



**Vanessa Campana Vergani de Oliveira
(Organizadora)**

A Evolução do Design Gráfico 2

Atena
Editora
Ano 2019

Vanessa Campana Vergani de Oliveira
(Organizadora)

A Evolução do Design Gráfico 2

Atena Editora
2019

2019 by Atena Editora
Copyright © Atena Editora
Copyright do Texto © 2019 Os Autores
Copyright da Edição © 2019 Atena Editora
Editora Executiva: Prof^a Dr^a Antonella Carvalho de Oliveira
Diagramação: Rafael Sandrini Filho
Edição de Arte: Lorena Prestes
Revisão: Os Autores

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores. Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Conselho Editorial

Ciências Humanas e Sociais Aplicadas

Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof^a Dr^a Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Prof^a Dr^a Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Prof^a Dr^a Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Prof^a Dr^a Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof^a Dr^a Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof^a Dr^a Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Ciências Agrárias e Multidisciplinar

Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Alexandre Igor Azevedo Pereira – Instituto Federal Goiano
Prof^a Dr^a Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Darllan Collins da Cunha e Silva – Universidade Estadual Paulista
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Prof^a Dr^a Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas

Ciências Biológicas e da Saúde

Prof. Dr. Benedito Rodrigues da Silva Neto – Universidade Federal de Goiás
Prof.^a Dr.^a Elane Schwinden Prudêncio – Universidade Federal de Santa Catarina
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. José Max Barbosa de Oliveira Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará

Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande

Ciências Exatas e da Terra e Engenharias

Prof. Dr. Adélio Alcino Sampaio Castro Machado – Universidade do Porto
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Fabrício Menezes Ramos – Instituto Federal do Pará
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista

Conselho Técnico Científico

Prof. Msc. Abrãao Carvalho Nogueira – Universidade Federal do Espírito Santo
Prof. Dr. Adaylson Wagner Sousa de Vasconcelos – Ordem dos Advogados do Brasil/Seccional Paraíba
Prof. Msc. André Flávio Gonçalves Silva – Universidade Federal do Maranhão
Prof.ª Drª Andreza Lopes – Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento Acadêmico
Prof. Msc. Carlos Antônio dos Santos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Msc. Daniel da Silva Miranda – Universidade Federal do Pará
Prof. Msc. Eliel Constantino da Silva – Universidade Estadual Paulista
Prof.ª Msc. Jaqueline Oliveira Rezende – Universidade Federal de Uberlândia
Prof. Msc. Leonardo Tullio – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof.ª Msc. Renata Luciane Polsaque Young Blood – UniSecal
Prof. Dr. Welleson Feitosa Gazel – Universidade Paulista

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)	
E93	A evolução do design gráfico 2 [recurso eletrônico] / Organizadora Vanessa Campana Vergani de Oliveira. – Ponta Grossa (PR): Atena Editora, 2019. – (A Evolução do Design Gráfico; v. 2) Formato: PDF Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader. Modo de acesso: World Wide Web. Inclui bibliografia ISBN 978-85-7247-572-3 DOI 10.22533/at.ed.723190309 1. Artes gráficas. 2. Desenho (Projetos). 3. Projeto gráfico (Tipografia). I. Oliveira, Vanessa Campana Vergani de. CDD 741.6
Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422	

Atena Editora
Ponta Grossa – Paraná - Brasil
www.atenaeditora.com.br
contato@atenaeditora.com.br

APRESENTAÇÃO

A segunda edição do Ebook “A Evolução do Design Gráfico”, assim como o primeiro volume pretende fortalecer o Design, colaborando para a maior aventura exploratória da humanidade que somente começou: o conhecimento do cérebro como fonte de riquezas inesgotáveis.

Nestes 25 volumes as experiências são das mais distintas, passando pelas mais diversas áreas do design: quadrinhos, embalagens, sustentabilidade, mobiliário litúrgico, mobiliário itinerante e artefatos.

Um dos temas amplamente discutidos, é o ensino do Design, das mais diferentes formas: as vantagens e desvantagens do EAD, as matrizes curriculares, o material didático como forma de empatia, design valorizando os materiais naturais e o redesign.

Assim, o foco desse livro é mostrar a importância e a amplitude da discussão sobre o papel do design. Os textos aqui apresentados são de grande relevância para o meio acadêmico, são um convite à reflexão da importância do design no dia a dia, reúnem importantes pesquisas das mais diversas instituições de ensino superior do Brasil,

Convido você a aperfeiçoar seus conhecimentos e refletir com os temas aqui abordados.

Boa leitura!

Vanessa Campana Vergani de Oliveira

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	1
A IMPORTÂNCIA DA AMBIENTAÇÃO VINTAGE PARA A SUSTENTABILIDADE	
Kátia Maria de Lima Araújo	
DOI 10.22533/at.ed.7231903091	
CAPÍTULO 2	14
A METODOLOGIA ATIVA COMO AUXILIAR NO ENSINO DE DESIGN A DISTÂNCIA	
Larissa Siqueira Camargo	
Sabrina Giselle Levinton	
DOI 10.22533/at.ed.7231903092	
CAPÍTULO 3	23
A RETÓRICA DO DESIGN GRÁFICO EM APRESENTAÇÕES DIGITAIS DE POWERPOINT	
Guaracy Carlos da Silveira	
DOI 10.22533/at.ed.7231903093	
CAPÍTULO 4	35
A UTILIZAÇÃO DE TÉCNICAS DE PESQUISA DO USUÁRIO PARA A DEFINIÇÃO DE PERFIL DE ALUNOS DE DESIGN	
Tainá Cabral Benjamin	
Luna Victoria Pessoa da Silva	
Narle Silva Teixeira	
DOI 10.22533/at.ed.7231903094	
CAPÍTULO 5	47
APRENDIZAGEM BASEADA EM PROJETOS: RELATO DE EXPERIÊNCIA DA IMPLEMENTAÇÃO NO CURSO TÉCNICO DE COMUNICAÇÃO VISUAL	
Agnacilda Silva Rocha	
Carolina Marielli Barreto	
Milton Koji Nakata	
DOI 10.22533/at.ed.7231903095	
CAPÍTULO 6	58
AS NARRATIVAS DO DESIGN DE S. – O NAVIO DE TESEU	
Christiane C. Almeida	
Vera Lucia dos S. Nojima	
DOI 10.22533/at.ed.7231903096	
CAPÍTULO 7	73
CARRO-BIBLIOTECA: REDESIGN CENTRADO NO USUÁRIO DE BIBLIOTECA PÚBLICA ITINERANTE	
Andréa Franco Pereira	
Letícia Ribeiro de Martino	
Nathalia Carvalho de Lima	
Viviane Pereira Pinto Ferreira	
Gildete Santos Veloso	
DOI 10.22533/at.ed.7231903097	

CAPÍTULO 8	91
COMBINANDO FRAMEWORKS NO DESENVOLVIMENTO DE ARTEFATOS DIGITAIS: UM ESTUDO DE VIABILIDADE	
Guto Kawakami de Oliveira Sylker Teles da Silva	
DOI 10.22533/at.ed.7231903098	
CAPÍTULO 9	103
COMUNIDADE QUILOMBOLA DE FELIPE: ESTUDOS EM PRODUCT-SERVICE SYSTEMS PARA INCENTIVAR A ECONOMIA LOCAL	
Nadja Maria Mourão Ivy Francielle Higino Martins Rosilene Conceição Maciel Ana Célia Carneiro Oliveira	
DOI 10.22533/at.ed.7231903099	
CAPÍTULO 10	116
CONSUMO DE PRODUTOS SUSTENTÁVEIS: PERCEPÇÕES DOS CONSUMIDORES SOBRE A EMBALAGEM NATURA EKOS DE BURITI	
Priscila Westphal Rodrigues	
DOI 10.22533/at.ed.72319030910	
CAPÍTULO 11	128
DESIGN COMO AGENTE PROPULSOR DA RELAÇÃO ENTRE CINEMA E SUAS REPRESENTAÇÕES	
Nicolas Tessari Luiza Grazziotin Selau Carla Farias Souza Gislaine Sacchet	
DOI 10.22533/at.ed.72319030911	
CAPÍTULO 12	144
DESIGN DE EXPERIÊNCIA AMBIENTAL HOSPITALAR – FOCO NO ATENDIMENTO À CRIANÇA	
Aline Garcia Pereira Laís Machado Lizandra Garcia Lupi Vergara	
DOI 10.22533/at.ed.72319030912	
CAPÍTULO 13	159
DESIGN E COMPLEXIDADE: APLICAÇÃO DE UM JOGO COLABORATIVO A FIM DE IDEAR SOLUÇÕES PARA OS PROBLEMAS DA MINERAÇÃO	
Thalita Barbalho Ana Carolina Lacerda Letícia Guimarães Rita de Castro Engler	
DOI 10.22533/at.ed.72319030913	

CAPÍTULO 14	174
DESIGN E SIMBOLOGIA NO PROJETO DE MOBILIÁRIO LITÚRGICO	
Marcelo dos Santos Forcato Anelise Guadagnin Dalberto Bruno Montanari Razza Paula da Cruz Landim	
DOI 10.22533/at.ed.72319030914	
CAPÍTULO 15	192
DESIGN EM TRANSFORMAÇÃO: UMA ANÁLISE DO PENSAMENTO E DA PRÁTICA	
Rafael Kochhann Sílvia Trein Heimfarth Dapper	
DOI 10.22533/at.ed.72319030915	
CAPÍTULO 16	207
EPISTEMOLOGIA DO DESIGN AFIRMATIVO	
Sandro Lopes dos Santos Vera Lúcia Moreira dos Santos Nojima	
DOI 10.22533/at.ed.72319030916	
CAPÍTULO 17	218
EXPERIÊNCIA MULTISSENSORIAL EM MUSEUS: DESENVOLVIMENTO DE RECURSOS TÁTEIS E SONOROS PARA PESSOAS COM DEFICIÊNCIA VISUAL	
Eduardo Cardoso Tânia Luisa Koltermann da Silva	
DOI 10.22533/at.ed.72319030917	
CAPÍTULO 18	232
FORMA E INFORMAÇÃO: UM OLHAR DE DESIGN SOBRE OS ARTEFATOS INFORMACIONAIS DO SISTEMA DE ÔNIBUS DA CIDADE DE SÃO PAULO	
Bruno Rodilha	
DOI 10.22533/at.ed.72319030918	
CAPÍTULO 19	249
LIVROS DIDÁTICOS E A IMPORTÂNCIA NO DISCURSO SOCIAL	
Gabriela Rangel Xavier	
DOI 10.22533/at.ed.72319030919	
CAPÍTULO 20	260
MATERIAL DIDÁTICO SOCIOEMOCIONAL PARA O ENSINO DAS CINCO EMOÇÕES BÁSICAS E DESENVOLVIMENTO DA EMPATIA	
Jéssica Souza De Almeida Maria do Carmo Gonçalves Curtis	
DOI 10.22533/at.ed.72319030920	
CAPÍTULO 21	275
MOBILE LEARNING – VILÃ OU ALIADA DOS ESTUDANTES? UM ESTUDOS DOS ASPECTOS METODOLÓGICOS DE USABILIDADE DE INTERFACES EM DISPOSITIVOS MÓVEIS	
Karolina Nunes Tolentino Costa Flávio Anthero Nunes Vianna dos Santos	
DOI 10.22533/at.ed.72319030921	

CAPÍTULO 22	287
PEDRA SÃO THOMÉ: VALORIZAÇÃO REGIONAL POR MEIO DA REVITALIZAÇÃO DA PAISAGEM E DA IDENTIDADE CULTURAL	
Laura de Souza Cota Carvalho Silva Pinto Andréa Franco Pereira	
DOI 10.22533/at.ed.72319030922	
CAPÍTULO 23	306
PESQUISA-AÇÃO COMO RESPOSTA METODOLÓGICA AOS DESAFIOS DE DESIGN SOCIAL	
Maiara Gizeli Dallazen Camillo Irina Lopes Guedes Felipe Petik Pasqualotto Richard Perassi Luiz de Souza Giselle Schmidt Alves Díaz Merino	
DOI 10.22533/at.ed.72319030923	
CAPÍTULO 24	318
O PANORAMA DO DESIGN SUSTENTÁVEL NAS MATRIZES CURRICULARES DOS CURSOS DE DESIGN DA GRANDE VITÓRIA/ES E GRANDE BELO HORIZONTE/MG	
Michele Silva da Mata Caetano Aline Freitas da Silva Xavier Marcelina das Graças de Almeida	
DOI 10.22533/at.ed.72319030924	
CAPÍTULO 25	329
QUADRINHOS COMO MÉTODO DE DIVULGAÇÃO DA CULTURA POPULAR BRASILEIRA: UM ESTUDO DE CASO NA ESCOLA ERC E F CENTRO SOCIAL AUXILIUM	
Marcele Pamplona Carneiro	
DOI 10.22533/at.ed.72319030925	
SOBRE A ORGANIZADORA	341
ÍNDICE REMISSIVO	342

A UTILIZAÇÃO DE TÉCNICAS DE PESQUISA DO USUÁRIO PARA A DEFINIÇÃO DE PERFIL DE ALUNOS DE DESIGN

Tainá Cabral Benjamin

Graduanda; Fundação Centro de Análise e Pesquisa Fucapi Manaus - AM

Luna Victoria Pessoa da Silva

Graduanda; Fundação Centro de Análise e Pesquisa Fucapi Manaus - AM

Narle Silva Teixeira

Doutora; Fundação Centro de Análise e Pesquisa Fucapi Manaus – AM

THE USAGE OF USAR RESEARCH TECHNIQUES TO DEFINE DESIGN STUDENT PROFILE

ABSTRACT: This paper presents the process and result of an academic research carried out in the discipline Methods and Techniques in Design. The focus of the research was to identify the student profile of the course, to understand their behaviors and preferences, creating personas that would serve as basilar information for the project of a “Welcome Academic Kit” for students. For this, the work had as main reference the Design Thinking methodology, its research techniques and understanding of the problem, as well as some definitions about design and the identity of the researched course. After the research, two kits were created, one serving the student with preference for the printed graphic concept, and another for the student more interested in the digital themes, both illustrated by the mascot created for the student profile identified in the research.

KEYWORDS: design; methodology; profile and students.

RESUMO: Este artigo apresenta o processo e resultado de uma pesquisa acadêmica realizada na disciplina Métodos e Técnicas em Design. O objetivo da pesquisa foi identificar o perfil dos estudantes do curso em questão, compreender seus comportamentos e preferências, gerando personas que serviriam como informação basilar para o projeto de um “Kit Acadêmico de Boas-vindas” para os ingressantes no curso. Após a pesquisa, foram criados 2 kits, um atendendo ao estudante com preferência pelo conceito gráfico impresso, e outro para o estudante mais interessado nos temas digitais, ambos ilustrados pela mascote criada para o perfil de estudante identificado na pesquisa.

PALAVRAS-CHAVE: design; metodologia; perfil e alunos.

1 | INTRODUÇÃO

A presente pesquisa foi motivada por

uma percepção inicial de que os estudantes do curso de Design de uma instituição de ensino superior da cidade de Manaus/AM pareciam apresentar algum padrão de comportamento, de preferências de consumo, e que, por este motivo, seria possível apresentar por meio de um trabalho acadêmico, o perfil do aluno do curso.

Diante de tal inquietação, foi elaborado na disciplina Métodos e Técnicas em Design, um trabalho de pesquisa tendo o seguinte desafio: mapear o perfil dos estudantes do curso para subsidiar a criação de um “Kit Acadêmico de Boas-vindas” para os calouros. Tal problema se justifica pelo fato de que, nos últimos 3 anos a instituição tem recebido um alunado que, aparentemente, são simpáticos aos mesmos ambientes culturais, de conhecimento, e de consumo em geral.

Para tal, foi realizado um trabalho de observação e pesquisa com o estudante durante o período de permanência no âmbito educacional, com destaque para a compreensão e uso das técnicas de coleta e análise de dados apresentados pelo Design Thinking. Ao fim do trabalho, deveria ser apresentado um protótipo de média fidelidade do kit criado, com suas devidas justificativas relacionadas ao processo de pesquisa, sendo este artigo o resultado desse trabalho.

A apresentação do mesmo serve à meta compreensão do processo, quando escrito pelos alunos integrantes da pesquisa, buscando ainda contribuir com a sociedade acadêmica em design pelo estímulo à pesquisas e experiências acadêmicas em campo similar.

2 | REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Design e suas Competências

As definições para o design são aplicadas de diversas formas em função dos diferentes contextos em que a área se encontra. Um dos principais fatores que contribuem para que o design não tenha uma única definição é a sua multidisciplinaridade, que favorece o surgimento de diversos pontos de vista.

De acordo com Miller (2004), ao exercer sua função de substantivo, geralmente estará se referindo a algum objeto. Já como verbo, normalmente irá se referir a um processo, que é o desenvolvimento do projeto do “produto” que soluciona o problema.

O designer, profissional habilitado para o desenvolvimento de projetos de design, tem seu perfil profissional indicado no artigo 3º das Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Design no Brasil.

O curso de graduação em Design deve ensinar, como perfil desejado do formando, capacitação para a apropriação do pensamento reflexivo e da sensibilidade artística, para que o designer seja apto a produzir projetos que envolvam sistemas de informações visuais, artísticas, estéticas culturais e tecnológicas, observados o ajustamento histórico, os traços culturais e de desenvolvimento das comunidades bem como as características dos usuários e de seu contexto socioeconômico e cultural. (CNE/CES, 2004)

Tal definição de competências profissionais, são detalhadas no artigo 4º das Diretrizes, apontando ainda, habilidades que coloca o designer como conhecedor do campo produtivo, gerencial e histórico, mas com domínio da criatividade, da estética e da apropriada comunicação dos resultados de seu trabalho.

Schneider (2010) afirma que atualmente, em função dos diversos fatores como historicidade, aplicação e abrangência da área, é impossível definir com precisão o conceito de design. Todavia, como apontado na Introdução deste trabalho, percebe-se que os jovens ingressantes nos cursos de design, já não tem tanta dificuldade em saber qual será a sua atuação profissional, e quais as técnicas e tecnologias com as quais terá que trabalhar no ambiente acadêmico.

2.2 O Curso de Design em Estudo

O curso de Bacharelado em Design, onde as pesquisas foram realizadas, tem como ênfase o campo da Interface Digital. O curso foi criado no ano de 2001, com atividades iniciadas em 2002, visando justamente o crescimento do mercado de informática e a importância da interação entre os usuários com os dispositivos eletrônicos.

De acordo com o Projeto Político Pedagógico do Curso (FUCAPI, 2013), uma vez matriculado, o discente irá adquirir capacidade para desenvolvimento de projetos que englobam: interface web, experiência do usuário, multimídias, desenvolvimento de jogos e outros formatos que possuam necessidade de interfaces atrativas e tangíveis. Entretanto, o curso também oferece a formação básica e essencial ao designer, e por este motivo, considera que o seu egresso está também preparado para atuar em projetos de comunicação visual gráfica, não relacionados aos suportes digitais.

Dado o perfil e contexto em que o curso se insere, logo percebe-se que ao recrutar seus alunos, torna-se comum receber alunos com interesse em uma cultura digital, como jogos, desenhos, filmes, séries, aplicativos e outras tecnologias de consumo, uma vez que eles possuem os mesmos objetivos profissionais no tocante à área de atuação.

2.3 Fundamentos do Design Thinking

Como atividade de conteúdo da disciplina letiva, os alunos deveriam compreender diferentes formas de coletar e analisar o problema por meio da realização do maior número possível de técnicas, sendo priorizada aquelas relacionadas ao Design Thinking.

No Design Thinking se presume na sondagem de informações sobre problemas reais do usuário final, o entendimento da sua jornada e a proposta de soluções compreensíveis que tomam como base o foco no usuário. De acordo com Vianna, et.al (2012) o Design Thinking é composto por três fases principais, sendo elas Imersão, Ideação e Prototipação. Por ser um processo versátil e não-linear, as fases podem ser

configuradas de forma que se adequem ao problema.

Conforme os autores, a fase de Imersão pode ser dividida em duas etapas: Preliminar e em Profundidade. A finalidade da Imersão Preliminar é definir o escopo do projeto e suas fronteiras, identificando as informações básicas sobre os usuários. Já na etapa de Imersão em Profundidade, é elaborado um Plano de Pesquisa, utilizando técnicas como: entrevista, observação participante ou indireta, registros fotográficos, entre outras. Neste artigo constam as técnicas de coleta de dados que seriam utilizadas em uma etapa de Imersão em Profundidade, tendo sido a Imersão Preliminar apresentada pela professora orientadora da disciplina.

Após o levantamento de dados na Imersão, o próximo passo é analisar e sintetizar as informações coletadas. Sendo assim, torna-se possível obter padrões e criar desafios que auxiliem no entendimento do problema (VIANNA et al., 2012). Essa etapa de análise conclui as atividades da fase de imersão, e foi realizada pelos alunos com o objetivo de exercitar as diferentes técnicas de síntese.

Seguida da síntese dos dados, é realizada a fase de Ideação, quando as ideias são geradas e apresentadas sem nenhum julgamento, nela ocorre o *brainstorming* ou outras técnicas que estimulam o pensamento criativo para propor soluções para o problema.

A última fase é a de Prototipação. Em resumo, é a fase de validação das ideias geradas anteriormente, é o momento de tirar as ideias do papel. Deve-se filtrar e ver o que se encaixa no projeto, juntando propostas e colocando a mão na massa. Apesar de ser apresentada como fase final, essa fase também pode ser realizada em paralelo com as outras fases, pois conforme ocorre o surgimento de ideias, elas podem ser testadas e prototipadas. Neste artigo será apresentado somente o protótipo final em *rendering* digital, embora outros protótipos tenham sido feitos na etapa de ideação.

3 | METODOLOGIA DO TRABALHO

A pesquisa teve cenário em uma Instituição de Ensino Superior localizada na cidade de Manaus, Amazonas, Brasil. O estudo foi realizado com 40 alunos do curso de Design da instituição, dentro do período dos meses de outubro e novembro do ano de 2017.

A investigação se caracteriza como aplicada, pois, tem como objetivo resolver problemas concretos, gerando aplicações práticas e novos conhecimentos resultantes do processo de pesquisa. De acordo com Gil (1999, p. 43) “a pesquisa aplicada possui muitos pontos de contato com a pesquisa pura, pois depende de suas descobertas e se enriquece com o seu desenvolvimento.” Assim, pode-se justificar como aplicada, pois o objetivo foi a criação do kit para os alunos ingressantes.

De cunho descritivo, consiste num levantamento de dados e informações caracterizados pela interrogação direta das pessoas cujo comportamento deseja

conhecer. Para Trivinos (1987, p.110), “o estudo descritivo pretende descrever “com exatidão” os fatos e fenômenos de determinada realidade”, sendo utilizado quando a intenção do pesquisador é conhecer uma determinada característica.

A pesquisa caracteriza-se ainda por uma abordagem qualitativa, que segundo Trivinos (1987), trabalha os dados buscando seu significado, tendo como base a percepção do fenômeno dentro do seu contexto. A pesquisa qualitativa segundo Bogdan & Biklen (2003), envolve a aquisição de dados descritivos, adquiridos no contato direto do pesquisador com a situação estudada.

O método de design utilizado no projeto teve fortes características do Design Thinking, que é um conjunto de processos para abordar problemas, analisá-los e propor soluções com foco no processo empático do pesquisador, do pensamento visual e na prototipação durante a projeção.

3.1 Coleta de Dados

O trabalho de pesquisa em campo foi organizado em duas etapas, em um primeiro momento foi feita a coleta de dados e no segundo momento a análise e síntese do que foi coletado em campo.

Na etapa de coleta de dados foram utilizadas como forma de exercício e compreensão acadêmica 4 (quatro) técnicas: 1. Observação; 2. Entrevista; 3. Grupo Focal; 4. Questionário.

A primeira técnica utilizada foi a de observação, que consiste em registrar um fato, comportamento ou ação utilizando-se para tal dos sentidos e sensibilidade do pesquisador. O tipo de observação utilizada foi a não-participante, onde o pesquisador se coloca fora do fenômeno observado e não faz nenhuma interferência. A observação foi realizada em grupo e de forma sistemática. Dessa forma, a equipe elaborou um roteiro de observação, incluindo quais os aspectos a serem observados (forma de se vestir), quando e onde. (quadro 01).

Vestimenta	Meninos	Meninas
Parte de cima	Camisetas estampadas, camisa de manga quadriculada, camisetas monocromáticas.	Blusas de manga, regatas matriculadas, blusas com listras largas, blusas com estampas.
Parte de baixo	Calças jeans, sempre com colorações escuras.	Calças jeans escuras, saias de tons escuros.
Calçado	Tênis escuros, coturnos pretos, chinelos.	Sandálias abertas, sapatilhas de cores diferentes, tênis colorido.

Quadro 1: Resultados da técnica de Observação de vestimenta

Fonte: Os autores (2017)

A segunda técnica foi a realização de entrevistas semiestruturadas, onde

se obtinha um roteiro de questões como guia, mas que ao mesmo tempo, poderia considerar outros prontos trazidos pelo entrevistado.

Nesta técnica foram entrevistados 5 alunos, sendo 1 aluno do 2º período, 2 alunos do 4º período e 2 alunos do 6º período. As entrevistas levaram cerca de 10 minutos e foram realizadas no campus da faculdade.

Nas entrevistas foi possível obter informações sobre as predileções e simpatias dos alunos em relação a entretenimento, vida pessoal e acadêmica. O quadro 02 apresenta em palavras isoladas o quê surgiu nas respostas, sendo os itens de título o roteiro da entrevista.

Tempo livre	Atividades de design	Séries/Filmes	Livros	Despesas	Jogos
Comer	Ilustrações Manuais	House of Cards	Torre Negra	Filmes/Livros	Don't Starve Together
Jogos	Ilustrações digitais	Vikings	Saga Millenium	Materiais de desenho	PES/FIFA
Séries	Projetos digitais	Supernatural	Design	Cursos online	League of Legends
Cinema	Projetos físicos	Breaking Bad	História	Comida	Siege

Quadro 2: Resulta dos da técnica de Entrevista

Fonte: Os autores (2017)

A terceira técnica foi a de grupo focal, que para Kitziigner (2000) consiste em uma forma de entrevistas realizada com grupos, baseada na comunicação e na interação, tendo como objetivo principal reunir informações detalhadas sobre um tópico essencial (sugerido por um pesquisador ou moderador do grupo) a partir de um grupo de participantes selecionados.

Na presente pesquisa foram realizados dois grupos de foco. O primeiro ocorreu no período de 1 hora, com 2 alunos do 4º período, 1 aluno do 2º período e 1 aluno do 6º período. Neste grupo os participantes foram orientados a escolher imagens que os representassem quanto aos seus gostos e preferências, tendo como fonte de pesquisa uma rede social de compartilhamento de fotos, onde os usuários podem compartilhar e gerenciar imagens temáticas. Após a escolha individual, foi montado um único painel que contém todas as imagens selecionadas, sendo visível que a maioria se repetia. A figura 01 ilustra as categorias de imagens selecionadas pelos participantes da técnica.

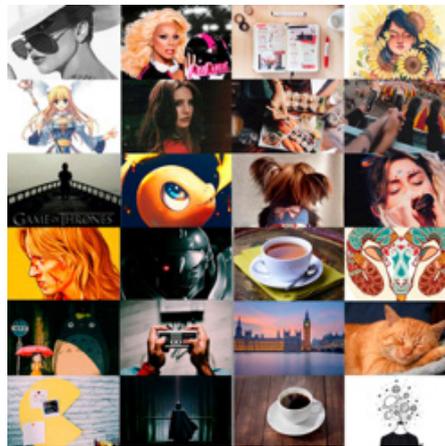


Figura 01: Painel visual pelo Grupo Focal

Fonte: Os autores, com Imagens coletadas do site <https://br.pinterest.com/>. (2017)

No segundo grupo focal, foram pré-definidos temas de interesse e solicitado para que discutissem de forma coletiva sobre o assunto, explanando suas opiniões e apontando os seus favoritos. Nesse momento, participaram da experiência (que teve duração de 30 minutos), 6 alunos do 4º período, 2 alunos do 2º período e 1 aluno do 6º período. O quadro 3 apresenta as respostas apontadas pelos alunos.

Comida	Design	Série	Youtube	Jogos	Roupas	Desenho
Sushi	Ilustrações	Vikings	Nerdologia	MOBA	Calça Jeans	Gravity Falls
Café	Projetos digitais	Narcos	Jovem Nerd	Smite	Camisetas	Scooby Doo
Comida regional	Técnicas de desenho	Game of Thrones	Entre Planos	League of Legends	Roupas Confortáveis	Rick and Morty
Lasanha	Blogs de Design	O Atirador	Cellbit	Warface	Moletom	Steven Universe

Quadro 3: Favoritos pelo Grupo Focal

Fonte: Os autores (2017)

A última técnica aplicada foi o questionário, que assim como as técnicas anteriores, teve como objetivo conhecer opiniões, sentimentos e interesses dos entrevistados. Optou-se pelo modelo misto, com perguntas abertas e fechadas, sendo as fechadas elaboradas por uma Escala de Diferencial Semântico.

O questionário foi aplicado a 31 alunos, sendo 11 alunos do 2º período, 9 alunos do 4º período e 11 alunos do 6º período.

Após aplicado, os dados dos questionários foram tratados e organizados. Os dados qualitativos foram separados para integrar a análise e síntese a ser realizada posteriormente. Constatando informações relacionadas a personalidade e formas de entretenimento que os alunos possuíam.

Como dito anteriormente, a diversidade de técnicas aplicadas tinha como objetivo gerar uma compreensão teórico-prática de uma única pergunta-problema. Assim, algumas vezes as questões coletadas se repetiram, e seus resultados serviram

para complementar ou validar outros dados já obtidos.

3.2 Análise e Síntese

Após a coleta de dados, foi dado início a análise e síntese dos resultados obtidos, visando interpretar e compreender o que foi coletado. Segundo Rampazzo (2005) com a ausência da análise, todo conhecimento se torna confuso e superficial, enquanto sem a síntese, é fatalmente inacabado.

Nesta etapa foram utilizadas 7 técnicas: 1. Cartões de Insight; 2. Diagrama de Afinidades; 3. Painel Semântico; 4. Mapa Conceitual; 5. Personas; 6. Mapa de empatia; 7. Critérios Norteadores.

Os cartões de insight são “reflexões embasadas em dados reais das pesquisas exploratórias[...], transformadas em cartões que facilitam a rápida consulta e manuseio” (VIANNA, et.al, 2012). Todos os dados qualitativos gerados nas diferentes técnicas de coleta de dados foram considerados para a geração dos cartões. Após a criação dos cartões, de forma ordenada foi gerado o Diagrama de Afinidades, que se caracteriza pela “organização e agrupamento dos Cartões de Insights com base em afinidade, similaridade, dependência ou proximidade, gerando um diagrama que contém as macro áreas que delimitam o tema trabalhado, suas subdivisões e interdependências” (VIANNA, et.al, 2012).

O painel semântico caracteriza-se por ser uma técnica de representação qualitativa dos dados analisados. Para sua construção foram elaboradas ilustrações que representam o público-alvo quanto as preferências relacionadas ao entretenimento, formando uma composição de imagens interdependentes.

A quarta técnica foi o Mapa Conceitual, que consiste em um diagrama de palavras e desenho de conexões com o objetivo de organizar ideias, conceitos e informações abstratas de forma visual e de modo esquematizado. Nele reuniu-se o conteúdo em forma de teia de aranha, sendo possível identificar os subtemas presentes em cada tópico e analisá-los (vide figura 3).



Figura 3: Mapa Conceitual

Fonte: Os autores (2017)

A partir da análise e síntese destas técnicas sobre os comportamentos observados pelo público-alvo em estudo, foram criados personagens fictícios, apresentando características e estereótipos surgidos da pesquisa. Esses estereótipos são chamados de “Personas”, conforme o quadro 4.

Nome	Idade	Ocupação	Hobbies	Sonhos
Lúcia	20 anos	Estudante de Design Digital e estagiária em um laboratório de design	Assistir a séries de televisão e a filmes de terror	Abrir uma loja de estamperia de camisetas na temática nerd
Marcos	29 anos	Estudante de Design Digital e trabalha em uma empresa do Distrito Industrial	Gosta de passar o tempo com sua família	Trabalhar na empresa Google devido os benefícios lá oferecidos

Quadro 4: Criação de Personas

Fonte: Os autores (2017)

Após a criação das personas, foi elaborado o Mapa de Empatia, que consiste em organizar visualmente quatro informações estratégicas sobre o público em estudo, são elas: o que faz e fala, o que vê, o que pensa e sente e o que escuta. Mais uma vez, com base nos resultados anteriores de todas as etapas de análise do público-alvo, foi possível analisar e conectar as informações como um esquema mental, de forma que representasse a maneira como um estudante de Design da faculdade se sente e se comporta (vide figura 4).



Figura 4: Resultado Mapa de Empatia

Fonte: autores (2017)

Por fim, foram definidos os Critérios Norteadores, que servem como base final para a determinação dos limites do projeto e do seu verdadeiro propósito, dando um direcionamento mais adequado e exato ao objetivo do trabalho. Nesse caso, os critérios norteadores descritos para a fase de Ideação foram 4: ser duradouro, memorável, unissex e portátil.

3.3 Ideação

Uma vez definidos os critérios norteadores, partiu-se para a fase de Ideação. Inicialmente fora utilizada a técnica do brainstorming, que consiste em utilizar uma base quantitativa, analisando as informações previamente coletadas, listando a maior quantidade possível de ideias para solucionar o problema - “brainstorming baseia-se no princípio: ‘quanto mais ideias, melhor’” (BAXTER, 2008, p. 68).

Como exercício foi realizado também o Método 635, que é uma técnica criativa que de acordo com ORTIZ (2014), estimula o pensamento divergente, utilizando a livre associação como base de raciocínio, aumentando a produção de ideias criativas, característica valiosa em diferentes contextos.

O refinamento das ideias do brainstorming e do Método 635 foi feito através da técnica de MESCRAI, que para Baxter (2008, p. 80), “[...] uma sigla de ‘Modifique (aumente, diminua.), Elimine, Substitua, Combine, Rearranje, Adapte, Inverta’. Esses termos funcionam como uma lista de verificação para estimular possíveis modificações no produto”.

Por último, foram selecionadas 3 ideias de todas as geradas para análise mediante uma Matriz de Posicionamento, que é uma técnica em que cada ideia é avaliada levando em consideração os critérios norteadores e as necessidades das personas, completando assim o processo de decisão.

4 | RESULTADOS

Após todas as etapas finalizadas e analisadas, constatou-se que os alunos da instituição poderiam ser divididos em dois grupos amplos: os que gostavam de fazer seus projetos voltados à parte gráfica de forma manual e outro grupo que tinha preferência a executar seus trabalhos digitalmente e que fossem expostos em plataformas digitais.

A criação dos critérios norteadores adicionou características aos kits de forma perspicaz. A característica de unissex, por exemplo, foi um aspecto surgido no Mapa de Empatia, estimulando assim o respeito à diversidade. Outro critério levado em consideração foi o preço de produção, pois o foco seria atender a todos os calouros sem que fosse necessário um custo alto.

Na fase de ideação, foi apontado como parte da solução uma materialização dessa personalidade do aluno de design por meio da criação de uma mascote para o curso. A escolha de uma mascote para essa representação se encaixou de forma perspicaz.

Nomeado de “Dedê”, a mascote se materializa em formato de um personagem divertido, curioso e criativo, que sintetiza o espírito dos estudantes ávidos por conhecimento e oportunidades. Para isso, sua roupa verde-água incorpora a essência jovem (verde para esperança e liberdade) com o elemento da ponderação

(proporcionada pelo azul). A combinação cromática como um todo – amarelo, coral e rosa claro – remete à uma linguagem visual “cartunesca”, e a escolha de tons leves reforça a ideia de energia e jovialidade. A cabeça em formato de telinha e uma silhueta arredondada busca caracterizar uma personalidade amigável.

Aos alunos que se identificavam com trabalhos mais manuais, fora criado o Kit CMYK, pois esta sigla se refere a trabalhos impressos, e aos alunos que se identificam com os trabalhos digitais, surgiu a necessidade da criação do Kit RGB, sigla que representa a reprodução de cores em dispositivos eletrônicos (vide figura 5).

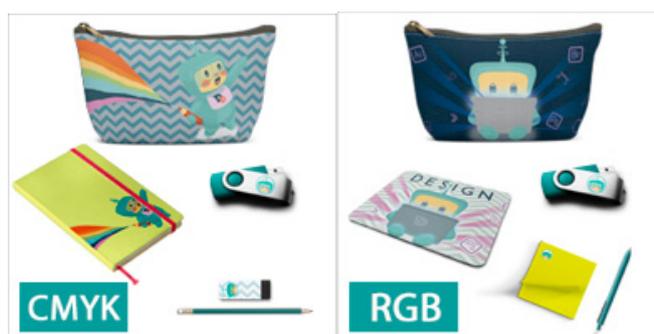


Figura 5: Kit CMYK e RGB

Fonte: Os autores (2017)

A disposição dos dois modelos de kits para os ingressantes possui a seguinte organização: Kit CMYK consiste em uma bolsa/estojo estilizada com a mascote do curso, contendo em seu interior um mini *sketchbook*, um *pendrive*, um lápis e uma borracha, objetos que visam trazer maior agilidade ao processo criativo gráfico - o *pendrive*, embora de uso plenamente digital, foi mantido no kit CMYK pelo valor comercial, o que deveria despertar grande interesse do estudante.

O Kit RGB consiste em uma bolsa/estojo também estilizada com a mascote do curso, e como componentes internos um *mousepad*, um *pendrive*, um bloco de notas adesivas e uma caneta tipo pincel. O *mousepad* com intuito de facilitar o uso da ferramenta *mouse* que é bastante utilizado em projetos digitais, o *pendrive* tem como função o transporte de dados - já o bloco de notas adesivas juntamente a caneta visa a criação de notas rápidas, elementos que embora de uso gráfico, são muito utilizados para o desenho de projetos digitais.

O objetivo da distribuição dos kits aos alunos ingressantes do curso é compreendido como uma maneira de recebê-los de uma forma acolhedora e inspiradora, dando-lhes a sensação de hospitalidade e identificação com o curso de Design.

5 | CONCLUSÃO

O trabalho apresentado neste artigo teve como objetivo mapear o perfil dos estudantes de um curso de Design em Manaus/AM, a fim de subsidiar a criação de um

“Kit Acadêmico de Boas-vindas” para os seus calouros.

Para tal, fez uso de diversas técnicas de levantamento de dados, análise e síntese, sendo possível identificar que os estudantes do curso, embora pudessem ser identificados em faixa etária distintas, apresentam clara conexão entre seus gostos e preferências de consumo.

Por se tratar de um projeto acadêmico, o estudo se limitou a uma instituição de ensino, porém, considera-se que poderia ser realizado um estudo mais amplo, expandindo para análises de outras instituições ou até mesmo da região, sendo possível identificar similaridades ou diferenças entre os alunos em sua relação com o perfil da matriz curricular de seu curso, de sua localidade ou outras variáveis identificáveis.

Espera-se que a apresentação desta pesquisa possa suscitar outras investigações que tenham como sujeito o próprio aluno de design, onde suas preferências possam servir de filtro para a criação de produtos, processos, metodologias, eventos da área e demais atividades acadêmicas.

REFERÊNCIAS

BAXTER, Mike. **Projeto de produto: Guia prático para o design de novos produtos**. São Paulo: Edgard Blucher, 2008.

BOGDAN, R. S.; BIKEN, S. **Investigação qualitativa em educação: uma introdução à teoria e aos métodos**. 12.ed. Porto: Porto, 2003.

CNE/CES. **Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Design**. In: Portal MEC, 2004. (http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/rces05_04.pdf..)

FUCAPI. **Projeto Político Pedagógico do Curso de Design**. FUCAPI, 2013.

GIL, Antonio C.; **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

KITZINGER, J. **Focus groups with users and providers of health care**. In: POPE, C.; MAYS, N. (Org.). *Qualitative research in health care*. 2. ed. London: BMJ Books, 2000.

ORTIZ, Felipe. **Métodos de criatividade para a gestão de projeto inovadores**. Revista Inovação Tecnológica, São Paulo, 2014.

SCHNEIDER, Beat. **Design – Uma Introdução: O Design no Contexto Social, Cultural e Econômico**. São Paulo: Blücher, 2010.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987.

VIANNA, M.; VIANNA, Y.; ADLER, I.; LUCENA, B.; RUSSO, B. **Design Thinking: Inovações nos Negócios**. Rio de Janeiro: MJV Press, 2012.

SOBRE A ORGANIZADORA

VANESSA CAMPANA VERGANI DE OLIVEIRA Bacharel Desenho Industrial, habilitação em Projeto de Produto, pela Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo- SP. Especialista em Design de Interiores, pela Universidade Positivo. Das diferentes atividades desenvolvidas destaca-se a atuação como professora de ensino superior atuando em várias áreas de graduações; avaliadora de artigos e projetos; revisora de revistas científicas; membro de bancas examinadoras de trabalhos de conclusão de cursos de graduação. Atua na área de Design de Mobiliário, Arquitetura com ênfase em projetos de Interiores residenciais e comerciais. Foi Diretora do Departamento de Patrimônio, da Secretaria de Cultura e Turismo, da Prefeitura Municipal de Ponta Grossa, PR de 2011 a 2013. Atualmente é docente da Unicesumar, nos cursos de Arquitetura e Urbanismo e Engenharia de Produção e sócia do escritório Forma Arquitetura e Design.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Acessibilidade 228

Ambientação 1, 10

C

Cinema 128, 129, 138, 140, 142, 143

Consumo sustentável 9, 12

Cultura 22, 33, 34, 73, 127, 172, 218, 219, 227, 228, 247, 249, 251, 301, 317, 322, 323, 337, 339

D

Design de interior 1

Design thinking 266

Diretrizes 17, 36, 37, 46, 226

E

Emoções 268, 269

Empatia 43, 44, 107, 263, 272

Experiência do usuário 145, 147

H

História do design 191

I

Informação 23, 24, 25, 28, 33, 34, 82, 92, 97, 142, 161, 215, 284

Inovação social 191

L

Lendas brasileiras 327

M

Metodologia 19, 73, 90, 94, 155, 156, 165, 195, 228, 256, 266, 304, 314, 315, 318, 338

Mineração 302

Museu 216, 218, 221, 222, 223

P

Powerpoint 23, 24, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34

R

Racismo 208, 214, 215

Retórica 23, 24, 26, 31, 33

S

Scrum 91, 92, 93, 94, 95, 97, 98, 99, 100, 101, 102

Significados simbólicos 85

Streaming 128, 129

Sustentabilidade 1, 7, 8, 9, 122, 196, 303, 318, 321, 322, 325

U

Usuário 73, 144

V

Vintage 1, 3, 8, 10, 13

W

Web-design 128, 129

Agência Brasileira do ISBN
ISBN 978-85-7247-572-3

