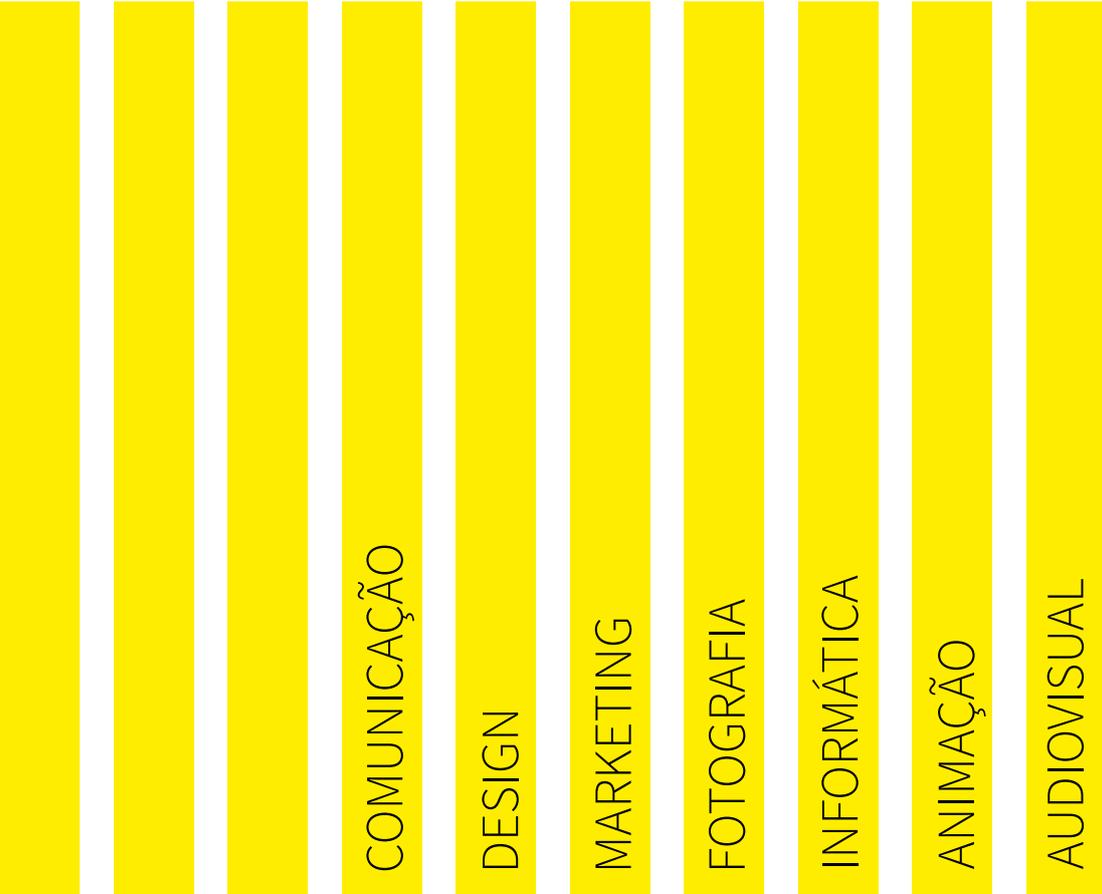


Revista

Curso de Comunicação e Design Multimédia

1º EDIÇÃO 2022

Design your...



COMUNICAÇÃO

DESIGN

MARKETING

FOTOGRAFIA

INFORMÁTICA

ANIMAÇÃO

AUDIOVISUAL

Comunicação
Fotografia
Design
Animação
Marketing
Informática
Audiovisuais



Comunicação
Fotografia
Design
Animação
Marketing
Informática
Audiovisuais

DESIGN **08**

Design Gráfico • Tipografia • Design Editorial

MARKETING **16**

Marketing Digital

INFORMÁTICA **20**

Programação Web • Tecnologias Interativas

ANIMAÇÃO **22**

Animação Digital

PROJETOS MULTIDISCIPLINARES **24**

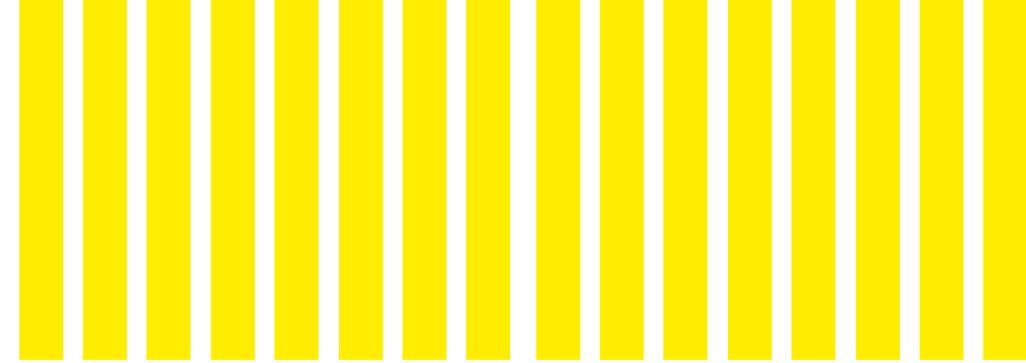
Laboratório Multimédia • Metodologias de Gestão de Projeto

EVENTOS **28**

INTRODUÇÃO

A licenciatura em Comunicação e Design Multimédia tem como principal objetivo capacitar os diplomados do exercício competente e responsável no domínio dos conteúdos multimédia, combinando competências adquiridas nas áreas da informática, artes visuais, comunicação e audiovisual, através do desenvolvimento de projetos interdisciplinares ao longo do processo de formação. Procura em simultâneo a criação de um diálogo estreito com instituições envolventes, quer a um nível local como nacional, mediante a realização de estágios curriculares, no último semestre do curso, e diversos eventos, seminários e workshops sobre os mais diversos temas relacionados com a área de formação.

Com a Way Mag pretendemos dotar a comunidade académica de uma plataforma de comunicação útil e de interesse na divulgação dos trabalhos e projetos desenvolvidos ao longo do curso de Comunicação e Design Multimédia. Aspiramos também dar visibilidade e abertura ao exterior dos trabalhos desenvolvidos no contexto académico bem como envolver a comunidade interna na divulgação dos conhecimentos, temáticas e competências adquiridas pelos estudantes.



SUPERVISÃO

Mónica Santos
Pedro Vaz
Fernanda Antunes
João Morais

COLABORAÇÃO

Jesús Ricca
Josi Rdríguez
Rafael Silva
Teresa Couto

DIREÇÃO CURSO

Ana Rita Teixeira

ARTE FINAL

Mónica Santos

REVISÃO

Pedro Vaz
Fernanda Antunes
João Morais

Diretora de Curso Ana Rita Teixeira

Está lançado a primeira pedra para um projeto que há muito fazia falta. Os nossos alunos desenvolvem uma multiplicidade de trabalhos ao longo do curso e dos anos, que não saem muitos deles do espaço escola e que precisam de ver e ser vistos. Pelo seu carácter inegavelmente visual é fundamental dar-lhes a visibilidade que precisam e merecem.

Neste sentido, procuramos no âmbito das diferentes unidades curriculares desenvolver uma revista que permitisse essa divulgação, promovendo o interesse, a motivação e o empenho dos alunos ao saber que o seu trabalho tem à disposição um suporte onde vai ter essa visibilidade.

Pretende-se igualmente criar uma ponte com a comunidade externa, em particular com o tecido empresarial e potenciais contratadores, que assim estarão capazes de acompanhar periodicamente os trabalhos desenvolvidos pelos nossos estudantes nos mais variados domínios como a Animação, Audiovisuais, Design, Fotografia, Informática, Marketing, entre outros.

@waycdm



Way n° 1 - Edição 2022

Portugal - Coimbra

ESEC - Escola Superior de Educação de Coimbra

UC Design Gráfico I
Ano 1º ano
Projeto Design de Informação

Alunos Beatriz Ferreira, Beatriz Pastor, Eva Costa

UC Design Gráfico I
Ano 1º ano
Projeto Design de Informação

Alunos Beatriz Ferreira, Beatriz Pastor, Eva Costa



DEUTER CLUB

E TU, SABES QUAIS AS CONSEQUÊNCIAS DA PESCA EXCESSIVA?

O DECLÍNIO DA POPULAÇÃO DE PEIXES:

-99% LINGUADE	-86% BACALHAU
-97% ATUM	-99% APIINCA

E IGUAL A PERDA DE 4316 CAMPOS DE FUTEBOL

QUERES SABER MAIS?

Se não comeres CARNE durante 1 DIA estás a SALVAR:

- 3 m² floresta
- 4 l de água
- 1 vida
- 20 Kg

Queres saber mais?

ENTREMEADA

Suínos

= 15%

= 95%

Saldo: por 10% das peças de carne estão em produção para indústria de transformação e a maioria de de poluente é reciclado por apenas 10%.

400 g

BIFE DA VAZIA

Novilho

= 3.432

Saldo zero, ao deixares de consumir carne durante um ano estás a salvar aproximadamente 3.432 árvores.

400 g

O Design de informação é definido como a arte e a ciência de preparar a informação de forma a que possa ser usada pelo ser humano com eficácia e eficiência. O que distingue o design de informação de outras formas de design é a eficácia e a eficiência em cumprir o propósito da comunicação. A informação instrui-nos sobre a natureza do

mondo em que vivemos: a sua história, o futuro, o seu funcionamento, o nosso lugar nele, as nossas possíveis ações, e as potências consequências dessas ações. **Objetivo:** Desenvolvimento de uma solução de visualização de informação (design de informação) que facilite a compreensão dos dados existentes, com o objetivo de facilitar o bem-estar e o dia-a-dia das pessoas.

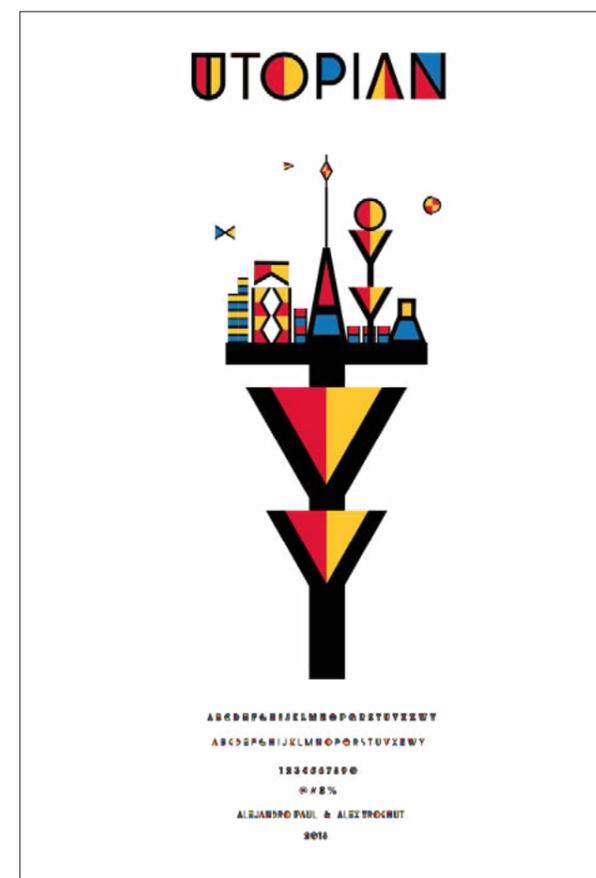
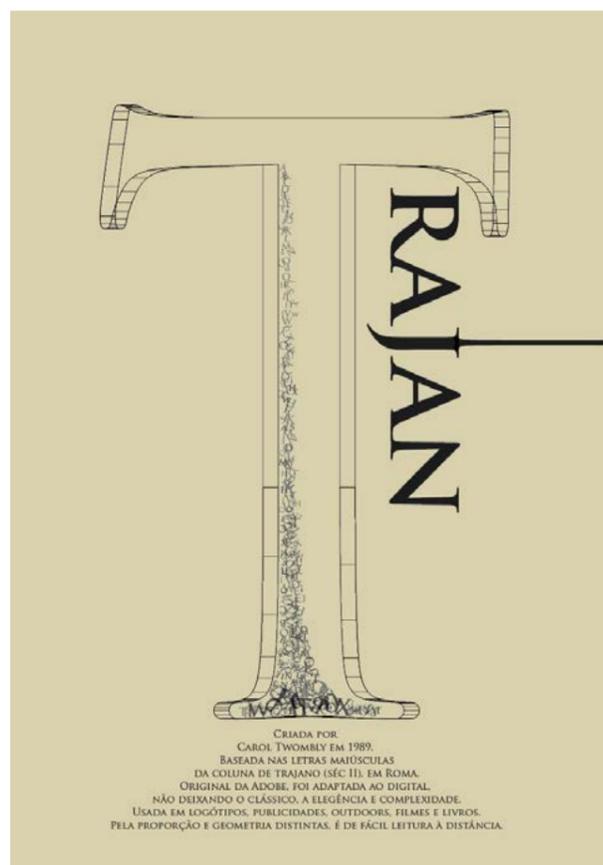
UC Tipografia
Ano 2º ano
Projeto Cartaz Tipográfico

Alunos Ana Rodrigues (esq^a),
 Inês Duarte (dir^a)

UC Tipografia
Ano 2º ano
Projeto Cartaz Tipográfico

Alunos Julia Damasceno (esq^a),
 Patrício Pereira (dir^a)

Cartaz promocional de um tipo de letra. O objetivo era desenvolver um conceito visualmente relacionado com as características formais do tipo de letra selecionado através de uma investigação do enquadramento histórico, autor e das suas características formais.



MULHERES

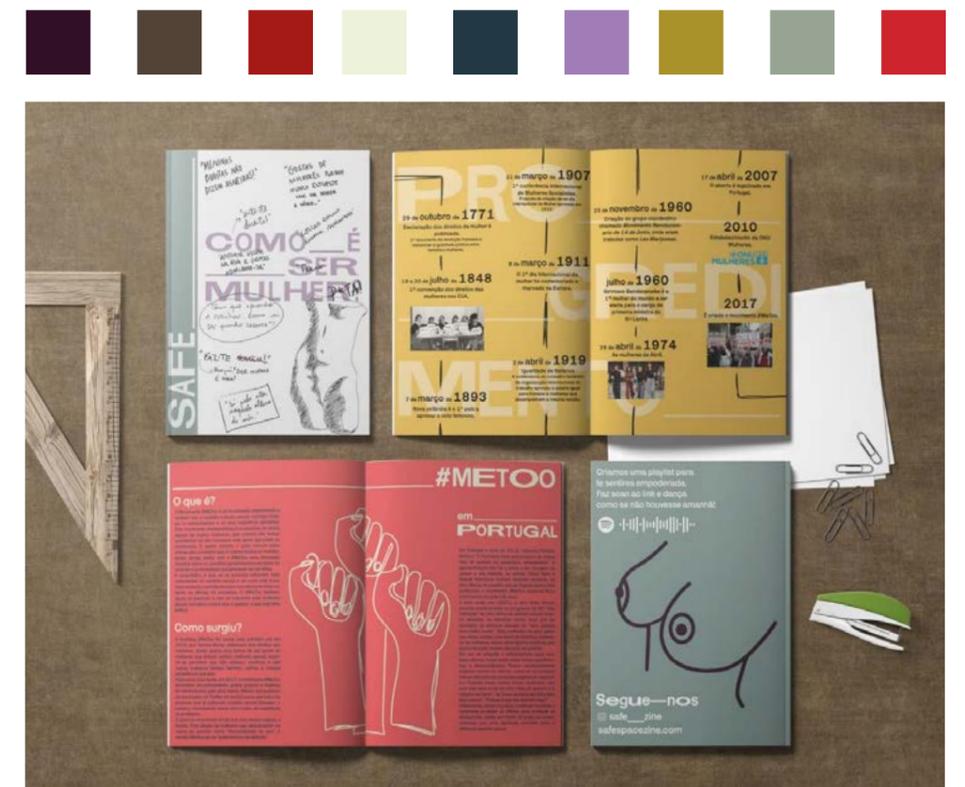
SÃO ARTE

*"Art is coming face to face with yourself" -
Jackson Pollock*

UC Design gráfico II
Ano 1º ano
Projeto Artefacto interativo / Desdobrável

Alunos Bruna Moutinho, Mariana Figueiredo,
Marta Barroso, Ricardo Ferreira

Proposta: elaboração de um artefacto interativo. Em resposta ao problema foi estipulado o desenvolvimento de uma zine - obras autopublicadas com textos ou imagens originais. A zine seria uma das edições que são lançadas trimestralmente e, nesta edição, aborda o tema dos Direitos da Mulher, tendo como subtópicos a Revolução Feminista, o Movimento #MeToo, uma timeline com algumas das datas mais emblemáticas da história desta luta, a indústria do Sex Work e alguns dos tabus presentes na vida da mulher.



UC Design gráfico II
Ano 1º ano
Projeto Cartaz “Eco-Código” Concurso Eco-Escolas
Alunos João Perdiz (pág. esq^a),
 Inês Duarte (pág. dir^a)



Cartaz “A Voz do Eco”:
 Trabalho premiado pelo júri
 no 21º Concurso Nacional
 Poster Eco-Código 2021 - 1º
 Lugar



A VOZ DO ECO

UMA FORMA DE SER E DE ESTAR

ESTREIA BREVEMENTE NA TUA VIDA!

PRÁTICA EXERCÍCIO FÍSICO E DESLOCA-TE A PÉ . IMPRIME COM RESPONSABILIDADE . ADERE À FATURAÇÃO ELETRÓNICA
 DENUNCIA CRIMES AMBIENTAIS . APLICA A POLÍTICA DOS 3 R'S - REDUZIR, REUTILIZAR, RECICLAR
 USA OS RECURSOS NATURAIS DE FORMA CONSCIENTE . PREFERE CONSUMIR PRODUTOS BIOLÓGICOS
 APROVEITA A LUZ DO SOL E REDUZ O CONSUMO DE ENERGIA . QUANDO SAÍRES DE UMA DIVISÃO APAGA AS LUZES
 DESLIGA O AR CONDICIONADO E AQUECIMENTO SEMPRE QUE NÃO PRECISES DELES
 DEPOIS DE LAVARES OS LEGUMES, APROVEITA A ÁGUA PARA REGAR PLANTAS
 RECOLHE A ÁGUA DA CHUVA PARA REGAR PLANTAS INTERIORES . DESLIGA A ÁGUA ENQUANTO TE
 ENSABOAS OU ESCOVAS OS DENTES . NÃO DESPERDICES ALIMENTOS . NÃO DEIXES OS EQUIPAMENTOS EM STANDBY

UC Marketing Digital
Ano 1º ano
Projeto “Saudade”

Alunos Catarina Marques, Mafalda Silva,
 Mariana Sousa, Teresa Fonseca

UC Marketing Digital
Ano 1º ano
Projeto “Saudade”

Alunos Catarina Marques, Mafalda Silva,
 Mariana Sousa, Teresa Fonseca

O projeto consistia na criação de uma marca portuguesa de fatos de banho e biquínis para todos os tamanhos e feitios. A grande diferença desta marca em relação às existentes, é o facto do tecido dos fatos de banho e biquínis serem de padrões com as diferentes cores e formas dos azulejos tradicionais portugueses. O indistinguível azul tem especial destaque.

O nome da marca será SAUDADE, uma vez que transmite, através dos biquínis e fatos de banho, o forte passado de Portugal. Os modelos irão estar disponíveis na loja online da marca, como também poderão ser adquiridos através do Instagram e do Facebook, onde irá ser feita a maior parte da divulgação dos mesmos.



SEGMENTAÇÃO

A segmentação caracteriza-se por identificar os grandes grupos de clientes com necessidades, desejos e interesses parecidos, especializando o nosso produto em função desses mesmos grupos. Sendo assim, podemos assumir que, de acordo com os critérios de segmentação, o nosso grupo de clientes vão ser mulheres, entre os 14 e os 40 (as quem mais acedem e fazem compras online).

Estas mulheres têm possivelmente um estilo de vida ativo e um certo gosto em seguir as mais recentes tendências da moda. É claro que também têm de ter um nível mínimo de instrução, para poderem aceder à internet e adquirir o nosso produto.

POSICIONAMENTO

O posicionamento deve transmitir um aspeto relevante de diferenciação no produto, devendo este estar efetivamente de acordo com as necessidades do consumidor. Logo, para esta diferenciação temos alguns elementos em relação a outras marcas com produtos parecidos. Com isto, a nossa marca é original, portuguesa, requintada, poderosa, elegante, acessível, energética, e criativa.

Como já dito anteriormente, os desenhos dos modelos de biquínis poderão ser ‘oferecidos’ por designers de moda que queiram divulgar o seu trabalho e potencialidade nesta área. Iremos ter também uma área de personalização, onde o cliente pode carregar uma fotografia que tenha tirado a azulejos portugueses, e fazer disso o padrão do seu biquíni ou fato de banho.

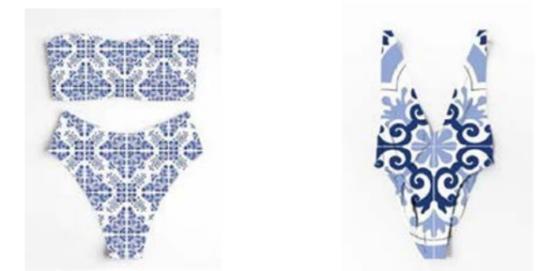
MARKETING MIX

A nossa marca chama-se SAUDADE, uma vez que transmite, através dos padrões de azulejos portugueses, usados nos biquínis e fatos de banho, o forte passado e história de Portugal.

Os produtos comercializados por esta marca são, exclusivamente, biquínis e fatos de banho estampados com o padrão de azulejos portugueses. Como já dito anteriormente, alguns dos desenhos dos modelos dos nossos produtos poderão ser fornecidos por designers de moda que queriam dar a conhecer o seu trabalho. Os nossos biquínis e fatos de banho terão os valores de 24,99€ e 34,99€, respectivamente, tendo os portes de envio já incluídos no preço.

A mensagem que queremos passar através dos nossos produtos é que, além dos biquínis e fatos de banho serem totalmente portugueses, desde a conceção da ideia até à sua distribuição, são produtos originais, confortáveis, e são tendência no mundo da moda.

Para a publicidade dos mesmos, como referido anteriormente, irá ser criada uma página no Facebook e no Instagram, onde irão ser partilhados os mais recentes produtos criados pela marca. Iremos também ter o site da marca, onde estará associada a loja online, onde as nossas clientes poderão comprar os nossos produtos no conforto da sua casa. No mundo offline, iremos ter outdoors e mupis, como imagens de modelos a usarem os nossos biquínis e fatos de banho.



UC Marketing Digital
Ano 1º ano
Projeto “Burguesia”

Alunos Inês M. Borges, Maria Neto, Mariana Gameiro, Paulo Renato

UC Marketing Digital
Ano 1º ano
Projeto “Burguesia”

Alunos Inês M. Borges, Maria Neto, Mariana Gameiro, Paulo Renato

A transição da economia e da sociedade para uma abordagem digital originaram o surgimento de várias oportunidades de novos negócios, não só pelo conceito em si, mas também pela forma e modo como podem ser comercializados. Com uma cultura de participação, de interatividade, de diálogo, de experiência e de compromisso entre entidades e consumidores, surgem cada vez mais novos projetos. Assente nestas premissas é proposto aos alunos um novo projeto, que origine o desenvolvimento de uma estratégia de marketing e comunicação digital e uma proposta de comércio eletrónico.

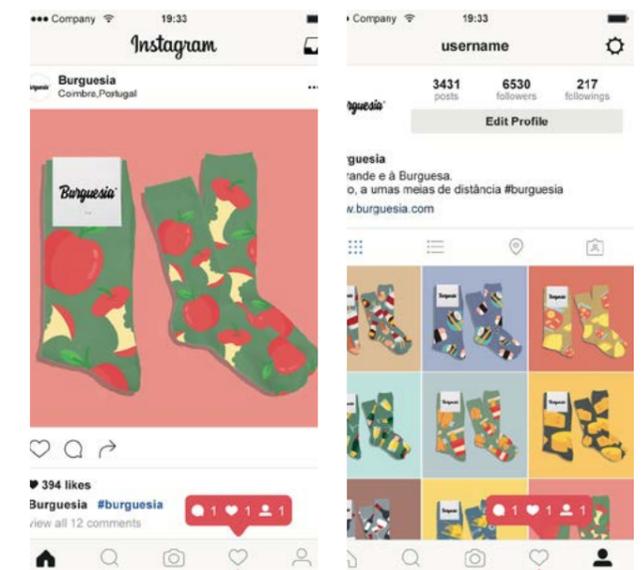
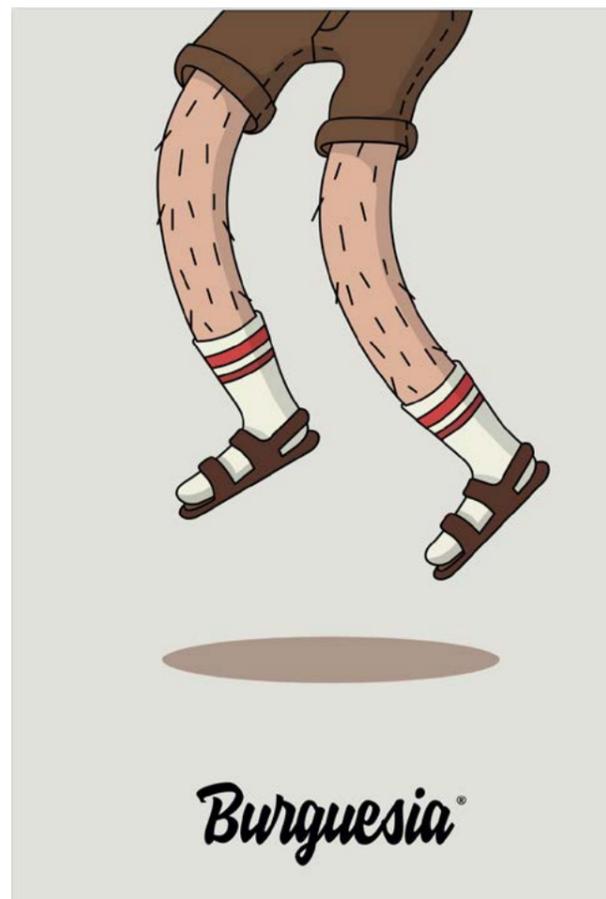
CONCEÇÃO ESTRATÉGICA - POSICIONAMENTO

Importância: oferta de um benefício;
 Lucratividade: deve-se considerar a diferença lucrativa;
 Acessibilidade: o consumidor deve poder pagar a diferença;
 Superioridade: a diferença deve ser superior a outras formas de benefícios;
 Exclusividade: a diferenciação não pode ser copiada com facilidade pela concorrência;
 Destaque: diferença oferecida de maneira justa.

PRODUTO

Meias coloridas personalizadas; Meias monocoloridas/simplistas

Comunicação digital no âmbito da comunicação integrada.
 Website oficial, anúncios no Facebook e no Instagram;
 Publicidade: inserção de anúncios nas redes sociais, nomeadamente, o FaceBook e o Instagram;
 Descontos: na compra de dois pares de meias, o terceiro par é oferta;
 Mailings: envio de campanhas promocionais para os clientes, envio de emails para potenciais clientes dado a conhecer a marca e os seus produtos;
 Parcerias com celebridades: a Burguesia conta com algumas celebridades, em que estas contribuem para edições limitadas de tempos a tempos;
 Internet: a Burguesia está presente nas redes sociais, nomeadamente, no FaceBook e no Instagram, para assim promover a marca.



UC Tecnologias Interativas
Ano 1º ano
Projeto Skillit: Website e App

Alunos Ana Pereira, Ana Silva, Patrícia Salgueiro, Patrício Pereira, Rafael Silva

UC Tecnologias Interativas
Ano 1º ano
Projeto Skillit: Website e App

Alunos Ana Pereira, Ana Silva, Patrícia Salgueiro, Patrício Pereira, Rafael Silva

Skillit

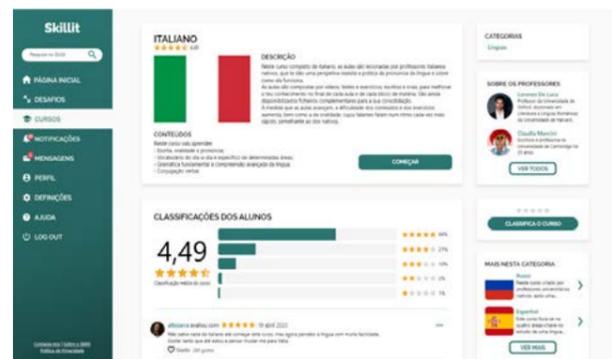
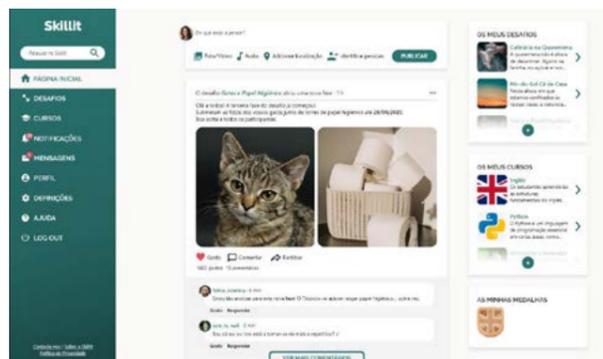
Elaboração de um projeto de grupo que consistia no desenvolvimento de um protótipo para um website e da respetiva aplicação, que fosse úteis para os tempos de isolamento forçado pelo vírus Covid-19.

Decidimos criar o Skillit, uma rede social com

desafios e cursos para os utilizadores, com o objetivo de os desafiar a mostrar o seu lado criativo e oferecer uma oportunidade para obter conhecimentos e desenvolver capacidades.

Além disso, proporciona a interação entre os diferentes utilizadores, semelhantemente ao que acontece nas redes sociais, numa tentativa de esbater o sentimento de solidão que a quarentena lhes poderia provocar. Os utilizadores podem também criar novos desafios, estabelecendo a sua duração, o número de fases, os prémios

e se é o criador ou os outros participantes que escolhem o vencedor do desafio. No entanto, os utilizadores não podem adicionar cursos por estes serem criados por profissionais certificados da área, contratados pela equipa do Skillit. É ainda possível guardar cursos e desafios em que os utilizadores estejam interessados em participar mais tarde.



UC Animação I
Ano 1º ano
Projeto Ashes and Snow (Gregory Colbert)

Alunos Filipa Bastos, Isabela Almeida,
 Patrícia Salgueiro

UC Animação I
Ano 1º ano
Projeto Ashes and Snow (Gregory Colbert)

Alunos Filipa Bastos, Isabela Almeida,
 Patrícia Salgueiro

<https://www.youtube.com/watch?v=Ngiajvly7Ns>



Através da obra videográfica Ashes and Snow (2002) do artista canadense Gregory Colbert, foi proposto o desafio de criar uma animação inspirada na sua linguagem visual e temática. O grupo de trabalho foi instigado a abordar um tema que reflete a ideia de janelas temporais, “...janelas para um mundo onde o silêncio e a paciência governam o tempo” como descreveu Alan Riding a respeito da obra de Colbert.

A nível técnico os requisitos estabelecidos foram criar um vídeo animado recorrendo a técnicas tradicionais, digitais ou mistas, compostas numa narrativa de loop perpétuo.

UC Laboratório Multimédia I
Ano 2º ano
Projeto Eleições Conselho de Escola

Alunos Ana Rodrigues, Arménio Santa,
 Carolina Loureiro, Cristiano Mendes,
 Daniel Madeira, Inês Duarte

UC Laboratório Multimédia I
Ano 2º ano
Projeto Eleições Conselho de Escola

Alunos Ana Rodrigues, Arménio Santa,
 Carolina Loureiro, Cristiano Mendes,
 Daniel Madeira, Inês Duarte

Negue-se quem diga que o mundo não está dividido em grupos e representado em símbolos. Negue-se quem diga que não quer ser o primeiro a chegar ou o último a sobreviver. Negue-se quem diga que não se sente julgado por quem é e não pelo que faz. O nosso mundo é um mundo de likes, um mundo de selfies e um mundo onde todas as ações e poses são pensadas. Mas, há momentos na vida em que é necessário irmos para além do que vemos. Há um momento em que devemos preferenciar as ações e não as feições. Este é o momento.

Inspirados na série de sucesso “Squid Game” a Lista B, candidata ao Conselho de Escola da Escola Superior de Educação de Coimbra, lança uma campanha focada na segregação de grupos e na simbologia atribuída a cada um. Mas mais do que simbologia, esta é uma campanha concentrada em ações, onde o maior destaque vai ser dado ao que se propõe fazer, ao que propõe alterar, ao que propõe mudar, e não a quem se propõe fazê-lo. Esta é a mensagem que a Lista B se propõe passar. Mais importante que caras, são ações e que todos podemos e devemos estar envolvidos nessas mesmas ações – com especial enfoque para a participação dos alunos.

A componente gráfica (círculo, quadrado e triângulo) e o conceito do filme em que haverá apenas um vencedor (sobrevivente) são igualmente forte inspiração desta campanha. Não fosse o objetivo principal da Lista B ser a vencedora. A campanha da Lista B procurará ser uma campanha com suspense, onde os pormenores terão mais importância que os “pormenores”, onde as ações falarão mais alto do que as palavras e onde – assim se espere – a Lista B será a última a sobreviver e representará todos aqueles que confirmam nela como merecedora deste papel na vida ativa da instituição.

LISTA B

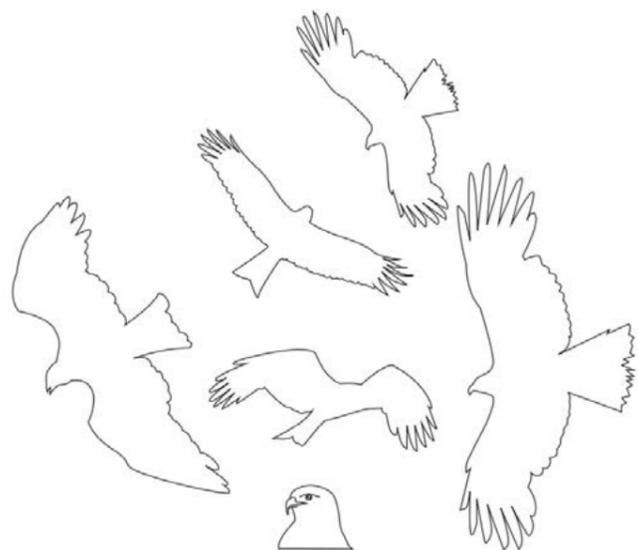
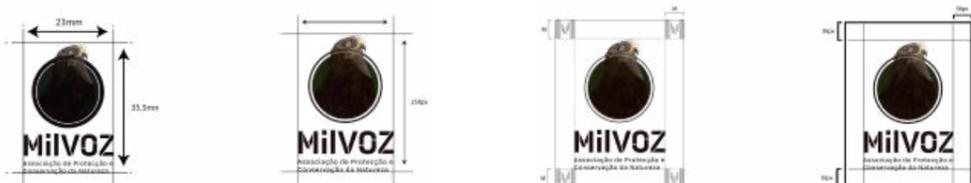


UC Laboratório Mutimédia II
Ano 3º ano
Projeto ONGA “Mil Voz”

Alunos Filipa Bastos, Francisco Loureiro, Gonçalo Barros, Jaime Parreiral, Pedro Neves, Patrícia Salgueiro

UC Laboratório Mutimédia II
Ano 3º ano
Projeto ONGA “Mil Voz”

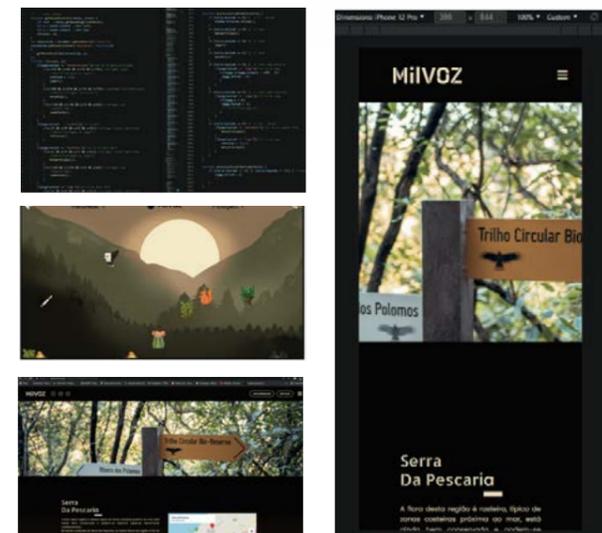
Alunos Filipa Bastos, Francisco Loureiro, Gonçalo Barros, Jaime Parreiral, Pedro Neves, Patrícia Salgueiro



“MilVoz” é uma Associação de Protecção e Conservação da Natureza, criada em maio de 2019, nasce da vontade de um conjunto de cidadãos em dar voz e representar o património natural da região de Coimbra, zelando pela sua preservação.

O objetivo deste projeto

consistia na escolha de um tema relacionado com os direitos humanos, neste caso o ambiente e desenvolver um projeto interdisciplinar. Através de uma simbiose entre as unidades curriculares de Informática, Design, Comunicação e e Áudio/Som foi concetualizada, desenvolvida e apresentada uma identidade visual, manual de comunicação nas redes sociais, desdobrável, website e um jogo.



UC Interdisciplinar
Ano 1º, 2º e 3º ano
Projeto 10º Encontro do Curso de
 Comunicação e Design Multimédia

UC Interdisciplinar
Ano 1º, 2º e 3º ano
Projeto 10º Encontro do Curso de
 Comunicação e Design Multimédia

Fechamos esta primeira edição da revista com o balanço do 10º Encontro do Curso de Comunicação e Design Multimédia, que depois de dois anos de paragem forçada, voltou a acontecer nos dias 10 e 11 de Maio na ESEC. Esta iniciativa teve o propósito de criar um espaço de partilha e de conhecimento no âmbito das artes criativas e contou com a presença de profissionais de diferentes áreas e ex-estudantes do curso. Durante dois enriquecedores dias foram dinamizadas comunicações, workshops, exposições de design, ilustração, fotografia, vídeo, informática, comunicação, música, áudio e animação 3D, com o objetivo de aproximar os nossos atuais, potenciais e ex-estudantes da realidade profissional e empresarial. Com diferentes temas, como a cooperação e colaboração, a criatividade e o processo criativo, a estratégia e transformação

digital, a importância da cor, o desenvolvimento de uma marca, o design de som ou a produção e pós-produção de documentários, foram seguramente muitos os momentos que originaram a valorização de todos os participantes.

Acreditamos que o esforço despendido pelos docentes e estudantes do curso no planeamento e organização, tornaram este acontecimento num momento enriquecedor durante o qual foi possível criar laços importantes para o crescimento individual e coletivo, e contribuir igualmente para a motivação e empenho dos envolvidos. Já estamos a preparar o 11º encontro, em que mais contamos com a presença de todos!



10.º ENCONTRO DE
 COMUNICAÇÃO E
 DESIGN MULTIMÉDIA

Escola Superior de Educação
 Politécnico de Coimbra



**Escola Superior
de Educação**

Politécnico de Coimbra

