

# Design de Informações e a construção de sentido no desenvolvimento de materiais educativos

*Information Design and the construction of sense in the development of educative material*

Martins, Bianca; Mestre em Design PUC-Rio, Instituto INFNET / UNIRIO  
[bianca.martins@prof.infnet.edu.br](mailto:bianca.martins@prof.infnet.edu.br)

Couto, Rita; Doutora em Educação PUC-Rio  
[ricouto@rdc.puc-rio.br](mailto:ricouto@rdc.puc-rio.br)

## Resumo

Neste artigo são estudadas concepções acerca do Design de Informações e a maneira como cada uma delas concebe e se relaciona com o sujeito que recebe as mensagens. Particularmente procura-se abordar o contexto de construção de sentido e o desenvolvimento de projetos de design de materiais educativos. Desta forma este estudo procura advogar a favor de uma fertilização recíproca entre o arcabouço do Design e da Educação.

**Palavras Chave:** Design da Informação, construção de sentido, Design de material educativo.

## Abstract

*In this article conceptions are studied about the Information Design and the way in which each one of them conceives and is connected with the subject that receives the messages. We particularly aim to board the context of construction of sense and the development of projects of educative material Design. In this sense this study tries to advocate on behalf of a reciprocal fecundation of Design outlines through Education and vice-versa.*

**Keywords:** *Information Design, construction of sense, Design of educative material*

**Anais do 8º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design**

8 a 11 de outubro de 2008 São Paulo – SP Brasil ISBN 978-85-60186-03-7

©2008 Associação de Ensino e Pesquisa de Nível Superior de Design do Brasil (AEND|Brasil)

Reprodução permitida, para uso sem fins comerciais, desde que seja citada a fonte.

Este documento foi publicado exatamente como fornecido pelo(s) autor(es), o(s) qual(is) se responsabiliza(m) pela totalidade de seu conteúdo.

## **Design da Informação**

Por ser uma disciplina emergente e conjugar conhecimentos multidisciplinares, o Design da Informação recebe contribuições provenientes de profissionais de diferentes formações e, como qualquer outra especialidade do Design, nela identifica-se influências de várias áreas do conhecimento.

Contudo, percebe-se a existência de um consenso quanto a suas metas: se comparado ao Design Gráfico convencional, a noção ‘Design da Informação’, remete à necessidade de construir informações objetivas para alcançar resultados precisos.

## **Situações de *construção de sentido***

Para valorizar a participação do sujeito na construção do sentido da mensagem buscou-se respaldo em outras áreas do conhecimento. Muitos autores lançaram mão da Antropologia como fonte complementar de informação e de modelos metodológicos para pesquisas em Design, já que este campo observa situações atuais de interação social, aplicando rotinas analíticas para categorizar e descrever as observações destas situações (Frascara, 2006).

Segundo Frascara (2006), o Design da Informação tradicionalmente vem sendo desenvolvido como uma disciplina baseada no pensamento lógico, ou seja, algo cuja qualidade poderia ser medida mediante parâmetros universais estabelecidos pela Psicologia Cognitiva, dentre outras áreas. Porém, devido as grandes mudanças sócio-culturais durante todo o século XX, a experiência diária nos põe em contato com um número maior de pessoas do que na época de nossos avós. Este contato demonstrou que os processos lógicos, não necessariamente, tomam lugar da mesma maneira em grupos de pessoas diferentes. Diversos modos de construção de sentido são exercidos, dependendo de cada sujeito e de cada situação em particular. São cognições diferentes.

Segundo Martins (2007), além da lógica, a tarefa de compreensão de uma informação também se relaciona com os desejos, experiências, expectativas e com a familiaridade que o intérprete possui com a apresentação da informação, sem deixar de lado dimensões mais abstratas como ideologias e visões de mundo. Logo, as metáforas cumprem uma função essencial, uma vez que servem como âncoras de nossos conhecimentos sobre os fenômenos particulares em questão.

A noção de familiaridade remete ao tema da memória, outra questão relevante quando se aborda o processamento de mensagens, já que implica na recodificação (ressignificação) de informações e conhecimentos. Tanto a memória para aquisição de informação, quanto a metáfora para a construção de sentido das mensagens são importantes, pois qualquer elemento presente ou percebido nas situações de construção de sentido condicionam as maneiras na qual o pensamento lógico é usado. Com isto, valoriza-se o contexto ou a conjuntura onde acontece a interação do sujeito com a mensagem.

Optar por esta nova cognição interacionista implica perceber o processo cognitivo como uma construção do mundo – uma construção dinâmica e, portanto, inseparável do histórico de vida, do processo do viver. Portanto, é lícito supor que, se o mundo é o mesmo para todos os seres vivos, seguramente não é percebido do mesmo modo por todos eles. Logo, a cognição é uma construção que resulta da interação do ser vivo com o seu mundo. À medida que vive, ele

o constrói e vai sendo também por ele construído. Trata-se de uma relação de congruência, co-determinação, criação mútua. Acredita-se que este conceito está intimamente relacionado à construção do sentido das mensagens.

Por este motivo acredita-se que a noção de emissor-receptor, proveniente da teoria da informação e ainda bastante utilizada no Design da Informação, parece ignorar que existe um enorme espectro de diferenças entre sujeitos e culturas, que acabam por afetar a maneira pela qual as pessoas entendem a informação. Neste âmbito, é mais conveniente falar de produtor-construtor de sentidos, já que este último, partindo de suas próprias vivências e da percepção da conjuntura contextual, produz, ou seja, constrói subjetivamente o sentido exclusivo e particular da mensagem.

Neste aspecto, vale comparar estes conceitos com algumas perspectivas propostas por autores que propõe uma prática de Design participativo<sup>1</sup>. Cada um ao seu modo, termina por destacar a importância de uma prática projetual que valoriza as situações de construção de sentido, colocando o sujeito leitor das mensagens como um agente de destaque, um co-autor, no transcurso do processo projetual. Portanto, não há método ou conhecimento existente que possa ser aplicado com eficácia a uma nova situação, já que tratamos de sujeitos sensivelmente diferentes. 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 sujeitos. Os métodos podem, no máximo, nos ajudar a enfrentar cada nova situação de maneira mais sensível e eficiente.

Dentro dessa abordagem particular do contexto e do sujeito que constrói o sentido das informações, procura-se ressaltar a noção de que experiências individuais diferentes levam a respostas diferentes. Porém, as diferenças culturais podem ser abordadas como similitudes de experiências em grupo que formam uma cultura particular ou subcultura, entendendo como cultura um composto dos sistemas de conhecimento mais ou menos compartilhados pelos membros de uma sociedade (Keesing, *apud* Frascara 2006).

Nesta perspectiva, Rice (Rice, *apud* Frascara 2006) dá um passo além, propondo que o conhecimento cultural afeta nossas percepções do mundo. Se o sujeito só compreende coisas que se relacionam com outras coisas que ele já entende, é evidente que as experiências anteriores e o conhecimento possuído limitam a capacidade dos próprios sujeitos para adquirir nova informação, fazendo também com que ele modifique, omita, ou agregue elementos a toda mensagem que recebe, particularmente quando esta mensagem inclui informação divergente da que esta pessoa já possui. No presente artigo estas rotinas são chamadas de *situações de construção de sentido*.

## **Design da Informação de situações educativas**

Nas grandes cidades é possível identificar traços da cultura nas vestimentas, sotaques, hábitos, música, culinária etc., que definem os estilos subculturais. As mídias também desempenham um papel importante na construção de experiências, contribuindo para criar uma coesão interna desta cultura, tendo ao mesmo tempo, um enorme poder para introduzir

---

<sup>1</sup> Como a “ciência envolvida” de Findeli, a metodologia da “prática do internista” de Victor Margolin, os preceitos do “designer valorizado” de Nigel Whiteley e o enfoque metodológico do “Design em Parceria” desenvolvido pela PUC-Rio.

mudanças. Por outro lado, apesar de ser impossível não reconhecer esta diversidade, muitos autores contemporâneos observam que a globalização lentamente pasteuriza os matizes destas diferenças, propondo um estilo internacional que seria consumido pela classe mais elevada da população de todo o planeta. Poggenpohl (*apud* Frascara, 2006), discute que o *Cross cultural Design*, como é conhecido este conceito, está dirigido a esta elite podendo ser apreciado em hotéis de primeira classe, bancos e linhas aéreas, por exemplo.

Em contrapartida, quando não se trata de produtos ou serviços para o consumo, o espectro de usos possíveis do Design da Informação – considerando a saúde pública, instruções, educação e problemas sociais – se torna indispensável levar em conta diferenças culturais que o Design comercial tende a ignorar. Segundo Frascara (2006), é necessário manter a consciência crítica quanto aos preceitos do *Cross cultural Design*, já que esta representação pode levar à noção de que a homogeneização do mundo facilita a comercialização e a eliminação de diferenças culturais permite que as corporações reduzam os custos de produção.

Em outras palavras, pode-se dizer que os processos de globalização no nível cultural tendem a reforçar as semelhanças entre as pessoas, promovendo uma ilusão de uma base comum para o desenvolvimento de métodos, quase universais, para o Design da Informação. Contudo, crer que somos todos iguais não é sinal de uma sociedade avançada. Um sinal de maturidade de uma sociedade é a aceitação das diferenças, já que a diferença cria informação, lembra Frascara. Logo, a diversidade é uma base necessária para que exista a informação e esta é a diferença que faz diferença. Uma sociedade sem diferenças é uma sociedade sem informação.

Segundo Martins (2007), o motivo dos fundamentos e métodos do Design participativo serem tão eficazes para abordar situações onde pretende-se a aquisição de conhecimentos, resulta do fato deles estarem conscientes das diferenças culturais e das alterações que estas demandam para o sistema de valores, estratégias cognitivas e estilos de processamento da informação colocando, conseqüentemente, o sujeito no centro das preocupações projetuais.

Mais do que pensar em situações de construção de sentido, torna-se necessário desenvolver uma prática mais crítica quanto à utilização de juízos universais. O desafio é saber escutar. Partindo deste ponto de vista, Frascara (2006) comenta que é necessário transformar uma situação de interação entre o produtor e o sujeito construtor do sentido em um ato de aprendizagem, e não em um sermão, vendo-o como um processo contínuo de comunicação e construção cultural.

Desta forma, e com o intuito de esclarecer as questões discutidas neste artigo, abaixo estão sistematizadas as noções de:

## **Design da informação**

Tem por objetivo equacionar os aspectos sintáticos, semânticos e pragmáticos que envolvem os sistemas de informação através da contextualização, planejamento, produção da interface gráfica da informação. Seu princípio básico é otimizar o processo de aquisição da informação efetivando os sistemas de comunicação analógicas e digitais (Sociedade Brasileira de Design da Informação – SBDI).

## **Situações de construção de sentido**

Conforme Martins (2007), são situações que propiciam a construção, por parte do sujeito, do sentido da mensagem. Requerem, na prática, um processo projetual que se desenvolva numa parceria com uma amostragem deste público ao mesmo tempo respeitando as diferenças culturais e preocupando-se com a efetividade do entendimento da mensagem. Sob esta perspectiva, o designer dedica-se a projetar um “momento” com determinada duração no tempo/espaço no qual o usuário interage com o objeto, produzindo a significação.

## **Design da Informação de situações educativas**

No domínio das situações de construção de sentido de mensagens, numa perspectiva atenta às diferenças culturais, este campo naturalmente aproxima-se da área de conhecimento da Educação, que oferece bons subsídios para o entendimento deste conceito. Na aceção que é conferida aqui ao Design de situações educativas, o termo educar não se reduz a transmitir informações. Ao contrário, direciona-se ao desenvolvimento das pessoas, pois no processo educativo entendido sob a ótica construtivista, a participação ativa dos usuários é indispensável (Martins, 2007).

Conforme Frascara (1988), se o Design comercial persuasivo está orientado a modificar a conduta e as convicções do público, o Design educativo persegue os mesmos objetivos, porém, as modificações buscadas são de caráter diferente, nas quais o sujeito é motivado a pensar, julgar e desenvolver-se independentemente. Portanto, o objetivo das mensagens educativas é contribuir ao desenvolvimento do indivíduo e da sociedade por meio da reflexão individual e coletiva. Todo material educativo projetado oferece possibilidades de construção de sentido que requerem o desenvolvimento de juízos e a participação ativa dos sujeitos.

Uma vez que a aprendizagem é melhor e mais duradoura se adquirida de forma ativa, Martins (2007) comenta que a abrangência de material educativo pode ser ampliada para fora dos muros da escola, considerando qualquer tipo de suporte que abrigue uma mensagem visual direcionada a um tipo de aprendizagem, tal como: manuais de instrução, bulas de remédio, cartilhas, vídeos ou multimídias didáticas, folhetos, livretos ou folders com esta intenção, dentre outros.

## **Conclusão**

Os três grandes eixos acima relacionados dão a exata medida da complexidade inerente ao processo de projeto de materiais educativos eficientes.

O processo de Design de um material educativo não pode prescindir do entendimento das experiências de vida do sujeito a quem se destina nem do contexto onde este sujeito está inserido.

Para seu melhor encaminhamento, o material educativo deve considerar o sujeito como um construtor de sentido, sendo esta construção um movimento que se dá em direção contrária da mera recepção. Ela tem suas raízes em um ato volitivo, produtivo. Sob esta perspectiva, o ato de construção de sentido é consciente, crítico e gerado no e pelo sujeito.

## **Referências**

- Findeli, A. (2001). Rethinking Design education for the 21st century: theoretical, methodological, and ethical discussion In *Design issues*, volume 17, number 1, winter.
- Frascara, J. (1988). *Diseño gráfico y comunicación*, Buenos Aires: Infinito.
- Frascara, J (2006). *El Diseño de comunicación*. Buenos Aires: Ediciones Infinito.
- Margolin, V. (2002). A 'Social Model' of Design: Issues of Practice and Research. In: *Design Issues* v.18 n. 4, april.
- Whiteley, N. (1998). O designer valorizado In *Revista Arcos*, volume 1, número único.