

**DESIGNAR: VIVE Y HAZ VIVIR — ESTRATEGIAS ADAPTATIVAS PARA LA
REVITALIZACIÓN URBANA A TRAVÉS DEL DISEÑO DE INTERFACES Y
ACCIONES DE EXTENSIÓN**

*DESIGNAR: LIVE AND MAKE LIVE — ADAPTIVE STRATEGIES FOR URBAN
REVITALIZATION THROUGH INTERFACE DESIGN AND UNIVERSITY
EXTENSION ACTIONS*

*DESIGNAR: VIVA E FAÇA VIVER — ESTRATÉGIAS ADAPTATIVAS PARA
REVITALIZAÇÃO URBANA ATRAVÉS DO DESIGN DE INTERFACES E AÇÕES
EXTENSIONISTAS*

*DESIGNAR : VIS ET FAIS VIVRE — STRATEGIES ADAPTATIVES POUR LA
REVITALISATION URBAINE PAR LA CONCEPTION D'INTERFACES ET DES
ACTIONS D'EXTENSION UNIVERSITAIRE*

Petrus Moura Barbosa

Resumen: El presente artículo científico relata de manera profunda la experiencia de extensión vivida durante el semestre lectivo 2024.2, en el ámbito de la coordinación de la Agencia Experimental de Diseño del Centro Universitario Unifanor Wyden. La investigación se constituye como un desdoblamiento práctico y metodológico directo de la tesis de maestría desarrollada en el programa de Ciencias de la Ciudad, titulada "Viva E Faça Viver - Estratégias Adaptativas para Revitalização Urbana". El objetivo primordial de esta acción consistió en trasladar los preceptos teóricos fundamentados en los Sistemas Complejos Adaptativos (CAS) y en las teorías de revitalización urbana al plano de la praxis social. Esto se concretó mediante el desarrollo planificado de una interfaz digital, configurada como una aplicación centrada en el Diseño de Experiencia de Usuario (UX) y el Diseño de Interfaz de Usuario (UI). Esta herramienta fue concebida para actuar como gestora de Big Data enfocada en el escenario cultural de Fortaleza, estableciendo una red de conexiones inteligentes y dinámicas entre tres agentes fundamentales del tejido urbano: los colectivos artísticos independientes locales, los equipamientos culturales establecidos en la región central de la ciudad y el público consumidor. La justificación científica de esta propuesta se apoya en la comprensión arquitectónica y urbanística de que los centros urbanos, sorprendidos en un estado de obsolescencia estacional y subutilización fuera del horario comercial, demandan fuentes continuas de nutrición vital para mitigar la degradación socioespacial. A través de un paralelo biológico con el comportamiento del moho mucilaginoso *Physarum polycephalum*, se identificó que las manifestaciones culturales independientes funcionan como verdaderos atractores energéticos y metabólicos capaces de reconfigurar el espacio urbano de manera adaptativa. La metodología comprendió la presentación formal de convocatorias institucionales, la selección y el riguroso entrenamiento de un cuerpo de estudiantes monitores, la ejecución de investigaciones de campo cualitativas y cuantitativas, la realización de entrevistas en profundidad con múltiples colectivos artísticos de la ciudad y el establecimiento de una estrategia integrada de comunicación mediante la producción del podcast DEXOCAST. El proceso culminó en la creación de un prototipo interactivo y navegable en el software Figma y en la estructuración completa del Manual de Identidad Visual de la marca "Designar". Se concluye que la inserción de los estudiantes en un proyecto de extensión de esta magnitud genera un doble legado de inmenso valor, pues promueve un impacto socioespacial y cultural directo en la ciudad al mismo tiempo que consolida el aprendizaje metodológico del Diseño Estratégico, allanando un camino consistente para la continuidad de la investigación a nivel de doctorado.

Palabras clave: Revitalización urbana; Diseño de interfaz; Sistemas complejos adaptativos; Extensión universitaria; Identidad visual.

Abstract: This scientific article provides an in-depth account of the university extension experience carried out during the 2024.2 academic semester under the coordination of the Experimental Design Agency of the Unifanor Wyden University Center. The investigation is a direct practical and methodological outgrowth of the master's dissertation developed in the City Sciences program, entitled "Viva E Faça Viver - Estratégias Adaptativas para Revitalização Urbana" ("Live and Make Live – Adaptive Strategies for Urban Revitalization"). The primary objective of this action was to bring the theoretical precepts grounded in Complex Adaptive Systems (CAS) and in urban revitalization theories into the realm of social praxis. This was achieved through the planned development of a digital interface, configured as an application focused on User Experience (UX) Design and User Interface (UI) Design. The tool was designed to act as a Big Data manager focused on Fortaleza's cultural scene, establishing a network of intelligent and dynamic connections among three fundamental agents of the urban fabric: independent local artistic collectives, cultural facilities established in the central region of the city, and the consuming public. The scientific justification for this proposal rests on the architectural and urbanistic understanding that urban centers, caught in a state of seasonal obsolescence and underuse outside business hours, require continuous sources of vital nourishment to mitigate socio-spatial degradation. Through a biological parallel with the behavior of the slime mold *Physarum polycephalum*, it was identified that independent cultural manifestations function as true energetic and metabolic attractors capable of reconfiguring urban space in an adaptive way. The methodology comprised the formal submission of institutional calls for proposals, the selection and rigorous training of a group of student monitors, the execution of qualitative and quantitative field research, in-depth interviews with multiple artistic collectives in the city, and the establishment of an integrated communication strategy through the production of the DEXOCAST podcast. The process culminated in an interactive, navigable prototype in the Figma software and in the complete structuring of the Visual Identity Manual of the "Designar" brand. It is concluded that involving students in an extension project of this magnitude produces a double legacy of immeasurable value, since it promotes a direct socio-spatial and cultural impact on the city while consolidating the methodological learning of Strategic Design, paving a consistent path for the continuation of the research at the doctoral level.

Keywords: Urban Revitalization; Interface Design; Complex Adaptive Systems; University Extension; Visual Identity.

Resumo: O presente artigo científico relata de maneira aprofundada a experiência extensionista vivenciada durante o semestre letivo de 2024.2 no âmbito da coordenação da Agência Experimental de Design do Centro Universitário Unifanor Wyden. A investigação constitui-se como um desdobramento prático e metodológico direto da dissertação de mestrado desenvolvida no programa de Ciências da Cidade, intitulada "Viva E Faça Viver - Estratégias Adaptativas para Revitalização Urbana". O objetivo primordial desta ação residiu em transpor os preceitos teóricos fundamentados nos Sistemas Complexos Adaptativos (CAS) e nas teorias de revitalização urbana para o plano da práxis social. Isso se concretizou por meio do desenvolvimento planejado de uma interface digital, configurada como um aplicativo focado em Design de Experiência do Usuário (UX) e Design de Interface do Usuário (UI). Esta ferramenta foi projetada para atuar como um gestor de Big Data focado no cenário cultural de Fortaleza, estabelecendo uma rede de conexões inteligentes e dinâmicas entre três agentes fundamentais do tecido urbano: os coletivos artísticos independentes locais, os equipamentos culturais estabelecidos na região central da cidade e o público consumidor. A justificativa científica desta proposta ampara-se na compreensão arquitetônica e urbanística de que os centros urbanos, flagrados em um estado de obsolescência sazonal e subutilização fora do horário comercial, demandam fontes contínuas de nutrição vital para mitigar a degradação socioespacial. Através de um paralelo biológico com o comportamento do bolor limoso *Physarum polycephalum*, identificou-se que as manifestações culturais independentes funcionam como verdadeiros atratores energéticos e metabólicos capazes de reconfigurar o espaço urbano de maneira adaptativa. A metodologia compreendeu a submissão formal de editais institucionais, a seleção e o treinamento rigoroso de um corpo de alunos monitores, a execução de pesquisas de campo qualitativas e quantitativas, a realização de entrevistas em profundidade com múltiplos coletivos artísticos da cidade e o estabelecimento de uma estratégia integrada de comunicação por meio da produção do podcast DEXOCAST. O processo culminou na prototipagem interativa e navegável no software Figma e na estruturação completa do Manual de Identidade Visual da marca "Designar". Conclui-se que a inserção dos discentes em um projeto extensionista dessa magnitude gera um duplo legado de imensurável valor, pois promove um impacto socioespacial e cultural direto na cidade ao mesmo tempo em que consolida o aprendizado metodológico do Design Estratégico, pavimentando um caminho consistente para a continuidade da pesquisa em nível de doutorado.

Palavras-chave: Revitalização Urbana; Design de Interface; Sistemas Complexos Adaptativos; Extensão Universitária; Identidade Visual.

Résumé: Le présent article scientifique rend compte de manière approfondie de l'expérience d'extension universitaire vécue au cours du semestre 2024.2, dans le cadre de la coordination de l'Agence Expérimentale de Design du Centre Universitaire Unifanor Wyden. La recherche constitue un prolongement pratique et méthodologique direct du mémoire de master développé dans le programme de Sciences de la Ville, intitulé « Viva E Faça Viver - Estratégias Adaptativas para Revitalização Urbana ». L'objectif premier de cette action a été de transposer les préceptes théoriques fondés sur les Systèmes Complexes Adaptatifs (CAS) et sur les théories de la revitalisation urbaine vers le plan de la praxis sociale. Cela s'est concrétisé par le développement planifié d'une interface numérique, configurée comme une application centrée sur la conception de l'expérience utilisateur (UX) et de l'interface utilisateur (UI). Cet outil a été conçu pour agir comme gestionnaire de Big Data axé sur la scène culturelle de Fortaleza, établissant un réseau de connexions intelligentes et dynamiques entre trois acteurs fondamentaux du tissu urbain : les collectifs artistiques indépendants locaux, les équipements culturels implantés dans la région centrale de la ville et le public consommateur. La justification scientifique de cette proposition s'appuie sur la compréhension architecturale et urbanistique selon laquelle les centres urbains, saisis dans un état d'obsolescence saisonnière et de sous-utilisation en dehors des heures commerciales, exigent des sources continues de nourriture vitale pour atténuer la dégradation socio-spatiale. À travers un parallèle biologique avec le comportement du myxomycète *Physarum polycephalum*, il a été identifié que les manifestations culturelles indépendantes fonctionnent comme de véritables attracteurs énergétiques et métaboliques capables de reconfigurer l'espace urbain de manière adaptative. La méthodologie a comporté le dépôt formel d'appels à projets institutionnels, la sélection et la formation rigoureuse d'un groupe d'étudiants moniteurs, la réalisation d'enquêtes de terrain qualitatives et quantitatives, des entretiens approfondis avec de multiples collectifs artistiques de la ville et la mise en place d'une stratégie de communication intégrée par la production du podcast DEXOCAST. Le processus a abouti à un prototype interactif et navigable dans le logiciel Figma et à la structuration complète du Manuel d'Identité Visuelle de la marque « Designar ». Il est conclu que l'insertion des étudiants dans un projet d'extension de cette ampleur produit un double héritage d'une valeur inestimable, puisqu'il favorise un impact socio-spatial et culturel direct sur la ville tout en consolidant l'apprentissage méthodologique du Design Stratégique, ouvrant une voie cohérente pour la poursuite de la recherche au niveau du doctorat.

Mots-clés: Revitalisation urbaine; Conception d'interfaces; Systèmes complexes adaptatifs; Extension universitaire ; Identité visuelle.

1 Introducción

El escenario contemporáneo de la educación superior exige a las instituciones académicas una postura que sobrepase los límites tradicionales del aula, demandando la inserción activa de sus agentes en las dinámicas sociales y urbanas que rodean a la universidad. En el ámbito de la carrera de grado en Diseño del Centro Universitário Unifanor Wyden, esta premisa se convierte en directriz pedagógica, buscando estructurar un ambiente de formación que estimule el pensamiento crítico, la autonomía intelectual y la responsabilidad social de los estudiantes. Los estudiantes de diseño son constantemente desafiados a ver el proyecto no solo como un artefacto estético o un producto de consumo mercantil, sino como una herramienta de mediación cultural y de transformación de las realidades colectivas. Es bajo esta óptica que la Agencia Experimental de Diseño, cariñosamente denominada DEXO, se consolida en el ecosistema académico de la institución. La agencia funciona como un laboratorio vivo y un espacio de inmersión profesional en el que los alumnos encuentran la infraestructura adecuada y el soporte conceptual necesarios para poner a prueba las teorías absorbidas a lo largo de la malla curricular en demandas concretas provenientes de la propia comunidad de Fortaleza.

La relevancia académica de las acciones de extensión reside precisamente en esta capacidad de tensionar y articular el trípode fundamental compuesto por la enseñanza, la

investigación y la extensión. Al involucrarse en proyectos de esta naturaleza, el cuerpo estudiantil disfruta de vivencias prácticas enriquecedoras que anticipan las complejidades del mercado de trabajo, al mismo tiempo que se introduce en los rigores de la investigación científica aplicada. Este proceso pedagógico es responsable de dejar un legado profundo e imborrable en la formación futura del diseñador, permitiendo el desarrollo de una sensibilidad social aguda respecto del impacto de sus decisiones proyectuales sobre el bienestar de los ciudadanos. Por otro lado, para el cuerpo docente, tales iniciativas representan una oportunidad singular de continuidad de sus investigaciones científicas, viabilizadas por la recepción de becas de incentivo institucional y por el acceso a laboratorios equipados, lo que fortalece la producción académica interna de la institución y proyecta el nombre de la universidad más allá de sus muros geográficos.

Durante el semestre lectivo 2024.2, este panorama de indisociabilidad entre teoría y práctica adquirió contornos específicos cuando la convocatoria de fomento a la extensión y la internacionalización culminó en la aprobación de este autor, el Profesor Petrus Moura Barbosa, para asumir la coordinación y el liderazgo científico de la Agencia Experimental de Diseño. El otorgamiento de esta beca de incentivo y coordinación configuró un paso estratégico fundamental para dar continuidad al proyecto pilar que estructuró mi investigación académica de maestría en el campo de las Ciencias de la Ciudad, cuya disertación defendió el tema titulado “Viva E Faça Viver – Estrategias Adaptativas para la Revitalización Urbana”.

El propósito mayor de la agencia experimental en este período fue recibir el andamiaje conceptual macrourbano generado en la maestría y transmutarlo en soluciones tecnológicas y visuales de microescala, enfocadas especialmente en el Diseño de Identidad Visual y en el Diseño de Experiencia e Interfaz de Usuario (UX/UI). Esta acción de extensión fue diseñada no solo como un cierre de ciclo, sino primordialmente como la estructuración de un preproyecto robusto y empíricamente probado para el ingreso a un programa de doctorado. Al involucrar a los alumnos monitores seleccionados por convocatoria pública en la resolución de un problema urbano real, la agencia estableció un canal directo de comunicación entre la producción científica del posgrado y la práctica de laboratorio del grado, demostrando que el diseño estratégico posee las propiedades necesarias para mapear, organizar y vitalizar las complejas redes que componen el ecosistema cultural de una metrópoli.

2 Justificación

El debate en torno a la planificación urbana y a la preservación de los centros históricos ha demandado reflexiones profundas sobre la dimensión del tiempo y la efimeridad de las dinámicas sociales que moldean el espacio construido. La investigación de maestría que sirve de cimiento a este artículo propone una severa crítica a la manera en que la arquitectura tradicional a menudo se encorseta en soluciones inmutables y monofuncionales que no acompañan las transformaciones de la sociedad a lo largo de los años. Esta postura crítica encuentra fuerte eco en las formulaciones de los arquitectos cibernéticos de la década de 1960, con énfasis en las contribuciones teóricas de Cedric Price y John Frazer. Estos pensadores vanguardistas proponían que los edificios y las ciudades debían concebirse como sistemas abiertos, flexibles y capaces de aprender e interactuar dinámicamente con las necesidades cambiantes de sus ocupantes, anticipando una era en la que la arquitectura incorporaría parámetros de la tecnología de la información y de la biología para mantenerse funcional y receptiva.

Al transferir esta mirada crítica a la realidad contemporánea del área central de la ciudad de Fortaleza, capital del estado de Ceará, se evidencia una contradicción morfológica y social alarmante. Durante el horario comercial de los días hábiles, el centro urbano late de forma intensa, manifestando un flujo continuo de trabajadores, consumidores y triciclos que llenan las vías públicas en una dinámica comercial efervescente. Sin embargo, al caer la noche y durante los fines de semana, este mismo territorio sufre un vaciamiento abrupto, transmutándose en un escenario de abandono, silencio y vulnerabilidad social. El diagnóstico realizado en la investigación de maestría señala que esta obsolescencia estacional decurre directamente del uso casi exclusivo de la tipología comercial y administrativa en el tejido del centro. Como consecuencia directa de esta especialización funcional excesiva, los grandes y relevantes equipamientos culturales que enriquecen el centro de Fortaleza, como el imponente Cineteatro São Luiz, el histórico Teatro José de Alencar, el Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura, la icónica Praça dos Leões y el agradable Passeio Público, terminan operando como verdaderas islas aisladas de actividad, rodeadas por un desierto urbano desprovisto de vivienda y de vitalidad comunitaria fuera de los horarios tradicionales de trabajo.

Para comprender y mitigar la decadencia crónica que afecta a la región central de las metrópolis, la investigación se aleja de los modelos cartesianos rígidos de planificación urbana y se sumerge en los complejos abordajes teóricos de los Sistemas Complejos Adaptativos (CAS).

Bajo esta perspectiva sistémica, la ciudad no se ve como una máquina estática, sino como un organismo vivo compuesto por redes interdependientes de agentes en constante interacción. Dentro de esta matriz teórica, los equipamientos culturales del centro y, de modo especial, las manifestaciones y performances de los colectivos artísticos independientes son elevados al estatus de “Atractores”. Funcionan como polos de emisión de energía y de atracción de flujos humanos, actuando como verdaderas fuentes de nutrición biológica necesarias para mantener el sistema complejo urbano en un estado saludable de equilibrio dinámico.

Este concepto establece una íntima e instigante conexión analógica con el comportamiento biológico del moho mucilaginoso conocido científicamente como *Physarum polycephalum*. Como ha sido ampliamente discutido y documentado en la literatura científica, en especial en el artículo “Cómo el moho mucilaginoso sin cerebro redefine la inteligencia”, del periodista científico Ferris Jabr, publicado en 2012, esta ameba unicelular y multinucleada exhibe una impresionante capacidad de procesamiento de información y toma de decisiones sin poseer un sistema nervioso central. El *Physarum polycephalum* logra resolver laberintos geométricos altamente complejos y optimizar rutas de transporte de nutrientes entre diferentes polos alimentarios para garantizar la supervivencia y la resiliencia de su colonia, forzando a la comunidad científica a repensar los límites del comportamiento inteligente.

El paralelo construido en la disertación de maestría utiliza esta lección de la biología para demostrar que, así como el moho mucilaginoso expande y reorganiza sus canales morfológicos motivado por la localización de fuentes de alimento, el tejido urbano de un centro histórico también posee la capacidad intrínseca de autoorganizarse y adaptarse si existen fuentes continuas de nutrición artística y cultural esparcidas por su territorio. La relevancia del arte y la cultura reside, por lo tanto, en su capacidad de actuar como ese insumo metabólico capaz de desencadenar una contaminación radial positiva. Ocupar un espacio público con manifestaciones artísticas genera un efecto cascada que atrae a nuevos usuarios, los cuales, a su vez, demandan nuevos servicios y actividades, reprimiendo la sensación de inseguridad y degradación mediante la mera copresencia

humana. Esta lógica constituye el núcleo del lema “Viva e faça viver” (“Vive y haz vivir”): el acto de ocupar el centro de forma activa es la única estrategia capaz de mantenerlo sistémicamente vivo.

Mientras que la investigación conducida en la maestría se centró en una escala macrourbana, observando el plano general de la ciudad y sus directrices estructurales, el presente artículo recurre a una lente de aproximación enfocada en la escala microurbana. El objetivo es establecer un diálogo íntimo con los artistas independientes y colectivos locales de Fortaleza, buscando comprender de cerca sus realidades cotidianas, sus mayores dolores operativos y el inmenso potencial latente que portan para actuar como los verdaderos atractores de revitalización del centro. Al traer esta lupa metodológica al ecosistema cultural de Fortaleza, la investigación busca decodificar la sensibilidad y la identidad visual de estos artistas, dotando a la Agencia Experimental de Diseño de la información cualitativa esencial para diseñar una interfaz tecnológica que sea verdaderamente receptiva a las necesidades de las personas que mantienen palpitante la cultura de la ciudad.

3 Objetivo

El objetivo general de este trabajo consiste en planificar, estructurar y ejecutar una acción de extensión continua por medio de las actividades de laboratorio de la Agencia Experimental de Diseño del Centro Universitário Unifanor Wyden en el período correspondiente al semestre 2024.2. Esta acción busca conferir aplicabilidad práctica, tecnológica y social a las tesis planteadas originalmente en el ámbito de la Maestría en Ciencias de la Ciudad, dirigiendo el soporte técnico y la infraestructura física de la institución al fortalecimiento de los colectivos artísticos independientes de Fortaleza mediante el desarrollo detallado de una interfaz digital de aplicación concebida bajo la óptica de un gestor de datos y conexiones culturales a gran escala (Big Data).

Objetivos específicos:

1. Mapeo y diagnóstico del ecosistema cultural: Realizar un levantamiento empírico detallado para identificar, cuantificar y catalogar los colectivos artísticos y artistas autónomos que actúan en la ciudad de Fortaleza, clasificándolos de acuerdo con sus respectivas modalidades de expresión, tales como la danza, la música, la expresión corporal, el teatro callejero y la comunicación visual, mapeando paralelamente sus canales de difusión, las redes de apoyo financiero o convocatorias públicas a las que acceden, la regularidad de sus presentaciones y las infraestructuras urbanas de soporte con que cuentan.
2. Investigación de UX y arquitectura de información centrada en el usuario: Desarrollar la arquitectura de información y los flujos de navegación de la interfaz tecnológica proyectada, segmentando y comprendiendo profundamente las dinámicas de comportamiento de tres clases distintas de usuarios que componen el sistema complejo adaptativo urbano: los consumidores finales que buscan actividades culturales, los artistas y colectivos que actúan como prestadores de servicios y atractores de vitalidad, y los gestores de los equipamientos culturales del centro de Fortaleza que ofrecen la infraestructura física para las manifestaciones.
3. Desarrollo de identidad de marca y diseño de UI: Concebir y estructurar de forma minuciosa el Manual de Identidad Visual y la guía de estilo de interfaz (Design System) de la marca de la aplicación titulada “Designar”, adoptando las expresiones populares y la identidad cultural urbana de Fortaleza como pilares

conceptuales fundamentales para la creación de los grafismos, colores, logotipos y tipografías del sistema.

4. Fomento a la investigación e integración académica: Capacitar al cuerpo de alumnos monitores integrantes de la Agencia Experimental de Diseño en las metodologías avanzadas de Design Thinking, UX Research y prototipado ágil, solidificando un canal de diálogo perenne y provechoso entre la producción académica del Centro Universitário Unifanor Wyden y la comunidad artística externa.

4 Metodología

El recorrido metodológico que orientó el desarrollo de todas las actividades realizadas en la Agencia Experimental de Diseño durante el semestre 2024.2 se estructuró con base en los preceptos de la investigación-acción y del Design Thinking, dividiéndose en etapas interdependientes descritas de manera puramente textual y cronológicamente encadenada.

El proceso comenzó con los trámites institucionales de presentación formal de la propuesta de coordinación y del plan de trabajo científico a la coordinación académica de la carrera de Diseño y al Programa de Extensión e Internacionalización (PEI). Una vez validado el alcance del proyecto, se procedió a la elaboración minuciosa de la convocatoria de selección pública para los alumnos monitores, estipulando los criterios técnicos necesarios para la admisión, el cronograma de actividades programadas para el semestre y el formulario digital de inscripciones vía Google Forms. La divulgación de la convocatoria ocurrió el 21 de agosto de 2024 mediante publicaciones en los grupos de comunicación de la carrera en la plataforma WhatsApp, comunicados oficiales vía Microsoft Teams y abordajes presenciales en las aulas. El plazo de inscripciones se cerró el 27 de agosto de 2024, dando lugar al análisis de los perfiles y a la publicación de los resultados oficiales el día 28 de agosto, culminando en una capacitación técnica inicial conducida de forma remota vía Teams el 30 de agosto de 2024 para alinear las expectativas y las herramientas de trabajo.

La inmersión práctica del equipo en las dependencias físicas de la institución se consolidó con la realización de la primera reunión presencial de alineación estratégica, ocurrida el 2 de septiembre de 2024 en las salas de la Agencia Experimental de Diseño y en el estudio de grabación de podcast. Un segundo encuentro tuvo lugar el 5 de septiembre de 2024 en las instalaciones del Núcleo de Comunicación (NUCOM) para definir el cronograma semestral definitivo y realizar la distribución de las tareas individuales y colectivas.

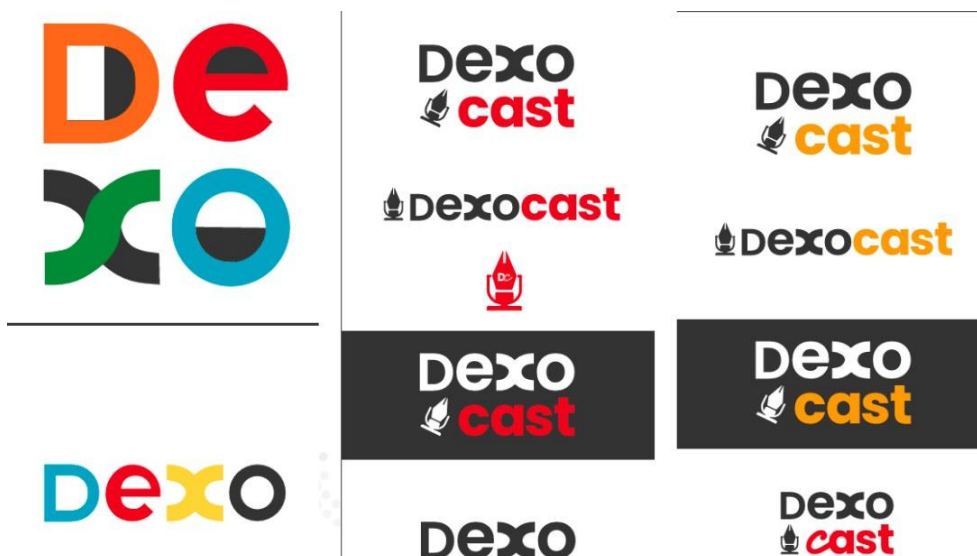
Entre las primeras metas establecidas, se destacaron el mapeo y la identificación de los recursos técnicos del campus para viabilizar la creación del podcast titulado DEXOCAST, pensado como la principal herramienta de comunicación de masas para divulgar las actividades del laboratorio, conferencias, talleres y ruedas de conversación. Se articularon también las programaciones de las primeras entrevistas, la organización de la clase inaugural dirigida a la comunidad estudiantil, las acciones preparatorias integradas al ENADE, la creación de perfiles institucionales en medios digitales, el envío de correos electrónicos corporativos, la ejecución de una sesión fotográfica profesional con los integrantes de la agencia y la creación de la identidad de marca temporal para estandarizar las plantillas de publicaciones y comunicaciones en las redes sociales.

Figura 1 – Agencia Experimental de Diseño – EQUIPO DEXO



Fuente: Archivo personal del autor (2024).

Figura 2 – Agencia Experimental de Diseño – Identidad Visual DEXOCAST



Fuente: Archivo personal del autor (2024).

El cronograma académico siguió con la realización de la Clase Inaugural y el inicio oficial de las captaciones de audio y video del DEXOCAST los días 9 y 12 de septiembre de 2024. Ocurrió, en el íterin, una solicitud formal por parte de la conferencista y artista invitada Livia Mendes para aplazar la acción integrada al ENADE al 16 de septiembre de 2024, ocasión en la que la profesional, reconocida en la escena del muralismo urbano local, impartió un taller práctico de lettering aplicado a la anatomía de los tipos para los alumnos matriculados en la asignatura de Tipografía de la carrera. Livia Mendes también registró su colaboración grabando el segundo episodio del DEXOCAST el 9 de septiembre. En paralelo, la clase inaugural de la agencia ocurrió el 12 de septiembre de 2024 con la participación del alumno egresado Diógenes da Silva, quien debatió profundamente el concepto de Design System en el mercado corporativo, participando en la grabación del podcast en la misma fecha.

La inclusión de Diógenes fue una decisión metodológica altamente estratégica tomada por la coordinación para proporcionar a los monitores de la agencia el sustento práctico necesario para componentizar y estandarizar el prototipo de interfaz que sería diseñado, además de integrar al resto de los estudiantes de grado en las rutinas del proyecto de extensión.

Figura 3 – Agencia Experimental de Diseño – DEXOCAST con Livia Mendes



Fuente: Archivo personal del autor (2024).

Figura 4 – Agencia Experimental de Diseño – DEXOCAST con Diógenes da Silva



Fuente: Archivo personal del autor (2024).

Figura 5 – Agencia Experimental de Diseño – Conferencia Design System con Diógenes



Fuente: Archivo personal del autor (2024).

Figura 6 – Agencia Experimental de Diseño – Taller de Lettering con Livia Mendes



Fuente: Archivo personal del autor (2024).

La regularidad de las actividades presenciales se mantuvo firme con la ejecución de la agenda semanal de revisión el 16 de septiembre de 2024. Entre los días 16 y 17 de septiembre, el equipo concentró esfuerzos en el registro inicial de los socios comerciales y colectivos artísticos mapeados, iniciando los contactos formales de acercamiento entre los días 18 y 19 de septiembre de 2024, lo que resultó en el cierre y envío del informe parcial de actividades de extensión el 20 de septiembre de 2024. El levantamiento cartográfico buscó extraer de las redes digitales y de contactos informales el mayor volumen posible de información sobre los artistas locales, instituyendo un mensaje estándar de presentación institucional de la agencia e invitando a los agentes mapeados a entrevistas y diagnósticos cualitativos.

El 3 de octubre de 2024, el equipo se reunió presencialmente para confeccionar y validar el formulario de briefing que se aplicaría a los artistas mapeados. En paralelo, se inició la planificación estructural y la arquitectura de información del sitio web

institucional de la agencia experimental, programado de forma autónoma por el monitor Filippe Andrade. En la misma fecha, se grabó un nuevo episodio del DEXOCAST con la moderación del Profesor Petrus Moura, la participación de la monitora Noeme Stefanny y el testimonio del Profesor Rafael Parente, docente vinculado a la red de equipamientos del Centro Cuca de Fortaleza. El diálogo con Parente fue de suma importancia metodológica, pues reveló que la Red Cuca configura el principal, y a veces único, canal de soporte estructurado y fomento público disponible para que los jóvenes artistas de las periferias de Fortaleza expresen sus lenguajes ante el público. Esta constatación evidenció una severa escasez de convocatorias públicas abiertas y de fomento en otros equipamientos culturales del centro de la ciudad para artistas principiantes, aportando subsidios fundamentales para el modelado de las características comportamentales de las Buyer Personas que orientaron el proyecto de identidad de marca y UX.

La fase de investigaciones en profundidad avanzó significativamente el 10 de octubre de 2024, con la conducción de una reunión presencial detallada con los liderazgos y coordinadoras de los grupos de danza urbana DAE Dance Group y Daemoon Dance Group. El encuentro fue documentado íntegramente mediante registros fotográficos y captaciones de audio en alta definición, lo que permitió transcribir y extraer las principales funcionalidades (*features*) requeridas por los artistas para la concepción de la aplicación de conexiones. Secuencialmente, los días 16 y 18 de octubre de 2024, ocurrieron nuevas grabaciones en los estudios del DEXOCAST con la conducción de las monitoras Leticia Figueiredo, Débora Mara y Noeme Stefany, entrevistando a los artistas independientes locales conocidos como Abrão y Becca. Los datos empíricos acumulados en estas inmersiones sirvieron de sustrato técnico para que el equipo iniciara la confección de la Guía de Identidad Visual de la aplicación “Viva Faça Viver”, amparándose en las clásicas metodologías de proyecto en diseño mediante la conducción de tres etapas analíticas complementarias: el análisis profundo del cliente (tomando como base la disertación de maestría del coordinador), el análisis de mercado (mapeando la dinámica de los equipamientos culturales del centro) y el análisis del público objetivo (interpretando las demandas recogidas de los artistas y colectivos).

Figura 7 – Agencia Experimental de Diseño – DAE y Daemoon Dance Group



Fuente: Archivo personal del autor (2024).

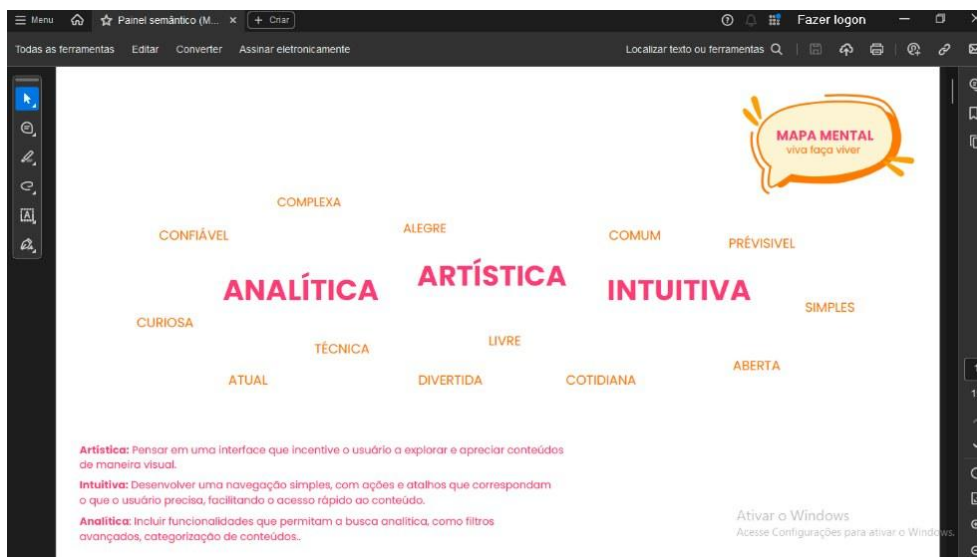
Figura 8 – Agencia Experimental de Diseño – Abrão y Becca



Fuente: Archivo personal del autor (2024).

A partir de este cruce de datos, se estructuró una sesión de *brainstorming* que generó el mapa mental de atributos de la marca, enumerando los principales adjetivos atribuidos por los entrevistados con relación al papel social que la interfaz debería desempeñar. A continuación, se diseñó el mapa mental de expectativas visuales para definir los rasgos de personalidad de la interfaz, consolidando conceptos como artisticidad, capacidad analítica, curiosidad, juventud, alegría, accesibilidad y carácter democrático y de masas.

Figura 9 – Agencia Experimental de Diseño – Mapa mental de atributos



Fuente: Archivo personal del autor (2024).

Figura 10 – Agencia Experimental de Diseño – Mapa mental de expectativas



Fuente: Archivo personal del autor (2024).

Figura 11 – Agencia Experimental de Diseño – Panel semántico



Fuente: Archivo personal del autor (2024).

El propósito existencial de la aplicación se definió como el acto de promover “vida” en el centro de la ciudad mediante la descentralización artística, delimitando un público objetivo compuesto por géneros y clases abiertas a partir de los dieciocho años de edad con afinidad cultural evidente. Los medios de inserción del diseño se delimitaron en plataformas de aplicaciones nativas, redes sociales y sitios web responsivos, eligiendo símbolos ligados a la organicidad, la pulsación biológica, colores terrosos y cálidos entrelazados con el verde biológico y tipografías minimalistas y contemporáneas. Un panel semántico o *moodboard* se confeccionó digitalmente para materializar estas sensaciones y traducir a un lenguaje visual coherente los caminos de estilo adoptados por el equipo.

Simultáneamente al desarrollo visual, la agencia elaboró un inventario técnico exhaustivo de los principales equipamientos culturales del centro histórico de Fortaleza, incluidos el Centro Dragão do Mar, el Teatro José de Alencar y el Cineteatro São Luiz. El

equipo buscó trazar la evolución histórica de cada uno de estos espacios, identificando los canales tradicionales de comunicación que utilizan para dialogar con el público final y los mecanismos burocráticos exigidos para la contratación y acogida de los prestadores de servicios artísticos. Se investigaron también las variables críticas señaladas por los usuarios y frequentadores locales para decidir visitar estos espacios, ponderando los horarios pico de funcionamiento, la facilidad de compra o reserva anticipada de entradas por canales digitales y la infraestructura de accesibilidad y movilidad urbana disponible en el entorno inmediato, tales como la distancia a paradas de autobús comerciales, la oferta de estacionamientos públicos o privados y la interconexión con modos sostenibles y complementarios de transporte, como las estaciones del sistema Bicicleta o los patinetes eléctricos compartidos. Este diagnóstico ratificó científicamente el argumento defendido en la disertación de maestría de que la circulación humana y la facilidad de acceso urbano mitigan la sensación de abandono del centro histórico (“la vida genera vida”).

Las etapas finales de desarrollo conceptual se materializaron en la confección minuciosa del manual de marca de la interfaz, bautizada oficialmente como “DESIGNAR: Viva e faça viver”. El documento técnico estructurado contempló capítulos rigurosos con la presentación institucional de la marca, el concepto del nombre, la decodificación semiótica de los símbolos de la flecha y del mosaico, las especificaciones técnicas de la paleta cromática y las texturas con sus respectivos códigos HEX, RGB, CMYK y Pantone, la estandarización de las familias tipográficas Staatliches Regular y Afacad Flux, la normalización geométrica del logotipo en sus diferentes variaciones estructurales y las reglas de aplicación sobre fondos contrastantes. El 25 de octubre de 2024, el prototipo navegable de alta fidelidad de la interfaz fue presentado formalmente a todos los integrantes de la agencia experimental. Desarrollado de manera colaborativa e interactiva dentro del software Figma, el prototipo simuló con fidelidad los flujos de usabilidad pensados para resolver los dolores de los artistas independientes.

El refinamiento continuo de este producto tecnológico se alimentó de nuevas rondas de reuniones presenciales y remotas vía Microsoft Teams ocurridas el 29 de octubre de 2024 con los directores y coreógrafos de los colectivos de danza Ghetto Fayah y Primadonna, seguidas de encuentros los días 5 y 8 de noviembre de 2024 con la dirección de la tradicional escuela de samba Unidos da Cachorra y con el artista plástico y muralista José Victor. La aceptación y la usabilidad del prototipo también se probaron de forma ágil con el público externo mediante encuestas de interactividad y sondeos publicados en el perfil oficial de la agencia en Instagram.

El cierre de las acciones de extensión del semestre se coronó el 13 de noviembre de 2024, fecha en la que toda la documentación metodológica, el manual de marca y el prototipo interactivo de la aplicación fueron expuestos al público general durante las actividades oficiales del evento Unifanor Experience, con la participación activa y festiva de los colectivos artísticos socios que integraron la construcción científica del proyecto.

5 Resultados y discusión

La consolidación de un proyecto de diseño estratégico aplicable a la gestión de datos urbanos y conexiones culturales pasa, obligatoriamente, por la estructuración de una identidad de marca sólida, normalizada y técnicamente rigurosa. En el contexto de este proyecto, la construcción del Manual de Identidad Visual de la marca “Designar” representó el ápice del esfuerzo analítico de la Agencia Experimental de Diseño, transformando las premisas abstractas sobre Sistemas Complejos Adaptativos y atractores espaciales en códigos visuales inteligibles y perfectamente aplicables a medios

digitales e impresos. El fundamento de este manual exigió una inmersión profunda en la literatura científica contemporánea dedicada a la gestión de marcas y a la semiótica del diseño.

Como bien aclara Cecilia Consolo en su obra clásica “Marcas: design estratégico. Do símbolo à gestão da identidade corporativa”, el acto de crear una marca trasciende ampliamente la mera producción de un ícono agradable u ornamental. La marca actúa como la materialización visual definitiva de la esencia, los valores, la conducta y la estrategia de largo plazo de una determinada organización o iniciativa ante la sociedad. Es el signo visible que organiza la percepción pública y traduce conceptos complejos en mensajes inmediatos de alta carga simbólica. Complementando esta visión estructuralista, Marcos Hiller, en su libro “Branding: a arte de construir marcas”, postula que el branding se caracteriza como un proceso continuo y holístico de gestión de percepciones, cuyo objetivo principal consiste en asegurar que cada punto de contacto mantenido entre la marca y su público objetivo sea portador de una experiencia coherente, auténtica y dotada de valor emocional. A su vez, Alina Wheeler, en su célebre “Diseño de identidad de marca: guía esencial para todo el equipo de gestión de marcas”, resalta la importancia vital del manual normativo como el instrumento técnico regulador indispensable para salvaguardar la integridad y la consistencia de la marca a lo largo del tiempo.

El manual de identidad funciona como un puerto seguro que evita la desfiguración visual de la marca frente a las inevitables presiones de diferentes soportes y equipos de reproducción gráfica, garantizando que el valor semántico original proyectado resista inmutable y eficiente en la mente del consumidor.

5.1 Manual de marca: presentación

La marca Designar nació con el propósito explícito de consolidarse como el vínculo de conexión definitiva entre el diseño de vanguardia, las manifestaciones artísticas locales y la morfología en mutación del centro histórico de Fortaleza.

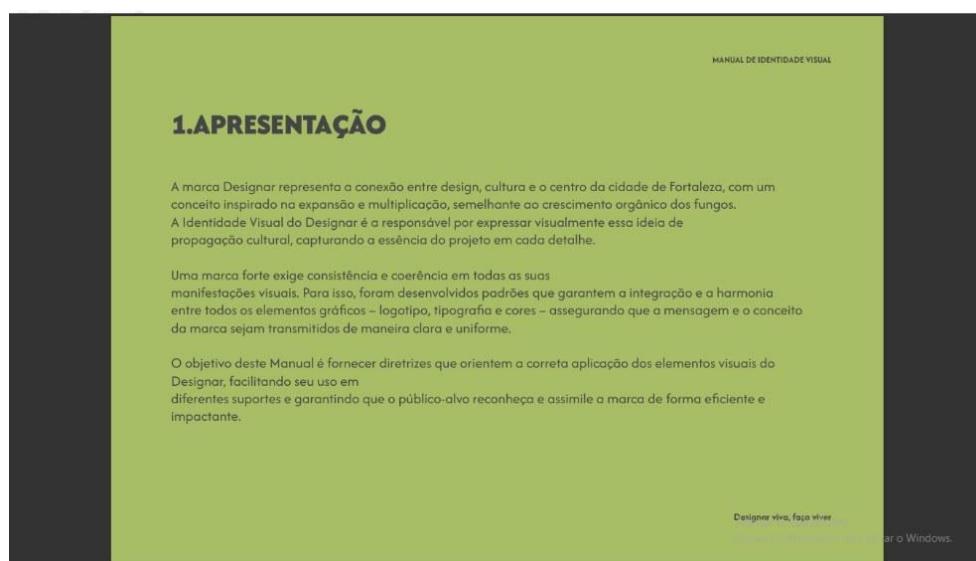
El concepto central que orienta su manifestación gráfica está anclado en la idea de expansión rizomática, descentralización territorial y multiplicación continua, estableciendo una analogía morfológica directa con la proliferación orgánica e inteligente de las colonias de hongos exploradas en la fundamentación biológica de esta investigación.

La identidad visual del ecosistema Designar asume el papel de conferir materialidad y visibilidad a este ideal de contaminación cultural positiva, asegurando que el espíritu vivo y palpitante del proyecto resuene en cada elemento gráfico que compone la interfaz de la aplicación.

La construcción de una firma visual robusta e inolvidable demanda un respeto intransigente a las normas de armonía, equilibrio y pregnancia formal.

Con este objetivo, la Agencia Experimental de Diseño estructuró un conjunto de directrices operativas que unifican el logotipo, el sistema de colores y la tipografía institucional, ofreciendo una guía clara que simplifica el uso correcto de los elementos visuales en variados soportes de comunicación digitales e impresos, facilitando el rápido reconocimiento y asimilación por parte de toda la comunidad.

Figura 12 – Manual de marca – Apresentação



Fuente: Archivo personal del autor (2024).

5.2 Manual de marca: nombre

La elección del nombre de una marca representa una de las decisiones más críticas en el proceso de posicionamiento y branding, ya que el término fonético debe llevar en sí la síntesis narrativa del proyecto. El verbo DESIGNAR, en su acepción semántica original en lengua portuguesa, lleva los significados intrínsecos de “atribuir”, “indicar”, “especificar”, “nombrar” o “destinar” algo o a alguien hacia un propósito o función claramente delimitados.

Al establecer un paralelo con las bases científicas de la disertación de maestría “Viva e Faça Viver”, la correlación teórica se revela perfecta e indisociable. En el ámbito de un Sistema Complejo Adaptativo urbano, la reversión del cuadro de abandono y degradación de un área histórica depende de la introducción de vectores organizacionales que ordenen el caos informativo y dirijan los flujos de personas. La aplicación, por lo tanto, cumple exactamente la función de designar: atribuye a los colectivos artísticos y a los artistas autónomos locales la noble y vital función de proveedores de energía y atractores urbanos; indica al público consumidor y a los habitantes de la ciudad la ubicación geográfica exacta y los horarios en que la cultura está germinando en los espacios públicos; y destina a los equipamientos culturales subutilizados del centro una nueva agenda de ocupación comunitaria. El nombre Designar funciona, así, como un manifiesto verbal y conceptual que sintetiza la unión entre la inteligencia del diseño de interfaces y el rescate de la vitalidad del territorio de Fortaleza.

Figura 13 – Manual de marca – Nombre



Fuente: Archivo personal del autor (2024).

5.3 Manual de marca: símbolo flecha

Insertado de forma integrada en la morfología geométrica del logotipo de Designar, el símbolo de la “Flecha de Direccionamiento” asume el papel de elemento semiótico de orientación espacial y vectorización de movimientos.

La flecha constituye un signo universal de indicación clara y dinámica, comunicando de manera instantánea e intuitiva las ideas de desplazamiento, progresión y rumbo hacia un destino definido.

En el contexto de las teorías de revitalización urbana aplicadas al centro de Fortaleza, este símbolo cumple un papel conceptual de extrema relevancia técnica. Para romper el aislamiento crónico que afecta a los grandes equipamientos culturales durante los períodos nocturnos y los fines de semana, la interfaz digital necesita actuar como un elemento inductor de flujos humanos.

La flecha corporiza gráficamente la inteligencia de procesamiento del Big Data cultural: representa los algoritmos gerenciales de la plataforma calculando las rutas óptimas de compromiso comunitario, convirtiendo datos abstractos en flechas de direccionamiento reales que guían a los ciudadanos de las más diversas regiones de la metrópoli hacia las plazas, teatros y callejones del centro histórico, impulsando la circulación colectiva y combatiendo la inercia que favorece la degradación urbana.

Figura 14 – Manual de marca – Símbolo flecha



Fuente: Archivo personal del autor (2024).

5.4 Manual de marca: símbolo mosaico

El segundo componente semiótico fundamental que confiere personalidad al símbolo de Designar es la estandarización del grafismo en formato de MOSAICO. Este recurso de diseño actúa como un rescate histórico directo y un homenaje intencional a la riquísima tradición artesanal, arquitectónica y visual que caracteriza a la cultura popular de la Región Nordeste y, específicamente, los paisajes urbanos de Fortaleza.

Desde el punto de vista de las artes visuales y de la lectura estética, el mosaico constituye una modalidad de expresión artística milenaria cuya belleza reside en el hecho de que fragmentos aislados, pequeños, multifacéticos y aparentemente inconexos de cerámica, vidrio o piedra son capaces de dar vida a una obra única, monumental, compleja y de altísimo valor estético cuando se reúnen y ordenan bajo una lógica estructural coherente.

En la historia de las artes plásticas brasileñas, grandes maestros del modernismo y del arte urbano utilizaron el mosaico y el azulejado como herramientas de integración entre la arquitectura y la identidad nacional, confirmando a las superficies de hormigón el calor del trazo orgánico y la pluralidad cromática de la cultura popular. En el escenario contemporáneo de Fortaleza, el mosaico sobrevive en fachadas históricas, intervenciones de arte urbano y en la artesanía de matriz tradicional, comunicando conceptos de resistencia, manualidad y diversidad cultural.

Al trasponer este referente artístico a las premisas científicas de la investigación de maestría y de la gestión de datos culturales, la metáfora visual del mosaico revela su verdadera potencia analítica. Dentro de la lógica de los Sistemas Complejos Adaptativos (CAS), cada polígono individual que integra la malla gráfica del mosaico de Designar representa un elemento unitario y esencial del ecosistema urbano de Fortaleza: un artista callejero solitario, un colectivo independiente de danza en la periferia, una pequeña banda de música de autor, un espectador en busca de ocio o una sala de teatro pública en el centro. Aislados en el vasto tejido de la metrópoli, estos agentes se asemejan a piezas fragmentadas de un mosaico que aún no ha sido montado, enfrentando dificultades crónicas de visibilidad, sostenibilidad financiera y articulación colectiva. En el momento en que la aplicación gerencial actúa unificando estos fragmentos mediante la tecnología

de datos, las piezas aisladas encajan perfectamente, estructurando una red de conexiones culturales cohesiva, vibrante y resiliente.

El mosaico, por lo tanto, humaniza la frialdad de los datos del Big Data, demostrando que la tecnología puede adaptarse perfectamente a la lectura fragmentada y singular de cada manifestación artística, celebrando la pluralidad de la escena cultural de Fortaleza sin anular las particularidades de sus células palpitantes.

Figura 15 – Manual de marca – Símbolo mosaico



Fuente: Archivo personal del autor (2024).

Figura 16 – Manual de marca – Símbolo



Fuente: Archivo personal del autor (2024).

5.5 Manual de marca: colores

La estructuración del sistema cromático institucional de la marca Designar obedeció rigurosamente a los postulados científicos de la Teoría del Color y de la psicología de la percepción visual, estableciendo un vínculo directo con las narrativas conceptuales

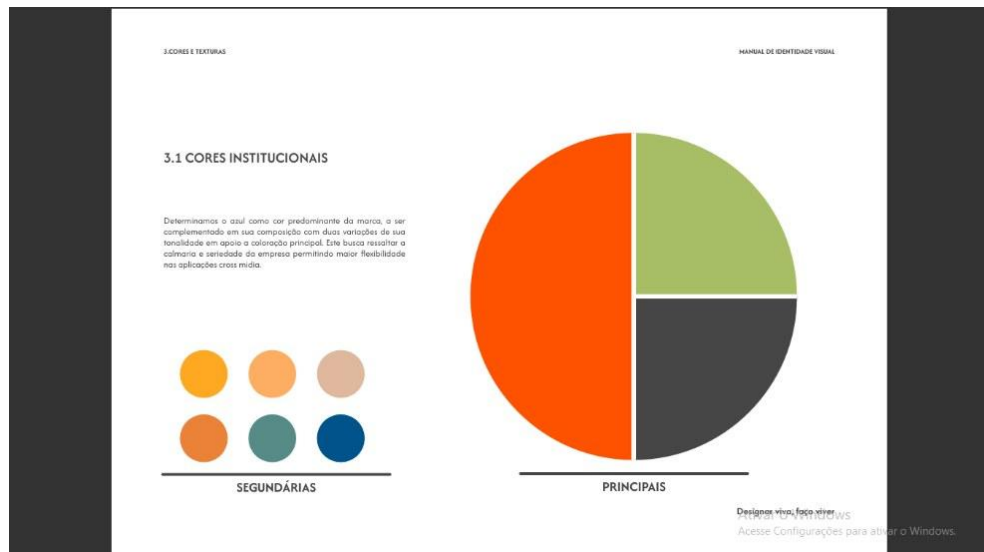
desarrolladas a lo largo de la disertación de maestría. La paleta está constituida por tres colores principales perfectamente normalizados:

- Naranja Vital: Identificado por los códigos técnicos HEX: #EA5D11, RGB: 234, 93, 17, CMYK: 1, 74, 99, 0 y PANTONE: 1583C.
- Verde Germinación: Identificado por los códigos técnicos HEX: #ABBE64, RGB: 171, 190, 100, CMYK: 17, 11, 90, 10 y PANTONE: 292CP.
- Gris Hormigón: Identificado por los códigos técnicos HEX: #484747, RGB: 72, 71, 71, CMYK: 63, 54, 51, 52 y PANTONE: 425C.

El fundamento teórico de esta distribución cromática se ancla en la necesidad de expresar visualmente el choque y la sinergia entre el medio urbano construido y las fuerzas vivas que lo habitan. El Gris Hormigón actúa como el cimiento neutro, sobrio y estructural de todo el sistema gráfico de la interfaz. Evoca de manera inmediata la materialidad física del centro urbano de Fortaleza: las superficies de asfalto, el hormigón de las edificaciones históricas y la rigidez del trazado de ingeniería de un área que, cuando está desprovista de personas, se vuelve fría, inhóspita y estática. Para contrarrestar esta rigidez mineral y promover la revitalización simbólica del espacio, el manual introduce el Verde Germinación, cuya tonalidad remite directamente al carácter orgánico y biológico que permea la investigación de maestría. El verde representa el organismo urbano vivo en busca de nutrición y crecimiento; evoca la expansión adaptativa y celular inspirada en el moho mucilaginoso, simbolizando el potencial de renovación esparcido radialmente por el territorio.

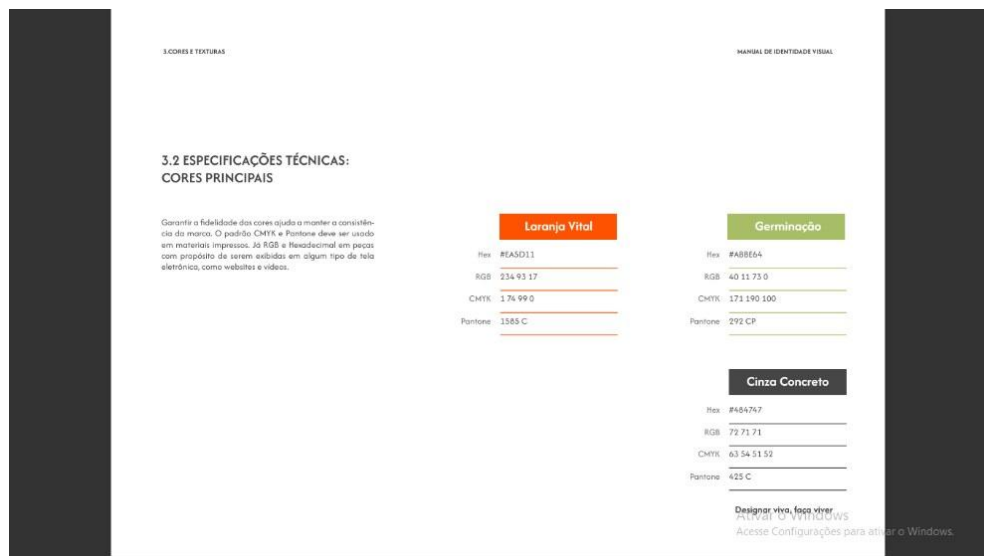
Por último, el Naranja Vital corona el sistema cromático actuando como el vector de energía pura, entusiasmo y calor humano. El naranja estimula la acción, la sociabilidad y la creatividad, sirviendo como la representación visual definitiva de los movimientos artísticos y de los movimientos colectivos independientes que traen la efervescencia cultural típica del Nordeste al espacio público. En la escala visual diseñada para las pantallas de la aplicación, se determinó una regla metodológica de aplicación según la cual el Naranja Vital y el Verde Germinación deben ejercer un dominio visual y jerárquico claro sobre las masas de Gris Hormigón. Esta jerarquía cromática transmite un mensaje inmediato al cerebro del usuario: la vida palpitante de los ciudadanos y la organicidad de las manifestaciones artísticas sobresalen, ocupan y reconfiguran la base gris y adormecida de la infraestructura urbana tradicional, cumpliendo visualmente el mandamiento de que se ocupe el centro para mantenerlo vivo.

Figura 17 – Manual de marca – Colores institucionales



Fuente: Archivo personal del autor (2024).

Figura 18 – Manual de marca – Colores principales



Fuente: Archivo personal del autor (2024).

5.6 Manual de marca: tipografía

En el ámbito del diseño de interfaces y de la comunicación de marca, la tipografía desempeña el papel fundamental de conferir voz, ritmo y personalidad textual a los mensajes emitidos por la plataforma. Como preconiza Bernhard E. Bürdek en su obra de referencia “Design: História, Teoria e Prática do Design de produtos”, las elecciones tipográficas y formales de un proyecto trascienden la mera dimensión utilitaria de legibilidad, insertándose en una compleja red de funciones de significación y comunicación sociocultural que activan arquetipos y percepciones psicológicas profundas en el observador. Mantener un patrón tipográfico rígido y consistente ayuda a fortalecer la pregnancia de la marca en la memoria a largo plazo del público objetivo, confiriendo profesionalismo a la interfaz.

La estructuración tipográfica de la marca Designar se apoyó en una curaduría cuidadosa que seleccionó dos familias complementarias disponibles en la biblioteca Google Fonts, asegurando total estabilidad técnica de renderizado en los códigos de programación de la aplicación. Para orientar a los alumnos monitores durante los procesos de creación gráfica, el manual incorporó las clásicas lecciones sobre la morfología y la naturaleza de la letra escritas por Gerrit Noordzij en su libro “The Stroke: Theory of Writing”:

La forma inicial, primera, fundamental es el simple curso de la herramienta. Solo la escritura manual preserva las características de un único trazo. La escritura manual es una escritura practicada con un único trazo. Lettering: las formas son más maleables que en la escritura manual, pues permiten retoques en el trazado que pueden mejorar gradualmente (o perjudicar) la calidad de las formas. El lettering es independiente de la herramienta que lo concibió, pero esa libertad solo existe a costa del carácter: en la escritura compuesta de trazos superpuestos, las formas creadas a partir de un único trazo se pierden como huellas borradas en un sendero (NOORDZIJ, 2005).

Esta comprensión profunda sobre la anatomía y la maleabilidad del trazo sirvió para fundamentar la distinción necesaria entre la rigidez exigida por un sistema de lectura digital y la expresividad libre de las manifestaciones artísticas de las calles de Fortaleza. Adicionalmente, el manual adopta la sensible y precisa perspectiva conceptual defendida por la renombrada diseñadora y artista tipográfica Martina Flor en su libro “The Golden Secrets of Lettering”, en la que afirma que el alfabeto occidental configura, simultáneamente, la materia prima y la gran limitación del diseñador, transformando la estructura básica de las letras en un verdadero campo de experimentación visual cuyo objetivo final innegociable es lograr que el lector pueda decodificar el mensaje de manera eficiente al final del recorrido de lectura.

5.6.1 Familia tipográfica para títulos – STAATLICHES REGULAR

La fuente principal elegida para asumir la jerarquía de títulos, firmas de campañas y logotipia del proyecto fue Staatliches Regular. Se trata de una fuente de diseño acentuadamente geométrico, de proporciones condensadas y que dispone de un único peso estructural en su familia. De acuerdo con los análisis técnicos de Kate Clair y Cynthia Busic-Snyder expresados en el renombrado “Manual de Tipografía: A História, a Técnica e a Arte”, las fuentes construidas bajo parámetros geométricos rígidos y de pesos limitados transmiten sensaciones de solidez, contemporaneidad, fuerza institucional y precisión industrial. Staatliches actúa evocando el arquetipo analítico, tecnológico y estructural de la aplicación, funcionando como el ancla visual de alta pregnancia que fija la marca en la memoria de los usuarios debido a su fuerte impacto gráfico en mayúsculas.

5.6.2 Familia tipográfica para cuerpo de texto – AFACAD FLUX

Para satisfacer las demandas de cuerpo de texto corrido, leyendas, textos informativos y microcopias de las interfaces del celular, la elección recayó sobre la familia Afacad Flux. Esta fuente presenta un diseño geométrico suavemente redondeado en sus terminaciones y ofrece una vasta gama jerárquica compuesta por dieciocho pesos distintos, que van desde las versiones más finas (Thin) hasta las más densas y robustas (Bold). Joaquim Fonseca, en su tratado “Tipografia & Design gráfico: Design e Produção de Impressos”, resalta que un proyecto de diseño de interfaz de alta complejidad informativa necesita familias tipográficas generosas en pesos para permitir la correcta organización de la jerarquía visual en pantalla sin causar cansancio visual al lector. El diseño amigable y la alta legibilidad en dimensiones reducidas de Afacad Flux cumplen

perfectamente esta función técnica, acogiendo al usuario con comodidad y claridad informativa.

Durante los talleres y dinámicas realizados en la agencia experimental, en especial en la acción ENADE de lettering aplicada a los estudiantes de grado, las discusiones metodológicas fueron iluminadas por las famosas máximas de Jessica Hische expresadas en su libro “In Progress”, sirviendo para aclarar los límites de actuación de cada profesional del área gráfica:

El mundo de la creación de letras puede dividirse en algunas categorías: calígrafos, artistas de lettering y diseñadores de tipos. Los calígrafos y los artistas de lettering crean trabajos personalizados, mientras que los diseñadores de tipos crean sistemas de letras. Algunos calígrafos son muy inventivos, pero, por lo general, eligen algunos estilos para dominar de modo que, al ser contratados para producir doscientos sobres para bodas, la memoria muscular actúe. Los calígrafos escriben palabras; los artistas de lettering las dibujan (HISCHE, 2015).

La apropiación de estas definiciones clásicas permitió a los monitores comprender que, mientras la plataforma Designar proporciona la ingeniería estable de los “sistemas de letras” (a través de las fuentes normalizadas Staatliches y Afacad), los artistas independientes y colectivos locales inyectan su inventiva dibujando sus propios “letterings” y carteles culturales, generando un ecosistema visual rico, dialógico y perfectamente equilibrado entre la precisión de la tecnología y la libertad del arte callejero.

Figura 19 – Manual de marca – Tipografía



Fuente: Archivo personal del autor (2024).

5.7 Manual de marca: logotipo

La firma geométrica del logotipo de Designar fue proyectada bajo rígidos criterios de flexibilidad de aplicación, anticipando las necesidades de un mercado contemporáneo multiplataforma en el que las marcas deben comportarse de manera responsiva.

5.7.1 Versiones estructurales

Con el fin de garantizar total adaptabilidad física de la firma, el manual estipula tres variaciones oficiales de diagramación.

La versión Horizontal 01 se presenta como la firma preferencial de uso obligatorio en la mayoría de los medios, ofreciendo un equilibrio perfecto entre el símbolo y el lettering.

La versión Horizontal 02 fue optimizada para encajes específicos en barras de navegación estrechas y encabezados digitales.

Por último, la versión Cuadrada o compacta fue desarrollada con enfoque exclusivo en aplicaciones de avatares de redes sociales, íconos de aplicaciones instaladas en la pantalla del celular (favicons) y obsequios institucionales de dimensiones reducidas.

5.7.2 Positivo y negativo

El respeto a la cromatología institucional es la regla estándar para proteger el valor simbólico del proyecto.

Sin embargo, consciente de que los medios de reproducción pueden imponer severas restricciones de costos o tecnologías, como impresiones de documentos oficiales en blanco y negro, sellos o grabados láser, el manual normaliza las versiones en positivo (logotipo íntegramente reproducido en negro sobre fondo blanco) y en negativo (logotipo íntegramente reproducido en blanco sobre fondo negro u oscuro), garantizando que la silueta de la flecha y del mosaico permanezca legible.

5.7.3 Aplicación sobre fondos

La preservación de la integridad visual de la marca exige un contraste cromático vigoroso entre el logotipo y la superficie de fondo.

Las directrices del manual prohíben de forma terminante la inserción del logotipo en color sobre fondos que presenten bajo índice de contraste o sobre imágenes fotográficas excesivamente contaminadas y ruidosas que causen interferencia visual en la lectura de los contornos de las letras.

En estos casos complejos de medios de fondo complejo, se determina el uso obligatorio de las versiones monocromáticas en negativo o la aplicación de una máscara de protección neutra para salvaguardar la pregnancia y el respeto a la firma visual del ecosistema.

Figura 20 – Manual de marca – Logotipo versiones



Fuente: Archivo personal del autor (2024).

Figura 21 – Manual de marca – Logotipo positivo y negativo



Fuente: Archivo personal del autor (2024).

Figura 22 – Manual de marca – Logotipo aplicación sobre fondos



Fuente: Archivo personal del autor (2024).

Figura 23 – Manual de marca – Aplicación y sugerencia de uso – Camisetas



Fuente: Archivo personal del autor (2024).

Figura 24 – Manual de marca – Aplicación y sugerencia de uso – Adhesivos



Fuente: Archivo personal del autor (2024).

Figura 25 – Manual de marca – Aplicación y sugerencia de uso – Arte urbano



Fuente: Archivo personal del autor (2024).

Como desdoblamiento fundamental de la etapa de discusiones y resultados, la materialización tecnológica de las directrices teóricas de revitalización urbana y de los Sistemas Complejos Adaptativos (CAS) se consolidó mediante el desarrollo del proyecto de Diseño de Experiencia de Usuario (UX) y Diseño de Interfaz de Usuario (UI). Esta etapa práctica fue viabilizada y ejecutada íntegramente dentro de la plataforma Figma, una herramienta líder del mercado en la industria de productos digitales, elegida por su capacidad de permitir la creación de componentes dinámicos, pruebas de usabilidad y prototipado de alta fidelidad en tiempo real. El desarrollo y la gobernanza técnica de este ambiente digital contaron con el liderazgo de las alumnas monitoras Yasmin Nogueira Ono y Noeme Stefany dos Reis Paulino, quienes demostraron pleno dominio de la plataforma. La alumna Yasmin Nogueira Ono se posicionó al frente de la arquitectura práctica de Figma, encargándose de transcribir las directrices y los escenarios-problema metodológicos orientados por el coordinador del proyecto en flujos de pantallas navegables, aplicando de manera rigurosa la identidad visual desarrollada en el manual de marca.

La columna vertebral de la experiencia de usuario se estructuró a partir de los diagnósticos levantados aún en el nivel de la disertación de maestría de este autor. Se identificó la necesidad imperiosa de establecer un mecanismo de autenticación e ingreso (login) en la plataforma que ofreciera alto nivel de credibilidad y seguridad, pero que, simultáneamente, operara como la llave maestra para la alimentación de un ecosistema de Big Data. Bajo la óptica de la ciencia de las ciudades y de la gestión de redes complejas, se determinó que el método de acceso primordial para el perfil de consumidor final se realizaría obligatoriamente por medio del Registro de Persona Física (CPF).

Esta elección de ingeniería de software y base de datos viabiliza la interoperabilidad y la conexión directa de la plataforma con canales, bases de datos municipales y organismos públicos de Fortaleza. El uso del CPF abre margen para el cruce inteligente de datos a gran escala con sistemas integrados de movilidad e infraestructura urbana, tales como el Boleto Único para el transporte colectivo, el sistema de bicicletas compartidas (Bicicletar), patinetes eléctricos, redes de transporte privado por aplicación (como Uber), herramientas de geolocalización y tráfico urbano (Google Maps y Waze), además de las principales ticketeras y plataformas de boletería virtual que operan en los equipamientos

culturales estatales e independientes. En el caso de los perfiles dirigidos a los prestadores de servicios artísticos (Artistas) e infraestructuras físicas (Equipamientos Culturales), el sistema prevé la autenticación por medio del Registro Nacional de Personas Jurídicas (CNPJ).

La centralización de registros vía CPF y CNPJ transforma la interfaz DESIGNAR en un potente sensor urbano capaz de rastrear, cuantificar y calificar los criterios de decisión tomados por la población antes, durante y después del acto de ocupar el centro de la ciudad y consumir las expresiones artísticas. El procesamiento de estos datos voluminosos (Big Data) permite mapear con precisión quirúrgica tanto los puntos críticos de abandono del espacio como los vectores de éxito de las intervenciones culturales. El sistema fue diseñado para dilucidar las siguientes variables métricas cruciales para la planificación urbana adaptativa:

- Patrones de consumo y anticipación: Identificar si el usuario adquirió su entrada de forma anticipada o exclusivamente el día del evento, además de rastrear si la compra se dio de manera aislada o en un combo de múltiples entradas para diferentes atractores.
- Logística y modos de transporte: Monitorear qué modos de transporte (autobús, metro, automóvil, bicicleta o caminata) fueron elegidos para el desplazamiento hasta el centro, midiendo la antelación necesaria que el ciudadano necesitó adoptar para llegar al equipamiento cultural a tiempo.
- Geografía de la migración humana: Mapear el origen geográfico del público consumidor dentro del territorio metropolitano, discriminando si el flujo de visitantes es de escala estrictamente local (barrios adyacentes), regional o compuesto por flujos fluctuantes de turistas.
- Densidad de tráfico simultáneo: Cuantificar el volumen de ciudadanos que se desplazan simultáneamente hacia el mismo equipamiento urbano y rastrear las rutas viales de mayor predominancia.
- Expansión de ejes culturales: Evaluar, con base en las rutas de mayor flujo mapeadas por el sistema, la viabilidad de expandir las acciones y las performances de arte urbano en esos ejes de conexión periférica hasta el centro, generando nuevos frentes de trabajo para otros artistas independientes.
- Encadenamiento y secuenciación de ocupación: Descubrir si los usuarios tienden a consumir solo un espectáculo aislado o si se involucran en una secuencia de actividades culturales de diferentes lenguajes artísticos en equipamientos geográficamente cercanos dentro del centro histórico.

Para respaldar este engranaje de datos y garantizar que el recorrido del usuario sea fluido e intuitivo, el equipo de la agencia experimental diseñó de forma detallada el flujo de pantallas de la aplicación, estructurado textualmente a partir de las siguientes etapas de interacción:

1. Pantalla de carga (Splash Screen – Fase 01): Presenta al usuario la interfaz en su fase inicial de inicialización por medio de una animación fluida que contiene un círculo de carga síncrono (loading), señalando el procesamiento interno de datos de la aplicación.
2. Pantalla de carga (Splash Screen – Fase 02): Exhibe la conclusión del proceso de inicialización técnica a través de la aparición gradual e impactante del logotipo completo de la plataforma: DESIGNAR, VIVA E FAÇA VIVER.
3. Pantalla de bienvenida e integración (Onboarding 01): Introduce al usuario en el ambiente de la plataforma con el mensaje institucional de acogida “Sejam bem-vindos” (“Sean bienvenidos”) posicionado en la parte superior de la pantalla. Al

centro, se destaca el logotipo oficial evidenciando la Flecha Direccional construida en Mosaico. En la porción inferior, el texto contextualiza el propósito del sistema: “Explore o coração cultural de Fortaleza! O Designar é o seu guia para descobrir eventos, exposições, shows e espaços artísticos, tudo em um só lugar. Prepare-se para se conectar com a arte e a cultura de uma forma única e envolvente.” (“¡Explora el corazón cultural de Fortaleza! Designar es tu guía para descubrir eventos, exposiciones, conciertos y espacios artísticos, todo en un solo lugar. Prepárate para conectarte con el arte y la cultura de una forma única y envolvente.”) Debajo de este bloque de texto, se disponen dos botones de acción: el comando “INICIAR”, aplicado en color azul para generar un contraste cromático intencional con el fondo naranja de la identidad visual y atraer el clic, y el comando “PULAR”, formateado en color blanco con contraste reducido para señalar la opción de avanzar directamente sin pasar por el tutorial instructivo.

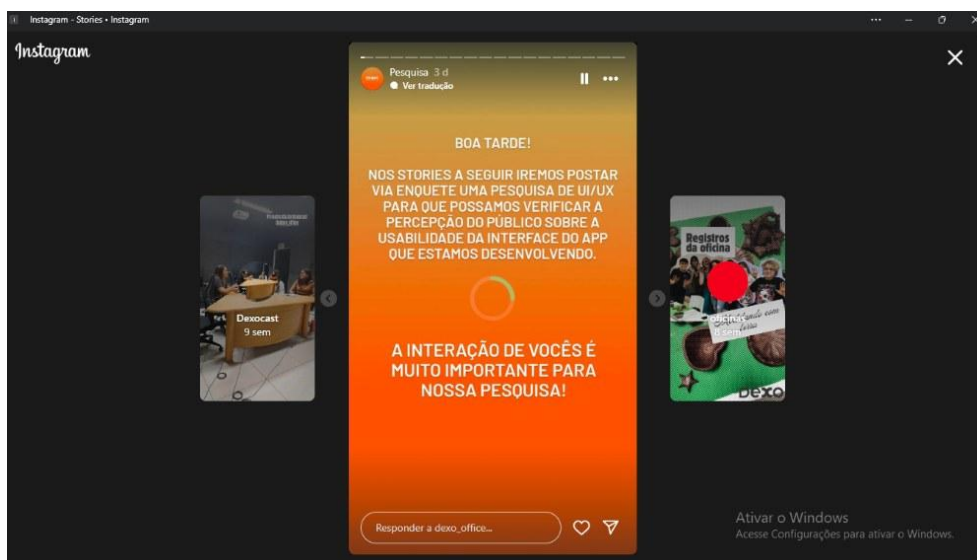
4. Pantalla de presentación de funcionalidades (Onboarding 02): Exhibe en la parte superior la llamada en mayúsculas “EXPLORE O MAPA CULTURAL! Encontre eventos e pontos culturais perto de você.” (“¡EXPLORA EL MAPA CULTURAL! Encuentra eventos y puntos culturales cerca de ti.”), complementada en la porción inferior por el texto explicativo: “O Designar conecta você aos eventos e espaços culturais mais vibrantes da cidade, com uma proposta única de expansão da cultura local. Explore, participe e sinta Fortaleza de uma forma nova e criativa!” (“Designar te conecta con los eventos y espacios culturales más vibrantes de la ciudad, con una propuesta única de expansión de la cultura local. ¡Explora, participa y siente Fortaleza de una forma nueva y creativa!”)
5. Pantalla de presentación de funcionalidades (Onboarding 03): Presenta en el área superior el título “Personalize a sua jornada! Salve seus eventos favoritos e crie seu próprio diário cultural!” (“¡Personaliza tu recorrido! ¡Guarda tus eventos favoritos y crea tu propio diario cultural!”), trayendo en la base de la pantalla las directrices funcionales: “Adicione eventos ao seu diário e faça anotações sobre as visitas. Você ainda pode definir lembretes para não esquecer nenhuma experiência espacial.” (“Agrega eventos a tu diario y haz anotaciones sobre las visitas. También puedes definir recordatorios para no olvidar ninguna experiencia espacial.”)
6. Pantalla de presentación de funcionalidades (Onboarding 04): Destaca en la parte superior el mensaje enfocado en el compromiso “COMPARTILHE E INTERAJA! Interaja com outros exploradores culturais!” (“¡COMPARTE E INTERACTÚA! ¡Interactúa con otros exploradores culturales!”), respaldado en el pie por el texto instructivo: “Compartilhe suas descobertas e recomendações com amigos e outros usuários, comentando sobre os eventos que visitou. Construa uma rede cultural e inspire-se com a experiência dos outros.” (“Comparte tus descubrimientos y recomendaciones con amigos y otros usuarios, comentando sobre los eventos que visitaste. Construye una red cultural e inspírate con la experiencia de los demás.”)
7. Pantalla de presentación de funcionalidades (Onboarding 05): Cierra el ciclo de introducción con el comando superior “Pronto para se conectar com a cultura de Fortaleza? Entre e comece a explorar!” (“¿Listo para conectarte con la cultura de Fortaleza? ¡Entra y empieza a explorar!”), exhibiendo en la esquina inferior el cierre del flujo: “Com apenas alguns cliques, você pode começar a sua jornada e explorar o que há de melhor na cena cultural da cidade.” (“Con solo unos clics, puedes comenzar tu recorrido y explorar lo mejor de la escena cultural de la ciudad.”)

8. Pantalla de entrada (Gateway Screen): Limpia el exceso de información gráfica y exhibe al centro el mensaje acogedor “Seja bem-vindo” (“Bienvenido”). En la porción inferior de la interfaz, se alinean centradamente dos botones estructurados verticalmente, uno sobre el otro, que contienen las opciones primarias de flujo: “Entrar” (para usuarios recurrentes) y “Cadastre-se” (“Regístrate”, para nuevos registros).
9. Pantalla de selección de perfil de registro: Dirige la experiencia a la personalización de la base de datos, exhibiendo en la parte superior la pregunta conductora en mayúsculas “COMO VOCÊ GOSTARIA DE SE CONECTAR AO DESIGNAR? Selecione sua opção para uma experiência personalizada!” (“¿CÓMO TE GUSTARÍA CONECTARTE A DESIGNAR? ¡Selecciona tu opción para una experiencia personalizada!”). Tres botones centrados se disponen en formato de pila vertical para segmentar el tipo de atractor en el sistema complejo urbano: 01. “Sou um usuário” (“Soy un usuario”), 02. “Sou um artista” (“Soy un artista”) y 03. “Sou um equipamento cultural” (“Soy un equipamiento cultural”).
10. Pantalla de formulario de registro: Presenta el título “CADASTRO” (“REGISTRO”) en la parte superior y dispone los campos de llenado obligatorio para la validación del usuario, estructurados de forma limpia en campos de texto: 01. Nombre de usuario, 02. CPF (o CNPJ, dependiendo del perfil seleccionado en la pantalla anterior), 03. Correo electrónico, 04. Teléfono y 05. Contraseña de acceso cifrada.
11. Pantalla de políticas de privacidad y términos de uso: Exhibe las directrices legales y normativas de seguridad de la información en conformidad con la legislación de protección de datos vigente, asegurando al ciudadano la gobernanza y el tratamiento ético de las informaciones colectivas recolectadas para la inteligencia de Big Data.
12. Pantalla principal (Home Screen): Configura el panel central de control y navegación de la aplicación tras la autenticación. La pantalla presenta una arquitectura visual dividida en secciones horizontales desplazables que contienen: una lista destacada con los eventos culturales que ocurren en el momento exacto (real-time); un listado geoespacializado de equipamientos culturales abiertos en el centro; y una vitrina con la lista de artistas y colectivos registrados en la plataforma. En el pie de la interfaz, se fija de manera permanente la barra de navegación inferior (Tab Bar), compuesta por cinco íconos de acceso rápido a los módulos del sistema adaptativo: 01. Home (Panel Inicial), 02. Mapa (Interfaz de Geolocalización y Rutas), 03. Agenda (Calendario y Diario Cultural), 04. Guardados (Eventos y Atractores Favoritos) y 05. Personas (Red Social de Contactos e Interacciones entre Exploradores Culturales).

La consolidación de este ecosistema de pantallas y flujos de navegación permite que la plataforma actúe como el centro operativo del organismo urbano. Al capturar los datos agregados generados por estas doce pantallas fundamentales, la aplicación proporciona a los gestores públicos e investigadores los insumos analíticos necesarios para coordinar las dinámicas de autoorganización del centro de Fortaleza. La gestión de datos de esta red inteligente actúa directamente en la activación de los atractores culturales, alimentando el sistema con flujos humanos continuos y garantizando que el organismo urbano central permanezca perfectamente monitoreado, adaptativo y sistémicamente vivo.

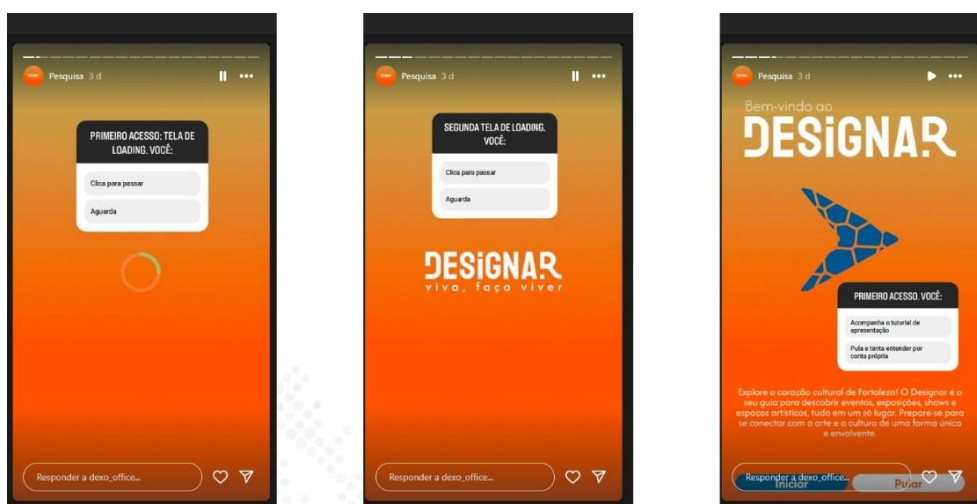
Designar: vive y haz vivir — estratégias adaptativas para la revitalización urbana a través del diseño de interfaces y acciones de extensión

Figura 26 – Diseño de UX – Usabilidade – Campanha



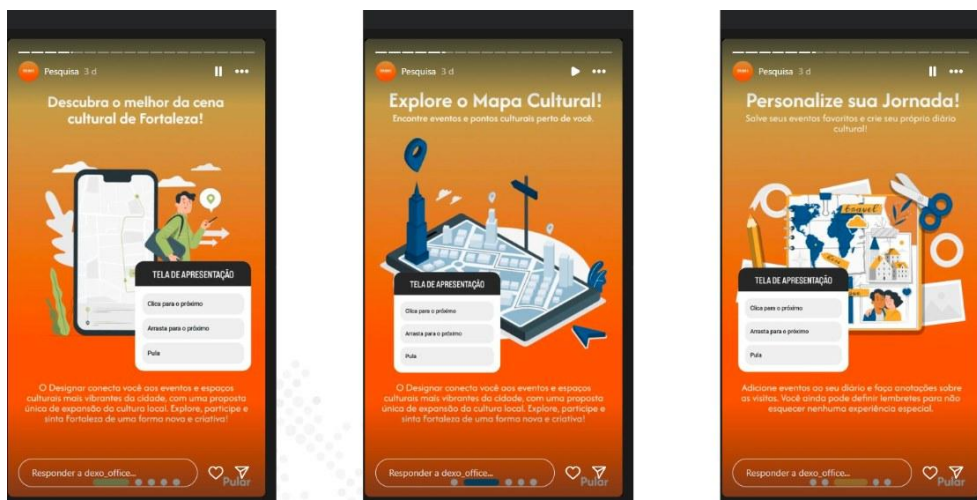
Fuente: Archivo personal del autor (2024).

Figura 27 – Diseño de UX – Usabilidade – Bienvenida 01



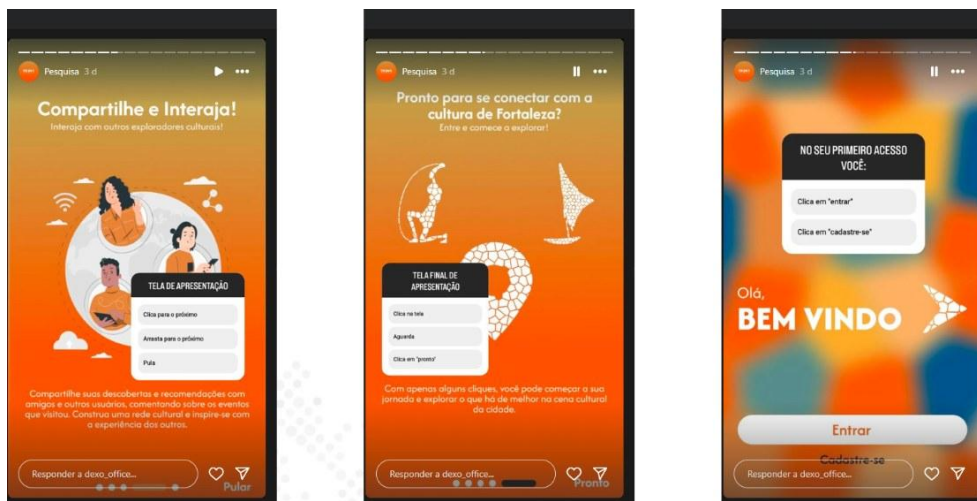
Fuente: Archivo personal del autor (2024).

Figura 28 – Designo de UX – Usabilidade – Bienvenida 02



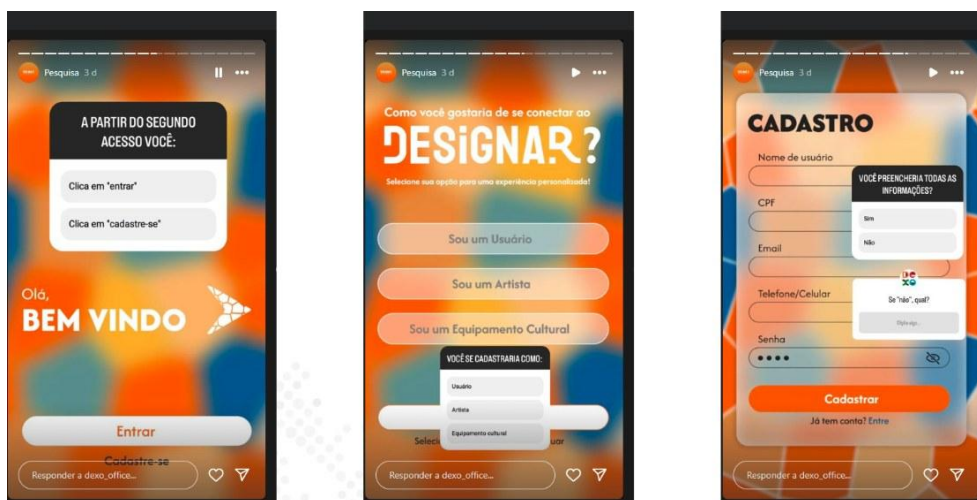
Fuente: Archivo personal del autor (2024).

Figura 29 – Designo de UX – Usabilidade – Bienvenida 03



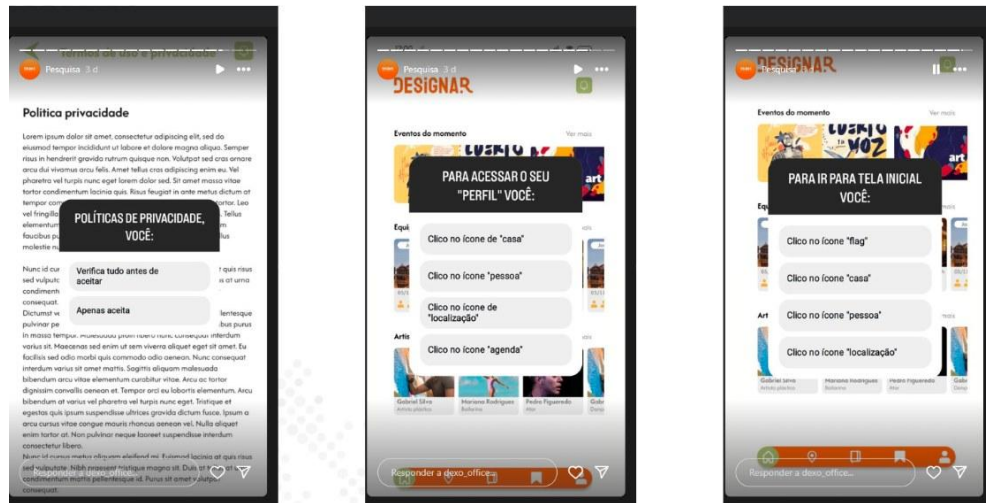
Fuente: Archivo personal del autor (2024).

Figura 30 – Designo de UX – Usabilidade – Registro



Fuente: Archivo personal del autor (2024).

Figura 31 – Diseño de UX – Usabilidad – Home



Fuente: Archivo personal del autor (2024).

6 Conclusión

La experiencia vivida corrobora, de manera inequívoca, la relevancia de la extensión universitaria como mecanismo de transformación social y pedagógica. Al traspasar los muros del Centro Universitário UniFanor Wyden hacia el cotidiano de la Sandbox International School, se validó la premisa de que la metodología de proyecto arquitectónico no es una prerrogativa exclusiva de la formación técnica superior, sino un instrumento universal de pensamiento crítico y estructuración del mundo. Como aclara Gildo Montenegro (1978), la creatividad es una facultad susceptible de sistematización. El éxito de la intervención residió justamente en la capacidad de los mediadores de desmitificar el “hacer arquitectónico”, conduciendo a los alumnos de la enseñanza fundamental por etapas lógicas de abstracción, análisis y síntesis. Al vivir el ciclo completo —del briefing al prototipado tridimensional, pasando por la experiencia de taller práctico en el campus—, los estudiantes transitaron de la pasividad escolar al protagonismo proyectual. El proyecto no fue solo la entrega de un aula funcional; fue la formación de individuos aptos para observar el entorno, identificar fallas y proponer soluciones basadas en el método científico y en la sensibilidad ergonómica.

La relevancia de esta investigación se extiende más allá del objeto arquitectónico construido. Redefine el papel del arquitecto contemporáneo en la interfaz con la infancia. A partir de los resultados obtenidos, se concluye que la arquitectura escolar debe concebirse como un proceso participativo, en el que el niño no es solo un usuario, sino un cocreador legítimo. La superación de conflictos, como el debate sobre los lockers, probó que la escucha activa y la mediación técnica son capaces de elevar la conciencia del niño sobre su propio papel social, sustituyendo deseos superficiales por necesidades sostenibles y estructuradas.

Además, la inserción de los estudiantes universitarios en el Club de Arquitectura y la vivencia en el EMAU como polos de fabricación digital evidencian que el futuro de la profesión está intrínsecamente ligado a la capacidad de diálogo interdisciplinario. Los futuros arquitectos formados por UniFanor Wyden emergen de esta experiencia con una visión renovada: comprendieron que la excelencia técnica solo se completa cuando atiende a la subjetividad humana y que el arquitecto de éxito es, ante todo, un intérprete de las condiciones sociales y psicológicas del otro.

Por último, este relato abre precedentes para futuras investigaciones sobre la pedagogía del espacio. Se propone que la metodología aplicada —basada en encuentros regulares, prototipado ágil e inmersión académica— sea institucionalizada como un modelo de referencia para otras acciones de extensión. El legado de esta investigación trasciende la reforma física del aula: reside en la semilla de la autonomía constructiva plantada en los niños y en la conciencia cívica y profesional consolidada en los estudiantes universitarios. El proyecto arquitectónico, por lo tanto, se reveló, en esta experiencia, como lo que realmente debe ser: un ejercicio constante de ciudadanía, invención y, sobre todo, un acto de profunda empatía humana.

El cierre de las actividades de extensión conducidas en la Agencia Experimental de Diseño del Centro Universitário Unifanor Wyden durante el segundo semestre lectivo de 2024 demostró de manera incontestable la inmensa relevancia social y científica de integrar la investigación académica de posgrado a las dinámicas de laboratorio del grado. La transposición exitosa de los conceptos teóricos complejos formulados en la disertación de maestría en Ciencias de la Ciudad al universo práctico del Diseño de Experiencia e Interfaz de Usuario (UX/UI) comprobó que el diseño estratégico actúa como una poderosa herramienta de mediación socioespacial, capaz de decodificar y organizar demandas complejas de una metrópoli como Fortaleza.

La concepción y el prototipado de la aplicación Designar, sustentadas por la creación de un riguroso Manual de Identidad Visual fundamentado en la semiótica y en la cultura local, cumplen el objetivo mayor de ofrecer una respuesta tecnológica y humana al crónico problema de vaciamiento y degradación que afecta al centro histórico de Fortaleza fuera de los horarios comerciales. Al transformar a los colectivos artísticos independientes en atractores reconocidos e integrados a una red inteligente de datos, el proyecto validó la premisa ecológica y urbana de que la ocupación humana continua y el fomento cultural son los insumos metabólicos fundamentales para mantener los centros de las ciudades sistémicamente vivos y resilientes. Más allá del producto tecnológico generado, el proyecto deja un legado pedagógico inestimable para los alumnos monitores involucrados, calificándolos bajo el prisma de la responsabilidad social y de la investigación científica, al mismo tiempo que consolida un preproyecto de doctorado maduro, empírico y metodológicamente validado por el diálogo directo entre la academia y la sociedad.

Referencias bibliográficas

BÜRDEK, Bernhard E. **Design: História, Teoria e Prática do Design de produtos**. São Paulo: Blücher, 2006.

CLAIR, Kate; BUSIC-SNYDER, Cynthia. **Manual de Tipografia: A História, a Técnica e a Arte**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

CONSOLO, Cecilia. **Marcas: design estratégico. Do símbolo à gestão da identidade corporativa**. São Paulo: Blucher, 2015.

CONSOLO, Cecilia; CELSO, Alejandro lo; GRAVIER, Marina Garone; FONTANA, Rubén. **Tipografia en Latinoamérica: Orígenes e Identidad**. São Paulo: Editora Blucher, 2013.

FLOR, Martina. **The Golden Secrets of Lettering: Letter Design from First Sketch to Digital Artwork**. New York: Princeton Architectural Press, 2017.

FONSECA, Joaquim. **Tipografia & Design gráfico: Design e Produção de Impressos**. Porto Alegre: Bookman; Artmed, 2008.

HILLER, Marcos. **Branding: a arte de construir marcas**. São Paulo: Trevisan Editora Universitária, 2012.

HISCHE, Jessica. **In Progress: See Inside a Lettering Artist's Sketchbook and Process, from Pencil to Vector**. San Francisco: Chronicle Books, 2015.

JABR, Ferris. Como o Bolor Limoso Sem Cérebro Redefine Inteligência. **Scientific American Brasil**, ano 11, n. 124, 2012.

NOORDZIJ, Gerrit. **The Stroke: Theory of Writing**. London: Hyphen Press, 2005.

WHEELER, Alina. **Design de identidade de marca: guia essencial para toda a equipe de gestão de marcas**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2019.

Editorial

Editor jefe:

Vicente de Paulo Augusto de Oliveira Júnior
Centro Universitário Fanor Wyden
vicente.augusto@wyden.edu.br

Editora responsable:

Ozângela de Arruda Silva
Centro Universitário Fanor Wyden
ozangela.arruda@wyden.edu.br

Autor(es):

Petrus Moura Barbosa
Centro Universitário Fanor Wyden
petrus.barbosa@professores.unifanor.edu.br
Contribuição: *Investigação, escrita e desenvolvimento do texto.*

Enviado el: 15.06.2026

Aprobado el: 11.10.2026

Publicado el: 12.10.2026

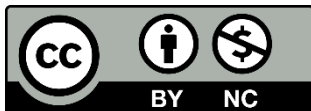
DOI: 10.5281/zenodo.23325236

Financiación:

Cómo citar este trabajo:

BARBOSA, Petrus Moura. Designar: vive y haz vivir — estrategias adaptativas para la revitalización urbana a través del diseño de interfaces y acciones de extensión. **Duna: Revista Multidisciplinar de Inovação e Práticas de Ensino**, Fortaleza, v. 2, n. 2, p. 40–75, abr./jun. 2026. DOI: 10.5281/zenodo.23325236. (ABNT)

Barbosa, P. M. (2026). Designar: vive y haz vivir — estrategias adaptativas para la revitalización urbana a través del diseño de interfaces y acciones de extensión. *Duna: Revista Multidisciplinar de Inovação e Práticas de Ensino*, 2(2), 40–75. <https://doi.org/10.5281/zenodo.23325236> (APA)



© 2026 Duna – Revista Multidisciplinar de Inovação e Práticas de Ensino. Centro Universitário Fanor Wyden – UniFanor Wyden. Este trabajo está bajo una licencia *Creative Commons* Atribución - No comercial - Compartir 4.0 Internacional CC-BY NC 4.0 Internacional].