0
Total	100

Qual é a sua dificuldade em encontrar atores para participar de projetos audiovisuais?

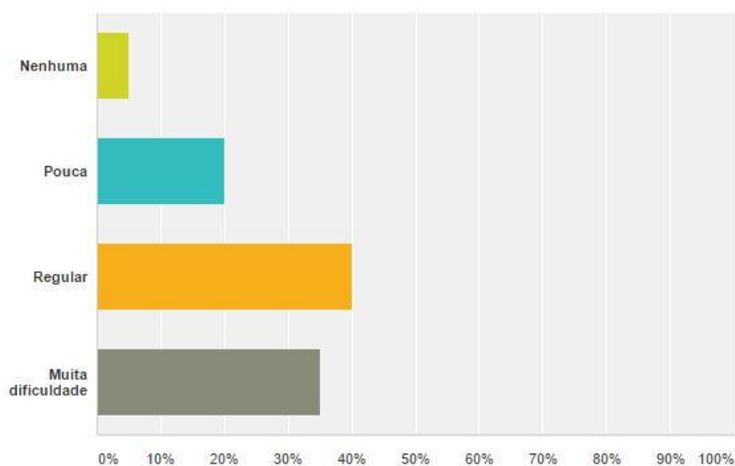
Respondidas: 100 Ignoradas: 0



Opções de resposta	Respostas
Nenhuma	6,00% 6
Pouca	24,00% 24
Regular	45,00% 45
Muita dificuldade	25,00% 25
Total	100

Qual é a sua dificuldade em encontrar maquiadores para participar de projetos audiovisuais?

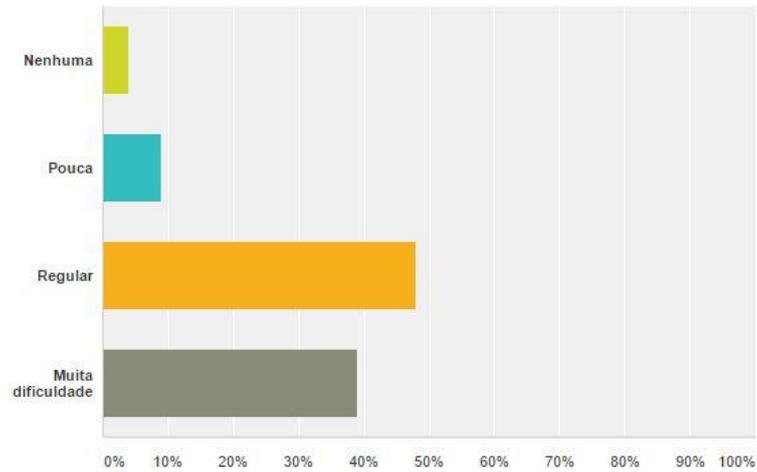
Respondidas: 100 Ignoradas: 0



Opções de resposta	Respostas
Nenhuma	5,00% 5
Pouca	20,00% 20
Regular	40,00% 40
Muita dificuldade	35,00% 35
Total	100

Qual é a sua dificuldade em encontrar figurinistas para participar de projetos audiovisuais?

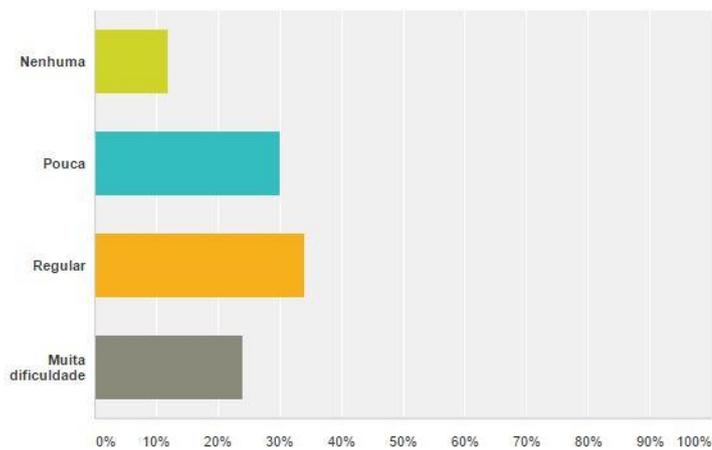
Respondidas: 100 Ignoradas: 0



Opções de resposta	Respostas
Nenhuma	4,00% 4
Pouca	9,00% 9
Regular	48,00% 48
Muita dificuldade	39,00% 39
Total	100

Qual é a sua dificuldade em encontrar assistentes para participar de projetos audiovisuais?

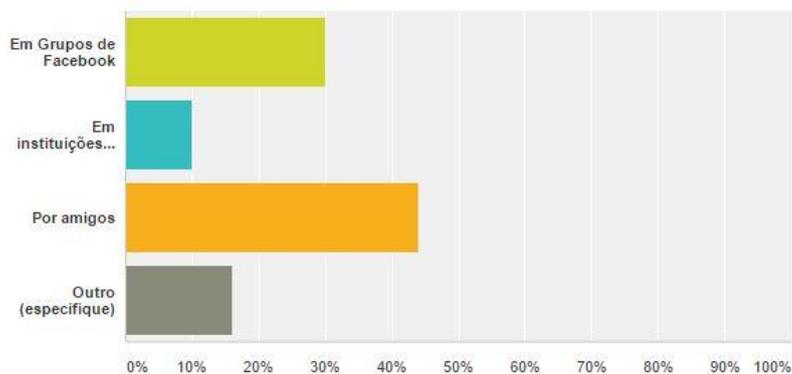
Respondidas: 100 Ignoradas: 0



Opções de resposta	Respostas
Nenhuma	12,00% 12
Pouca	30,00% 30
Regular	34,00% 34
Muita dificuldade	24,00% 24
Total	100

Onde você costuma encontrar esses profissionais?

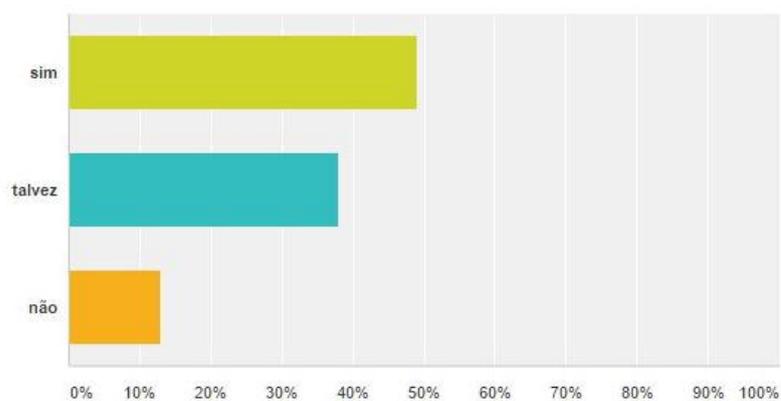
Respondidas: 100 Ignoradas: 0



Opções de resposta	Respostas
Em Grupos de Facebook	30,00% 30
Em instituições de ensino	10,00% 10
Por amigos	44,00% 44
Outro (especifique)	16,00% 16
Total	100

Possui interesse em participar de produções audiovisuais não remuneradas? (tendo como recompensa a experiência em si)

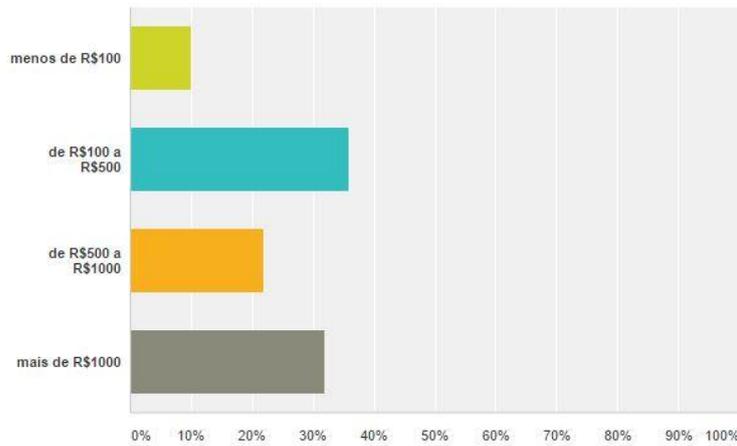
Respondidas: 100 Ignoradas: 0



Opções de resposta	Respostas
sim	49,00% 49
talvez	38,00% 38
não	13,00% 13
Total	100

Quanto dinheiro acredita que a produção do seu projeto audiovisual estaria disposta a desembolsar?

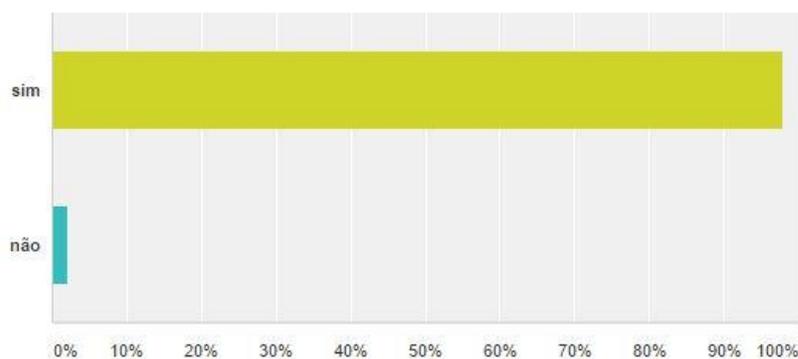
Respondidas: 100 Ignoradas: 0



Opções de resposta	Respostas
menos de R\$100	10,00% 10
de R\$100 a R\$500	36,00% 36
de R\$500 a R\$1000	22,00% 22
mais de R\$1000	32,00% 32
Total	100

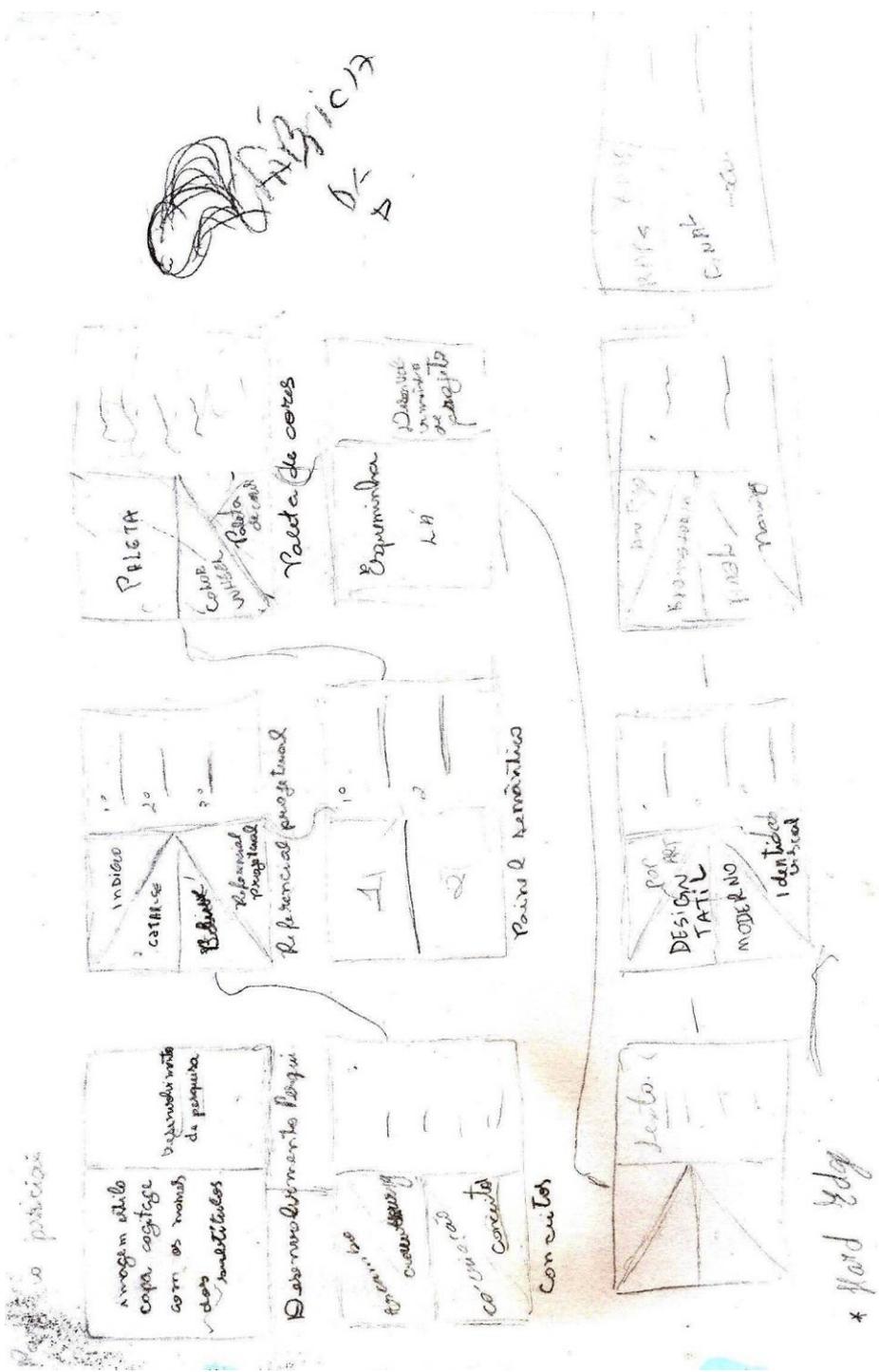
Você acha interessante a criação de uma plataforma que te auxilie a encontrar atores, maquiadores, figurinistas, assistentes, outros profissionais da área audiovisual e projetos para participar/produzir/ editar ou filmar?

Respondidas: 100 Ignoradas: 0



Opções de resposta	Respostas
sim	98,00% 98
não	2,00% 2
Total	100

Rough memorial interactivo:



Roteiro da animação

Animação

Projeto Crowd

1 minuto

24/4/2015

VÍDEO	ÁUDIO
<p>Em "você!" um icone de estudante aparece na tela, em escala.</p> <p>No momento "mais diversas" na narração, surgem ícones relacionados a áreas culturais, que saem de trás do ícone de estudante e se dispõem em arco, abaixo dele.</p> <p>Os ícones culturais somem pra baixo, o do estudante desce e diminui em escala, e 3 ícones representando empregadores surgem na parte de cima, então, traços pontilhados, vão em direção aos ícones acima, e próximo deles, aparecem 3 ícones de "X", indicando reprovação.</p> <p>Os ícones de "X" somem em opacidade e escala, na sequência os ícones restantes saem da tela juntos, para a esquerda.</p>	<p>(Locução com voz feminina em entonação alegre) Você! Estudante das mais diversas áreas culturais, tem dificuldades de ingressar no mercado de trabalho por não ter um portfólio?</p> <p>Quer participar ou criar projetos com uma galera que tem a mesma vibe que você?</p> <p>Trilha: Hustle (Blues, 120 BPM, Allegro - Pretty Fast)</p>
<p>A palavra plataforma é revelada em "Slow Fade on" da esquerda para a direita, em seguida a palavra colaborativa vem também em "Slow Fade On", dessa vez da direita para a esquerda.</p> <p>As palavras somem para a esquerda, enquanto quatro novos ícones de estudantes vêm da direita para a esquerda e aumentando a escala.</p>	<p>(Locução com voz feminina em entonação alegre) E se houvesse uma PLATAFORMA COLABORATIVA, onde você se conecta com outros estudantes para a criação de projetos?</p> <p>Trilha: Hustle (Blues, 120 BPM, Allegro - Pretty Fast)</p>

Com o efeito "Dashes", linhas pontilhadas vão conectando os ícones, no momento em que a narração fala de conexão.

Tudo sai da tela para a direita.

No momento em que é dito "Essa é a fábrica de projetos!", surge na cena o logo do projeto em escala, sumindo logo em seguida da mesma forma.

No momento em que é dito "lugar onde você poderá juntamente com outras pessoas", surge um ícone de estudante no centro da tela, em seguida aparecem outros ícones semelhantes ao redor (Todos em escala), e estes ficam girando ao redor do estudante central

Todos saem de cena para baixo, exceto o estudante central, que se desloca para a esquerda enquanto o ícone de currículo vem de cima e para sobre o ícone dele. Ao som de "Portifólio" 3 ícones semelhantes caem, sobrepondo o item de currículo inicial.

Os currículos somem em escala, o ícone de estudante se desloca para o centro e diminui um pouco em escala, então começam a surgir outros ícones de estudantes (em escala), que se interligam com traços, ao som de "seu network".

O estudante central, após a saída dos outros estudantes para cima, aumenta em escala e se desloca para próximo do centro, enquanto surgem 3 pequenas barras, com 3 ícones sobre elas (Uma claquete, uma camera, máscaras de teatro). Ao som de "suas experiências", as barras vão crescendo e empurrando os ícones para cima.

(Locução com voz feminina em entonação alegre) Esse é o crowd! o lugar onde você poderá juntamente com outras pessoas, dar vida a projetos artísticos, aprimorando seu portfólio, expandindo seu network e suas experiências!

Trilha: Hustle (Blues, 120 BPM, Allegro - Pretty Fast)

Todos os itens saem da tela para a esquerda.	
Ao som de "Acesse" uma tela de computador surge em escala na tela, e o link, que é dito na narração, surge na tela do computador, letra por letra, com o som de digitação.	(Locução com voz feminina em entonação alegre) Acesse! www.projetocrowd.com.br e participe! *slogan*
Tudo sai tela para baixo, e vindo de cima surge a logo do projeto e o slogan do projeto.	Trilha: Hustle (Blues, 120 BPM, Allegro - Pretty Fast)
Tudo some em fade out, e aparecem o logo do estado de são paulo, e do Centro Paula Souza.	

Último cronograma

STATUS	TAREFA	DURAÇÃO EM DIAS	INÍCIO	FIM
concluido	nome	21	2/mar	23/mar
concluido	brainstorm	20	2/mar	22/mar
concluido	fechamento do nome	1	25/abr	26/abr

	identidade visual	61		
concluido	estudo de cor	5	4/mar	9/mar
concluido	definição da paleta de cores	2	9/mar	11/mar
concluido	pesquisa de conceitos de design	4	11/mar	19/mar
concluido	definição do design	16	19/mar	3/abr
concluido	brainstorm de logo	23	3/abr	25/abr
concluido	fechamento do logo (e aplicações)	11	25/abr	6/mai
concluido	estudo de tipografia			
concluido	definição da tipografia (1ª e 2ª)			
concluido	Iconografia			
concluido	Fechamento da identidade visual			30/04/15

	Site	140		
concluido	Estudo de referencial	4	6/mar	10/mar
concluido	Organograma	7	10/mar	17/mar
concluido	Wireframe	29	27/mar	25/abr
concluido	Identidade visual	29	27/mar	25/abr

concluido	Arquitetura de conteúdo	8	17/abr	25/abr
	Texto Legal	8	23/abr	1/mai
	Programação	54	26/abr	19/jun
	Publicação	1	19/jun	19/jun

	Produção Gráfica	50		
concluido	<i>Rough</i> cartaz 1	2	29/abr	3/mai
concluido	<i>Rough</i> cartaz 2	2	29/abr	3/mai
concluido	<i>Rough</i> folder	3	29/abr	4/mai
concluido	Produção cartaz 1	12	4/mai	16/mai
concluido	Produção cartaz 2	12	4/mai	16/mai
concluido	Produção do folder	13	3/mai	16/mai
concluido	Fechamento das peças	5	14/mai	19/mai
concluido	Envio para gráfica	1	18/jun	20/jun

	Animação	67		
concluido	<i>Brainstorm</i> do conteúdo	7	30/mar	6/abr
concluido	Roteiro	20	6/abr	26/abr
concluido	<i>Storyboard</i>	20	6/abr	26/abr
80%	Produção da animação	20	27/abr	17/mai

	Podcast	25		
concluido	Pesquisa de gênero	5	15/04/15	20/04/15
concluido	Roteiro	15	23/04/15	20/05/15
concluido	Gravação	1	08/06/15	08/06/15
concluido	Edição	4	09/06/15	15/06/15

	Teaser/ Vídeo publicitário			
concluido	Roteiro		07/abr	26/abr
concluido	Procurar locação	7	30/abr	18/mai
concluido	Definir locação		18/mai	20/mai
concluido	Gravação	6	23/05/15	28/05/15
concluido	Edição		29/06/15	22/06/15

Roteiro do Podcast

TEMPO	EFEITOS SONOROS	LOCUÇÃO
0'00 - 0'05 0'05 - 0'15 0'15-	Vinheta de Abertura Sobre trilha de fundo Baixa trilha de fundo	R- OLA GENTE, EU SOU RAPHAEL E ESTE É O DANILO
	Sobe Musica 1 Baixa Musica 1	D- EAE GALERA! R: E NÓS SOMOS DO CROWD R- ESTAMOS AQUI PARA BATER UM PAPO SOBRE "A DIFICULDADE DE INICIAR SUA CARREIRA".PARA ISSO TROUXEMOS DOIS CONVIDADOS Os convidados se apresentam e falam sobre a area em que vão atuar.
	Sobe Musica 2 Baixa Musica 2	R-E VOCÊS TIVERAM ALGUMA OPORTUNIDADE DE TRABALHAR NA AREA? (Os convidados respondem)
	Sobe Musica 3 Baixa Musica 3	D-BOM E PRA ENCONTRAR UM EMPREGO VOCÊS ESTÃO TENDO DIFICULDADE? (Os convidados respondem)
	Sobe Musica 4 Baixa Musica 4	(SE RESPONDEREM SIM) E QUAL SERIA O MOTIVO DESSA DIFICULDADE? (Os convidados respondem) D-CONTE UM POUCO DE SUAS EXPERIENCIAS COM TRABALHO COLABORATIVO?



TABELA - CONTROLE DE ORIENTAÇÃO
Componente Curricular: DTCC

ALUNOS PRESENTES NA ORIENTAÇÃO	PROFESSOR ORIENTADOR	DATA (D/M/A)	OBSERVAÇÕES / ANOTAÇÕES	ASSINATURA DO ORIENTADOR
Daniilo, Gabriela, Jonathan, José, Letícia, Thaís	Daniilo	11/03/2015	<ul style="list-style-type: none"> - Nome, deixa de fazer referência ao tema/deixar mais claro o nome - Concentrar na conectividade/coletividade - Fazer algo criativo com espalders - Deixar material pronto ^{para próxima reunião} - Dimensão deve ser fitrado - Reorganizar o programa - Os desenvolvedores devem ficar no "sobre" - Corrigir as datas 	<i>Daniilo</i>
Daniilo, Gabrielon, Jonathan, José, Letícia	Daniilo	19/03/2015	<ul style="list-style-type: none"> - Uma página de que as usuá-rios estão fazendo (novos projetos) - Ampliar as observações da teoria da cor - Resolver identidade visual/logo ^(aspecto) da fábrica - Atenção com alinhamento no design (das peças e site) - over view baixa itario CPS - Pensar no logo = imaginação 	<i>Daniilo</i>
Daniilo, Jonathan, José, Letícia, Thaís	Daniilo	26/03/2015	<ul style="list-style-type: none"> - linguagem distribuído, mais profissa - página de erro bonita - arquitetura de conteúdo urgente - focar em criação de conteúdos ^{textos, vídeos} 	<i>Daniilo</i>
Gabriela, Jonathan, José, Letícia, Thaís	Daniilo	09/04/2015		<i>Daniilo</i>
Daniilo, Gabriela, Jonathan, José, Letícia, Thaís	Daniilo	23/04/2015		<i>Daniilo</i>

ALUNOS PRESENTES NA ORIENTAÇÃO	PROFESSOR ORIENTADOR	DATA (D/M/A)	OBSERVAÇÕES / ANOTAÇÕES	ASSINATURA DO ORIENTADOR
Daniela, Gabriela, Jonathan, Jose Letícia, Thais	Daniela	30/04/2015	<ul style="list-style-type: none"> - maior atenção com linguagem de site. - pensar em mudanças nas cores. - música comercial ser agitada 	
Daniela, Gabriela Jonathan, Letícia Thais	Daniela	07/05/2015	<ul style="list-style-type: none"> - atenção às dobradas - mais cores no site, pois tá "branco" - ideias para podcast - ideias para animações/melhorias no design 	