

**Universidade Federal de Pernambuco
Centro de Artes e Comunicação
Programa de Pós-Graduação em Design**



Peripatécnica:
Uma técnica para avaliação Estética em Design.

Autor: Diego L. Rocha
Orientador: Professor Doutor André M. Neves

Recife,
2007

**Universidade Federal de Pernambuco
Centro de Artes e Comunicação
Programa de Pós-Graduação em Design**

Peripatécnica:

Uma técnica para avaliação Estética em Design.

Dissertação apresentada por Diego L. Rocha
ao programa de Pós-Graduação em Design
da Universidade Federal de Pernambuco
como requisito parcial para a obtenção do
título de Mestre em Design sob a orientação
do Professor Doutor André M. Neves.

Recife,
2007

Rocha, Diego Lopes

**Peripatécnica: uma técnica para avaliação
estética em design / Diego Lopes Rocha. - Recife :
O Autor, 2007.**

74 folhas : il., fig., tab.

**Dissertação (mestrado) – Universidade Federal
de Pernambuco. CAC. Design, 2007.**

Inclui bibliografia.

**1. Desenho (Projetos). 2. Estética. 3.
Desdobramento da função qualidade. I.Título.**

74

CDU (2.ed.)

UFPE

74

CDU(22.ed.)

3AC2007-272

27



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN

PARECER DA COMISSÃO EXAMINADORA
DE DEFESA DE DISSERTAÇÃO DE
MESTRADO ACADÊMICO DE
DIEGO LOPES ROCHA

“Peripatécnica: uma técnica para avaliação estética em design.”

ÁREA DE CONCENTRAÇÃO: DESIGN E ERGONOMIA

A comissão examinadora, composta pelos professores abaixo, sob a presidência do primeiro, considera o candidato DIEGO LOPES ROCHA **APROVADO**.

Recife, 31 de julho de 2007.

Prof. André Menezes Marques das Neves (UFPE)

Prof. Fábio Ferreira da Costa Campos (UFPE)

Prof. Paulo Carneiro da Cunha Filho (UFPE)

Dedico este trabalho a três mulheres fascinantes:

À minha mãe, **Valdete**, que me deu as bases para ser o homem que eu sou hoje;

Ao meu amor, **Kássia**, que dá um sentido a tudo que eu sou;

À minha pequena, **AJ**, que me dá o desejo de ser muito mais.

Agradecimentos:

Agradeço a Deus por tudo e antes de qualquer coisa.

À minha Mãe pelo apoio e incentivo na tortuosa vida acadêmica;

Aos meus orientadores pelos quais me sinto muito afortunado. Seus exemplos me acompanharão sempre bem como sua paciência, compreensão e aparente infundável fonte de soluções.

Aos meus amigos Cleber, Bernardo, Silvana e Clarissa, que “fizeram tudo valer a pena”, cada um à sua maneira.

Aos companheiros de luta Dinara Moura, Eliana Melo e Diego Credídio pelo companheirismo e por compartilhar as experiências de nosso objetivo comum.

Às colegas Ana Cristina Veras e Verônica Freire pela companhia nas vielas da Estética.

Aos amigos bolsistas Rafael Efrem, Vinícios Gomes e em especial a Henrique Pimentel pelas inestimáveis contribuições.

A Francinete Pereira pelo êxito na tarefa impossível de manter tudo funcionando.

Agradeço ainda aos meus professores das artes do Tai Chi Chuan e do Aikido por me ajudarem a manter a sanidade no decorrer do trabalho.

“Para mim, a estética, a política e a ética têm de ser vistas sob o prisma da beleza e da verdade”.

Roberto Romano - Unicamp

Resumo:

Esta pesquisa apresenta uma proposta de avaliação estética de artefatos visando se inserir como ferramenta para a Metodologia de Design. Dentro dessa metodologia nossa proposta se coloca numa etapa muito específica, a fase da avaliação de alternativas, que nos parece ser a fase menos contemplada com pesquisas na área. Tal proposta de avaliação toma a forma de uma técnica que busca na antiguidade clássica a categorização de Aristóteles para o senso estético que encontramos em tudo à nossa volta. A realização dessa técnica oferece ao designer o controle sobre a esfera da representação estética a ser causada no público final do produto, seja ele um usuário, um consumidor ou qualquer outro tipo de público. Buscamos neste estudo a utilização da técnica desenvolvida como uma forma de aplicá-la a artefatos oriundos de todas as áreas do Design, desenvolvendo uma técnica abrangente.

Palavras-Chave:

Estética, Avaliação, Artefatos de Design.

Abstract:

This research presents a proposal for a aesthetic evaluation of artifacts hoping to be inserted as a tool for the Design Methodology. Within this methodology, our proposal puts itself in a specific step, the point for the alternative evaluation, that seems to be the less used focus for this área researches. Such proposal for an evaluation is shaped as a technique that reaches for the ancient ages finding in Aristoteles' aesthetic categories for the world around us. The fulfillment of this technique gives to the designer the control over the aesthetic representation to be created on the public. We sought with this research the use of the developed technique as a way to put it to use on artifacts from every Design área, creating a wide technique.

Keywords:

Aesthetic, evaluation, Design Artifacts.

Sumário:

Introdução	11
Capítulo 2. A Atividade de Design	14
2.1 - Conceituando Design.....	15
2.2 - Fazendo Design.....	17
Capítulo 3. Estética	25
3.1 – Definindo a ESTÉTICA.....	26
3.1.1 - Estética como palavra.....	26
3.1.2 - Estética como conceito.....	26
3.1.3 - Categorizando a Estética.....	29
3.2 – Trabalhos Relacionados.....	33
3.2.1 - Avaliação estética para a Odontologia.....	34
3.2.2 - A estética para a MPB.....	37
3.2.3 - A estética para os processos computacionais.....	41
Capítulo 4. A Técnica	46
4.1 - O Funcionamento da Técnica.....	47
4.1.1 - Definição dos requisitos estéticos.....	47
4.1.2 - Pesquisa com usuários.....	48
4.1.3 - Tratamento dos dados.....	48
4.1.4 - Análise comparativa dos dados.....	49
4.2 - Aplicação da Técnica.....	50
4.2.1 - Avaliação estética de capas de discos.....	50
4.2.2 - Avaliação estética de Automóveis.....	55
4.2.3 - Avaliação estética de Jogos Digitais.....	59
Conclusão	66
Bibliografia	69

Lista de Figuras:

Figura 01 - Quadro das Categorias Estéticas de Aristóteles	32
Figura 02 - Exemplo de Tabela de Equivalências.....	49
Figura 03 - Capa do CD "Parallel Dreams", Loreena McKennit.....	51
Figura 04 - Capa do CD "Fear of the Dark", Iron Maiden.....	52
Figura 05 - Capa do CD "Gates of Metal Fried Chicken of Death", Massacration.....	53
Figura 06 - Formação da banda Massacration.....	54
Figura 07 - Mercedes Menz Classe C Seda.....	55
Figura 08 - Land Rover Defender.....	56
Figura 09 - Ford Ka.....	57
Figura 10 - Ford Ka.....	57
Figura 11 - Ford Ka em visão lateral, traseira e frontal.....	58
Figura 12 - Logo de Ragnarök.....	59
Figura 13 - Bruxos.....	60
Figura 14 - Logo de World of Warcraft.....	61
Figura 15 - Troll Sacerdotisa.....	62
Figura 16 - Logo de Jedi Academy.....	63
Figura 17 - Personagens de Jedi Academy.....	63

Introdução

O *International Council of Societies of Industrial Design* [ICSID 2002] define Design como: “uma atividade de criação com o objetivo de determinar as propriedades formais dos objetos produzidos industrialmente”. As propriedades formais não se referem apenas à forma ou aparência do objeto, mas as características constituintes desse objeto.

Embora seja muito difícil sintetizar uma definição específica para o Design, podemos com essas definições vislumbrar a amplitude do horizonte dessa atividade. Importante lembrar que, permeando essas definições temos as questões morais e éticas [FORNASIER 2005]. E como lembra Merino [MERINO 2003]: “o Designer tem a tarefa de determinar a forma de um produto com antecedência, considerando todas as condicionantes (...) acompanha toda sua implantação no mercado, como também seu descarte”.

Trata-se de uma atividade fortemente projetual, inserido na qual se encontra o pensamento metodológico, cuja base pode ser delineada em quatro fases distintas [CREDIDIO 2007] a saber: fase (1) análise do problema; fase (2): geração de alternativas; fase (3) avaliação de alternativas, e fase (4): apresentação da solução do problema.

Dentre essas fases, a (1) é bastante explorada nos estudos de Löbach [LÖBACH 2000], a (2) é detalhada em Baxter [BAXTER 2003] e Bomfim [BOMFIM 1997], a (4) é a mais explorada das fases por diversos autores como [PETERSON 1998] e [MCCLELLAND 2004] em livros técnicos de representação. A fase (3), no entanto, carece de um olhar mais cuidadoso na literatura, o processo de avaliação é tratado de forma superficial, sendo a avaliação da Estética ainda mais nebulosa.

Nesse sentido, nosso trabalho está focado na construção de uma técnica para avaliação em Design. A técnica tem como base os princípios aristotélicos de categorização estética [SUASSUNA 1996], quais sejam: Beleza do Horrível, Beleza do Feio, Risível, Gracioso, Belo e Sublime.

Com base nesses princípios construímos um modelo de análise que explicita o processo de avaliação que permite ao designer um maior controle das características estéticas do objeto projetado. Para exemplificar a aplicação desta técnica, avaliamos três objetos tipicamente de Design, sendo um deles especificamente da área de design gráfico, outro da área de design de produto e um terceiro da área de design multimídia, principais eixos da atividade [MOZOTA 2002].

Este documento está estruturado em quatro capítulos além desta introdução, sendo o capítulo 2 uma descrição da atividade de Design; o capítulo 3 apresenta a Estética enquanto área do conhecimento; o capítulo 4 descreve a técnica desenvolvida no âmbito deste trabalho; e, o capítulo cinco apresenta nossas principais contribuições e aponta desdobramentos futuros.

Capítulo 2. A Atividade de Design

Neste capítulo vamos tratar da definição de Design e do papel do Designer. Longe de ser uma definição absoluta e conclusiva, tentaremos traçar uma perspectiva na qual possamos desenvolver nosso estudo.

Este capítulo está dividido em duas seções: 2.1 onde tratamos da definição de Design e 2.2 onde tratamos da atividade do designer.

2.1 – Conceituando Design

Conceituar uma atividade que se dedica a conceber e desenvolver projetos, se adequar às necessidades do usuário e às possibilidades de produção não é uma tarefa simples. Vejamos as formas como alguns órgãos reguladores da área a definem.

O *Internacional Council of Societies of Industrial Design* [ICSID 2002] define Design como: “uma atividade de criação com o objetivo de determinar as propriedades formais dos objetos produzidos industrialmente”. As propriedades formais não se referem apenas à forma ou aparência do objeto, mas as características constituintes desse objeto.

Essa definição, embora prime pela precisão, não aborda todo o potencial mostrado pelos Designers na sociedade de hoje. “O Design abrange todos os aspectos do ambiente humano condicionado pela produção industrial” [FORNASIER 2005].

No Brasil o Design é definido oficialmente pelo Projeto de Lei nº 1.965, de 1996 (de autoria de Hugo Lagranha). A redação define da seguinte maneira:

“O *design* é uma atividade especializada de caráter técnico-científico, criativo e artístico, com vistas à concepção e desenvolvimento de projetos de objetos e mensagens visuais que equacionem sistematicamente dados ergonômicos, tecnológicos, econômicos, sociais, culturais e estéticos, que atendam concretamente às necessidades humanas.

Assim sendo, constitui-se num elemento fundamental para agregar valor e criar identidades visuais para produtos, serviços e empresas definindo, em última análise, a personalidade das empresas no mercado. Ainda conforme a lei de regulamentação, o *design* é classificado em duas categorias básicas: desenho industrial e design gráfico.”

Embora seja muito difícil sintetizar uma definição específica para o Design, podemos com essas definições vislumbrar a amplitude do horizonte dessa atividade. Importante lembrar que, permeando essas definições temos as questões morais e éticas [FORNASIER 2005]. E como lembra Merino [MERINO 2003]: “o Designer tem a tarefa de determinar a forma de um produto com

antecedência, considerando todas as condicionantes (...) acompanha toda sua implantação no mercado, como também seu descarte”.

Mesmo o ato de nomear tal atividade pode se mostrar uma tarefa complexa, posto que se refere a algo muito amplo. Mozota [MOZOTA 2002] aponta a origem da palavra na língua latina, derivando do termo “*designare*”, que significa tanto designar quando desenhar.

Mozota [MOZOTA 2002] também lembra que o Designer é um pivô que se coloca entre as esferas industrial, tecnológica e do consumo. Seria então atribuição do designer gerar as soluções, encontrar os caminhos para atender as necessidades de cada esfera pelo contato com as outras duas, ser o mediador das relações. Para isso o designer deve lançar mão da tecnologia, lógica, ciência e pragmática aliando-as com a arte, intuição e inspiração para atingir soluções inovadoras.

A *Associação de Ensino Superior de Design* (AEnD-BR) apresenta uma definição própria para o Design:

“[...] metaplanejamento e a configuração de objetos de uso e sistemas de informação, realizado por meio de atividades projetuais, tecnológicas, humanísticas, interdisciplinares, tendo em vista as necessidades humanas, de acordo com as características da comunidade e da sociedade, nos contextos temporal, ambiental, cultural, político e econômico”.

Também pela AEnD – BR temos uma categorização das áreas de atuação do profissional de Design, a saber: Design Gráfico; Design de Produto; Design de Interfaces; Design de Interiores; Design de Moda; e, Design de Ambiente.

Essas seis áreas compreendem as divisões principais nas quais a profissão se divide, tendo sido apresentadas na sétima edição da Enesd, Evento oficial da área de Design, promovido pela Associação de Ensino/Pesquisa de nível Superior de Design (AEnD-BR) - que foi realizada em Curitiba, PR, em 1997.

Outra maneira de classificar as áreas do Design é proposta por Mozota [MOZOTA 2002] ao lançar o olhar não para a área de sua atuação, mas para o objeto de sua criação. Ele propõe o agrupamento em dimensões, referindo-se a quantas dimensões tal criação ocupará no espaço. Assim ele propõe três grandes áreas de atuação do Design:

[1]. Duas dimensões, que envolvem Design Gráfico, Design da Informação, Ilustração, Design Têxtil;

[2] Três dimensões, que envolvem Mobiliário, Design de Interiores, Design Industrial;

[3] Quatro dimensões que envolvem Design Multimídia, Design Interativo, Web Design.

Em nosso trabalho, por sua abrangência e simplicidade, adotamos a classificação de Mozota [MOZOTA 2002] como base para a escolha dos objetos que utilizamos para exemplificar a aplicação de nossa técnica.

2.2 – Fazendo Design

A atividade do designer é permeada pela constante preocupação com a forma de projetar, ou seja, a preocupação com o método. Dessa preocupação surge a necessidade de se utilizar uma metodologia que sirva de norteador para todo o processo.

Segundo a perspectiva do autor John Chris Jones [JONES 1997] algumas etapas cronológicas ficam marcadas ao longo da história do Design enquanto atividade em seu cunho social. O autor destaca as seguintes fases:

A era do artesanato:

Compreende a atividade até a época do Renascimento, onde a figura do artesão detinha as técnicas e as ferramentas para a confecção de produtos. Da interação desses artesãos emergia um consenso sobre padrões do qual raras exceções se distanciavam. Esse padrão consensual era alimentado pelos conhecimentos angariados empiricamente pelos artesãos, constituindo uma base de conhecimento coletiva.

A era do Design por Esboço:

Compreende o período histórico do Renascimento até a década de 1950 e o Design era marcado como uma atividade individual. A partir da demanda de um cliente o profissional criava uma solução sem que o processo fosse claro, sendo encarado como uma “caixa preta”. Esta era se diferencia da anterior pois o profissional detinha mais do que técnicas, sendo capaz de projetar soluções de maior porte, como uma catedral ou um navio.

A era do Design de Sistema:

Na época da Segunda Grande Guerra demandas surgiram por artefatos que não poderiam ser concebidos eficientemente por um único indivíduo. Essa necessidade da coletivização de esforços fez surgir técnicas para trabalho em equipes (como o brainstorming e a cinética) que não apenas tornam a atividade mais eficaz, mas a tornam mais clara, saindo da “caixa preta”. Tal complexificação da atividade se reflete em soluções igualmente mais complexas como os grandes aviões ou sistemas complexos de computadores.

A era da Mudança Tecnológica:

A era subsequente (na qual ainda estamos) se caracteriza pela ampliação do espectro da visão dos designers, que se vêem obrigados a considerar e contemplar diversos aspectos mercadológicos, ecológico-ambientais, sociais e econômicos. São características dessa era a busca por informações, a abertura para o pensamento espontâneo.

A pesquisa de design se mostrou uma necessidade ao longo das duas eras mais recentes, o que reforçava a necessidade de abranger a miríade de fatores que se interligavam e se sobrepunham à atividade de Design. A necessidade de pesquisar se mostrou uma parte integrante dentro e fora da atividade nas pesquisas a seu respeito e como fase indispensável de seu fazer.

O autor aponta a importância do constante questionamento nos diversos níveis que compõem um projeto. No nível da execução são apontadas questões como o interesse que tal produto despertaria no cliente, seu posicionamento no mercado, sua representação visual ideal e seu impacto mercadológico.

Por outro lado, o âmbito da posição de gerente demanda outras preocupações, como a identificação e revisão de decisões tomadas, relacionamento de custos e lucros da pesquisa, alocação de recursos humanos e sua relação com o impacto ambiental.

O autor aponta a estrutura da atividade de Design como divisível em três etapas distintas:

Divergência:

Compreende a fase inicial onde se deve pesquisar e compreender a extensão de seu problema, a realização de testes empíricos, a confirmação/refutação de antigos pressupostos, enfim a dissecação do problema. O autor relembra a importância de se manter o constante questionamento sobre fatores pertinentes, como o valor daquele produto, se é possível de ser implementado e que tipo de risco se corre em caso de erro.

Transformação:

Após o levantamento de dados, nesta fase se delimita o problema e suas reais implicações. Nesta fase também ocorrem as inserções do material criativo, o lampejo criativo cuja explicação tanto custa aos estudiosos da área. Aqui se deve criar o padrão através do qual se espera resolver o problema em mãos. Neste ponto a subdivisão do problema em questões mais simples permite sua abordagem de modo crítico e sua resolução de modo isolado.

Convergência:

Após a identificação de variáveis, delimitação do problema e estabelecimento dos objetivos, nesta fase se faz necessário dirimir incertezas, avaliando as possibilidades geradas em busca da certeza da escolha, que será a seguir executada. O autor reforça que caso surjam imprecisões nesse ponto pode-se retornar a fases anteriores em busca de maior precisão.

Segundo Credidio [CREDIDIO 2007], ao observar as metodologias acima, percebe-se que embora apresentem-se diferenças de nomenclatura, existem algumas fases que se mostram como alicerce comum, a saber: fase [1] análise

do problema; fase [2]: geração de alternativas; fase [3] avaliação de alternativas; e fase [4]: apresentação da solução do problema.

Fase 01: Análise do problema:

Essa fase exploratória [CREDIDIO 2007], faz uso de técnicas como: conhecimento do problema; coleta de informações, análise das necessidades, da relação social, da relação com o meio ambiente, do desenvolvimento histórico, do mercado, da função, da estrutura, da configuração. Enfim, todas as técnicas cabíveis para a delimitação do problema a ser abordado.

As principais técnicas relativas a essa fase são:

- **Evolução Histórica:**

É a forma de angariar informações a respeito de um determinado produto através de sua trajetória no tempo. É uma técnica que costuma trazer informações pertinentes ao contexto social desse produto. A operacionalização dessa etapa se dá pela criação de um documento onde ficam elencadas as informações obtidas seguido da reflexão sobre esses resultados.

- **Tendência de Uso:**

É o estudo das relações econômicas e sociais envolvidas no uso desse produto e é uma boa aliada da Evolução histórica. Ela pode delinear padrões de futuro baseados nos estudos do comportamento do grupo de indivíduos ligado a esse produto.

- **Engenharia Reversa:**

É um processo que visa a compreensão e até a melhoria do produto ao subdividi-lo em unidades menores, desconstruindo-o.

- **Comparação de Similares:**

Trata-se de uma busca por outros produtos que de alguma forma se assemelhem ao objeto da pesquisa (concorrentes diretos e indiretos) para

mensurar seus erros e acertos. A prática usual dessa técnica consiste em escolher o elemento pesquisado, limitar o universo de análise (os concorrentes) e estudo dos dados obtidos.

- **Imersão:**

Consiste em experimentar o produto em suas condições de uso reais, vivenciar o que o usuário final vivencia, em busca de fatores que possam passar despercebidos no âmbito do projeto.

Fase 02: Geração de alternativas:

Trata-se do desenvolvimento de idéias baseadas nos conceitos estudados e estabelecidos levando-se em consideração também a estrutura global do problema.

As técnicas relacionadas a esta etapa visam propiciar o surgimento de idéias através de técnicas de exploração do processo criativo (chamadas TEPCs) e técnicas de exploração do processo lógico (TEPLs) [CREDIDIO 2007]. Existem diversas técnicas aplicáveis para esses fins, cada qual visando fazer emergir dos envolvidos no processo as soluções mais adequadas. Veremos aqui as mais usuais:

- **Brainstorming:**

Técnica pela qual se estimula a vazão de todas as idéias relacionadas ao tema, fazendo com que todos os participantes expressem aquilo que conhecem a respeito e daí surjam alternativas viáveis para a solução do problema. Existem algumas variações nessa técnica, que pode ser feita oralmente juntando todos os envolvidos (clássico), as idéias podem ser registradas e vistas à parte (anônimo), pode ser feito através do computador (digital) dentre algumas outras.

- **Método 635**

Consiste em reunir 6 pessoas para que encontrem 3 soluções para o problema em 5 minutos. Passado esse tempo as alternativas geradas devem ser passadas a outro participante para que este gere novas idéias ou complemente as idéias anteriores em mais cinco minutos. Esse processo pode ser repetido diversas vezes até que se atinja uma quantidade satisfatória de alternativas.

- **Caixa Morfológica:**

Esta técnica trabalha pela criação de uma tabela onde os aspectos do produto são listados e cada um destes é atendido de maneiras diferentes. O mérito desta técnica é possibilitar a visualização de diferentes formas de lidar com cada variável e a partir disto montar soluções finais constituídas por elementos distintos.

Fase 03: Avaliação das alternativas:

Trata-se do processo de escolha no qual uma das alternativas geradas deverá ser selecionada para solucionar o problema. Existem técnicas específicas para alguns parâmetros referentes a essas alternativas, quais sejam:

- **Avaliação de Usabilidade [BREYER 2006]:**

Apresenta como alguns métodos de avaliação de usabilidade podem ser aplicados durante o desenvolvimento de um projeto para garantir a qualidade deste. Os métodos podem variar de acordo com o tipo do projeto para focar nas questões críticas do sistema.

- **Avaliação de Navegação digital [MOURA 2005]:**

Apresenta conceitos da arquitetura convencional e explora algumas implicações dessa teoria para o design de ambientes digitais, de modo a garantir a qualidade da navegação nesse ambiente como num ambiente real.

- **Avaliação Cognitiva [FREIRE 2006]:**

Avalia os aspectos ligados à percepção por parte do receptor dos sistemas desenvolvidos. Sua análise ao longo do desenvolvimento visa evitar a criação de erros e incompreensões do usuário.

Fase 04: Apresentação da solução do problema

Trata-se da última etapa antes da confecção do produto. Fase de desenvolvimento da alternativa escolhida. É nesta fase onde ocorrem as adaptações e retoques finais. É também o momento de elaboração de seu manual técnico: enumeração de todas as características do produto (especificações) para nortear a produção.

As técnicas referentes a esta fase visam consolidar o projeto e torná-lo claro à equipe de execução. Algumas práticas desta fase incluem:

- **Storyboard:**

Prática muito difundida em projetos que envolvam algum tipo de história ou narrativa como jogos e animações. Consiste em apresentar o enredo (roteiro) e as representações visuais destas ocasiões (cenas). É um recurso rico para a orientação dos ilustradores, desenhistas e equipe de interface.

- **Documento de Design:**

Trata-se da documentação do projeto, uma descrição tão fiel quanto possível do projeto que se deverá executar, detalhando todos os aspectos possíveis. Este documento deve conter informações necessárias para nortear a equipe a desenvolver o projeto mesmo na ausência da equipe que concebeu este produto.

Assim concluímos a nossa definição de Design e como este, enquanto atividade envolvida em processos de concepção de objetos de uso, tem uma ligação muito íntima e indissociável com a Metodologia de projeto.

Especificamente, percebemos como as fases de um projeto se distinguem, compondo um todo organizado. Nosso estudo se posiciona especificamente na fase de avaliação de alternativas. Propomos uma técnica complementar àquelas já existentes, notadamente [BREYER 2006], [MOURA 2006] e [FREIRE 2006], envolvendo os aspectos estéticos dos produtos.

Com isso em mente, no próximo capítulo veremos nossa definição para a própria Estética e algumas formas como se pode desempenhar uma avaliação estética em diferentes áreas. Veremos como essas avaliações são estruturadas e esperamos ser capazes de propor um método de avaliação que se encaixe no escopo de nosso projeto.

Capítulo 3. Estética

Neste capítulo, trataremos de abordar a visão sobre estética, traçando algumas das linhas gerais que definem o que ela é e como ela é percebida em sua visão acadêmica e social.

Este capítulo está dividido em duas seções: 3.1 onde tratamos da definição de Estética e 3.2 onde tratamos de trabalhos vindos de outras áreas de estudo, mas que contribuem para nosso estudo.

3.1 – Definindo a ESTÉTICA

3.1.1 - Estética como palavra

O termo “estética” tem sido utilizado em muitos sentidos e muitas vezes a conceituação pode se dar no uso vulgar, nas artes e em filosofia. Segundo [ARANHA & MARTINS 1990] no uso comum da palavra estética, encontra-se a expressão em várias situações como: estética corporal, estética facial, e outros, referindo-se à boa aparência. Encontram-se ainda expressões como: senso estético, decoração estética, arranjo estético de flores, sendo usado aqui no sentido adjetivo, representando qualidade. Há ainda outro sentido, o filosófico, voltado para o sentido do belo, ou seja, estuda racionalmente o belo e o sentido que suscita nos homens.

Etimologicamente, também segundo [ARANHA & MARTINS 1990, p. 378] “a palavra estética, vem do grego aisthesis com o significado de ‘faculdade de sentir’, ‘compreensão pelos sentidos’, ‘percepção totalizante’”. Assim, podemos afirmar que a imagem ou plástica de cada objeto carrega em si um significado que em contato com o ser humano possibilitará exprimir um certo estado da sua subjetividade, e o significado só poderá ser percebido na ‘experiência estética’.

Esta é uma forma específica de tratar a palavra “estética” e a dimensão de significados que carrega consigo. Pode não ser a única forma de abordar esta palavra, nem a mais correta (se é que existe uma forma “mais correta” que outras), mas é a que melhor exprime a intenção deste trabalho.

3.1.2 - Estética como conceito

No decorrer da história percebemos a contribuição (diretas ou indiretas) de diversos pensadores e estudiosos nos trabalhos relacionados com a estética e com sua formalização como conceito. Esses trabalhos podem ser classificados em três grandes grupos [BOMFIM 1997], trabalhos que olham a Estética a

partir de uma visão emocional, racional e moral. A seguir apresentamos os principais olhares nesses três grandes grupos:

A Estética quanto à Emoção:

A primeira etapa na definição da estética é a preocupação com o sentimento, o estímulo sensorial e seu efeito sobre o ser humano. As principais contribuições para esta etapa remontam à antiguidade clássica Grega, de onde surgem os princípios que viriam a influenciar o pensamento ocidental e, conseqüentemente, fariam parte da base da estética. Podemos citar como principais nomes do processo:

Heráclito (540-480 a.C.) – é por muitos considerados o mais eminente pensador pré-socrático, por formular com vigor o problema da unidade permanente do ser diante da pluralidade e mutabilidade das coisas particulares e transitórias. Estabeleceu a existência de uma lei universal e fixa (o Lógos), regedora de todos os acontecimentos particulares e fundamento da harmonia universal, harmonia feita de tensões, "como a do arco e da lira". Tudo está em movimento e nada dura para sempre, as constantes transformações eram justamente a característica mais imutável da natureza.

Sócrates (470 a 399 a.C.) – valorizava sobremaneira a descoberta do homem feita pelos sofistas, orientando-a para os valores universais, segundo a via real do pensamento grego. Formou a sua instrução sobretudo através da reflexão pessoal, na moldura da alta cultura ateniense da época, em contato com o que de mais ilustre houve naquela cidade. "Conhece-te a ti mesmo" - o lema em que Sócrates cifra toda a sua vida de sábio. O perfeito conhecimento do homem é o objetivo de todas as suas especulações enquanto a moral seria o centro para o qual convergem todas as partes da filosofia.

Platão (428 a 347 a.C.) – discípulo de Sócrates, tendo tido contato com culturas e costumes diferentes, instituiu a famosa Academia, onde tomou lugar o ensino de filosofia. Além de escrever diversas obras (suas e de seu mestre), desenvolveu a teoria da separação entre o mundo físico e o mundo das idéias. Neste mundo fora do alcance dos sentidos humanos residiriam as essências de

todas as coisas do mundo palpável e mesmo a essência dos conceitos utilizados pelos homens, como a bondade, a retidão e a maldade.

Aristóteles (384 – 322 a.C.) – aluno da Academia platônica, na qual permanece até a morte de Platão. Treze anos depois funda sua escola, o Liceu, também chamada de Peripatética, pelo seu costume de ministrar as aulas ao ar livre. Suas obras e reflexões contribuíram em várias áreas do conhecimento, como a ética, a política, a física, a lógica, a psicologia, a poesia, a retórica, entre outras. Aristóteles considera que o prazer, a felicidade e a harmonia são essenciais para os indivíduos e afirma ser a inteligência a maior virtude humana, cuja excelência aproxima o homem da divindade. Seu pensamento filosófico se opunha ao idealismo platônico da perfeição, focando suas idéias na realidade das coisas.

A Estética quanto à Razão:

Subseqüentemente, no processo científico da estética, concebemos a relação entre o pensamento racional e o estudo da estética. Talvez a contribuição mais importante para esta delimitação ao categorizar que a razão se torna inferior ao sentimento no que se refere à estética tenha sido a de:

Alexander Gottlieb Baumgarten (1714 – 1762) – filósofo alemão, foi o primeiro a utilizar o termo “Estética”, definindo como a forma sensível do conhecimento e oposta à razão. Embora não tenha sido responsável por designar a estética como ciência, a introdução do termo contribuiu amplamente com sua difusão. Considerava que a arte é resultado não só de uma atividade intelectual, mas também sensorial, assim como o belo resulta da criação e obra do homem ou da natureza, não sendo meramente uma propriedade objetiva das coisas, mas uma noção subjetiva. Sua dedicação ao pensamento estético está registrado em sua obra “Estética: a lógica da arte e do poema”.

A Estética quanto à Moral:

A última etapa seria cronologicamente situada entre a primeira e a segunda, porém, por motivos estruturais nos parece fazer mais sentido quando alocada como posterior. Esta etapa se refere ao delineamento do que vem a ser o comportamento ético, que ações poderiam ser consideradas corretas no universo do uso da estética. A contribuição mais marcante para a congregação dessas regras é devida a:

Gottfried Wilhelm Leibniz (1646 a 1716) – Paralelamente à sua vida pública, deixou um grande legado de obras, discorrendo sobre diversos temas, entre os quais a ética. Ao sintetizar o pensamento de Descartes e da escolástica de Aristóteles, chegou à conclusão de que haveria um princípio de causa e consequência a partir do qual baseia a sua ética. Segundo ele, a vida segundo um padrão ético honroso livraria o sujeito de retaliações por parte do Divino.

3.1.3 – Categorizando a Estética

Para os moldes de nosso estudo, entretanto, é o pensamento aristotélico que se mostra particularmente propício. Seu foco de atenção voltado para os elementos da realidade e a classificação das relações entre esses elementos em categorias nos dão as bases de que necessitamos, conforme releitura primorosa de Ariano Suassuna [SUASSUNA 1996].

Em linhas gerais, dentro de seu trabalho sobre estética encontramos uma categorização em que ele cria uma escala, um continuum que oscila da mais terrível degeneração até a mais maravilhosa elevação do espírito humano. Desta forma ele define as categorias como: beleza do horrível, beleza do feio, risível, gracioso, belo e sublime.

Muito ligado à produção cultural de sua época, Aristóteles sofreu influências do teatro grego na sua categorização, criando duas categorias à parte dessa graduação, o cômico e o trágico (referências claras à tragédia e a comédia), duas categorias que se aplicam não a objetos, mas a situações e conceitos,

geralmente imbuídos de algum ensinamento (moral da história) [SUASSUNA 1996].

Essas categorias estéticas criadas por Aristóteles funcionam da seguinte forma:

Gracioso: representa a beleza em dimensões diminutas, pequenas representações. Refere-se a elementos que apresentam harmonia e proporções agradáveis, embora lhes falte o aspecto de imponência, grandiosidade para serem considerados belos. Em termos conceituais (afastando-nos ligeiramente da preocupação com a forma) o gracioso é aquele em que as características positivas se apresentam em pequena intensidade.

Belo: representa não apenas as características de harmonia, boas proporções e formas agradáveis, mas introduz o aspecto que falta ao Gracioso, a questão da dimensão elevada. Tem em si o porte impávido e a grandiosidade da imponência. Entretanto ele não se torna exagerado ou fora do padrão do seu contexto. Sua esfera conceitual é dotada de qualidades notáveis, destacando-se da média.

Sublime: da mesma forma como o Belo é um avanço em relação ao Gracioso, o Sublime é um avanço em relação ao Belo. Ele é a representação do harmonioso, do correto, de virtuoso, mas suas proporções são avantajadas, é a categoria do “enorme”. De tal maneira que o sublime causa o maior impacto no receptor, levando-lhe a pensar em uma esfera mais elevada. O aspecto conceitual do sublime está sempre ligado a conceitos como nobreza e elevação, é a exacerbação das características positivas e que se tornam um exemplo.

Trágico: expressão dinâmica de tudo o que a esfera do harmonioso representa. Através de ações que extrapolam os conceitos da virtude e daquilo que é correto no ser humano o trágico desperta a sensação de terror e de piedade. Ele se caracteriza pela ocorrência de situações limítrofes, densas. O próprio termo “trágico” advém da influência do teatro na sociedade grega, onde

as tragédias seriam o exemplo máximo do senso estético trágico (e daí a proximidade entre seus nomes).

Risível: migrando agora para a linha dos elementos em desarmonia temos o padrão paralelo ao Gracioso, que se chama Risível. Da mesma forma, ele se caracteriza pelas diminutas proporções, porém sua tendência aponta para fatores negativos, que causam desconforto, desagradam aqueles que tiverem contato com esse elemento. Conceitualmente é um fator cujos deméritos não são tão graves, não apontam para defeitos muito graves, podendo ser discernido pela distorção de conceitos.

A Beleza do Feio: em oposição ao Belo temos o que Aristóteles definiu como a Beleza do Feio. O motivo de não se referir a essa categoria como “feio” tão somente é que não se trata de um juízo de valor. A perspectiva de Aristóteles se volta também para a possibilidade de sentirmos prazer ao contemplar um objeto que seria desagradável ou repugnante em seu ambiente natural. Essa categorização se refere à utilização de elementos em desarmonia que foram escolhidos propositadamente para causar o impacto no público. Da mesma forma como o belo, a beleza do feio apresenta as conotações negativas já presentes no risível, mas potencializa essas conotações ao adicionar o porte majestoso, a imponência.

A Beleza do Horrível: por sua vez a beleza do horrível se opõe ao sentimento do sublime, alinhando-se à trilha da desarmonia. Na Beleza do Horrível se encontram retratados os elementos mais terríveis conhecidos pelo ser humano. As ações mais vis, os crimes mais torpes, os pecados mais nefastos. É caracterizada também pelas dimensões em gigantesca escala, o que se volta a confrontar o espectador com o “lado negro” da vida. Essa categorização é rica, em sua esfera conceitual, em utilizações em que princípios naturais são subvertidos e levados a extremos antagônicos à sua concepção original.

Cômico: por último temos a versão desarmoniosa do trágico, que foi batizada de cômico. Da mesma maneira como aquela era a reação esperada das tragédias teatrais gregas, esta é a reação esperada nas comédias (como pode-

se imaginar pelos nomes). O cômico geralmente se caracteriza pela apresentação caricata da realidade (de onde provem muito de sua desarmonia) para transmitir a sua mensagem. Diferente do que o nome sugere, entretanto, sua intenção não necessariamente se completa com o riso da audiência, mas com a distorção da realidade.

Com isso demos cabo das oito categorias principais enunciadas por Aristóteles. Podemos visualizá-las melhor quando as colocamos em uma proporção linear, como vemos no quadro 1.

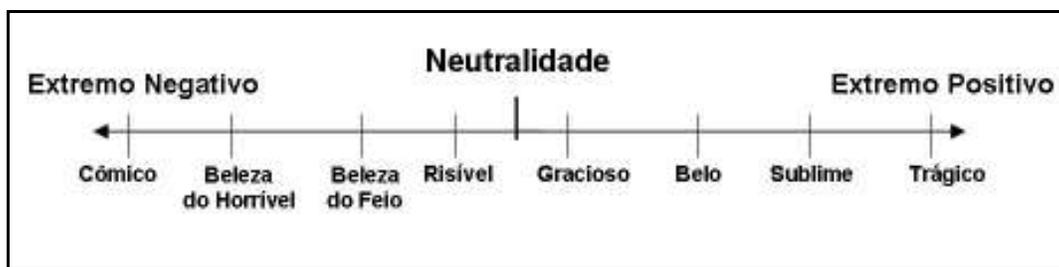


Figura 1 – Quadro das Categorias Estéticas de Aristóteles

Aqui vemos como esses sentidos estéticos se posicionam em relação à intensidade de suas cargas negativas e positivas respectivamente. À medida que se distancia de uma posição neutra, o objeto pode apresentar alguns traços menos intensos (se tornando Gracioso na direção positiva ou Risível na negativa), traços bem delineados (encaixando-se no Belo ou na Beleza do Feio de acordo com o caso) traços exacerbados (surgindo como Sublime para o bem ou como “Horriblemente Belo” para o mau) ou ir além das meras características e representando seu estado em ações (tornando-se positivamente Trágico ou negativamente Cômico).

Essa é uma forma linear de mostrar a relação entre esses sentidos estéticos. De modo geral, o que Aristóteles fez foi definir conceitos formais para adjetivações qualitativas desde o sem parâmetro de tão mau até o sem parâmetro de tão bom, passando pelo maravilhoso, o excelente, o bom, o ruim, o péssimo e o terrível.

3.2 - Trabalhos Relacionados.

Como base para a concepção de nossa técnica levantamos outros trabalhos que se propõem a realizar algum tipo de avaliação estética. Dentre os quais não encontramos nenhum trabalho diretamente ligado à avaliação estética em Design. No entanto, descrevemos a seguir três experiências em outras áreas do conhecimento que se aproximam da nossa abordagem.

A esse respeito nos voltamos para a abordagem de Gustavo Bomfim para a aplicação de avaliações estéticas. Ele chama a atenção para a existência de três correntes principais neste tipo de avaliação:

1. Corrente objetivista: defende que os atributos responsáveis pela beleza estão presentes no objeto (proporção, simetria, harmonia, etc.)

2. Corrente subjetivista: defende que depende apenas do cognocente e de sua interpretação considerar belo ou não um determinado objeto.

3. Corrente sintética: apresenta uma estrutura que alia as perspectivas das duas anteriores, considerando que a beleza aflora da relação do sujeito com o objeto.

[BOMFIM, 1997]

Embora Bomfim tenha estruturado essas correntes pelas quais se dão as avaliações estéticas, ele não as aplica em situações reais relacionadas diretamente com Design. As pesquisas que agora apresentaremos seguem todas essas correntes (cada pesquisa em uma corrente, respectivamente). A pesquisa odontológica trabalha objetivamente colocando o foco do estudo no objeto (as próteses); a pesquisa sobre a MPB trabalha subjetivamente colocando o foco do estudo no receptor; enquanto a pesquisa sobre os processos computacionais utiliza a corrente sintética, analisando a relação entre sujeito e objeto.

3.2.1 - Avaliação estética para a Odontologia.

Esta é uma síntese do trabalho de CASTRO JR., HVANOV e FRIGERIO apresentado à revista “Pesq Odont Bras” em seu décimo quarto volume, no ano de dois mil.

O trabalho consiste da análise da montagem de próteses dentárias completas. O foco desta análise foi o direcionamento dessas montagens para que proporcionassem harmonia com os demais elementos da face do paciente e se mostrasse condizente com essa pessoa.

Para tanto foram definidas quais características deveriam ser levadas em consideração nos indivíduos e de que forma essas características deveriam ser refletidas nas próteses. As características definidas foram o sexo, a faixa etária e o perfil de personalidade (variando entre vigoroso, médio e delicado).

Os reflexos dessas características seriam representados na prótese como o formato dos dentes, sua disposição, sua coloração, seu tamanho e a formação das linhas da arcada dentária. O atendimento a essas características visa atender as expectativas do cliente e lhe proporcionar uma condição ergonômica ao mastigar.

Também sobre a montagem da prótese e conseqüentemente a criação da dentição do paciente são levados em consideração os aspectos cosméticos e morfopsicológicos. Isso se dá pela importância que a prótese gerará sobre a aparência do indivíduo. As impressões que ele causará e sua maneira de ser percebido pelo seu círculo de relações e pela sociedade passará por uma mudança.

Pelos fatores apontados pela morfopsicologia (acima citada), os dentes influenciam a maneira como a aparência das feições de uma pessoa indica traços de personalidade como autoritarismo, inclinação artística entre outras. Desta forma a tarefa de confeccionar uma prótese pode causar fortes impactos na vida do paciente graças às reações causadas pela estética.

A opinião do paciente é um fator fundamental, mas vários fatores devem ser tidos como norteadores, como a naturalidade e a harmonia do arranjo final. Por lidar com motivações subjetivas de um indivíduo não se tratará de um objetivo simples de ser atingido. Muitas influências sociais e culturais também deverão ser levadas em consideração. O maior perigo que esses cuidados tentam evitar é a rejeição do produto final.

O estudo descrito neste trabalho contou com 10 (dez) indivíduos entre 18 (dezoito) e 72 (setenta e dois) anos. Todos esses pacientes eram do sexo masculino, de pele branca e eram desdentados completos. Para cada um desses pacientes foram criadas cinco montagens, onde pequenas diferenças criariam variações visando encontrar a melhor adequação às peculiaridades de cada um.

As diferentes montagens foram chamadas de “Montagem Clássica”, “Montagem com toques Masculinos”, “Montagem com toques Femininos”, “Montagem com Diastemas” e “Montagem Senil”. Cada paciente se submeteu à avaliação estética do resultado final em si de cada uma das cinco montagens elaboradas para si. As avaliações foram desempenhadas por cerca de sete indivíduos, sendo o próprio paciente, alunos de odontologia, especialistas em próteses e leigos.

A pesquisa apontou discrepâncias em relação a estudos mais antigos, o que pode indicar mudanças nas influências sociais, que variam de acordo com o tempo, ou mesmo a busca por novos valores por parte dos indivíduos.

Essa mudança de valores na busca do belo (embora não seja o foco do trabalho em questão) apresenta uma natureza instável ao longo da história, como vimos no capítulo anterior desta dissertação. Especificamente chamou a atenção dos autores do referido estudo que mesmo utilizando um grupo apenas de homens a montagem que exhibe características marcadamente masculinas (a chamada “Montagem Masculina”) não foi uma das mais bem

cotadas. A montagem designada “Montagem Clássica”, que seria a mais neutra, ou desprovida de influências.

Comentários sobre a pesquisa:

A abordagem contempla uma associação entre a forma que os elementos tomam e as características que transmitem ao construir a feição das pessoas. Por tratar de um fator constituinte da face dos indivíduos, o foco da análise se dá na adequação às características pessoais desses pacientes, não apenas em consonância com os fatores físicos, mas se alinhando às suas peculiaridades comportamentais.

Vemos nesta pesquisa um paralelo em relação àquela que desenvolvemos: a preocupação com a adequação dos elementos. A utilização dos elementos (no caso apresentado, os dentes) ocorre de modo a se adequar à reação esperada para o conjunto final. Diferentes resultados são almejados mediante a utilização de diferentes parâmetros, tais como mudanças de coloração, tamanho, posição, etc.

Desta forma, os criadores das arcadas definem o que pretendem causar com suas criações (como acentuações ou atenuações de traços) para atingir um resultado adequado às suas aspirações. Dadas as devidas proporções, este é uma forma de abordagem que nos parece pertinente à nossa pesquisa. O processo de construção de um senso estético a partir da configuração de elementos constituintes menores.

Algo que chamou a atenção nesta análise foi o fato de se concentrar na acepção formal do termo estética, o estudo da reação causada naqueles que tiveram contato com o objeto, embora tratasse com preocupações cosméticas e mesmo artísticas na busca pelo contentamento do paciente. A naturalidade e harmonia do conjunto final são apontadas como objetivos, mas a satisfação do cliente é ainda mais importante.

Gerando várias alternativas para cada paciente os pesquisadores proporcionaram para a pesquisa um corpo de análise relativamente vasto, abrindo um leque de possibilidades. Os pesquisadores, entretanto, contavam apenas com sua subjetividade para proceder a tal análise. Seus apontamentos seriam traduzidos como "gostei mais deste", "aquele não me parece bom".

Embora a análise social não fosse o interesse do trabalho, seus apontamentos finais direcionam para um comparativo de trabalhos anteriores, onde resultados de pesquisas semelhantes renderam resultados muito diversos em décadas anteriores. Tais variações de resultados (se contassem com um corpo de pesquisa mais significativo) poderiam talvez apontar para evolução histórica do que é considerado belo neste âmbito. Essa consideração se dá porque o gosto dos entrevistados pareceu migrar do marcado para o neutro, embora os dados sejam insuficientes para tirar daí qualquer certeza.

3.2.2 - A estética para a MPB

Esta é uma síntese do trabalho de Martha Tupinambá Ulchôa publicado nos "Actas del IV Congreso Latinoamericano de la Asociación Internacional para el Estudio de la Música Popular".

O trabalho foi direcionado para a recepção da música popular brasileira por parte dos ouvintes, ou seja, o tipo de reação que tal estilo musical causa em seus receptores. Em outras palavras, o estudo se dá a respeito do entendimento da estética proporcionada pela MPB junto ao seu público.

O trabalho visa, entretanto, apenas o público "entendido" do assunto, pessoas que tem algum tipo de relação com a música, basicamente os profissionais da área. Esses profissionais exercem, em diferentes níveis, o papel de formadores de opinião, seja como criadores de material ou como críticos do mesmo.

A autora sugere antes mesmo de partir para análises uma divisão do universo maior em categorias para então proceder às análises. Tal categorização utiliza os critérios pessoais dos indivíduos apontados como especialistas no assunto, e como tal apresentam incoerências profundas e opiniões tendenciosas.

Outra dificuldade apontada para o estudo desse universo é a própria delimitação do universo. Isso ocorre porque a criação do termo “MPB” se destinava à caracterização de um momento histórico específico, sendo que a situação já se modificou em diversos aspectos. O termo que designava uma produção musical de vanguarda e ligada a princípios de tradicionalismo, sendo que hoje representa uma faceta absolutamente diferente.

O que ocorre é que este estandarte denominado MPB (seus artistas consagrados e suas canções emblemáticas) ascende como o ápice da hierarquia simbólica (segundo os especialistas). Isso apresenta uma ruptura com a hegemonia do Samba, que era considerado o mais alto representante da música para a população, bem como a ruptura com as raízes étnicas a partir da absorção de características internacionais (advindos do rock e do pop).

Na intenção de categorizar suas preferências os fãs criam uma categorização em que sua avaliação aponta os artistas mais queridos e aqueles que se destacam por sua criação (uma forma de encontrar os grandes artistas e não apenas os mais carismáticos). O referido estudo, então, definiu um recorte em que seis artistas mais cotados foram analisados.

A análise dos fatores que definiram essas escolhas renderia uma pesquisa à parte, posto que os artistas escolhidos parecem ser paradoxais. Foram incluídos ritmos como o Pagode e as músicas de Roberto Carlos, enquanto artistas como Tiririca e Xuxa não figuraram nessa classificação. As únicas justificativas apresentadas para tais escolhas foram os adjetivos, os juízos de valor dos participantes.

Para o desenvolvimento da pesquisa foi decidido que essa adjetivação seria o material a ser analisado, servindo para mensurar o impacto e o impacto de

cada elemento estudado. A intenção é determinar não apenas a motivação de se consumir o referido material, mas a forma de consumi-lo. Tal especificidade leva em consideração variadas dimensões do objeto sonoro, desde a canção em si até o estilo musical e mesmo características gerais como ritmo e formação musical.

O corrente estudo apresenta uma versão resumida da pesquisa, onde são apresentadas as pesquisas sobre dois artistas: Chico Buarque de Holanda e Caetano Veloso. Trata-se de um trabalho voltado à forma de proceder a análises sobre música e sua recepção, preocupando-se em abranger não apenas o público entendido do assunto, mas o público leigo também, participante que é na importância dessa recepção.

Enquanto definição do objeto de estudo (a música em si) a autora a delimita como um sistema de comunicação legítimo da sociedade através do qual ocorre expressão real. Não obstante também possui uma faceta de conteúdo, compondo o universo musical como estrutura e conteúdo comunicativo.

A análise das respostas pôde, então, ocorrer. O primeiro passo foi a tabulação de respostas, onde as adjetivações subjetivas dos entrevistados foram formalizadas para um sistema único de análise. Os conceitos utilizados foram então agrupados de modo a produzir uma unidade de força simplificada, em sentidos práticos.

De posse desse parâmetro para a análise é possível proceder à categorização de objetos específicos. Para a primeira análise (como mencionado anteriormente) foram escolhidos dois artistas bem conceituados da MPB, Chico Buarque de Holanda e Caetano Veloso. Por gozarem de alta consideração pelo público as suas classificações recaíram basicamente em termos da primeira tabela.

Importante frisar que esta forma de trabalho permite a classificação da forma como o determinado artista agrada e não simplesmente dizer que agrada. As

categorizações dos juízos de valor dos entrevistados permite encontrar os motivos dessa predileção.

É possível classificar essas unidades de sentido dos entrevistados (seus adjetivos) de modo a criar uma estrutura de ordenação hierárquica. O objetivo é desenvolver maneiras de realçar dentro dos códigos suas estruturas de significação.

Esses novos agrupamentos nos apresentam novos códigos estéticos, retóricos, históricos e ideológicos desses objetos analisados. Desta forma a MPB poderá ser analisada por uma perspectiva semântica que valoriza o seu valor construído. Desta forma se revela para nós uma nova diferenciação onde os valores variam em dois continuum dissociados, um de características estéticas (ligadas à forma, à estrutura, à reação causada) e outro de características históricas (ligadas à sua representatividade enquanto elemento de uma cultura).

As características relativas ao aspecto estético/retórico suscitaram mais comentários da parte dos entrevistados, sendo aparentemente um fator que causa maior impacto nos ouvintes. As características relativas ao aspecto histórico/ideológico além de serem menos recorrentes também representam um menor impacto nas classificações dos entrevistados.

Comentários sobre a pesquisa.

A autora trata diretamente o foco de sua pesquisa para um público que chama de "qualificado", uma parcela da população que se encontra (teoricamente) acima da média e que ela define entre críticos, editores, estudiosos, intérpretes e compositores iniciados no código musical. Essa é uma característica semelhante ao nosso trabalho, posto que direcionamos o objeto de nosso estudo a uma parcela definida da população (a dos usuários de jogos eletrônicos).

A pesquisa encontra elementos de trabalho característicos do ramo da estética desde a definição de seu escopo, onde esbarra com a adjetivação subjetiva dos envolvidos na pesquisa. Embora seja inescapável ao processo de avaliação estética se referir ao gosto e às impressões do receptor a respeito do objeto, isso certamente dificulta o trabalho de análise dos dados da pesquisa.

Mais uma característica fundamental do estudo enquanto direcionamento estético é o cuidado em abranger uma gama de público tão vasta quanto possível. No estudo da estética o escopo de “pesquisa de opinião” pode se tornar deveras tendencioso, sendo que essa inclinação pode ser dirimida à medida que se expande a gama de indivíduos considerados.

A autora encontrou um caminho magistral para lidar com a subjetividade na análise, que foi o agrupamento de termos gerais e coloquiais em categorias gerais. Essas categorias apresentam-se mais próprias ao manuseio e permitem aplicações mais precisas quando sua composição é efetuada com o devido cuidado.

Há uma grande contribuição para a nossa pesquisa quando a autora migra sua visão para uma perspectiva semiótica. Ela apresenta um ponto de vista mensurável válido para o trabalho e facilita a sua aplicação e extração de resultados.

3.2.3 – A estética para os processos computacionais

A pesquisa se dedica ao estudo dos processos computacionais evolutivos e sua relação com seus usuários. Mais especificamente o foco dessa pesquisa é a relação desses processos numa perspectiva artística e a reação estética dos indivíduos envolvidos.

Para a análise desses processos foram selecionados sistemas em que o âmbito computacional simulasse de alguma forma o processo evolutivo, seja da

flora de determinado ambiente, seja da população marinha, seja de um banco de dados, como veremos a seguir nos exemplos da pesquisa.

Um objetivo primário seria ainda pôr à prova a hipótese de que tais mecanismos evolutivos são capazes de conferir “inteligência” ao sistema. É a questão de se a máquina é capaz de participar ativamente se um sistema semiótico, gerando e interpretando signos mediante sua programação.

No primeiro exemplo de sistema evolutivo apresentado pela autora é um sistema de modelagem de objetos 3d. Usando como referência as formas da natureza o sistema tenta se aproximar do real refinando seu funcionamento com base na percepção do usuário. O resultado é o surgimento de formas movimentos cada vez mais variados e específicos. Esses movimentos e essas formas são o resultado da evolução gerada pelo sistema, que faz o “casamento” de elementos já existentes e gera novos elementos, “filhos” desses mais antigos.

Em um outro exemplo foi gerado um ambiente marinho em que os seus habitantes seriam moldados fisicamente (sua morfologia) e sua movimentação. Esse sistema foi testado numa instalação interativa em que a presença dos espectadores era percebida por sensores e alterava o comportamento dos animais virtuais. O objetivo desses “peixes” era captar a atenção dos humanos presentes, de forma que os comportamentos que percebessem maior presença de pessoas eram assimilados ao repertório desses seres. Os indivíduos cujos comportamentos fossem mais bem sucedidos se mantinham no sistema, enquanto que os mal sucedidos seriam eliminados. Esse princípio de seleção visava simular a evolução da espécie através da sobrevivência dos mais adaptados (segundo enunciado por Darwin).

Uma outra aplicação comentada pela autora simula o desenvolvimento de uma colônia de plantas. Esse desenvolvimento se dá mediante a interação dos visitantes que transitam pela instalação onde o sistema fora apresentado. Este é o exemplo com maior carga estética apresentado, pois as ações dos visitantes alteram os formatos, as direções de crescimento e as colorações

assumidas pelas representações virtuais das plantas. Sem qualquer direcionamento teórico são apenas os sentidos que ditam o comportamento desses usuários.

Uma aplicação não muito diferente foi batizada de “Ouroboros” (a metáfora da grande serpente que devora a si mesma pela cauda, sem fim nem começo definidos, regenerando-se à medida que consome a si mesma). Nesse sistema o usuário seria capaz de criar criaturas artificiais a partir da utilização do código genético de doze espécies de diferentes de cobras. Além de engendrar essas quimeras o usuário seria capaz ainda de definir situações ambientais de temperatura, disponibilidade de alimento e tempo de vida dessas criaturas. A relação do usuário com este sistema específico é diferente dos demais, podendo se dar numa esfera puramente estética (para usuários que desconheçam as regras da genética) ou numa esfera mais complexa de significado (para usuários familiarizados com a área).

O último exemplo abordado é um sistema de banco de dados de vocabulário em que usuários constroem colaborativamente o arcabouço de palavras. Embora cada usuário contribua com algumas palavras, o mérito maior do sistema é a característica evolucionista do mesmo. Através de “casamento” de palavras estas geram “descendentes” quando suas unidades morfológicas (radicais, sufixos e prefixos) são alternadas. Os mecanismos de adequação do sistema eliminam os elementos com menor ranking de utilização, visando excluir do sistema palavras que não existam e mais incomuns. A intenção é manter no sistema as 100 palavras mais adequadas.

Em resumo, a intenção do trabalho é, além de exemplificar os caminhos evolutivos simulados por sistemas computacionais, encontrar produções sígnicas produzidas por computadores. Isso porque os sistemas são definidos para prezar da sua auto-preservação.

Alheio a isso temos a análise da relação de um sistema “independente” (cujo funcionamento ocorre mesmo sem a interferência de um ser humano depois de sua ativação) com um interagente “visitante” do sistema. Dessa relação em que

o indivíduo participa sem a responsabilidade de manutenção desse sistema a natureza dessa relação é fundamentalmente estética.

Comentários sobre a pesquisa.

A pesquisa se baseia na avaliação se baseia na experiência que o usuário retira de sua utilização do sistema. Ou seja, a estética aqui não se refere a um simples observar, mas a lidar com o objeto. Nesse aspecto a pesquisa se aproxima muito de nossa área de interesse, uma vez que os jogos eletrônicos também se configuram como sistemas interativos.

Isso implica que o usuário ultrapassa a condição de receptor de informações para se tornar um fator influenciador das características daquele cenário. Isso se passa nos games na forma dos desafios, cenários e inimigos enfrentados pelo protagonista bem como o resultado desses enfrentamentos. Isso atrela a sua experiência estética ao seu próprio fazer.

Essa migração da “responsabilidade” para o usuário causa um vínculo de reciprocidade entre o usuário e o sistema. Essa reciprocidade se dá na forma como o cenário do sistema gera uma reação (estética) no usuário que de acordo com essa reação vai desempenhar uma ação, que modificará o sistema, que causará uma nova reação no usuário e assim por diante até que este cesse o uso do sistema.

Por esses fatores essa pesquisa pode não direcionar tão fortemente a forma como a nossa avaliação será estruturada, mas apresenta o foco que mais se assemelha do nosso objeto.

Neste capítulo nos aprofundamos no conceito de Estética e de como proceder à sua avaliação. Tendo percebido a escassez de um estudo nesse sentido direcionado para a atividade específica de Design, encontramos em outras áreas contribuições com a mesma preocupação.

No nosso próximo capítulo procederemos à formalização da técnica de análise estética que desenvolvemos.

Capítulo 4. A Técnica

Neste capítulo, trataremos de abordar a técnica desenvolvida em sua esfera de princípios de aplicação e demonstraremos seu uso com um experimento em escala reduzida.

Este capítulo está dividido em duas seções: 4.1 onde explanaremos seu modo de funcionamento e 4.2 onde apresentamos uma aplicação reduzida a título de demonstração.

4.1 - O Funcionamento da Técnica

Conforme vimos nos capítulos anteriores, o processo de avaliação de alternativas é uma das etapas que apresenta maior carência de todas as etapas envolvidas nas metodologias mais gerais de Design. Dentro dessa etapa existem caminhos conhecidos para avaliar alternativas geradas quanto a alguns critérios, como a ergonomia, a semiologia ou a cognição, embora não se tenha feito conhecer nenhuma ferramenta para proceder a uma avaliação estética de alternativas.

O que apresentamos a seguir é uma técnica que permite ao designer um maior controle da dimensão estética de seu projeto bem como uma ferramenta de avaliação do resultado final de seu trabalho. Essa técnica consiste fundamentalmente da comparação entre as expectativas do designer em relação ao objeto a ser projetado com o resultado final.

O modo de operação dessa técnica se dá em quatro fases distintas, ocorrendo na seguinte ordem: [1] definição dos requisitos estéticos; [2] pesquisa com usuários; [3] tratamento dos dados; e, [4] análise comparativa entre requisitos e resultados. Veremos o funcionamento de cada uma dessas fases em detalhes a seguir.

4.1.1 - Definição dos requisitos estéticos:

Esta fase da avaliação é voltada para a etapa de definição estrutural do projeto, especificamente adequado à inserção no documento de design do projeto. É um parâmetro que deve figurar como um requisito do produto, definindo de que forma o designer deseja que seu produto seja percebido pelo seu público.

Cabe ao designer decidir qual a imagem que considera adequada ao seu produto, fazendo desta uma meta de seu projeto. Essa meta deverá variar de acordo com o escopo do projeto, com o público-alvo e com o produto em si.

Existe mais de uma maneira de se definir o senso estético que se deseja despertar com um determinado produto. No entanto, em nosso trabalho adotamos as categorias aristotélicas (apresentadas no capítulo 3, item 3.1.3).

4.1.2 - Pesquisa com usuários:

Uma vez de posse do produto ou de um protótipo deste é possível ao designer realizar pesquisas com usuários potenciais de modo a descobrir como esse produto é percebido.

Existem várias formas de se proceder a uma avaliação desta natureza, mas acreditamos ser o *focus group* a mais indicada para revelar suas percepções de modo imparcial.

4.1.3 - Tratamento dos dados:

Via de regra os envolvidos numa pesquisa de *focus group* não vão necessariamente dar suas opiniões exatamente nos termos da categorização escolhida pelo designer quando de sua definição formal, em se tratando de uma técnica que deixa o usuário livre para expressar sua opinião.

Por este motivo esta etapa do processo demanda cautela, pois irá requerer que os termos da categorização estética e os termos utilizados pelos participantes do processo sejam relacionados através de uma tabela de equivalência.

Uma tabela de equivalência será uma relação onde termos cotidianos figuram como similares àqueles da categorização estética. Essa equivalência pode se dar na forma de sinônimos, de gírias ou de expressões regionais quaisquer.

Um exemplo de tabela de equivalência é apresentado abaixo:

Categoria Estética	Termos Cotidianos
Beleza do Horrível	Tenebroso, grotesco, “muito punk”, asqueroso...
Beleza do Feio	Feio, pobre, <i>trash</i> , nojento, seboso...
Risível	Feioso, desengonçado, sem graça...
Gracioso	Fofo, “dondoca”, meigo, engraçadinho...
Belo	Arretado, lindo, irado, bacana...
Sublime	Incrível, maravilhoso, divino...

Figura 02 - Exemplo de Tabela de Equivalências

Uma vez construída essa tabela é possível entender a posição do usuário quanto à sua representação, o que possibilita a etapa seguinte da técnica.

4.1.4 - Análise comparativa dos dados:

De posse das respostas conseguidas no *focus group* e da tabela de equivalência (que pode variar de acordo com a faixa etária do público-alvo, o local da pesquisa, entre outros fatores) é possível relacioná-las com os requisitos estéticos definidos no projeto do produto.

O resultado dessa relação pode apontar adequação (quando o resultado ocorre de acordo com o planejado), inadequação moderada (quando o senso encontrado não é o esperado, mas se encontra no mesmo eixo) ou inadequação severa (quando o senso encontrado se encontra no eixo oposto ao desejado).

Esta técnica é passível de aplicação em diversos momentos ao longo do desenvolvimento do projeto, desde que haja algo com o que seu público possa interagir, reagindo ao produto para que essa reação possa ser analisada.

A seguir veremos como esse aparato se comporta quando aplicado a projetos de Design.

4.2 - Aplicação da Técnica

Como exemplos da aplicação dessa técnica apresentaremos três avaliações estéticas provenientes de três âmbitos de aplicação diferentes. Seguindo a classificação proposta por Mozota [MOZOTA 2002], escolhemos nossos exemplos nos três troncos maiores de atuação dos designers: um projeto gráfico, um objeto tridimensional e um projeto interativo, como veremos a seguir.

Por se tratar de uma aplicação de técnica puramente ilustrativa voltada para a exemplificação da técnica, foram realizadas seções de *focus groups* com reduzido número de participantes (três participantes por seção). Uma aplicação real necessitaria de uma maior número de participantes de modo a abordar diferentes opiniões dentro do nicho de mercado especificado.

4.2.1 - Avaliação estética de capas de discos

Como nosso primeiro exemplo de avaliação estética escolhemos capas de discos de três estilos musicais diferentes como objeto. É importante salientar mais uma vez que o mais importante nessa pesquisa é verificar a adequação do produto final à proposta do projeto, e não averiguar seus atributos e qualidades. Isto posto, daremos procedimento às nossas análises.

Objeto 01 – Capa do CD “Parallel Dreams” - Loreena McKennit

Esta cantora segue uma linha entre o “new age” e a música folclórica do reino unido. Seu público apresenta predileção por temas de beleza tradicional, elementos relacionados à elevação espiritual e aspectos de saudosismo histórico.

Para atingir as expectativas desse público o ideal de senso estético seria o “Belo”, onde as proporções sejam confortáveis (nem muito intensas nem muito contidas) e seus atributos positivos sejam marcados e perceptíveis.

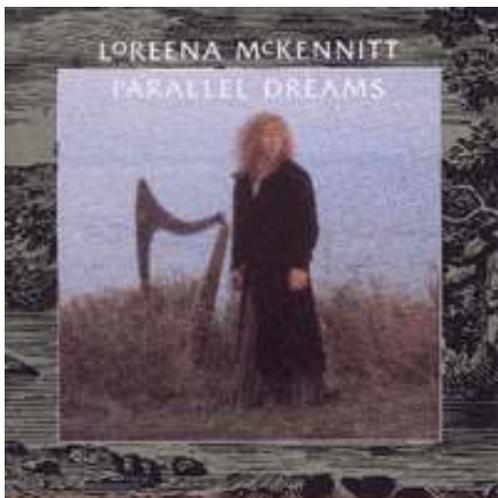


Figura 03 - Capa do CD "Parallel Dreams", Loreena McKennit¹

Os resultados obtidos com o *focus group* sobre este produto foram os seguintes:

Participante 01: “A capa já dá **uma paz danada... adorei.**”

Participante 02: “Fiquei **viajando na foto** do cd... **muito linda.**”

Participante 03: “Aquela foto é **coisa de cinema.**”

Os dois primeiros comentários podem ser encaixados na categoria do “Belo” pelo seu reconhecimento de qualidade e de intensidade, enquanto o terceiro se mostra ambíguo, situando-se entre o “Belo” e o “Sublime”. No cômputo geral dos dados pode-se dizer que ele se encaixa na categoria desejada, atingindo a adequação estética desejada.

Colocando visualmente a comparação teríamos:

Esperado						
	“Horível”	“Feio”	Risível	Gracioso	Belo	Sublime
Alcançado						

¹ http://img.mp3sugar.com/album/cover346_10347.jpg

Objeto 02 - Capa do CD “Fear of the Dark” - Iron Maiden

A banda em questão é um dos maiores ícones do heavy metal mundial, sendo reconhecida pelo público como uma das pioneiras nesse estilo musical. Todo o senso estético desse público gira em torno de temas obscuros, grotescos e violentos.

Pela forma como essas características interagem, o resultado se situa na categoria da “Beleza do Horrível”.



Figura 04 - Capa do CD "Fear of the Dark", Iron Maiden²

Os comentários a respeito desse objeto foram os seguintes:

Participante 01: “Pense num negócio **sinistro!**”

Participante 02: “A capa é muito **bizarra...**”

Participante 03: “... e eu achei **macabro** que só.”

Todos os comentários obtidos com esse *focus group* recaíram no mesmo senso estético, a “Beleza do Horrível”. Sendo esse o senso objetivado inicialmente para esse produto vemos uma boa adequação, um resultado feliz do projeto.

² http://www.freewebs.com/dah_migstah/Iron%20Maiden%20-%20Fear%20Of%20The%20Dark.jpg

Ficaria assim representado o resultado desse estudo:

Esperado						
	“Horrível”	“Feio”	Risível	Gracioso	Belo	Sublime
Alcançado						

Objeto 03 - Capa do CD “Gates of Metal Fried Chicken of Death” - Massacration.

A banda Massacration nasceu como um quadro de um programa humorístico da emissora de televisão MTV Brasil, tendo sido elaborado como uma sátira aos maiores clichês das bandas de metal pesado (heavy metal). Devido à sua natureza de paródia, muito de seus elementos visuais são cópias exageradas dos elementos das bandas reais desse segmento.

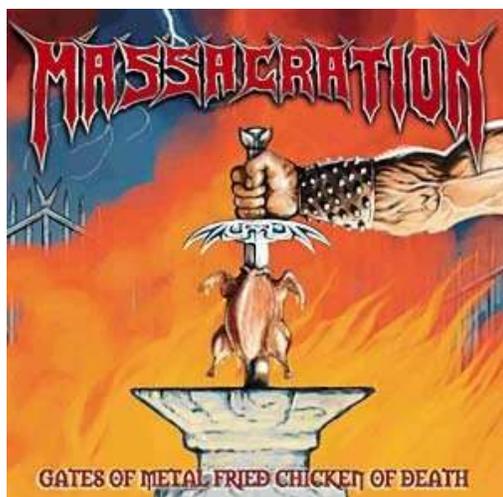


Figura 05 - Capa do CD “Gates of Metal Fried Chicken of Death”, Massacration³

O que chama nossa atenção para o estudo desse caso específico é que sua intenção original não foi atingida. O que ocorreu neste caso foi que a paródia da banda foi bem aceita pelo seu público, que desconsiderou sua característica jocosa e a aceitou como banda real, haja visto o seu sucesso em shows como o festival “Abril pro Rock” (realizado em Recife) onde a banda foi ovacionada.

³ <http://www.spiner.com.br/areas/figuras/musica/outros/massacration3.jpg>



Figura 06 - Formação da banda Massacration⁴

Consideramos nesse caso que o senso estético desejado pelos idealizadores seria o do “Risível”, onde as características do produto são depreciativas em pequena intensidade suscitando o humor.

O que encontramos com o *focus group*, entretanto, foi:

Participante 01: “A banda é do **c***... eles são **f***...!”

Participante 02: “... um metal normal. **Instiga** só de ver o disco!”

Participante 03: “Quando eu vi o cd eu disse ‘mermão, que **nóia da p***...’”

Esses comentários se encaixam entre a “Beleza do Feio” e a “Beleza do Horrível”, dadas as considerações das gírias e dos termos de baixo calão. Com isso encontramos uma incompatibilidade entre a intenção e o resultado do produto, o que resultou em um sucesso maior do que o escopo inicial do projeto. Embora tenha sido um exemplo feliz, frisamos ainda que se baseia numa falha de senso estético.

Visualmente poderíamos representar essa disparidade da seguinte forma:

Esperado						
	“Horrível”	“Feio”	Risível	Gracioso	Belo	Sublime
Alcançado						

⁴ <http://www.zinecore.blogger.com.br/massacration.jpg>

4.2.2 - Avaliação estética de Automóveis

Como exemplo da área de design tridimensional escolhemos tratar de três elementos distintos dentro de uma mesma classe de produtos (no caso, automóveis) como forma de exemplificar nosso experimento.

Objeto 01 - Mercedes Benz modelo Classe C Sedã

Trata-se de um automóvel de elevado valor comercial, destinado ao mais alto público. Seus traços característicos primam pela qualidade superior em todos os aspectos. Pela tradição de sua marca e pelo perfil em que esse modelo se encaixa podemos afirmar que se encaixa na categoria do “Sublime”.



Figura 07 - Mercedes Benz Classe C Sedã⁵

As opiniões dos envolvidos foram congruentes quando comparadas pela tabela de equivalências. Seus comentários a respeito do carro foram:

Participante 1: “... o carro é **sensacional**.”

Participante 2: “ ... e eu achei ele simplesmente **fantástico**.”

Participante 3: “O carro **parece um avião**. É uma coisa **linda**.”

Todos os comentários dos participantes se encaixam na categoria do “Sublime”, o que significaria dizer que existe uma adequação bem sucedida

⁵ <http://www.mercedes-benz.com.br/Galeria.aspx?categoria=11&conteudo=10872&produto=2>

entre o efeito final do produto e a intenção dos projetistas ao elaborar o automóvel.

Esperado						
	"Horrível"	"Feio"	Risível	Gracioso	Belo	Sublime
Alcançado						

Objeto 02 - Land Rover Defender

Diferente do perfil do exemplo anterior, este carro se destina a usuários com um perfil voltado a aventuras e dão importância a um veículo robusto, adaptado a qualquer tipo de terreno acima de suas características de sofisticação ou requinte de traços.

O senso estético que melhor representa essa expectativa para o público seria o da "Beleza do Feio" pela representação de traços como força, adaptabilidade e sua capacidade de força e segurança para o usuário. Esse é um caso em que a "feiúra" (em oposição ao requinte) é um sinal de confiabilidade.



Figura 08 - Land Rover Defender⁶

⁶ <http://www.carsandtuning.org/wp-content/uploads/2006/11/land-rover-defender-25-td.jpg>

O resultado obtido com o *focus group* foi o seguinte:

Participante 01: “Ele é mau! Tem até **cara de perverso!**”

Participante 02: “Bichinho valente, esse. **Mau encarado** e tudo.”

Participante 03: “... pra mim ele é **grosso**. Um **bicho bruto**.”

Esses resultados mostram uma adequação unânime das opiniões dos participantes com o senso estético do projeto. Essa congruência seria visualmente traduzida da seguinte forma:

Esperado						
	“Horrível”	“Feio”	Risível	Gracioso	Belo	Sublime
Alcançado						

Objeto 03 - Ford Ka

O nosso terceiro objeto na avaliação de carros é o Ford Ka. Trata-se de um carro que foi lançado para uma classe diferente daquelas dos exemplos anteriores. Este é um carro popular que prima pela economia mais do que pelo estilo, conforto ou capacidade.



Figuras 09 e 10 - Ford Ka⁷⁸

Por se tratar de um carro assim (inclinado para pequenas tarefas e pequenas proporções) o senso estético ideal para ele seria o “Gracioso”. Isso significaria um reconhecimento de suas qualidades dentro de seu parâmetro reduzido e poderia mesmo criar uma relação e afetividade entre o produto e o público.

⁷ http://novosite.alcantara.com.br/gestor2/uploads/editor_02FordKa.jpg

⁸ http://www.tvr-selfdrive.co.uk/car_photos/ford_ka.gif

O que ocorreu inicialmente foi uma rejeição por parte do público em relação ao carro, que o considerava desagradável visualmente. Visando evitar o fracasso do produto por rejeição de mercado, a empresa lançou uma campanha para a inversão do pensamento social, e por um período grande parte dos Ford Ka em circulação traziam em seu vidro traseiro um adesivo onde se lia “Feio é tu!”, como que em resposta a um comentário dos condutores de outros carros.

A campanha foi bem sucedida, tendo inspirado com bom humor uma relação positiva do proprietário de Ford Ka e seu automóvel, e hoje este é um carro em grande circulação por todo o país. Não obstante, esse começo atribulado ficou marcado na história desse carro, que apresenta traços um tanto incomuns para o padrão da categoria no Brasil.

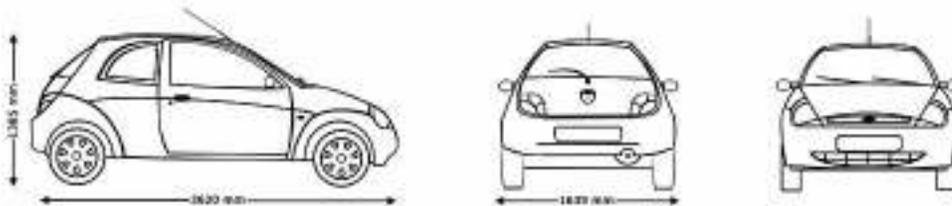


Figura 11 - Ford Ka em visão lateral, traseira e frontal⁹

O resultado do *focus group* a respeito do Ford Ka foi o seguinte:

Participante 01: “... parece uma **baratinha**. É **uma onda**.”

Participante 02: “É uma **dondoca**. Eu gosto.”

Participante 03: “... mas é **esquisitinho**.”

Isso reflete que o senso estético apontado pelos participantes ficaria posicionado entre o “Risível” e o “Gracioso”, mas predominantemente aproximado ao “Risível”, o que apresentáramos visualmente da seguinte forma:

Esperado						
	“Horrível”	“Feio”	Risível	Gracioso	Belo	Sublime
Alcançado						

⁹ http://pt.wikipedia.org/wiki/Imagem:Ford_ka_blueprint.jpg

4.2.3 - Avaliação estética de Jogos Digitais

Como exemplo da terceira categoria de produtos, escolhemos os personagens de Games (jogos digitais) como exemplo para representar os sistemas interativos. Por se tratar de uma indústria em franca expansão e atingir amplos públicos acreditamos que nos fornecerá material para boas análises.

Objeto 01: Ragnarök

Ragnarök é um jogo de RPG (Role Playing Game) on-line para grandes quantidades de jogadores, ou MMORPG (massive multiplayer on-line RPG) muito jogado mundialmente e em especial no Brasil.



Figura 12 - Logo de Ragnarök¹⁰

O jogo se tornou muito popular entre os jogadores mais jovens, atingindo um grande público entre os adolescentes. Ele apresenta um mundo de fantasia onde os humanos lutam para se defender de raças de monstros e tentar impedir o iminente fim do mundo.

Para atender à demanda desse público, o senso estético ideal seria o “Belo”, que supriria os critérios dicotômicos raciais (a raça do bem e as raças do mal) e ainda se apresentaria confortável aos olhos dos jogadores.

¹⁰ <http://www.megaflog.com.br/gamesgear/imagens/17702/>



Figura 13 - Bruxos¹¹

Os comentários do *focus group* foram os seguintes:

Participante 01: “... é **muito bonito**, pô. Arretadinho.”

Participante 02: “Eu acho o jogo **todo fofo**. Até os monstros.”

Participante 03: “As classes são **muito trabalhadas**. **Muito massa**.”

Dois dos comentários se encaixam no “Belo” e um deles ficaria dúbio entre “Belo” e “Gracioso”, mostrando uma compatibilidade entre o desejável e o conquistado. Essa realidade deixaria visualmente essa representação:

Esperado						
	“Horível”	“Feio”	Risível	Gracioso	Belo	Sublime
Alcançado						

¹¹ http://games.levelupgames.com.br/ragnarok/guia_jogo/person_classe21_bruxo.php

Objeto 02: World of Warcraft

Este jogo também apresenta um cenário de fantasia onde os elementos se assemelham àqueles de lendas e fábulas, onde guerreiros valentes enfrentam monstros temíveis, grandes bestas místicas rondam o mundo e a magia existe e se manifesta constantemente. Outra semelhança é que também se trata de um MMORPG.



Figura 14 - Logo de World of Warcraft¹²

Trata-se, porém de um jogo que utiliza tecnologia 3D onde a visualização dos objetos, cenários e personagens é mais realista. Realista também é a estrutura do jogo, onde os personagens podem ter uma aparência independente de sua natureza, sendo possível encontrar serem honrados e visualmente desagradáveis e vice versa.

Para caracterizar a rudeza desses personagens bem como o realismo do mundo o senso estético mais apropriado seria o da “Beleza do Feio”, onde muitos elementos estariam dentro das proporções naturais, mas seriam exemplos de degenerações.

¹² <http://www.gamerandy.com/archives/wow-logoXbox.jpg>



Figura 15 - Troll Sacerdotisa¹³

Os principais resultados do *focus group* foram:

Participante 01: “Esse jogo tem umas coisas **muito sinistras.**”

Participante 02: “... é cada **bicho feio** da p*...!”

Participante 03: “Tem umas coisas nesse jogo que são horrorosas.”

Finda esta pesquisa também houve uma aproximação entre o resultado esperado e o alcançado, sendo que as respostas apontaram todas para a “Beleza do Feio” como seria de se esperar.

Esperado						
	“Horível”	“Feio”	Risível	Gracioso	Belo	Sublime
Alcançado						

Objeto 03: Star Wars, Jedi Academy

Este também é um jogo apresentado em 3D, mas não é um MMORPG. Esse jogo apresenta a continuação da famosa série de filmes “Guerra nas Estrelas”, onde o famoso Jedi Luke Skywalker dirige uma escola para jovens Jedi.

¹³ <http://worldofwarcraft.judgehype.com/screenshots/classes/pretre/troll-femelle.jpg>



Figura 16 - Logo de Jedi Academy

O jogo conta com cenários grandiosos e variados (desde estações espaciais a florestas tropicais e desertos) além de uma vasta gama de personagens, representantes de diferentes raças, vindos de vários planetas diferentes.

Pela influência dos filmes e pela temática inter-galáctica recorrente nada mais apropriado que o senso estético predominante ser o “Sublime”. Esse é o senso ligado à experiência de ser um Jedi, o que se espera proporcionar aos jogadores.



Figura 17 - Personagens de Jedi Academy¹⁴

O que o *focus group* apresentou foi o seguinte:

Participante 01: “... é massa, mas tem uns **bicho feio da p*...!**”

Participante 02: “Ele é muito **quadrado**... meio **mau feito**.”

Participante 03: “Eu esperava mais. Achei o **visual meio fraco**.”

¹⁴ http://guidesmedia.ign.com/guides/image/jedi_academy.jpg

Esses dados apontam para uma diferença considerável entre o que deveria ser e o que é realmente. Essa diferença fica muito marcada, como mostra a representação visual:

Esperado						
	"Horível"	"Feio"	Risível	Gracioso	Belo	Sublime
Alcançado						

Neste capítulo vimos como a técnica de avaliação desenvolvida neste trabalho ocorre e como a sua aplicação se dá quando lançada sobre um projeto.

Para o próximo (e último capítulo) resta-nos apenas tratar de nossas contribuições e dos desdobramentos deste trabalho em estudos futuros.

Conclusão

Nosso último capítulo se divide em duas partes: as Contribuições e os Trabalhos futuros.

O objetivo deste trabalho foi contribuir com a metodologia de design desenvolvendo uma técnica que contribuísse com o processo de avaliação de alternativas. Sendo um processo vital para o bom andamento do projeto, acreditamos ser de grande valia uma ferramenta que torne o processo mais consistente, no caso possibilitando uma outra dimensão de avaliação: a Estética.

O que nos motivou a escolher essa área foi a carência percebida nos parâmetros de avaliação quanto à sua carga estético-simbólica. Sendo esta uma preocupação intrínseca da atividade do designer, acreditamos que ao supri-la podemos verdadeiramente aprimorar o processo de Design em seu funcionamento sistêmico.

Como forma de abordar esta relação nos voltamos às origens do estudo da Estética e de sua formalização, encontrando na visão de Aristóteles um tratamento categorizado e hierarquizado para as manifestações do que pode ser considerado belo ou não no universo.

Buscamos em áreas afins formas de empreender avaliações estéticas buscando nas categorias sugeridas por Gustavo Bomfim exemplos que pudessem oferecer idéias de como desenvolver um método aplicado à área de Design. Destas áreas afins afloraram os princípios utilizados na composição da nossa proposta de avaliação estética.

Por fim aplicamos essa proposta em objetos tipicamente provenientes do trabalho de designer em campos de atuação diferentes de modo a ilustrar essa proposta em sua utilização prática. Ao findar esse estudo pudemos, então, extrair algumas contribuições pertinentes para a área e nos ocorrem alguns desdobramentos como forma de ampliar o estudo e expandir sua abrangência.

Contribuições:

Apesar de se tratar a Estética de uma área do conhecimento extremamente complexa, nossa primeira contribuição foi conceber uma aplicação pragmática e simples enquanto ferramenta de suporte ao designer.

Outra contribuição que podemos apresentar foi o desenvolvimento de uma técnica versátil e abrangente, aplicável a todas as áreas de atuação do Design.

Desdobramentos:

Esperamos ter a oportunidade de incorporar essa técnica a um sistema de avaliação mais amplo que integre técnicas ergonômicas, cognitivas, semiológicas entre outras com o intuito de gerar uma análise tão global quanto possível.

Pretendemos também construir uma ferramenta computacional que possa tornar o processo desta avaliação ainda mais simples. Esperamos ainda aplicar a técnica em situações reais de projeto, validando a técnica em definitivo.

Bibliografia

ARANHA, Maria Lucia de Arruda; MARTINS, Maria Helena Pires. **Filosofando - Introdução à Filosofia**. São Paulo: Moderna, 1990. 443p.

ARISTÓTELES. **Poética**. 2. ed. - São Paulo: Ars Poética, 1993. 151 p.

AZEVEDO, Wilton. **O que é design**. São Paulo: Brasiliense, 1991.

BAHIANA, Carlos. **A importância do design para sua empresa**. CNI, Compil, Senai/DR-RJ, Brasília, DF: CNI, 1998.

BARROSO NETO, Eduardo. **Estratégia de design para países periféricos**. Brasília, CNPq/Coordenação Editorial. 1981.

BAXTER, Mike. **Projeto de Produto: Guia Prático Para o Design de Novos Produtos**. Editora Edgard Blücher Ltda 2ª edição revisada São Paulo 2003.

BELLEI, Ricardo. **Epítome de Introdução à Estética**. Disponível em <<http://www.geocities.com/slprometheus/html/rb16.htm>> Acessado em 24 abr. 2007

BOMFIM, Gustavo A. – **Metodologia para o Desenvolvimento de Projetos** – João Pessoa, Editora Universitária/UFPB, 1995.

BOMFIM, Gustavo A. - **Idéias e formas na história do design: uma investigação estética**. João Pessoa: Editora Universitária/UFPB, 1997

BREYER, F. B. ; MOURA, D. ; PADOVANI, S. ; NEVES, A. **Avaliação de Usabilidade no Processo de Desenvolvimento de Jogos: Definição de métodos de acompanhamento de qualidade para Game Design**. In: V Brazilian Symposium on Computer Games and Digital Entertainment, 2006, Recife. Proceedings of the V Brazilian Symposium on Computer Games and Digital Entertainment. Recife : SBC - Sociedade Brasileira de Computação, 2006.

BÜRDEK, Bernhard E. **Diseño: Historia, teoría y práctica del diseño industrial**. 2 ed. Barcelona: Gustavo Gilli, 1999.

CASTRO Jr., O. V. de; HVANOV, Z. V.; FRIGERIO, M. L. M. A. **Avaliação estética da montagem dos seis dentes superiores anteriores em prótese total**. In: Pesq Odont Bras, v. 14, n. 2, p. 177-182, abr./jun. 2000.

COSTA, Christiane Maria. **Análise das relações entre as comunidades envolvidas na identidade do designer**. Dissertação de Mestrado do Programa de Pósgraduação em Tecnologia do CEFET-PR. Curitiba, 2002.

COSTA, Ligia Militz da. **A poética de Aristóteles mímese e verossimilhança**. São Paulo: Ática, 1992. 80p.

CREDIDIO, Diego. **Metodologia para Design de jogos Eletrônicos**. Recife: UFPE, 2007. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Design, Universidade Federal de Pernambuco. Recife, 2007.

DENIS, Rafael Cardoso. **Design, cultura material e o fetichismo dos objetos. Arcodesign, cultura material e visualidade**. Rio de Janeiro:ESDI, n 1, 1998.

ENESD. 7º Encontro Nacional de Ensino Superior de Design. **Definição de design**. Associação de Ensino/Pesquisa de nível Superior de Design (AEnD-BR). Curitiba, 1997.

FORNASIER, Cleuza Bittencourt Ribas. **Modelo organizacional de autogestão para projetos sociais : Uma ação de design**. Dissertação de Mestrado. Florianópolis, 2005.

FREIRE, L. L. ; Marcelo Márcio Soares ; Padovani, S . **Crianças avaliando a usabilidade de softwares educativos: Aplicação do método proposto por Hanna et al (1997)** - CONAHPA - 2006. In: Congresso Nacional de Ambientes Hiperídia para Aprendizagem, 2006, Florianópolis - SC. Congresso Nacional de Ambientes Hiperídia para Aprendizagem, 2006.

HESKETT, John. **Desenho Industrial**. 2 ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 1998.

HOSBSBAWM, Eric J. **A era das revoluções: 1789-1848**. 5 ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.

INTERNACIONAL CONCIL OF SOCIETIES OF INDUSTRIAL DESIGN - Icsid. **Definition of Design**. Disponível em <<http://www.icsid.org/static.php?sivu=3>>. Acesso em: 10 ago 2002.

LAURENTIZ, Silvia. **Processos computacionais evolutivos na arte**, in Ars – Revista do Departamento de Artes Plásticas ECA/USP, Departamento de Artes Plásticas, São Paulo, 2003.

LIMA, Luiz Costa. **Mimesis e modernidade: formas das sombras**. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1980. 287p.

LÖBACH, B. - **Desenho Industrial - base para configuração dos produtos industriais** - São Paulo, Edgar Blücher, 2000.

MCCLELLAND, Deke. **Photoshop CS: a Bíblia**. São Paulo, Campos, 2004.

MERINO, Eugenio e et al. **A Contribuição do Design na Valorização de Produtos Alimentícios Regionais: Projeto Mafra**. In: 2º Congresso Internacional de Pesquisa em Design, 2003. Rio de Janeiro. **Anais...**Rio de Janeiro: Aend-BR, 2003.

- MESTRINER, Fábio. **Design de embalagens** - curso avançado. São Paulo: Makron Books, 2002.
- MORAES, Anamaria de.; MONT'ALVÃO, Claudia. **Ergonomia: conceitos e aplicações**. Rio de Janeiro: 2AB, 1998. 119 p.
- MOURA, D. ; NEVES, A. M. M. . **Navegabilidade: a interpretação de sinais em ambientes físicos e virtuais**. In: SB Games, 2005, São Paulo. Anais do Simpósio Brasileiro de Jogos para Computador e Entretenimento Digital. São Paulo : M. K. Zuffo & R. D. Lopes, 2005.
- MOZOTA, Brigitte Borja de. **Design management**. Paris : *Éditions d'Organization*, 2002.
- Mundo dos Filósofos. **Aristóteles**. Disponível em <<http://www.mundodosfilosofos.com.br/aristoteles.htm>> Acessado em 23 abr. 2007
- Mundo dos Filósofos. **Heráclito**. Disponível em <<http://www.mundodosfilosofos.com.br/heraclito.htm>> Acessado em 24 abr. 2007
- Mundo dos Filósofos. **Leibniz**. Disponível em <<http://www.mundodosfilosofos.com.br/leibniz.htm>> Acessado em 24 abr. 2007
- Mundo dos Filósofos. **Platão**. Disponível em <<http://www.mundodosfilosofos.com.br/platao.htm>> Acessado em 24 abr. 2007
- Mundo dos Filósofos. **Sócrates**. Disponível em <<http://www.mundodosfilosofos.com.br/socrates.htm>> Acessado em 24 abr. 2007
- MUNARI, Bruno. **Design e Comunicação Visual**. São Paulo, Martins Fontes, 1968.
- NIEMEYER, Lucy. **Design no Brasil**: origens e instalação. Rio de Janeiro: 2ª, 1997.
- OLIVEIRA, Carlos Roberto de. **História do trabalho**. São Paulo: Ática, 1995.
- PETERSON, M. T., **Fundamentos do 3D Studio MAX**. Rio de Janeiro, RJ: Editora Campos, 1998.
- PEVSNER, Nikolaus. **Os pioneiros do desenho moderno**: de William Morris a Walter Gropius. 2 ed. São Paulo: Martins Fontes, 1995.

ROCHA, Diego L. e et al. **Avaliação Estética de Games**. In: V Brazilian Symposium on Computer Games and Digital Entertainment, 2006. Recife. Anais...

SCHULMANN, Denis. **O Desenho industrial**. Campinas: Papyrus, 1994.

SHARP, Bob. **A linha de montagem**: E fez-se a revolução. In: **Dream cars especial**: Edição histórica. Os 100 anos da Ford: Do Modelo T ao *T-Bird*. São Paulo: On Line. Ano 1, n. 2, p.18-23.

Só Biografias. **Alexander Baumgarten**. Disponível em <<http://www.sobiografias.hpg.ig.com.br/AlexxGot.html>> Acessado em 29 jun. de 2006

SUASSUNA, Ariano. **Iniciação à Estética**. 4 ed. - Recife: Ed. Universitária da UFPE, 1996. 340 p.

TAMBINI, Michael. **O design do século**. São Paulo: Ática, 1997.

ULHÔA, Martha. **Categorias de avaliação Estética da MPB – lidando com a recepção da música brasileira popular**. In: IV Congresso Latinoamericano de la Asociación Internacional para el Estudio de la Música Popular, Ciudad de México, abr. 2002

WERNER, João. **Aula de Arte: Estética**. Disponível em: <<http://www.auladearte.com.br/estetica/index.htm>> Acessado em 23 abr. 2007

WICK, Rainer. **Pedagogia da Bauhaus**. São Paulo: Martins Fontes, 1989.