

8. Conclusão

Nesta trajetória de pesquisa, o estudo para redigir cada capítulo me proporcionou uma aproximação por um ângulo diferente com o tema do Design da Informação de Situações de Interesse Público.

Do segundo capítulo, onde estudei a trajetória da prática profissional e a formação acadêmica em Design, pude concluir que existem muitos fatores para o provável esvaziamento das discussões em torno da questão da missão social do Design. Acredito que vale a pena citar alguns que podem justificar o desenvolvimento de novas pesquisas.

No âmbito da prática profissional é possível perceber um certo desconhecimento das raízes do Design brasileiro, fato este que leva a uma desvalorização de nossa cultura genuína. Por outro lado, em decorrência do imediatismo de soluções exigido pelo mercado, existe uma valorização de “maneirismos estéticos” em detrimento da efetividade da comunicação. E se é importante discutir a missão social do design, nota-se, que existe um empenho ainda pouco expressivo da classe profissional em divulgar projetos e pesquisas neste sentido.

Sobre a formação acadêmica, pude concluir com este estudo que durante muito tempo empregamos e difundimos modelos pedagógicos pouco ajustados à nossa demanda produtiva e aos aspectos sociais e culturais de nossa sociedade, questão que até os dias atuais tentamos contornar. Dentro deste mesmo assunto, pode-se questionar, também, se a formação atual em Design – enquanto área do conhecimento que se dedica a transformar demandas abstratas em produtos ou comunicações palpáveis – não carece de um maior comprometimento em estudar e propor alternativas às questões que afligem uma parcela significativa dos cidadãos brasileiros.

A partir da pesquisa bibliográfica que realizei no terceiro e quarto capítulos, pude verificar que quando o propósito é construir comunicações destinadas a abordar interesses de grande parte da sociedade, é vital que se considere que a diversidade de nossa cultura implica também uma variedade de sujeitos-intérpretes. Portanto, percebi que se existe a necessidade de construir uma comunicação

eficiente, ela está necessariamente vinculada à valorização do conceito produtor-intérprete. Ou seja, fica destacada a importância de uma prática projetual que valorize as situações de interpretação, colocando o intérprete das mensagens como um agente de destaque, um co-autor, no transcurso do processo projetual e nas situações onde as mensagens são interpretadas.

Do mesmo modo, pude verificar na fala dos autores estudados, que a busca pela objetividade de significados perseguida no Design da Informação, leva-nos a perceber que cada situação requer abordagens específicas devido a particularidades dos contextos e intérpretes. Esta noção implica o reconhecimento de que não há método definido a priori que possa ser aplicado com eficácia a uma nova situação. Particularmente no caso do Design da Informação de Situações de Interesse Público, existe a necessidade de se desenvolver uma prática consciente das diferenças culturais e das alterações que estas proporcionam ao sistema de valores, estratégias cognitivas e estilos de processamento da informação. Ou seja: é necessário desenvolver uma prática mais crítica quanto à utilização de juízos e estilos universais

Do capítulo seis, onde realizei a análise de conteúdo das entrevistas provenientes de quatro diferentes setores da sociedade – Instituição pública, privada, acadêmica e ONG – pude retirar questões de grande interesse para a pesquisa. A princípio destaco que, no que se refere ao âmbito de atuação destas instituições, foram enfatizados três conceitos que permearam os discursos dos entrevistados: educação, cidadania e multimídia. A associação destes três conceitos pode indicar um desdobramento para novas pesquisas, considerando-se que as quatro instâncias diferentes afirmam utilizar o design para o desenvolvimento de mídias diversas, com propósitos educativos e de promoção da cidadania.

O estudo sobre a demanda por projetos de Design da Informação de Situações de Interesse Público apresenta duas principais constatações: a primeira evidencia a existência de uma demanda por projetos para o setor do interesse público, uma vez que empresas e fundações buscam e encontram instituições que possam desenvolvê-los; e a segunda manifesta o empreendedorismo proveniente de alguns profissionais que, com sua própria bagagem pessoal e profissional, funcionam como uma ponte: de um lado identificam uma demanda por projetos que podem – através do Design – abordar problemas de interesse público e, de outro, buscam uma instituição que possa patrocinar seu desenvolvimento. Estes profissionais, ao utilizarem uma visão

estratégica de seu campo de ação, evidenciam que, praticamente, não existem fronteiras para a atuação em Design.

Com a fala dos entrevistados constatei que é provável que a falta de conhecimento sobre estes possíveis patrocinadores, se deva à forma dispersa na qual as convocatórias se concretizam. Muitas vezes elas se realizam através de um contato particular com as instituições que os desenvolvem. Cabe o questionamento sobre a possibilidade da implementação de uma entidade que centralize estes requerimentos.

No que se refere às temáticas específicas e aos propósitos abordados por projetos de Design da Informação dentro do campo da utilidade pública, pude comprovar que, dentro do recorte empregado, estes projetos pretendem, de forma ampla, educar, mobilizar e engajar o público nos temas que abordam. Outro conceito que também esteve presente nos discursos dos quatro entrevistados foi a “convergência de mídias”, que se refere à utilização diferentes tipos de mídia para atingir o público, dentro de um único projeto. De forma geral, os entrevistados acreditam que a utilização desta técnica enriquece a abordagem dos temas propostos e manifesta uma possibilidade maior de sensibilizar e interagir com o público, levando-o a complementar o sentido da mensagem. A utilização da convergência, seja num evento concreto ou em objetos multimídia, proporciona a exploração de novas áreas de atuação. Com ela destaca-se a possibilidade de interação com o usuário, seja para a validação do projeto ou como forma de estímulo à troca e construção do conhecimento através de opiniões, respostas etc.

Na análise do público-alvo, onde procurei identificar se existem parcelas particulares da sociedade que são comumente contempladas com os projetos de Design da Informação de Situações de Interesse Público e, também, a relação das equipes de design com o público destinatário dos projetos, pude verificar que 75% dos entrevistados utiliza um enfoque metodológico que prioriza a participação do público durante o desenvolvimento do trabalho como forma de garantir um resultado mais eficiente. Quando isto não é possível, contorna-se a situação adotando a técnica do grupo focal para determinar o perfil do público-alvo.

Quanto ao questionamento sobre a existência de parcelas particulares da sociedade que sejam comumente contempladas com projetos de Design da Informação de Situações de Interesse Público, vale comentar que justamente por se tratar de um âmbito que visa os interesses comuns da grande maioria dos cidadãos,

não há um público específico a ser abordado. Porém, o recorte do *corpus* de pesquisa, levou-me a entrevistar duas instituições (50% dos entrevistados) que se dedicam ao desenvolvimento de materiais para serem utilizados no âmbito da Educação. Esta questão levou-me a indagar se os projetos de Design da Informação de Situações de Interesse Público não resultam, em sua grande maioria, em materiais educativos, ou melhor dizendo, materiais destinados a construir um conhecimento específico que pretende, como foi avaliado acima, educar, mobilizar e engajar. Acredito que novas pesquisas podem ser desenvolvidas para ampliar esta questão.

Sobre o tema discutido nesta categoria, referente ao provável foco projetual em públicos periféricos, é possível perceber que o Design da Informação de Situações de Interesse Público, além de ser um Design de materiais educativos, também é, em relação ao público, um Design inclusivo. Esta afirmação pode ser feita porque ele visa a construção de conhecimentos integrando o público – que estava marginalizado devido a carência de um conhecimento – em práticas sociais de convivência que tragam mais benefícios a todos. Por isto acredito que, de certa forma, esta é uma prática de Design mais sustentável.

Sobre a principal temática discutida nesta pesquisa que se refere à análise do processo metodológico efetuado por cada instituição, pude evidenciar a desejada interdisciplinaridade na composição das equipes de projeto. Verifiquei que o processo do Design em Parceria possibilita uma interação com o público para a validação de cada decisão. Dentro deste enfoque metodológico, a “parceria” evidencia-se na preocupação em aproximar-se tanto do público que receberá o projeto, como também de consultores, colaboradores, patrocinadores etc., que possam auxiliar a equipe na tomada de decisões. A parceria, de acordo com os preceitos da interdisciplinaridade, parece revelar uma prática de conjugar saberes e atuações de áreas variadas para viabilizar o desenvolvimento dos projetos.

Sobre a crítica aos projetos de Design em Parceria – de que esta metodologia tem poucas chances de ser utilizada fora do âmbito acadêmico, acredito que se pode colocar a questão de outra forma. Não há como contestar que este é um enfoque metodológico que demanda mais tempo no desenvolvimento do processo de projeto, pois existem várias etapas – problematização, familiarização, testagem e aprimoramento – em parceria com o público e consultores durante o processo projetual. Creio, porém, que por ser mais prolongado, não quer dizer que não haja uma parcela do mercado interessada, inclusive disposta a pagar o valor necessário

para a execução de um projeto de Design que lhes garanta um efeito significativo para o público e um resultado eficaz nas respostas apresentadas. Contudo, sabe-se que, comparada aos projetos convencionais de Design, trata-se de uma fatia do mercado bastante restrita. Talvez, seja correto afirmar que este é um tipo particular de atuação em Design que deve ser aplicado quando houver uma necessidade de obter um envolvimento e um retorno necessário do público alvo. É evidente que todos os projetos de Design visam um resultado eficiente, porém, percebo que os casos onde a aplicação do Design em Parceria é vital, são aqueles nos quais a não obtenção de um retorno efetivo, pode prejudicar a convivência democrática ou pode dificultar o acesso de cidadãos a seus direitos concedidos por lei. Desta forma, é possível afirmar que esta metodologia visa, de forma ampla, a inclusão e a convivência sustentável.

Torna-se oportuno salientar que o enfoque metodológico do Design em Parceria pode ser visto como uma “filosofia do projeto”. Isto acontece porque, após vivenciar esta metodologia, o designer leva consigo uma “semente” que demonstra como se pode encarar os projetos e também o outro, ou seja, a pessoa que vai se relacionar com o que está sendo projetado.

Esse enfoque metodológico também oferece a possibilidade do desenvolvimento de projetos em harmonia com a diversidade cultural brasileira, pois, permite que durante o processo projetual seja incluída a possibilidade de releitura e reinterpretação do objeto, oferecendo a probabilidade de adaptação a contextos diversos numa perspectiva de abrangência de públicos distintos.

Sobre a preocupação, por parte das instituições abordadas, em avaliar como o público recebeu e se relacionou com o objeto, numa tentativa de verificar a efetividade dos mesmos, pude notar que para contornar o alto custo do *Recall*, a utilização do enfoque metodológico Design em Parceria mais uma vez se torna eficaz, uma vez que se aprimora o projeto após cada contato com o usuário. Neste momento há também uma validação que pode ser compreendida como um consentimento ou uma crítica, positiva ou negativa, sobre as decisões projetuais.

No capítulo sete, a vivência do processo de pesquisa-ação que vivenciei, fundamentado nos preceitos do Design em Parceria, ajudou-me a compreender as diversas questões envolvidas em um projeto de Design da Informação de Situações de Interesse Público. Particularmente, abordando o desenvolvimento de um material

educativo, pode compreender a qualidade que o processo do Design em Parceria proporciona aos produtos finais: quando apresentados ao público, já passaram por um processo criterioso de validação e aperfeiçoamento. Esta característica, indubitavelmente, possibilita ao produto final uma maior efetividade na obtenção de seus objetivos.

Ao abordar a aplicação desta metodologia no âmbito educativo, pude perceber o seu mérito ao engajar as diferentes instâncias envolvidas na construção do conhecimento – alunos, professores, profissionais especializados, consultores e patrocinadores – em torno de um objetivo comum. Quando se incorpora, no objeto final, as idéias de todos os indivíduos envolvidos, possibilita-se o amadurecimento e o enriquecimento da situação de uso.

Outro achado que vale registro refere-se à valorização do professor como mediador do conhecimento. Quando esta noção é destacada na concepção do material educativo, evidencia-se a necessidade de encorajá-lo a explorar todas as possibilidades do material. Esta característica pode resultar na necessidade de desenvolvimento de um suporte especialmente concebido para o professor ou na capacitação deste profissional para uma correta utilização.

Após vivenciar a experiência, percebo que o enfoque metodológico do Design em Parceria pode ser adaptado ao desenvolvimento de materiais educativos em qualquer nível: infantil, fundamental, médio e universitário. E ainda, considero, que a aplicação desta metodologia pode servir ao processo de concepção de qualquer suporte para construção do conhecimento: seja uma folha de atividades, uma apostila, um material didático ou um material mais complexo, como as multimídias e materiais para uso em ensino à distância. Ou seja, passei a considerar que a construção do conhecimento em qualquer ambiente de aprendizagem pode caracterizar-se como um problema de Design. Esta característica merece ser aprofundada em novas pesquisas.

Gostaria de finalizar esta dissertação com duas constatações que me foram particularmente interessantes.

No que se refere às críticas que o Design recebe de ser uma prática elitista e auto-referenciada, a abordagem interdisciplinar do Design em Parceria no desenvolvimento de estratégias para solução de problemas de interesse público

comprova que existe um campo onde o designer atua de maneira menos narcisista e destinada a interesses coletivos.

Parece-me que os projetos de Design da Informação de Situações de Interesse Público merecem uma metodologia semelhante à empregada no desenvolvimento de um medicamento: demanda tempo, grupo focal, pesquisas, testes, verificação da eficácia etc. E isto não faz com que várias instituições não estejam interessadas em produzi-los – muitas, inclusive, investem volumosas cifras em sua pesquisa e comercialização. Contudo, para tratar as doenças são necessárias pesquisas responsáveis, que permitam um cronograma mais extenso e que, principalmente, demonstrem eficácia nos resultados.