

Análise de Metodologias em Design: a informação tratada por diferentes olhares

Analysis of Methodologies in Design: the information processed by different looks

Ranielder Fábio de Freitas. Universidade Federal de Pernambuco.
ranielderfabio@hotmail.com

Solange Galvão Coutinho. Universidade Federal de Pernambuco.
solangecoutinho@globo.com

Hans da Nóbrega Waechter. Universidade Federal de Pernambuco.
hnwaechter@terra.com.br

Resumo

O estudo tem como objetivo analisar metodologias projetuais em design, nos seguimentos do Design Industrial, Design Gráfico e Design da Informação; visando compreender como se dá a relevância da informação na concepção de produtos/artefatos. Pesquisa de caráter bibliográfico, realizada junto as principais publicações na área de estudo, por meio das palavras-chave: metodologia, informação e design. Os resultados permitem ressignificar as metodologias abordadas, contribuindo para a consolidação de publicações em Design.

Palavras-chave

Design industrial, Design Gráfico, Design da Informação, Metodologia, Informação.

Abstract

The study aims to analyze projective methods in design, in segments of Industrial Design, Graphic Design and Information Design, in order to understand how the relevance of information in the design of products/artifacts. Bibliographical survey, conducted among the leading publications in the study area, through the keywords: methodology, information and design. The results allow us to reframe the methodologies discussed, contributing to the consolidation of publications in Design.

Keywords

Industrial Design, Graphic Design, Information Design, Methodologies, Information.

Introdução

O avanço das tecnologias e as transformações socioeconômicas ocorridas em meados do século XX estendem-se ao novo século com uma ‘nova roupagem’. A globalização em toda a sua amplitude, associada aos avanços dos recursos telemáticos, tornam as distâncias geográficas praticamente inexistentes. O tempo real e/ou metafórico surge em um simples clique do mouse. Com isso, a massificação e densidade de informações e dados fornecidos pelas mídias, tendem a confundir o receptor.

A efemeridade de informações nas últimas décadas, decorrente das constantes transições tecnológicas, de valores, de atitudes e de necessidades ocorridas na sociedade, tornam a maneira de ‘tratar a informação’ uma preocupação imprescindível no momento do projeto de design, e dobra, quando discutimos isso no Design da Informação.

Diante disso, a diversidade de Sistemas Informacionais - SI, originados dos anseios da atividade humana, em determinado contexto social, torna-se por vezes, pouco significativo e polissêmico, não contemplando a totalidade de seus objetivos: informar de maneira a satisfazer o usuário. Em relação aos SI deve-se considerar também, a adequação dos suportes em que são empregados e de como vem projetados (no caso de objetos tridimensionais).

Selle (1973), comenta que em um ambiente artificial, a tarefa do design consiste em possibilitar aos usuários a compreensão do significado dos objetos e dos sistemas. Não sendo, a realidade, um objeto estático do conhecimento, tampouco um objeto passivo da atividade humana, mas um circuito em que o sujeito e o objeto entram em mútuo contato por meio do processo de planejamento. Sendo assim, o designer como agente configurador de sistemas, artefatos e ambientes, deve ser capaz de tornar a interação destes, com as pessoas, uma experiência agradável, concisa e de fácil entendimento.

Resgatando as metodologias projetuais do design utilizadas na década de 1960 para sanar as premências da sociedade, fazia-se necessário a adoção (criação) de métodos que fossem capazes de suprir estas necessidades (as novas e as já existentes). Sendo assim, as metodologias de design, surgiram para solucionar questões que até então eram tratadas de forma insipiente (BÜRDEK, 2006).

Ainda neste período, os modelos de ensino provenientes da HfG-Ulm, que procedeu da Bauhaus, forneceram a estrutura de base e as metodologias para instituição de várias escolas de design no mundo, inclusive no Brasil. A partir de seu legado, novas perspectivas de pesquisar e projetar para o design foram se configurando.

É mister pontuarmos uma mudança significativa na forma de projetar em design. Em meados do século XX, o processo de concepção de um artefato com embasamento metodológico, tinha no início, foco no artefato e sua relação com os elementos visuais, ou seja, o produto em si era centro do processo de design. A relação com o social, econômico, biológico, psicológico ainda não havia sido desenvolvida, assim estudos como os de Frascara (1988) e Norman (2006) já evidenciam o usuário como o foco dos processo de desenvolvimento de artefatos no design, partindo desde a interrelação dos componentes visuais, contexto sociocultural até os agentes que atuam sobre ele (necessidades, emoções e modelos mentais).

Como base no exposto, e a fim de elucidar a produção do conhecimento na área do Design, é importante resgatar os conceitos de metodologia científica e metodologia em design (projetual). Assim, para Bomfim (1995), **metodologia é a ciência que se ocupa do estudo** de métodos, técnicas ou ferramentas e de suas aplicações na definição, organização e solução de problemas teóricos e práticos, sendo a **Metodologia de Design, a disciplina que se ocupa da aplicação** de métodos a problemas específicos e concretos. O autor concorda com Munari (1981) e pondera que métodos e técnicas são instrumentos de ordenação e organização, e consequentemente, suporte lógico ao desenvolvimento de um projeto.

Bürdek (2006), fala que teoria e metodologia do design são reflexos objetivos, tendo seus esforços destinados a otimizar métodos, regras e critérios. Sua utilização dá suporte para a pesquisa, avaliação, validação e otimização no design.

Uma visão mais próxima nos mostra que o desenvolvimento de teoria e método também é embebido de condições histórico-culturais e sociais, assim teoria e metodologia do design se desenvolvem da mesma forma que em qualquer outra disciplina: na base de determinadas hipóteses e suposições.

Compreendamos então, que metodologia projetual seja equivalente a um conjunto de procedimentos para o desenvolvimento de um determinado produto, onde estão relacionados nesse conjunto: a- **métodos** (caminho pelo qual se atinge um objetivo); b- **técnicas**, como habilidade para execução de determinada ação ou produtos; e c- **ferramentas**, como instrumentos ou utensílios empregados no cumprimento desta ação.

Considerando que, grande parte de nossa cultura material dá-se forma oriunda das áreas do design Industrial (ou Produto), Gráfico e da Informação, consideramos estes, como os campos de concentração de nosso estudo. Portanto, torna-se importante compreender como se dá, o grau de relevância com o ‘tratamento da informação’ na configuração de artefatos e SI nessas áreas.

Diante disso, e conceituados as definições da metodologia em design, bem como suas novas abordagens frente aos paradigmas pós-modernos e constante interação com os SI e produtos, o presente estudo tem como objetivo compreender as metodologias projetuais presentes nas áreas do design citadas anteriormente. A relevância do estudo esta na possibilidade de consolidação de publicações científicas, frente à escassez de fontes que contribuam com uma visão diversificada de metodologias projetuais em diferentes seguimentos do Design na atualidade.

Processo Metodológico

Estudo de natureza exploratória de base bibliográfica. Em relação às vantagens do estudo de base bibliográfica este permite que o conhecimento seja atualizado por meio de novos estudos que abordam a mesma questão, e os quais detectam lacunas em áreas de conhecimento, incentivando o desenvolvimento de pesquisas; proporciona economia de recursos, uma vez que possibilita a síntese do conhecimento já produzido, bem como auxilia a tomada de decisões no campo da prática profissional.

No presente estudo esta abordagem é apropriada para a exploração da temática, diante do número de pesquisas primárias sobre a temática escolhida, visto que nosso objetivo

é analisar e categorizar as metodologias projetuais em design incidente na literatura, tendo como base as seguintes ramificações: Design Industrial, Design Gráfico e Design da Informação.

Este estudo permite a integração de evidências de estudos de natureza qualitativa, quantitativa, quali-quantitativa e revisões de literatura, visto a complexidade e amplitude da temática pesquisada. Verificamos o emprego desta metodologia no design, por meio do estudo realizado por FREITAS et al. (2010), ao abordar o tema Design e Emoção.

Inicialmente mapeou-se as metodologias projetuais de Design de Produto, Design Gráfico e Design da Informação presente em publicações (nacionais e internacionais) disponíveis na íntegra na internet, divulgadas no período de novembro/2006 a novembro/2011. A busca foi realizada mediante as palavras chaves “metodologia” e/ou “informação” e/ou “design”, para organização dos dados. O período selecionado deu-se devido ao aumento do número de publicações na área nos últimos 5 anos.

Face ao grande volume de informações existentes atualmente foi utilizado o princípio do site de busca **GOOGLE** {www.google.com.br}, a fim de localizar os sites pertencentes aos bancos de dados da área de design. Em seguida, foram acessadas as principais bases gerais usuais em estudos sobre Design, como revistas da área, banco de monografias e teses de universidades que possuem curso de design, anais de eventos com grande divulgação no meio acadêmico e profissional, direcionando-as a temática abordada por este estudo.

Quanto às estratégias de busca, Bernado, Nobre e Jatene (2004) recomendam que deva haver um equilíbrio entre sensibilidade e especificidade na elaboração de estratégia de busca, o que significa, em uma primeira abordagem das fontes de dados, que a estratégia deve ser sensível o bastante para não excluir trabalhos de interesse, para que, em um segundo momento, a busca seja refinada, com redução de quantidades e aumento da especificidade dos trabalhos.

Para facilitar a análise dos materiais utilizados foi utilizado um pequeno instrumento a fim de verificar o processo de ‘tratamento da informação’ e seu grau de importância para a metodologia analisada, considerando-se os fins da área em que se aplica. Após esta etapa foi feita uma análise comparativa e síntese visual dos métodos recorrentes no material coletado.

Beya e Nicoll (1998) consideram que a busca atinge a saturação quando, ao se verificar a lista de referências de todos os artigos e os autores dos estudos, for identificada uma familiaridade, ou quando a pesquisa parece ter um molde, atingindo sempre uma conclusão natural.

No total, foram encontradas 54 publicações, sendo: 28 em bancos de bibliotecas de universidades nacionais, 06 em periódicos nacionais, 04 em anais de congressos nacionais, 10 em sites internacionais e 06 em periódicos internacionais. Do total, 44 (81,4%), traziam vínculo direto sobre o assunto e 10 (18,6%), superficial. Destes 44, apenas 36 (81,8%) traziam algum modelo de metodologia projetual aplicada ao design, os 08 (18,2%) restantes citavam metodologias, porém sem esquemas ou detalhamento onde pudéssemos identificar todas as fases que compõem o processo de design.

Consideramos como resultados para análise, as metodologias que continham as fases explícitas, seja em quadros, esquemas ou descrito em texto, para que possamos assim, identificar o grau de relevância da ‘informação’ para a metodologia selecionada.

Como forma de padronização e melhor visualização para análise, foram desconsiderados o formato original em que as metodologias se apresentam (esquemas), sendo postadas em quadros por categoria. Ressaltamos que a intenção do estudo não é fazer a análise dos tipos de metodologias usadas (se é ou não mais adequada), nem classificá-las (necessariamente) ou descrever o processo de comunicação entre suas fases.

Os resultados do estudo serão apresentados no capítulo a seguir por meio de quadros sinópticos que descrevem os principais achados com base nas metodologias projetuais de Design de Produto, Design Gráfico e Design da Informação.

Resultados e Discussões

As metodologias selecionadas são descritas a seguir. Acrescentamos que quanto necessário, será descrito se há ou não um processo cíclico de atualização da informação e/ou *feedback* para otimização do processo de construção do artefato. Foram destacadas 3 ou 4 metodologias por categoria:

Quadro 1 – Metodologias de Design Industrial

AUTOR FASE	ARCHER (1963-1965)	BÜRDEK (1975)	BONSIEPE (1984)	LÖBACH (2001)
1	Estabelecimento de um programa (pontos cruciais) 1. Proposição de uma linha de ações	Problematização	Problematização 1. Definição do que melhorar 2. Fatores essenciais e influentes do problema	Análise do problema (conhecimento do problema) 1. Coleta e análise de informações 2. Definição e clarificação do problema e definição de objetivos
2	Coleta de dados (recebimento de instruções) 1. Coleta de documentos 2. Classificação e armazenamento da informação	Análise da situação atual	Análise 1. Lista de verificação 2. Análise das funções 3. Documentação ou análise fotográfica 4. Recodificação do material existente 5. Matriz de interação 6. Desenhos esquemáticos, técnicos e estruturais	Geração de alternativas (escolha dos métodos de solucionar problemas) 1. Produção de idéias 2. Geração de alternativas
3	Análise e identificação de problemas 1. Preparação das especificações de performance	Definição do problema	Definição do problema 1. Lista de requisitos 2. Valorização do peso e estabelecimentos de prioridades entre os requisitos 3. Formulação do projeto: introdução,	Avaliação das alternativas (exame das alternativas) 1. Processo de seleção de alternativas 2. Processo de avaliação das alternativas

			finalidade ou objetivos, programa de trabalho e recursos humanos e de tempo	
4	Síntese (recebimento de instruções e solução de problemas remanescentes) 1. Desenvolvimento de soluções e definição de especificações gerais das soluções	Concepção e geração de alternativas	Anteprojeto ou Geração de alternativas 1. Técnicas de geração de alternativas	Realização da solução do problema 1- Nova avaliação da solução 2- Solução de design (Projeto mecânico e estrutural, configuração dos detalhes, desenvolvimento de modelos, desenhos técnicos e de representação documentação do projeto, relatórios)
5	Desenvolvimento (validação da hipótese)	Avaliação e escolha	Realização do projeto 1. Desenvolvimento do projeto	-
6	Comunicação (definição dos requisitos de comunicação) 1. Seleção e preparação do meio de comunicação.	Planejamento, desenvolvimento e realização	-	-

Dentre as metodologias de Design Industrial selecionadas para discussão, Archer (1963-1965), foi uma exceção que não se encaixa em totalidade nos critérios de inclusão utilizados no estudo. Porém, como é datada dos primórdios das metodologias em design e possui seu esquema dividido em fases, a utilizaremos como referência, na forma com que o processo de design era pensado no início, comparado aos dias atuais e verificaremos a existência em relação à ‘informação’ propriamente dita.

É de igual importância citarmos que mais autores se mostraram presentes nos textos analisados, como: Mike Baxter, Morris Asimow, Joaquim Redig, Gustavo Bomfim, Karen Schriver, Patricia Wright e tantos outros.

Ressaltamos que nosso objeto não é discutir minuciosamente o que é feito em cada fase do processo, mesmo que, os detalhes já estão expostos nos quadros, com exceção de Bürdek (1975), que não explicita exatamente o que é feito em cada estágio. Todavia, deduzimos que se trata basicamente o que os outros autores trazem. Abordaremos então, os momentos em que houverem algum tipo de relação com dados ou informações e o processo como um todo.

As metodologias mostram diferentes pontos de vista por cada autor e dão margem a um uso diferenciado da metodologia de projetos, colaborando assim para o desenvolvimento de esquemas metodológicos variados.

Assim como as metodologias em Design da Informação, que veremos mais adiante, as de Design Industrial foram as que se mostraram um certo grau de ressonância, ou seja, as que mais tiveram um “esquema de processo em design” aproximados.

Basicamente, como define Löbach (2001), essas metodologias podem ser consideradas divididas em quatro fases: Preparação, geração, avaliação e realização. Sendo que algumas, ramificam esses estágios em dois.

Archer (1963-1965) e Löbach (2001), trazem a coleta de dados ou informações no início do processo, porém somente Löbach (2001), fala sobre uma nova avaliação da solução (4º fase), isso deixa margem para uma revisão do que sobre o que foi pesquisado e do que realmente será aplicado no fim do processo, ou seja, a questão da validação do que foi produzido nas fases anteriores.

Mesmo não estando visível em seus esquemas, deduz-se que a coleta de informações ou dados, encontra-se na fase de problematização, nas metodologias de Bonsiepe (1984) e Bürdek (1975). Todas mostraram-se lineares, segundo os modelos de classificação de Bomfim (1995), mas somente o processo de design de Bürdek (1975), mostra uma flexibilidade de *feedbacks* entre as fases, ou seja, a possibilidade de atualizar um determinado método anterior, após a identificação de um problema posterior. Isso não quer dizer entretanto, que essa atualização não seja passível nas demais metodologias. Löbach (2001) em seu esquema, por exemplo, dá igual importância ao produto conceitual, tal como o criativo e o industrial (final). Deixando margem para um ‘conserto’ antes da finalização.

Com exceção de Archer (1963-1965), os demais autores concordam com Löbach (2001, p.141) quando diz que o trabalho do designer industrial consiste em encontrar uma solução do problema, concretizada em um projeto de produto industrial, incorporando as características que possam satisfazer as necessidades humanas, de forma duradoura.

Como estamos tratando de métodos para desenvolvimento de produtos industriais, é comum suas metodologias darem ênfase ao processo de criação do produto em si, porém, a informação exerce também um papel essencial nesse objetivo. Primordialmente como forma de conceber o produto adequado para um determinado grupo social, algo que satisfaça suas necessidades (materiais ou imateriais) em um determinado contexto; em seguida, na forma em que ela se apresenta (impressa ou colada no corpo do produto) em textos e símbolos, indicando a forma de manuseio adequado; e por fim, porém não menos importante, nos materiais de instrução que acompanham o produto, sendo estes, de maior responsabilidade do designer gráfico e da informação. Metodologias estas que veremos a seguir.

Quadro 2 – Metodologias de Design Gráfico

AUTOR FASE	MUNARI (1981)	FRASCARA (2000)	PÉON (2003)	FUENTES (2006)
1	Definição do problema 1. Briefing	1. Definição do problema (solicitação do projeto pelo cliente) - 1ª definição do problema 2. Coleta de informações (público-alvo, cliente, produto e concorrência) 3. Análise e organização das informações (2ª	Problematização (diagnóstico da situação do projeto) 1. Briefing 2. Levantamento do perfil do cliente e público-alvo 3. Estudo de similares 4. Definições dos requisitos e restrições	Concepção 1. Identificação 2. Análise 3. Pesquisa

		definição do problema)		
2	Componentes do problema 1. Decomposição do problema em partes	1. Definição de objetivos (diretrizes do projeto, requisitos e restrições) 2. Geração de alternativas 3. Especificação das ações e desenvolvimento das versões (3ª definição do problema) 4. Refinamento da alternativa 5. Apresentação ao cliente 6. Especificação técnica e produção (arte-final)	Concepção 1. Geração de alternativas 2. Definição do partido 3. Solução preliminar 4. Validações; 5. Escolha da alternativa	Concretização
3	Coleta de dados 1. Pesquisa de similares	1. Implementação 2. Mediação de resultados (validação)	Especificação 1. Detalhamento técnico (manual de identidade visual e aplicações)	Controle, Avaliação e Crítica
4	Análise dos dados 1. Análise das partes e qualidade funcionais dos similares 2. Compreensão do que não se deve fazer do projeto	-	-	-
5	Criatividade	-	-	-
6	Materiais e tecnologia 1. Coleta de dados sobre materiais e tecnologias disponíveis para o projeto em questão	-	-	-
7	Experimentação (dos materiais e das técnicas para novas aplicações)	-	-	-
8	Modelo 1. Esboços e desenhos 2. Modelos	-	-	-
9	Verificação 1. Grupo focal	-	-	-
10	Desenho de construção 1. Comunica todas as informações para a construção de um protótipo 2. Construção de um modelo em tamanho natural	-	-	-

No processo de desenvolvimento de produtos gráficos, a lógica é parecida com as dos produtos industriais. Porém percebemos que, a uma certa preocupação entorno do ‘cliente’, ou seja, da pessoa que contratou o designer para o desenvolvimento de determinado projeto. Contudo, isso não quer dizer que o processo se dará em função das necessidades do cliente, mas sim dos meta-clientes, ou seja, das pessoas que o contratante almeja dialogar por meio dos artefatos produzidos, seja eles comerciais ou não.

Uma das atribuições do designer gráfico é representar por meio de textos, símbolos ou ilustrações um determinado conteúdo em um suporte específico. O processo dialético entre o profissional e o usuário final, segundo as metodologias, faz-se por vezes, com maior intensidade do que no processo de design industrial. Pois verifica-se a presença constante da validação do artefato, mediação e controle do produto desenvolvido, mesmo após seu lançamento.

Munari (1981), apresenta em 10 estágios detalhados, seu processo de design. Tal como os outros autores, coloca a pesquisa de informações no início de sua metodologia. Porém, assim como no Design Industrial, a fase de pesquisa de informações parece um pouco tímida, não é detalhado exatamente o entorno ou contexto que a informação está inserida.

Termos como “*Briefing*”, “público-alvo”, “estudo de perfil” e “estudo de similares”, fazem-se presentes somente nas metodologias de Design Gráfico mapeadas. Isso reforça a idéia que a produção é bem direcionada levando-se em consideração produtos gráficos já existentes em circulação e com objetivos próximos para o grupo a qual se destina.

Nas metodologias citadas, há dois pontos interessantes. O primeiro, na metodologia de Munari (1981), onde ele sugere um mapeamento (6ª fase) sobre as técnicas e os materiais disponíveis para desenvolvimento do produto. Logicamente, isso também envolve o orçamento destinado ao projeto. Porém, é importante conhecer quais meios e ferramentas estão disponíveis para o desenvolvimento do produto, para evitar que a informação perca a eficácia e/ou eficiência na utilização de um suporte inadequado ou na aplicação de uma técnica não recomendada para o projeto em questão.

O segundo ponto, refere-se a metodologia de Péon (2003), na fase 3, ela é a única que sugere (explicitamente) a criação de uma manual de identidade visual. Isso se torna de grande importância e evita que o produto criado a partir de uma pesquisa com embasamento teórico e experiências de profissionais na área, seja aplicado de forma inadequada, adquirindo sentidos polissêmicos ou totalmente contraditórios aos quais foram originalmente orientados. Assim, por meio desse “instrumento com regras”, a informação contida nesses artefatos, pelo menos em teoria, se tornará apta a ser transmitida de forma correta, se utilizadas por pessoas de alheias a área do design.

Frascara (2000), na fase 1, além da coleta de informações, trás a análise e organização das informações, ou seja, ele dá uma maior importância na categorização da informação, algo que também pode estar implícito nas demais metodologias apresentadas.

O processo de Design Gráfico é intimamente vinculado com o Design da Informação e por muitas vezes tem suas responsabilidades emaranhadas.

Vejamos a seguir, o quão minucioso é o tratamento da informação nas metodologias do *Infodesign*. Como há a real preocupação na forma que a informação é processada desde

sua pesquisa nos primeiros estágios, passando por sua análise, diagnóstico, experimentação, redefinição, implementação, controle e monitoramento após o lançamento do artefato.

Quadro 3 – Metodologias de Design da Informação

AUTOR FASE	REDISH (2000)	SLESS (2005)	SIMLINGER (2007)
1	Plano de Informação 1. Quais seus objetivos? 2. Quem vai usar? 3. Como vão usar? 4. Onde vão usar? 5. Que informação eles precisam?	Escopo ou Delimitação Identificar o contexto socioeconômico e político, restrições legais, regulamentações e técnicas a se levar em consideração quando se projeta, tal como as definição de requisitos de desempenho para a informação.	Compreensão do tema e seu valor para o usuário 1. Desbloquear a informação que precisa ser projetada. 2. Se familiarizar com o significado da informação e o ambiente onde ele pretende ser apresentado/divulgado, permite uma melhor compreensão do propósito da informação.
2	Plano de Projeto 1. Cronograma 2. Orçamento 3. Time de produção 4. Padronização de estilos 5. Exercício de usabilidade 6. Outros problemas	Diagnóstico e Análise Diagnosticar e analisar erros para descobrir como a informação existente está funcionando em relação aos requisitos de desempenho acordados e definidos na fase de delimitação.	Compreender os usuários 1. Definir o usuário(s), através de métodos apropriados, como observação, entrevistas e desenvolvimento de personas. (controladas em laboratório e na vida real) 2. Desenvolver cenários onde “personas” realizam as atividades/ações que a informação deveria facilitar 3. Estar ciente de que as atividades nunca existem isoladamente, sempre existe um antes e um depois, deve-se considerar a “corrente de atividades.”
3	Seleção de conteúdo/Organização de páginas 1. Coleta de informações 2. Seleção de conteúdo 3. Organização do material 4. Preparação da estrutura 5. Plano de layout de cada página ou tela 6. Teste de organização do material com os usuários 7. Revisão baseada em teste de usabilidade	Projeto Usando gráficos apropriados, tipografia, layout, cores, linguagem e estrutura para que a informação seja apresentada com nível superior à fase de análise.	Proposta ou Estratégia 1. O infodesigner está pronto para fazer a sua proposta que delinea o resultado a ser alcançado, onde padrões técnicos e legais devem ser ressaltados, e quanto tempo e dinheiro será investido. 2. Definir objetivos
4	Esboço e Teste 1. Geração de esboços 2. Produção estética 3. Trabalhar com texto e imagem 4. Teste de esboços com os usuários 5. Revisão e complemento 6. Revisar a eficácia da informação 7. Melhorar consistência e usabilidade	Teste Testar, analisar e diagnosticar como a nova informação está funcionando em relação aos requisitos de desempenho acordados e definidos na fase de análise e delimitação.	Projeto 1. Composição da informação utilizando elementos verbais, pictóricos, acústicos, haptics e/ou olfativos, que são moldados, e estruturados de acordo com os princípios da psicologia cognitiva e perceptiva. 2. Definição, planejamento e modelação do conteúdo da mensagem e dos ambientes em

	8. Revisão 9. Novo teste de usabilidade com os usuários (repetir até que o documento esteja finalizado e funcionando para os usuários)		que ele será apresentado.
5	Produção Final 1. Nova revisão 2. Saber qual tecnologia é necessária antes do lançamento 3. Produção e lançamento	Redefinição Usando gráficos apropriados, tipografia, layout, cores, linguagem e estrutura para remover erros nas informações para que ela haja com nível superior à fase de análise.	Avaliação 1. Os objetivos das tarefas relacionadas com a transferência de conhecimento foram alcançadas? Renderam o efeito desejado? 2. Utilizar insights da psicologia cognitiva para conduzir entrevistas com usuários, aplicar métodos de avaliação, e saber interpretar o resultados. 3. Teste de conceito, grupo focal, teste de usabilidade, design participativo e teste de design.
6	Processo contínuo 1. Colhendo feedback 2. Usando feedback para revisão 3. Manter atualizado	Implementação Assegurar que os desenhos finais são fielmente implementados na produção, com a aprovação de todos os interessados.	Refinamento e Implementação da informação 1. Com base nos insight adquiridos através dos testes: otimizar o conteúdo do design, considerar alternativas ou identificar obstáculos que podem ser superados com uma mudança de direção. 2. Posteriormente ajudar na implementação do design(s) e, se necessário, realizar ajustes e modificações em resposta à mudanças de requisitos.
7	-	Monitoramento Medição para garantir que o desempenho da informação é mantido durante toda a sua utilização.	-

Verifica-se que as metodologias do Design da Informação são essencialmente voltadas para o processo de construção da informação em si. Sendo assim, o *Infodesigner* pode também participar do processo de design industrial e design gráfico, pois estes, obrigatoriamente em alguma fase, se utilizarão de dados que, segundo Shedroff (1999), serão organizados e transformados em informação relevante, para passarem a significar algo para o receptor da mensagem.

Redish (2000), sugere já na primeira fase de sua proposta, conhecer o usuário, o entorno que o cerca e suas possíveis motivações para despertar o interesse no artefato a ser desenvolvido, assim como Simlinger (2007) e Sless (2005).

Os autores apresentados, tem metodologias muito semelhantes, até mais que as citadas em Design Industrial. Os esquemas que eles trazem, são classificados segundo Bomfim (1995), como cíclicos (não-lineares) e com retornos (*feedbacks*). A questão de

pesquisa, análise, avaliação, diagnóstico, revisão e monitoramento da informação, torna-se presente com teor não visto nas demais metodologias de design.

Sless (2005) por exemplo, enfatiza que deve-se haver a garantia do desempenho da informação durante todo seu ciclo de utilização. Há um rigor em todo o processo de design direcionado a compreender o usuário, saber seus anseios e motivações para que a informação seja efetivada em seu mais puro grau de eficácia; e compreendida, em prática, como assim foi projetada, considerando a cognição e percepção do receptor inseridos em um determinado contexto social.

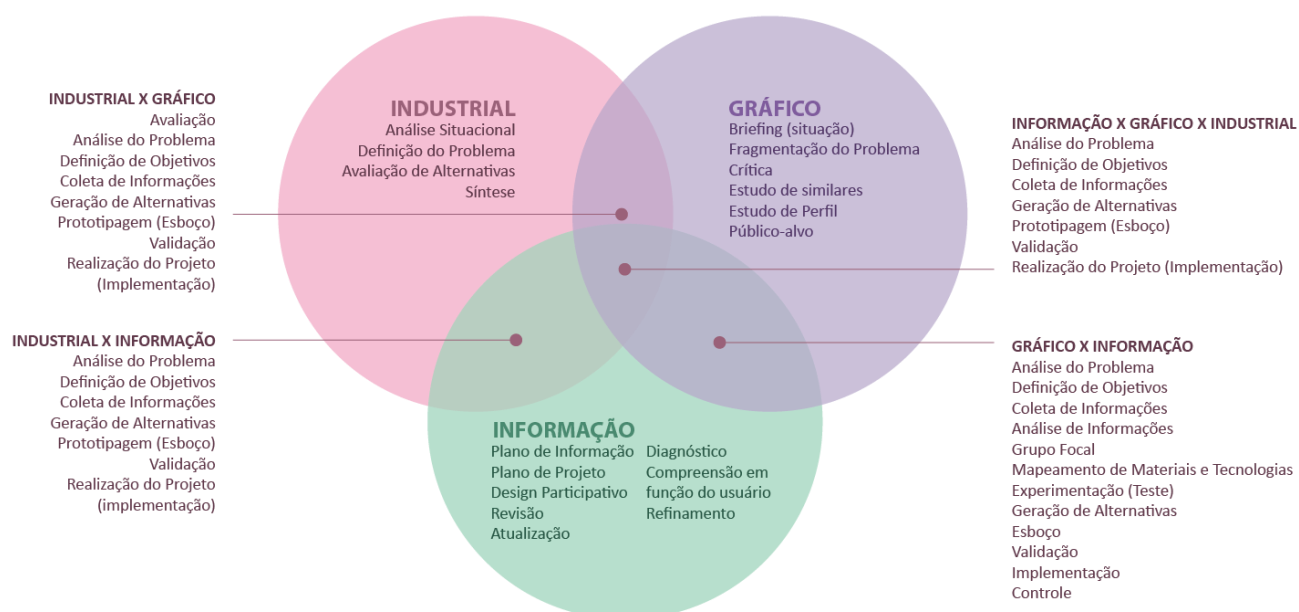
Um ponto que enfatiza o objetivo dos processos pesquisados, é o surgimento do Design Participativo (ou colaborativo), que aumentam o grau de compreensibilidade do produto final, por meio da participação ativa do usuário durante o processo. Método que só se faz presente (de uma certa forma) nas outras metodologias de design, em forma de grupos focais, na que Munari (1981), sugere na fase 9.

Os autores do Design da Informação, são os únicos a darem ênfase na questão dos elementos visuais que compõem o projeto, tais como: tipografia, *layout*, cores, linguagem, estrutura da página, estilos e elementos pictóricos. Simlinger (2007), considera também, os elementos acústicos, olfativos e de sensações.

Em suma, as metodologias de *Infodesign* são designadas para projeção de artefatos informacionais com objetivos de facilitar o processo de aquisição da informação em um determinado contexto, efetivado nos sistemas de comunicação em diferentes suportes.

Como síntese do que foi discutido, o esquema a seguir representa as interseções dos métodos utilizados em todas as metodologias, sendo o descrito dentro dos círculos, pertencente somente à área relacionada.

Figura 1 – Síntese visual dos métodos recorrentes nas metodologias de design



Foram feitas equivalências de alguns métodos com objetivos próximos, porém em diferentes áreas, como: Design Industrial – “prototipagem”, mesmo que “esboço” nas demais, “implementação”, mesmo que “realização do projeto”, nas demais; Design Gráfico – “experimentação”, mesmo que “teste” em Design da Informação.

Uma limitação do estudo foi não conseguir identificar a presença de alguns métodos, como a “experimentação” (teste) ou “design participativo” nas metodologias de design industrial apresentadas, mas não significa necessariamente que esses não possam estar presentes implicitamente, pois alguns autores os trazem nos seus esquemas em outras metodologias de design industrial encontradas. Porém, que não se encaixaram nos critérios de inclusão.

Conclusão

Diante as considerações, observamos que as metodologias são o caminho para uma atividade projetual em design concisa, baseada em conhecimentos teóricos e da prática profissional. A informação encontra-se presente em diferentes graus de relevância nas metodologias apresentadas. Isto não implica que ela seja menos importante na concepção de um produto industrial do que em um artefato informacional. A elaboração de esboços, projetos, modelos, no processo de design industrial, é o meio de tornar perceptível e visível a solução de problemas, concluindo com uma produção industrial. Dessa forma, o processo de design é entendido como um processo configurativo.

Portando, concordando com Bomfim (1995), os métodos devem ser considerados apenas como instrumentos de trabalho, de modo que sua utilização em projetos não é garantia de sucesso. Por mais que os métodos auxiliem na capacidade técnica e criativa do designer, oferecendo um suporte lógico ao desenvolvimento de artefatos, o resultado de um projeto depende da capacidade técnica e criativa daquele que o desenvolve.

Sendo assim, a base de conhecimento ou mesmo a administração pelos SI necessita de que a informação seja compartilhada e esteja com quem realmente dela precisa para a tomada de decisão, independentemente de sua localização na retícula do desenho organizacional e/ou no nó ou nós e conexões da rede, corroborando com Cardoso (1994, 1996). Com isso, a informação é uma prática essencialmente intersubjetiva, uma vez que se configura com o elo maior de ligação entre o produto do pensamento e o processo do pensamento em si.

Isto é fundamental para a compreensão do que é informação, porquanto ela não existe por si só. Somente o sujeito informacional dá e assegura o significado que transforma o dado em informação. O fato de receber a mensagem não confere ao objeto da mensagem o estatuto de informação. Só é informação se o receptor assim a considerar.

Entende-se então, que a interdisciplinaridade presente no design, faz com que suas ramificações criem vínculos vindouros em direção ao mesmo objetivo: a solução de problemas. Entretanto, faz-se necessário um maior conhecimento de suas próprias limitações, teorias e uma consciência sensível e informada às necessidades do usuário, frente às bruscas transformações sociais que enfrentamos.

Referências

- ARCHER, Leonard B. (1963-1965). *In: AllExperts*. Disponível em: <http://en.allexperts.com/e/1/1/1_bruce_archer.htm>. Acesso em: 23 de novembro de 2011.
- BERNADO, W.M; NOBRE, M.R.C; JANETE F.B. *A prática clínica baseada em evidências. Parte II. Buscando as evidências em fontes de informação*. Revista Associação Médica Brasileira, v. 50, n.1, p. 104-8, 2004;
- BEYA, S.C, NICOLL, L.H. *Writing an integrative review*. AORN J, v.67, n. 4, p.877-880, 1998.
- BOMFIM, Gustavo A. (1995). *Metodologia para desenvolvimento de projetos*. João Pessoa: Editora Universitária/UFPB.
- BONSIEPE, G; KELLNER, P; POESSNECKER, H. (1984). *Metodologia experimental: desenho industrial*. Brasília: CNPq/Coordenação editorial.
- BÜRDEK, Bernhard E. (1975). *Introdução à Metodologia do Design*. In: *História, teoria e prática do design de produtos*. São Paulo: Edgard Blücher. 496p.
- _____. (2006). *História, teoria e prática do design de produtos*. São Paulo: Edgard Blücher. 496p.
- CARDOSO, A.M.P. (1994). *Retomando possibilidades conceituais: uma contribuição à sistematização do campo da informação social*. Revista da Escola de Biblioteconomia da UFMG, Belo Horizonte, v.23, n.2, p.107-114.
- _____. (1996). *Pós-modernidade em Ciência da Informação*. Belo Horizonte, v.1, n.1, p. 63-79
- FRASCARA, Jorge. (1988). *Graphic Design: Fine Art or Social Science*. Design Issues 5(1) 18–29.
- _____. (2000). *Diseño gráfico y comunicación*. Buenos Aires: Ediciones Infinito.
- FREITAS, Ranielder Fábio de., CARVALHO, C. O. de, MENESCAL, R. E. (2010). Design Emocional e o designer como interpretador de desejos e necessidades: revisão de literatura. Revista Estudos em Design – PUC-RIO. Vol. 18.1. Disponível em: <http://www.maxwell.lambda.ele.puc-rio.br/estudos_em_design.php?strSecao=INPUT2&Session=SHOW9&NrSeqFas=123&cor=#E008C>
- FUENTES, Rodolfo. (2006) *A prática do design gráfico: uma metodologia criativa*. São Paulo: Edições Rosari.
- LÖBACH, Bernd. (2001). *Design Industrial: Bases para configuração dos produtos industriais*. Tradução Freddy Van Camp. Rio de Janeiro: Edgard Blücher.
- MUNARI, Bruno (1981). *Das coisas nascem coisas*. São Paulo: Martins Fontes.
- NORMAN, Donald A. (2006). *O design do dia a dia*. Rio de Janeiro: Rocco, 272p.
- PÉON, Maria Luísa. (2003). *Sistemas de Identidade Visual*. Rio de Janeiro: 2AB.
- REDISH, Janice. (2000) *What's Information Design?* Technical Communication Journal. Disponível em:<<http://dwheelersite.com/PDFs/Articles%20for%20Reading%20List/Redish%20What%20Is%20Information%20Design.pdf>>. Acesso em 01 de outubro de 2011
- SELLE, Gert. (1973). *Ideologia y utopia del diseño*. Contribución a la teoría del diseño industrial.Barcelona: Editorial Gustavo Gill.

SHEDROFF, Nathan. (1999). *Information Interaction Design: A Unified Field Theory of Design*. In: Information Design. MIT Press.

SIMLINGER, Peter. (2007). *Information Design: Core Competencies What information designers know and can do*. Disponível em: < <http://www.iiid.net/PDFs/idxPublication.pdf>>. Acesso em: 23 de novembro de 2011.

SLESS, David. (2005). *Designing for safety: a guide to my presentation*. Disponível em: <<http://www.buksa.com/MediaGallery/Documents/Halifax/2005/H5-006-Sless.pdf>>. Acesso em: 23 de novembro de 2011.

Sobre os Autores

Ranielder Fábio de Freitas, graduado em Design pela Faculdades Nordeste – Fanor; mestrando em Design da Informação pela Universidade Federal de Pernambuco – UFPE; Bolsista do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico - CNPq; Integrante do Grupo de Pesquisa de Design da Informação (CNPq).
Contato: ranielderfabio@hotmail.com

Solange Galvão Coutinho, Doutora Universidade Federal de Pernambuco - UFPE: Graduada em Comunicação Visual (UFPE/1980); Doutorado em Typography & Graphic Communication - University of Reading (1998); Professora/Pesquisadora (UFPE desde 1984); Pesquisadora do Centre de Recherche Images, Cultures et Cognitions (CRICC), Paris 1 - Pantheon Sorbonne; Líder do Grupo de Pesquisa em Design da Informação (CNPq).
Contato: solangecoutinho@globo.com

Hans da Nóbrega Waechter, graduado em Comunicação Visual pela Universidade Federal de Pernambuco – UFPE; mestre e doutor em Comunicação Audiovisual pela Universidade Autônoma de Barcelona UAB – Espanha; Professor adjunto da UFPE e coordenador do bacharelado em design; Professor do Programa de Pós-graduação em design da UFPE; Pesquisador do Grupo de Design da Informação (CNPq).
Contato: hnwaechter@terra.com.br