



Fernando dos Santos Almeida

**Design para quem? Sobre o conceito
de Outro na pesquisa em Design Grá-
fico no Brasil**

Dissertação de Mestrado

Dissertação apresentada ao programa de Pós-Graduação em Design da PUC-Rio como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Design.

Orientadora: Profa. Jackeline Lima Farbiarz
Coorientador: Prof. Ricardo Artur Pereira Carvalho

Rio de Janeiro
Abril de 2015



Fernando dos Santos Almeida

**Design para quem? Sobre o conceito
de Outro na pesquisa em Design Grá-
fico no Brasil**

Dissertação apresentada como requisito parci-
al para obtenção do grau de Mestre pelo Pro-
grama de Pós-Graduação em Design do De-
partamento de Artes & Design do Centro de
Teologia e Ciências Humanas da PUC-Rio.
Aprovada pela Comissão Examinadora abaixo
assinada.

Profa. Jackeline Lima Farbiarz

Orientadora

Departamento de Artes & Design - PUC-Rio

Prof. Dr. Ricardo Artur Pereira Carvalho

Co-orientador

Departamento de Artes & Design – PUC-Rio

Profa. Luiza Novaes

Departamento de Artes & Design - PUC-Rio

Profa. Renata Vilanova Lima

Universidade Federal Fluminense - UFF

Profa. Denise Berruezo Portinari

Coordenadora Setorial do Centro de
Teologia e Ciências Humanas - PUC-Rio

Rio de Janeiro, 09 de Abril de 2015

Todos os direitos reservados. É proibida a reprodução total ou parcial do trabalho sem a autorização da universidade, do autor e da orientadora.

Fernando dos Santos Almeida

Bacharel em Design Gráfico formado pela Universidade Federal de Santa Catarina, atuou como pesquisador bolsista CAPES do Laboratório Linguagem, Interação e Construção de sentidos (LINC Design | PUC-Rio). Foi bolsista PIBIC em projeto de pesquisa, membro do CADe UFSC, CORDe Florianópolis 2011, representante e coordenador do CoNE Design e representante discente do Pós Design PUC-Rio. Atua no campo do Design, especificamente com Design de Comunicação. Possui afinidade com os Estudos da Linguagem, Sociedade e Cultura e desenvolve o projeto “Design para quem?”, abordando alteridade próximo dos estudos das Humanidades.

Ficha Catalográfica

Almeida, Fernando dos Santos

Design para quem? : sobre o conceito de outro na pesquisa em design gráfico no Brasil / Fernando dos Santos Almeida ; orientadora: Jackeline Lima Farbiarz ; co-orientador: Ricardo Artur Pereira Carvalho. – 2015.

v., 130 f.; il. ; (color.) ; 30 cm

1. Dissertação (mestrado) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Artes e Design.

Inclui bibliografia

1. Artes & Design – Teses. 2. Estudos da linguagem. 3. Estudos culturais. 4. Análise do discurso. 5. Comunicação. 6. Sujeito. I. Farbiarz, Jackeline Lima. II. Carvalho, Ricardo Artur Pereira. III. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Departamento de Artes e Design. IV. Título.

CDD: 700

Para meus pais, Danilo e Marília, e ao meu irmão, Danilo:
Qualquer conquista minha só tem valor convosco.

Agradecimentos

Aos meus pais, Marília e Danilo, por me ensinarem que tudo feito com amor - e por amor - vale a pena. Obrigado por tudo, agora e sempre;

Ao meu irmão, Danilo, por me ensinar a ser verdadeiro, crítico e questionador. Obrigado pelas risadas e pela cumplicidade;

À CAPES e à PUC-Rio, pelos auxílios concedidos. Sem esses, este trabalho não poderia ter sido realizado.

À minha orientadora, Jackeline, por me ensinar que a palavra é a ponte que lanço entre mim e o Outro. Obrigado pelo convite, paciência e todas as lições cheias de significado;

Aos meus professores da PUC-Rio, em especial aos colegas do LINC Design e do ASFAD, por me ensinarem que o saber é mais rico quando compartilhado. Obrigado pelas trocas tão valiosas;

E aos meus amores e amigos, em especial Alexandre Oliveira, Aline Aguiar, Allyne Barros, André Amaral, Angela Rechia, Benjamin Curtin, Camila Rodrigues, Clarissa Armando, Cláudio Henrique, Fernanda de Andrade, Fernanda Souza, Fernanda Vogt, Giulia Pamina, Isabela Mattos, Kate Cullen, Katja Majcen, Laura Spina, Lucas Reitz, Maria Gripp, Maria Luiza Rovaris, Mariana Massoni, Mariella Popa, Mestre Camurça, Raphael Martins, Renato Mendonça, Renato Thiesen, Sara Marques (*in memoriam*), Professora Serena, Stefano Robustelli, Tharso Duarte e Vinícius Marcineiro, por me ensinarem que, seja lá onde se está, só é preciso estar dentro do coração para estar perto. Obrigado pelas lembranças mais felizes e carinhosas da minha vida:

Acreditastes neste menino sonhador e distraído, e ensinaste-lo a lutar por aquilo que acredita. Menino, pois não sabe agradecer o bastante por tamanha generosidade, mas que tem como maior motivação deixar-vos orgulhosos. Por isso, perdoem seus/meus maus jeitos. Nas palavras do Henfil, “minha arte é fruto da minha importância de viver com vocês”.

Estais todos aqui, nas páginas a seguir, e também em mim, comigo sempre.

Muito obrigado.

Resumo

Almeida, Fernando dos Santos; Farbiarz, Jackeline Lima. **Design para quem? Sobre o conceito de Outro na pesquisa em Design Gráfico no Brasil**. Rio de Janeiro, 2015. 130p. Dissertação de Mestrado – Departamento de Artes & Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

O objeto deste estudo são os termos que designam o Outro - a pessoa a quem o projeto de design é direcionado - utilizados na pesquisa em Design Gráfico no Brasil. O recorte escolhido foi de trechos de artigos científicos em Design Gráfico publicados online entre os anos de 2004 e 2013 na Infodesign, a revista científica com mais alta qualificação Qualis no Brasil na especialidade Design Gráfico no presente ano de 2015. O objetivo desta pesquisa é compreender os usos e significados dos termos referentes ao Outro na referida Revista. A questão é como a teoria do campo se refere, reconhece e identifica o Outro. Considerando que a escolha de uma terminologia expressa uma ideologia e, por consequência, formas de ação, pressupomos que usos diferentes da terminologia referente ao Outro se refletem em diferentes abordagens projetuais. A partir do discurso, podemos inferir como os pesquisadores tem abordado a alteridade e, por consequência, produzido a própria identidade profissional. A partir de uma perspectiva teórico-metodológica baseada nos princípios da Linguística Sistêmico-Funcional de Halliday e Matthiessen (2004), realizamos uma análise quantitativa da predominância dos termos utilizados para designar o Outro nos artigos. Inspiramo-nos na Análise Crítica do Discurso como abordagem de análise dos dados e, a partir dos resultados, identificamos que questões culturais, sociais e econômicas perpassam nosso entendimento do Outro e que a relação com o Outro é marcada pela noção de uso do Design. Há regras implícitas para o uso dos termos, especialmente no que se refere a relações de poder entre designer e o Outro estabelecidas tanto pelo consumo quanto pela noção de necessidade que participam do pensamento em Design Gráfico.

Palavras-chave

Estudos da Linguagem; estudos culturais; análise do discurso; comunicação; sujeito.

Abstract

Almeida, Fernando dos Santos; Farbiarz, Jackeline Lima (Advisor). **Design for whom? On the concept of Other in Brazil's Graphic Design research.** Rio de Janeiro, 2015. 130p. MSc. Dissertation – Departamento de Artes & Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

The aim of this study are the terms that designate the Other - the person to whom the Design project is directed - used in Graphic Design research in Brazil. The clipping was chosen from Graphic Design scientific articles published online between the years 2004 and 2013 on Infodesign, the highest Qualis qualification scientific journal in Brazilian Graphic Design in the present year of 2015. The objective of this research is to understand the uses and meanings of the terms referring to the Other in said journal to clarify the conceptual approach taken by the authors through the analysis of lexical choices in their speeches. The question is how the theory of field refers, recognizes and identifies the Other. Whereas the choice of a terminology expresses an ideology and therefore forms of action, we assume that choosing a different terminology results in different projective approach. From the discourse, we can infer how researchers have addressed alterity and therefore produced their own professional identity. We consider language as a system of opportunities that allows us to make choices, from a theoretical and methodological approach based on the Halliday and Matthiessen's principles of Systemic Functional Linguistics (2004), we performed a quantitative analysis of the predominance of the terms used to designate the Other in the articles, we were inspired by Critical Discourse Analysis principles to analyse the data and, from the results, identified that cultural, social and economic issues permeate our understanding of the Other and the relationship with the Other is marked by the traditional notion of design use. There are implicit rules for the use of the terms, especially regarding power relations between designer and the Other established both the consumption and the notion of necessity involved in Graphic Design thought.

Keywords

Language studies; cultural studies; discourse analysis; communication; subject.

Sumário

1. Introdução	11
1.1. Apresentação	11
1.2. Percurso metodológico	17
1.3. Em resumo	19
2. Conceitos-chave	20
2.1. Apresentação	20
2.2. Sobre Design	20
2.3. Sobre Design Gráfico	25
2.4. Sobre Design e Linguagem	27
2.5. Sobre Design e o Outro	29
2.6. Em resumo	34
3. Construção da pesquisa	36
3.1. Apresentação	36
3.2. Corpus de análise	37
3.3. Linguística Sistêmico-Funcional	42
3.4. Em resumo	48
4. Análise	49
4.1. Apresentação	49
4.2. Identificação dos termos	50
4.3. Análise temática	56
4.3.1. Primeiro nível de análise	56
4.3.2. Segundo nível de análise	58
4.4. Análise dos verbos	58
4.5. Em resumo	62
5. Pontes entre conceitos-chave e resultados da pesquisa	64
6. Considerações finais	68
7. Referências	72
Apêndice 1	78
Apêndice 2	84
Apêndice 3	96

Lista de figuras

Figura 1 - Logotipo da revista e cabeçalho do website oficial	37
Figura 2 - Relação entre o total de artigos das revistas e os artigos analisados nesta pesquisa	41
Figura 3 - Comparativo da ocorrência dos diferentes termos analisados.	52

*Uma parte de mim
é só vertigem:
outra parte,
linguagem.*
Ferreira Gullar

1. Introdução

1.1. Apresentação

“O que ocorre, de fato, é que, quando me olho no espelho, em meus olhos olham olhos alheios; quando me olho no espelho não vejo o mundo com meus próprios olhos desde o meu interior; vejo a mim mesmo com os olhos do mundo - estou possuído pelo outro.”

Mikhail Bakhtin

Este texto contém a construção, o desenvolvimento e os resultados obtidos com a pesquisa de mestrado em Design intitulada *Design para quem? Sobre o conceito de Outro na pesquisa em Design Gráfico no Brasil* realizada na Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro entre os anos de 2013 e 2015. Nesta, objetivamos entender de que forma os autores em Design Gráfico tem lidado com o desafio da alteridade no seu entendimento do Outro.

O atual momento cultural, de dinâmicas sociais menos concretas e absolutas e mais ágeis e fluidas do que eram (BAUMAN, 2001), é marcado pela ampla distribuição e fácil acesso das práticas projetuais, no lugar do controle centralizado da indústria. Músicas, filmes, informações e outros elementos de comunicação que se baseavam no princípio da distribuição de um-para-muitos (KATZ, 2011) cada vez mais são disponíveis para a produção e distribuição disseminada. Os processos do Design¹, constituídos pelo planejamento e padronização de qualquer ato em direção a um fim desejado e previsível (PAPANEK, 1974), tornam-se me-

¹ A fim de evitarmos possíveis desentendimentos semânticos quanto ao uso dos termos *Design* e *design*, adotamos a seguinte regra que se refere às menções das teorias de Design e de projetos de design nesta pesquisa: *Design*, com inicial maiúscula, refere-se ao campo do conhecimento, da teoria; enquanto *design*, com inicial minúscula, refere-se às ideias de projeto, desenho, forma/formato, configuração estético-plástica etc. (ALMEIDA JUNIOR e NOJIMA, 2010, p 13).

nos exclusivos.

Os problemas sociais são de natureza complexa, não possuem regras para serem resolvidos e suas soluções podem ser boas ou más, dependendo da perspectiva a partir das quais são julgadas (RITTEL e WEBBER, 1973). Para lidar com esses problemas, surge a necessidade de aproximação e de melhor conhecimento do sujeito individual ou coletivo a quem se direciona os projetos de design. Em meio à imprevisibilidade dos problemas sociais contemporâneos (COYNE, 2005), temos Design como atividade que tem por finalidade configurar - projetar e dar forma - objetos de uso e sistema de informação (BOMFIM, 1994).

Sob um olhar mais atual, o Design pode ser visto como o "processo de programar, projetar, coordenar, selecionar e organizar uma série de fatores e elementos com vistas à realização de objetos destinados a produzir comunicações visuais" (FRASCARA, 2005). Entendemos Design Gráfico como especialidade do campo do Design, marcado pelos processos que utilizam imagens e textos para comunicar mensagens, ideias e conceitos (ADG BRASIL, 2014). Mais, vemos o próprio Design Gráfico como Linguagem em uma abordagem dialógica de enquadrá-lo como potência de significados (BAKHTIN, 1997).

Ainda que não regulamentada², a atividade profissional do designer gráfico brasileiro é reconhecida oficialmente pelo Ministério do Trabalho e Emprego através da Classificação Brasileira de Ocupações - CBO. Instituída pela portaria ministerial no 397 em 9 de outubro de 2002, a CBO é o sistema normalizador de reconhecimento, nomeação e codificação dos títulos e conteúdos das ocupações do mercado de trabalho brasileiro (BRASIL, 2002). Nela identifica-se, dentro do grupo de profissionais de nível superior "GG2 - Profissionais das Ciências e Artes", os códigos 2624-10 para "**Desenhista industrial (designer)**" e 2624-05 para "Artista (artes visuais)" (destaque nosso). Na descrição do grupo 2642 dos artistas visuais, desenhistas industriais e conservadores-restauradores de bens culturais, consta a descrição:

"Concebem e desenvolvem obras de arte e projetos de design, elaboram e executam projetos de restauração e conservação preventiva de bens culturais móveis e

² A tempo do fim da redação deste texto, em fevereiro de 2015, o projeto de lei referente à regulamentação do exercício da profissão do designer foi aprovado pelo Senado e aguarda a aprovação da Presidenta da República. O PLC 24/2013 do deputado Penna (PV-SP) determina que somente titulares de curso superior ou pessoas com experiência mínima de três anos até a data de publicação da lei possam exercer a profissão de designer.

integrados. Para tanto, realizam pesquisas, elaboram propostas e divulgam suas obras de arte, produtos e serviços.” (BRASIL, 2002)

Pela CBO, não há distinção entre as habilitações Design Gráfico e Design de Produto. Há, no entanto, uma indicação de profissão de “Desenhista de Produto Gráfico” como uma especificação do Desenho (Design) Industrial de Produto. Pela descrição das atividades, entende-se que fotógrafos, ilustradores e outros artistas visuais fornecem imagens para o exercício de Design, enquanto jornalistas, publicitários, poetas e escritores fornecem textos para produtos gráficos.

A configuração de objetos, sistemas atividades e serviços passa atualmente pela Virada Semântica, ou *Semantic Turn* (KRIPPENDORFF, 2000): trata-se de uma quebra de paradigma projetual recente que torna a atenção dos profissionais de Design; do funcionamento dos objetos para as possibilidades de significados que eles permitem. Uma abordagem situacional e humanista ocupa o lugar da abordagem tecnológica na Era da Informação, e fortalece os contextos de cultura e sociedade para se pensar na pessoa a quem se destina o projeto de design. Assim, ganha ênfase a noção de que Design deve tomar ciência do seu foco no ser humano (*Ibidem*).

Apesar da tendência, consideramos que os modos que nós designers temos buscado direcionar nossos projetos às necessidades e vontades humanas continuam sendo reflexões carentes de fundamentação em Design: há uma notória carência teórica que a prática de Design apresenta (BONSIEPE, 1997). Somado a isso, a falta de criticidade em relação à nossa prática profissional nos faz aceitar premissas conservadoras sobre a prática e a teoria no campo do Design (COUTO *et al*, 2014). Isso a despeito da existência de metodologias que se constituem em torno das questões como, por exemplo, a metodologia de *Design Thinking* com sua proposta de destaque para *insight*, observação e empatia como três elementos fundamentais de qualquer programa de design de sucesso (BROWN, 2010).

Nesta pesquisa, tomamos como pressuposto que, embora os projetos de Design Gráfico tendam a ter os indivíduos para os quais se destinam como foco, o designer gráfico brasileiro carece de fundamentação teórica específica para compreender esses indivíduos aos quais se destinam seus projetos. Mais ainda: entendemos que, como o público a quem se destina o projeto de design é mutável, complexo, composto por sujeitos singulares que estabelecem relações dinâmicas e

constantes, os instrumentos para o diálogo, com suas construções de sentidos, com seus protocolos de ação, precisam ter lugar assegurado na formação em Design, o que nem sempre é algo factível quando observamos diferentes programas de Design.

Particularmente, minha formação acadêmica somada às minhas experiências de trabalho no campo me inclinou a assumir uma postura crítica a respeito do entendimento do que é Design Gráfico. A motivação para a realização desta pesquisa partiu da minha experiência profissional e acadêmica, quando notei essa lacuna de conhecimentos, fundamentação e métodos para o entendimento do público ao qual o projeto se destina: se buscarmos fazer design centrado no usuário (KRIPPENDORFF, 2000), quem é esse usuário? Quem é esse sujeito individual ou coletivo a quem se direciona os projetos de design? Portanto, esta pesquisa teve início como exercício de alteridade em uma tentativa de entender como são percebidas esse Outro envolvido na teoria do Design Gráfico no cenário brasileiro contemporâneo.

Assumimos também como pressuposto a noção de que o Design Gráfico depende de um público ao qual o projeto se destina. Nesse sentido, a temática dessa pesquisa diz respeito ao Outro, escrito aqui com letra maiúscula para nos referirmos ao participante *não-designer* para quem o projeto é direcionado, geralmente referido como usuário, público, indivíduo, leitor etc. O substantivo contável escolhido trata de um semelhante da espécie humana, iniciado com a letra “O” maiúscula para melhor identificação e distinção do termo “outro” empregado para diferentes fins na redação.

Um reflexo dessa carência é o uso indiscriminado dos termos referentes ao **Outro**,³ aquele a quem o Design é orientado e destinado. Consideramos que o entendimento das necessidades, vontades e desejos do Outro é um dos grandes

³ Ao longo do desenvolvimento do texto, quando nos referimos aos sujeitos (individuais ou coletivos) atuantes nos processos de Design, utilizamos as formas tradicionais: “o(s) designer(s)”, “o(s) Outro(s)”, “o(s) usuário(s)” etc. No entanto, compartilhamos uma perspectiva crítica quanto às formas tradicionais da língua portuguesa de se referir a um sujeito universal como homem. Os assuntos que tratamos não pertencem apenas ao universo masculino. O androcentrismo, conceito proposto pelo sociólogo Lester Ward (1903), aponta a prioridade dada às experiências masculinas e a ideia da universalidade dos interesses do homem, e identificamos essa como uma postura comum em textos teóricos de pesquisa. Entendemos o gênero como elemento constitutivo de relações sociais fundadas sobre as diferenças percebidas entre os sexos e também um primeiro modo de dar significado às relações de poder (SCOTT, 1990). Reavaliemos nossa autoridade como autores (FOUCAULT, 1992), visto que o tema deste texto é justamente o reconhecimento do Outro através da Linguagem.

desafios que nós, designers, temos no processo metodológico de projeto. Assim, tomamos como foco da pesquisa **os usos e sentidos dos termos referentes ao Outro em Design Gráfico** e seu objeto são **esses termos, seus significados e suas formas de uso na abordagem do Outro em Design Gráfico**.

Considerando que a escolha de uma terminologia expressa uma ideologia e, por consequência, formas de ação, a realização deste estudo se justificativa nos usos diferentes referente ao Outro em Design Gráfico refletirem diferentes abordagens projetuais. Diante desse cenário, elencamos três questões norteadoras para a pesquisa:

- Como que o Outro é referido nas discussões teóricas do Design Gráfico?;
- Em seus significados e usos, as terminologias eleitas revelam estereótipos que norteiam nossa atuação?
- Onde podemos encontrar subsídios para estabelecermos diálogos com a alteridade?

Para responder a essas perguntas, buscamos entender de que forma os autores em Design Gráfico tem lidado com o desafio da alteridade no seu entendimento do Outro.

A busca por atingir o objetivo desta pesquisa parte de alguns recortes significantes. Inicialmente localizamos, dentro do campo do Design, esta pesquisa pertencendo ao Design Gráfico, devido à minha formação acadêmica específica e, conseqüentemente, um maior conhecimento dos contextos dessa especialidade do campo. Também dentro do Design Gráfico, localizamos nossos estudos no âmbito da pesquisa em Design Gráfico, excluindo outras formas de trabalho encontradas na vasta e plural produção do Design Gráfico, como projetos visuais implementados por profissionais. Esse recorte intenciona direcionar o olhar na produção intelectual e teórica do Design Gráfico, na qual acreditamos circular ideias que sustentam a forma de se pensar e atuar na especialidade.

Buscando investigar dentro da pesquisa, selecionamos a revista científica em Design Gráfico mais bem qualificada nacionalmente por meios oficiais. Isso porque, até o presente momento, a revista científica mais bem qualificada em Design é a InfoDesign. Procuramos assim, com o argumento da autoridade, assegurar certa relevância e consistência ao objeto estudado dentro do recorte estabelecido.

Mais além, dos textos dos artigos relevantes à pesquisa presentes na revista

escolhida, afunilamos para somente os trechos em que os termos observados são utilizados. Dessa forma, investigamos as formas como os autores utilizam e significam esses termos quando intentam referenciar o Outro em seus discursos.

Com esses recortes definidos, assumimos como objetivos específicos:

- Listar os termos utilizados para fazer referência ao Outro na publicação científica mais bem classificada do país;
- Categorizar os usos e sentidos desses termos; e
- Dialogar os resultados obtidos.

Condizente à fundamentação interdisciplinar do Programa de Pós-graduação em Design na PUC-Rio (FARBIARZ e NOVAES, 2014) e tendo como origem o Laboratório Linguagem, Interação e Construção de sentidos da mesma instituição, esta pesquisa em Design tem, como aporte teórico, os Estudos da Linguagem para melhor entendimento do campo.

A partir do discurso, meio através do qual as visões de mundo, crenças e valores são expressos (SANTOS, 2013), podemos inferir como os profissionais tem lidado com o desafio da alteridade. Por este viés, assumimos uma proximidade com o método cartográfico de pesquisa nas Humanidades, utilizando a linguagem para nos dizer daquilo que lhe ultrapassa, dos traçados provisórios e frágeis de um devir, o processo de vir a ser:

“Investiga-se como, produz-se com. Como faz aquilo que faz? Para cartografar é preciso, por, querer o acontecimento, o lançar dos dados, estar aberto à afirmação do acaso, àquilo que faz problema no mesmo. Suportar um problema, uma sempre vizinhança com territórios de soluções. Estar a caminho. Caminhar em involução, nem de onde, nem para onde, mas habitar as múltiplas temporalidades em um único instante. E perguntar, que é que insiste aqui? Que é que pede passagem na língua? Que é que ganha verbo no que acontece?” (ANGELI, COSTA e FONSECA, 2012, p 46).

Esclarecemos que não montamos propriamente uma pesquisa cartográfica segundo o método da Cartografia proposto por Deleuze e Guattari (1996). Para tal, esta pesquisa não poderia se constituir a partir de modelos estruturais prontos, com pressupostos e metas definidas *a priori*. Isso porque a cartografia como método das Ciências Humanas e Sociais consiste em acompanhar processos e devires que compõem um campo, a realidade em arranjo constante. Sob essa perspectiva, definições prévias de pesquisa pretendem controlar o processo condicionam o olhar do investigador, e “a cartografia parte do reconhecimento de que, o tempo

todo, estamos em processos, em obra” (BARROS e KASTRUP, 2009). No entanto, ainda reconhecemos paralelos com o método cartográfico no sentido de realizarmos uma pesquisa de apontamento, não de julgamento. Investigamos um assunto pouco explorado no campo e buscamos estar abertos às descobertas que faremos com o auxílio do aporte teórico de outros saberes das Humanidades.

1.2

Percurso metodológico

A presente pesquisa pode ser definida como *para* e *sobre* Design. Por um lado, para Design, segundo Jonas (2010) porque informa sobre os processos semânticos do Design Gráfico, tendo conhecimentos de outras áreas por aporte teórico. Por outro lado, sobre Design porque tem como objeto de análise a teoria do Design Gráfico. Esses não são tipos excludentes de pesquisa, existindo interpenetração deles.

Empenhados em desenvolver teoria em Design Gráfico, abordamos a teoria do Conhecimento, pois seu campo emerge sob os parâmetros da produção do conhecimento científico, com esforços para aperfeiçoar métodos, regras e critérios próprios, que levem o Design a ser pesquisado, avaliado e melhorado (BÜRDEK, 2006).

Para a construção da pesquisa, adotamos as seguintes etapas metodológicas vinculadas as pesquisa bibliográfica e documental realizada:

- a) Sintetizar conceitos-chave que fundamentam esta pesquisa;
- b) Levantar definições de Design a partir de textos científicos;
- c) Selecionar publicações científicas de referência em Design Gráfico;
- d) Identificar o uso de termos de referência ao Outro na publicação escolhida dentre as selecionadas;
- e) Realizar análise de conteúdo dos termos;
- f) Categorizar os padrões identificados; e
- g) Relacionar os resultados do estudo.

A dissertação está dividida em seis capítulos. Após esta **1. Introdução**, te-

mos **2. Conceitos-chave**, no qual discorremos sobre as expressões e ideias que sustentam este estudo, a fim de esclarecer nossos pressupostos e abordagens. Dedicamos uma sessão para cada uma das ideias que consideramos necessário desenvolver. Em **3. Construção da pesquisa**, justificamos nosso recorte de pesquisa e apresentamos a fundamentação teórica das abordagens metodológicas que adotamos para a análise dos discursos selecionados. Em **4. Análise**, apresentamos as etapas da análise dos textos selecionados de Design Gráfico, bem como seus resultados e nossas considerações feitas durante o processo. Em cada sessão deste capítulo, apresentamos os resultados obtidos nas diferentes etapas do processo de análise do material. Em **5. Pontes entre conceitos-chave e resultados da pesquisa**, relacionamos as ideias norteadoras do trabalho com os resultados obtidos com a pesquisa de campo, a fim de estabelecer diálogos entre as teorias com o que se encontra no campo da pesquisa em Design Gráfico no Brasil hoje. Em **6. Considerações finais**, apresentamos nossas conclusões, os apontamentos que surgiram com a realização da pesquisa e as perspectivas futuras deste projeto. Em seguida, em **7. Referências**, listamos as referências bibliográficas que fundamentam a construção teórica que realizamos e, por último, os **8. Apêndices** com os documentos gerados ao longo da pesquisa e que a constituem, disponibilizados para futuras consultas.

1.3

Em resumo

Nesta sessão apresentamos uma breve contextualização do tema e da justificativa da pesquisa, expusemos e descrevemos os itens do projeto de pesquisa atrelado a este estudo. Explicitamos os métodos e técnicas adotados para o desenvolvimento da pesquisa a partir de nossas referências bibliográficas específicas.

Os termos empregados na produção teórica do campo determinam as formas de atuação do designer e a indefinição de quem recebe projetos de Design afeta o processo metodológico. Recorremos a outros saberes para identificar e discutir de que forma o Outro é reconhecido no discurso dos autores em Design Gráfico. A proposta interdisciplinar da discussão se ancora na dificuldade de fundamentação para o entendimento deste Outro com base somente nos estudos em Design Gráfico, o que nos leva a encontrar como aporte teórico os Estudos da Linguagem e da Subjetividade para enriquecer a pesquisa.

Convidamos à leitura do nosso estudo a quem interessar um olhar sobre o conceito de Outro no contexto da teoria do Design Gráfico no Brasil através dos Estudos da Linguagem, no recorte específico da Revista InfoDesign, entre os anos 2004 e 2013. Nosso convite é uma proposta de diálogo entre os diferentes saberes que compõe este estudo, e também de diálogo entre o leitor e nós mesmos. Ao aceitar o convite, o leitor embrenha-se no referencial alheio a si próprio e põe-se ele mesmo em relação com o Outro. Seja percebendo-nos como iguais a si, impotentes no sentido de fazer-lhe rever conceitos, seja percebendo-nos como diferentes de si, como potência suprema no sentido de aniquilar sua possibilidade de divergência de opinião (KONDER, 1999), esperamos motivar reflexões a respeito de questões de alteridade no Design Gráfico e suscitar a discussão.

A seguir, cobriremos os conceitos fundamentais deste estudo e definiremos nossos referenciais e paradigmas teóricos.

2 Conceitos-chave

2.1 Apresentação

"[...] a história de um conceito não é, de forma alguma, a de seu refinamento progressivo, de sua racionalidade continuamente crescente, de seu gradiente de abstração, mas a de seus diversos campos de constituição e de validade, a de suas regras sucessivas de uso, a dos meios teóricos múltiplos em que foi realizada e concluída sua elaboração."

Michel Foucault

Este capítulo é dedicado às ideias fundamentais pertinentes à pesquisa e às relações que podem ser estabelecidas a respeito dos nossos entendimentos sobre Design, Design Gráfico, Linguagem e Outro. Seleccionamos textos referentes à teoria desses universos através de pesquisa bibliográfica, apontamos suas escolhas terminológicas e analisamos as ideologias percebidas em cada obra.

O valor desta apresentação está associado ao esclarecimento das ideias norteadoras do nosso estudo. Em uma investigação dos significados associados ao uso de determinados termos e desuso de outros nos discursos, consideramos imprescindível o esclarecimento a respeito dos sentidos pelos quais intencionamos o emprego dos conceitos mais importantes do nosso próprio discurso. Isso porque sua aplicação pode significar, dentre várias possibilidades, também uma ação autoritária e arbitrária do designer para com o Outro.

Foucault, por exemplo, nos mostra como a produção do conhecimento acadêmico está intrinsecamente ligada às ideologias:

“Redistribuições recorrentes que fazem aparecer vários passados, várias formas de encadeamento, várias hierarquias de importância, várias redes de determina-

ções, várias ideologias, para uma única e mesma ciência, à medida que seu presente se modifica: assim, as descrições históricas se ordenam necessariamente pela atualidade do saber, se multiplicam com suas transformações e não deixam, por sua vez, de romper com elas próprias” (FOUCAULT, 2008, p 5)

A reprodução e revisão dos conhecimentos produzidos em um campo são também a reprodução ou crítica dos aspectos ideológicos que os fundamentam. Portanto, a discussão acerca dos termos atribuídos ao Outro no Design revelam, a grosso modo, os entendimentos, continuidades e rupturas nas ideologias daqueles que as formulam.

Através de pesquisa bibliográfica, selecionamos textos referentes à teoria de Design, à teoria específica do Design Gráfico, ao entendimento do conceito de Linguagem e a estudos do campo da Subjetividade que dizem respeito ao Outro. Sintetizamos o que autores de cada categoria apontam como constituinte do sentido dos conceitos estudados como alicerce para a pesquisa.

Esclarecemos que temos consciência de que nossa escolha constitui-se também como reprodução e crítica de aspectos ideológicos que participam da constituição do campo. Como “escolha” carrega consigo entendimentos, continuidades e rupturas. Nossa intenção assim, é, como já esclarecido no início deste capítulo, compartilhar com o leitor as ideias norteadoras de nosso estudo.

2.2

Sobre Design

O sentido do termo design pode ser interpretado pelo verbo da língua inglesa *to design*, que significa projetar. Segundo o Conselho Internacional das Sociedades de Design Industrial – ICSID:

“Design é uma atividade criativa cujo propósito é estabelecer as qualidades multifacetadas de objetos, processos, serviços e seus sistemas de ciclos de vida. Assim, design é o fator central da humanização inovadora das tecnologias e o fator crucial das trocas econômicas e culturais. (...) Design trata de produtos, serviços e sistemas concebidos através de ferramentas, organizações e da lógica introduzidas pela industrialização – não somente quando são produzidos em série.” (ICSID, 2000, p 1)

Um sentido da palavra design, do inglês, é de projetar, compor visualmente

ou colocar em prática no plano intencional (AZEVEDO, 1998). Ainda com referência à língua inglesa, tem-se o agente que realiza o design como *designer*, cuja ferramenta “é o próprio ato de gerar informação” (*Ibidem*).

Outra forma de traduzir design é com a expressão alemã *gestaltung*, entendida como configuração (LÖBACH, 2001). Com a ideia de design como configuração, entende-se que o objeto de estudo específico de Design é a forma – ou *gestalt*. Temos a noção de forma como “princípio que determina a matéria, fazendo dela tal coisa determinada: aquilo que, num ser, é inteligível” (JAPIASSU e MARCONDES, 1990). A forma é aquilo que, materializada, pode ser conhecido pela razão como coisa. A palavra grega *morphé* está associada à origem do termo ‘forma’ como sinônimo de ideia que organiza a matéria amorfa do mundo (FLUSSER, 2007). A matéria, portanto, pode ser considerada “um substrato passivo que deve tomar forma para se tornar coisa. Matéria e forma só podem ser dissociadas pelo pensamento” (JAPIASSU e MARCONDES, 1990, p 81). Nesse sentido, design seria o processo de formalização da matéria, tornando-a inteligível e atribuindo-lhe sentido e funcionalidade (ALMEIDA e SOUSA, 2013).

Configuração pode ser descrita como materialização de uma ideia (LÖBACH, 2001). Ainda assim, conceitos como ‘configuração’ e ‘Design’ são muito amplos para definirmos com precisão o resultado do processo, o objeto/sistema configurado. Essa especificidade acontece quando associamos o conceito abrangente de Design a uma área particular. Como exemplo, temos o Design Ambiental:

“Design ambiental significa, como se sabe, configuração do meio ambiente. O conceito do ambiente se une ao do design. O resultado, porém, continua sendo um conceito geral, que se desdobra em vários tipos de configurações do ambiente. O design industrial [...] é o conceito geral para as diversas especialidades do design compreendidas na configuração do meio ambiente. O design industrial é, portanto, uma especialidade da configuração do meio ambiente.” (LÖBACH, 2001, p 17).

É possível relacionar a atividade de Design com criatividade, fantasia cerebral, senso de invenção e de inovação técnica (BÜRDEK, 2006). Isso não quer dizer, no entanto, que haja informalidade no seu processo de configuração. Formas e materiais são determinados por condições diversas, de caráter tecnológico, cultural, econômico, político, pragmático etc. Considera-se o contexto de desenvolvimento econômico, tecnológico e cultural, as condições de produção técnica,

fatores ergonômicos ou ecológicos e exigências artístico-experimentais (ALMEIDA e SOUSA, 2013). Assim, é necessário refletir acerca das condições que contextualizam o projeto, considerando-as nos projetos e produtos (BÜRDEK, 2006). Na contemporaneidade, o pensamento híbrido do designer é aplicado para articular novas práticas e combinações variadas de modos de significação, possibilitando a criação de diversos sentidos e a articulação de diferentes discursos que produzem novas convenções (NECYK et al., 2010).

Reconhecemos que a teoria de Design se constrói a partir da área do conhecimento das Humanidades (BÜRDEK, 2006). Por um lado, Design pode ser incluído no campo das Ciências Positivas, junto de outras áreas do conhecimento cujas afirmações podem ser guiadas e comprovadas através de experimentação dentro do método científico positivista. Por outro lado, seu método científico foi adaptado ao processo de projeção dos produtos. No Design, parece que se desenvolve uma prática sistemática e seus representantes investem continuamente na criação e aprimoramento de metodologias de projeto.

Considerando a vocação interdisciplinar do Design (COUTO, 1997), o campo se beneficia de teorias de outras áreas do conhecimento para compor seu corpus teórico (VILAS-BOAS, 2003). Ainda assim, o Design tem teorias características suas e necessita desenvolver algo específico, com um corpo de conhecimento próprio em sua teoria. O objeto do saber no Design compreende questões de forma e contexto, ou de forma e significado, e pode ser descrito com o conceito da função comunicativa (BÜRDEK, 2006). O método científico em Design deve ser buscado no domínio das Humanidades, pois não se pode descrever a essência comunicativa específica do Design com a ajuda das Ciências Naturais e nem com os métodos formais da Ciência positivista (*Ibidem*).

Como pilar de entendimento do que é Design, Bonsiepe (1997) propõe a ideia de **interface** como sistema que faz interagir pessoa e objeto em função de uma tarefa, em uma tríade: alguém pretende realizar uma tarefa; uma tarefa a ser realizada e uma ferramenta para efetivar sua execução. A mediação desses três elementos é denominada interface. As características do produto resultante são determinadas na interação entre o caráter do artefato, da tarefa e do Outro.

Pensar nessa mediação nas relações sociais contemporâneas sob a ótica do Design é pensar no meio, no Outro, nos suportes, nas formas, na relação e na produção de sentidos, e entender que há lugares concretos para sua atuação como

mediador da construção de conhecimento e da produção de sentido (NECYK et al., 2010).

Enfim, o que apontamos como concordante entre as definições dos autores do campo é que Design pode ser caracterizado como atividade de projeção de produto para orientar a expressão da forma ou ideia sobre um suporte planejado, configurando todo o conjunto como informação ou mensagem, de acordo com seu significado no contexto em que está inserido. O designer, como profissional responsável, deve planejar ou realizar diversas atividades de preparação e supervisão do processo de desenvolvimento do projeto, até a entrega do produto. Baseados nessa compreensão, seguimos em nosso recorte de pesquisa para o entendimento da especialidade Design Gráfico.

2.3

Sobre Design Gráfico

Em decorrência da minha formação específica de pesquisador, delimitamos a presente pesquisa no campo do Design somente à especialidade Design Gráfico, ressaltando o seu entendimento como de “processo técnico e criativo que utiliza imagens e textos para comunicar mensagens, ideias e conceitos, com objetivos comerciais ou de fundo social” (ADG BRASIL, 2014). Nota-se que adotamos a descrição feita pela associação profissional da categoria, ainda que este estudo tenha como recorte a pesquisa e teoria do Design Gráfico brasileiro. A escolha se justifica no reconhecimento da ADG Brasil como autoridade representativa em escala nacional dentro da especialização do campo (NIEMEYER, 1997).

Por causa de minha formação e experiências no meio profissional, abordo questões particulares ao Design Gráfico especificamente, e entendo esse como projeto de Comunicação Visual e o designer gráfico como responsável pela mediação dos processos relacionados à visualidade e à informação do projeto. Dessa forma, o termo *gráfico* tem o propósito de qualificar o termo *Design*, relacionando-o com a produção de objetos visuais, com o objetivo de comunicar mensagens específicas. Sobre a especialidade e seu produto, Frascara esclarece:

“Design gráfico, visto como uma atividade, é a ação de conceber, programar, projetar e realizar comunicações visuais, produzidas em geral por meios industriais e

destinadas a transmitir mensagens específicas a grupos determinados. Um design gráfico é um objeto criado por esta atividade.” (FRASCARA, 2005, p. 19)

Ressaltamos nesta pesquisa o seu entendimento como projeto, isto é, “processo técnico e criativo que utiliza imagens e textos para comunicar mensagens, ideias e conceitos, com objetivos comerciais ou de fundo social” (ADG BRASIL, 2014). Por esse viés, o designer gráfico, em seu processo de projeção de comunicação visual, pertence a uma rede discursiva anterior a ele próprio. O resultado de seu trabalho, mesmo que único, é uma utilização da linguagem em forma de enunciados visuais e, por consequência, faz parte de tipos relativamente estáveis de enunciados (BAKHTIN, 1997). Seus estilos, recursos, abordagens e construções composicionais aproximam-se de outros projetos, possibilitando elos e permitindo o reconhecimento de uma cadeia que se constitui enquanto gênero de discurso. Isso permite que entendamos design como potência de significados, como texto.

O trabalho do designer pode ser visto como um fenômeno social, uma vez que o teor de seu texto tende a provocar, inquietar, possibilitar a revisão de juízos prévios. Recuperamos a perspectiva de que o designer, cuja tarefa se realiza através da configuração de formas poéticas do *vir-a-ser* (BOMFIM, 1994), pode atuar mantendo, questionando ou anunciando novos caminhos (*Ibidem*). Mesmo que caracterizado enquanto criação individual, seu texto ecoa sobre a consciência da sociedade da qual participa (FARBIARZ *et al.*, 2008) e suas obras “repercutem na sociedade mantendo, sustentando, ignorando, questionando e/ou alterando mitos culturais e estereótipos sociais” (*Ibidem*).

O Design Gráfico requer uma atitude projetual que considera o meio, o mediador e o Outro. Neste sentido, compartilha-se com Farbiarz *et al.* (2008) a visão de que o designer gráfico atua como agente mediador dos processos de leitura de contextos situacionais e culturais – mais especificamente, como um agente produtivo – que utiliza elementos de linguagem icônica e textual para estabelecer pontes de interação.

Nesse aspecto, o Design Gráfico é entendido, especificamente, como “linguagem que viabiliza o projeto de produtos industriais na área gráfica possuindo flexibilidade e recursos inumeráveis para transmitir com eficiência as informações que lhe são confiadas” (ESCOREL, 2000). Ainda, para o Design Gráfico, “prati-

camente todas as questões se apresentam como questões de identidade e de como elas devem ser abordadas, encaminhadas e resolvidas” (*Ibidem*). Como primeira instância da relação entre o designer e o Outro – ou seja, como objeto/sistema em si – o design gráfico é o elemento de mediação entre sujeitos distintos e carrega, em seu conceito, tanto a informação que lhe cabe comunicar quanto a possibilidades⁴ de solução para questões de identidade na relação com o Outro.

Em suma, o design gráfico é o resultado de saberes, conhecimentos e escolhas transformados em linguagem à disposição para a ação do Outro. Assim, o Design Gráfico, entendido como um fenômeno de linguagem, apresenta perspectiva dialógica.

“No diálogo com o outro, eu não harmonizo as diferenças (que são essenciais à prática dialógica), não supero as frustrações que me são impostas pelos limites (efetivos) da comunicação, não elimino os riscos, porém aprendo a apreciar a polifonia, aprendo a ouvir a diversidade das vozes [...] Desenvolvo a capacidade de combinar a preservação da minha identidade com uma abertura menos tímida para a alteridade.” (KONDER, 1996, p 1)

Essa perspectiva dialógica também define a própria dinâmica com que a prática do Design Gráfico ocorre. O Design é desenvolvido com o trabalho cooperativo de uma equipe multidisciplinar de profissionais, em que “o designer tem papel de regente e sua atividade tem caráter organizador” (ALMEIDA e MATTEONI, 2014).

Em suma, entendemos Design Gráfico como atividade projetual de produto de natureza visual, usando linguagem metodológica específica, para orientar a expressão da forma ou ideia, impressa ou digital, sobre um suporte planejado, configurando todo o conjunto como informação ou mensagem, de acordo com seu significado no contexto no qual está inserido. Seu objetivo expresso é constituir interface informativa eficiente, que permita a comunicação entre emissor e receptor. Assim, para cumprir essa finalidade, o designer, como profissional responsável, deve planejar ou realizar diversas atividades de preparação e supervisão do processo de desenvolvimento do projeto, até a entrega do produto gráfico.

Fundamentando possibilidades de visões sobre Design Gráfico e sua configuração e sobre o fazer do designer, trataremos do Design Gráfico como fenôme-

⁴ Considerando que a ação/objeto/serviço propostos pelo designer é construída a partir do horizonte de expectativa que ele tem do Outro, mas o Outro com seu repertório pode sempre ressignificar a ação e propor formas de interação diferentes das pré-visualizadas pelo designer.

no de Linguagem e de como as abordagens terminológicas dizem muito sobre as ideias e atitudes.

2.4

Sobre Design e Linguagem

Localizamos os saberes do Design junto das Humanidades, sempre associados aos processos metodológicos de projeto de produto – material ou imaterial. Percebemos que, pela origem etimológica e pela própria semântica, Design está relacionado à configuração e à informação da matéria. Apontamos também ser possível reconhecer Design como um fenômeno de linguagem e entender, através dos Estudos da Linguagem, os processos interacionais do Design como diálogos que se estabelecem entre os agentes no processo comunicacional: o designer e o Outro (FARBIARZ e NOVAES, 2014).

A partir do entendimento do designer gráfico como agente mediador dos processos de leitura de contextos situacionais e culturais que utiliza elementos de linguagem - verbal e não verbal - para estabelecer pontes de interação, entendemos que a leitura, embora predominantemente visual, é polissensorial e sinestésica, e age como um mecanismo do processo de produção de significação (NOJIMA, 2014).

A Linguagem, como entendemos, vai muito além do senso comum que a associa apenas com gramática, ortografia e sintaxe. Por Linguagem, entende-se aqui não só língua, mas **discurso**: o meio por onde visões de mundo, crenças e valores são expressos.

“A relação que estabelecemos com o Design é construída através dos discursos sobre ele proferidos. Discursos consonantes ou destoantes que refletem a heterogeneidade inscrita nas sociedades. Discursos que partem de materiais ideológicos diversos. Discursos situados em espaço-tempo diferenciados. Discursos que, por tanto, são configurados na complexidade de cada ato/processo de interação e que, tanto em situação de convergência quanto de divergência, sustentam-se na tensão resultante das vozes sociais. E, fundamentalmente, discursos que creditam à soma a possibilidade de construção do todo.” (FARBIARZ e NOVAES, 2014, p 122).

Em toda interação, pessoas negociam significados, a partir da troca de experiências individuais, a fim de construir conhecimento. O discurso é uma forma de

construção, uma vez que os participantes disponibilizam seus repertórios pessoais através do engajamento discursivo e modificam, acrescentam ou mantêm posicionamentos sociais (BARROSO e OLIVEIRA, 2009). Nesse sentido, trata-se de fala, texto, imagem, gesto e som; e, acima disso, não só o dito, mas especialmente o *não-dito*, implícito na expressão (PORTINARI, 1989).

Parte fundamental dos nossos estudos é o estabelecimento das relações entre Design e Linguagem. De fato, é possível ver que Design é uma linguagem que viabiliza o projeto de produtos industriais (ESCOREL, 2000). Entendemos, assim, a ênfase Design Gráfico também como um fenômeno de linguagem e estabelecemos a linguagem como caminho de aproximação possível do designer e o Outro.

O Design apresenta propriedades combinatórias e associativas: as primeiras estão relacionadas aos aspectos formais - expressivos ou estéticos - e a segunda aos aspectos simbólicos do produto, decorrente da combinação dos dois aspectos (ALMEIDA e SOUSA, 2013). É justamente através do projeto que a linguagem do Design se exprime, já que requer capacidade de abrangência e de coordenação dos diferentes aspectos implicados no processo do qual resulta o produto (ESCOREL, 2000).

Entendendo que o signo verbal só pode ser compreendido no domínio da ideologia (BAKHTIN, 1995), buscamos as relações possíveis que podem ser estabelecidas entre as duas áreas e propomos que o signo visual também pertença ao domínio ideológico.

“Toda palavra serve de expressão a um em relação ao outro. Através da palavra, defino-me em relação ao outro, isto é, em última análise, em relação à coletividade. A palavra é uma espécie de ponte lançada entre mim e os outros. Se ela se apoia sobre mim numa extremidade, na outra apoia-se sobre o meu interlocutor. A palavra é o território comum do locutor e do interlocutor”. (BAKHTIN, 1995, p 113)

Quanto à relação entre terminologia e ideologia, tudo que é ideológico possui um significado e remete a algo situado fora de si mesmo; tudo que é ideológico é um signo. Sem signos não existe ideologia (BAKHTIN, 1995). A escolha de palavras, formas e sentidos está diretamente associada a uma forma de pensar e a uma doutrina. Em um sentido crítico da repetição da ideologia vigente:

“Sob o disfarce da sociedade comunicante, ou sob a máscara do indivíduo ideal, modelarmente dotado deste bem comum a todos os indivíduos, que é a língua, esconde-se o talismã ideológico de mesma atitude intelectual que contribuindo para levar a burguesia ao poder, nele a conserva e a abençoa.” (VOGT, 1977).

Pelo olhar de Bakhtin (1997), a linguagem responde a algo e fala para algo: o eu e o Outro são constituintes do processo discursivo. O Outro não somente recebe o discurso, mas reage a ele. Portanto, o dialogismo, segundo Farbiarz e Novaes (2014), constitui o ser humano.

Quando falamos algo a alguém, endereçamos o nosso discurso, pressupondo a melhor maneira de falar. Desse ponto de vista, o enunciado também revela a visão de Outro que o designer tem ao projetar. Essa perspectiva corrobora o entendimento do Design como interface e insere o designer no contexto social, cujo fundamento é a relação com o Outro. Assim, o trabalho do designer pode ser visto como um fenômeno social, e o teor de seu texto pode provocar, inquietar e possibilitar a revisão de juízos prévios.

Os termos empregados no discurso podem revelar a intenção do autor. No caso do designer, suas formas de atuação. O leitor, inserido no texto, oscila entre a expectativa do futuro e a perspectiva do presente. A leitura, que necessita ser experienciada, vivenciada e integrada aos outros domínios do conhecimento - o linguístico, o social e o pedagógico (NOJIMA, 2014) se torna lembrança que se dissolve em um horizonte vazio e o que se lembra é projetado em um novo horizonte no processo dialógico. Assim, na leitura, “interagem incessantemente expectativas modificadas e lembranças novamente transformadas” (ISER, 1999).

É a partir desse ponto, entendendo Design Gráfico como Linguagem em uma perspectiva dialógica que depende da interação dos sujeitos para se sustentar, que apresentamos relações possíveis entre Design e o Outro.

2.5

Sobre Design e o Outro

Nesta sessão, apresentamos a noção de Outro no contexto de Design e Design Gráfico e procuramos compreender a noção de Outro a partir dos estudos das Humanidades. Nomeamos como Outro o sujeito individual ou coletivo a quem se direciona o resultado do processo de Design. Como a discussão se baseia em como o uso de diferentes terminologias implica em formas diferentes de agir e pensar, utilizamos o termo *Outro* sempre que for prudente referenciar de maneira

abrangente esse sujeito *não-designer* que também atua nos processos de Design.

A ideia de Outro que sugerimos se refere ao participante do processo de design que não é o designer. Quem tentamos definir como o Outro em Design é aquele a quem o projeto é destinado ou direcionado. Como procuramos apreender esse conceito e discutir como as diferentes formas utilizadas para referi-lo carregam, cada uma, seus próprios significados, evitamos utilizar os termos *usuário*, *consumidor*, *público etc.* As terminologias referentes ao Outro nos processos do Design Gráfico são nosso objeto, e seus padrões de ocorrência são o foco desta pesquisa. Então, para evitar possíveis interpretações, escolhemos *Outro* como termo para nos referirmos a esse participante *não-designer* do processo de Design, como esclarecemos em **1. Introdução**.

Tendo apresentado este Outro, é preciso ressaltar aqui a sua localização tanto como sujeito individual quanto como sujeito coletivo a quem se direciona o resultado do processo de Design e ainda a variedade de terminologias a partir das quais é apresentado, implicando a escolha de uso em formas diferentes de agir e pensar. Aqui, ele é o sujeito *não-designer* que também pode atuar nos processos de Design.

A proposta interdisciplinar da discussão se ancora na dificuldade de fundamentação para o entendimento deste Outro com base somente nos estudos em Design Gráfico, o que nos leva a encontrar como instância de aporte teórico para a pesquisa a teoria das Humanidades. Buscamos conceitos-chave dos estudos da Subjetividade para um entendimento do sujeito e de seus processos de significação. Compõe esta etapa da pesquisa as obras de autores de teoria psicanalítica e Filosofia apresentando os conceitos fundamentais sobre o ser humano no contexto cultural da sociedade contemporânea.

Justamente por ser o sujeito à coisa em questão para a psicanálise (CABAS, 2010) e por sua análise ser feita a partir de suas manifestações, temos o sujeito como uma função. Sobre essa função, o autor explica que o sujeito:

“[...] não uma substância. Em consequência, a pergunta que lhe convém não é ‘quem ele é’, e sim ‘no que ele’ se encarna, ou também ‘onde e como’ ele se materializa. Acontece que esse modo de argumentar equivale a uma abolição radical de toda e qualquer referência personalista.” (CABAS, 2010, p 17).

Esse olhar revela a complexa relatividade no que se refere a noção identitária desse Outro. É próximo desse referencial que buscamos na teoria *foucaultiana*

o entendimento da subjetividade construída socialmente e pelo contexto no qual o sujeito se insere.

Ressaltamos que esta não é uma abordagem psicanalítica propriamente dita, já que não há qualquer sorte de proposta terapêutica e nem de uma visão *positivizável* (PORTINARI, 2006) da subjetividade do Outro. Isso significa dizer que este trabalho não propõe uma solução para os problemas de compreensão dos sujeitos através da aplicação direta dos conhecimentos psicanalíticos. Pelo contrário, como ressaltamos em **1. Introdução**, a intenção é de contribuir para explicitar a complexidade dos Estudos da Linguagem e da Subjetividade, buscando trazer mais aportes para o Design Gráfico no que concerne ao diálogo com o Outro através da interdisciplinaridade.

Sendo o Design centrado no ser humano, seu objeto de estudo do Design não é o resultado do processo projetual, mas sim as possibilidades de relações que o Outro estabelece com esse resultado. Nesse sentido, o designer busca prever as relações que as pessoas estabelecem e estabelecerão com os resultados do seu trabalho, e o designer, assim, pode ser visto, como concordamos, como “um dos intermediários entre as dimensões cronológica e cosmológica e os diferentes protagonistas que atuam neste espaço” (BOMFIM, 1994). Vale notar, no entanto, que embora a atividade seja centrada em seres humanos, diferentes abordagens metodológicas podem adotar outros vieses.

Quando nos referimos a processos humanos particulares e culturais, remetemos ao termo *subjetividade*; a qualidade do que é relativo a sujeito, do que pertence exclusivamente no espírito de uma pessoa. Essa síntese de todas as expressões do ser humano é justamente o objeto específico da Psicologia: a subjetividade “é o mundo de ideias, significados e emoções construído internamente pelo sujeito a partir de suas relações sociais, de suas vivências e de sua constituição biológica” (BOCK, FURTADO e TEIXEIRA, 2008).

Assim, a subjetividade é construída a partir de vivências individuais e coletivas e está em estado constante de constituição. Destacamos que a questão da subjetividade no Design não se limita ao envolvimento do Outro. Consideramos o papel desempenhado pelo Design na configuração da cultura e sua inserção nos processos de produção de bens de consumo, onde as formas de subjetividade se configuram. Dessa forma, o Design atua na construção de significados como processo que articula, costura e possibilita subjetividades (LACERDA e FARBIARZ,

2012).

Assumimos uma postura *foucaultiana*, entendendo que a noção de particularidade de sentimentos e ideias, a chamada subjetividade, não é natural dos seres humanos (FOUCAULT, 2004). Os processos de subjetivação e de objetivação que fazem com que o sujeito possa se tornar, na qualidade de sujeito, objeto de conhecimento são uma construção social recente, e a subjetividade “é a síntese singular e individual que cada um de nós vai constituindo conforme vamos nos desenvolvendo e vivenciando as experiências da vida social e cultural” (BOCK, FURTADO e TEIXEIRA, 2008).

Entendendo que somos constituídos por essas relações que estabelecemos com aqueles ao nosso redor, e que o olhar que lançamos sobre o Outro acaba por definir a nós mesmo no exercício da alteridade, temos em Sartre que:

“Pelo olhar, experimento o outro concretamente como sujeito livre e consciente que faz com que haja um mundo temporalizando-se rumo às suas próprias possibilidades. E a presença sem intermediário desse sujeito é a condição necessária de qualquer pensamento que tento formar a meu respeito.” (SARTRE, 1997, p 348)

As raízes dessa ideia estão baseadas no pensamento de Kant, que propôs questionar o porquê de vermos o mundo como vemos, ao invés de questionar o porquê do mundo ser como é (KANT, 2003). Esse olhar crítico pretendia descobrir aspectos sobre a realidade a partir de análise *apriorística*. Assim, a ideia do ser humano como fundamental e imutável dá lugar a um entendimento do sujeito contemporâneo cuja subjetividade é formada.

Foucault localiza o início da nossa ideia particular do ser humano no início do séc. XIX, na época do nascimento das Ciências Naturais: sua noção de Indivíduo passou a ser delineada como produção ontológica formal de uma verdade no séc. XVII, a partir da introdução da noção de Estado (FOUCAULT, 2008). O entendimento de homem seria paradoxal: somos tanto sujeitos que experimentam e estudam o mundo quanto objetos de estudo inseridos nesse mundo. É essa mesma subjetividade que pretendemos discutir nesta pesquisa, cujas nuances pressupomos são muitas vezes desconsideradas quando os autores de textos científicos em Design Gráfico tentam apreender a ideia do Outro com termos de sentido abrangente.

Com a necessidade de manutenção da vida na sociedade capitalista a partir da criação e manutenção do Estado moderno, surgiu a produção de novas lógicas

de organização e controle da vida, uma nova racionalidade política. Essa racionalidade se caracterizou por uma faceta totalizante e outra individualizante: totalizante pela relação de aumento do poderio estatal que ampliava suas redes de controle; individualizante pela perspectiva cristã de controle das massas em direção à salvação da alma imortal (SENELLART, 1995).

A racionalidade política moderna possibilita técnicas específicas de controle dos corpos e do povo e a noção de indivíduo surge a partir da ideia da sua utilidade no rebanho: o controle do corpo enquanto força de produção; o controle do povo enquanto força a ser governada. Segundo Foucault (1996), é a partir desses processos de normatização que objetivam a experiência, surgem discursos e práticas de verdade, relacionados ao posicionamento desses indivíduos diante das normas. Assim determinam-se uma série de redes de saberes e exercícios de poder (FOUCAULT, 1977).

Parte da teoria *foucaultiana* é dedicada a entender como nossos discursos são construídos por regras associadas a condições históricas e culturais; o que faz o senso comum atuar como pano de fundo para que o modo como se pensa sobre o mundo seja moldado por essas regras e essas condições. No entanto, as regras e as condições mudam ao longo do tempo e, conseqüentemente, o mesmo acontece com os nossos discursos. Um verniz essencialista cobre o resultado dessas transformações e elas dificilmente são apreendidas enquanto tais. É muito fácil repetir mecânica e irrefletidamente fragmentos de discursos previamente formulados como se expressassem verdadeiras representações do mundo. Essa naturalização de certos padrões de uso da linguagem ordinária dissimula as relações de poder que forjam as regras mesmas desses padrões (FOUCAULT, 1977).

O campo da pesquisa acadêmica em Design se modificou nas últimas décadas. A exemplo do reconhecimento do próprio produto principal da atividade: objetos e imagens deram espaço a imaterialidade da oferta de serviços e dos processos de gestão na caracterização da atividade (CARDOSO, 2012). No entanto, a ideia de que a informação e o imaginário constituem a matéria prima sobre a qual - e a partir da qual - o Design trabalha (PORTINARI, 2014) valida a proposta de exploração da produção de subjetividade possibilitada pelo Design.

Por esta razão, um olhar atento ao passado é necessário para descobrir os limites e as condições de como as pessoas pensavam e falavam sobre o mundo em eras anteriores. Há de haver cautela na tomada dos conceitos que são usados no

contexto atual e assunção que esses são eternos de alguma forma, em uma história das ideias para traçar suas genealogias. Para Foucault, é errado supor que as ideias atuais podem ser utilmente aplicadas a qualquer ponto anterior da história. As formas que utilizamos os termos *humanidade* e *natureza humana* são exemplos disso.

Notamos que a caracterização do Outro pertence ao desafio da alteridade, e que a tentativa da sua compreensão perpassa tanto a experiência situacional de contexto sociocultural quanto a noção de si.

2.6

Em resumo

Neste capítulo, buscamos tecer diálogos entre conceitos e visões sobre Design Gráfico a partir do Design. Somado a isso, apresentamos relações entre Design e alteridade - através do conceito de Outro - e também do próprio Design Gráfico como um fenômeno de Linguagem.

Percebemos que, pela origem etimológica e pela própria semântica, Design está relacionado à configuração e à informação da matéria e entendemos Design como atividade de projeção, metodologicamente orientada, que busca atender às necessidades humanas. Dentro desse campo, identificamos o Design Gráfico como especialidade destinada a tratar dos assuntos relacionados à Comunicação Visual e à expressão. Apontamos também possível reconhecer Design como um fenômeno de linguagem e entender, através dos Estudos da Linguagem, os processos interacionais do design como diálogos que se estabelecem entre o designer e o Outro – os agentes no processo comunicacional. Dessa forma, localizamos os saberes do Design junto das Humanidades, sempre associados aos processos metodológicos de projeto de produto – material ou imaterial - orientados por pessoas e para pessoas.

Temos que Design é orientado à interação entre o Outro e o artefato, como domínio da interface (BONSIEPE, 1997). Por enquanto, vamos nos limitar ao entendimento do conceito de *interface*, que fortalece a ideia de que a função característica do design é de mediar a relação entre procedimento, artefato e o Outro. A forma está a serviço da mediação, que permite funcionalidade, consideran-

do-se a função estética, simbólica ou prática (BONSIEPE, 1997).

A partir de uma proposta dialógica de interação entre designer e o Outro, temos que o contínuo processo de interação social faz com que a significação linguística possa caracterizar-se pela novidade (BAKHTIN, 1995). Na abordagem dialógica *bakhtiniana* nos Estudos da Linguagem, “a palavra é um ato de duas faces” (*Ibidem*) determinado tanto por quem a emite como por aquele para quem é emitida. Nessa perspectiva, o mesmo valeria para o design como fenômeno de linguagem: o processo de Design é cíclico, ao passo que a recepção do Outro orienta as futuras ações do designer - tanto quanto sua não recepção.

As formas de expressão dos autores, corroborados pelos termos utilizados, exprimem suas posturas em relação ao Design Gráfico. Mesmo quando construindo fundamentos para teorias e saberes de Design, as abordagens e visões dos autores do campo são consistentemente diversas no que se refere à natureza da atividade do designer e às maneiras como o design é encaminhado. A análise, baseada na premissa de que palavras diferentes imbuem sentidos diferentes, busca evidenciar as diferentes ideologias dos autores e suas respectivas teorias.

Apresentados e fundamentados nossos conceitos-chave, seguimos agora com a construção da pesquisa com a análise dos dados de nosso estudo de campo.

3

Construção da pesquisa

3.1

Apresentação

"A língua é um processo de criação livre; suas leis e princípios são fixos, mas a maneira pela qual os princípios de geração são utilizados é livre e infinitamente variada. Mesmo a interpretação e uso de palavras envolve um processo de criação livre."

Noam Chomsky

Apresentaremos, a seguir, os contextos metodológicos nos quais esta pesquisa se encontra; tanto a perspectiva teórica da Linguística Sistêmico-Funcional quanto o recorte do material de análise. Neste capítulo apresentamos os dados levantados e descrevemos a metodologia de pesquisa empregada. Apresentaremos o paradigma de pesquisa no qual este estudo está inserido e a análise realizada.

Novamente, nossas questões norteadoras são:

- Como que o Outro é referido nas discussões teóricas do Design Gráfico?;
- Em seus significados e usos, as terminologias eleitas revelam estereótipos que norteiam nossa atuação?
- Onde podemos encontrar subsídios para estabelecermos diálogos com a alteridade?

Com essas questões em mente, apresentamos o material que levantamos e observamos neste estudo. Nos próximos itens, procuramos justificar o recorte adotado, além do método escolhido a fim de responder as perguntas orientadoras da pesquisa.

3.2

Corpus de análise

Como recorte de pesquisa, nossa seleção de *corpus* consistiu na escolha para análise dos artigos publicados no periódico mais bem classificado atualmente no sistema Qualis de avaliação da CAPES especificamente em Design Gráfico.

Qualis é o “conjunto de procedimentos utilizados pela Capes para estratificação da qualidade da produção intelectual dos programas de pós-graduação” (CAPES, 2006). Como resultado, no sistema Qualis é disponibilizada uma lista com a classificação dos veículos utilizados pelos programas de pós-graduação para a divulgação da sua produção. A estratificação da qualidade da produção é realizada de forma indireta. Assim, o Qualis afere a qualidade da produção “a partir da análise da qualidade dos veículos de divulgação, ou seja, periódicos científicos” (Ibidem). Esses veículos são enquadrados em estratos qualitativos. Em ordem decrescente de avaliação, esses estratos são: A1, A2, B1, B2, B3, B4, B5, C. A classificação de periódicos é realizada pelas áreas de avaliação e passa por processo anual de atualização.

Assumindo esse parâmetro oficial de avaliação de qualidade, consultamos o aplicativo online Webqualis⁵ e destacamos a Infodesign como a revista mais bem classificada cujo eixo temático condiz com a abordagem adotada nesta pesquisa.



Figura 1 - Logotipo da revista e cabeçalho do website oficial.

Disponível em: <<http://http://www.infodesign.org.br/infodesign/issue/archive>>. Acesso em 3 de fevereiro de 2015.

Infodesign - a Revista Brasileira de Design da Informação - é o único periódico científico dedicado à especialidade de Design da Informação publicado na América Latina e um dos poucos periódicos regularmente publicados no campo de Design no Brasil. Ela foi lançada em 2004 pela Sociedade Brasileira de Design

⁵ Disponível em: <<http://qualis.capes.gov.br/webqualis/principal.seam>>. Acessado em 28/03/2014.

da Informação (SBDI). A revista tem como missão a divulgação de estudos teóricos e práticos no âmbito do design da informação, envolvendo resultados de pesquisas em teoria e história do design da informação; desenvolvimento de sistemas de informação e comunicação; tecnologia e sociedade; e educação. É classificada com B5 no Qualis no ano de 2014.

Para a análise, resgatamos os 99 artigos disponíveis no website da revista, desde o primeiro volume do ano de 2004 até o volume 10, do ano de 2013. Excluímos um artigo do volume 2, n. 1 de 2005, cujo direcionamento do hiperlink para o artigo completo não é efetuado com sucesso. Também não incluímos os artigos do volume 11 da revista, lançado no ano de 2015 e correspondendo ao ano 2014, no levantamento pois não haveria tempo hábil para análise e apresentação dos resultados, considerando o período restrito de dois anos para o mestrado. A relação com os 99 artigos observados nessa primeira etapa, discriminados por volume e ano de publicação, pode ser encontrada no **Apêndice 1**.

Através da leitura dos títulos, resumos e palavras-chave, selecionamos aqueles cujas abordagens e objetos de estudo condizem com a descrição apresentada pela ADG Brasil. Aplicamos esse filtro de busca na identificação de coerência entre os termos e ideias presentes na descrição. Também localizamos a análise dos discursos no contexto dos textos de língua portuguesa brasileira, para que seus resultados dialoguem entre si com mais afinidade. O exemplo a seguir foi retirado da publicação “Proposta de modelo descritivo-normativo de subsistemas de interação e navegação de revistas digitais multimídia para tablets”, do volume 10, número 1 de 2013:

Proposta de modelo descritivo-normativo de subsistemas de interação e navegação de revistas digitais multimídia para tablets

*Proposal for a descriptive-normative model of
interaction subsystems and navigation subsystems
of multimedia digital magazines for tablets*

Sergio R. Gurski, Stephania Padovani, Maicon B. Puppi

revista digital
multimídia,
navegação em
revistas digitais,
interação em
revistas digitais

O presente estudo apresenta a proposta de um modelo descritivo-normativo para a caracterização e a avaliação de subsistemas de interação e navegação de revistas digitais multimídia. Intenta-se que o modelo proposto possa ser utilizado como recurso na fase de análise de similares no design de revistas multimídia, ou como recurso de avaliação para o redesign de uma revista multimídia já existente. Apresenta o processo de desenvolvimento do modelo, sua estrutura de enquadramento de parâmetros e seus elementos componentes. Demonstra sua aplicação a partir da caracterização e avaliação de duas revistas multimídia, bem como os resultados desta análise. Conclui demonstrando que a proposta de modelo descritivo-normativo se adequa aos objetivos do estudo e apresenta desdobramentos futuros.

Com a leitura dos elementos introdutórios do textos, percebe-se a ausência dos conceitos fundamentais de Design Gráfico tais quais *projeto*, *comunicação* e *visualidade*, também pouco se relaciona diretamente com as definições de Design Gráfico com as quais trabalhamos. Assim sendo, não selecionamos este texto para a análise por não considerarmos pertinente ao recorte do campo que propusemos.

A seguir, um exemplo extraído do artigo “A imagem como veículo de acesso à informação em objetos de aprendizagem para deficientes visuais”, publicado no volume 10, número 2 de 2013.

A imagem como veículo de acesso à informação em objetos de aprendizagem para deficientes visuais

Image as a carrier to access information on learning objects for the visually impaired

Dominique Leite Adam, Claudia Mara Scudelari de Macedo

análise gráfica,
imagem,
objeto de aprendizagem

A acessibilidade em objetos de aprendizagem para pessoas com deficiência visual pode ser atingida por intermédio de tecnologias assistivas como a audiodescrição, porém até que ponto as imagens podem ser descritas mantendo sua essência e facilitando a aquisição da informação? O objetivo desse artigo é analisar quatro imagens estáticas pertencentes a objetos de aprendizagem de Ciências Naturais do Ensino Fundamental comparando com a análise de quatro imagens hápticas correspondentes, abordando as características gráficas de uma imagem de acordo com as variáveis gráficas de Bertin (1986) associando com os elementos morfológicos primitivos (HORN, 1998) e com as diretrizes de criação de objetos de aprendizagem acessíveis, com foco em imagens estáticas propostos por Macedo (2010), com a intenção de relatar a acessibilidade de imagens estáticas presentes em objetos de aprendizagem digitais para de ensino para pessoas com deficiência visual. Com esta análise foi possível observar que as imagens estáticas analisadas pertencentes Portal do Professor - MEC não possuem elementos gráficos com características acessíveis, e as imagens hápticas do TGI - *Tactile Graphic Image Library* apesar de conterem elementos acessíveis, a relação entre texto e elementos gráficos mostrou-se ineficiente.

Logo no título do artigo, pode-se perceber que o texto trata do universo imagético de pessoas deficientes visuais. Os termos *análise gráfica* e *imagem* listadas como as primeiras palavras chave também indicam coerência com o que acreditamos pertencer ao escopo do Design Gráfico. Por fim, a leitura do resumo confirma a suposição: tanto o objeto de estudo quando a forma de análise dialogam com nossos referenciais de Design Gráfico. Portanto, esse é um exemplo de artigo selecionado para a análise deste trabalho.

Repetindo esse sistema de identificação das ideias centrais das publicações e selecionando aquelas que pareciam condizer com as ideias norteadoras de nossa pesquisa na conceituação de Design Gráfico, conforme apresentado no capítulo 2. Com base na conceituação e seguindo o critério de seleção anteriormente apresentado, dos 99 artigos originais da Infodesign, identificamos **24 artigos** de Design Gráfico em português brasileiro. Esses artigos passaram a constituir então o corpus da presente pesquisa. A Figura 3.2 a seguir ilustra a proporção da relação entre o número total de artigos e os que foram analisados neste estudo.

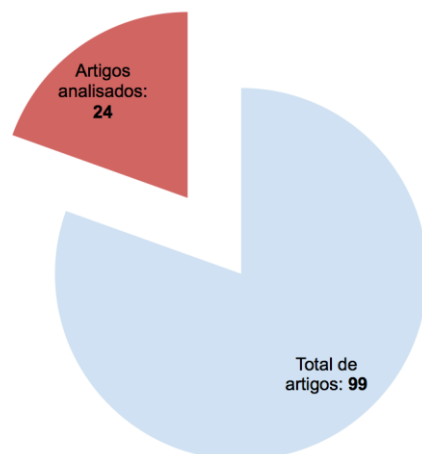


Figura 2 - Relação entre o total de artigos das revistas e os artigos analisados nesta pesquisa.

Fonte: Elaborado pelo autor, com base nos dados disponíveis em: <
<http://www.infodesign.org.br/infodesign/issue/archive>>. Acesso em: 15 de junho de 2014.

Separados os textos que compõe nosso recorte, identificamos cada um com um código para referência futura: INFO - referência à revista Infodesign - seguido de um número, definido pela ordem de apresentação dos artigos: identificamos o primeiro artigo de Design Gráfico em português brasileiro disponível, de 2006, como INFO-01, ao passo que INFO-24 é o código de identificação do último artigo enquadrado em nosso recorte, datado de 2013. A seguir, um detalhe da listagem dos artigos selecionados para o estudo, com título, nomes dos autores, ano de publicação, resumo do artigo e seu respectivo código de identificação - INFO-14 e INFO-15, respectivamente - como exemplo.

Título: Contribuição metodológica em design de sinalização
Autores: CARDOSO, Eduardo; SCHERER, Fabiano de Vargas; TEIXEIRA, Fábio Gonçalves; DA SILVA, Régio Pierre; DA SILVA, Tânia Luisa Koltermann
Ano: 2011
Resumo: O presente artigo tem como objetivo apresentar a pesquisa sobre metodologia em design de sinalização realizada pelo Núcleo de Design Gráfico Ambiental - NDGA da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Pretende-se assim expor as metodologias utilizadas por autores relevantes nesta área como referência para a análise comparativa e posterior contribuição metodológica.
Código: INFO-14

Título: Leitura e análise da comunicação visual no espaço urbano
Autores: BUSTOS, Carolina; SCHERER, Fabiano de Vargas; BARKOS, Fernando
Ano: 2011
Resumo: Estudo da comunicação visual urbana, observando o conceito de poluição visual e de diferentes definições da mesma. Pesquisa multidisciplinar da relação entre o espaço urbano e a inserção de elementos de comunicação, através da análise da percepção visual ambiental, do design emocional e do design universal. Dentro do campo do design, estabelece relações entre comunicação urbana e usuário.
Código: INFO-15

Com a codificação foi possível identificar e navegar por entre os artigos com maior facilidade. A lista completa com todos os títulos pode ser encontrada

no **Apêndice 2**.

Apresentada a delimitação do *corpus* analisado, descrevemos a abordagem metodológica adotada para a análise do *corpus* a seguir.

Ressaltamos, contudo, que, nesta pesquisa, a abordagem metodológica serviu como fonte de inspiração. Temos consciência de que a análise do *corpus* poderia remeter a um nível de aprofundamento especialmente superior, considerando as possibilidades que esta abordagem apresenta. Contudo, entendemos que, mesmo vista como inspiração, ela esclarece questões que consideramos de fundamental importância para os estudos em Design.

3.3

Linguística Sistêmico-Funcional

Nesta sessão, apresentamos a abordagem metodológica de análise que utilizamos nesta pesquisa. Trazemos o paradigma da pesquisa, descrevemos os procedimentos empregados no levantamento e organização dos dados para, então, apresentar os parâmetros da análise dos dados.

Como vimos em **2.4 Sobre Design e Linguagem**, o discurso é um meio através do qual são explicitadas visões de mundo, crenças e valores. A escolha de uma terminologia nesse discurso expressa uma ideologia; por consequência, formas de ação. Especificamente no discurso científico em Design Gráfico, usos diferentes de terminologia referente ao Outro podem implicar diferentes abordagens projetuais. Assim, buscamos nas escolhas lexicais pistas sobre como autores entendem o Outro em Design Gráfico visto que, a partir do discurso, visto como meio através do qual as visões de mundo, crenças e valores são expressos, podemos inferir como os pesquisadores em Design tem abordado a questão da alteridade.

Para alcançar esse fim, recorreremos a um método dos Estudos de Linguagem como inspiração em uma pesquisa de Design acreditando que a interdisciplinaridade possibilita a busca por respostas sobre o campo que contribuem com as ferramentas do próprio campo. Assim, busquei a **Linguística Sistêmico-Funcional**, teoria com perspectiva funcional para estudos linguísticos desenvolvida pelo lin-

guista britânico Michael Alexander Kirkwood Halliday, cuja obra é empregada como referencial teórico desta pesquisa. A abordagem funcionalista assume a postura de que nem a língua nem a gramática são autônomas nem podem ser observadas separadamente de fatores como comunicação, cultura, interação *etc.* (BARROSO e OLIVEIRA, 2009). Dessa forma, a perspectiva funcional inclui não somente a análise de estruturas gramaticais, como também das situações comunicativas: o propósito da comunicação, seus participantes e seu contexto discursivo (NICHOLS, 1984). É a relação deste estudo com a Linguística Sistêmico-Funcional que possibilita um entendimento contextualizado da língua com fatores como comunicação, cultura e interação.

Situamos o momento em que a Linguística Sistêmico-Funcional participa dos Estudos da Linguagem através da perspectiva *bakhtiniana* da língua em uso, tratando de compreender o papel das interações sociais que se sustentam no uso da língua como linguagem em uma relação intrínseca entre linguístico e social. Assim, a língua é vista como sistema de comunicação com o qual os indivíduos interagem e compartilham sentidos (BAKHTIN, 1995). Compreendemos esses indivíduos como constituídos nos processos dialógicos de interação; a Linguagem como um sistema de comunicação; e os signos escolhidos para o processo de interação como resultantes da atitude responsiva ativa que caracteriza tanto locutor quanto interlocutor (FARBIARZ e NOVAES, 2014). O ato da fala e o objeto de Design podem ambos ser definidos como construções de sentidos: potenciais introdutoras de ideologias, além de suas mantenedoras.

Baseamos a análise em **4. Análise** no sistema semântico de **Tema e Rema**. A escolha do ponto de partida de cada oração enunciada, chamado de Tema na Gramática Sistêmico-Funcional, é a base ideacional sobre a qual a ideia da mensagem se desdobra (HALLIDAY, 1994). De fato, o que organiza a oração como mensagem é sua estrutura temática, onde o Tema é indicado pela primeira posição e se combina com o restante da oração, chamado de Rema (BARROSO e OLIVEIRA, 2009). Em outras palavras, Tema é o tópico, a ideia principal do enunciado apresentada no início da oração; e o Rema é o comentário, o conteúdo semântico da oração. A seguir, no exemplo 1, orações exemplares extraídas de músicas de Caetano Veloso ilustrando a distinção entre Tema e Rema.

Tema	Rema
Não valem	dramáticos efeitos.
Buscando	em outros braços seus abraços.
Ela	pensa em casamento.

Para a análise do *corpus* em **4. Análise**, percorremos três etapas:

a) identificação dos termos - quantificamos as diferentes formas de se referenciar ao Outro a partir dos artigos com foco em Design Gráfico da Revista denominada Infodesign entre os anos 2004 e 2013. Realizamos a leitura dos textos e registramos os termos utilizados em referência ao Outro.

b) análise temática - observamos como foram construídas as frases em que o Outro é mencionado. Essa etapa foi dividida em dois níveis. Em **b1) primeiro nível de análise**, localizamos a primeira oração de cada período onde o Outro é mencionado e destacamos o Tema até o primeiro elemento experiencial do enunciado - por exemplo: participantes, verbo, circunstância *etc.* Em **b2) segundo nível de análise**, destacamos a primeira oração gramatical inteira do período como Tema do complexo oracional. Essas orações são caracterizadas por verbos, além de poderem também apresentar sujeito e predicado.

c) análise de verbos - observamos os verbos - ou Processos - utilizados pelos autores nos recortes de seus textos a fim de verificar suas frequências e analisar suas funções na caracterização da relação entre o designer e o Outro. É através das escolhas de Processos assumidas no discurso que os autores representam o mundo (HALLIDAY e MATTHIESEN, 2004) e há três tipos principais de Processos que representam a base da gramática dessa teoria: Materiais, Mentais e Relacionais. **Processos Materiais** expressam as experiências externas dos indivíduos e que se relacionam com o mundo físico - verbos como *criar, fazer, alterar, agir*. **Processos Mentais** estão relacionados às experiências internas das pessoas, no plano da consciência - verbos como *ver, sentir, pensar*. **Processos Relacionais**, por sua vez, se referem ao traço humano de relacionar uma experiência a outra, estabelecendo conexões entre as coisas em um mundo de relações abstratas

- verbos como *simbolizar*, *atribuir* e *identificar*. Desses, observamos e identificamos os verbos que pressupõem relações diretas com o Outro nos discursos. Desses, há os que fazem o Outro sofrer a ação, deslocando-o à posição de **paciente** da situação. Há também os verbos que identificam o usuário com a potência de **agente**, quando esse é quem pratica a ação. Em suma, podemos dizer que o agente é a origem, enquanto o paciente é a meta (PEZATTI, 2004, p 189). A fim de análise, utilizamos a forma verbal do infinitivo para fazer referência aos verbos. Portanto, o total de ocorrências de cada verbo corresponde à soma de todas as formas verbais encontradas.

Consideramos que os seguintes exemplos, ajudam no esclarecimento do processo de análise:

1. Exemplificando **b) análise temática**:

As seguintes orações exemplares extraídas de músicas de Caetano Veloso ilustram a distinção entre os dois níveis de análise dos Temas e Remas.

Tema	Rema	Tema	Rema
Tema (orações A)		Rema (orações B)	
Quando	eu chego em casa,	nada	me consola.
Quando	eu te encarei frente a frente	e não vi	o meu rosto.
Naquele instante	em que você partiu,	destruiu	nosso amor.

Os complexos oracionais do segundo exemplo são constituídos por duas orações cada - que denominamos como **orações A e B**, sendo as orações **B** os Remas das **A**. Com esta **b) análise temática**, temos a intenção de reconhecer qual lugar ocupa o Outro no discurso. Assim, buscamos subsídios linguísticos para a identificação dos tipos de ideias que os autores *tematizam* quanto estão se referindo ao Outro em seus textos. Ou seja, o que é priorizado quando o Outro está sendo mencionado em seus discursos.

A título de ilustração, trazemos os seguintes trechos retirados de dois dos artigos analisados onde os termos referentes ao Outro estão destacados em amarelo

e o Tema aparece em sublinhado nos dois níveis de análise:

b1) primeiro nível de análise

As variáveis de criação propostas por Twyman (ibid.) se adequam perfeitamente à proposta de desenvolvimento de infográficos, por considerar o objeto para o qual está sendo produzido e para que tipo de **usuário**. (INFO-20, p175)

Sessenta **estudantes** de graduação e especialização provenientes de diversos departamentos da UFPE participaram voluntariamente da pesquisa. (INFO-05, p44)

b2) segundo nível de análise

As variáveis de criação propostas por Twyman (ibid.) se adequam perfeitamente à proposta de desenvolvimento de infográficos, por considerar o objeto para o qual está sendo produzido e para que tipo de **usuário**.
(INFO-20, p175)

Sessenta **estudantes** de graduação e especialização provenientes de diversos departamentos da UFPE participaram voluntariamente da pesquisa. (INFO-05, p44)

Nos exemplos apresentados, pode-se ver que o termo *usuário* não aparece como Tema da frase em nenhum dos dois níveis de análise no trecho extraído da página 175 do INFO-20. No entanto, o termo *estudantes* aparece como Tema em ambos os níveis de análise no trecho extraído da página 44 do INFO-05. Poderíamos dizer que, nesse caso, o Outro figura a ideia principal desse trecho.

2. Exemplificando c) análise de verbos:

Os seguintes fragmentos extraídos dos artigos analisados para **c) análise de verbos são ilustrativos.**

I. Os **usuários** que utilizaram o mapa [...] mostraram-se mais rápidos [...] (INFO-05, p45) **AGENTE**

II. Audiência: **público** a quem o documento se destina. (INFO-10, p35) **PACIENTE**

III. [...] é proporcionar ao designer a possibilidade de controlar aquilo que os **usuários** do produto veem, ao observar determinada composição visual, no exato momento em que observam. (INFO-22, p210) **PACIENTE** e **AGENTE**

IV. O produto desta atividade criativa é a dimensão potencial do texto; não é o texto em si, nem a imaginação do **leitor**; ela é a fusão de texto e imaginação. (INFO-01, p11) **NÃO PARTICIPANTE**

Em **I.**, retirado da página 45 do INFO-05, tanto o verbo *utilizar*, apresentado na forma *utilizaram*, quanto o verbo mostrar, apresentado na forma *mostraram*, identificam processos relacionado ao termo *usuários* mencionado inicialmente. Nesses processos, os usuários participam como **agentes** das ações mencionadas. Isso porque os usuários ativamente utilizaram o mapa e se mostraram mais rápidos. Já em **II.**, os verbos *ser* e *destinar*, apresentado no composto verbal *se destina*, identificam um processo relacionado ao termo *público* de forma diferente. Nessa situação, o Outro participa como **paciente** da ação porque, segundo a ideia expressa no texto, o documento é destinado ao público, identificando a audiência.

Em **III.**, o Outro – identificado como *usuários* – participa dos processos descritos pelos verbos *controlar*, *ver* e *observar*. Em primeiro momento, vemos que o designer exerce controle sobre o que os usuários veem. Assim, o Outro ocupa lugar de paciente dessa ação. Em segundo momento do mesmo fragmento, no entanto, percebemos que os processos relativos a *ver* e *observar* são potências dos usuários. Assim, fazem do Outro agente das ações. Então, percebemos que é possível ter o Outro ocupando lugar tanto de **paciente** quanto de **agente** dos processos de um mesmo fragmento,

Em **IV.**, temos um fragmento marcado pelo uso do único verbo *ser*. Apesar da presença do termo *leitor* qualificando o Outro, em nenhum momento o verbo diz respeito a ele diretamente. Nesse momento e em situações similares, o Outro é mais um dos objetos trabalhados no texto, e não sujeito principal. Em situações assim, categorizamos o papel do Outro como **não participante** dos processos.

Essa etapa da análise nos oferece material para apontar em quais ações o Outro é normalmente enquadrado quando é mencionado no discurso dos autores da especialidade. Além disso, podemos identificar qual o papel desse Outro nas ações e situações descritas e inferir acerca dos jogos de poder presentes nos textos selecionados com enfoque em Design Gráfico.

3.4

Em resumo

Em **3. Construção da análise** apresentamos os contextos metodológicos desta pesquisa; tanto o recorte do material para análise quanto a perspectiva teórica da Linguística Sistêmico-Funcional. Procuramos mostrar como extraímos do campo os dados levantados e descrevemos a metodologia de pesquisa empregada.

Ressaltamos que procuramos selecionar parâmetros de autoridades para selecionar, por exemplo, a revista científica ou mesmo a conceituação de Design Gráfico para definir quais textos seriam analisados. Além do recorte, apresentamos o método adotado, tendo como inspiração a Linguística Sistêmico-Funcional. Através da observação das construções sintáticas e semânticas desenvolvidas pelos autores, assim como dos verbos adotados e das ideias são priorizadas nos complexos oracionais, procuramos responder as perguntas orientadoras da pesquisa.

A seguir, apresentamos a análise dos dados obtidos através das definições apresentadas.

4 Análise

4.1 Apresentação

“Chega mais perto e contempla as palavras.
Cada uma
tem mil faces secretas sob a face neutra
e te pergunta, sem interesse pela resposta,
pobre ou terrível, que lhe deres:
Trouxeste a chave?”

Carlos Drummond de Andrade

Neste capítulo, apresentamos a análise do corpus da presente pesquisa que se inspira em uma perspectiva da Linguística Sistêmico Funcional. Retomando o objetivo da presente pesquisa, intentamos compreender os usos e significados dos termos referentes ao Outro na pesquisa em Design Gráfico a fim de esclarecer a abordagem conceitual adotada pelos autores através da análise das escolhas lexicais em seus discursos.

Recuperamos aqui as questões norteadoras da pesquisa:

- Como que o Outro é referido nas discussões teóricas do Design Gráfico?;
- Em seus significados e usos, as terminologias eleitas revelam estereótipos que norteiam nossa atuação?
- Onde podemos encontrar subsídios para estabelecermos diálogos com a alteridade?

Para dialogar com essas questões, buscamos o entendimento de formas como os autores que publicam no periódico InfoDesign, com ênfase em Design Gráfico, tem lidado com o desafio da alteridade no seu entendimento do Outro. Assim, em nossa análise, a partir da leitura dos artigos, pudemos perceber quais termos são utilizados quando os diferentes autores fazem referência a quem o de-

sign é orientado.

4.2

Etapa (a) Identificação dos termos

Procuramos identificar quando os autores fazem referência a uma pessoa como fim do processo de design. Essa pessoa é quem identificamos como o Outro. A seguir, um fragmento da página 17 do INFO-07 em um dos momentos em que o Outro é mencionado para exemplificar e ilustrar o processo que desenvolvemos.

Esse autor também lembra que, em uma fase posterior do processo industrial (a partir da década de 1980), passou-se a contemplar a intervenção direta do **usuário** no processo de fabricação. Aqui a idéia central reside no deslocamento da atenção do autor para o **receptor**, do texto para a recepção, do fabricante para o **usuário** e do produto para o uso. Por fim, do “objeto de uso individual para o de uso coletivo”, havendo três funções (ou graus de importância): a prática, a estética e a simbólica (ibidem).

No cenário apresentado pelo texto no exemplo anterior, reconhecemos, na primeira ocorrência do termo “usuário”, a pessoa a quem se destinava o processo de fabricação industrial e, na segunda ocorrência, a pessoa a quem o trabalho do fabricante era orientado. Também pelo contexto do exemplo, reconhecemos no “receptor” a pessoa complementar ao autor. Como percebemos que todos esses três casos pertencem ao campo do Design pelo contexto em que são apresentados, entendemos que os dois diferentes termos são utilizados nessa situação como referência ao Outro. Portanto, esses termos foram contabilizados para a análise e ilustram aqui o procedimento metodológico que utilizamos.

Tratando-se de uma pesquisa de apontamento e não de julgamento, deparamo-nos com situações inesperadas que nos fizeram avaliar nossos métodos definidos *a priori*. Situações como a utilização de neologismos em referência ao Outro, diferentes estilos de redação por parte dos autores e a utilização dos termos levantados em situações em que o Outro não era referenciado. Comentaremos sobre elas nesta próxima sessão.

Tendo lido os textos e destacado os termos utilizados para descrever o Outro, realizamos um levantamento quantitativo do número de ocorrências de cada um, a fim de mostrar quais terminologias são mais empregadas pelos autores de pesquisa em Design Gráfico. O termo mais encontrado nas 24 publicações, selecionadas na Revista InfoDesign na ênfase Design Gráfico, é **usuário(s)**, com 180

ocorrências; seguido por **aluno(s)**, com 95 ocorrências; e **leitor(es)**, com 82 ocorrências. Os outros termos mais recorrentes, em ordem decrescente de ocorrência, são: **pessoa(s)**: 55 ocorrências; **estudante(s)**: 39 ocorrências; **público(s)**: 31 ocorrências; **receptor(es)**: 17 ocorrências; **sujeito(s)** e **indivíduo(s)**: 14 ocorrências ambos; **espectador(es)**: 11 ocorrências; e **consumidor(es)**: 5 ocorrências. A contagem das ocorrências dos termos referentes ao Outro em cada um dos artigos é ilustrada pela tabela⁶ a seguir.

	Usuário(s)	Aluno(s)	Leitor(es)	Pessoa(s)	Estudante(s)	Público(s)	Receptor(es)	Sujeito(s)	Indivíduo(s)	Espectador(es)	Consumidor(es)
INFO-01	1	12	7	0	5	1	5	1	0	0	0
INFO-02	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
INFO-03	0	0	10	1	0	1	0	1	0	0	0
INFO-04	0	0	3	1	0	0	3	3	1	0	0
INFO-05	51	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0
INFO-06	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0
INFO-07	7	0	1	2	0	4	2	1	2	1	3
INFO-08	9	0	18	0	0	0	0	1	0	0	0
INFO-09	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
INFO-10	7	0	0	5	0	2	5	6	1	0	0
INFO-11	1	10	16	3	0	5	0	0	1	0	0
INFO-12	0	0	4	5	0	0	0	0	0	0	0
INFO-13	20	0	3	0	0	0	1	1	0	6	0
INFO-14	10	0	0	5	0	0	0	0	0	0	0
INFO-15	24	0	0	7	0	4	1	0	1	0	2
INFO-16	6	1	0	4	24	0	0	0	0	0	0
INFO-17	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
INFO-18	3	28	0	1	7	0	0	0	3	0	0
INFO-19	2	9	6	1	2	1	0	0	0	0	0
INFO-20	2	0	4	3	0	3	0	0	0	0	0
INFO-21	4	1	4	13	0	0	0	0	1	0	0
INFO-22	2	20	0	1	1	10	0	0	4	0	0
INFO-23	29	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
INFO-24	0	14	5	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	180	95	82	55	39	31	17	14	14	11	5

543

⁶ Fonte: Elaborada pelo autor, com base nos dados disponíveis em: <
<http://www.infodesign.org.br/infodesign/issue/archive>>. Acesso em: 15 de junho de 2014.

Contabilizadas as ocorrências dos termos, comparamos as quantidades totais entre si, a fim de identificar a relação proporcional entre as escolhas terminológicas dos autores. A relação proporcional das ocorrências desses termos é ilustrada pela Figura 3 a seguir.

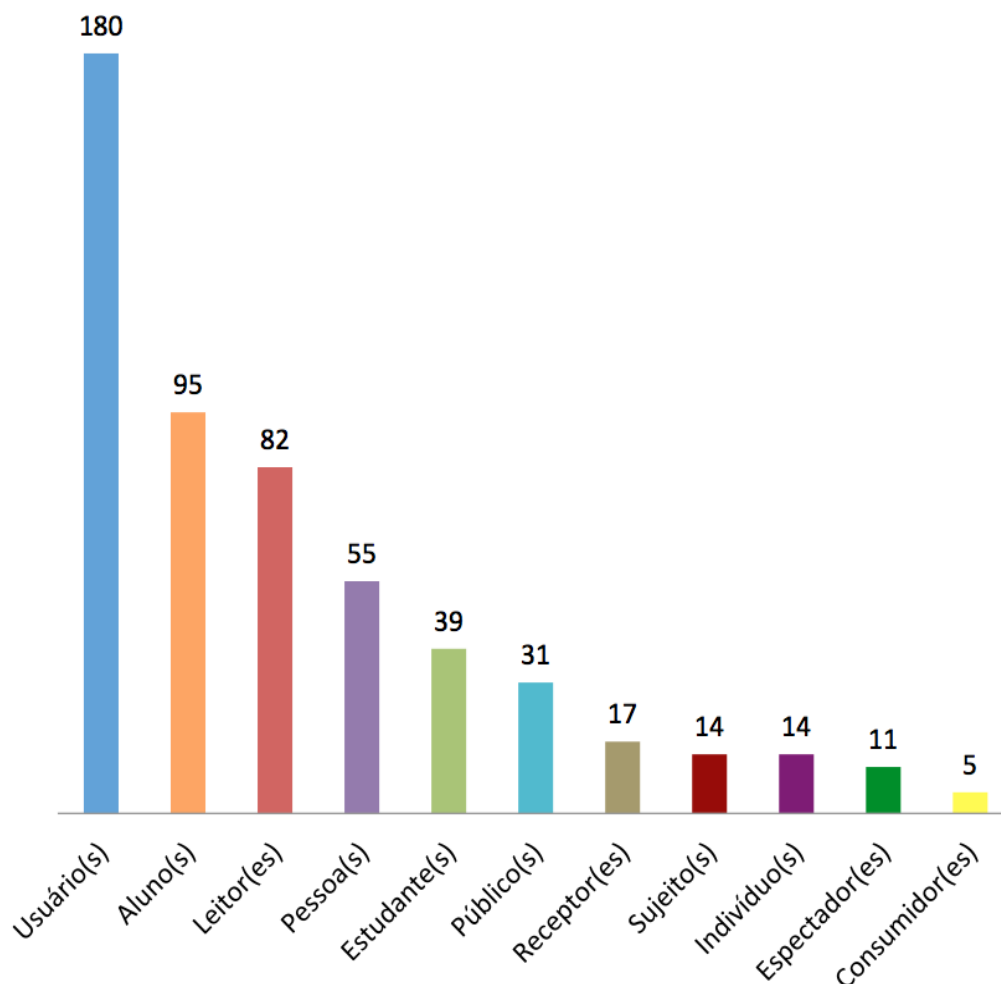


Figura 3 - Comparativo da ocorrência dos diferentes termos analisados.

Fonte: Elaborado pelo autor, com base nos dados disponíveis em: <<http://www.infodesign.org.br/infodesign/issue/archive>>. Acesso em: 15 de junho de 2014.

As repetidas ocorrências em textos de diferentes anos podem indicar que existam parâmetros para a utilização de determinados termos quando se faz menção ao Outro. No entanto, a pluralidade de termos utilizados parece demonstrar a ausência de uma regra rígida de terminologia. Fazemos notar que é comum que a mesma publicação apresente mais de um termo referente ao Outro em sua redação. Isso pode indicar que o Outro assuma diferentes papéis e atribuições dentro da mesma obra.

Os autores tendem a priorizar a utilização do termo *usuário*. Isso pode indi-

car que seus processos são orientados principalmente pela **noção de uso** do design, significando que o Outro é percebido quando faz uso o design. A segunda maior ocorrência é do termo *aluno*, que pode indicar um entendimento do Outro no contexto educacional. Corrobora com essa ideia o fato do termo *estudante* ser o quinto mais utilizado pelos autores com o mesmo fim, não havendo contudo um esclarecimento acerca da diferenciação entre os termos aluno e estudante. Constatamos, em primeiro momento, que os artigos de Design Gráfico nessa revista de Design da Informação contemplam frequentemente o ambiente escolar e ou universitário como escopo, onde o Outro é reconhecido no processo de ensino-aprendizagem. Ainda que empregados em contextos semelhantes, os termos *estudante* e *aluno* não são equivalentes, nem tão pouco sinônimos.

Também reparamos que o termo *leitor*, como terceiro com mais ocorrências, pode reforçar a ideia de que Design Gráfico se define como projeto de Comunicação Visual, onde o Outro é reconhecido quando participante de leitura.

Tratando-se de uma pesquisa de apontamento, não de julgamento, a etapa **a) identificação dos termos** nos exigiu atenção e, durante a busca pelos termos, deparamo-nos com situações inesperadas. Entre elas, notamos as diferentes escolhas terminológicas adotadas no mesmo texto.

Notamos inconsistências nas escolhas terminológicas ao longo de textos, como no INFO-08, onde há 18 ocorrências do termo “leitor(es)”, 9 de “usuário(s)” e uma única ocorrência do termo “sujeito”, em um caso isolado que destoa do restante do texto. Ou ainda no INFO-01, onde há a utilização dos termos *usuário(s)*, *aluno(s)*, *leitor(es)*, *estudante(s)*, *público(s)*, *receptor(es)* e *sujeito(s)*, todos referentes ao Outro. Os exemplos trazem indícios de uso dos termos como sinônimos, provavelmente com o intuito de evitar a repetição de termos para trazer fluidez para a leitura ou ainda, em oposição, a uma visão situacional do Outro, num uso variado de termos dependendo do contexto situacional. Entretanto, também nos deparamos com casos de alta consistência na escolha terminológica, com no INFO-23, onde só o termo *usuário(s)* é utilizado, ou também, em oposição, a um distanciamento do contexto situacional do Outro, na opção por um uso padronizado.

Também reparamos na presença de expressões compostas por dois ou mais termos como, por exemplo, *consumidor-usuário* na página 13 da INFO-07. A seguir, apresentamos o fragmento onde o termo em questão é utilizado.

cristalizou o que foi chamado de *lifestyle* ou 'estilo de vida'. Trata-se da idéia de que uma mercadoria é uma peça inserida em toda uma rede de associações e atividades que geram tanto a imagem quanto a auto-imagem do **consumidor-usuário**.

Em casos assim, consideramos as expressões separadamente para podermos contar com comparativos. O termo composto *consumidor-usuário* não apresenta outras ocorrências nos textos além da apresentada no exemplo. Portanto, contabilizamos os termos *consumidor* e *usuário* separadamente para podermos comparar com outras situações.

Ainda sobre expressões compostas utilizadas nos textos analisados, percebemos ocorrências do termo *sujeito(s)* no INFO-10 em um jeito não reconhecido em nenhum outro artigo: na expressão *sujeito(s) não-expert(s)*, que seriam aqueles que não são especializados no Design Gráfico, mas que resolvem problemas de natureza visual-gráfica utilizando ferramentas da especialidade. A fim de exemplificar, um fragmento do texto onde a expressão é encontrada, retirada da página 31, apresenta-se a seguir.

"Contudo, juntamente a esse design 'profissional', ou seja, o design produzido por alguém que se especializa em articular as diferentes linguagens (analógicas e digitais, bi e tridimensionais) que tanto transmitem quanto refletem as questões culturais do meio em que se inserem, atuam também os **sujeitos não-experts**. Estes, em determinadas situações e circunstâncias, onde necessitam resolver problemas e/ou produzir determinada informação visual-gráfica, também se utilizam de signos, pressupostos e convenções para comunicar." (p 31)

A expressão *não-expert(s)* ocorre 10 vezes em todo o texto, tanto se sustentando sozinho quando para qualificar os termos *usuário(s)* e *designer*. Em todas as situações, denota uma pessoa ocupando o lugar de produtor ou emissor no processo do Design Gráfico e, portanto, não foi contabilizado como Outro.

Mesmo sendo situações isoladas e sem precedentes ou comparativos dentro do escopo desta análise, não deixamos de registrar que a existência desses casos específicos denota uma quebra de paradigma na tentativa de expressar uma nova ideia através da junção de duas noções já familiares ao leitor. Desenvolveremos mais esse assunto no capítulo 5, onde fazemos as interpretações dos dados.

Também destacamos os diferentes sentidos que as palavras podem carregar

dependendo da situação de uso. Exigiu-nos um olhar atento para discernir entre os usos interessantes a esta pesquisa e os que faziam referência a outros sentidos que o termo pode adotar, dependendo da situação. Por exemplo, as ocorrências do termo *público(s)* em sentidos diversos no INFO-15. Dois exemplos, retirados das páginas 2 e 5 do INFO-15, são apresentados a seguir.

Levantamento Visual Ambiental: levantamento dos elementos visuais dos espaços **públicos** usados por pedestres, evidenciando o que é visualmente significativo para eles, os questionamentos de Lynch (1997) e Jacobs (2000) e da proposta de Tinoco (2003) sobre o mobiliário urbano. (p 2)

[...]

No geral, não houve uniformidade no total de respostas. Isso se deu por diversas razões. Uma delas parece ser a não existência ou a má estruturação de projeto de comunicação do local. Outra é que a pesquisa foi aplicada a **públicos** bastante distintos, confirmando a colocação de Jordan (1997), que não se reconheceram nos espaços estudados. As respostas apresentam os espaços como inseguros, fracos, obscuros, contribuindo para o afastamento dos clientes e futuros clientes também, pois não passam nenhuma emoção e não são capazes de despertar interesse em conhecer. Considera-se também agressivo pelo excesso de informações e confuso pelas imagens (figuras, cores e tipografias) utilizadas principalmente na fachada. Apresenta-se também um ambiente complexo e excessivo em sua comunicação e adequação aos portadores de deficiência. (p 5)

No primeiro fragmento de texto, o termo *públicos* aparece para qualificar o termo *espaços*, denotando se tratar de ambientes de uso comum a todos, pelo sentido que adota no contexto. Nessa frase, o Outro é representado pelo termo *pedestres*, que são as pessoas que usam os espaços. No segundo fragmento de texto, o termo *públicos* aparece em um sentido favorável ao olhar que adotamos nesta pesquisa, uma vez que percebemos que o termo faz referência ao coletivo de pessoas a quem a pesquisa em Design foi aplicada, dentro do contexto situacional do ambiente coletivo urbano.

Sobre o cuidado que uma pesquisa como esta exige, em momento de procurar por um sentido comum em diferentes termos, percebendo os diferentes sentidos que as palavras podem carregar, vale notar que foi pensando em evitar ambiguidade das palavras que adotamos o termo *Outro*, com O maiúsculo. Dessa forma, nosso leitor pode ter a certeza de quando o termo *outro*, não se refere à pessoa

a quem o Design é destinado e orientado.

Também nos deparamos com situações como a do INFO-24, em que o termo *pessoa* ocorre repetidas vezes, mas como parte do título de um livro estudado na pesquisa realizada pelos autores. Ou no INFO-22, onde há a ocorrência do termo *aluno(s)* em referência a participantes do desenvolvimento da pesquisa realizada. Por vezes, esses alunos ocupam o lugar do Outro, mas não necessariamente. No mesmo artigo, tem-se ocorrências do termo *usuário* como Outro, mas também como usuário da língua. Nesse segundo caso, não foram contabilizados para este estudo.

Concluimos que as diferentes escolhas de utilização dos termos indicam a ausência de parâmetros precisos para a definição e descrição do Outro. Isto não significa que consideremos necessária a adoção de um único termo conceitual, mas sim que ressaltamos a relevância da conscientização de uso, como uma escolha que carrega consigo entendimentos, continuidades, rupturas, enfim, ideologia.

4.3

Etapa (b) Análise temática

Em **b) análise temática**, observamos como os autores dos textos analisados estruturam seus complexos oracionais e elegem os elementos que compõe tanto o Tema quanto o Rema em seus discursos. Esta etapa de análise é dividida em dois níveis, apresentadas no itens a seguir.

4.3.1

(b1) Primeiro nível de análise

Em **b1) primeiro nível de análise**, no primeiro nível de análise temática dos trechos que compõe nosso *corpus*, consideraremos como Tema o primeiro elemento experiencial da primeira oração do complexo oracional. Essa forma de estrutura serve o propósito de apresentar suposições dos autores, ou ainda relações lógicas ainda a serem apresentadas no Rema. A seguir, um dos trechos analisados que usaremos como exemplo ilustrativo:

“As variáveis de criação propostas por Twyman (ibid.) se adequam perfeitamente à proposta de desenvolvimento de infográficos, por considerar o

objeto para o qual está sendo produzido e para que tipo de **usuário**.”
(INFO-20, p175)

No trecho destacado, as autoras fazem menção ao Outro do processo de Design Gráfico indicando como *usuário* aquele a quem um objeto é produzido, fazendo menção a infografia. No complexo oracional, o Tema é “*As variáveis de criação*”, antes do complemento “*propostas por Twyman*”. Assim, no exemplo proposto, a ideia central desse complexo oracional - no qual o Outro é mencionado - são “*As variáveis de criação*”, e o *usuário* compõe o Rema.

Assim como no exemplo anterior, identificamos que os autores tendem a tematizar aspectos e elementos próprios dos processos de Design Gráfico. A maioria dos Temas faz referência a conceitos como acessibilidade, processo de codificação e elementos gráfico-visuais.

A tematização de conceitos próprios do Design Gráfico pode demonstrar que as ideias principais dos artigos são noções próprias da Comunicação Visual, que atuam como protagonistas das ações e processos descritos nos textos, ainda que em momentos em que o Outro é mencionado.

Vale notar que o termo *usuário* não aparece nos Temas dos artigos analisados no entanto. Essa constatação nos chamou a atenção, visto que o termo mais recorrente na descrição do Outro não foi apresentado como ideia central em nenhum dos textos estudados. No entanto, vale notar que há casos em que o Outro figura no Tema dos complexos oracionais dos artigos através de outros termos estudados, como é o caso do exemplo que trazemos a seguir.

“Sessenta estudantes de graduação e especialização provenientes de diversos departamentos da UFPE participaram voluntariamente da pesquisa.”

(INFO-05, p44)

Nesse trecho, reconhecemos o Outro sendo representado pelo termo *estudantes*, visto que, pelo contexto apresentado, os estudantes participantes do estudo são aqueles a quem o projeto de Design é destinado. Como Tema, apontamos “*Sessenta estudantes*”, exatamente o termo que indica o Outro nesse contexto. Essas constatações podem indicar que as teorias desenvolvidas nos artigos são orientadas ao Outro composto por estudantes, mas que o reconhecimento do usuário não atravessa a ideia central das ideias trabalhadas nos trechos em que figura.

4.3.2

(b2) Segundo nível de análise

Em **b2) segundo nível de análise**, o segundo nível de análise temática, identificamos a primeira oração de cada complexo oracional do *corpus* de pesquisa, especificamente nos trechos onde há menção ao usuário. Percebemos que muito do que foi observado no primeiro nível de análise permanece nesta etapa; os Temas predominantes também são relativos a elementos de Design Gráfico.

É importante destacar que aqui podemos perceber que o Outro fazer parte do Tema é mais comum. Nesta etapa de análise, percebemos que o uso de verbos impessoais está associado a condicionantes que indicam possibilidade ou necessidade.

Notamos também a presença marcada de Temas Múltiplos, como vemos a seguir nos fragmentos de exemplo retirados dos artigos INFO-07 e INFO-20, respectivamente:.

Logo,	esse já não é	mais um leitor passivo (...)
Tema textual	Tema experiencial	
TEMA		REMA

Assim,	propõe-se	a interação entre três instâncias (...)
Tema textual	Tema experiencial	
TEMA		REMA

A recorrência de Temas Múltiplos começados por Temas textuais pode indicar uma preocupação com a coesão textual, estabelecendo relações entre as ideias e encadeando uma frase a outra.

4.4

Etapa (c) Análise dos verbos

Neste momento, em **c) análise dos verbos**, buscamos pelos verbos que fo-

ram empregados em relação com o Outro no *corpus* de análise, a fim de entender, quando o Outro é mencionado nos textos, quais são os processos que acontecem e quais suas relações com esse Outro. A partir dessa busca, todos os verbos foram agrupados e as ocorrências registradas a partir das diferentes formas verbais utilizadas.

Percebemos a predominância de **Processos Materiais** relativos ao Outro, principalmente associado à interação com aspectos físicos do design ou de natureza semelhante, conforme aparece nos exemplos a seguir:

“[...] onde os *usuários* manipulam o dispositivo háptico [...]” (INFO-21, p178)

“O mundo do consumo é um conjunto de signos e de significados interligados e interdependentes que oferece uma maneira de socialização aos *indivíduos* [...]” (INFO-07, p17)

Vale notar que há ocorrência de **Processos Mentais** associados ao Outro, principalmente aos conceitos de interpretação e percepção, ainda que esses Processos sejam menos comuns.

“[...] passou-se a contemplar a intervenção direta do *usuário* no processo de fabricação. “ (INFO-17, p17)

“*Consumidores* modernos se identificam pela fórmula: ‘eu sou igual ao que tenho e ao que consumo’” (INFO-07, p17)

Essas predominâncias podem indicar a relação estabelecida pelo Design de aliar o uso de objetos e sistemas com seus aspectos de leitura e de comunicação. Assim, essa dualidade entre fazer e pensar estaria presente também nos textos com ênfase em Design Gráfico da Revista InfoDesign.

Intentamos perceber e apontar as relações de poder que são estabelecidas entre os participantes das situações descritas nos textos. Para tanto, identificamos e sublinhamos os verbos utilizados para descrever ações que o Outro está envolvido, como mostramos a seguir.

A. “[...] o *usuário* deveria encontrar 5 telas contendo informações chave, em seguida dirigir-se a uma tela [...]” (INFO-05, p 45)

B. “[...] se um *leitor* tem maior admiração estética por um desenho de letra que julgue ser mais legível, ou se uma composição mais legível parece mais agradável para o *leitor*.” (INFO-11, p 23)

C. “[...] a pesquisa foi aplicada a *públicos* [...] que não se reconheceram nos espaços estudados.” (INFO-15, p 5)

Em **A.** percebemos que os verbos *dever*, *encontrar* e *dirigir* se referem a tarefas que são esperadas que o usuário realize. Em **B.**, os verbos *ter* e *julgar* são ambos processos pertencentes ao rol de atribuições do leitor, enquanto *parecer* descreve uma ação que parte da composição e se direciona ao leitor. Em **C.**, *aplicar* parte da pesquisa e é direcionada a públicos, enquanto ambos *ser* e *reconhecer* descrevem ações que partem diretamente dos públicos.

Com a identificação das ações em que o Outro é participante através dos verbos utilizados, diferenciamos em três as situações em que o papel do Outro é designado como de personagem ativa da ação, personagem passiva ou não envolvido na ação descrita. As classificações para esses casos são, respectivamente: **AGENTE**, **PACIENTE** e **NÃO PARTICIPANTE**. Exemplos da classificação podem ser vistos no quadro a seguir:

D. “[...] os *sujeitos*[...] vivem e consomem a cultura de maneiras novas e diferentes.” (INFO-07, p 18) **AGENTE**

E. “[...] um tecido que enreda [...] o *usuário* [...]” (INFO-01, p 14) **PACIENTE**

F. “Tais características servem à transmissão de informação simultânea a vários participantes por um único *indivíduo* [...]” (p2) **NÃO PARTICIPANTE**

Por um lado, em **D.**, tanto *viver* quanto *consumir* a cultura são processos que partem dos sujeitos. Assim, o Outro é **agente** nessa situação. Por outro lado, em **E.**, *enredar* parte do tecido para o usuário. Isso faz do Outro **paciente** nesse caso. Já em **F.**, *servir* descreve uma ação que parte das características e é direcionada à transmissão de informação, e não diz respeito ao indivíduo. Dessa forma, o Outro **não é participante** dessa situação.

Notamos que há situações em que o Outro pode ser tanto agente quanto paciente dentro da mesma situação. A seguir, mostramos alguns casos em que isso

acontece.

G. [...] utiliza-se da aplicação dos recursos da sinalização para orientar e auxiliar os *usuários* a chegarem em determinado destino [...] (INFO-14, p11) **PACIENTE** e **AGENTE**

H. [...] as informações essenciais que podem ser usadas pelo *usuário* em um determinado contexto, distribuir essas informações em cartões e propor para os *usuários* que organizem esses dados conforme seu entendimento. (INFO-09, p22) **AGENTE** e **PACIENTE**

Em **G.**, a aplicação dos recursos da sinalização busca *orientar* e *auxiliar* o usuário, colocando-o como paciente dessas ações. Ainda no mesmo complexo oracional, tem-se o verbo *chegar* associado aos usuários e a uma tarefa que estes realizam. Nesse ponto, o Outro é agente da ação. Assim, na mesma frase, tem-se a mesma figura atuando tanto como paciente quanto agente dos processos descritos. Em **H.**, *poder*, *ser*, *usar* e *organizar* são utilizados para descrever processos que partem do usuário, atestando seu papel como agente nessas ações. No entanto, há também o verbo *propor* que tem o usuário como meta, fazendo dele paciente.

Com a leitura dos textos, identificamos as relações de poder explicitadas pelos verbos utilizados toda vez que o termo *usuário(s)* foi empregado, e qual o papel do(s) usuário(s) nas situações descritas. Em total de 180 ocorrências, observamos **167 casos** em que a avaliação dos verbos se aplica, e pudemos notar que o(s) usuário(s) mais frequentemente são mencionados mas não participa(m) da ação (**56**). Destacamos que, quando participando da ação, o(s) usuário(s) ocupa(m) mais vezes o lugar de **paciente(s)** (**51**) do que de agente (41) das ações. Fenômeno semelhante é percebido na análise do uso do termo *receptor* que, quando utilizado, mais comumente ocupa o lugar de paciente dos Processos: em um total de **17** ocorrências, em **8** vezes o(s) receptor(es) é(são) o(s) **paciente(s)** da ação, em oposição a 2 vezes como agente(s).

Essa relação de *Agente*, *Paciente*, *Agente e Paciente* e *Não Participante* mantém-se relativamente equilibrada com todos os termos empregados, com o Outro prioritariamente ocupando o lugar de Agente das ações, quando participante da ação:

	AGENTE	PACIENTE	AGENTE e PACIENTE	NÃO PARTICIPANTE

Usuário(s)	41	51	19	56
Aluno(s)	14	13	7	13
Leitor(es)	21	11	8	17
Pessoa(s)	12	8	2	21
Estudante(s)	16	6	3	10
Público(s)	5	9	2	15
Receptor(es)	2	8	0	5
Sujeito(s)	5	4	0	4
Indivíduo(s)	8	2	0	4
Espectador(es)	4	1	0	5
Consumidor(es)	2	0	0	3

No entanto, podemos perceber que é só no caso de *usuário(s)* que o Outro ocupa prioritariamente o papel de **paciente** dos processos. Isso pode indicar que a forma predominante de se referir ao Outro nos textos de pesquisa em Design Gráfico também tende a pressupor esse Outro como não-ativo das ações que lhe dizem respeito.

4.5

Em resumo

Podemos notar alguns padrões nas ocorrências dos termos em textos de diferentes anos de publicação da Revista InfoDesign. Em oposição, também notamos como a Revista, em suas diferentes edições e artigos, apresentar mais de um termo referente ao Outro em sua redação é comum, o que pode indicar que o Outro assume diferentes lugares dentro do mesmo discurso.

Como mencionado ao termino de **4.1 Etapa (a) Identificação dos Termos** e enfatizamos aqui, isto não significa que consideremos necessária a adoção de um único termo conceitual, mas sim que ressaltamos a relevância da conscientização de uso, como uma escolha que carrega consigo entendimentos, continuidades,

rupturas, enfim, ideologia.

O termo mais utilizado para fazer referência ao Outro é **usuário**. Isso pode indicar a noção de uso do design como principal orientador dos processos descritos. A segunda maior ocorrência é **aluno**, que pode indicar um entendimento do Outro no contexto educacional. Assim como o termo **estudante** é o quinto mais utilizado, parece que os autores contemplam o ambiente escolar e ou universitário como escopo de estudo. O termo **leitor** é o terceiro com mais ocorrências, o que pode propor a ideia de que o Outro é reconhecido quando participante de leitura, entendendo o Design Gráfico como projeto de Comunicação Visual.

No capítulo que segue, propomos o diálogo entre os resultados obtidos com a análise presente neste capítulo e as ideias norteadoras de pesquisa que apresentamos e definimos em **2. Conceitos-chave**.

5

Pontes entre conceitos-chave e resultados da pesquisa

“Aquilo que ‘eu’ tem de único se esconde exatamente naquilo que o ser humano tem de inimaginável. Só podemos imaginar aquilo que é idêntico em todos os seres humanos, aquilo que lhes é comum. O ‘eu’ individual é aquilo que se distingue do geral, portanto aquilo que não se deixa adivinhar nem calcular antecipadamente, aquilo que precisa ser desvelado, descoberto e conquistado do outro.”

Milan Kundera

Neste capítulo apresentamos a análise de dados realizada sob inspiração da perspectiva teórica da Linguística Sistêmico-Funcional. Através da análise, buscamos responder às questões norteadoras da pesquisa estabelecendo relações entre os conceitos discutidos em **2. Conceitos-chave** e os dados analisados em **3. Construção da pesquisa**, propondo o diálogo entre as ideias fundamentais da pesquisa com os métodos e recortes adotados (PEREIRA, 2001).

Analisaremos definições e qualificações atribuídas aos termos empregados nos artigos analisados, complementando com características decorrentes dessas qualificações e articulando com referencial teórico sobre a temática.

O vasto predomínio do termo *usuário* no discurso dos autores pode apontar uma postura prática e utilitária quanto ao design. Nesse sentido, tem-se a visão da atividade do designer relacionada com a configuração de objetos de uso, especificando que “a atuação de um designer se concentra preferencialmente na solução de problemas específicos e concretos” (BOMFIM, 1994). O autor também propõe que são parte do corpus teórico do designer os conhecimentos humanos que abordam o processo de utilização (*Ibidem*), e que devem ser aplicados na prática da configuração de objetos de uso. Assim, a competência do Design Gráfico pode ser entendida pela resolução de problemas específicos e práticos de natureza visual.

Bomfim atribui grande importância ao entendimento do usuário. Isso fica evidente quando diz que o estudo da configuração abrange a área que trata da relação entre objeto e usuário – aspectos objetivos, bio-fisiológicos, psicológicos e sociológicos do uso (COUTO, FARBIARZ e NOVAES, 2014). Assim como ou-

tras atividades do trabalho social, Design é orientado por um conjunto de objetivos de natureza política, ideológica, social, econômica etc. Esses objetivos são orientados por indivíduos e organizações que detêm poder sobre a sociedade, e traduzem as estratégias de desenvolvimento que caracterizam o processo histórico da sociedade na realização de suas utopias – os objetivos em relação às possibilidades. Nesse cenário, os designs são os instrumentos para a realização das utopias e são “avaliados pela sua eficiência na satisfação de necessidades práticas” (*Ibidem*).

De forma semelhante, Findeli também se refere a usuários de design e revela que a situação atual do design tem seu porquê fora do próprio campo, pertencendo a uma crise contemporânea generalizada. Nesse contexto, trata-se de uma antropologia filosófica extremamente estreita que nos leva a considerar o usuário como mero cliente ou, no melhor dos casos, como um ser humano enquadrado pela Ergonomia e pela Psicologia Cognitiva (FINDELI, 2001). Essa preocupação em não simplificar a compreensão que o designer tem de seu usuário se evidencia quando o autor aponta, como crítica a um olhar de aspectos superficiais de consumidores, que o usuário é mais que um ‘ser de necessidades e desejos’ estatístico do designer (*Ibidem*).

Por outro viés, Papanek se refere, de forma abrangente, às **pessoas** quando discute a responsabilidade social do designer e seu compromisso com o público (PAPANEK, 1971). Em uma crítica ferrenha à adesão dos designers ao sistema atual de produção em massa e capital privado, o autor tenta resgatar “as necessidades genuínas do homem” como parâmetro negligenciado pelo designer (*Ibidem*).

Como vimos em **2.5. Sobre Design e o Outro**, o Design surgiu, com a necessidade de manutenção da vida na sociedade capitalista a partir da criação e manutenção do Estado moderno, a produção de novas lógicas de organização e controle da vida. Isso gerou uma nova racionalidade política, que se caracteriza por uma faceta totalizante e outra individualizante. Assim, é possível estabelecer relações entre a racionalidade política que implica na produção e predominância dos termos *indivíduo* e o *público*, em sentidos opostos.

Corroborando, Deforges também se refere a consumidores de design quando faz sua crítica ao enfraquecimento ideológico sofrido pelos designers com o passar do tempo. O autor trata de determinismo no processo industrial, a repetição

das mesmas soluções projetuais e a liberdade de escolhas do profissional encarregado (DEFORGES, 1994) - seja um engenheiro de produto, sejam designers. Deforges menciona a abordagem sistêmica que deveria caracterizar a atividade dos designers, dizendo que esses profissionais deveriam sensibilizar à rede de interações entre sistemas de produção, sistemas sociais, sistemas de consumo, sistemas de utilização, sistemas de signos *etc.* Fala do papel fundamental da funcionalidade do produto, especialmente quando se refere à reutilização de produtos de eco design, e considera que o ensino de princípios de eco design deve ser universal, tanto na educação do homem quanto do consumidor e do cidadão do mundo (*Ibidem*).

Alguns autores discutem a complexidade dos problemas sociais. Para Rittel e Webber (1973), os problemas de planejamento são “problemas pervertidos”, ou *wicked problems*. Isso significa que são complexos, não possuem regras para serem resolvidos e suas soluções não são verdadeiras nem falsas, como denominadas nas Ciências Naturais. Nas Humanidades, opta-se por classificar em soluções boas ou más, que estão sujeitas a análises contextuais. Coyne (2005) retoma a expressão *wicked problems*, posicionando-o no contexto contemporâneo de *Design Thinking* e lembrando a imprevisibilidade dos problemas sociais.

Por outro viés, Papanek (1971) se refere, de forma abrangente, se refere às pessoas quando discute a responsabilidade social do designer e seu compromisso com o público. Em uma crítica ferrenha à adesão dos designers ao sistema atual de produção em massa e capital privado, o autor tenta resgatar “as necessidades genuínas do homem” como parâmetro negligenciado pelo designer (*Ibidem*).

Em momentos, os autores se referem aos **consumidores** de design. Na teoria, isso acontece quando o autor se refere à apatia presente nos processos de consumo cultural (PAPANÉK, 1971) e na necessidade de “segurança-através-da-identidade” (*Ibidem*), onde seus bens dizem tudo o que você não pode - ou não quer - sustentar sobre si mesmo. Corroborando, Yves Deforges (1994) também se refere a **consumidores** de design quando faz sua crítica ao enfraquecimento ideológico sofrido pelos designers com o passar do tempo. O autor trata de determinismo no processo industrial, a repetição das mesmas soluções projetuais e a liberdade de escolhas do profissional encarregado (DEFORGES, 1994) - seja um engenheiro de produto, sejam designers.

Mais do que projetar artefatos, designers fabricam possibilidades de signifi-

cados em objetos que fazem parte de processos socioculturais do Outro.

“Comprar objetos, [...] distribuí-los pela casa, assinalar-lhes um lugar e uma ordem, atribuir-lhes funções na comunicação com os outros, são os recursos para se pensar o próprio corpo, a instável ordem social e as interações incertas com os demais. Consumir é tornar mais inteligível um mundo onde o sólido evapora” (CANCLINI, 2001).

Assim, a aquisição de um produto faz parte de um importante processo de reconhecimento social e de constituição de identidade, e dentro dessa dinâmica que trabalha o designer (ALMEIDA, 2014).

Deforges menciona a abordagem sistêmica que deveria caracterizar a atividade dos designers, dizendo que esses profissionais deveriam sensibilizar à rede de interações entre sistemas de produção, sistemas sociais, sistemas de consumo, sistemas de utilização, sistemas de signos *etc.* (DEFORGES, 1994). Fala do papel fundamental da funcionalidade do produto, especialmente quando se refere à reutilização de produtos de eco design. Seu texto encerra com uma consideração sobre o ensino de princípios de eco design que deveria ser universal, tanto na educação do homem quanto do consumidor e do cidadão do mundo (*Ibidem*).

Notamos que, mesmo que fundamentando teorias e saberes sobre Design, as abordagens e visões dos autores são consistentemente diversas no que se refere à natureza da atividade do designer e às maneiras como o design é recebido. A análise, baseada na premissa de que palavras diferentes embutem sentidos diferentes, evidencia diferentes ideologias dos autores e de suas respectivas teorias, estejam eles fazendo uso situacional e consciente dos termos ou não.

A seguir, fazemos nossas considerações com base nos resultados obtidos da análise.

6

Considerações finais

“Ser é ser percebido.”
George Berkeley

Neste capítulo, trago meu posicionamento como pesquisador e trato de fechar o estudo, fazendo minhas observações e discorrendo sobre desdobramentos futuros que este trabalho incita.

Na maior parte das vezes, nos artigos veiculados pela Revista InfoDesign entre os anos 2004 e 2013, o Outro é referido:

- Como **usuário**;

A recorrência do termo *usuário* como principal forma de entendimento do Outro demonstra o reconhecimento desse Outro baseado na noção de **uso** de imagens e textos no processo de comunicação.

- **Não compõe os Temas** das orações;

Sua presença nos Remas demonstra uma ênfase em aspectos técnicos e teóricos do projeto de Comunicação Visual, colocando o Outro em segundo plano - quando presente.

- É **paciente** das ações que participa.

É mais incomum a ideia de retroação do Outro como *usuário* - que caracterizaria a lógica dialética. Dessa forma, esse Outro tende a ser representado como um fim do projeto, não como integrante do processo, de forma semelhante aos modelos de comunicação de base linear.

Esses fatores apontam para o Outro ser comumente mantido no lugar de objeto na produção teórica do campo no que concerne a referida Revista: a noção de Outro na produção de conhecimento em Design Gráfico possibilita seu processo de objetificação, e assim se estabelece a relação de poder. Adotam-se diferentes termos a partir dessa relação, na busca por diferentes formas de representar esse

alguém.

A mesma racionalidade que produz o Design como saber também produz a noção de sujeito; o Outro como objeto e as verdades em torno dessas noções do Outro. O desafio da alteridade: Dificuldade de lidar com a adversidade; Projetamos com uma noção de quem é o Outro, e essa imagem nasce dentro de nós.

Realizamos a análise de textos escritos por autores de artigos científicos com ênfase em Design Gráfico a fim de verificar como esses autores se referem ao Outro nos seus discursos e como constroem discursivamente as relações estabelecidas entre as pessoas envolvidas no processo de Design Gráfico. Com seu fechamento, pudemos apontar que as diferentes escolhas de utilização dos termos indicam a ausência de parâmetros precisos para a definição e descrição do Outro. Isto não significa que consideremos necessária a adoção de um único termo conceitual, mas sim que ressaltamos a relevância da conscientização de uso, como uma escolha que carrega consigo entendimentos, continuidades, rupturas, enfim, ideologia.

Nossos resultados apontam para a necessidade de entendimento de que esses usos expressam relações de poder estabelecidas entre o designer e o Outro, no sentido de direcionar o projeto. O poder se articula sempre com redes de saber e produções de uma verdade.

O resultado deste estudo não significa a prática do Design Gráfico brasileiro, mas serve de apontamento para onde se direciona a produção intelectual de pesquisa circunscrita a análise de uma Revista científica com artigos na área. Neste recorte de pesquisa em Design Gráfico, onde a especialidade do campo do Design se constitui como um saber, o Outro comumente não foi retirado do lugar de objeto. Houve, no recorte da pesquisa, a constatação do processo de *objetificação* do Outro e, assim, se estabeleceu a relação de poder. A partir dessa relação com objeto, foram adotados diferentes termos. É importante enfatizar que, cada termo apresenta a produção de uma noção de ser humano que é tida como verdade. Cada termo indica uma ontologia diferente, tem uma intencionalidade histórica. Eles permitem a produção ontológica de uma verdade; uma verdade sobre a noção do Outro, Quem diz sobre essa verdade são os próprios autores, que produzem a verdade. Isso acontece com cada um dos termos empregados.

A mesma racionalidade moderna que produz o ser humano produz o Design como saber; o Outro como objeto do Design e as verdades em torno dessas noções

do Outro. Reconhecemos o desafio da alteridade, e a dificuldade de lidar com a adversidade. Acabamos projetando para nós mesmos, para uma noção de quem é o Outro, e essa imagem nasce de dentro de nós.

As formas de expressão dos autores, corroborados pelos termos utilizados, exprimem suas posturas em relação aos seus olhares de Design Gráfico. Mesmo quando construindo fundamentos para teorias e saberes de Design, as abordagens e visões dos autores da área são consistentemente diversas no que se refere à natureza da atividade do designer e às maneiras como o design é encaminhado. A análise, baseada na premissa de que palavras diferentes carregam sentidos diferentes, nos fez constatar as diferentes ideologias dos autores e suas respectivas teorias.

A análise realizada nesta pesquisa revelou aspectos importantes sobre como o conceito de Outro tem sido trabalhado no recorte eleito. Nossos resultados demonstram que a predominância do uso do termo “usuário” pressupõe uma relação com o Outro baseada na noção tradicional de *uso* de imagens e textos no processo de comunicar mensagens. De forma semelhante aos modelos de comunicação de base linear, eles acabam não pressupondo uma ideia de retroação - *feedback* - do público, que caracterizam a lógica dialética. O Outro tende a ser representado como um fim do projeto, não como integrante do processo.

Observamos que nenhum dos artigos analisados especifica o Outro. Somado a isso, temos o resultado de análise que apontou para a intenção dos autores de buscarem enfatizar aspectos técnicos e teóricos do projeto de Comunicação Visual, colocando o Outro em segundo plano - quando presente. Predominantemente, o Outro é representado como paciente das ações que participa, a quem o projeto é direcionado, como uma meta a ser alcançada. No entanto, o termo dificilmente compõe os Temas do discurso. Esse posicionamento pode indicar uma lacuna teórica no desenvolvimento de pesquisa em Design Gráfico, tomando por base que o tema da alteridade não figura na Revista, algo que acreditamos mereça futuras investigações e que indicamos como potenciais desdobramentos desta pesquisa. Vale notar, no entanto, que há exceções à essa regra. Essa quebra de padrão pode sugerir uma representação atuante do Outro em determinados momentos.

Nos Temas em que figuram o Outro, aparecem considerações sobre o sujeito complexo e coletivo para quem se projeta. Mesmo que fundamentando teorias e saberes sobre Design, as abordagens e visões dos autores são diversas no que se refere à natureza da atividade do designer, às maneiras como o Design Gráfico é

recebido e como o Outro é percebido. A análise evidenciou que palavras diferentes imbuem sentidos diferentes no processo de produção. Há regras implícitas para o uso dos termos, especialmente no que se refere a relações de poder entre designer e o Outro estabelecidas pelo consumo e necessidade, caracterizando o Outro como agente ou paciente das ações propostas pelo designer. Por um lado, o emprego de diferentes expressões, sem clara compreensão dos porquês que orientam esses usos, pode fragilizar a teoria. Por outro lado, o saber sensível e consciente das escolhas lexicais adotadas permite a manifestação de diferentes ideologias e pensamentos que podem contribuir na construção dos saberes da especialidade. Evidenciamos a potencialidade da terminologia e o que ela pode dizer sobre o Design Gráfico, evidenciando o jogo de forças de quem orienta o Design.

Apontamos a necessidade de um mapeamento do cenário para que o campo tome conhecimento, ainda que se trate de um cenário cambiante e dinâmico como este, e percebemos como são importantes mais discussões sobre a complexidade da experiência humana para se pensar a relação do Outro em vez de uma objetividade limitante de olhares. Perspectivas futuras para este estudo preveem uma possível discussão sobre a construção da(s) identidade(s) (ou identificações, na perspectiva adaptável e cambiante, proposta por Stuart Hall) do Outro em outras faces do Design Gráfico, como na formação acadêmica e no exercício profissional. Uma vez implementada, esta linha de pesquisa pode contar com a expansão do projeto “Design para Quem?” para outras áreas das Humanidades, realizando etnografias, cartografias e outros processos das Ciências Sociais para resgatar acordos implícitos, responsáveis pelas construções sociais e midiáticas, a fim de aferir considerações mais profundas sobre como o conceito de Outro tem sido trabalhado em Design Gráfico no Brasil.

7

Referências

ADG BRASIL. *Sobre*. 2014. Disponível em: <<http://www.adg.org.br/adgbrasil.php>>. Acesso em: 15 de maio de 2014.

ALMEIDA, Fernando dos Santos. *Pesquisa analisa o design das embalagens de perfumes: depoimento*. [29 de maio de 2014]. Rio de Janeiro: Agência de Notícias Científicas da Uerj. Entrevista concedida a Katrine Oliveira.

ALMEIDA, Fernando dos Santos; MATTEONI, Romulo Miyazawa. Cartografia do conceito de Design Gráfico: uma análise institucional e histórica. p. 410-422. Em: *Anais do 11º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design*. Blucher Design Proceedings, v. 1, n. 4. São Paulo: Blucher, 2014.

ALMEIDA, Fernando dos Santos; SOUSA, Richard Perassi Luis. Aspectos do perfil profissional do designer gráfico brasileiro. *Educação Gráfica* (Online), v. 17, p. 69-88, 2013

ALMEIDA JUNIOR, Licínio, NOJIMA, Vera Lúcia. *Retórica do Design Gráfico*. Rio de Janeiro: Blucher, 2010.

AZEVEDO, Wilton. *O que é design?* São Paulo: Brasiliense, 1998.

BAKHTIN, Mikhail. *Marxismo e filosofia da linguagem*. São Paulo: Hucitec, 1995.

BARROS, Laura Pozzana de; KASTRUP, Virgínia. Cartografar é acompanhar processos. Em: PASSOS, Eduardo; KASTRUP, Virgínia; ESCÓSSIA, Liliana da (Orgs.). *Pistas do método da cartografia: pesquisa-intervenção e produção de subjetividade*. p. 52-75. Porto Alegre: Sulina, 2009.

BARROSO, Suzana de Carvalho; OLIVEIRA, Lúcia Pachecho de. Tematização e representação da prática docente: análise sistêmico-funcional da construção discursiva da profissão e da identidade do professor de inglês como língua estrangeira. Rio de Janeiro, 2009. 127 p. Dissertação de Mestrado - Departamento de Letras, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade Líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

BOCK, Ana Mercês Bahia; FURTADO, Odair; TEIXEIRA, Maria de Lourdes Trassi. *Psicologias: uma introdução ao estudo de psicologia*. 14ª edição. São Paulo: Saraiva, 2008.

BOMFIM, Gustavo Amarante. Sobre a possibilidade de uma teoria do design. Em: *Anais do P&D Design 94*, p 15-22, 1994.

_____. Coordenadas cronológicas e cosmológicas como espaço de transformações formais. Em: COUTO, Rita Maria de Souza; OLIVEIRA, Alfredo Jefferson de; FARBIARZ, Jackeline Lima; NOVAES, Luiza. *Formas do Design: por uma metodologia interdisciplinar*. 2ª ed. Rio de Janeiro: Rio Books, 2014.

BONSIEPE, Gui. *Design: do material ao digital*. Florianópolis: FIESC/IEL, 1997.

BRASIL. - TEM. Classificação Brasileira de Ocupações. CBO - Descrição - 2.4.1. 2002. Disponível em: <<http://www.mtecbo.gov.br/cbsite/pages/pesquisas/BuscaPorTituloResultado.jsf>>. Acessado em: 15 de maio de 2014.

BROWN, Tim. *Design thinking: uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias*. Rio de Janeiro: Campus, 2010.

BÜRDEK, Bernhard. *História, teoria e prática do design de produtos*. São Paulo: Edigard Blücher, 2006.

CABAS, Antonio Godino. O sujeito na psicanálise de Freud a Lacan: da questão do sujeito ao sujeito em questão. Rio de Janeiro: Zahar, 2010

CANCLINI, Néstor García. *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001.

CAPES. *Qualis Periódicos*. Brasília, 2006. Disponível em: <<http://www.capes.gov.br/avaliacao/qualis>>. Acessado em: 28/03/2014.

CARDOSO, Rafael. *Design para um mundo complexo*. Rio de Janeiro: Cosac Naify, 2012.

COUTO, Rita Maria de Souza. Design como corpo de conhecimentos. Em: *Movimentos interdisciplinares de designers brasileiros em busca da educação avançada*. Tese de doutorado. Rio de Janeiro: Departamento de Letras, Pontifícia Universidade Católica, 1997.

COUTO, Rita Maria de Souza; OLIVEIRA, Alfredo Jefferson de; FARBIARZ, Jackeline Lima; NOVAES, Luiza. *Formas do Design: por uma metodologia interdisciplinar*. 2ª ed. Rio de Janeiro: Rio Books, 2014.

COUTO, Rita Maria de Souza; FARBIARZ, Jackeline Lima; NOVAES, Luiza. Gustavo Amarante Bomfim: uma coletânea. 1 ed. Rio de Janeiro: Rio Books, 2014.

COYNE, Richard. *Wicked problems revisited*. p. 5-17. In. *Design Studies* 26. Great Britain: Elsevier, 2005.

CROSS, Nigel. *Design Thinking: Understanding How Designers Think and Work*. Oxford UK and New York: Berg, 2011.

CROSS, Nigel. *Designerly Ways of Knowing*. London UK and Boston MA: Birkhauser Verlag AG, 2007.

DEFORGES, Yves. Por um design ideológico. Em: *Estudos em Design*, v 2, n 1, p 15-22, 1994.

ESCOREL, Ana Luísa. *O efeito multiplicador do design*. 2. Ed. São Paulo: SENAC São Paulo. 2000.

FARBIARZ, Alexandre, FARBIARZ, Jackeline Lima, CAVALCANTE, Nathalia, LIMA, Renata Vilanova, CARVALHO, Ricardo Artur Pereira. Agentes mediadores da leitura: identidade e interação. p 17-39. Em: FARBIARZ, Jackeline Lima, FARBIARZ, Alexandre, COELHO, Luiz Antonio L. (org.). *Os lugares do Design na leitura*. 384 p. Rio de Janeiro: Novas Ideias, 2008.

DELEUZE, Gilles; GUATTARRI, Félix. *Mil Platôs: capitalismo e esquizofrenia*, vol. 3. Tradução de Aurélio Guerra Neto, Ana Lúcia de Oliveira, Lúcia Cláudia e Suely Rolnik. São Paulo: Ed. 34, 1996.

FARBIARZ, Jackeline Lima. *Design na leitura: um dos percursos do Núcleo de Estudos do Design do Livro da PUC-Rio*. 2006. Disponível em: <<http://www.dad.puc-rio.br/nel/artigos/06-farbiarz-livro.pdf>>. Acesso em: 15 de junho de 2014.

FARBIARZ, Alexandre; FARBIARZ, Jackeline Lima; NOJIMA, Vera Lúcia Moreira dos Santos. Os quatro ventos da comunicação. Em: COELHO, Luiz Antônio Luzio (Org.). *Design Método*. Rio de Janeiro: Novas Ideias, p 64-86, 2006.

FARBIARZ, Jackeline Lima; NOVAES, Luiza. Apostando no “E” ou estabelecendo pontes dentre Design e Estudos da Linguagem. Em: COUTO, Rita Maria de Souza; OLIVEIRA, Alfredo Jefferson de; FARBIARZ, Jackeline Lima; NOVAES, Luiza. *Formas do Design: por uma metodologia interdisciplinar*. 2ª ed. Rio de Janeiro: Rio Books, 2014.

FARBIARZ, Jackeline Lima; RIPPER, José Luiz M. Design em parceria: visitando a metodologia sob a perspectiva do Laboratório de Investigação em Living Design da PUC-Rio. Em: WESTIN, Denise; COELHO, Luiz Antonio Luzio (Org.). *Estudo e prática de metodologia em design nos cursos de pós-graduação*. Rio de Janeiro: Novas Idéias, 2011.

FINDELI, Alain. Rethinking design education for the 21st century: theoretical, methodological, and ethical discussion. Em: *Design Issues*. v 17, n 1, Winter. Massachusetts Institute of Technology, 2001.

FLICK, Uwe. *Introdução à pesquisa qualitativa*. 3. ed. 405 p. Porto Alegre: Artmed, 2009.

FLUSSER. Vilém. *O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação*. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

FOUCAULT, Michel. *Vigiar e punir: história da violência nas prisões*. Petrópolis: Vozes, 1977.

_____. *História da sexualidade*. Rio de Janeiro: Graal, 1984.

_____. *O que é um autor?* Lisboa: Vega, 1992.

_____. *A ordem do discurso*. São Paulo: Edições Loyola, 1996.

_____. *Política e Ética: uma entrevista*. Em: FOUCAULT, Michel. *Ética, Sexualidade e Política*, pp 218-224. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2004

_____. *A arqueologia do saber*. 7. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008.

_____. *Nascimento da Biopolítica*. Curso dado no Collège de France (1977-1978). São Paulo: Martins Fontes, 2008.

_____. *A arqueologia do saber*. 7. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008.

FRASCARA, Jorge. *Diseño gráfico y comunicación*. 6. ed. Buenos Aires: Infinito, 2005.

FREIXO, Manuel João Vaz. *Teorias e Modelos de Comunicação*. Lisboa: Instituto Piaget, 2006.

GIL, Antonio Carlos. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GUATTARI, Felix. *Da produção de subjetividade*. Imagem, 1993.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. 104 p. Rio de Janeiro: DP&A, 2004.

HALLIDAY, Michael Alexander Kirkwood. *Explorations in the functions of language*. 1973.

_____. *An Introduction to Functional Grammar*. 2. Ed. London: Edward Arnold, 1994.

HALLIDAY, Michael Alexander Kirkwood. MATTHIESSEN, Christian. *An Introduction to Functional Grammar*. 3rd Edition, Arnold, 2004.

ISER, Wolfgang. *O ato da leitura: uma teoria do efeito estético*. São Paulo: Ed. 34, 1999, v 2.

JAPIASSU, Hilton, MARCONDES, Danilo. *Dicionário Básico de Filosofia*. 4. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

KANT, Immanuel. *Fundamentos da metafísica dos costumes*. Ediouro Publicações, 1993.

KATZ, Andrew. Authors and owners. Em: *Open Design Now: Why Design Cannot Remain Exclusive*. Amesterdão: BIS Publishers, 2011.

KONDER, Leandro. *O outro esse alienígena*. Jornal O Globo, 25 de agosto de 1996.

KRIPPENDORFF, Klaus. Design centrado no ser humano: uma necessidade cultural. Em: *Estudos em Design*. v. 8, n. 3, p. 87-98, 2000.

LACAN, Jacques. Introdução do grande outro. Em: LACAN, Jacques. *O seminário*. v. 2, p. 296-311, 1985.

LACERDA, Máira Gonçalves; FARBIARZ, Jackeline Lima. Diálogo de Subjetividades no Objeto-Livro. Em: *Leitura: Teoria & Prática/ Associação de Leitura do Brasil*, ano 30, n.58, p. 1328 – 1337, jun. 2012.

LÖBACH, Bernd. Design Industrial: bases para a configuração de produtos industriais. São Paulo: Blücher, 2001.

LOVE, Terence. Constructing a Coherent Cross-Disciplinary Body of Theory about Designing and Designs: Some Philosophical Issues. Em: *International Journal of Design Studies*. 2002, 23(3), 345-361. Disponível em: [http://dx.doi.org/10.1016/S0142-694X\(01\)00043-6](http://dx.doi.org/10.1016/S0142-694X(01)00043-6)

NECYK, B. J.; MARÇAL, Daniela ; XAVIER, Guilherme de Almeida; FARBIARZ, Jackeline Lima. Práticas autorais na web 2.0: o estudo de caso de um blog. In: *9o P&D Design 2010*, 2010, São Paulo. Anais do P&D Design 2010. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2010.

NICHOLS, Johanna. Functional Theories of Grammar. Em: *Annual Review of Anthropology*. v 43, p 97-117. 1984.

NIEMEYER, Lucy. *Design no Brasil: Origens e Instalação*. Rio de Janeiro: 2AB, 1997.

NOJIMA, Vera. Comunicação e leitura não verbal. Em: COUTO, Rita Maria de Souza; OLIVEIRA, Alfredo Jefferson de; FARBIARZ, Jackeline Lima; NOVAES, Luiza. *Formas do Design: por uma metodologia interdisciplinar*. 2ª ed. Rio de Janeiro: Rio Books, 2014.

NORRIS, Sigrid. Analyzing multimodal interaction: A methodological framework. Routledge, 2004.

PAPANEEK, Victor J. *Design for the real world*. Great Britain: Paladin, 1974.

PAULA, Frederico Braida Rodrigues de. *A linguagem híbrida do design: um estudo sobre as manifestações contemporâneas*. Tese (doutorado) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Artes e Design – 2012.

PEREIRA, Julio Cesar Rodrigues. *Análise de Dados Qualitativos: estratégias metodológicas para ciências da saúde, humanas e sociais*. 3ª ed. São Paulo: EDUSP/FAPESP, 2001.

PEZATTI, Erotilde Goreti. O Funcionalismo em Linguística. Em: MUSSALIM, Fernanda.; BENTES, Anna. Cristina. (Orgs.). *Introdução à linguística: fundamentos epistemológicos*. vol. 3, São Paulo: Cortez, 2004.

PORTINARI, Denise Berruezo. *O Discurso da Homossexualidade Feminina*. São Paulo: Brasiliense, 1989.

_____. O Design no Divã: para que serve a psicanálise no campo do design? Em: 7º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design. Curitiba: 2006.

_____. A noção do imaginário e o campo do Design. Em: COUTO, Rita Maria de Souza; OLIVEIRA, Alfredo Jefferson de; FARBIARZ, Jackeline Lima; NOVAES, Luiza. *Formas do Design: por uma metodologia interdisciplinar*. 2ª ed. Rio de Janeiro: Rio Books, 2014.

RITTEL, Horst Willhelm Jakob; WEBBER, Melvin M. Dilemmas in a General Theory of Planning. p. 155-169. Em: *Policy Sciences 4*. Amsterdam: Elsevier Scientific Publishing Company, 1973.

SARTRE, Jean-Paul. *O ser e o nada*. Trad. Paulo Perdigão. p 348. Petrópolis: Vozes, 1997.

SANTOS, José Antônio Barbosa Alves dos. *A imagem da mulher pela escolha lexical de Rita Lee*. 2013. 101 p. Dissertação (Mestrado em Filologia e Língua Portuguesa). Faculdade de Filologia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo. 2013.

SENEILLART, Michel. A crítica da razão governamental em Michel Foucault. Em: *Tempo Social*. v 7, n 1-2, 1995.

VILLAS-BOAS, André. *Utopia e disciplina*. Rio de Janeiro: 2AB, 1998.

VOGT, Carlos. *Linguagem, pragmática e ideologia*. Campinas: Hucitec/Funcamp, 1977.

WARD, Lester Frank. *Pure Sociology: A Treatise on the Origin and Spontaneous Development of Society*. p 619. New York: Macmillan, 1903.

Apêndice 1

Títulos dos artigos observados, com destaque nos selecionados

v. 1, n. 1 (2004)

- Les apports de la psychologie cognitive a la conception d'instructions procedurales
- Understanding readers' movements in www documents

v. 2, n. 1 (2005)

- Aspectos do design da informação de um software semiótico
- A organização da informação para aplicativos hipermídia- o caso do MAPEARTE
- Avaliação das necessidades de informação do processo de produção na indústria da construção

v. 3, n. 1/2 (2006)

- Design para construção e avaliação de objetos de aprendizagem mediados pela internet
- O design da informação no Pro-EdaDe
- **Design da leitura- uma questão de conduta**
- Uma abordagem para a descrição do design de livros de leitura e informação para crianças

v. 4, n. 1 (2007)

- **Uma proposta de taxonomia de créditos de abertura cinematográficos**
- **Tipografia 'desconstrucionista' e o modelo triádico de Peirce**
- Cinedesign- tipografia no cinema
- **Paisagens tipográficas - lendo as letras nas cidades**

v. 4, n. 2 (2007)

- **Melhorando a usabilidade de mapas de navegação em hipertextos através de técnicas gráficas de diferenciação**
- Informação Personalizada no Web Site "Diferente todo mundo é! "
- Design da informação na hipermídia
- Hipermídia adaptativa como ferramenta para o design de informação- o caso "Pioneiros do Moderno Design Brasileiro"

v. 5, n. 1 (2008)

- Visualização dos resultados do Yahoo em nuvens de texto- uma aplicação construída a partir de web services

- **O design e a representabilidade dos signos dentro da world wide web**
- **Linguagem esquemática no cinema- uma abordagem analítica**

v. 5, n. 2 (2008)

- Fotografia, Cinema, Registro Sonoro- seu surgimento e introdução no Brasil
- Otto Neurath e o legado do ISOTYPE
- Descrevendo formas tipográficas- a resposta de um designer
- Técnicas de mapeamento aplicadas ao estudo da epigrafia arquitetônica paulistana

v. 5, n. 3 (2008)

- Estudando o design das informações de medicamentos para as pessoas
- Estudo experimental de leitura de uma bula de medicamentos, transcrita para o Sistema Braille, por usuários portadores de cegueira
- O processo de introdução de novas diretrizes aplicadas a medicamentos no México
- Design da informação em bulas de medicamento- análise e classificação da estrutura e apresentação gráfica de seu conteúdo textual

v. 6, n. 1 (2009)

- Desafios para o design de informação em ambientes de realidade aumentada
- Design de jogo multimídia- projeto fundamentado em relações filosóficas
- Desenvolvendo personas para o mercado de jogos casuais para download
- Mapas mentais de deficientes visuais como suporte ao design da informação urbana na Web
- Desenvolvimento de material didático instrucional para Geometria Descritiva- uma experiência de design participativo

v. 6, n. 2 (2009)

- **Proposição de um modelo analítico da tipografia com abordagem semiótica**
- **Em busca de uma classificação para os letreiramentos populares**
- Fichas de pesquisa de campo para estudo da tipografia nominativa na arquitetura carioca
- Pinart e Balonchard, Fundidores de Tipo no Rio de Janeiro Oitocentista

v. 6, n. 3 (2009)

- A técnica de análise de micro expressões faciais (METT II-Short) na avaliação da qualidade de jogos digitais- um estudo preliminar de viabilidade.
- Impressão estética e experiência como diretriz de projeto de objetos de ensino-aprendizagem

- Avaliação de mapas de transporte coletivo em terminais urbanos de ônibus da cidade de Curitiba
- O tratamento da informação no design de catálogos técnicos impressos
- O design de periódicos científicos on-line e a visibilidade da ciência na web

v. 7, n. 1 (2010)

- **Pesquisas de opinião e preferência sobre tipografia para crianças**
- **Quatro princípios ópticos para a construção de grifos- estabilidade, obstrução, densidade e demarcação**
- 1847- o ano da guerra tipográfica. A mostra de caracteres de Rafael de Rafael e sua importância na história da tipografia mexicana

v. 7, n. 2 (2010)

- **Design de interface gráfica- interpretação semiótica na composição dos elementos**
- Semiótica de interface e interação de usuários
- Sistemas semiótico, artefatos cognitivos, Umwelt – uma contribuição ao Design da Informação
- Questões complexas do design da informação e de interação

v. 7, n. 3 (2010)

- Influências latinas na tipografia grega- análise histórica e abordagem não predatória de projetos multiescrita
- Análise emocional de produtos de design baseada em expressão facial
- Proposta de diretrizes para o desenvolvimento de instrumentos avaliativos para software educativo

v. 8, n. 1 (2011)

- A sustentabilidade em processo de design participativo para sistemas de wayfinding
- **Contribuição metodológica em design de sinalização**
- **Leitura e análise da comunicação visual no espaço urbano**

v. 8, n. 2 (2011)

- Análise das capas de livros de Vicente Di Grado- década de 1960
- Aplicação do conceito de modularidade - foco em usuários novatos
- **Investigando a compreensão de representações diagramáticas utilizadas em análise da tarefa- um estudo comparativo entre modelagem hierárquica e sequencial**
- **Um mapeamento de estudos de cores frente ao Modelo SENS|ORG|INT de**

percepção visual de modo a identificar princípios cromáticos que tendem a ser generalizáveis aos seres humanos

- Users' perceptions of the arrangement of links in government websites- an investigation using think-aloud and interview methods

v. 8, n. 3 (2011)

- **A linguagem gráfica efêmera e o design no ensino fundamental brasileiro**
- Design da informação, modelos mentais e a gestão da inovação- articulações possíveis
- Filosofia do design instrucional- uma análise meta-teórica sobre método de comparação entre modalidade de mídias
- Hipermídia para aprendizagem da língua espanhola- avaliação qualitativa realizada por usuários/tutores
- Identificando atividades de design na educação básica por meio do método Card Analysing

v. 9, n. 1 (2012)

- **A linguagem gráfica em artefatos educacionais gerados com ferramentas de TIC**
- Contribuições de metodologias de Design para a prática pedagógica- apresentação de um esquema inicial
- Educando com design de animação- uma metodologia de ensino e aprendizagem
- Metodologia para design de interfaces digitais para educação

v. 9, n. 2 (2012)

- A usabilidade em estudo- experiência de compra e de leitura de quadrinhos em meio digital. Estudo de caso do aplicativo Dc Comics para iPad
- Análise sincrônica no design de publicações digitais
- Avaliação de usabilidade do Mobiteste, um aplicativo educacional para dispositivos móveis
- Design da informação e conteúdo para dispositivos móveis- projeto de website para Instituição de Ensino Superior, IES, adaptado para iPad
- Técnicas Baseadas em Etnografia e Prototipagem no Design de interface de Aplicativo Mobile para Gerenciamento Acadêmico

v. 9, n. 3 (2012)

- Comparação de eficiência de métodos de avaliação de usabilidade pelo método binário
- Design de interface sistematizado como processo de produto

- Design e Agile- Análise da Metodologia XPlus
- **Infografia- Conceito e Prática**
- Processo, representação e projeto- tópicos para uma metodologia de ensino de design fundamentada na ação e prática cotidianas

v. 10, n. 1 (2013)

- 'You need to research your subject so you know the subject well, and your users so you know what they need'. Teaching graphic design using information design principles
- Avaliação de ícones para interface de um sistema médico on-line
- How the communication between designers was affected by ActionSketch, a technique to improve sketches in interaction design
- **No caminho das setas- a produção de instrução ilustrada para crianças e as possibilidades de interpretação**
- Proposta de modelo descritivo-normativo de subsistemas de interação e navegação de revistas digitais multimídia para tablets
- Teaching information visualization by exploring their power in engaging users of social media applications

v. 10, n. 2 (2013)

- (In)acessibilidade digital
- **A imagem como veículo de acesso à informação em objetos de aprendizagem para deficientes visuais**
- Contribuições para o design de interface de um Ambiente Virtual de Ensino Aprendizagem acessível a surdos
- Desenhando na escuridão
- Diretrizes de Apoio à Criação de Objetos de Aprendizagem Acessíveis
- Diretrizes de Apoio à Criação de Objetos de Aprendizagem Acessíveis
- Modelagem em um Ambiente Virtual de Aprendizagem inclusivo- uso de Mapas Conceituais
- **Proposta de metodologia de testes para avaliar a percepção visual e a preferência subjetiva de crianças surdas**

v. 10, n. 3 (2013)

- **Análise de elementos visuais em jogos digitais: a função da navegação, instrução e comunicação em dispositivos portáteis**
- Card sorting- adaptação da técnica para aplicação ao design de sistemas de informação não digitais
- **Cor e Infográfico- O Design da Informação no livro didático**
- Ergonomics and interfaces of traditional information systems – Case study-

packaging

- Estudo analítico dos estágios e informações que compõem a compra online
- Recomendações para o design de textos e hiperlinks em aplicativos móveis culturais
- Teoria das Representações Sociais como ferramenta metodológica nos processos de Design

Apêndice 2

Relação dos artigos selecionados e seus respectivos códigos

Título: Design da leitura: uma questão de conduta

Autores: FARBIARZ, Alexandre; FARBIARZ, Jackeline Lima

Ano: 2006

Resumo: O Design, enquanto campo de vocação interdisciplinar, pressupõe a existência de unidades formadoras voltadas para o conhecimento e a reflexão acerca de diferentes áreas de atuação. O designer, por este viés, assume a responsabilidade de mais do que conhecer as diretrizes específicas de sua formação, conhecer, observar e participar de áreas de conhecimento diferentes da sua para, só então, intervir. Em alguns momentos, contudo, a estrutura do mercado inviabiliza uma intervenção consistente por parte do designer, ou seja, uma intervenção calcada tanto nas diretrizes específicas de sua formação quanto na realidade do campo em que sua ação está sendo solicitada. Em outros momentos, o próprio designer tem um conhecimento limitado do campo em que irá intervir, o que pode acarretar em uma intervenção aquém das possibilidades e/ou contribuir para a manutenção de preconceitos sociais. O propósito deste artigo é discutir a atuação do designer no campo da Educação, analisando a sua contribuição na elaboração de material didático e paradidático voltado para a temática da leitura. Enfatiza-se neste artigo o duplo papel de formação/informação do designer que ora por impossibilidade ora por desconhecimento pode vir a gerar preconceito/desinformação.

Código: INFO-01

Título: Paisagens tipográficas - lendo as letras nas cidades

Autores: GOUVEIA, Anna Paula S.; PEREIRA, André Luiz T.; FARIAS, Priscila L.; BARREIROS, Gabriela G.

Ano: 2007

Resumo: Este artigo apresenta e discute algumas aplicações de conceitos fundamentais da epigrafia ao estudo da tipografia na paisagem urbana. A epigrafia insere-se na arqueologia, e mais precisamente na paleografia. Estuda as inscrições, a escrita antiga em material resistente (pedra, metal, argila, cera, etc.), incluindo sua

decifração, datação e interpretação. O artigo propõe a aplicação de procedimentos da epigrafia ao estudo de inscrições modernas contendo o nome de arquitetos e construtores, encontradas nas fachadas de edifícios do centro histórico de São Paulo. Demonstra-se, assim, como estes conceitos podem ser aplicados ao desenvolvimento de métodos mais precisos de levantamento, sistematização, e catalogação de dados, que podem ser adotados na pesquisa em design da informação.

Código: INFO-02

Título: Uma proposta de taxonomia de créditos de abertura cinematográficos

Autores: TIETZMANN, Roberto

Ano: 2007

Resumo: Os créditos de abertura de um filme representam um espaço híbrido onde elementos da comunicação gráfica e da linguagem cinematográfica se combinam através de diversas estratégias de retórica visual. Este estudo propõe uma taxonomia que agrupa estas estratégias em quatro quadrantes principais, com implicações estéticas e históricas.

Código: INFO-03

Título: Tipografia ‘desconstrucionista’ e o modelo triádico de Peirce

Autores: MIGLIARI, Mirella De Menezes; NOJIMA, Vera Lúcia M. dos Santos

Ano: 2007

Resumo: A teoria literária pós-estruturalista de Jacques Derrida influenciou toda uma geração de designers gráficos na década de (19)80, inicialmente na Califórnia, Estados Unidos, promovendo uma alternativa a tendência em voga até aquele momento: o Estilo Internacional. Desta confluência de idéias surge um novo conceito no âmbito do design gráfico: a tipografia ‘desconstrucionista’. Entretanto, sob um olhar semiótico, a tipografia configura-se em um sistema de signos que extrapola a esfera lingüística. Neste artigo, a tipografia ‘desconstrucionista’ é analisada à luz do modelo semiótico proposto por Charles Sanders Peirce.

Código: INFO-04

Título: Melhorando a usabilidade de mapas de navegação em hipertextos através de técnicas gráficas de diferenciação

Autores: PADOVANI, Stephania; VELOZO, Janayna

Ano: 2007

Resumo: A usabilidade de um sistema é a possibilidade do mesmo ser utilizado facilmente e eficazmente pela gama de usuários aos quais ele se destina, para realizar uma determinada gama de tarefas dentro de cenários ambientais específicos. Visando estudar a influência das técnicas de diferenciação gráfica na usabilidade dos mapas de navegação, este artigo resume os resultados de três fases experimentais, onde foram testadas três diferentes versões do mapa de navegação, com sessenta usuários. Inicialmente foram realizados testes e entrevistas com usuários utilizando o mapa sem diferenciação gráfica, na segunda fase foi analisado o mapa com diferenciação cromática e na terceira fase foram estudados os resultados obtidos pelos usuários na utilização do mapa com diferenciação pictórica. Os resultados demonstraram benefícios da aplicação de técnicas gráficas de diferenciação tanto na performance quanto na satisfação dos usuários.

Código: INFO-05

Título: Linguagem esquemática no cinema: uma abordagem analítica

Autores: ARAGÃO, Isabella R., COUTINHO, Solange G.

Ano: 2008

Resumo: O propósito deste artigo é evidenciar o uso da linguagem esquemática em filmes narrativos de longa metragem, predominantemente de ficção, produzidos em época recente. Mais especificamente, o objetivo é observar seus elementos, utilizando a classificação proposta por Aragão (2006), onde são definidas dez categorias sintáticas e semânticas presentes na literatura do design e do cinema. Três configurações gráficas cinematográficas de três filmes diferentes foram escolhidas: a trajetória de um suicídio de Magnólia (Paul Thomas Anderson, 1999), a partitura do último concerto de Tônica dominante (Lina Chamie, 2000) e o cenário de Dogville (Lars Von Trier, 2003). Nelas, os elementos esquemáticos possuem conteúdo informacional, ou seja, são determinantes na significação da configuração gráfica. Após as análises, apresentamos algumas considerações qualitativas acerca desses elementos no cinema, objetivando estabelecer algumas ligações entre as categorias e, principalmente, trazendo algumas questões para debate.

Código: INFO-06

Título: O design e a representabilidade dos signos dentro da world wide web

Autores: DE CAMPOS, Jorge L., DA SILVA, Wallace V.

Ano: 2008

Resumo: O presente escrito discute as seguintes questões e idéias: 1) Há uma linguagem que seja característica da world wide web?; 2) Existe uma estética própria na world wide web? 3) A dicotomia, divergência ou ambigüidade nos signos da world wide web; 4) O caráter simbólico e literal dessas imagens. Apesar de a internet ser uma mídia recente, as questões envolvendo a imagem não são tão novas assim, remontando à litografia (des-re-construção da imagem) e à semiótica (caráter simbólico da informação). A própria internet enquanto ‘nova mídia’ é posta em questão, enquanto se estende o alcance da ‘discussão da imagem’ a todas as mídias existentes (incluindo a internet).

Código: INFO-07

Título: Design da informação em bulas de medicamento: análise e classificação da estrutura e apresentação gráfica de seu conteúdo textual

Autores: FUJITA, Patricia Lopes; SPINILLO, Carla Galvão

Ano: 2008

Resumo: Este artigo aborda a bula de medicamento na perspectiva do design da informação. São apresentadas referências teóricas que ratificam a bula como um documento essencial no uso de medicamentos e a necessidade de sua investigação. Foram também abordados os referenciais teóricos sobre a estrutura textual da bula de medicamento em relação à apresentação gráfica de seu conteúdo. Quanto à estrutura, apresentam-se as funções textuais da bula denominadas por Marshall (1984) e sua classificação superestrutural, de acordo com Van Dijk (1992). Sobre a apresentação gráfica, são apresentados e analisados os aspectos gráficos e deficiências de ordem gráfico-informacional do conteúdo que dificultam a leitura e compreensão das bulas de medicamentos.

Código: INFO-08

Título: Em busca de uma classificação para os letreiramentos populares

Autores: FINIZOLA, Fátima; COUTINHO, Solange G.

Ano: 2009

Resumo: A diversidade da paisagem tipográfica dos centros urbanos nos proporciona uma série de experiências visuais e informacionais. Nesse universo, encon-

tramos o trabalho manual dos letristas populares, que resiste ao tempo, apesar das intensas inovações tecnológicas na área da comunicação visual e torna-se um valioso objeto de estudo como forma de expressão da cultura material de um povo e parte constituinte da história do design brasileiro informal. Desta forma, este artigo procura registrar a diversidade do trabalho dos letristas populares, assim como investigar as influências estéticas dos mesmos, a fim de compreender melhor o imaginário popular aproximando-o da prática profissional do design. Para isso, apresentamos o processo de construção de uma classificação tipológica para os letreiramentos populares, que procurou sistematizar a produção destes artefatos de acordo com três aspectos: autoria, forma de representação visual da linguagem verbal e atributos formais. Como resultado, apresentamos seis categorias iniciais de letreiramentos oriundos da análise e observação de 50 artefatos.

Código: INFO-09

Título: Proposição de um modelo analítico da tipografia com abordagem semiótica

Autores: BRISOLARA, Daniela Velleda

Ano: 2009

Resumo: Este artigo apresenta a estruturação de um modelo analítico da tipografia – resultado de pesquisa de mestrado – fundamentada em sólidas bases teóricas concernentes ao design da informação, tipografia e semiótica. Defende-se, aqui, o caráter fundamentalmente visual do texto (iconicidade da tipografia), passível de ‘leitura’ antes mesmo do conteúdo verbal. Pretende-se, com este enfoque, atentar para a questão do desenvolvimento de um alfabetismo visual e para o fato de que a configuração (visual e gráfica) da cultura material é produzida tanto pela atuação do design como também pelas contribuições involuntárias de sujeitos não-experts. Acredita-se que tais ‘produções tipográficas’ tenham muito a dizer sobre o ambiente sócio-cultural do qual fazem parte, e que, por isso mesmo, possam fornecer informações importantes à pragmática do design. Deste modo, propõe-se, considerando-se aspectos tipográficos e semióticos, um modelo de análise tipográfica, para ser utilizado em investigações posteriores sobre a tipografia produzida por sujeitos não-experts. O modelo visa descrever semioticamente a tipografia, considerando seus atributos enquanto signo em si, enquanto signo que faz referência a alguma outra coisa e enquanto signo inserido e atuante num determinado

contexto. Esta abordagem objetiva apontar os possíveis caminhos pelos quais se dão as escolhas dos sujeitos por uma determinada tipografia (typeface) e por uma determinada estrutura tipográfica.

Código: INFO-10

Título: Pesquisas de opinião e preferência sobre tipografia para crianças

Autores: RUMJANEK, Letícia; LESSA Washington Dias

Ano: 2010

Resumo: Considerando pesquisas de legibilidade com crianças leitoras iniciantes, além da avaliação de parâmetros objetivos relacionados ao desempenho de leitura, alguns autores procuram ouvir a opinião e a preferência dos participantes quanto às opções tipográficas utilizadas na pesquisa. Esta iniciativa, que pode ser realizada tanto com as próprias crianças quanto com professores alfabetizadores, busca, muitas vezes, gerar dados que subsidiem a seleção de parâmetros a serem considerados em um teste de desempenho de leitura. A investigação de fatores subjetivos, como a opinião de leitores, pode levantar novas questões a serem abordadas em pesquisas sobre o tema, assim como a uma compreensão mais abrangente da prática da leitura.

Código: INFO-11

Título: Quatro princípios ópticos para a construção de glifos: estabilidade, obstrução, densidade e demarcação

Autores: DA SILVA, Sérgio Luciano; SILVA, Sérgio Antônio Silva

Ano: 2010

Resumo: O presente artigo tem por objetivo apresentar algumas particularidades da percepção visual humana, assim como possíveis estratégias de construção de glifos que burlam os efeitos ópticos indesejáveis, no design de faces de tipos. A análise se apóia, principalmente, nos estudos realizados por Peter Karow e Karen Cheng sobre ilusão de óptica aplicada à tipografia e nas interpretações que Walter Tracy e Victor Gaultney oferecem sobre os conceitos de legibilidade e leiturabilidade. A partir disso, uma exposição textual e ilustrada de alguns fenômenos ópticos conhecidos serve de base para o que consideramos a contribuição deste trabalho para o design de faces de tipo: a elaboração de quatro princípios (estabilidade, obstrução, densidade e demarcação) e a organização de conceitos, com a finalida-

de de propor critérios de correção e ajuste na forma dos glifos.

Código: INFO-12

Título: Design de interface gráfica: interpretação semiótica na composição dos elementos

Autores: OBREGON, Rosane de F. A.; ULBRICHT, Tarcisio Vanzin, Vânia R.

Ano: 2010

Resumo: Este artigo apresenta uma análise da página inicial da interface gráfica do Ambiente Virtual de Aprendizagem em Arquitetura e Design – AVA_AD, da Universidade Federal de Santa Catarina. Para tanto, apóia-se na Teoria Geral dos Signos proposta por Charles Sanders Peirce. Inicialmente, o texto apresenta a fundamentação teórica. Em seguida, apresenta a descrição do objeto em análise. Por fim, os elementos representativos da interface são interpretados de acordo com a teoria estudada, discutindo-se, inclusive, as correlações entre a composição gráfica e os conceitos de signo na perspectiva peirceana.

Código: INFO-13

Título: Contribuição metodológica em design de sinalização

Autores: CARDOSO, Eduardo; SCHERER, Fabiano de Vargas; TEIXEIRA, Fábio Gonçalves; DA SILVA, Régio Pierre; DA SILVA, Tânia Luisa Koltermann

Ano: 2011

Resumo: O presente artigo tem como objetivo apresentar a pesquisa sobre metodologia em design de sinalização realizada pelo Núcleo de Design Gráfico Ambiental - NDGA da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Pretende-se assim expor as metodologias utilizadas por autores relevantes nesta área como referência para a análise comparativa e posterior contribuição metodológica.

Código: INFO-14

Título: Leitura e análise da comunicação visual no espaço urbano

Autores: BUSTOS, Carolina; SCHERER, Fabiano de Vargas; BARKOS, Fernando

Ano: 2011

Resumo: Estudo da comunicação visual urbana, observando o conceito de polui-

ção visual e de diferentes definições da mesma. Pesquisa multidisciplinar da relação entre o espaço urbano e a inserção de elementos de comunicação, através da análise da percepção visual ambiental, do design emocional e do design universal. Dentro do campo do design, estabelece relações entre comunicação urbana e usuário.

Código: INFO-15

Título: Investigando a compreensão de representações diagramáticas utilizadas em análise da tarefa: um estudo comparativo entre modelagem hierárquica e sequencial

Autores: PADOVANI, Stephania; SMYTHE, Kelli Cristine Assis da Silva

Ano: 2011

Resumo: O presente estudo tem como objetivo verificar a facilidade de produção e compreensão de representações diagramáticas empregadas pelos métodos de análise da tarefa por estudantes de design. Visando atingir tal propósito, realizou-se um levantamento de representações gráficas de decomposição de tarefa na literatura especializada, seguido de estudo experimental comparando duas formas de decomposição específicas: diagrama hierárquico e diagrama sequencial de decomposição da tarefa. Os resultados demonstraram que a maioria dos participantes preferiu o diagrama sequencial em praticamente todos os critérios de avaliação empregados. Entretanto, os participantes concluíram que ambos os diagramas seriam úteis durante a análise da tarefa, sendo que a escolha do diagrama dependeria do desdobramento desejado pelo analista após a decomposição da tarefa.

Código: INFO-16

Título: Um mapeamento de estudos de cores frente ao Modelo SENS|ORG|INT de percepção visual de modo a identificar princípios cromáticos que tendem a ser generalizáveis aos seres humanos

Autores: CSILLAG, Paula

Ano: 2011

Resumo: Este artigo discute teorias existentes sobre cor e como estas relacionam-se com o modelo de percepção visual SENS|ORG|INT, que pode ser usado no design. O intuito principal deste modelo é diferenciar conceitos e princípios de design e linguagem visual que tendem a ser generalizáveis a todos os seres huma-

nos com visão normal, daqueles conceitos e princípios que não tendem. Estes últimos são culturais, aprendidos ou interpretados de alguma forma pelo observador. Além deste, há um outro motivo para a elaboração deste modelo que é a intenção de unificar a interdisciplinaridade do estudo da percepção. Encontram-se estudos sobre percepção visual advindos de diferentes disciplinas como, psicologia, neurologia, design e artes. Com esta estrutura, agora aplicada a cor, profissionais que lidam com imagética podem diferenciar conceitos relacionados à sintaxe da linguagem cromática válidos como “leis”, daqueles conceitos que não podem ser generalizados a todos os seres humanos.

Código: INFO-17

Título: A linguagem gráfica efêmera e o design no ensino fundamental brasileiro

Autores: CADENA, Renata A.; Solange G. Coutinho, Maria Teresa Lopes

Ano: 2011

Resumo: Este artigo descreve um estudo acerca das mensagens gráficas realizadas por professores do ensino fundamental na lousa – denominada por Cadena (2010) de Linguagem Gráfica Efêmera (LGEf) –, sua metodologia, parâmetros de análises e resultados. Em seguida, como desdobramento desta e de outras pesquisas integrantes do projeto Ensina Design, discute a importância da inserção de conhecimentos de Design Gráfico e da Informação na formação de professores.

Código: INFO-18

Título: A linguagem gráfica em artefatos educacionais gerados com ferramentas de TIC

Autores: CADENA, Renata A.; COUTINHO, Solange G.; ANDRADE, Bruna

Ano: 2012

Resumo: Este artigo apresenta resultados da investigação intitulada ‘Análise dos artefatos gráficos elaborados com ferramentas de TIC no Ensino Fundamental Brasileiro’. De caráter exploratório, esta pesquisa foi realizada em turmas do terceiro e do oitavo ano do Ensino Fundamental de quatro escolas recifenses. Por meio de observação; entrevistas com professores e outros funcionários; e de análise gráfica utilizando o esquema de Twyman (1979, 2002) e de pesquisas em legibilidade tipográfica (Tinker, 1959, 1965; Walker, 2001, 2005), o estudo procurou investigar a produção e uso dos artefatos gráficos impressos na escola. Os resulta-

dos apontam para a atuação dos docentes a partir de conhecimentos empíricos, com restrições quanto ao uso da linguagem gráfica, todavia alinhados a algumas recomendações tipográficas para os artefatos voltados ao público infantil.

Código: INFO-19

Título: Infografia: Conceito e Prática

Autores: CARVALHO, Juliana; ARAGÃO, Isabella

Ano: 2012

Resumo: O designer gráfico tem o desafio de desenvolver artefatos capazes de transmitir diferentes tipos de informações. São periódicos, cartazes, identidades visuais, embalagens e, entre tantos outros, infográficos. A infografia foi escolhida como foco deste trabalho, que faz um levantamento bibliográfico sobre os aspectos fundamentais da infografia e do design, relacionando-os a partir da possibilidade de tratar o infográfico como um artefato de design, configurado através da linguagem visual. Propõe-se, ainda, a indicar uma maneira de produzir infográficos, a partir da prática de profissionais contemporâneos.

Código: INFO-20

Título: A imagem como veículo de acesso à informação em objetos de aprendizagem para deficientes visuais

Autores: ADAM, Dominique Leite; DE MACEDO, Claudia Mara Scudelari

Ano: 2013

Resumo: A acessibilidade em objetos de aprendizagem para pessoas com deficiência visual pode ser atingida por intermédio de tecnologias assistivas como a audiodescrição, porém até que ponto as imagens podem ser descritas mantendo sua essência e facilitando a aquisição da informação? O objetivo desse artigo é analisar quatro imagens estáticas pertencentes a objetos de aprendizagem de Ciências Naturais do Ensino Fundamental comparando com a análise de quatro imagens hápticas correspondentes, abordando as características gráficas de uma imagem de acordo com as variáveis gráficas de Bertin (1986) associando com os elementos morfológicos primitivos (HORN, 1998) e com as diretrizes de criação de objetos de aprendizagem acessíveis, com foco em imagens estáticas propostos por Macedo (2010), com a intenção de relatar a acessibilidade de imagens estáticas presentes em objetos de aprendizagem digitais para de ensino para pessoas com

deficiência visual. Com esta análise foi possível observar que as imagens estáticas analisadas pertencentes Portal do Professor - MEC não possuem elementos gráficos com características acessíveis, e as imagens hápticas do TGIL - Tactile Graphic Image Library apesar de conterem elementos acessíveis, a relação entre texto e elementos gráficos mostrou-se ineficiente.

Código: INFO-21

Título: Proposta de metodologia de testes para avaliar a percepção visual e a preferência subjetiva de crianças surdas

Autores: BUENO, Juliana; DE MENDONÇA, André Luiz Alencar; GARCÍA, Laura Sánchez

Ano: 2013

Resumo: O emprego de testes com crianças surdas para avaliar características visuais é o ponto central desta pesquisa. É proposta uma metodologia de teste enfocando aspectos da percepção visual e preferência subjetiva para cor deste público. Tal metodologia tem por objetivo medir quais variáveis visuais influenciam de modo positivo na realização de tarefas em materiais didáticos utilizados para a aprendizagem em contexto ensino bilíngue de surdos. Os testes são descritos em detalhes, a fim de serem replicáveis em outras escolas e foram validados em um estudo de caso que gerou algumas discussões de ordem qualitativa.

Código: INFO-22

Título: Análise de elementos visuais em jogos digitais: a função da navegação, instrução e comunicação em dispositivos portáteis

Autores: FARIAS, Bruno S. S.; TEIXEIRA, Mário Meireles

Ano: 2013

Resumo: Apresenta-se uma ferramenta de análise de elementos gráficos e estratégias de estruturação da informação nos jogos digitais em dispositivos portáteis. O objetivo desta ferramenta é verificar a ocorrência desses elementos quando empregadas nas funções interativas. Para tal, recorreu-se a pesquisa bibliográfica para determinar os tipos de elementos gráficos e as estratégias para estruturação da informação e realizou-se um teste piloto com sete jogos mediante pesquisa descritiva com abordagem qualitativa através do método indutivo de observação sistemática com registros fotográficos para mensurar os tipos de elementos gráfi-

cos mais utilizados nas funções interativas. Conclusões iniciais apontam possíveis vantagens para estratégias de na-vegação que valorizam deslocamento virtual e instruções contextualizadas, entre outras.

Código: INFO-23

Título: Cor e Infográfico: O Design da Informação no livro didático

Autores: QUATTRER, Milena; GOUVEIA, Anna Paula Silva

Ano: 2013

Resumo: Este artigo é parte da pesquisa de Mestrado em Artes Visuais, que teve como objetivo compreender o quanto a relação entre a cor e os outros elementos do infográfico interfere no processo de transmissão da informação e como os infográficos, publicados em jornais e revistas, contribuem para o aprimoramento daqueles destinados aos livros didáticos. Objetiva-se, neste artigo, apresentar as reflexões geradas a partir de: iniciativas de projetos realizados com os alunos do Ensino Fundamental; análises de infográficos publicados em livros didáticos e daqueles publicados em jornais e revistas e premiados no Malofiej; entrevistas realizadas com professores do Ensino Fundamental e membro do júri do Malofiej. Tais reflexões forneceram apontamentos importantes sobre o que pode ser aproveitado dos infográficos premiados para o aprimoramento dos que são destinados aos livros didáticos, em especial no uso da cor, e demonstraram como é importante proporcionar situações de ensino-aprendizagem, nas quais o aluno tenha a oportunidade de se apropriar dos códigos visuais e, conseqüentemente, ampliar sua cultura visual.

Código: INFO-24

Apêndice 3

Análise dos verbos e relações de poder

Usuário(s)

Agente(s): 41 casos

[...] erros ocorrem devido à dificuldade do usuário em distinguir precisamente entre várias alternativas similares[...] (INFO-05, p40)

[...] testes e entrevistas com usuários utilizando o mapa [...] os resultados obtidos pelos usuários [...] (INFO-05, p39)

Cores diferenciadas também geraram opiniões diferentes dos usuários [...] (INFO-05, p42)

[...] o usuário, ao invés de necessitar recordar uma senha, teria que reconhecer uma imagem [...] (INFO-05, p42)

[...] a cada acesso o mapa sinaliza o local onde o usuário se encontra com a legenda “você está aqui”. (INFO-05, p44)

[...] uma tarefa que envolvesse [...] os tipos de tarefas informacionais realizadas por usuários [...] (INFO-05, p45)

Os usuários que utilizaram o mapa [...] mostraram-se mais rápidos [...] (INFO-05, p45)

[...] observa-se também um aumento significativo na precisão da tarefa pelos usuários desse mapa, ao contrário dos que utilizaram o mapa com diferenciação por imagens (INFO-05, p45)

[...] os usuários não conseguiram realmente desenvolver algum conhecimento [...] (INFO-05, p46)

[...] a maior parte dos usuários disse dificultar muito [...], mesmo esse dado não se observando nas respostas dos usuários do mapa sem diferenciação, que disseram ter tido pouca dificuldade [...] (INFO-05, p46)

[...] dificuldade pelos usuários na busca primária para encontrar as telas-chave, não houve muita dificuldade para reencontrá-las [...] (INFO-05, p46)

[...] os usuários responderam que ajudou muito[...] (INFO-05, p47)

Alguns usuários [...] afirmaram que o uso de cores de fundo nas telas do mapa ajuda a evitar a confusão de telas, enquanto o mesmo numero de entrevistados respondeu que o uso da cor não auxiliou em nada. (INFO-05, p47)

Os usuários do mapa sem diferenciação e com diferenciação cromática foram favoráveis ao uso de imagens nas telas do mapa como elemento facilitador de diferenciação [...] (INFO-05, p48)

Ao serem questionados sobre o auxílio do uso de cores de fundo nos links do mapa, os usuários do mapa com diferenciação cromática, responderam que essa técnica ajuda [...] (INFO-05, p48)

[...] a maneira como o objeto é visto pelo usuário. (INFO-07, p17)

[...] também configuram espaços a serem lidos, agindo como produtores de informação, e não só como usuários-receptores. (INFO-10, p31)

Esses sujeitos (público-alvo, usuário, receptor da informação, dentre outras designações) também são, assim como o design (e os ‘designers profissionais’), reflexo e refletores da cultura onde se inserem. (INFO-10, p39)

[...] além de tornar-se um receptor/usuário (e também um possível ‘cliente’) mais consciente e familiarizado com o universo do design e sua importância. (INFO-10, p39)

[...] a expressão “arq & design” e a sigla “AVA_AD” não são comumente conhecidas e só podem ser devidamente compreendidas por leitores ou usuários que foram previamente informados de suas significações. (INFO-13, p27)

No âmbito da “primeiridade”, destaca-se a sensação, onde a impressão do todo predomina sobre as partes e, o usuário não discrimina atentamente os seus elementos componentes. (INFO-13, p29)

Todavia, por ser um espaço interativo, quando a página inicial é percebida e acessada por meio de um computador ligado à internet, a interface em estudo possibilita que o usuários obtenha as informações complementares que são necessárias, por meio de caixas de texto com conteúdo explicativo. (INFO-13, p29)

Os usuários acostumados ao relacionamento com interfaces gráfico-interativas, por meio de computadores ligados à internet, irão reconhecer a plataforma “Windows Vista” e os ícones de programas conhecidos, comumente associados à dinâmica desse tipo de plataforma. (INFO-13, p30)

[...] letreiros de identificação dos estabelecimentos comerciais sempre solicitados pelo olhar do usuário para localizar-se. (INFO-15, p4)

[...] usuários preferem produtos (espaços) que refletem as suas próprias características de personalidade. (INFO-15, p5)

O usuário solicita pessoalmente, sem espaço para expressar-se, ações que o instiguem, surpreendam, identifiquem e valorizem. (INFO-15, p7)

Este método é empregado nos estágios iniciais do processo de design para entender a tarefa a ser executada pelos usuários do sistema, além de seus requisitos funcionais e informacionais. (INFO-16, p26)

Cumpra ressaltar que em vários dos estágios relatados anteriormente podem e devem ocorrer interações, ou seja, o analista deve entrar em contato novamente com o usuário que relatou ou demonstrou a realização da tarefa para conferir se a representação gráfica é fiel à realidade. (INFO-16, p29)

[...] sugerimos que a linguagem gráfica, apreendida no contexto escolar, encontra-se encoberta, ou seja, é utilizada sem consciência de suas possibilidades práticas e teóricas por parte de seus usuários. (p10)

[...] onde os usuários manipulam o dispositivo háptico [...] (INFO-21, p178)

Cada função relaciona-se com o nível de envolvimento que o usuário tem com o jogo. (INFO-23, p250)

[...] o usuário poderá pausar, retroceder, repetir a tarefa ou a instrução. (INFO-23, p252)

À medida que os usuários se deslocam e aprendem a utilizar os componentes do jogo é necessário informar as mudanças de estado [...] (INFO-23, p252)

[...] quanto mais visíveis forem às funções mais os usuários saberão como proceder. (INFO-23, p252)

A arbitrária ocorre quando o usuário digita linhas de comando para acionar as funções. (INFO-23, p253)

[...] quando o usuário controla o conteúdo e a estrutura da informação. (INFO-23, p253)

[...] quando o usuário controla a sequência, o ritmo e o estilo. (INFO-23, p253)

[...] quando o usuário tem pouco controle sobre a estrutura e do conteúdo. (p254)

[...] um relacionamento entre o usuário e o sistema interativo, no qual [...] um assume o controle da tarefa. (INFO-23, p254)

[...] o usuário móvel divide a atenção com outros dispositivos, tarefas e ambientes. (INFO-23, p255)

[...] o usuário é experiente ou não [...] (INFO-23, p256)

Paciente(s): 51 casos

A principal particularidade desses nós é o fato de proporcionarem acesso [...] ao usuário, permitindo que o mesmo escolha [...] (INFO-05, p39)

Os mapas de navegação fornecem [...] sem constranger a liberdade de navegação dos usuários [...] (INFO-05, p39)

[...] essas ferramentas podem mostrar aos usuários [...] (INFO-05, p39)

[...] mapas de navegação melhoram o mapeamento [...] e minimizam a desorientação [...] além de auxiliar o usuário [...] (INFO-05, p40)

[...] um tecido que enreda [...] o usuário [...] (INFO-01, p14)

[...] técnicas de diferenciação como uma das formas de se transmitir informação contextual ao usuário, [...] minimizando a desorientação dos usuários. (INFO-05, p40-41)

[...] cores “captam o olhar” do usuário mais rapidamente [...] (INFO-05, p41)

[...] o uso de imagens [...] proporcionou [...] uma atitude mais positiva dos usuários [...] (INFO-05, p42)

[...] a falta de diferenciação prejudica o reencontro das telas-chave pelos usuários. (INFO-05, p46)

[...] uma mercadoria é uma peça inserida em toda uma rede de associações e atividades que geram tanto a imagem quanto a autoimagem do consumidor-usuário. (INFO-17, p13)

Sendo assim, os objetos também fariam e usariam seus criadores e usuários na manutenção do sistema do status e do sistema (de diferenciação social) em si. (INFO-17, p16)

[...] passou-se a contemplar a intervenção direta do usuário no processo de fabricação. (INFO-17, p17)

[...] mau uso de medicamentos, comprometendo o bem-estar e até acarretando sérias consequências na saúde do paciente/usuário (FUJITA & SPINILLO, 2006).

Dependendo do tipo de documento, põe-se em risco a vida do usuário, como é o caso de informações na área de saúde direcionadas à pacientes/usuários. (INFO-08, p2)

[...] um conteúdo informacional direcionado às necessidades informacionais do paciente como usuário final. (INFO-08, p3)

[...] considerações sobre o conteúdo informacional da bula, focando sobre a estrutura e apresentação gráfica (de acordo com as normas da ANVISA) em relação a seu autor (fabricante) e leitor (paciente/usuário). (INFO-08, p10)

[...] visando otimizar o processo de aquisição da informação pelo usuário [...] (INFO-10, p30)

[...] é necessário que o designer entenda [...] que tipo de experiência irá gerar nos usuários [...] (INFO-10, p30)

[...] o designer deve também conhecer e entender o contexto sociocultural no qual a informação será processada e no qual está inserido o usuário (sujeito receptor) dessa informação. (INFO-10, p30)

Da mesma forma, a linguagem de interface consiste na composição de elementos de design, visando a comunicação com usuário. (INFO-13, p24)

[...] os signos da interface buscam oferecer ao usuário uma relação amigável [...] (INFO-13, p24)

Uma interface digital, por suas características multimídia e hipermídia afeta diferentes sentidos do usuário e promovem diversas ações [...] (INFO-13, p29)

Em um segundo momento, aparece na mente do usuário uma mancha luminosa e predominantemente azul e branca, suscitando sensações mais dinâmicas e espaciais na parte central da imagem. (INFO-13, p29)

A decodificação das expressões linguísticas que identificam a interface e a associação do conjunto de formas estreladas com uma rede de neurônios requerem do usuário algum conhecimento prévio sobre a interface. (INFO-13, p29)

Assim, a expressão visual ou imagem gráfica da primeira página da interface AVA_AD foi descrita e interpretada, como representação ou signo da própria interface, no processo de comunicação com o espectador/leitor/usuários. (INFO-13, p30)

No entanto, aparece um conjunto de promessas capazes de estimular a curiosidade do usuário comum. (INFO-13, p30)

[...] mesmo o usuário acostumado com plataformas hipermídia, pode não dominar os códigos específicos dos ambientes virtuais de aprendizagem (AVA). (INFO-13, p30)

Talvez, isso aguce a curiosidade do usuário, fazendo-o interagir na página com o cursor do mouse. (INFO-13, p30)

Esta, simplificada, busca fornecer a informação necessária ao usuário de um determinado espaço. (INFO-14, p10)

Produto de design utilizado para orientar, informar e guiar os usuários. (INFO-14, p11)

Dentro do campo do design, estabelece relações entre comunicação urbana e usuário. (INFO-15, p1)

Não há uma identificação e sinalização que situe o usuário em um ponto específico [...] (INFO-15, p3)

Esta atribuição busca vincular qualidades estéticas dos produtos às personalidades de seus usuários. (p5)

Há uma sobreposição de camadas físicas e de percepção, que geram uma referência vaga nos usuários. (INFO-15, p6)

Estes marcos são tanto arquitetônicos como de sinalização e espaço de comunicação comercial (mídias outdoor) e todos apresentam fortes valores comunicacionais para os usuários. (INFO-15, p6)

[...] a experiência é descrita como "cinza e sem alegria" no momento em que não há nenhum recurso capaz de promover o acolhimento do usuário que nesse caso torna-se um passante sem vínculo. (INFO-15, p6)

Frente à inadequação constatada, percebe-se entre os usuários a expectativa de uma ocupação do Poder Público e da Sociedade Civil do espaço urbano. (INFO-15, p6)

Há ainda um quarto poder possível de ser identificado no usuário, que atua de forma distinta, na aceitação ou rejeição dos elementos oferecidos ou impostos. (INFO-15, p7)

Então os agentes estão surdos às impressões, vontades e necessidades dos usuários e de também de outros agentes. (INFO-15, p7)

O uso mais adequado da Comunicação no Espaço Urbano deve prever intervenções sistemáticas, delineadas em planos de ação que sejam identificáveis ao usuário (público alvo), com desdobramentos e coerência. (INFO-15, p7)

[...] para que a mensagem transmitida seja otimizada, sistematizada e direcionada para satisfazer o seu usuário, num determinado contexto [...] (INFO-15, p10)

Usuários: Para quem é destinado o infográfico? (p176)

[...] e têm-se mostrado ser muito eficiente para produzir representações gráficas acessíveis para usuários cegos. (INFO-21, p178)

[...] Isso a torna inacessível para usuários cegos. (INFO-21, p185)

Isso facilita a compreensão do usuário deficiente visual [...] (INFO-21, p185)

A LS será adquirida pela criança surda na medida em que ela puder interagir com usuários desta língua. (INFO-21, p208)

Combinação dos modos verbais e pictóricos que favorecem a compreensão e eficácia para usuários inexperientes. (INFO-22, p247)

O emprego dos registros visuais relaciona-se as sinalizações do ambiente informando a posição relativa do usuário, onde ele deve ir, onde está o objetivo desejado, advertindo-o sobre ações ou situações que precisam de atenção. (INFO-22, p250)

As SPA envolvem a manipulação do dispositivo e a interação entre a informação e a realização da tarefa, alternando assim a atenção do usuário entre o jogo e a instrução.

A instrução contextualizada [...] talvez seja a estratégia mais eficiente para ensinar ao usuário inexperiente [...] (INFO-22, p256)

[...] os jogos que utilizam controle gestual não empregam elementos visuais nos controles, podendo ter um forte impacto na carga cognitiva do usuário. (INFO-22, p256)

[...] os elementos visuais tendem a empregar qualidades gráficas a fim de reduzir o esforço cognitivo de usuários. (INFO-22, p258)

Agente(s) e paciente(s): 19 casos

[...] diferenciar tipos de nós de informação ou áreas do hipertexto auxiliaria os usuários a estabelecer e reconhecer pontos de referência [...]

[Sistema] ser utilizado [...] pela gama de usuários aos quais ele se destina [...] (p39)

[...] a usabilidade de um sistema pode ser definida como a possibilidade do sistema ser utilizado facilmente e eficazmente pela gama de usuários aos quais ele se destina na realização de determinadas tarefas dentro de contextos específicos. (p40)

O uso da cor influenciou o progresso dos usuários [...] o quão alerta se mantiveram [...] (p42)

[...] ao invés de exigir que o usuário a memorize, o usuário pode liberar parte dos recursos da memória para envolvê-los em outros processos, como relacionar e integrar informações. (p42)

[...] o usuário deveria encontrar 5 telas contendo informações chave, em seguida dirigir-se a uma tela [...] (p45)

[...] o usuário deveria informar o nome das 5 telas-chave [...] e retornar às mesmas a partir desse ponto do hipertexto. (p45)

Este procedimento foi adotado para evitar que, ao realizar a tarefa sabendo que deveria desenhar o mapa do site, o usuário desenvolvesse algum mecanismo de memorização dessa estrutura, ao invés de simplesmente realizar a tarefa de busca de informação naturalmente. (p45)

Quando perguntados [...], os usuários [...] responderam que facilita os processos de orientação [...] (p48)

Porém, as necessidades informacionais dos pacientes/usuários podem diferir dos profissionais da saúde/usuários. (p2)

[...] as informações essenciais que podem ser usadas pelo usuário em um determinado contexto, distribuir essas informações em cartões e propor para os usuários que organizem esses dados conforme seu entendimento. (p22)

As expressões [...] representam promessas que incentivam o usuário a deslocar o cursor do mouse sobre a tela em busca de “links” [...] (p30)

[...] utiliza-se da aplicação dos recursos da sinalização para orientar e auxiliar os usuários a chegarem em determinado destino com segurança, tornando a experiência dos mesmos agradável. (p11)

Analistas mais experientes costumam optar por produzir rascunhos [...] enquanto ouvem o depoimento do usuário ou o observam realizando a tarefa[...] (p29)

[...] é proporcionar ao designer a possibilidade de controlar aquilo que os usuários do produto veem, ao observar determinada composição visual, no exato momento em que a observam. (p210)

É comum para muitos jogos permitir que o usuário possa acessar pelo menu a instrução a fim de eliminar dúvidas ou relembrar algum aspecto esquecido. (p252)

[...] está associado ao retorno da informação a respeito da ação realizada, permi-tindo, ou não, o usuário continuar a ação. (p253)

[...] limitações que os usuários podem se deparar em um determinado momento, desta forma, termina por orientar o usuário a tomar a decisão correta, ou no caso dos jogos, elevar o nível de dificuldade. (p253)

[...] o usuário precisa indicar qual botão deseja acionar. (p253)

Não participante(s): 56 casos

Os resultados demonstraram benefícios da aplicação de técnicas gráficas de diferenciação tanto na performance quanto na satisfação dos usuários. (p39)

Visando estudar a influência das técnicas de diferenciação gráfica na usabilidade dos mapas de navegação, este artigo resume os resultados de três fases experimentais, onde foram testadas três diferentes versões do mapa de navegação, com sessenta usuários. (p39)

Cabe investigar, portanto, os efeitos das características dos mapas sobre a navegação dos usuários. (p40)

Verificamos a influência da aplicação dessas formas de diferenciação sobre a performance de busca de informações dos usuários, desenvolvimento de mapas cognitivos e satisfação com o mapa utilizado durante a tarefa. (p40)

No caso específico dos mapas de navegação, como essa ferramenta representa a estrutura do hipertexto, a facilidade de utilização dessa ferramenta e o entendimento da estrutura pelo usuário estarão intrinsecamente ligados à forma como a estrutura é representada no mapa. (p40)

Essa representação pode ser diferenciada em vários aspectos: tipo de representação (e.g., árvore hierárquica, rede, lista); semântica da representação (e.g., abstrata, metafórica); modalidade de representação (e.g., textual, pictórica) nível de detalhamento da representação (e.g., quantidade de nós e ligações representadas); atualização da representação (e.g., sinalização de áreas já visitadas e indicação da posição corrente do usuário); tamanho da representação; diferenciação entre os elementos e grupamentos representados. (p40)

Pesquisas anteriores sugerem a utilização de técnicas gráficas de diferenciação para melhorar a interação usuário-sistema e a performance resultante. (p40)

Necessita-se de pesquisas empíricas que verifiquem as reais implicações da aplicação da diferenciação nos mapas de navegação sobre a performance e a satisfação de seus usuários. (p41)

O uso da cor influenciou ainda a preferência dos usuários e a qualidade percebida do display. (p41-42)

Wolfson e Case (2000) investigaram os efeitos de cores e sons sobre o nível de atenção, percepção e performance de usuários de jogos computadorizados, sendo diferentes cores aplicadas ao fundo do jogo. (p42)

Pesquisas empíricas têm investigado os benefícios que o uso de imagens pode trazer para a performance e a satisfação dos usuários [...] (p42)

Nesta seção apresentamos os resultados do questionário e do registro de navegação dos usuários pelo sistema hipertextual. (p45)

Benefícios foram verificados entre os usuários do mapa com diferenciação cromática, destacando-se entre eles a redução no tempo de busca e na quantidade de telas visitadas para completar a tarefa informacional proposta. (p45)

Este projeto teve como objetivo verificar a influência da utilização de mapas com técnicas de diferenciação nos aspectos relacionados à performance de navegação, eficácia na realização de tarefas e orientação por usuários de hipertextos, realizando tarefas de sondagem e busca de informações específicas. (p48)

[...] a ambigüidade das relações do homem consiste no fato de que este “não é apenas um homo sapiens ou um homo ludens, mas também um homo faber, simultaneamente, ‘fazedor’ e usuário de objetos. (INFO-07, p16)

Quando o artesão estava próximo do usuário no período pré-industrial, os aspectos simbólicos – além do uso – fundiam-se no próprio uso. (INFO-07, p17)

Aqui a idéia central reside no deslocamento da atenção do autor para o receptor, do texto para a recepção, do fabricante para o usuário e do produto para o uso. (INFO-07, p17)

[...] que as tornam um documento de considerável complexidade lingüística e gráfica para os pacientes/usuários com pouca ou nenhuma experiência de leitura sobre este tipo de conteúdo. (INFO-15, p1-2)

Bula de medicamento contém informações que são de interesse a dois tipos de usuários: profissionais da saúde e pacientes. (INFO-15, p2)

Nas questões pragmáticas implicam-se, então, aspectos concernentes à cultura, grau de alfabetismo visual e características dos sujeitos/usuários, usabilidade, emoção e processamento da informação (percepção, compreensão, crenças e atitudes, motivação, etc.), dentre outros. (p32)

[...] seus autores buscam entender quais composições tipográficas e desenhos de letras acarretam o aumento do desempenho de leitura, tendo em vista a otimização do processo de aquisição da informação pelo usuário (SBDI, 2006). (p22)

A interface cria a identidade visual do sistema ou produto digital, sendo considerada como um conjunto de elementos que apresentam a organização das informações e as ações do usuário. (p23-24)

O contato e a interação do usuário com uma interface digital requer e, também, promove o desenvolvimento de processos cognitivos de aprendizagem. (p24)

Isso importa aos designers e a outros profissionais envolvidos na composição de ambientes virtuais de comunicação e aprendizagem, porque amplia suas possibilidades de projeção quanto à significação da interface e sua comunicação interativa com o usuário. (p24)

A aparição da imagem e da significação da página da interface na mente usuário-intérprete acontece de forma interativa entre as três categorias, a “primeiridade”, a “secundidade” e a “terceiridade”. (p29)

Esse sentido é reforçado pelo convite proposto na frase “Acesse o AVA_AD”, sobre o retângulo azul um pouco acima da localização dos espaços destinados à inserção dos dados “usuário” e “senha”. (p29)

A composição da página apresenta-se como um enigma, que deve ser descoberto por meio da interação com o usuário. (p30)

As avaliações consideram não só a aprovação pelo cliente, mas também pelos usuários e arquiteto responsável pelo projeto. (INFO-14, p16)

A avaliação final do projeto implantado (cliente e usuários) e aprovação pelo cliente implicam também em feedback final. (INFO-14, p18)

Smitshuijzen (2007) destaca ainda que o objetivo do projeto de um sistema de sinalização é criar as melhores condições para “navegação” e orientabilidade para o usuário. (INFO-14, p20)

Estas diferenças dizem respeito à escala e, conseqüentemente, as dimensões (implicadas do entorno arquitetônico), a orientação do usuário e a intencionalidade comunicativa. (INFO-14, p22)

Após a avaliação com cliente e usuário, parte-se para o relatório final onde devem constar as alterações feitas no manual e a inclusão de elementos adicionais, se for o caso. (INFO-14, p28)

A existência de um feedback final, ou seja, a avaliação com cliente e usuário, permite sanar inconsistências assim como possibilita aprendizados para novos projetos. (INFO-14, p28)

Abrangente ao trabalhar a complexidade da reunião de diferentes contextos – o espaço/ ambiente, a informação e o usuário. (INFO-14, p29)

Dentre eles: a ocupação formal e informal do espaço, os marcos culturais e referenciais, os meios de comunicação externos e a interação dos usuários com estes elementos. (p1)

Fica evidente a observação de profissionais da área, comerciantes e usuários sobre o "estilo" do conjunto arquitetônico [...] (p3)

No levantamento experiencial direto dos usuários com os critérios específicos de Design Universal [...] (p4)

As referências de moradores e usuários que circulam há muitas décadas pelo espaço observado são descontextualizadas [...] (p4)

[...] há uma relação de todos habitantes/usuários de tentativa de construção subjetiva da objetividade. (p4)

[...] com a avaliação de público consumidor (moradores, passantes, usuários e comerciantes) e especialistas (designers, arquitetos, profissionais de comunicação, fornecedores de mobiliário urbanos) sobre o objeto formal; seguidos de uma leitura antropológica do objeto simbólico; e por fim buscando a experiência do usuário no espaço através de Design Universal e do Design Emocional. (p5)

Tanto a publicidade outdoor (veículos de mídia) quanto os prédios comerciais com sua comunicação particular funcionam como marcos referenciais para os moradores e usuários. (p6)

Percebe-se como necessária uma "aculturação" dos agentes em relação ao lugar e aos usuários. (p7)

O que fazer para que exista uma efetiva “comunicação urbana” passa principalmente por: [...] (ii) Potencialização e valorização o espaço já estabelecido, seus moradores e usuários [...] (p7)

A formatação dos elementos de um espaço urbano deve beneficiar-se de uma fundamentação teórica especializada que envolve a multidisciplinaridade de conhecimentos, Urbanismo, Arquitetura, Sociologia, Comunicação e principalmente Design como eixo condutor desta interconexão de referências com o usuário. (p8)

INFO-16

[...] diagramas e tabelas são empregados para demonstrar os resultados do levantamento de dados de pesquisa de mercado, pesquisa com usuários ou consultores especialistas. (p25)

Após a coleta de dados, estes são compilados em uma descrição da tarefa, a qual pode incluir aspectos organizacionais (quando a abordagem é mais macro) ou aspectos somente operacionais (quando a abordagem é mais micro, focada exclusivamente na interação entre o usuário e o sistema). (p29)

[...] identifica-se primeiramente a meta da tarefa do usuário, decompõe-se a mesma em sub-metas e então em atividades mais específicas. (p29)

INFO-18

O Design Thinking pressupõe a contínua revisão dos métodos, o trabalho interdisciplinar e a preocupação com a experiência do usuário, dentre outros aspectos que se encaixam com as tarefas do professor. (p9)

Em virtude da finalidade didática e do usuário criança/jovem, esses artefatos gráficos demandam um maior esforço projetual de quem os origina. (p34)

[...] todos os corpos das fontes das unidades analisadas estão adequados para os seus respectivos usuários. (p42)

INFO-20

[...] por considerar o objeto para o qual está sendo produzido e para que tipo de usuário: (p175)

Esses dispositivos apresentam formas de interação particulares através de gestos e comunicam as informações aos usuários de forma diferenciada, utilizando mecanismos até então não explorados em computadores. (p245,246)

Os dispositivos digitais podem ser compreendidos como um sistema interativo nos quais possuem várias funcionalidades como processar, coletar, analisar, organizar, conectar e descrever a informação visando aumentar as possibilidades de encontrar uma resposta satisfatória às questões dos usuários, permitindo a realização das tarefas. (p249)

[...] o conceito de navegação baseado na capacidade cognitiva dos usuários e no conceito de mapa mental, [...]. (p250)

Ela cita as avaliações do mercado para verificar as principais reclamações de usuários com relação aos dispositivos móveis. (p250)

Primo e Cassol (1999) se fundamentam no nível de controle do usuário. (p253)

Aluno(s)

Agente(s): 14 casos

[...] “como esse aluno não consegue acertar esta questão?” [...] (p11)

Alunos que cursam o ano que antecede a série escolar de apresentação formal da leitura e da escrita, esta série ou os dois anos seguintes. (p23)

[...] constata-se a presença de alunos que se sentem desafiados e de professores que conseguem perceber o por que dos alunos quererem se manter lendo contos de fadas ao invés de avançarem em busca de textos de aventuras e, mais que con-

seguem levá-los a aceitar o desafio de se reconstruir, de rever seus valores e seus juízos prévios. (p12)

[...] embora o material didático em construção vá ser utilizado por professores e alunos [...] (p12)

Sem se reconhecer, o aluno aumenta o seu grau de insatisfação [...] a professora Luiza e os alunos de 4a. série têm tanto trabalho para desconstruir. (p12)

[...] os alunos do ensino médio passam um dia nas instalações da Universidade, participando de palestras, mesas-redondas e oficinas. (p13)

[...] uma professora de alunos com dificuldades de aprendizado que disse não entender porque eles eram capazes de ler uma página de texto e não conseguiam ler a página seguinte [...] (p27)

[...] situações de ensino-aprendizagem, nas quais o aluno tenha a oportunidade de se apropriar dos códigos visuais e, conseqüentemente, ampliar sua cultura visual. (p323)

[...] na hora que o aluno está fazendo a leitura, ele vai olhar aqui, mas ao mesmo tempo ali... (p337)

[...] ao analisarem o infográfico, os alunos costumam questionar por que não há dados disponíveis [...] (p337)

[...] o olhar do aluno de Ciclo IV ainda não está treinado o suficiente para colher as informações [...] (p339)

Os alunos têm até 5 minutos para completar o jogo. (p212)

O procedimento deve ser repetido até que o alunos dê a resposta correta (Figura 3). (p214)

Participantes e duração: no mínimo 2 alunos por vez, enquanto um faz o teste em preto e branco, o outro faz em cores. (p214)

Paciente(s): 13 casos

[...] uma prática pedagógica que chega ao aluno [...] (p11)

[...] Lelis se depara então com alunos extremamente motivados e leitores assíduos: (p12)

[...] uma pedagogia que não desafia o aluno e que o mantém distante de seus sonhos e desejos. (p11)

[...] para alunos como o menino Graciliano e os da 4a. Série do ensino fundamental que os designers preparam o projeto gráfico dos livros, que eles [...] (p12)

Aos alunos da 1a série, o material de texto para o teste foi apresentado nos corpos de letra de 10, 14 e 16 pontos, e aos alunos da 4a série, nos corpos de letra de 8, 10 e 12 pontos [...] (p26)

[...] iniciativas de projetos realizados com os alunos do Ensino Fundamental [...] (p323)

[...] um programa do governo federal brasileiro de distribuição de livros didáticos aos alunos de educação básica da rede pública. (p324)

[...] possibilitaria ao professor, entre tantas coisas, perguntar aos alunos questões mais específicas. (p336,337)

[...] um infográfico como esse último [...] atrai mais a atenção do aluno do que o infográfico selecionado, o que pode interferir no entendimento do tema, por parte do aluno. (p337)

[...] esse mapa é chato de analisar, então você imagina para o aluno... (p337)

Procedimento: o intérprete deve fornecer ao aluno um conjunto de 3 figuras [...] (p215)

Para o grupo de alunos de turmas regulares, a professora apresentava todas as alternativas, variações de desenhos tipográficos e espaçamentos [...] (p28)

Sendo que ao finalizar um dos testes, o aluno recebe o outro. (p214)

Procedimento: o intérprete deve distribuir, para o aluno, a figura considerada mais difícil para visualização primeiramente.

Agente(s) e paciente(s): 7 casos

[...] as análises das entrevistas e as duas iniciativas de projetos realizados com os alunos do Ensino Fundamental [...] a importância de se proporcionar situações em que o aluno estabeleça “grande familiaridade com os elementos visuais” e, desse modo, se aproprie dos códigos visuais em seu processo de aprendizagem, ampliando sua cultura visual. (p339)

É preciso ampliar a cultura visual do aluno, proporcionar situações para que ele possa apropriar-se das imagens, em especial, dos infográficos, em seu processo de aprendizagem. (p340)

Quando as figuras estiverem prontas, deve o aluno dizer qual a figura que surgiu da ligação [...] (p215)

Após a escolha, o intérprete deve pedir ao aluno que conte para a turma algo sobre o objeto em 60 segundos, devendo o aluno ser estimulado a continuar, caso pare. (p211)

O intérprete deve deixar o aluno à vontade para contar à turma o que desejar sobre o objeto. (p211)

Ao entregar a figura, ele deve perguntar ao aluno: “O que você vê aí?”. (p214)

Procedimento: o intérprete deve escolher alunos em quantidade par e lhes explicar que devem achar os 7 erros entre as duas figuras retiradas de histórias em quadrinho de Maurício de Sousa (Figura 2). (p213)

Não participante(s): 13 casos

No grupo de alunos de 1a série foi identificada uma grande popularidade do corpo de letra de 16 pontos. (p26)

A diferença não foi tão marcante no grupo de alunos da 4a série, particularmente entre os corpos de 10 e de 12 pontos. (p26)

[...] metade delas eram alunos com necessidades especiais de 8 a 13 anos de idade, e a outra metade, crianças de 8 anos de idade de turmas regulares. (p27)

De um lado, uma professora que se sente inadequada, solitária no desencontro, de outro lado, um aluno insatisfeito, frustrado em suas expectativas. (p11)

Deve existir 1 intérprete e 1 ajudante para cada 2 alunos. (p216)

[...] problemas com os aplicadores e alunos causaram a ausência de anotações relativas à posição de cada carta-figura aberta. (p219)

[...] o projeto ‘Infografia – o Design da Informação na imprensa e no ambiente escolar’ com alunos regularmente matriculados nos ciclos III e IV nessa unidade escolar. (p325)

[...] a falta de um conhecimento mais amplo a respeito de aspectos tipográficos por parte tanto de professores quanto de alunos. (INFO-14, p29)

[...] uma escrita que exige menos da coordenação motora de seus alunos, parecendo, deste modo, apropriada para aqueles que estão no processo inicial da alfabetização. (INFO-14, p29)

Espera-se que a duração por aluno seja no mínimo 2 minutos, no máximo 5. (p212)

A nota final do aluno deve ser a média aritmética da soma de cada uma das avaliações realizadas. (p212)

Participantes e duração: no máximo 2 alunos por vez, com no mínimo 1 intérprete e 2 ajudantes. (p212)

No mínimo 1 intérprete e 1 ajudante para cada aluno. (p214)

Leitor(es)

Agente(s): 21 casos

Quem percorre a obra é um leitor empírico criando a partir da leitura uma série de passeios [...] (INFO-03, p31)

[...] o designer, assim como o leitor, competem com o tradicional autor pelo controle do texto' [...] (INFO-04, p21)

[...] trabalhos em que o leitor tivesse papel ativo na construção do sentido, tentando desvendar e estabelecer relações no texto. (p21)

O leitor-espectador deixou de ser um receptor passivo, podendo agora, até mesmo interferir no conteúdo acessado, seja acrescentando comentários, seja personalizando páginas [...] (INFO-07, p15)

[...] é preciso considerar quem irá utilizá-lo e como será utilizado no processo de design de conteúdos textuais que, no caso da bula, é o leitor/paciente. (INFO-08, p2)

[...] o que o leitor procura durante a leitura é a informação importante, podendo esta variar de um leitor para outro. (INFO-08, p3)

[...] a informação contextualmente importante considerada pelo leitor mediante a sua intenção de leitura. (INFO-08, p3)

No caso da informação contextualmente importante considerada pelo leitor, identificam-se no conteúdo da bula, informações direcionadas a diferentes tipos de leitor: [...] um único documento que, em princípio, deve ser entendido por todos os tipos de leitores. (INFO-08, p3)

[...] a leitura de um texto além de ser determinada pelos conhecimentos e experiências do leitor [...] (INFO-08, p3)

[...] a superestrutura [...] determina a natureza da relação que o leitor mantém com o texto. (INFO-08, p3)

[...] a figura do leitor está sempre presente na consciência do escritor [...] exigindo o esforço deste para ser o leitor de sua obra [...] (INFO-11, p32)

[...] é muito difícil entender as operações processadas por um leitor fluente durante a leitura. (INFO-11, p22)

[...] os autores questionam porque o gosto de um leitor por um desenho de letra parece ser influenciado pelo que ele julga ser mais legível. (INFO-11, p23)

[...] os leitores julgam ser legível” [...] (INFO-11, p23)

[...] para que cada leitor pudesse realizá-los e tirar suas próprias conclusões. (INFO-11, p12)

Quando um leitor percorre um texto no processo de leitura, além de visualizar toda uma massa de signos, ele os decifra, extraindo deles significado [...] legibilidade refere-se à clareza com que o leitor identifica as letras individuais e leiturabilidade diz respeito ao maior ou menor conforto visual que o mesmo tem durante o tempo em que lê. (INFO-11, p18)

O conhecimento dos leitores sobre a linguagem natural compõe a base necessária para a interpretação das mensagens linguísticas. (INFO-11, p23)

[...] a expressão “arq & design” e a sigla “AVA_AD” [...] só podem ser devidamente compreendidas por leitores ou usuários que foram previamente informados de suas significações. (INFO-11, p27)

[...] o leitor é informado sobre o tema abordado[...] (p335)

[...] o leitor associa azul ciano à água. (INFO-11, p335)

[...] este leitor implícito no texto não está na sala de cinema (INFO-11, p31)

Paciente(s): 11 casos

[...] a transcrição com quebras de linha permite dar ao leitor uma idéia mais precisa da aparência do texto na rocha. (p8)

[...] Lelis se depara então com alunos extremamente motivados e leitores assíduos (p12)

[...] o tamanho das letras e o rebuscamento das palavras afastam o leitor de um possível contato com o livro bem como o custo elevado. [...] os próprios editores poderiam se preocupar em escrever livros que atraiam mais o leitor. (p13)

[...] o fato de que leitores completamente diferentes podem ser diferentemente afetados pela “realidade” de um determinado texto [...] (p11)

O autor estrutura o texto direcionando-o a um tipo de leitor, e orientando-o aos outros dois elementos (texto e conteúdo). (p2)

[...] com a função de agir sobre o comportamento e conhecimento do leitor (paciente), classificando-se como um texto diretivo informativo. (p2)

[...] a função de agir sobre o comportamento do leitor (instruções) e ao mesmo tempo informá-lo (p7)

[...] a função de agir sobre o comportamento do leitor (instruções) e ao mesmo tempo informá-lo (p10)

[...] buscou-se ouvir a opinião de professoras alfabetizadoras sobre qual julgavam ser uma tipografia adequada para esses leitores. (p25)

[...] o vermelho atrai a atenção do leitor para áreas problemáticas [...] (p335)

[...] os infográficos premiados, que condensam muita informação ou exigem do leitor um olhar mais atento[...] (p338)

Agente(s) e paciente(s): 8 casos

[...] uma das professoras [...] estabeleceu a diferença entre leitor e ledor, considerando o último aquele que decodifica e o primeiro o que recodifica o texto. (p11)

"Toda vez que o leitor chega a reconhecer no universo da fábula [...] ele é induzido a prever qual será a mudança [...] (p31)

[...] Eco chama de Leitor-Modelo , aquele que “é chamado a colaborar no desenvolvimento da fábula [...] (p31-32)

[...] a posição de um leitor frente a um texto muda de acordo com a sua superestrutura [...], de modo que a superestrutura textual orienta a leitura que o leitor faz do texto (FERREIRA & DIAS, 2005). (p3)

[...] é necessário considerar [...] o leitor da bula, pois parte da leitura de um texto é determinada pelos seus conhecimentos e experiências. (p10)

[...] se um leitor tem maior admiração estética por um desenho de letra que julgue ser mais legível, ou se uma composição mais legível parece mais agradável para o leitor. (p23)

[...] pode levar o leitor a confundi-la com a letra b [...] (p18)

[...] criam uma hierarquia visual e possibilitam ao leitor explorar os dados fornecidos [...] (p338)

Não participante(s): 17 casos

Distinto, portanto, de um leitor normal. (p31)

[...] conseguir formar uma imagem das expectativas de seu leitor em potencial que encontre um correspondente com a dos leitores empíricos do filme e ainda, acima disto tudo, ofereça um equilíbrio entre o conhecido e o inesperado. (p32)

O não suprimento das necessidades informacionais e a falta de experiência do leitor com a informação podem levar à incompreensão de seu conteúdo [...] (p2)

[...] uma prática pedagógica que chega ao aluno através de materiais que deverão ser decodificados e não recodificados e um receptor com características de ledor e não de leitor. (p11)

O produto desta atividade criativa é a dimensão potencial do texto; não é o texto em si, nem a imaginação do leitor: ela é a fusão de texto e imaginação. (p11)

[...] foram apresentadas considerações sobre o conteúdo informacional da bula, focando sobre a estrutura e apresentação gráfica [...] em relação a seu autor [...] e leitor (paciente/usuário). (p10)

Considerando pesquisas de legibilidade com crianças leitoras iniciantes, além da avaliação de parâmetros objetivos relacionados ao desempenho de leitura, alguns autores procuram ouvir a opinião e a preferência dos participantes quanto às opções tipográficas utilizadas na pesquisa. (p22)

A investigação de fatores subjetivos, como a opinião de leitores, pode levantar novas questões a serem abordadas em pesquisas sobre o tema, assim como a uma compreensão mais abrangente da prática da leitura. (p22)

[...] sugerem uma relação entre a opinião de leitores a respeito da legibilidade de tipografias e os resultados de testes de desempenho de leitura. (p23)

Considerando o universo de crianças leitoras iniciais, foram identificadas várias pesquisas [...] (p23)

Quadro 1: Síntese dos testes de opinião e preferência considerando crianças leitoras iniciantes. (p24)

A tipografia AlphaBetica foi desenvolvida por Gusmão especificamente para leitores iniciais. (p25)

[...] Opinião de leitores [...] referente aos desenhos tipográficos [...] (p26)

[...] Opinião de leitores referente aos tamanhos de corpo de letra[...] (p27)

[...] educadores e editores de livros infantis possuem uma forte opinião sobre o desenho tipográfico apropriado para crianças leitoras. (p30)

Um último aspecto referente ao desenvolvimento de pesquisas de opinião e preferência tendo em vista o universo de crianças leitoras iniciais diz respeito à possível consolidação de novos critérios que sejam adequados a uma nova ordem de objetivos. (p31)

[...] a expressão visual ou imagem gráfica da primeira página da interface AVA_AD foi descrita e interpretada, como representação ou signo da própria interface, no processo de comunicação com o espectador/leitor/usuário. (p30)

Pessoa(s)

Agente(s): 12 casos

[...] direcionando nossa atenção e permitindo que cada pessoa leve o tempo que necessita para explorar a informação visual. (INFO-04, p42)

Fazer algo completamente diferente do que as pessoas estavam fazendo naquele momento. (INFO-04, p20)

Segundo o autor, as imagens transmitem informação mais rapidamente do que as palavras, pois as pessoas normalmente olham e reconhecem imagens mais rapidamente do que lêem e interpretam palavras. (INFO-05, p42)

Para situações em que o objeto representado é familiar, as pessoas são capazes de entender o conteúdo de uma imagem mesmo que a representação seja extremamente simplificada. (INFO-05, p42)

[...] sendo que as pessoas em geral, em seu cotidiano, também articulam graficamente informações textuais para os mais diversos fins. (INFO-06, p32)

[...] e quase qualquer pessoa pode produzir seus próprios documentos do começo ao fim (Leeuwen, 2005; Stöckl, 2005; Walker, 2001), contribuindo, mesmo que involuntariamente, para a configuração de um ‘panorama tipográfico’. (INFO-06, p32)

Segundo Twyman (1982, p.19), “estamos nos aproximando de uma situação tal que qualquer pessoa alfabetizada terá quase tanto controle sobre o que é apresentado graficamente como sobre aquilo que é falado”. (INFO-06, p39)

Conforme aponta Walker (2001, p.15), “as pessoas crescem com uma consciência voluntária ou involuntária sobre a história da linguagem gráfica e o que é culturalmente apropriado. (INFO-06, p39)

A partir daí, das diversas linguagens (tipo)gráficas com as quais entram em contato diariamente, as pessoas formam seu repertório, seu entendimento, sua identificação com tais estruturas e formas. (INFO-06, p39)

[...] destinado a pessoas que estão iniciando o contato com tipografia. (INFO-06, p31)

Os dados apresentados na lista anterior devem ser considerados valores médios, uma vez que cada pessoa percebe de forma um pouco distinta cada uma dessas figuras. (INFO-06, p12)

Entretanto, quase todas as pessoas terão a impressão de que o círculo de baixo é menor. (INFO-06, p12)

Justificativa: o nível de domínio e de fluência em Libras se justifica como variável do experimento pela hipótese de que as pessoas surdas que se comunicam por meio dela (língua de caráter visual- espacial) detêm capacidades perceptivas próprias que as diferenciam das demais que não se comunicam. (INFO-22, p211)

Paciente(s): 8 casos

É o sistema que classifica as coisas e as pessoas. (INFO-03, p17)

Esses testes foram feitos primeiramente em 130 pessoas pela URW [...] (INFO-03, p11-12)

Podemos estabelecer o grau extremo de complexidade dos fatos envolvidos, pois

segundo Flusser (2007) a comunicação tende a influenciar a vida das pessoas com mais intensidade do que habitualmente se percebe. (INFO-05, p2)

facilidade em explicar a tarefa para outra pessoa utilizando o diagrama; (INFO-06, p32)

Facilidade em explicar a tarefa para outra pessoa utilizando o diagrama (INFO-06, p35)

Mostrar “quem”: Indicar pessoas envolvidas e as informações que forem relevantes sobre ela, como emoções, atitudes, identidade, etc, através da representação física da personalidade em questão, representação de algo do interesse desta pessoa e a representação de sua profissão. (INFO-20, p166)

O Design Universal é definido como “concepção de espaços, artefatos e produtos que visam atender simultaneamente pessoas com diferentes características [...] (INFO-21, p177)

Esta técnica é destinada a pessoas com deficiência visual. (INFO-22, p178)

Agente(s) e paciente(s): 2 casos

Os objetos se confundem com as pessoas a ponto de elas passarem, de certo modo, a ser o que ‘usam’. (INFO-06, p18)

Se, no passado, havia especialistas para, por exemplo, criar um convite de aniversário, as ferramentas como celulares, computadores, câmeras digitais e impressoras empoderam as pessoas com possibilidades de criar e produzir seus próprios objetos gráficos. (INFO-18, p9)

Não participante(s): casos

Um mesmo adjetivo, por exemplo, pode ter significados diferentes para pessoas distintas, embora grande parte de seu sentido esteja contido nele mesmo, uma parte depende da experiência individual. (INFO-04, p30)

Os testes realizados eram capazes de medir, por exemplo, se a palavra felicidade possui aproximadamente o mesmo significado para pessoas distintas, ou se as emoções representadas pelas palavras tristeza e melancolia podem ser diferenciadas com clareza uma da outra. (INFO-04, p30)

Para a maioria das pessoas o círculo parece menor que o quadrado. (INFO-05, p12)

Em C, o quadrado e o círculo parecem ter a mesma altura (também para a maioria das pessoas), mas quando repetidos em D, novamente com o auxílio das linhas, percebemos que o círculo é maior que o quadrado. (INFO-05, p12)

Transmite informação mediante uma disposição adequada de sinais, regulando o fluxo de pessoas e veículos, preferencialmente antecipando a demanda. (INFO-05, p11)

Silhuetas, áreas verdes, veículos e pessoas, sinalização e mobiliário, pisos e empenas, luz e sombra igualmente se constituem em referências urbanas do cotidiano de cada pessoa. (INFO-05, p1)

Há a ocupação transitória, em breves momentos de movimento de carros e pessoas em grande intensidade, gerando uma vida temporária do espaço público, que é substituída por um desaparecimento em proporção oposta como padrão da maioria do tempo. (INFO-05, p4)

Ressalta-se a clara ausência de qualquer recurso de inclusão de pessoas portadoras de deficiência de qualquer nível[...] (INFO-05, p6)

A maioria dos participantes preferiu o diagrama sequencial como suporte para a explicação da tarefa a uma outra pessoa (vide tabela 6). (INFO-10, p35)

Tabela 6: Preferência dos participantes por tipo de diagrama (conforme a facilidade em explicar a tarefa para outra pessoa utilizando o diagrama) (INFO-10, p35)

Esses artefatos, assim como tantos outros presentes no cotidiano escolar, servem como mediadores do conhecimento e da aprendizagem e, como tal, têm um papel significativo na formação das pessoas enquanto cidadãos e futuros geradores de outros artefatos gráficos. (INFO-19, p43)

Mostrar “onde”: Dizer a localização espacial das pessoas ou objetos. (INFO-20, p167)

A acessibilidade em objetos de aprendizagem para pessoas com deficiência visual pode ser atingida por intermédio de tecnologias assistivas como a audiodescrição, porém até que ponto as imagens podem ser descritas mantendo sua essência e facilitando a aquisição da informação? (INFO-21, p176)

O objetivo desse artigo é analisar quatro imagens estáticas pertencentes a objetos de aprendizagem de Ciências Naturais do Ensino Fundamental comparando com a análise de quatro imagens hápticas correspondentes, abordando as características gráficas de uma imagem de acordo com as variáveis gráficas de Bertin (1986) associando com os elementos morfológicos primitivos (HOrN, 1998) e com as diretrizes de criação de objetos de aprendizagem acessíveis, com foco em imagens estáticas propostos por Macedo (2010), com a intenção de relatar a acessibilidade de imagens estáticas presentes em objetos de aprendizagem digitais para de ensino para pessoas com deficiência visual. (INFO-21, p176)

Apesar de esses princípios existirem e, muitas vezes, fazerem parte da criação de conteúdo educacional via web, a acessibilidade para pessoas com deficiência visual em objetos de aprendizagem é ainda precária. (INFO-21, p177)

Conforme a Constituição Brasileira e a Lei de Acessibilidade, o acesso das pessoas com deficiência às classes comuns da rede regular de ensino devem respeitar o

seguinte artigo referente decreto no 5.296 de 2 de dezembro de 2004: “Art. 24. Os estabelecimentos de ensino de qualquer nível, etapa ou modalidade, públicos ou privados, proporcionarão condições de acesso e utilização de todos os seus ambientes ou compartimentos para pessoas portadoras de deficiência ou com mobilidade reduzida, inclusive salas de aula, bibliotecas, auditórios, ginásios e instalações desportivas, laboratórios, áreas de lazer e sanitários.” (DECRETO FEDERAL 5.296/04). (INFO-21, p177)

Para facilitar o acesso à informação às pessoas com deficiências, existe a Tecnologia Assistiva (TA) que, por sua vez, tem o objetivo de contribuir ou ampliar as práticas concebidas e aplicadas para minorar os problemas encontrados pelas pessoas que possuem deficiências, promovendo vida independente e inclusão. (INFO-21, p177)

De acordo com o Comitê de Ajudas Técnicas – CAT (CBtA, 2013), a definição de Tecnologia Assistiva (TA) é: “produtos, recursos, metodologias, estratégias, práticas e serviços que objetivam promover a funcionalidade, relacionada à atividade e participação, de pessoas com deficiência, incapacidades ou mobilidade reduzida, visando sua autonomia, independência, qualidade de vida e inclusão social”. (COMITÊ DE AJUDAS TÉCNICAS – ATA VII) (INFO-21, p177,178)

Dessa forma, a TA visa melhorar a funcionalidade dos artefatos para as pessoas com deficiência. (p178)

Apesar das imagens hápticas apresentarem maiores elementos de acessibilidade para pessoas com deficiência visual, isso não as tornam acessíveis por completo, quando à disposição das informações textual (braile) é mantida, conforme constatado nas análises referentes às imagens 2, 4 e 8. (INFO-21, p189)

Foi possível também identificar a acessibilidade das imagens para pessoas deficientes visuais, comparando com as características gráficas de imagens hápticas pertencentes ao TGIL (Tactile Graphic Image Library). (INFO-21, p189)

Estudante(s)

Agente(s): 16 casos

Alega-se que estudantes universitários, geralmente denominados como Geração X, estão menos capacitados a ler, não leem tão bem como antes, e são dispersos. (INFO-01, p13)

Meus próprios estudantes, é verdade, frequentemente irritam-se ou parecem sentir uma dificuldade real quando são obrigados a ler literatura séria. (INFO-01, p13)

Os estudantes de design mais envolvidos com multimídia, invariavelmente, tor-nam-se aqueles mais obsessivos com a profissão, com os detalhes, encadernação e bibliofilia. (INFO-01, p13)

Trinta estudantes de graduação e dez estudantes de pós-graduação em design participaram voluntariamente do estudo. (INFO-16, p32)

O experimento ocorreu como um exercício realizado em sala de aula pelos estudantes no contexto das disciplinas de projeto gráfico e interface homem-computador (para os estudantes de graduação em design) e interação humano-computador (para os estudantes de pós-graduação). (INFO-16, p32)

Os estudantes consultaram a folha resumo, tiraram dúvidas e iniciaram os trabalhos. (INFO-16, p32)

[...] caso os estudantes desejassem reiniciar a construção do diagrama por considerá-lo errôneo, tal modificação também era permitida. (INFO-16, p32)

Cada um dos dois estudantes demonstrou a execução de uma tarefa ou explicou verbalmente como realizá-la enquanto o outro produziu manualmente o diagrama de decomposição da tarefa correspondente (vide figura 7). (INFO-16, p32)

Durante o experimento, os estudantes trabalharam em duplas. (INFO-16, p32)

[...] Exemplo de diagramas produzidos por dupla de estudantes para a tarefa de compra de livro em website de comércio eletrônico [...] (INFO-16, p32)

Esse formato de diagrama foi preferido tanto pelos estudantes de graduação quanto pelos de mestrado em todos os critérios de avaliação considerados[...] (INFO-16, p33)

A maioria dos estudantes de graduação considerou os diagramas equivalentes neste critério e, em consonância com as respostas à questão anterior, responderam que os diagramas possuem diferentes utilidades[...] (INFO-16, p36)

Eles aparentaram gostar de utilizar a lousa, disputando entre si para saber quem será o estudante a responder ou auxiliar a professora. (INFO-18, p3)

Atividade coletiva: A principal característica deste tipo de mensagem é a participação ativa dos estudantes em seu conteúdo ou em sua construção, escrevendo eles mesmos na lousa (figura 9). (INFO-18, p7)

Os anos escolares do Ensino Fundamental selecionados foram o terceiro ano (em que os alunos já dominam a escrita, mas ainda têm poucas experiências gráficas); e o oitavo ano (cujos estudantes já lidam com atividades de maior complexidade informacional). (INFO-19, p36)

Não é usual, contudo, em livros do 3o ano do ensino fundamental, no qual o estudante provavelmente já domina a leitura – embora, genericamente, possa se enquadrar como um ‘leitor iniciante’. (INFO-19, p41)

Paciente(s): 6 casos

Diante desta problemática, o presente estudo tem como objetivo verificar a facilidade de produção e compreensão de representações diagramáticas empregadas pelos métodos de análise da tarefa por estudantes de design (os quais podem ser considerados um grupo representativo de desenvolvedores não especialistas). (INFO-16, p26)

Inicialmente, antes da realização do experimento, a professora explicou aos estudantes como funciona o método de análise da tarefa, [...] (INFO-16, p32)

Após a exposição inicial, os estudantes receberam uma folha-resumo com exemplos dos dois tipos de diagramas [...] (INFO-16, p32)

Para cada resposta, os estudantes deveriam redigir também uma justificativa. (INFO-16, p33)

A tabela 4 apresenta uma visão geral das dúvidas apresentadas pelos estudantes em relação aos dois tipos de diagrama. (INFO-16, p34)

O argumento do autor é que o Design desenvolve nos estudantes a habilidade de lidar com um tipo particular de problema – os problemas mal definidos –, mais semelhantes aos da ‘vida real’ que aqueles apresentados em exercícios de física ou química. (INFO-18, p9)

Agente(s) e paciente(s): 3 casos

Caso houvesse dúvidas durante a construção dos diagramas, foi permitido que os estudantes consultassem a professora ou mesmo outros estudantes realizando o mesmo exercício. (INFO-16, p32)

[...] os estudantes em dupla responderam a um questionário em que deveriam expressar sua preferência pela modalidade de diagrama de acordo com cada uma das seis variáveis dependentes. (INFO-16, p33)

Observou-se também que a linguagem gráfica dos docentes influencia aquela dos estudantes, que, usualmente, reproduzem práticas e elementos do estilo de seus mestres. (INFO-18, p2)

Não participante(s): 10 casos

Os seguintes trechos, extraídos de redações de estudantes de ensino médio, de uma escola particular da zona sul da cidade do Rio de Janeiro, no ano de 1997, ajudam a esclarecer a questão (INFO-01, p13)

Como nossa cultura se reconfigura em resposta à tecnologia eletrônica e o que ela trouxe, eu luto contra a noção de que estes estudantes são menos ‘alfabetizados’. (INFO-01, p13)

O presente estudo tem como objetivo verificar a facilidade de produção e compreensão de representações diagramáticas empregadas pelos métodos de análise da tarefa por estudantes de design. (INFO-16, p25)

Neste critério de avaliação especificamente, é interessante considerarmos as dúvidas dos estudantes durante os estágios iniciais de produção de ambos os diagramas. (INFO-16, p34)

O presente estudo teve como objetivo verificar a facilidade de produção e compreensão de diagramas de análise da tarefa por estudantes de design. (INFO-16, p37)

Como desdobramentos da presente pesquisa, vislumbram-se: (a) proposta de nova representação gráfica para análise da tarefa; (b) validação da representação gráfica proposta com estudantes de design. (INFO-16, p37)

A configuração dessas mensagens diante dos estudantes também permite que os mesmos vivenciem a construção da linguagem gráfica (LG), dialogando com as escolhas conceituais e formais do professor para compor uma determinada mensagem visual. (INFO-18, p2)

A série escolar selecionada foi o terceiro ano do ensino fundamental (faixa etária entre 7 e 8 anos), devido ao nível intermediário dos estudantes quanto às práticas gráficas. (INFO-18, p2)

Ainda, durante o período da pesquisa de campo foram conduzidas entrevistas semiestruturadas com estudantes dos cursos de graduação em Pedagogia[...] (INFO-18, p2)

Cita-se o caso de “Maria D”, 6 anos, que está na escola desde o maternal, e apresentou um desempenho superior ao dos estudantes “Maria F” e “João A”, mais velhos, porém com um ano na escola apenas. (INFO-22, p219)

Público(s)

Agente(s): 5 casos

Seja pelo tédio do público que desejava novidades, seja pelas tentativas de contar histórias mais sofisticadas, seja meramente pela experimentação com possibilidades técnicas [...] (INFO-03, p30)

Esses sujeitos (público-alvo, usuário, receptor da informação, dentre outras designações) também são, assim como o design (e os ‘designers profissionais’), reflexo e refletores da cultura onde se inserem. (INFO-10, p39)

O uso mais adequado da Comunicação no Espaço Urbano deve prever intervenções sistemáticas, delineadas em planos de ação que sejam identificáveis ao usuário (público alvo), com desdobramentos e coerência. (INFO-15, p7)

Assim, possibilita-se a construção de conhecimento robusto, que pode auxiliar designers no desenvolvimento de materiais educacionais mais efetivos e que tenham maior aceitação por parte deste público. (INFO-22, p208)

Porém, cabe dizer, que o público infantil surdo merece maior atenção [...] (INFO-22, p221)

Paciente(s): 9 casos

Entre eles, como sinalizar, adequadamente, a geografia expandida das cidades e como comunicar, para um público anônimo, os préstimos de produtos não conhecidos. (INFO-07, p12)

O meio visual constitui o veículo através do qual vários públicos são seduzidos e ‘interpelados’. (INFO-07, p18)

É o próprio visual que abstrai esses públicos de seus contextos sociais imediatos [...] (INFO-07, p18)

Foi também pedido aos participantes que indicassem [...] quais julgavam mais adequados ao público infantil. (INFO-11, p25)

Também, estas sempre buscaram comparar as capacidades cognitivas deste público em contrapartida a ouvintes. (INFO-22, p207)

[...] o viés está unicamente direcionado ao público surdo [...] (INFO-22, p208)

Audiência: público a quem o documento se destina. (INFO-10, p35)

Porém, o uso de contraforma parece dificultar para tal público o entendimento da completude de uma figura. (INFO-22, p221)

[...] o que não só prejudica o acesso a esse público, mas causa uma dificuldade de circulação para toda a comunidade. (INFO-15, p6)

Agente(s) e paciente(s): 2 casos

[...] a pesquisa foi aplicada a públicos [...] que não se reconheceram nos espaços estudados. (p5)

Em relação a idade, eles representam um público que abrange quase toda faixa etária adulta (de 23 a 46 anos). (p174)

Não participante(s): 15 casos

Para um público saturado com as imagens comerciais e com um sofisticado acervo-memória de cultura, uma só tomada seria suficiente para desencadear a associatividade que tinha de ser construída no decorrer de toda uma obra (ibidem). (INFO-07, p18)

No questionário, respondido por 50 professores, foi primeiramente apresentada uma frase composta com Gill Sans precedida de uma pergunta sobre a adequação deste desenho ao público infantil. (INFO-07, p24)

Para que um livro seja tão interessante quanto seu competidor (diferentes mídias) seria essencial uma maior divulgação e incentivo, assim como uma melhoria na apresentação e adequação vocabular ao público direcionado, pois o tamanho das letras e o rebuscamento das palavras afastam o leitor de um possível contato com o livro bem como o custo elevado. (INFO-01, p13)

Durante o desenvolvimento do projeto Tipografia para Crianças (Rumjanek, 2003), que resultou na construção de uma tipografia específica para esse público [...] (INFO-11, p25)

Foi perguntado às professoras se percebiam alguma diferença entre os desenhos e, àquelas que percebiam, era pedido que indicassem qual daqueles consideravam mais apropriado para o público em questão. (INFO-11, p26)

A maioria selecionou a tipografia Avant Garde como mais adequada ao público infantil, alegando que as crianças estariam mais familiarizadas com suas formas de geometria simples. (INFO-11, p26)

Formulação de Cenas Urbanas: levantamentos fotográficos, baseados em estudos da área do ambiente e comportamento de Portella (2003), segundo critérios preestabelecidos, por um público segmentado de arquitetos e urbanistas, publicitários (considerados técnicos), e comerciantes e consumidores (considerados leigos). (INFO-15, p2)

Este tipo de abordagem deve ter como objetivo o desenvolvimento de materiais eficientes e específicos para este público e para tal, deve-se continuar com a aplicação de testes que permitam uma melhor apropriação do universo visual destas crianças. (INFO-22, p221,222)

Os resultados apontam para a atuação dos docentes a partir de conhecimentos empíricos, com restrições quanto ao uso da linguagem gráfica, todavia alinhados a algumas recomendações tipográficas para os artefatos voltados ao público infantil. (INFO-19, p33)

Agrega-se, aqui, as variáveis de produção de Twyman (1985), que aborda questões relevantes sobre público alvo, entre outros. (INFO-20, p174)

Tal tema deve ser relevante para determinada publicação e/ou público. (INFO-20, p175)

É proposta uma metodologia de teste enfocando aspectos da percepção visual e preferência subjetiva para cor deste público. (INFO-22, p207)

[...] a metodologia proposta aqui pretende gerar[...] resultados quantitativos acerca do público em questão. (INFO-22, p216)

O que sugere habilidades visuais inerentes ao público surdo e não associadas ao aprendizado de uma LS. (INFO-22, p220)

As crianças surdas apresentam boa pregnância da forma e a identificação de figuras complexas por este público parece ser independente do domínio de uma LS. (INFO-22, p221)

Receptor(es)

Agente(s): 2 casos

Levantam principalmente a necessidade dos criadores e empresas de comunicação de ouvir o público receptor e estabelecer diálogo formal com o espaço público de forma customizada, levando em consideração as peculiaridades e a inserção do observador no processo. (INFO-15, p8)

[...] além de tornar-se um receptor/usuário (e também um possível ‘cliente’) mais consciente e familiarizado com o universo do design e sua importância. (INFO-10, p39)

Paciente(s): 8 casos

[...]uma mensagem que passava incondicionalmente do emissor para o receptor, sem considerar as expectativas, o repertório e as motivações que alimentam e despertam o interesse deste. (INFO-01, p11)

[...] o efeito que o representamen provoca na mente do receptor ou intérprete.

(INFO-04, p24)

[...] um segundo signo gerado na mente do receptor a partir do signo original quando associado a seu objeto. (INFO-04, p24)

[...] um fato ou coisa qualquer poderá desencadear diversas interpretações simultâneas ou sequenciais na mente do receptor ou intérprete. (INFO-04, p25)

O leitor-espectador deixou de ser um receptor passivo[...] (INFO-07, p15)

[...] emissor, receptor, referente, mensagem, código e canal. Tal modelo desconsidera a possibilidade de imprevisões na mensagem, pautando-se na visão de um emissor que transmite incondicionalmente a mensagem ao receptor (Jakobson, 1969). (INFO-10, p11)

[...] tendo como tarefa transmitir uma mensagem, de um emissor para um receptor, visando obter uma determinada produção de sentido (Cauduro, 1998). (INFO-10, p30)

[...] sua capacidade de modificar o comportamento do receptor, seu procedimento físico, mental ou afetivo. (INFO-13, p29)

Não participante(s): 5 casos

[...] materiais que deverão ser decodificados e não recodificados e um receptor com características de leitor e não de leitor. (INFO-09, p11)

[...] emissores de um lado, receptores de outro, materiais didáticos e paradidáticos inadequados e ausência de interação. (INFO-07, p11)

Aqui a ideia central reside no deslocamento da atenção do autor para o receptor, do texto para a recepção, do fabricante para o usuário e do produto para o uso. (INFO-07, p17)

A seu modo, tendo algum tipo de noção do que querem atingir (Norman, 1999), e segundo seu repertório e grau de alfabetismo visual, também configuram espaços a serem lidos, agindo como produtores de informação, e não só como usuários-receptores. (INFO-10, p31)

Esses sujeitos (público-alvo, usuário, receptor da informação, dentre outras designações) também são, assim como o design (e os ‘designers profissionais’), reflexo e refletores da cultura onde se inserem. (INFO-10, p39)

Sujeito(s)

Agente(s): 5 casos

[...] os sujeitos humanos[...] vivem e consomem a cultura de maneiras novas e diferentes. (INFO-07, p18)

Ou seja, além de dominar a linguagem (e seus códigos), o designer deve também conhecer e entender o contexto sociocultural no qual a informação será processada e no qual está inserido o usuário (sujeito receptor) dessa informação. (INFO-10, p30)

Esses sujeitos (público-alvo, usuário, receptor da informação, dentre outras designações) também são, assim como o design (e os ‘designers profissionais’), reflexo e refletores da cultura onde se inserem. (INFO-10, p39)

Justamente por isso não pode prescindir do conhecimento oriundo de outras áreas e de abordagens diversas, pois sua atuação depende de fatores relativos ao sujeito [...] (INFO-10, p38-39)

O alfabetismo visual, como competência a ser desenvolvida pelo sujeito, pode ser considerado como um processo de ensino e aprendizagem que o habilita a compreender o ambiente circundante e a interpretar e produzir obras da comunicação visual (Debes, 1969). (INFO-10, p31)

Paciente(s): 4 casos

Não seria a hora de escritores e designers atuarem enquanto coautores em busca do diálogo texto-imagem, ou melhor em busca de um discurso textual que participasse do contexto da sala-de-aula, enriquecendo seus sujeitos, questionando-os? (INFO-01, p13)

[...] um sistema que permite aos sujeitos envolvidos a troca de mensagens com produção de sentido na comunicação (Fiske, 1983). (INFO-03, p29)

[...] além de investigar questões concernentes ao sujeito e seus processos cognitivos (INFO-10, p39)

[...] a escola ainda enfatiza o modo verbal (linguístico) em detrimento do visual, limitando a capacidade criadora, crítica e analítica do sujeito. (INFO-10, p31)

Não participante(s): 4 casos

A tradição filosófica ocidental, especialmente na figura de Saussure, denegrira a escrita colocando-a como uma cópia inferior da palavra falada: a palavra escrita não teria conexão com o ser interior – enquanto a fala teria – e neste caso a língua é abandonada e desvinculada do sujeito. (INFO-04, p22)

A oposição fala x escrita pode ser mapeada em uma série de pares com conotações ideológicas que pertencem à cultura ocidental moderna: Fala x escrita; Natural x artificial; Espontânea x planejada; Original x cópia; Interior da mente x exte-

rior á mente; Não requer equipamento x requer equipamento; Intuitiva x apreendida; Sujeito presente x sujeito ausente. (INFO-04, p22)

Segundo Van Dijk (1992) a narrativa é a estrutura mais básica, pois se caracteriza pela comunicação cotidiana (e.g. contamos a alguém o que fizemos durante o dia ou uma viagem), sendo que as descrições das circunstâncias e objetos ou fatos são subordinados às ações dos sujeitos da narração contados por apenas um narrador (desta forma se diferencia um texto narrativo de um catálogo, por exemplo). (INFO-08, p3)

Em interfaces gráfico-digitais para a relação homem/computador, os elementos da linguagem servem como mediadores entre as intenções do sujeito humano e as reações do computador. (INFO-13, p23)

Indivíduo(s)

Agente(s): 8 casos

No exemplo a seguir foi proposta uma análise do signo tipográfico de acordo com o modelo de significação sequencial de Per Møllerup, e parte-se da premissa de que o signo visual tenha um impacto anterior ao signo linguístico sobre o intérprete, afinal a sequência natural seria: um indivíduo primeiramente ‘vê’ para em seguida ‘ler’. (INFO-04, p22)

O incremento do contingente de indivíduos vivendo em espaços reduzidos alteraria a natureza de suas inter- relações. (INFO-07, p13)

Esta variável, no escopo desta atividade, foi classificada dentro de 4 classes, a saber: 1. Classe “nenhum domínio”, que inclui o indivíduo que não consegue narrar um fato satisfatoriamente usando a língua, não possui nenhuma facilidade e espontaneidade ao utilizá-la e não consegue identificar sinais básicos, em sua maioria; (INFO-22, p211)

2. Classe “pouco domínio”, que inclui o indivíduo que não consegue narrar um fato satisfatoriamente usando a língua, não possui facilidade ou espontaneidade ao utilizá-la, mas consegue identificar sinais básicos, em sua maioria; (INFO-22, p211)

3. Classe “domínio básico, sem fluência”, que inclui o indivíduo que consegue narrar um fato satisfatoriamente usando Libras, não possui facilidade ou espontaneidade ao utilizá-la, mas consegue identificar sinais básicos, em sua maioria; (INFO-22, p211)

4. Classe “domínio pleno e fluência”, que inclui o indivíduo que consegue narrar um fato satisfatoriamente usando Libras, possui facilidade ou espontaneidade ao utilizá-la e consegue identificar sinais básicos, em sua maioria. (INFO-22, p211)

Neste método, em grande parte entende-se a leitura visual experienciada como aquela que se dá quando o indivíduo é confrontado com o registro fotográfico de si mesmo, há o estranhamento da observação distanciada e fria, que causa uma reação de defesa e acentua o detalhamento crítico do que é visto, ou revisto sob novo ângulo. (INFO-15, p3)

Quanto à forma de organizar conteúdo, há certas semelhanças, ao mesmo tempo em que se reconhece que cada indivíduo adota uma LG própria. (INFO-18, p4)

Paciente(s): 2 casos

O mundo do consumo é um conjunto de signos e de significados interligados e interdependentes que oferece uma maneira de socialização aos indivíduos (Faggi-ani, 2006, p.10). (INFO-07, p17)

Ela permite que o indivíduo receba a informação contida em uma imagem ou cena ao mesmo tempo em que esta aparece. (p178)

Não participante(s): 4 casos

Porém o desenvolvimento de um alfabetismo ‘visual’ é quase ignorado no decorrer da formação do indivíduo (Darras, 2004; Dondis, 2000; Fontoura, 2002), visto que a escola ainda enfatiza o modo verbal (linguístico) em detrimento do visual, limitando a capacidade criadora, crítica e analítica do sujeito. (p31)

Segundo Cross (2007:19), para que o Design seja inserido na educação básica, ele tem de ser visto não como uma disciplina para formação específica e sim como uma matéria importante para a “realização pessoal do indivíduo e para a sua preparação para o seu papel social”. (p9)

Tais características servem à transmissão de informação simultânea a vários participantes por um único indivíduo [...] (p2)

De um modo geral, as pesquisas de opinião e preferência relacionadas a tipografias próprias para serem utilizadas em material de literatura infantil não utilizaram uma metodologia que tentasse prever e minimizar questões que são afetadas por uma diferença de interpretação entre indivíduos. (p30-31)

Espectador(es)

Agente(s): 4 casos

Como a locação das imagens filmadas não se modifica em toda a sequência, que dura 23 segundos, somente o corpo se movimenta, e a atenção do espectador se dirige para as configurações gráficas. (INFO-06, p5)

No entanto, pode ser que os espectadores não tenham tempo suficiente para notar essa peculiaridade, numa sala de exibição, especialmente pelo dinamismo em que a sequência é mostrada. (INFO-06, p7)

Isto é, se, de alguma forma, a configuração gráfica faz parte da diegese, e os espectadores possam perceber isso. (INFO-06, p9)

O leitor-espectador deixou de ser um receptor passivo, podendo agora, até mesmo interferir no conteúdo acessado, seja acrescentando comentários, seja personalizando páginas que, amiúde, altera, gerando conteúdo inéditos, algo que as outras mídias apenas faziam – ou tentavam, indiretamente, fazer – com o uso de duas mídias em paralelo (televisão e telefone, rádio e e-mail etc.). (INFO-07, p15)

Paciente(s): 1 caso

[...] a informação que ela carrega não pode ser considerada decisiva, pois não informa muita coisa ao espectador leigo, assim como outros planos associativos e plásticos relacionados ao concerto. (INFO-06, p7)

Não participante(s): 5 casos

Já a variação tonal no plano retangular vertical e azul, que aparece à direita do espectador, além da variação tonal e cromática e da variação de tamanho das formas estreladas, promove sensações espaciais e dinâmicas. (INFO-13, p29)

Um efeito dinâmico e espacial é produzido justamente pela variação tonal do retângulo azul à direita do espectador. (INFO-13, p29)

Do outro lado, a composição das formas estreladas faz com que o plano retangular branco à esquerda do espectador seja percebido como um campo espacial. (INFO-13, p29)

O retângulo vertical azul também aparece mais próximo do espectador, sugerindo estar mais à frente que o retângulo branco. (INFO-13, p29)

Assim, a expressão visual ou imagem gráfica da primeira página da interface AVA_AD foi descrita e interpretada, como representação ou signo da própria interface, no processo de comunicação com o espectador/leitor/usuário. (INFO-13, p30)

A ampla significação e a comunicação da página com o espectador são decorrentes da interação entre o campo icônico-expressivo e o campo simbólico-semântico. (INFO-13, p30)

Consumidor(es)

Agente(s): 2 casos

Os críticos contundentes do marketing moderno costumam dizer que, à medida que aumentam as opções de consumo, não resta ao consumidor outra saída que a de consumir mais. (INFO-07, p13)

Consumidores modernos se identificam pela fórmula: “eu sou igual ao que tenho e ao que consumo” (INFO-07, p17).

Não participante(s): 3 casos

Trata-se da ideia de que uma mercadoria é uma peça inserida em toda uma rede de associações e atividades que geram tanto a imagem quanto a auto imagem do consumidor-usuário. (INFO-07, p13)

[...] levantamentos fotográficos, baseados em estudos da área do ambiente e comportamento de Portella (2003), segundo critérios preestabelecidos, por um público segmentado de arquitetos e urbanistas, publicitários (considerados técnicos), e comerciantes e consumidores (considerados leigos). (INFO-15, p2)

A sequência que se apresenta mais adequada [...] se inicia por um levantamento a partir a observação seguindo as teorias da Percepção Visual Ambiental através dos métodos de levantamento visual, análise da forma urbana e a formulação de cenas urbanas, com a avaliação de público consumidor [...] e especialistas [...] sobre o objeto formal; seguidos de uma leitura antropológica do objeto simbólico; e por fim buscando a experiência do usuário no espaço através de Design Universal e do Design Emocional. (INFO-15, p5)