



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN

SILVIA APARECIDA DE OLIVEIRA DE ALENCAR MATOS

RODA DE FUXICO: UM MÉTODO DE ENSINO BRASILEIRO COMO PROPOSTA
DE APOIO A PROFESSORES NA ORIENTAÇÃO DA CRIAÇÃO DE SISTEMAS DE
IDENTIDADES VISUAIS PARTICIPATIVOS

Recife § 2023

SILVIA APARECIDA DE OLIVEIRA DE ALENCAR MATOS

RODA DE FUXICO: UM MÉTODO DE ENSINO BRASILEIRO COMO PROPOSTA
DE APOIO A PROFESSORES NA ORIENTAÇÃO DA CRIAÇÃO DE SISTEMAS DE
IDENTIDADES VISUAIS PARTICIPATIVOS

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para obtenção do título de doutor em Design.

Área de concentração: Planejamento e Contextualização de Artefatos

Orientadora: Solange Galvão Coutinho

M433r Matos, Sílvia Aparecida de Oliveira de Alencar
Roda de Fuxico: um método de ensino brasileiro como proposta de apoio a professores na orientação da criação de sistemas de identidades visuais participativos / Sílvia Aparecida de Oliveira de Alencar Matos. – Recife, 2023.
247f.: il.

Sob orientação de Solange Galvão Coutinho.
Tese (Doutorado) – Universidade Federal de Pernambuco. Centro de Artes e Comunicação. Programa de Pós-Graduação em Design, 2023.

Inclui referências, apêndices e anexos.

1. Método de ensino. 2. Sistemas de identidades visuais. 3. Design participativo. 4. Decolonização do ensino de design. 5. Diversidade de participantes. I. Coutinho, Solange Galvão (Orientação). II. Título.

745.2 CDD (22. ed.) UFPE (CAC 2023-164)

SILVIA APARECIDA DE OLIVEIRA DE ALENCAR MATOS

**RODA DE FUXICO: UM MÉTODO DE ENSINO BRASILEIRO COMO PROPOSTA
DE APOIO A PROFESSORES NA ORIENTAÇÃO DA CRIAÇÃO DE SISTEMAS DE
IDENTIDADES VISUAIS PARTICIPATIVOS**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para obtenção do título de doutor em Design.

Área de concentração: Planejamento e Contextualização de Artefatos

Orientadora: Solange Galvão Coutinho

Aprovada em: 28/04/2023

BANCA EXAMINADORA

Prof^ª. Dr^ª. Eva Rolim Miranda (Examinadora Interna)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Dr. Hans da Nóbrega Waechter (Examinador Interno)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Dr. Silvio Romero Botelho Barreto Campello (Examinador Interno)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof^ª. Dr^ª. Bárbara Emanuel (Examinadora Externa)
Universidade Federal Fluminense

Prof^ª. Dr^ª. Maria de Fátima Waechter Finizola (Examinadora Externa)
Universidade Federal de Pernambuco – Campus do Agreste

*Dedico esta tese
aos que se encantam
com os saberes
originários do Brasil*

AGRADECIMENTOS

A todos os que entraram nessa roda de fuxico comigo, destaco os meus sinceros agradecimentos. São muitos participantes, por isso o longo texto.

Primeiramente agradeço à minha orientadora Solange Coutinho, que foi uma luz (sol) no longo caminho de doutorado. Sol é uma grande educadora e com sua experiência e sensibilidade, percebeu oportunidades e lacunas, aparou arestas e burilou esta pesquisa; mas também, lapidou o meu papel de professora. Sol sempre me orientou com carinho e com um largo sorriso, o que tornou o doutorado mais afetuoso e leve. Com sua admirável dedicação – que sorte a minha –, meus passos foram cuidadosamente orientados em nossos encontros semanais, o que fez com que o processo fosse permeado de segurança e sentimento de pertencimento. Como aquelas sextas-feiras me faziam bem! Já estou com saudades!

Ao IFRN, por criar condições à minha decisão de capacitação. À UFPE, por oferecer um ensino de pós-graduação de excelência. E ao IFPB, por acolher a aplicação desse estudo com tamanha hospitalidade, fortalecendo a pesquisa de design entre as nossas instituições.

Especialmente à Flávia e Marcelo, da secretaria do PPGDesign pelo atencioso e competente trabalho que desenvolvem.

Aos professores do PPGDesign da UFPE agradeço por tanto aprendizado. Em especial à Isabella Aragão, à Kátia Medeiros, à Solange Coutinho e a Sílvia Barreto Campello.

Aos professores que compuseram a banca de qualificação: Eva Rolim, Fátima Finizola e Hans Waechter por preciosas contribuições que me incentivaram a fazer uma reviravolta no caminho do estudo.

Aos dezesseis professores que participaram da pesquisa para reconhecimento dos métodos utilizados para o ensino de SIV, agradeço a disponibilidade e a partilha de suas experiências.

Às professoras Renata Cadena e Elaine Fonseca que experimentaram o Roda de Fuxico em suas disciplinas, depositaram confiança e enriqueceram o mesmo com suas experiências.

Aos especialistas em SIV, Beto Leite, Buggy, Chico Neto, Evandro Perotto, Fellipe Câmara, Fernanda Martins, Marília Bérgamo e Marília Matos, que generosamente destacaram parte do seu tempo e atenção para sugerir alterações e validar o método de ensino.

Ao professor Eduardo Novais que gentilmente disponibilizou sua oficina de caligrafia para ser ofertada pelo método Roda de Fuxico.

Ao pedagogo Radyfran Nascimento, do IFRN, por me apresentar os melhores textos de Paulo Freire e por ajudar na concepção das sugestões de instrumentos de avaliação.

Às fuxiqueiras que convivi, agradeço por me ensinarem tanto! Desde a fazer fuxico, até romper com paradigmas colonizadores. Graça. Leda. Eliana. Dilza. Fatinha. Lourdes. Glória. Adelma. Sheila. Adriana. Maria. Ariana. Cilene. Elizangela. Kaliane, Perla. Ana Maria. Luciane. Peta. E o guardião das reuniões, seu Ciro, que mesmo com Alzheimer, nos lembrava da hora do lanche.

Aos estudantes que concordaram em participar das aulas com o Roda de Fuxico: a turma do estágio docência na UFPE e também os estudantes do IFPB – Campus Cabedelo. Observá-los garantiu bons estalos criativos e ajudaram também a diminuir a saudade da sala de aula, durante os quatro anos de afastamento.

Aos amigos que fiz na UFPE-CAC, especialmente Angélica, Bruno, Larissa, Leopoldina, Rafa e Rebeca, agradeço o companheirismo, as trocas, os abraços, os cafés e a torcida por cada conquista coletiva e/ou individual.

Aos amigos Léo e Fernando, da Casa da Várzea, em Recife. Agradeço o cuidado com que me hospedaram. O agradável ambiente fez diferença nos meus estudos.

Aos amigos do IFRN Natal-Central pelo incentivo, especialmente Allyson (em memória) e Marília, com quem dividi de perto conquistas e “aperreios”. Allyson, o mundo ficou menos inteligente sem você.

Dando uns passos atrás em direção ao começo do modelo experimental Fuxico, agradeço ao professor Olavo Bessa, por me convencer, nos idos de 2012, que eu estava construindo um modelo para minhas atividades acadêmicas, eu não fazia ideia daquilo.

Agradeço aos meus parceiros extensionistas do projeto de extensão Criatif no período de 2014-2018. O Roda de Fuxico só existe porque vocês abraçaram e qualificaram o modelo experimental. Beto Leite, parceiro! Abdon. Ana Bia. Ana Clara. Analu. Anderson. Aurea. Beth. Brenda. Britinho. Catarina. Cecília. Clara Camilotto. Clara Lacerda. Clarinha. Daniel. Felipe. Gabi. Gabriel. Giovana. Gustavo. Horácio. Igor Lima. Igor Ferreira. João Pedro. Karen. Kato. Maira. Pedro. Rafael. Rafael Silvestre. Sammara. Solane. Thiago. Thuan. Trajano. Wagner. Yuri.

À professora Juliana Donato, que escolheu o Fuxico como modelo projetual para orientar a estudante Vanylla Dantas no desenvolvimento de uma identidade visual em seu trabalho de conclusão de curso da UFRN, em 2015. E à Vanylla, que com tanta dedicação, me fez considerar que aquele protótipo poderia se desenvolver.

Aos meus alunos de Comunicação Visual II, do IFRN Campus Cidade Alta, que também utilizaram o modelo experimental com dedicação. Foram mais de duzentos estudantes que aplicaram o Fuxico e me deixaram consciente de que eu precisava reformulá-lo. Especialmente à Regina, hoje, mestrande e a revisora deste documento.

Aos amigos Zé Reeira e Daiana Flores, por me mostrarem a importância dos signos de memória. E por apoiar a pesquisa com os estudantes.

Aos meus pais por me ensinarem a valorizar e respeitar os saberes populares, o que é da terra e o feito à mão. À Zuzu pela torcida amorosa e por me ensinar o valor da disciplina.

À minha amada irmã Leida, por estarmos de mãos dadas no momento mais paradoxal que já vivi: a partida da nossa mãe, na mesma época da entrega do documento de tese. Os seus abraços estão aqui entremeados.

Às minhas amadas filhas, Lorena e Raquel agradeço a felicidade genuína que sentem por verem a mãe, já coroa, estudando em um programa de doutorado. E como me ajudaram nas novas tecnologias impostas pela pandemia... E como me reabasteceram com afeto! Com vocês, foi tudo mais fácil e amoroso! Amo vocês! <3<3

Ao meu amor, Ruy, pela calma, positividade, pelo companheirismo, por aplaudir qualquer pequeno avanço e por ter o dom de transformar compromissos em oportunidades de lazer. Ele fez o caminho ficar mais leve: “vou com você e depois da aula a gente passeia”. Muitas idas a São José do Mipibu (quando ele não ia, seu Ciro perguntava, cadê o meu psicólogo?), algumas viagens a Recife e praticamente todas a João Pessoa foram agraciadas com a companhia dele. E, como se não bastasse, agradeço ainda ao autor e psicólogo Ruy Matos, por seu estudo sobre mudanças, uma das referências teóricas deste estudo. <3

Os ventos do norte não movem moinhos

(...)

Minha vida, meus mortos

Meus caminhos tortos

Meu sangue latino

Minh'alma cativa

Rompi tratados

Traí os ritos

Quebrei a lança

Lancei no espaço

Um grito, um desabafo

E o que me importa

É não estar vencido"

Antunes (2017)

RESUMO

O ensino acadêmico para criação de sistemas de identidades visuais (SIV) é ofertado nos cursos de design de instituições públicas brasileiras de nível superior, em disciplinas relacionadas ao design gráfico. Para esse ensino específico, revisões de literatura apontaram que são utilizados métodos essencialmente projetuais, que contêm uma organização sistemática orientando como projetar, mas não apresentam apoio didático. Assim, diante de uma pressuposta problemática de não haver métodos de ensino que pudessem apoiar professores na orientação do desenvolvimento de SIV, iniciou-se esta pesquisa de doutorado com o objetivo de transformar um modelo experimental projetual preexistente – Fuxico – em um método de ensino – Roda de Fuxico – que contém, para além de fases projetuais, sugestões de planos de ensino, planejamento de aulas, materiais de leitura, exercícios e ferramentas para auxiliar na avaliação de trabalhos, além de sugestões de oficinas e exercícios práticos. Durante o estudo, o pressuposto de inexistência de um método de ensino brasileiro específico foi constatado, por meio de resultados amostrais advindos de uma revisão sistemática da literatura sobre métodos desenvolvidos por outros pesquisadores, além de entrevistas com professores de design de universidades públicas das cinco regiões brasileiras. A metodologia para o desenvolvimento do método de ensino Roda de Fuxico se estruturou em cinco etapas: (1) Teoria, realizando-se um aprofundamento e um posicionamento acerca dos conhecimentos que envolvem o campo; (2) Imersão, operando-se um aprendizado com os saberes e fazeres da comunidade criativa do artesanato fuxico e ressignificando o valor de referências nacionais, em detrimento de paradigmas estrangeiros, para metodologias brasileiras de design; (3) Concepção, com a construção do método de ensino, influenciada pela teoria visitada e pela convivência nas rodas de fuxico; (4) Experimentação, quando o método foi experimentado por professoras do Instituto Federal da Paraíba (IFPB); e (5) Apresentação, quando o método Roda de Fuxico foi apresentado para oito professores especialistas em sistemas de identidades visuais, de todas as regiões do Brasil, em busca de sugestões de melhoria e validação. Com o atravessar da pandemia da Covid-19 no caminho do doutorado, significativa parte do estudo foi realizada de forma remota, influenciando diretamente na coleta de dados. Mesmo assim, a imersão nas rodas de fuxico aconteceu, permitindo-se criar uma correspondência entre um processo advindo dos saberes locais, as rodas de fuxico, e o método de ensino em design. A partir disso, percebeu-se que se deu um passo na direção do processo de decolonização no ensino de design, um pequeno avanço, diante da consciência de que a decolonização no ensino é um processo mais profundo e complexo. Ademais, para além de se configurar como método de ensino, o Roda de Fuxico apresenta técnicas e ferramentas que inserem diversos participantes nos processos de criação, incluindo aqueles com posições divergentes, apoiando-se na abordagem do design participativo e na visão inclusivista das rodas de fuxico. Nomeia-se estes participantes de fuxiqueiros, sendo eles: os clientes, os designers em formação e os diversos tipos de sujeitos para quem e com quem se desenvolve as identidades visuais. Entende-se que há diversos tipos de sujeitos que interagem com as identidades visuais, e não só aqueles que as utilizam. Tal proposta de ampliação da diversidade de participantes distancia o Roda de Fuxico de outros métodos projetuais que sugerem, prioritariamente, a interação direta entre o cliente do projeto e o designer responsável. Por fim, disponibiliza-se o método Roda de Fuxico, que foi validado por docentes e especialistas, para professores interessados, percebendo-o como aquele que oferta sugestões de apoio ao ensino, que podem ser utilizadas integralmente ou de forma modular, e que apresenta características de flexibilidade ao se adaptar ao processo de ensino preexistente dos professores e às suas características particulares de ensino-aprendizagem.

Palavras-chave: método de ensino; sistemas de identidades visuais; design participativo; decolonização do ensino de design; diversidade de participantes.

ABSTRACT

Academic teaching for the creation of visual identity systems (VISs) is offered on design courses at Brazilian public institutions of higher education, in disciplines related to graphic design. For this specific form of teaching, some reviews of the existing literature indicated that essentially project-based methods are used, which contain a systematic organization that provides guidance on how to work with projects but offers no didactic support. Thus, faced with the presupposed problem of there being no teaching methods that are able to provide support to teachers in guiding the development of VIS, this doctoral research began with the aim of transform a pre-existing experimental design model known as *Fuxico* (hand-made flowers from remnants of fabric), into a teaching method herein termed *Roda de Fuxico* (fuxico-making groups). In addition to project-based phases, the method also provides suggestions for teaching plans, lesson planning, reading materials, exercises and tools to assist in the evaluation of work, as well as suggestions for workshops and practical exercises. Throughout the investigation, the assumption regarding the inexistence of a specific Brazilian teaching method was confirmed, through sample results arising from a systematic literature review on methods developed by other researchers, in addition to interviews with design professors from public universities across the five Brazilian regions. The methodology for developing the *Roda de Fuxico* teaching method was structured into five stages: (1) Theory, obtaining a broader, defined position regarding the knowledge that involves the field; (2) Immersion, running an apprenticeship with the knowledge and practices of the handicraft creative community of *fuxico* and re-signifying the value of national references, to the detriment of foreign paradigms, for Brazilian design methodologies; (3) Conception, with the construction of the teaching method, influenced by the visited theory and by the coexistence in the *rodas de fuxico*; (4) Experimentation, when the method was experimented by teachers from the Federal Institute of Paraíba (IFPB); and (5) Presentation, when the *Roda de Fuxico* method was presented to eight specialist teachers in visual identity systems, from all regions of Brazil, seeking suggestions for improvement and validation. With an interruption in the doctorate studies due to the Covid-19 pandemic, a significant part of the study needed to be conducted remotely, thereby directly influencing data collection. Nevertheless, the immersion in the *rodas de fuxico* still took place, enabling a correspondence to be created between a process arising from local knowledge, the *rodas de fuxico*, and the teaching method in design. From this, it was perceived that a step had been taken toward the process of decolonizing design teaching, albeit a small move forward, given the awareness that decolonization in teaching is a deeper and more complex process. Moreover, in addition to being configured as a teaching method, the *Roda de Fuxico* presents techniques and tools that insert different participants into the creation processes, including those with divergent positions, based on the participatory design approach and the inclusive vision of the *rodas de fuxico*. These participants are named *fuxiqueiros*, namely: clients, designers undergoing formation and the various types of subjects for whom and with whom visual identities are developed. It is understood that there are different types of subjects who interact with visual identities, and not only those who use them. This proposal to expand the diversity of participants distances *Roda de Fuxico* from other design methods that suggest, as a priority, direct interaction between the project client and the responsible designer. Finally, the *Roda de Fuxico* method has become available, validated by teachers and specialists, for interested teachers, perceiving it as one that offers teaching support suggestions, which may be used either in full or in a modular form, and which presents characteristics of flexibility when adapting to the teachers' pre-existing teaching process and to their particular teaching-learning characteristics.

Keywords: teaching method; visual identity systems; participatory design; decolonizing design education; diversity of participants.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	14
1.1	Quadro síntese da Metodologia	19
2	CAPÍTULO 2 – METODOLOGIA	22
2.1	Etapa Teoria	24
2.1.1	Revisão preliminar sobre métodos de criação de SIV	25
2.1.2	Realização do estado da arte sobre métodos de ensino de SIV no Brasil	25
2.1.3	Levantamento de métodos utilizados para o ensino de SIV no Brasil	26
2.1.4	Criação de um compêndio sobre nomenclaturas e tipologias de SIV	29
2.1.5	Revisão sobre marcas e gestão de marca.....	29
2.2	Etapa Imersão.....	29
2.2.1	Levantamento de história sobre o artesanato fuxico	30
2.2.2	Entrevistas com fuxiqueiras do RN	30
2.2.3	Participação nas rodas de fuxico	31
2.2.4	Criação do novo desenho e da nomenclatura das novas fases projetuais	32
2.3	Etapa Concepção	32
2.3.1	Consulta ao Comitê de Ética.....	32
2.3.2	Mudança de modelo preliminar para método de ensino.....	33
2.3.3	Definição dos atores e fatores do método Roda de Fuxico.....	34
2.3.4	Definição de técnicas para a fase de Experimentação.....	35
2.3.5	Definição de planos de ensino para a fase de Experimentação	36
2.3.6	Definição das aulas para a fase de Experimentação.....	36
2.3.7	Propostas de oficinas para a fase de Experimentação	36
2.3.8	Propostas de instrumentos para apoio à avaliação	37
2.4	Etapa Experimentação	38
2.4.1	Definição do local.....	38
2.4.2	Escolha dos participantes	39
2.4.3	Observação das professoras em sala de aula.....	39
2.4.4	Revisão do método de ensino	40
2.5	Etapa Apresentação.....	40
2.5.1	Seleção de professores	41
2.5.2	Apresentação piloto do método a professores especialistas.....	42
2.5.3	Apresentação final do método a professores especialistas	42
2.5.4	Ajustes finais do material de ensino.....	42
3	CAPÍTULO 3 – TEORIAS E MÉTODOS PARA O ENSINO DE SIV	43
3.1	Revisão da literatura preliminar	43
3.2	O estado da arte sobre métodos de ensino de SIV	46

3.3	Métodos utilizados para o ensino de SIV no Brasil	47
3.3.1	Breve histórico do ensino de design no Brasil permeado pela colonialidade	47
3.3.2	O ensino de identidades visuais nas universidades públicas brasileiras.....	50
3.4	Compêndio sobre definições, termos e nomenclaturas para SIV	53
3.5	Marcas e gestão de marcas	64
3.5.1	Gestão de marcas	65
4	CAPÍTULO 4 – A IMERSÃO NA CULTURA DO FUXICO	67
4.1	Uma breve investigação sobre a origem do fuxico.....	67
4.2	As entrevistas com as fuxiqueiras no Rio Grande do Norte.....	68
4.2.1	Recorte da apreensão das entrevistas com as fuxiqueiras	69
4.3	A participação na roda de fuxico.....	70
4.4	Síntese das entrevistas e da participação na roda de fuxico	72
4.5	Teorização para criação de fases do fazer fuxico.....	73
4.6	Recontextualização para as fases projetuais de criação de SIV	77
4.7	O novo desenho do método de ensino Roda de Fuxico	78
4.8	As sete fases projetuais do Roda de Fuxico	79
5	CAPÍTULO 5 – DO MODELO EXPERIMENTAL A MÉTODO DE ENSINO	87
5.1	De modelo a método	87
5.2	De modelo projetual a método de ensino.....	88
5.3	De Fuxico à Roda de Fuxico.....	89
5.4	Os fuxiqueiros do método Roda de Fuxico.....	89
5.4.1	O fuxiqueiro cliente	90
5.4.2	O fuxiqueiro designer em formação	93
5.4.3	Os fuxiqueiros sujeitos.....	94
5.4.4	Tipificação para sujeitos do método Roda de Fuxico	96
5.5	Os fatores do método Roda de Fuxico	97
5.5.1	Quanto às marcas similares	98
5.5.2	Quanto ao contexto histórico-cultural e de aplicação.....	98
5.5.3	Quanto à marca atual, para casos de redesign.....	99
5.5.4	Tipologia para redesign.....	100
5.6	As técnicas para as fases de Experimentação e Apresentação	104
5.6.1	Técnicas e ferramentas para a fase projetual Reconhecer.....	104
5.6.2	Técnicas e ferramentas para a fase projetual Alinhar.....	105
5.6.3	Técnicas e ferramentas para a fase projetual Arrematar	105
5.6.4	Técnicas e recomendações para a fase projetual Desenhar	106
5.6.5	Técnicas e recomendações para a fase projetual Montar	106
5.6.6	Técnicas e recomendações para a fase projetual Avaliar	107
5.6.7	Técnicas e recomendações para a fase projetual Entregar	107
5.7	Os instrumentos didáticos concebidos para a fase de Experimentação	107
5.7.1	Os planos de ensino definidos para a fase de Experimentação	107

5.7.2	Planejamento de aulas definidos para a fase de Experimentação.....	109
5.7.3	Apresentações de aulas para a fase de Experimentação	109
5.7.4	Sugestões de material de leitura para a fase de Experimentação	109
5.7.5	Sugestões de exercícios e oficinas para a fase de Experimentação	110
5.7.6	Sugestões de instrumentos de avaliação para a fase de Experimentação.....	111
6	CAPÍTULO 6 – AVALIAÇÃO E VALIDAÇÃO DO MÉTODO RODA DE FUXICO	113
6.1	Experimentação do Roda de Fuxico.....	113
6.1.1	Experimentação com a professora Renata Cadena	113
6.1.2	Experimentação com a professora Elaine Feitosa	119
6.2	Apresentações do Roda de Fuxico a professores especialistas	125
6.2.1	Resultados das apresentações piloto.....	126
6.2.2	Resultados das apresentações finais.....	130
7	CAPÍTULO 7 – VERSÃO ATUAL DO MÉTODO DE ENSINO RODA DE FUXICO	140
7.1	Características do método de ensino Roda de Fuxico.....	140
7.2	Sugestões de planos de ensino do Roda de Fuxico.....	142
7.2.1	Plano de ensino 1 – FLOR.....	143
7.2.2	Plano de ensino 2 - QUADRO.....	144
7.2.3	Plano de ensino 3 - BARRA.....	145
7.2.4	Plano de ensino 4 - COLCHA.....	146
7.3	Sugestões de planejamento de aulas.....	148
7.3.1	Planejamento sugerido para a aula 1/28	148
7.3.2	Planejamento sugerido para a aula 2/28	150
7.3.3	Planejamento sugerido para a aula 3/28	151
7.3.4	Planejamento sugerido para a aula 4/28	153
7.3.5	Planejamento sugerido para a aula 5/28	157
7.3.6	Planejamento sugerido para a aula 6/28	158
7.3.7	Planejamento sugerido para a aula 7/28	159
7.3.8	Planejamento sugerido para a aula 8/28	160
7.3.9	Planejamento sugerido para a aula 9/28	161
7.3.10	Planejamento sugerido para a aula 10/28.....	162
7.3.11	Planejamento sugerido para a aula 11/28.....	163
7.3.12	Planejamento sugerido para a aula 12/28.....	164
7.3.13	Planejamento sugerido para a aula 13/28.....	165
7.3.14	Planejamento sugerido para a aula 14/28.....	168
7.3.15	Planejamento sugerido para a aula 15/28.....	176
7.3.16	Planejamento sugerido para a aula 16/28.....	179
7.3.17	Planejamento sugerido para a aula 17/28.....	180
7.3.18	Planejamento sugerido para a aula 18/28.....	180
7.3.19	Planejamento sugerido para a aula 19/28.....	191
7.3.20	Planejamento sugerido para a aula 20/28.....	191

7.3.21	Planejamento sugerido para a aula 21/28.....	192
7.3.22	Planejamento sugerido para a aula 22/28.....	195
7.3.23	Planejamento sugerido para a aula 23/28.....	200
7.3.24	Planejamento sugerido para a aula 24/28.....	200
7.3.25	Planejamento sugerido para a aula 25/28.....	203
7.3.26	Planejamento sugerido para a aula 26/28.....	203
7.3.27	Planejamento sugerido para a aula 27/28.....	204
7.3.28	Planejamento sugerido para a aula 28/28.....	206
8	CAPÍTULO 8 – REFLEXÕES FINAIS E CONSIDERAÇÕES.....	207
	REFERÊNCIAS	218
	APÊNDICE A - Questionário eletrônico para entrevista com professores	229
	APÊNDICE B - Apreensão das entrevistas com as fuxiqueiras.....	230
	APÊNDICE C - Questionário para avaliação do método pela professora Renata Cadena....	234
	APÊNDICE D - Questionário para avaliação do método pela professora Elaine Feitosa.....	237
	APÊNDICE E - Questionário para avaliação do método pelos estudantes.....	240
	ANEXO A - Exemplos de TCLE e Autorização de Uso de Imagem pelas fuxiqueiras	242
	ANEXO B - Parecer consubstanciado CEP-UFPE	243
	ANEXO C - Comprovante de participação no 16º Encontro Regional de Estudantes.....	244
	ANEXO D - Extratos da Apostila de Caligrafia e Design de Tipos – Eduardo Novais	245
	ANEXO E - Exemplos de TCLE assinados pelos estudantes da Experimentação	246
	ANEXO F - Exemplos de TCLE assinados pelos professores da Apresentação.....	247

1 INTRODUÇÃO

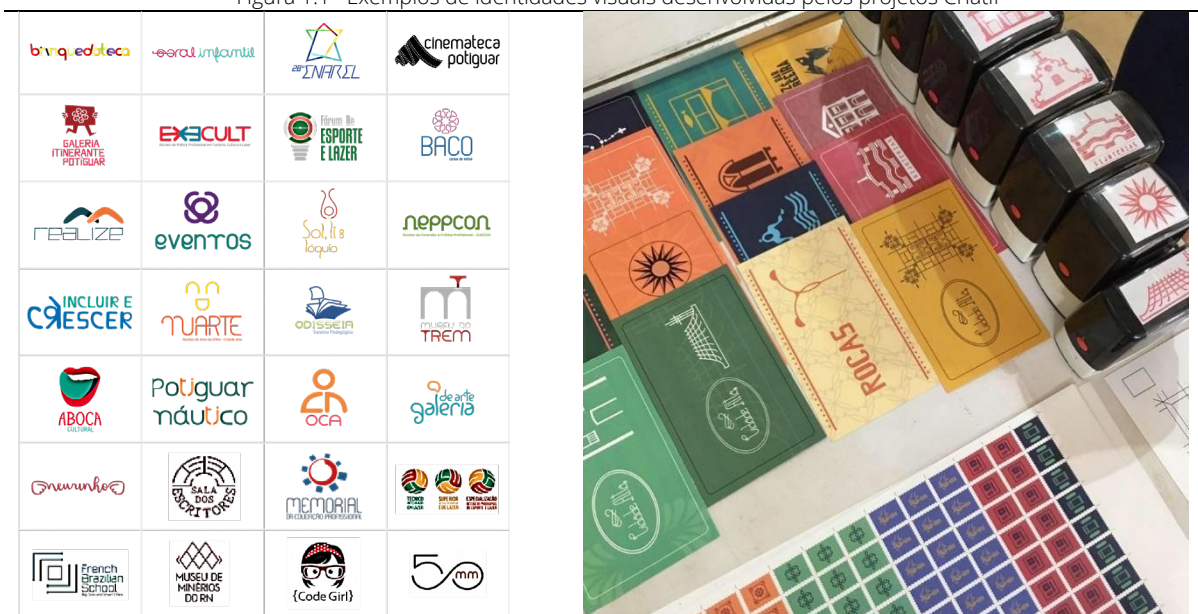
O projeto de criação de sistemas de identidades visuais é um dos trabalhos mais comuns do dia a dia do designer gráfico. Sabe-se, inclusive, que, ao sair da graduação, parte dos egressos inicia suas atividades profissionais como designers realizando atividades nessa área de atuação (PEÓN, 2011; CONSOLO, 2021).

Para a formação acadêmica desses estudantes, de maneira amostral, verificou-se que professores dos cursos de Design em universidades públicas brasileiras, de todas as regiões do Brasil, em suas disciplinas, utilizam métodos projetuais específicos para a criação de marcas, como apoio ao seu processo de ensino.

Dentre os livros publicados sobre métodos de criação específicos e utilizados para ensino nos cursos de Design no Brasil, pode-se citar, dentre outros, a contribuição do método de Munari (2006), da metodologia de Peón (2011), do processo de Wheeler (2012) e o guia de Strunck (2012). Esses autores acrescentaram à literatura específica conhecimentos essenciais ao design de identidades visuais. E para além de seus método/metodologia/processo/guia, doravante chamados de método projetual, percebe-se o papel que obtiveram de aproximar o ensino de concepção de sistemas de identidades visuais a processos metodológicos, valorizando as particularidades de projeção do campo.

A partir de 2012, em práticas de ensino e extensão da professora e pesquisadora anteriores ao período de doutoramento iniciou-se o desenvolvimento de um modelo experimental para criação de sistemas de identidades visuais que atendesse à necessidade da participação de mais atores no processo de criação (DANTAS, 2015; MATOS; COUTINHO, 2019; MATOS; COUTINHO, 2021a; MATOS; SOUZA, 2017). Os estudantes vinculados aos projetos de extensão aplicaram o modelo experimental Fuxico em mais de cinquenta projetos de identidade visual, orientados pela pesquisadora, desde 2014, e em conjunto com o designer do IFRN Roberto Leite, a partir de 2016.

Figura 1.1– Exemplos de identidades visuais desenvolvidas pelos projetos Criatif



Fonte: arquivos do projeto Criatif (2018)

Além de o modelo experimental Fuxico ser aplicado nos projetos de extensão (Criatif, Criatif 2015, Criatif 2016, Criatif 2017, Criatif na Rua, Criatif nas Rocas, Criatif na Cidade Alta) do Instituto Federal do Rio Grande do Norte – IFRN, ele foi testado no Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) da estudante Vanylla Dantas, no curso Bacharelado em Design da Universidade Federal do Rio Grande do Norte - *Fuxico no Japa em Casa: Testando o protótipo do método de criação de sistemas de Identidades Visuais* (DANTAS, 2015), orientado pela professora Juliana Donato Cantalice e coorientado pela pesquisadora. A utilização do modelo experimental Fuxico como método de criação no TCC foi um grande incentivo para a continuidade deste estudo. Ademais, o modelo também foi utilizado no projeto final do curso técnico integrado em Multimídia do IFRN do aluno Igor Souza, no ano de 2017 (MATOS, 2016; MATOS; DINIZ, 2018). Na Figura 1.2, tem-se a equipe do Criatif em 2016 e 2018.

Figura 1.2 – Equipe do Projeto Criatif apresentando o trabalho em congressos de extensão



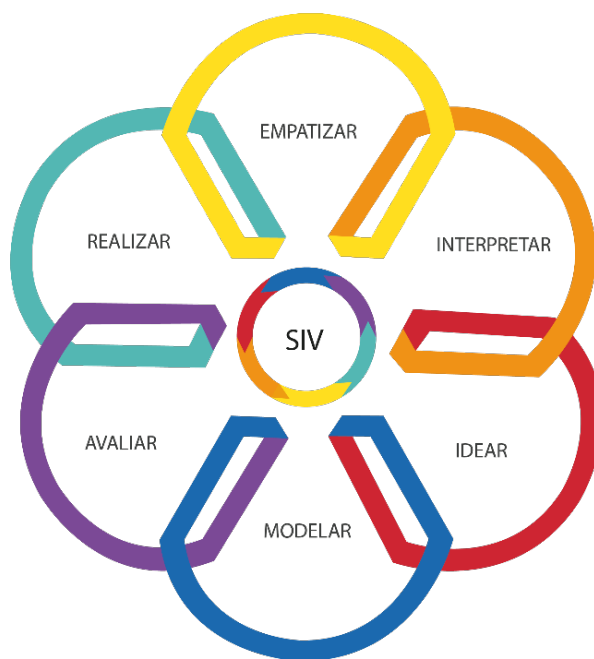
Fonte: arquivo do Projeto Criatif (2016, 2018)

De início, o modelo experimental foi sistematizado em seis fases projetuais: *Empatizar*, *Conceituar*, *Idear*, *Modelar*, *Avaliar* e *Realizar*. Em 2018, a fase *Conceituar* foi renomeada para *Interpretar*, quando se percebeu que o conceito do projeto seria uma consequência da interpretação dos dados advindos da fase *Empatizar*.

Os nomes das seis fases projetuais do modelo experimental Fuxico foram inspirados no modelo de *D.School Bootcamp Bootleg* (2011), que originalmente se baseia em cinco etapas: *Empathize* (Empatizar), *Define* (Definir), *Ideate* (Idealizar), *Prototype* (Prototipar) e *Test* (Testar). A *D.School* (*Hasso Platter Institute of Design at Stanford*) é a escola de Design da Universidade de *Stanford* e o *Bootcamp Bootleg* (2011) um kit de ferramentas para apoiar práticas do *Design Thinking*, uma metodologia de criação que propõe a geração de soluções, a partir da experimentação empírica e baseada no modelo do Design Centrado no Ser Humano, com as cinco fases de projeção ditas anteriormente. O *D.School* é um modelo de criação para uso genérico, podendo ser utilizado na concepção de produtos e serviços. Por sua vez, o modelo experimental Fuxico foi idealizado para ser utilizado em projetos específicos de criação de identidades visuais.

As seis fases projetuais do modelo Fuxico: *Empatizar*, *Interpretar*, *Idear*, *Modelar*, *Avaliar* e *Realizar* foram desenvolvidas em um desenho cíclico, onde o processo não é linear, como pode ser visto na Figura 1.3.

Figura 1.3 – Desenho do modelo experimental Fuxico e suas fases projetuais



Fonte: a autora (2016)

Apresenta-se, a seguir, a descrição das fases do modelo experimental Fuxico.

1. **Empatizar** - É a fase de coleta de dados. Dá-se voz aos envolvidos no processo com o objetivo de levantar informações sobre o projeto a ser desenvolvido de pontos de vistas distintos.
2. **Interpretar** - A partir dos dados coletados, gera-se conceitos da identidade do projeto.
3. **Idear** - A partir dos conceitos desenvolvidos, desenvolve-se alternativas de identidade visual.
4. **Modelar** - Nesta fase, as alternativas são aplicadas em modelos (*mockups*), para facilitar a visibilidade delas, simulando a aplicação em peças gráficas.
5. **Avaliar** - Faz-se a avaliação profissional, com os projetistas, a avaliação emotiva, com clientes e usuários e a avaliação às cegas com pessoas distantes do processo de projeção¹.
6. **Realizar** - A alternativa escolhida é aplicada em meios impressos e digitais e faz-se também o Manual de Identidade Visual.

Ressalta-se que apesar de os nomes das fases do modelo experimental Fuxico se relacionarem semanticamente com as do *D.School*, por seus nomes parecidos, elas se distinguem em seus objetivos. Ainda, cabe destacar que, pelo fato de o número de fases não ser igual nos dois modelos, uma das fases do modelo Fuxico não possui um correspondente para ser comparado com o *D.School*, como pode ser visto no Quadro 1.1.

Quadro 1.1 – Comparação entre quantidade e nomenclatura das fases dos modelos *D.School* e Fuxico

	FASE 1	FASE 2	FASE 3	FASE 4	FASE 5	FASE 6
<i>D.School</i>	Empatizar	Definir	Idealizar	Prototipar	Testar	-
Fuxico	Empatizar	Interpretar	Idear	Modelar	Avaliar	Realizar

Fonte: a autora (2018)

¹ As técnicas de avaliação experimentais podem ser vistas no artigo de Matos, Silva e Moreira (2017).

O modelo experimental foi um exercício para se referendar a importância de estudos que ofereçam novos modelos para o ensino de identidades visuais. A experiência foi essencial para se pudesse entrar em contato com a problemática investigada nesta pesquisa. Pois, principalmente, permitiu que se percebesse a necessidade de um novo método que apresentasse instrumentos desenvolvidos para o ensino e que se diferenciasses daqueles projetuais. O modelo Fuxico, assim como os demais pesquisados, era essencialmente projetual e, portanto, não oferecia sugestões de planos de ensino, conteúdos, materiais de leitura, de exercícios e formas de avaliação, ou seja, ferramentas de suporte para professores.

Assim, diante de um pressuposto de não haver métodos específicos para o ensino de sistemas de identidades visuais (SIV) e apesar de perceber a importância do caminho trilhado por meio da prática educacional, verificou-se que o modelo experimental careceria de reformulação para ser disponibilizado e, quem sabe, validado como uma alternativa de apoio a professores que ministram disciplinas do campo.

Esta pesquisa de doutorado foi inicialmente intitulada de *O Método Fuxico: sistematização das fases de coleta e interpretação de dados de um método para ensino de criação de sistemas de identidades visuais* que, como o título revelava, seu objetivo foi de realizar a reformulação das duas primeiras fases do modelo Fuxico.

Durante o doutoramento, o pressuposto de não haver um método de ensino específico para SIV foi constatado por meio de investigações sobre o estado da arte desses tipos de pesquisa. Inicialmente, foi realizada uma revisão bibliográfica preliminar, expandida por uma revisão sistemática da literatura (RSL) sobre métodos específicos desenvolvidos por outros pesquisadores. Como não se encontrou nenhum resultado, partiu-se para entrevistar uma amostra de dezesseis professores de design de universidades públicas das cinco regiões brasileiras, a fim de conhecer seus processos de ensino para ministrar disciplinas de projetos de sistemas de identidades visuais, onde os professores pesquisados também indicaram autores que apresentavam métodos projetuais. Esse resultado amostral apontou para uma confirmação, até a defesa desta tese, da ausência de métodos específicos para o ensino de sistemas de identidades visuais. A constatação reafirmou a problemática do estudo, robustecendo as justificativas para reformulação do modelo experimental Fuxico em método de ensino Roda de Fuxico.

O intuito inicial de fazer um recorte de reconstrução das duas primeiras fases do modelo foi revista após ponderações sobre a dificuldade que se teria de validar um método, ao disponibilizar somente suas duas primeiras fases. Assim, diante dessas reflexões resolveu-se aumentar o escopo da pesquisa, percebendo-se que era preciso entregar aos professores uma proposta de método de ensino que contivesse todas as etapas projetuais.

Para além das fases projetuais, foi preciso expandir a tímida intenção de colocar o método mais próximo da cultura brasileira. O nome do modelo experimental Fuxico era, de certa forma, expressão desse desejo de valorizar a cultura na qual o ensino brasileiro está inserido. Mas só a nomenclatura não bastava. E revendo a relevância dos saberes e fazeres de comunidades criativas para o ensino de design no Brasil, resolveu-se realizar uma imersão na cultura do fuxico e aprender com esse conhecimento artesanal, por vezes “enjeitado” no

ensino acadêmico, dando um passo para a decolonização no ensino de design (BORGES, 2012; CARDOSO, 2004; MATOS; COUTINHO, 2022; MELO, 2005; NORONHA *et al.*, 2022).

A disposição primeira da pesquisadora de aproximação com a cultura do artesanato fuxico foi a de renomear as fases do modelo experimental Fuxico, posto que aquelas seguiam padrões de métodos estrangeiros, ao serem inspiradas no Modelo de *D.School* da Universidade de *Stanford*. Entretanto, de forma surpreendente e mais abrangente, percebeu-se que o método Fuxico tinha muito mais a aprender com os saberes e fazeres daquela comunidade criativa (NORONHA *et al.*, 2022) do que se podia intencionar com a deliberada aproximação. Assim, para além da renomeação das fases projetuais, a imersão também inspirou diretamente a mudança do próprio nome do método de ensino para Roda de Fuxico e do novo desenho deste. Além do que a imersão fez agregar técnicas que apoiam as fases projetuais, como influenciar na construção de exercícios e formas de avaliação que compõem o método de ensino.

O processo de repensar a intenção do estudo, seus objetivos e metodologia, portanto, fez surgir uma nova pesquisa intitulada **Roda de Fuxico: um método de ensino brasileiro como proposta de apoio a professores na orientação de criação de sistemas de identidades visuais participativos**. De forma sintética, pode-se afirmar que a reavaliação conceitual se baseou em aumentar o escopo da pesquisa, entregando um método de ensino que contivesse todas as etapas projetuais, além de se aproximar da cultura local do artesanato brasileiro ao aprender com o processo das rodas de fuxico. Ainda, acrescentou-se ao método características de flexibilidade, adaptando-se às questões inerentes de cada projeto e ao processo de ensino de cada professor.

Para além da mudança de escopo, outras alterações de adaptação na metodologia aplicada foram realizadas em detrimento do planejamento inicial. Uma inesperada transformação na conjuntura sanitária mundial, a pandemia da Covid-19, modificou o contexto que envolvia etapas importantes do estudo, o que proporcionou alterações diretas em seus resultados e aprendizagens.

A pesquisa Roda de Fuxico faz parte da linha do Design da Informação, dentro da área de Contextualização e Planejamento de Artefatos, com foco nas questões referentes a métodos de ensino em Design Gráfico e os vínculos de intercessão dessas áreas com a produção de signos, mais especificamente a criação de sistemas de identidades visuais. Enquadra-se dentro das Ciências Sociais Aplicadas, de caráter exploratório, apoiando-se no Design Participativo (CAMARGO; FAZANI, 2014; IBARRA, 2018; SANDERS, 2006, 2013). Além de se encaixar na classificação de pesquisa-ação (O'BRIEN, 1998; RICHARDSON, 2012; THIOLENT, 2011).

Quanto aos paradigmas da Ciência Social, o método utilizado é o de métodos mistos e delineamento multifásico (GIL, 2019, p. 68), em que o pesquisador investiga um problema mediante a realização de estudos interconectados.

Considerando-se a ausência de métodos específicos para o ensino sobre criação de sistemas de identidades visuais, **justifica-se** sistematizar um método que signifique um suporte para professores em suas atividades docentes.

Do ponto de vista do ensino em Design, admite-se a criação de um novo método de apoio a professores de disciplinas que envolvem a criação de SIV, que se aproxime mais do contexto brasileiro, dando um passo à decolonização desse ensino e qualificando o ambiente cultural em que os discentes e docentes das universidades públicas brasileiras estão imbricados e são pertencentes.

Portanto, temos como **hipótese**: Independentemente da experiência pregressa do professor e do seu processo de ensino anterior existente, ao reformular o modelo experimental Fuxico em um método de ensino Roda de Fuxico este poderá ser utilizado/adaptado e considerado um apoio para atividades de ensino-aprendizagem sobre criação de SIV participativos.

Assim sendo, o **objetivo geral** desta pesquisa é transformar o modelo experimental – Fuxico – **em método de ensino – Roda de Fuxico** – para que se aproxime do saber e do fazer artesanal brasileiro e funcione como apoio para professores na orientação do processo de criação de SIV participativos.

Para alcançar o objetivo geral, foram formulados os seguintes **objetivos específicos**:

- (1) **compreender** como ocorre o ensino de sistemas de identidades visuais nas universidades públicas brasileiras;
- (2) **organizar** um compêndio de termos utilizados e informações envolvidos na criação de sistemas de identidades visuais;
- (2) **articular** a correspondência entre o processo de criação do artesanato nas rodas de fuxico e a criação das fases projetuais do método de ensino Roda de Fuxico;
- (3) **reformular** o modelo experimental em método de ensino;
- (4) **avaliar** com professores e especialistas a validade do método de ensino.

E como **objetivos operacionais**, relacionados diretamente aos específicos tem-se:

- (1) **aprofundar os estudos sobre a teoria acerca de sistemas de identidade visuais;**
- (1) **imersão** na cultura do saber e fazer artesanal do fuxico brasileiro;
- (3) **reformular** o modelo em método de ensino, com recomendações de conteúdos teóricos, exercícios e tipos de avaliação;
- (4) **selecionar e desenvolver** técnicas participativas para apoiar as fases projetuais do método de ensino;
- (5) **avaliar** o método com professores em atividades em sala de aula; e
- (6) **validar** o método Roda de Fuxico com professores especialistas.

1.1 Quadro síntese da Metodologia

A Metodologia desta pesquisa foi desenvolvida em cinco etapas: Teoria, Imersão, Concepção, Experimentação e Apresentação, como um caminho para atingir seus objetivos, e será apresentada detalhadamente no Capítulo 2. Apresenta-se uma síntese no Quadro 1.2, relacionando as etapas projetuais aos objetivos da pesquisa e aos resultados alcançados.

Quadro 1.2 - Síntese da Metodologia e seus objetivos, etapas e resultados

OBJETIVO GERAL: Transformar o modelo experimental – Fuxico – em um método de ensino – Roda de Fuxico – que se aproxime do saber e fazer artesanal brasileiro e que funcione como apoio para professores de instituições públicas brasileiras na orientação do processo participativo de criação de sistemas de identidades visuais

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS OPERACIONAIS	ETAPAS	SUBETAPAS	RESULTADOS E DISCUSSÕES
Compreender o ensino de SIV nas universidades públicas brasileiras Organizar um compêndio com termos envolvidos na criação de SIV	Aprofundar os estudos sobre a teoria acerca de sistemas de identidades visuais	TEORIA	• Revisão preliminar sobre métodos de criação de SIV	Capítulo 3 Teoria e métodos para o ensino de SIV
			• Realização do estado da arte sobre métodos de ensino de SIV	+ Artigo - Signos de Memória
			• Levantamento de métodos utilizados para ensino de SIV no Brasil	
			• Organização de um compêndio sobre nomenclatura e tipologias de SIV	+ Artigo - Tipologia para Redesign
			• Revisão sobre marca e gestão de marca	
Articular a correspondência entre o processo das rodas de fuxico e a criação das fases do método	Imergir na cultura do saber e fazer artesanal do fuxico brasileiro	IMERSÃO	• Levantamento de história sobre o artesanato fuxico	Capítulo 4 A imersão na cultura do fuxico
			• Realização de entrevistas com fuxiqueiras no RN	
			• Participação em roda de fuxico	
			• Criação do novo desenho e das novas fases projetuais do método de ensino	
Reformular o modelo experimental em método de ensino	Alterar de modelo para método de ensino	CONCEPÇÃO	• Consulta ao CEP	Aprovação do CEP + Capítulo 5 Do modelo experimental ao método de ensino + Capítulo de livro - Critérios para análise de similares + Artigo - Uma proposta de ampliação da diversidade de participantes
	Selecionar e desenvolver técnicas participativas para apoiar as fases projetuais do método		• Mudança de modelo preliminar a método de ensino	
			• Definição dos atores e fatores do método Roda de Fuxico	
			• Escolha e desenvolvimento das técnicas do método	
			• Construção dos planos de ensino	
			• Construção das aulas com teoria, exercícios e avaliação	
			• Escolha e desenvolvimento de oficinas	
Avaliar com professores e especialistas a validade do método de ensino Roda de Fuxico	Avaliar o método de ensino com professores em atividades de ensino	EXPERIMENTAÇÃO	• Seleção de professores	Capítulo 6 Avaliação e validação do método de ensino
			• Observação de professores	
			• Realização de alterações apontadas na experimentação	
	Validar o método Roda de Fuxico com professores e especialistas	APRESENTAÇÃO	• Seleção de professores	Capítulo 6 Avaliação e validação do método de ensino + Capítulo 7 Versão atual do método de ensino Roda de Fuxico
			• Apresentação piloto do método	
			• Apresentação final aos professores	
			• Realização de alterações apontadas pelos especialistas	
			• Construção de vídeo para ilustrar a correlação das fases projetuais do método às fases do fazer artesanato	
			• 5.5 Formatação final do método de ensino	

Fonte: a autora

Quanto à sua estrutura, o documento foi dividido em oito capítulos, incluindo a Introdução.

No **Capítulo 2 – Metodologia** – é apresentado o detalhamento da mesma, com especificações das cinco etapas desenvolvidas para sua realização: Teoria, Imersão, Concepção, Experimentação e Apresentação.

O **Capítulo 3 – Teoria e métodos utilizados para o ensino de SIV** – apresenta resultados da etapa Teoria da metodologia, com revisão de literatura preliminar e expandida, além da apresentação de um compêndio de termos utilizados e métodos de ensino de sistemas de identidades visuais.

No **Capítulo 4 – A imersão na cultura do fuxico** – mostra-se resultados da etapa Imersão da metodologia, com o levantamento da história do artesanato fuxico, da imersão da pesquisadora na cultura do fuxico, além da apresentação do processo realizado para a criação do novo desenho e das novas fases projetuais do método de ensino.

No **Capítulo 5 – Do modelo experimental ao método de ensino** – , apresenta-se resultados da fase Concepção, como a mudança epistemológica de modelo projetual a método de ensino; a apresentação das técnicas desenvolvidas para operacionalizar as fases projetuais do método, além dos instrumentos de ensino desenvolvidos para a fase de Experimentação.

No **Capítulo 6 – Avaliação e validação do método de ensino** – apresenta-se os resultados das fases Experimentação e Apresentação da metodologia. São mostrados os resultados alcançados com a experimentação do método com professoras do Instituto Federal da Paraíba (IFPB) e aqueles alcançados com a apresentação do método para professores especialistas em sistemas de identidades visuais.

No **Capítulo 7 – Versão atual do método de ensino Roda de Fuxico** – apresenta-se o próprio método de ensino, com as técnicas escolhidas, desenvolvidas e remodeladas após avaliação dos professores. São expostas as sugestões de planos de ensino, de planejamentos das aulas, de material para leitura, de apresentações das aulas (*slides*), de exercícios e de avaliação. Este material está organizado em pastas e disponível para consulta e utilização em no *drive* https://drive.google.com/drive/folders/1f9KidUJcCi12vhq6T6X3juRH5diBtg_4.

E, por fim, no **Capítulo 8 – Reflexões Finais e Considerações** – discorre-se sobre reflexões advindas do desenvolvimento da pesquisa, aprendizados, o alcance de objetivos, dificuldades e considerações acerca de possibilidades de desdobramentos futuros.

Nos Apêndices e Anexos reúnem-se documentos e produções resultantes que complementam a pesquisa.

2 CAPÍTULO 2 - METODOLOGIA

Neste Capítulo 2 apresenta-se a metodologia detalhada da pesquisa Roda de Fuxico. Inicia-se com a apresentação da epistemologia que envolve a pesquisa. Em seguida, a exposição do desenho da metodologia, expandindo o Quadro síntese 1.2, (apresentado na Introdução) – em forma de infográficos e textos explicativos. Por fim, detalha-se cada etapa da metodologia, com a descrição de suas subetapas, métodos, técnicas e ferramentas.

A pesquisa Roda de Fuxico está alinhada a uma perspectiva epistemológica subjetivista, onde descobertas nem sempre puderam ser generalizáveis, teorias nem sempre partiram de hipóteses; ao contrário, novas hipóteses surgiram no caminho. Os métodos utilizados foram essencialmente qualitativos e os resultados foram ricos em detalhes empíricos, mas nem todos foram conclusivos do ponto de vista quantitativo. As inferências, por outro lado, foram baseadas na interpretação da pesquisadora (RYAN; SCAPENS; THEOBALD, 2002).

A pesquisa enquadrou-se no âmbito das Ciências Sociais Aplicadas, com proposições metodológicas que se complementaram entre si: (1) de formular teorias (exploratória); (2) de resolver problemas para ambiência do estudo, com área da educação em design (pesquisa-ação); e (3) de se comprometer com a aplicação do conhecimento científico aliada à aceitação dos saberes e locais (pesquisa-ação participante).

Quanto ao caráter exploratório, o método Roda de Fuxico adentrou novos caminhos, trouxe novidades e, por isso, careceu de validações. A novidade do Roda de Fuxico foi oferecer em seu método apoio didático, o que o caracterizou como método de ensino.

Para além de se configurar como método de ensino, apresenta técnicas e ferramentas que inserem diversos atores nos processos de criação, incluindo aqueles com posições divergentes, apoiando-se, para isso, no Design Participativo (CAMARGO; FAZANI, 2014; IBARRA, 2018; SANDERS, 2006, 2013). Cristina Ibarra apresenta um conceito para o Design Participativo que se aproxima ao método Roda de Fuxico, apesar de o objeto de estudo não ser o mesmo. Para Ibarra (2018, p. 115), o Design Participativo “é um processo de pesquisa e de desenvolvimento que dá suporte à aprendizagem mútua entre diferentes participantes em meio de uma reflexão-na-ação coletiva”.

Quanto ao tipo de pesquisa coletiva, o Roda de Fuxico encaixou-se na modalidade de pesquisa-ação (O’ BRIEN, 1998; RICHARDSON, 2012; THIOLLENT, 2011). Thiollent (2011, p. 20) apresentou a pesquisa-ação como um tipo de pesquisa social de base empírica que é concebida com associação a uma ação ou à resolução de um problema coletivo. O Roda de Fuxico foi construído e modificado ao longo da aplicação da metodologia, aprendendo e sendo refeito a cada processo imersivo de troca com as pessoas que influenciaram e avaliaram o método. O’ Brien (1998, p. 2, tradução nossa) acredita que pesquisa-ação é “aprender fazendo”. Thiollent (2011, p. 21) também esclarece que o tipo de metodologia da pesquisa-ação encontra um ambiente favorável quando os pesquisadores entendem que as pessoas implicadas no processo de ação “têm algo a dizer e a fazer”.

Mais especificamente, o Roda de Fuxico se enquadra na categoria de pesquisa-ação participante, por ser uma modalidade de pesquisa comprometida com a aplicação do

conhecimento científico (SANTOS, 1989, p. 159) e por ter como princípios essenciais: (i) lugar em situações concretas em que o pesquisador está comprometido; (ii) processo entre grupos que trabalham a seu favor; (iii) pesquisador envolvido na luta pelo equilíbrio do poder; (iv) aceitação de que limites e deficiências dos saberes locais não justificam a recusa destes, porque isso significaria desarmar, argumentativa e socialmente, seres competentes (NOVAES; GIL, 2009).

A pesquisa-ação participante tem origens latino-americanas, como em Fals Borda (1982, 1977) e Paulo Freire (2020, 2014, 1992). Foi definida por Fals Borda (1977) como uma metodologia inserida no processo vivencial para os grupos de base, com conhecimento social a partir da integração do saber da comunidade com a pesquisa acadêmica. Com a pesquisa-ação participante, pretendeu-se remodelar o método Roda de Fuxico a partir da aprendizagem com os saberes e fazeres da comunidade criativa.

Cruz (2020) reforça essa intenção, em *A prática decolonial: outras formas de projetar são possíveis*, ao refletir que quando se trabalha com comunidades, percebe-se que o conhecimento delas é valioso e que podemos aprender a projetar esse conhecimento, ao invés de reproduzir modelos estrangeiros.

A decisão de aprender com a cultura local brasileira, portanto, se afastou da proposição de aceitar caminhos e metodologias advindos de culturas estrangeiras (principalmente eurocêntricas e norte-americanas), reforçando, no Brasil, uma postura de país colonizado. Ao contrário, a intenção foi de se aproximar do paradigma de que métodos brasileiros possam parar de imitar os processos que espelham aqueles baseados nos ensinamentos importados (BORGES, 2012; CAMEIRA, 2016; CARDOSO, 2004; MELO, 2005, 2008; MELO; RAMOS, 2011; PAULA *et al.*, 2010).

Quanto aos paradigmas da Ciência Social, o método utilizado foi o de métodos mistos, uma investigação que combinou abordagens quantitativas e qualitativas (GIL, 2019; RICHARDSON, 2012). A escolha pela modalidade de métodos mistos se justificou, entre outros motivos, por se pretender reformular o método por meio de múltiplas fases. Entretanto, vale frisar que a ênfase da pesquisa Roda de Fuxico foi a abordagem qualitativa, ou seja, o conhecimento gerado não foi objetivo, mas socialmente construído pelas pessoas envolvidas no estudo, incluindo-se a própria pesquisadora.

Dentro da abordagem dos métodos mistos, utilizou-se o delineamento multifásico (GIL, 2019, p. 68), em que a pesquisadora investigou um problema mediante a realização de estudos interconectados. De acordo com o delineamento multifásico (GIL, 2019), desenvolveu-se o desenho da metodologia utilizada na pesquisa Roda de Fuxico.

Em consonância com os objetivos operacionais da pesquisa, planejou-se as cinco etapas da metodologia: Teoria, Imersão, Concepção, Experimentação e Apresentação. Expõe-se uma ilustração-síntese de cada etapa macro da metodologia, na Figura 2.1.

Figura 2.1 – Etapas macro da metodologia relacionadas aos objetivos da pesquisa



Fonte: a autora (2022)

Na primeira etapa – **Teoria** – realizou-se investigações sobre a teoria de sistemas de identidades visuais que embasaram a pesquisa.

Na segunda etapa – **Imersão** – realizou-se investigações sobre os saberes e o processo de fazer artesanal local, constantes na cultura do artesanato fuxico e nas rodas de fuxico (reuniões para se produzir o artesanato).

Na terceira etapa – **Concepção** – realizou-se a reformulação do modelo experimental para método de ensino, com sugestões de planos de ensino, planejamento de aulas, material de leitura, exercício e ferramentas para auxiliar a avaliação dos exercícios. Realizou-se, ainda, o desenvolvimento de técnicas participativas para as fases projetuais do método.

Na quarta etapa – **Experimentação** – realizou-se avaliação empírica do método de ensino com a aplicação do mesmo por duas professoras do Instituto Federal da Paraíba (IFPB) - *Campus Cabedelo*.

Na quinta etapa – **Apresentação** – apresentou-se o Método Roda de Fuxico, de forma remota, para professores especialistas em sistemas de identidades visuais.

Em consonância com a pesquisa-ação (O'BRIEN, 1998; RICHARDSON, 2012; THIOLLENT, 2011) e a pesquisa-ação participante (FALS BORDA, 1977; FREIRE, 1992; NOVAES; GIL, 2009), as etapas Teoria, Imersão e Concepção serviram para compor a primeira versão do Roda de Fuxico, que foi aprimorada a partir das sugestões recebidas nas fases Experimentação e Apresentação.

Da mesma maneira, de acordo com o modelo multifásico (GIL, 2019), cada etapa da metodologia gerou resultados que demandaram um próximo passo projetual, como em uma estrutura encadeada, mesmo que o caminho não tenha sido percorrido de forma linear. Por este motivo, apresenta-se o detalhamento da metodologia, demonstrando, ao final de cada etapa, breves resultados, no sentido de apontar questões que motivaram o passo seguinte.

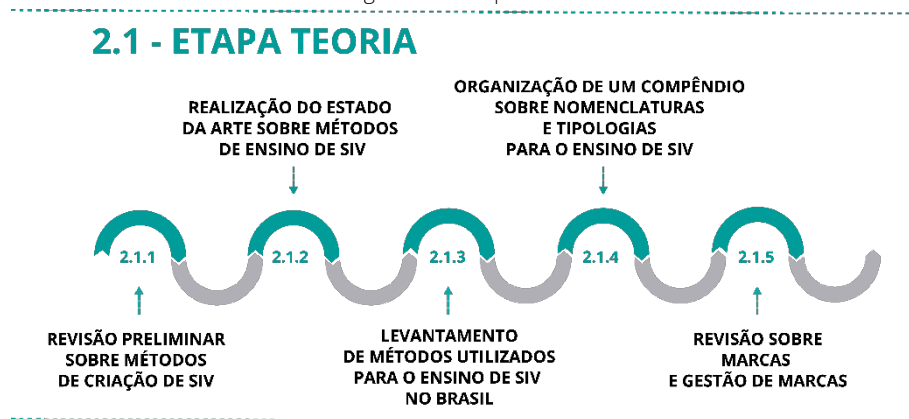
2.1 Etapa Teoria

A etapa **Teoria** foi realizada para investigações sobre aspectos teóricos que envolvem o ensino de sistemas de identidades visuais, a fim de fundamentar a construção do método. Foram utilizadas as técnicas de revisão de literatura, pesquisa documental (GIL, 2019), revisão

sistemática de literatura (CROSSAN; APAYDIN, 2009; OBREGON et al., 2015) e aplicação de questionários com professores (GIL, 2019).

A etapa Teoria foi desenvolvida em cinco subetapas, ilustradas na Figura 2.2.

Figura 2.2 – Etapa Teoria



Fonte: a autora (2022)

2.1.1 Revisão preliminar sobre métodos de criação de SIV

Inicialmente foi realizada uma revisão de literatura preliminar com autores que possuem livros publicados sobre métodos projetuais de sistemas de identidades visuais: Munari (2008); Peón (2011); Strunck (2012) e Wheeler (2012).

A revisão bibliográfica foi baseada nos passos indicados por Gil (2019, p. 79):

(i) identificar as fontes bibliográficas; (ii) leitura do material; (iii) seleção de trechos relevantes; (iv) fichamento; (v) organização lógica do trabalho; e (vi) redação síntese do texto, com a interpretação do pesquisador.

A revisão preliminar incentivou a pesquisa do estado da arte sobre métodos de ensino de SIV no Brasil, expandindo o estudo para novos autores do campo de conhecimento.

2.1.2 Realização do estado da arte sobre métodos de ensino de SIV no Brasil

Para o levantamento do estado da arte sobre métodos específicos desenvolvidos por outros pesquisadores do campo, realizou-se uma revisão sistemática de literatura (RSL).

A revisão sistemática se apoiou nos passos sugeridos por Obregon (2017): (i) definição da pergunta; (ii) definição das bases de dados a serem pesquisadas; (iii) definição da área de concentração da pesquisa; (iv) elaboração do protocolo de pesquisa, com definição dos critérios de busca; (v) definição de campos a serem pesquisados; (vi) refinamento da pesquisa; (vii) análise descritiva; e (viii) síntese. Para os critérios de busca, a autora define: (a) tipo de documento, (b) período de publicação; (c) idioma, (d) filtro com palavras-chave, (e) critérios para inclusão e (f) critérios para exclusão.

Para a operacionalização da RSL definiu-se como bases de dados artigos científicos em anais de Congressos de Design no Brasil, onde poderiam estar publicados trabalhos resultantes de pesquisas do campo. Os anais elencados foram os do Congresso Internacional

de Design da Informação (CIDI) e do Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design (P&D). O Quadro 2.1 apresenta o protocolo com os critérios de pesquisa.

Quadro 2.1 – Protocolo para revisão sistemática de literatura em anais de Congresso de Design

Fonte de pesquisa	Palavras-chave para busca	Crítérios de inclusão	Crítérios de exclusão
Anais do CIDI	“metodologia de ensino” ou “método de ensino” ou “metodologia” ou “método” ou “branding” e “identidade visual” ou “marca”	Apresentar uma metodologia para ensino de criação de identidades visuais	Não apresentar metodologia para criação de sistemas de identidades visuais
Anais do P&D			

Fonte: a autora (2020)

O estado da arte sobre métodos utilizados para o ensino de SIV reforçou a hipótese de que os métodos publicados e utilizados eram essencialmente projetuais, ou seja, não foram encontrados métodos que apresentassem instrumentos que apoiassem professores nesta área de ensino. A partir disso, foi realizado um levantamento com professores sobre os métodos que os mesmos utilizavam em seu processo de ensino-aprendizagem.

2.1.3 Levantamento de métodos utilizados para o ensino de SIV no Brasil

Realizou-se primeiramente uma revisão de literatura sobre a história do ensino de design no Brasil, para tentar localizar indícios de colonialidade nesta área de ensino.

Depois realizou-se uma investigação sobre metodologias utilizadas por professores que ministram disciplinas de SIV nas universidades públicas brasileiras, a fim de conhecer mais de perto essa realidade no Brasil. Tais investigações foram realizadas por meio de entrevistas estruturadas (GIL, 2019), com aplicação de questionários eletrônicos.

Antes de conduzir as entrevistas, foi necessário realizar um mapeamento do universo de cursos superiores de Design no Brasil. A pesquisa documental foi realizada na última sinopse estatística da educação superior, disponível no portal do Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira - INEP². A sinopse apresenta os dados gerais dos cursos de graduação, por categoria administrativa das instituições de ensino superior, reconhecidos pelo Ministério da Educação até o ano de 2018.

Como recorte desses dados, foram selecionadas informações sobre a quantidade de cursos de Design, Design Gráfico, Design de Produto e Desenho Industrial constantes em universidades públicas e privadas do Brasil. Não foram incluídos na seleção os cursos de Design de Interiores e Moda, por se entender que a probabilidade de constar a disciplina de projeto de SIV neles é menor.

Diante disso, o universo inicial foi de 353 cursos das Instituições de Ensino Superior brasileiras, como pode ser visto no Quadro 2.2, com uma síntese quantitativa desses cursos no país, reconhecidos pelo Ministério da Educação até o ano de 2018 (BRASIL, 2018).

² Disponível em: <http://portal.inep.gov.br/web/guest/sinopses-estatisticas-da-educacao-superior>.

Quadro 2.2 – Cursos superiores de Design em instituições públicas e privadas no Brasil – ano 2018

DISTRIBUIÇÃO DE CURSOS SUPERIORES DE DESIGN NO BRASIL									
REGIÃO	Design		Design Gráfico		Design de Produto		Desenho Industrial		Total
NORTE	Pública	Privada	Pública	Privada	Pública	Privada	Pública	Privada	15
AC	-	-	-	-	-	-	-	-	-
AM	1	2	-	3	-	1	-	-	7
AP	1	1	-	-	-	-	-	-	2
PA	2	1	-	1	-	1	-	-	5
RO	-	-	-	-	-	-	-	-	-
RR	-	-	-	1	-	-	-	-	1
TO	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total Norte	4	4	-	5	-	2	-	-	15
NORDESTE	Pública	Privada	Pública	Privada	Pública	Privada	Pública	Privada	46
AL	1	-	-	2	-	-	-	-	3
BA	2	2	-	4	-	2	-	-	10
CE	2	1	-	4	1	1	-	-	9
MA	1	2	-	-	-	-	-	-	3
PB	2	-	1	1	-	-	-	-	4
PE	2	2	1	6	-	-	-	-	11
PI	-	1	-	1	-	-	-	-	2
RN	1	-	-	1	-	-	-	-	2
SE	1	-	-	1	-	-	-	-	2
Total Nordeste	12	8	2	20	1	3	-	-	46
CENTRO-OESTE	Pública	Privada	Pública	Privada	Pública	Privada	Pública	Privada	17
DF	-	-	-	5	1	-	1	-	7
GO	-	1	3	5	-	-	-	-	9
MT	-	-	-	-	-	-	-	-	-
MS	-	-	-	1	-	-	-	-	1
Total Centro-Oeste	-	1	3	11	1	-	1	-	17
SUDESTE	Pública	Privada	Pública	Privada	Pública	Privada	Pública	Privada	161
ES	1	1	-	1	-	2	-	-	5
MG	3	4	1	8	2	1	-	-	19
RJ	2	12	1	10	-	-	3	1	29
SP	3	36	1	55	1	7	-	5	108
Total Sudeste	9	53	3	74	3	10	3	6	161
SUL	Pública	Privada	Pública	Privada	Pública	Privada	Pública	Privada	101
PR	3	7	4	12	2	2	-	4	34
RS	2	17	2	11	1	8	1	-	42
SC	2	12	1	7	3	-	-	-	25
Total Sul	7	36	7	30	6	10	1	4	101
EAD	Pública	Privada	Pública	Privada	Pública	Privada	Pública	Privada	13
EAD	-	1	-	7	-	5	-	-	13
BRASIL POR CATEGORIA	32	103	15	147	11	30	5	10	353
BRASIL POR CURSO	135		162		41		15		353

Fonte: a autora (ano), a partir do portal do INEP (2018)

Para a seleção da amostra de professores a serem entrevistados (GIL, 2019), realizou-se um novo recorte, selecionando apenas os cursos de Design de universidades públicas brasileiras. A escolha por ouvir professores de universidades públicas foi consonante com a definição dos sujeitos potenciais da pesquisa de doutorado: preferencialmente as instituições públicas de ensino. Esta posição permitiu a conformidade por parte da pesquisadora diante de fazer parte de um sistema público de ensino, no desempenho do seu papel profissional como professora, além de que se encontrava em formação acadêmica por uma universidade federal brasileira.

A partir do novo recorte, passou-se a trabalhar com um universo amostral de 63 cursos de Design, sendo 4 na região Norte, representando 6.35% dos cursos; 15 na região Nordeste, 13% dos cursos; 5 na região Centro-Oeste, 7,94%; 18 na região Sudeste, 28.58% e 21 cursos na região Sul, representando 33.33% da amostra.

Diante desse novo universo, partiu-se do pressuposto de que cada curso de Design conta com pelo menos um professor que ministra disciplinas que envolvem criação de SIV. Assim, optou-se por selecionar uma amostra de forma estratificada e proporcional a cada subgrupo de cursos de Design identificado anteriormente (Quadro 2.2). Segundo Gil (2019, p. 105), esse tipo de amostragem assegura a representatividade. A amostra mínima definida para as entrevistas foi de doze professores, o que representa 20% do universo de 63 professores (um por curso). Além disso, a quantidade de professores a ser entrevistada foi estratificada por região, de acordo com a proporção de cursos existente em cada uma delas. No Quadro 2.3 pode ser visto o protocolo para escolha da amostra de professores.

Quadro 2.3 – Protocolo para escolha da amostra de professores de Design

Fonte de pesquisa	Universo	Amostra mínima
Professores dos cursos de Design que ministram disciplinas de IV nas universidades públicas brasileiras (INEP, 2018)	63 professores de identidade visual dos cursos de Design, Design Gráfico, Design de Produto e Desenho Industrial das universidades públicas brasileiras.	12 professores de SIV
		Região Norte – 6,35% - 1 professor
		Região Nordeste – 13% - 2 professores
		Região Centro-Oeste – 7,94% - 1 professor
		Região Sudeste – 28,58% - 4 professores
		Região Sul – 33,33% - 4 professores

Fonte: a autora (2020), a partir do portal do INEP (2018)

O instrumento utilizado para entrevistar os professores foi um questionário eletrônico contendo: (i) o curso e as disciplinas que lecionam; (ii) a experiência dos professores em ministrar disciplinas que envolvem criação de IV; (iii) os métodos e autores que os professores utilizam em seu processo de ensino; e (iv) as etapas de um método de ensino próprio, caso revelasse possuir (ver Apêndice A).

Como a princípio não se tinha a informação dos professores que ministravam disciplinas que envolvessem a criação de identidades visuais, primeiramente enviou-se o instrumento aos coordenadores de curso de Design de vinte e quatro universidades públicas, solicitando que eles o encaminhassem aos professores das referidas disciplinas. A quantidade de questionários enviados se justifica pela busca por garantir a amostra mínima de respostas. Obteve-se dezenove questionários respondidos, sendo dezesseis por professores de cursos de Design e três dos cursos de Publicidade e Jornalismo, estes últimos descartados por não atender aos critérios da amostra. Desta maneira, com dezesseis questionários válidos, conseguiu-se superar a meta da amostra mínima pretendida de doze respostas.

Quadro 2.4 – Questionários válidos para entrevista com professores de Design

Região	Universidades com curso de Design	Amostra Mínima	Questionários válidos
NORTE	UEPA	1	4
NORDESTE	UFRN, IFPB,	2	3
CENTRO-OESTE	UNB	1	1
SUDESTE	UFMG, UFRJ, UFES	4	4
SUL	UFSM, UFRGS, UFTPR, UFSC	4	4
TOTAL	11 Universidades	12	16

Fonte: a autora (2020), a partir do portal do INEP (2018)

O levantamento de métodos utilizados para o ensino de SIV no Brasil apontou para uma falta de consenso em relação a nomenclaturas e tipologias utilizadas para a criação de sistemas de identidades visuais. A partir disso, foi desenvolvido um compêndio sobre o tema onde tomou-se partido sobre os termos a serem adotados pelo método de ensino Fuxico.

2.1.4 Criação de um compêndio sobre nomenclaturas e tipologias de SIV

A sistematização do compêndio ocorreu a partir de autores apontados pelos professores de universidades públicas brasileiras, em resposta à inquirição sobre metodologias que utilizam para ministrar disciplinas de SIV, em conjunto com aqueles autores pesquisados na revisão preliminar. O conjunto de autores escolhido, portanto, foi: Chaves (1996); Semprini (2006); Frutiger (2007); Costa (2008); Coelho (2008); Airey (2010); Wong (2010); Finizola (2010); Peón (2011); ADG (2012); Wheeler (2012); Strunck (2012); Healey (2012); Lupton (2013); Rodrigues (2013); Cameira (2016); Monteiro *et al.* (2017) e Consolo (2021).

2.1.5 Revisão sobre marcas e gestão de marca

Foi realizada uma revisão de literatura sobre história das marcas, a partir de Cameira (2016), Costa (2008) e Meggs (2009) e conteúdos sobre gestão de marca, a partir de Airey (2010), Cameira (2016), Consolo (2021), Peón (2009), Strunck (2012) e Wheeler (2012). A nova revisão também foi baseada nos passos indicados por Gil (2019, p. 79).

2.2 Etapa Imersão

Na segunda etapa – **Imersão** – realizou-se investigações sobre os saberes da cultura do artesanato fuxico e das rodas de fuxico. Para isso, foram realizadas revisões de literatura, entrevistas com fuxiqueiras no estado do RN, além da participação da pesquisadora em rodas de fuxico na AMJOPAR - Associação de Mulheres e Jovens das Comunidades Rocinha e Pau Brasil, situada no município de São José de Mipibu, no Rio Grande do Norte.

A intenção primeira da aproximação foi de renomear as fases projetuais do modelo experimental. Almejou-se uma nova nomenclatura para as fases projetuais que se aproximasse do caminho realizado no feito do artesanato, que trouxesse uma representação original da região pesquisada e que não somente repetisse nomes importados, possivelmente mais apropriados à cultura estrangeira.

Entretanto, para além de aspectos ligados à nomenclatura, a imergência na cultura do fuxico motivou a investigação para se realizar uma correspondência entre o processo das fuxiqueiras e o método de ensino, dando um passo à decolonização do ensino de design. Para isso, a imersão foi desenvolvida em quatro subetapas, ilustradas na Figura 2.3.

Figura 2.3 – Etapa Imersão

2.2 - ETAPA IMERSÃO



Fonte: a autora (2022)

2.2.1 Levantamento de história sobre o artesanato fuxico

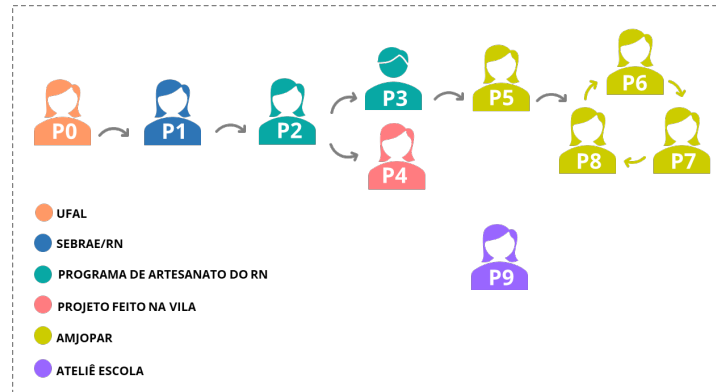
Realizou-se a primeira ação de aproximação com a cultura do artesanato fuxico, por meio de uma revisão de literatura. A busca foi realizada no *Google Acadêmico*, com os termos “artesanato fuxico” e “origem do artesanato fuxico”. A escolha pela busca em um portal genérico se deu pelo fato de não se saber, ao certo, em que área poderiam estar publicados trabalhos acadêmicos acerca do fuxico.

2.2.2 Entrevistas com fuxiqueiras do RN

Realizou-se uma aproximação etnográfica por meio de entrevistas com fuxiqueiras do estado do Rio Grande do Norte. Para identificação do grupo de fuxiqueiras, utilizou-se a técnica cadeia de informantes (BALDIN; MUNHOZ, 2011). Com esta técnica, os primeiros entrevistados indicaram novos participantes, que por sua vez indicaram outros e assim sucessivamente, até que fosse alcançado o ponto de saturação, ou seja, o momento em que não se teve mais dados novos ou em que o objetivo da pesquisa foi atingido.

O primeiro contato foi com uma professora do curso de Design da Universidade Federal de Alagoas (UFAL) que tem experiência com artesanato. A professora da UFAL (P0) indicou a coordenadora de artesanato do SEBRAE/RN (P1), que indicou a coordenadora do programa de artesanato do Rio Grande do Norte, Graça Leal (P2). Graça Leal indicou o técnico do programa de artesanato, Domingos Sávio (P3) e a coordenadora do projeto Feito na Vila, Leda Sodré (P4). Sávio, por sua vez, indicou a Presidente da AMJOPAR - Associação de Mulheres e Jovens das comunidades Rocinha e Pau Brasil, Eliana Cardoso (P5) em São José de Mipibu-RN. Eliana indicou as fuxiqueiras Maria de Lourdes (P6), Maria da Glória (P7) e Adelma (P8). Além disso, de forma desencadeada, a pesquisadora descobriu que Dilza Costa (P9) teve um ateliê escola na cidade de Natal para o ensino do fuxico e, por isso, Dilza também foi entrevistada. A Figura 2.4 mostra o processo de identificação das fuxiqueiras para entrevistas.

Figura 2.4 – Processo de identificação das fuxiqueiras



Fonte: a autora

Em relação à sua participação, as fuxiqueiras manifestaram interesse como voluntárias, assinando um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) e um termo de uso de imagem. Os termos informaram os riscos da participação voluntária e garantiram o direito às fuxiqueiras de desistir da participação em qualquer momento da pesquisa, sem ônus algum. Além disso, foi oferecido como benefício às participantes um treinamento sobre o uso da cor, com o intuito de proporcionar uma troca de aprendizados. Exemplos de TCLE estão no Anexo A.

Para as conversas, utilizou-se a técnica de entrevistas de história de vida (THIOLLENT, 1982). As entrevistas foram semiestruturadas, utilizando-se um roteiro para estimular as fuxiqueiras a contar fragmentos de suas histórias de vida, das quais o fuxico fazia parte.

Ao todo, foram realizadas sete entrevistas com P2, P4, P5, P6, P7, P8 e P9, no período de 23/03/2021 a 01/07/2021. P0, P1 e P3 não eram fuxiqueiros, por isso não foram entrevistados. As seis primeiras entrevistas foram conduzidas de forma remota e gravadas por meio do aplicativo para reuniões virtuais *Google Meet*. A sétima entrevista foi realizada na residência da fuxiqueira P9, atendendo aos protocolos de segurança sugeridos pelos órgãos de saúde, em função da pandemia da Covid-19. A média de tempo utilizado em cada entrevista foi de cinquenta minutos.

Para análise e interpretação das entrevistas, utilizou-se os quatro passos apresentados por Morse (2003): apreensão, síntese, teorização e recontextualização.

2.2.3 Participação nas rodas de fuxico

A pesquisadora participou como fuxiqueira aprendiz em uma roda de fuxico, com três fuxiqueiras (Maria de Lourdes, Maria da Glória e Adelma) da Associação AMJOPAR. A participação aconteceu no dia 28/06/2021, de forma remota, por causa da pandemia da Covid-19. As fuxiqueiras, em São José de Mipibu-RN, ensinaram a pesquisadora, em Natal-RN, a confeccionar uma flor de fuxico, além de conversarem livremente. Para registrar a participação nas rodas de fuxico, a pesquisadora utilizou a observação participante (Angrosino, 2009), com anotações em diário, aliada à gravação em vídeo.

Na abordagem de aprender com o processo das fuxiqueiras houve a intenção de encontrar uma correspondência metodológica com o fazer artesanal, entendendo as

manifestações da cultura popular como providas de sistematização. Para análise e interpretação da participação na roda de fuxico utilizou-se, assim como nas entrevistas, as fases de análise de Morse (2003): apreensão, síntese, teorização e recontextualização.

2.2.4 Criação do novo desenho e da nomenclatura das novas fases projetuais

Realizou-se a criação do novo desenho e a nova nomenclatura das fases projetuais do método, diretamente influenciados pela imersão na cultura do fuxico. O desenho foi realizado a partir de uma foto que foi registrada em momento de observação, apresentando sete fuxiqueiras sentadas em roda.

Para a construção da nomenclatura das novas fases do método, assim como foi feito na interpretação das entrevistas e na participação na roda de fuxico, desenvolveu-se os passos de análise de Morse (2003). Na apreensão, realizou-se a gravação das entrevistas e participação nas rodas de fuxico. Na síntese, elaboração de texto síntese, destacando-se expressões-chave. Na teorização, definiu-se um agrupamento das expressões-chave em categorias semânticas de mesmo significado. E na recontextualização, a escolha de um verbo para nomear cada uma das sete fases do Roda de Fuxico, a partir de categorias semânticas correspondentes a fases genéricas de projeção em design.

2.3 Etapa Concepção

Na terceira etapa – **Concepção** – realizou-se a reformulação do modelo experimental para método, com sugestões de conteúdos específicos para o ensino, além do desenvolvimento de técnicas para as fases projetuais do método, como pode ser visto na Figura 2.5.

Figura 2.5 – Etapa Concepção



Fonte: a autora (2022)

2.3.1 Consulta ao Comitê de Ética

Realizou-se a consulta ao Comitê de Ética em Pesquisa da UFPE (CEP-UFPE), protocolo CAAE 48341421.9.3002.5185, com o objetivo de aprovar as ações propostas para a aplicação do método de ensino (fases Experimentação e Apresentação), garantindo que não seriam danosas para os estudantes que dela participassem (GIL, 2019, p. 37).

As etapas Experimentação e Apresentação só foram realizadas após a aprovação do projeto de pesquisa pelo CEP-UFPE. A documentação foi enviada em 18/06/2021 e a primeira aprovação, depois de realizadas as modificações indicadas, ocorreu em 28/09/2021.

Para a fase de Experimentação do método, o CEP-UFPE aprovou sua aplicação em uma turma do curso de Design Gráfico do Instituto Federal da Paraíba - IFPB e em uma segunda turma no Instituto Federal de Pernambuco - IFPE. A primeira turma no IFPB foi realizada no período de 13/10/2021 a 26/02/2022 e a segunda turma no IFPE estava programada para iniciar no mês de março de 2022. Entretanto, o IFPE ocasionalmente não ofertou naquele período a disciplina que contemplava o conteúdo sobre SIV, o que dificultaria a coleta de dados da pesquisa de campo. Assim, diante daquela circunstância, encaminhou-se uma emenda do projeto ao CEP-UFPE para modificar o local de coleta de dados da segunda turma, que foi realizada no próprio IFPB, em turma subsequente da disciplina de Programação Visual I, ministrada por outra professora. O novo parecer consubstanciado foi aprovado em 21/03/2022, como consta no Anexo B.

Para aplicação no IFPB, o Instituto Federal emitiu uma carta de anuência informando a permissão para a pesquisadora aplicar o método naquela instituição. Todos os estudantes tiveram acesso ao documento, tomaram conhecimento da pesquisa e assinaram um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido antes de iniciar a Experimentação.

2.3.2 Mudança de modelo preliminar para método de ensino

Ao definir a mudança epistemológica, baseou-se nas definições de Coelho (2008), Ferreira (2010), Gondim (2002), Greimás e Courtés (2013) e Pazmino (2015), para se optar pela nomenclatura utilizada pelo método.

Para admitir o método como de ensino, baseou-se em Rangel (2014, p. 15), onde métodos de ensino são compostos por “planejamento, prática e avaliação”. Compreendeu-se também valores éticos vistos em Freire (2020, p. 27) que estimulam o que chamou de “força criadora do aprender”. O Quadro 2.5 apresenta uma síntese de pressupostos encontrados em Freire (2020, p. 28-46) e que fazem parte da ética do Roda de Fuxico.

Quadro 2.5 – Pressupostos éticos do método de ensino Roda de Fuxico

Rigorosidade metódica	Considerar os educandos como sujeitos da construção do saber ensinado, ao lado do educador, igualmente sujeito do processo.
Ensino com pesquisa	Estimular a realização contínua de pesquisa, entendendo que não há ensino sem pesquisa, nem pesquisa sem ensino.
Respeito aos saberes dos educandos	Aproveitar a experiência e os saberes que os estudantes trazem em relação ao ensino do conteúdo.
Críticidade	Incentivar a curiosidade como inquietação indagadora, o que chamou de curiosidade epistemológica.
Estética e ética	Despertar uma crítica aos desvios fáceis com que somos tentados a abandonar os caminhos diante de dificuldades encontradas.
Corporificação de palavras pelo exemplo	Manter o pensar e o fazer em sintonia.
Risco, aceitação do novo e rejeição a qualquer forma de discriminação	Incentivar a aceitação do risco, das novidades, das diferenças e de opiniões oponentes.
Reflexão crítica sobre a prática	Estimular o movimento ativo entre o fazer e o pensar sobre o fazer.
Reconhecimento e assunção da identidade cultural	Assumir-se e reconhecer-se com sua condição social e histórica, pensante, transformadora, criadora e realizadora de sonhos.

Fonte: a autora (2022) a partir de adaptação de Freire (2020)

O pressuposto de Paulo Freire (2020) de reconhecer e assumir a identidade cultural é, se não o mais significativo, aquele que “suleou”, no lugar de norteou (FREIRE, 1992, p. 294), a mudança de nomenclatura do próprio método e das fases projetuais que apoiam seu desenvolvimento. Assumir-se como um método brasileiro, que baseia a construção de suas

fases no fazer local, é também reconhecer a importância da condição social e histórica do professor e do estudante brasileiro para o desenvolvimento deste processo de ensino/aprendizagem, referendando o pressuposto de dar um passo à decolonização no ensino de design.

2.3.3 Definição dos atores e fatores do método Roda de Fuxico

Definiu-se atores do método (os fuxiqueiros) e os fatores que influenciam a criação de sistemas de identidades visuais, a partir da experiência advinda do modelo experimental, da aprendizagem na imersão na cultura do fuxico e das reflexões e estudos durante o doutorado.

Quanto aos **atores**, a partir de uma analogia com a psicologia sobre o desenvolvimento interpessoal, o modelo da Janela de Johari (LUFT; INGHAM, 1961 *apud* MOSCOVICI, 1997), aliado à visão de Melo (2005) e Bonsiepe (2011) sugeriu-se que a reunião somente com os clientes não é suficiente para se perceber os atributos de uma instituição. Com esta perspectiva, o método Roda de Fuxico evidenciou mais participantes (fuxiqueiros): o cliente, o designer e diversos sujeitos.

Em relação ao **designer em formação**, a partir de Engeström (2015) e Ravasio (2016) e das participações nas rodas de fuxico, percebeu-se a importância desse designer imbricado no processo, aprendiz, com posição não hierárquica.

Quanto ao **sujeito**, a partir de Mazarroto (2021), Souza *et al.* (2019, p.2), Almeida (2015), Bessa e Pizzocaró (2007) e Krippendorff e Butter (2007), questiona-se a palavra “usuário”, como restritiva ao significante utilizador e visto de forma generalizada, para o contexto das marcas. E desenvolveu-se uma tipificação para sujeitos de projetos de identidade visual, a partir de Eason (1987), Krippendorff e Butter (2007) e Moscovici (1997).

Com base em Almeida (2015), Bessa e Pizzocaró (2007), Engeström (2015), Krippendorff e Butter (2007), Mazzarotto (2021) e Souza *et al.* (2019), entendeu-se que os projetos de SIV que possuem usuários são aqueles de redesign. A partir dos autores Almeida (2015), Eason (1987), Krippendorff e Butter (2007) e Moscovici (1997), e reforçado pela convivência nas rodas de fuxico, criou-se uma tipologia para sujeitos, distinguindo diversas formas com as quais eles se relacionam com as marcas³.

Quanto à escolha do termo “sujeitos” para denominar o outro, apoiou-se em Touraine (2006) e na Teoria da Atividade (BARRETO CAMPELLO, 2009; ENGSTRÖM, 2015; LEONTYEV, 1981; VYGOSTKY, 1978), entendendo o sujeito como indivíduo em construção da identidade, com possibilidade de divergir, implicado e não só usuário. Percebeu-se, portanto, o sujeito como atuante no processo (CAMARGO; FAZANI, 2014; IBARRA, 2018; SANDERS, 2013).

Quanto aos **fatores**, o método de ensino sugere que se reconheça aqueles que podem influenciar na interpretação das identidades visuais: as **marcas similares**, o **contexto histórico-cultural e de aplicação** da instituição e, para os casos de redesign, a **marca atual**.

³ A tipologia encontra-se detalhada em Matos e Coutinho (2023).

Sobre as **marcas similares**, definiu-se critérios para comparação entre elementos de marcas similares. Para isso, utilizou-se os estudos da linguagem gráfica de Twyman (1979, 1982, 2004) e do design gráfico (FRASER; BANKS, 2007, 2011; GUIMARÃES, 2002; PEÓN, 2011; ROCHA, 2005; WHEELER, 2012) para a definição de critérios de análise⁴.

Em relação ao **contexto histórico-cultural e de aplicação** das marcas, o método de ensino sugere, a partir da visão de Baptista (2019, p. 62), que se perceba a influência do contexto na maneira como os sujeitos utilizam os artefatos.

Quanto ao fator **marca atual**, para casos de projetos de redesign, desenvolveu-se uma técnica de análise por lista de verificação, composta de boas práticas para SIV, desenvolvidas a partir do modelo experimental Fuxico, de Peón (2011), de Rodrigues (2013) e de Wheeler (2012). Encontrou-se ainda em Baptista (2019) um questionamento referente à decisão imperativa por mudanças disruptivas para a evolução de um artefato e desenvolveu-se a partir de Matos (2015), Watzlawick, Weakland; Fish (1977) uma tipologia para redesign.

2.3.4 Definição de técnicas para a fase de Experimentação

Escolheu-se e/ou desenvolveu-se técnicas e ferramentas para operacionalizar as fases projetuais do método de ensino Roda de Fuxico. O conjunto de técnicas disponibilizado pelo método foi desenvolvido como sugestão para serem avaliadas com professores na fase de Experimentação.

Quadro 2.6 – Técnicas escolhidas na literatura para as fases projetuais do método de ensino

Técnicas escolhidas		Fonte
1	Entrevistas	Gil (2019); Pazmino (2015)
2	Questionários	Gil (2019)
3	Pesquisa visual contextual	Noble e Bestley (2013)
4	Pesquisa bibliográfica	Gil (2019)
5	Apreensão e síntese	Morse (2003)
6	Painel de inspiração	Baxter (2000) – Painel do conceito ou significado
7	Tempestade de ideias	Osborn (1953) <i>apud</i> Besane (2016)
8	Mapa Mental	Buzan (1970) <i>apud</i> Pazmino (2015)
9	Desenho à mão livre	Pazmino (2015) – Brainwriting 635; Zimmermann (2016)
10	Vetorização	Wong (2010)
11	Letreiramento	Buggy, Araújo (2018); Cunha (2021); Novais (2022)
12	Modulação e proporção	Brockmann (1968) – Sistema de grelhas e retículas
13	Estampas	Peón (2011)
14	Aplicação em modelos	Coutinho e Rossi (1985); Peón (2011)
15	Variações de elementos	A partir de Bocchese (2014)

Fonte: a autora (2022)

⁴ Tais critérios podem ser vistos em Matos e Coutinho (2021a).

Quadro 2.7 – Técnicas desenvolvidas durante o doutorado para as fases projetuais do método de ensino

Técnicas experimentais		Inspirações
1	Caderno do designer	Fuxiqueiras
2	Crítérios para análise de similares	Matos e Coutinho (2021a) a partir de: Fraser e Banks (2011); Guimarães (2002); Peón (2011); Rocha (2005); Twyman (2004); Wheeler (2012)
3	Avaliação profissional	Modelo experimental Fuxico, Peón (2011); Rodrigues (2013); Wheeler (2012)
4	Quadro de atributos	Pazmino (2015)
5	Costura de atributos	Modelo experimental Fuxico
6	Estratégia e decisões projetuais	Modelo experimental Fuxico
7	Corposição	Modelo experimental Fuxico
8	Signos de memória	Matos e Coutinho (2021b) a partir de: Bosi (2003); Damazio (2013); Delgado (2003); Joly (2012); Nora (1994); Peón (2011); Wheeler (2012)
9	Avaliação às cegas	Modelo experimental Fuxico
10	Avaliação emocional	Emojis desenhados a partir de https://emojipedia.org/ e frases - Dalmoro e Vieira (2013); Horn (1998); Leite (2018)
11	Fechamento de arquivos	Recomendações da ABTG e ABIGRAF Guerra e Terce (2020)
12	Manual de Identidade Visual	Estrutura atualizada a partir de Consolo (2021) e Munhoz (2009)

Fonte: a autora (2022)

2.3.5 Definição de planos de ensino para a fase de Experimentação

Desenvolveu-se propostas de planos de ensino para apoio à organização dos conteúdos programáticos do método, junto com as professoras, para serem aplicadas na fase de Experimentação.

Os planos foram desenvolvidos em três momentos distintos, adaptando-se seu conteúdo aos processos de ensino de cada uma das professoras, de acordo com os pressupostos da pesquisa-ação (O'BRIEN, 1998; RICHARDSON, 2012; THIOLLENT, 2011).

O primeiro plano de ensino foi desenvolvido com a professora Renata Cadena, para a disciplina Planejamento Visual I, do curso CST em Design Gráfico, período 2021.2. O segundo plano de ensino, já com o novo conteúdo, foi desenvolvido com a professora Elaine Feitosa, para a disciplina Planejamento Visual I, do curso CST em Design Gráfico, período 2022.1.

2.3.6 Definição das aulas para a fase de Experimentação

Desenvolveu-se propostas para planejamento das aulas, encontro a encontro, referentes ao plano de ensino de 60h, visto que este plano avançado contém os conteúdos dos planos de ensino essencial, básico e intermediário.

As propostas de aula contêm sugestões de apresentações (*slides*), materiais de leitura, rodas de conversa, exercícios e instrumentos de avaliação. Quanto aos exercícios, desenvolveu-se atividades práticas em aula para fixação dos conteúdos e trabalhos para serem realizados fora da sala de aula, com previsão de tempo para orientação.

2.3.7 Propostas de oficinas para a fase de Experimentação

Propõe-se duas oficinas como complemento aos conteúdos práticos. A primeira é a oficina de cor pigmento, desenvolvida a partir da aplicação da Teoria da Atividade (TA) de Leontyev (1978, 2004) e do diagrama de Engeström (1987). A referida oficina foi aplicada e validada em ambiente de ensino com estudantes do IFRN e no 16º Encontro Regional de Estudantes de

Design Norte/Nordeste, ocorrido no período de 20 a 24/nov de 2019, em Natal, RN (vide Anexo C).

A segunda oficina foi inspirada pela oficina oferecida pela professora Renata Cadena, na primeira experimentação do método e contribuição do professor Novais (2022)⁵, que disponibilizou um material completo para ser utilizado no método Roda de Fuxico.

2.3.8 Propostas de instrumentos para apoio à avaliação

Como sugestão para avaliação dos exercícios propostos, foram construídos instrumentos com a intenção de auxiliar professores no processo avaliativo.

Para Pain (2020, p. 52), avaliar é um dos trabalhos mais complexos da prática docente. O autor reflete que no Brasil a avaliação geralmente é realizada somente pelo docente, a partir da atribuição de nota zero a dez e a apreciação é dada como realizada, sem possibilidade de refazer para aprender mais. Freire (1992), como uma resposta a esse pensamento, apresenta uma premissa de oferecer a oportunidade aos estudantes de refazer um trabalho, diante de observações recebidas em uma primeira avaliação.

Assim, os instrumentos propostos no método Roda de Fuxico contemplam a ideia de que na apresentação do trabalho os estudantes recebem uma avaliação qualitativa, apontando questões positivas e também sugestões de melhoria. Os discentes, então, têm um tempo estipulado para resolver tais sugestões, para somente depois, reenviar o trabalho e obter a menção de avaliação final.

Para a construção dos instrumentos de avaliação, foram realizadas reuniões com o professor Silvio Barreto Campello, da UFPE, além do pedagogo do IFRN Radyfran Nascimento.

A entrevista com o professor Silvio aconteceu no dia 13/04/2022 e o professor sugeriu que se utilizasse uma escala para pontuação, ao invés do valor absoluto, sendo 0 para não fez, 3 para fez com alguma imperfeição e 5, fez e entregou o esperado.

A reunião com o pedagogo Radyfran Nascimento ocorreu no dia 21/04/2022. O pedagogo, ao ser apresentado às formas propostas para avaliação dos exercícios, enfatizou que a forma de avaliar dando oportunidade para o redesign é adequada, pois ensina, indiretamente, a forma de trabalho do futuro profissional, que apresentará alternativas ao cliente e depois fará o redesign, sem que isso diminua o valor que receberá no futuro. Esta abordagem aproxima o desenvolvimento acadêmico à formação profissional do estudante.

Além disso, Radyfran Nascimento sugeriu que a pontuação do trabalho excedesse os 100 pontos, considerando que, segundo Luckesi (2011), ao se construir um instrumento avaliativo, a nota 100 é referente ao valor mínimo do conteúdo básico que um estudante precisa apreender. Segundo ele, o professor geralmente escolhe os conteúdos essenciais que, se acertados, significam pontuação 100. Por isso, sugeriu que se propusesse uma escala de 0

⁵ A oficina de Novais (2022) foi desenvolvida como parte da pesquisa de doutorado (vide Anexo D).

a 120, sendo que o estudante que chegasse a 120 pontos teria realizado mais do que o básico, mais do que o necessário. Radyfran também falou da necessidade de compor a nota do estudante com os atributos de assiduidade e comprometimento demonstrados por ele durante a disciplina.

2.4 Etapa Experimentação

Com o objetivo de avaliar empiricamente o método de ensino, realizou-se a experimentação, com as professoras do Instituto Federal da Paraíba (IFPB) - *Campus* Cabedelo. A primeira experimentação foi com a professora Renata Cadena, no semestre 2021.2, e a segunda foi com a professora Elaine Feitosa, no semestre 2022.1.

A abordagem da observação foi realizada de acordo com a ciência social compreensiva, ao defender a visão do pesquisador como participante imbricado na pesquisa, ao invés de uma posição neutra e imparcial (GOLDENBERG, 2015). Utilizou-se a técnica da observação participante (ANGROSINO, 2009) no local de aula das professoras.

A pesquisadora participou das disciplinas utilizando um diário de bordo para registrar a experiência e situações problema que pudessem indicar possíveis modificações, e atuando ativamente, quando solicitada. A observação seguiu os passos previstos na própria dinâmica de observação vista em Angrosino (2008, p. 78): (i) seleção do local, (ii) seleção dos participantes, (iii) posicionamento no local de observação, (iv) registro da experimentação, (v) afunilamento da observação a partir de fatos destoantes e (vi) realização de relatório. Ao final de cada experimentação, foram desenvolvidos ajustes ao método de ensino seguindo orientação da pesquisa-ação (O'BRIEN, 1998; RICHARDSON, 2012; THIOLLENT, 2011).

Figura 2.6 - Etapa Experimentação



Fonte: a autora (2022)

2.4.1 Definição do local

Como já foi dito anteriormente, o local definido para as duas turmas de Experimentação foi o Instituto Federal da Paraíba (IFPB) – *Campus* Cabedelo.

A escolha pela aplicação do método no IFPB foi por acessibilidade e conveniência (GIL, 2019). O IFPB atendeu ao critério de ofertar um curso superior de design gráfico que

contivesse uma disciplina com conteúdo sobre métodos de criação de sistemas de identidades visuais nos semestres 2021.2 e 2022.1, ministrado por professoras diferentes.

Por conveniência, o IFPB é o Instituto Federal mais perto da residência da pesquisadora, em Natal-RN, visto que o IFRN não oferta em seus cursos superiores, o de design gráfico.

A decisão por experimentação do método em institutos federais residiu no contexto da pesquisadora de ser professora do Instituto Federal do Rio Grande do Norte (IFRN) e se sentir motivada a retribuir à rede de ensino profissional o investimento promovido na sua formação acadêmica.

2.4.2 Escolha dos participantes

A escolha da primeira professora para a experimentação, a professora Renata Cadena, foi pelo critério de ser docente de disciplina que envolve a criação de sistemas de identidades visuais, ter turma ativa no semestre 2021.2, além de demonstrar interesse em aplicar o método.

A primeira reunião com a professora Renata Cadena foi realizada em agosto de 2021, quando foi apresentado o Roda de Fuxico. Ela demonstrou interesse em aplicar o método, por ter observado diferenças significativas em relação a outros similares. A professora Renata Cadena confirmou que iria utilizar o Roda de Fuxico em sua próxima turma de Programação Visual I, que iniciaria em outubro de 2021. A professora expôs o seu planejamento para a disciplina e informou que utilizaria as fases projetuais do Roda de Fuxico na segunda parte da mesma, como metodologia para criação de SIV.

A escolha da segunda professora para aplicar o método foi também baseada em sua disponibilidade de ministrar a disciplina no semestre 2022.1 e no interesse demonstrado em utilizá-lo em suas atividades de ensino-aprendizagem.

A primeira reunião com a segunda professora foi realizada no dia 28/03/2021, quando aprovou a experimentação do método e a proposta de plano de ensino. Elaine Feitosa resolveu utilizar o método de ensino completo (com 60h), com alguns ajustes de conteúdo.

2.4.3 Observação das professoras em sala de aula

Para a realização da observação das professoras utilizando o Roda de Fuxico como método de ensino, os dados foram coletados por meio de um diário de bordo, por uso de instrumentos de avaliação, além de registros fotográficos.

No diário de bordo foram registrados pela pesquisadora observações referentes ao andamento da aplicação do método, advindos de comentários relatados pelas docentes e estudantes, além de dúvidas que surgiram no processo. Ao final de cada disciplina, o conteúdo registrado no diário de bordo foi resumido, destacando-se as sugestões de melhoria.

A primeira turma, ministrada pela professora Renata Cadena, aconteceu no período de 13/10/2021 a 26/02/2022, na disciplina de PVI, com 23 estudantes. A modalidade da disciplina foi remota e os encontros síncronos ocorreram nas segundas-feiras, às 17h, e nas quintas-feiras, às 14h.

Foram realizados vinte e quatro encontros, dentre os quais dezoito utilizados especificamente para o método de ensino Roda de Fuxico e seis encontros com conteúdo próprios da professora. Foram ministradas aulas teóricas e expositivas de forma remota, exercícios em casa e o projeto final implementado por cinco grupos, que desenvolveram, cada um, uma alternativa para o redesign de marca de um projeto de extensão do próprio IFPB, o *Lampião Maker*.

Ao final da disciplina, a professora Renata Cadena também avaliou sua experiência com o método, a partir de um formulário de avaliação. Todas as observações e sugestões foram acatadas pela pesquisadora e o método foi atualizado antes da segunda experimentação.

A segunda experimentação foi realizada pela professora Elaine Feitosa, no período de 30/03/2022 a 30/07/2022, também na disciplina de PVI, com 39 estudantes. Com modalidade híbrida, os encontros presenciais aconteceram nas quartas-feiras, das 18h10 às 20h40, além de atividades síncronas para orientação.

Foram realizados vinte e dois encontros presenciais, utilizando o método Roda de Fuxico em seu formato integral. Como previsto no plano de ensino, foram realizados exercícios em sala, em casa e o projeto final, no qual cada um dos nove grupos desenvolveu alternativas para o redesign de instituições reais.

No último dia da disciplina, a professora Elaine Feitosa avaliou o método por meio de um questionário, apontando outras sugestões, além daquelas percebidas na observação, sendo todas acatadas pela pesquisadora e atualizadas, para a fase de apresentação com especialistas.

2.4.4 Revisão do método de ensino

Ao final da fase de Experimentação, o material de ensino recebeu os devidos ajustes, a partir das recomendações e sugestões de melhoria recebidas das professoras envolvidas.

2.5 Etapa Apresentação

Na etapa Apresentação da metodologia, apresentou-se o método Roda de Fuxico para oito professores especialistas em criação de sistemas de identidades visuais. As reuniões tiveram o objetivo de validar o método de ensino, depois da fase de Experimentação, além de se obter sugestões de melhoria, a partir da experiência prévia dos especialistas.

As sessões aconteceram de forma remota, via aplicativo *Google Meet*, modalidade que permitiu a realização das reuniões com professores especialistas distribuídos nas diversas regiões do Brasil. Os professores assinaram um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) e as reuniões tiveram durações diferentes, dependendo do tempo de interação de cada professor, mas, em média, utilizou-se 1h50 min para cada reunião, sendo 50 min de apresentação e 1 hora de conversa com os especialistas.

Para o material didático utilizado nas reuniões, desenvolveu-se uma apresentação contendo as características do método de ensino, suas fases projetuais, sugestões de planos

de ensino, aulas, exercícios e propostas para avaliação, além de um exemplo de projeto final desenvolvido com o Roda de Fuxico.

A pesquisadora formulou perguntas para serem aplicadas no final de cada apresentação, entretanto, em todas as reuniões os docentes foram inferindo e avaliando o método à medida que ocorria a exposição, de forma mais informal e participativa. As sessões foram gravadas em vídeo e a pesquisadora realizou anotações em seu diário de bordo. Ao final de cada reunião, seu conteúdo foi degravado e resumido, destacando-se as sugestões de melhoria, que, em sua maioria, foram acatadas e implementadas no método de ensino. Esta etapa de apresentação foi desenvolvida em quatro subetapas, como ilustrado na Figura 2.7.

Figura 2.7 – Etapa Apresentação



Fonte: a autora (2022)

2.5.1 Seleção de professores

Primeiramente foram selecionados dois especialistas em ministrar cursos sobre sistemas de identidades visuais: Roberto Leite (Beto Leite) e Fellipe Câmara, do Instituto Federal do Rio Grande do Norte (IFRN), para participarem de uma apresentação piloto. Os professores das reuniões piloto foram escolhidos por facilidade de contato da pesquisadora e por terem experiência no ensino. Depois, foi selecionado o docente de criação de SIV da Universidade do Ceará (UFC), Francisco Neto (Chico Neto) para mais uma apresentação piloto, a fim de verificar alterações feitas na apresentação, a partir de sugestões dos primeiros professores.

Em um terceiro momento, foram selecionados mais cinco professores para a apresentação. O universo de docentes foi formado por aqueles que ministram disciplinas sobre criação de SIV em instituições públicas de ensino superior em design no Brasil.

A amostra de professores seguiu a estratificação de um docente de cada região do Brasil. Eles foram escolhidos pelos critérios definidos para a amostra e por manifestarem interesse em conhecer o método de ensino. Foram convidados e selecionados Evandro Perotto, do Centro-Oeste; Leonardo Buggy, da região Nordeste; Fernanda Martins, do Norte; Marília Bergamo, do Sudeste; e Marília Matos, da região Sul.

2.5.2 Apresentação piloto do método a professores especialistas

A primeira apresentação piloto foi realizada para Beto Leite e Fellipe Câmara ao mesmo momento, via *Google Meet*, no dia 23/09/2022. A partir da piloto, percebeu-se a necessidade de se produzir um vídeo sobre as fases do fazer fuxico. Assim, a pesquisadora coordenou a produção de um vídeo com as fuxiqueiras de São José de Mipibu, no dia 29/09/2022, explicando as fases do fuxico e a correspondência realizada entre o fazer artesanato e as fases projetuais do método.

Para a edição do vídeo, as fuxiqueiras assinaram um termo de uso de imagem e a captação e edição foi realizada por Carmem Félix e Pedro Toscano. Com o vídeo pronto⁶, foi realizada uma nova apresentação piloto com o professor Francisco Neto no dia 21/10/2022.

2.5.3 Apresentação final do método a professores especialistas

Por ordem cronológica, as reuniões aconteceram com o professor Evandro Perotto, da Universidade de Brasília (UnB), no dia 9/11/2022; com o professor Leonardo Buggy, da Universidade Federal do Ceará (UFC), no dia 11/11/2022; com a professora Fernanda Martins, da Universidade Federal do Pará (UFPA) e da Faculdade Estácio no Pará, no dia 14/11/2022; com a professora Marília Matos, da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), no dia 17/11/2022; e, por fim, com a professora Marília Bérghamo, da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), no dia 18/11/2022.

2.5.4 Ajustes finais do material de ensino

Ao final da fase de Apresentação, o material de ensino recebeu os devidos ajustes, a partir das recomendações e sugestões de melhoria recebidas dos professores especialistas envolvidos.

O material de ensino resultante foi composto de: (i) apresentação do método de ensino; (ii) vídeo de apresentação; (iii) propostas de planos de ensino; (iv) propostas de planejamento das aulas; (v) proposta de apresentações (*slides*) com conteúdo das aulas; (vi) proposta de material de apoio para leitura e exercícios; e (vii) propostas de instrumentos para avaliação dos trabalhos⁷.

No Capítulo 3 serão apresentados os resultados alcançados com a fase Teoria da Metodologia, que deu base aos assuntos teóricos constantes no método de ensino.

⁶ O vídeo está disponível no *drive*: https://drive.google.com/drive/folders/1f9KidUJcCi12vhq6T6X3juRH5diBtg_4.

⁷ Este material está disponível no *drive*: https://drive.google.com/drive/folders/1f9KidUJcCi12vhq6T6X3juRH5diBtg_4.

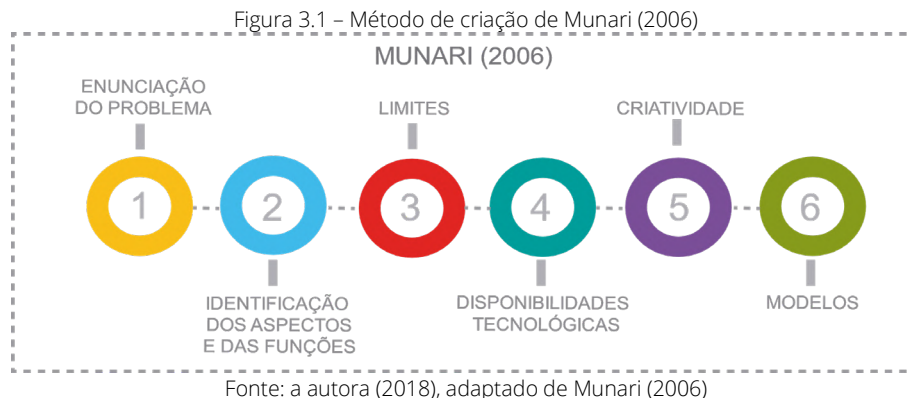
3 CAPÍTULO 3 - TEORIAS E MÉTODOS PARA O ENSINO DE SIV

Neste Capítulo 3, primeiramente apresenta-se resultados da revisão da literatura preliminar. Depois, o estado da arte sobre métodos de ensino de SIV e o resultado do levantamento de métodos para o ensino de identidades visuais utilizados por professores em universidades públicas brasileiras. Em seguida, apresenta-se um compêndio de termos e tipologias escolhidos para o método de ensino e, por fim, uma revisão de literatura sobre marcas e gestão de marcas, para se utilizar na fundamentação teórica do método de ensino.

3.1 Revisão da literatura preliminar

Apresenta-se a seguir, os resultados de uma revisão de literatura sobre métodos projetuais publicados em livros de Design Gráfico: de Munari (2006), Peón (2011), Strunck (2012) e Wheeler (2012).

Munari (2006, p. 342), em *Design e Comunicação Visual*, apresenta “um método para fazer projetos” e afirma que o designer precisa de um modelo que lhe permita realizar o projeto com as técnicas mais adequadas e o material correto, além de possibilitar a produção de um artefato que não possua somente qualidades estéticas. Ademais, outros componentes, como o econômico, sejam considerados no mesmo nível. A partir dos esquemas de Archer, Fallon, Sidal e Aismow, Munari (2006, p. 344-345) construiu um esquema que orienta o cronograma das ações que se deve realizar para chegar a um protótipo para artefatos de comunicação visual. A Figura 3.1 apresenta as etapas do modelo de Munari (2006).



Munari (2006) indica que na 1ª fase, para a definição do problema, sejam consultados o cliente (indústria) e o designer. Na 2ª fase, o problema é analisado pelo designer a respeito da forma que deve ser projetado e sobre o componente psicológico, referindo-se à relação do objeto com seus “usuários”. E nessa fase, como forma de pensar nos “usuários”, o autor sugere que os designers façam um diagnóstico cultural, histórico e geográfico, para verificar como esse problema foi enfrentado por outros povos. Entretanto, não sugere a inclusão direta de “usuários” no processo criativo.

Peón (2011, p. 39), no livro *Sistemas de identidades visuais*, apresenta uma metodologia específica para a concepção de SIV, com a premissa de valorização da metodologia projetual. A autora aponta que é possível o desenvolvimento de um projeto, inclusive uma boa solução, sem o uso de métodos sistemáticos. Entretanto, para ela, essa

ausência pode resultar em uma forma mais “difícil, truncada, cansativa”. Além disso, ela afirma que a falta de método na projeção pode possibilitar ocorrências de erros e imprevistos, a uma falta de controle do processo e, como consequências, a distrações e omissões.

Peón (2011, p. 40) divide a projeção em três subfases: Problemática, Concepção e Especificação. E apresenta um fluxograma resumido do seu modelo, organizando essas fases em sete etapas que se sucedem cronologicamente. A autora revela que o seu modelo é resultado de estudos anteriores de diversas obras sobre metodologia projetual, sem especificar os estudos diretamente. A Figura 3.2 apresenta o modelo de Peón (2011).



Fonte: a autora (2018), adaptado de Peón (2011)

Na fase de problematização (diagnóstico), Peón (2011) indica que seja realizada uma reunião com o cliente. No resumo dessa reunião (*briefing*), Peón (2011, p. 47) sugere que sejam identificados dados operacionais da atividade-fim, contextualização social e de mercado, além do perfil do “público-alvo”, diagnosticado a partir da visão do próprio cliente da futura identidade visual.

Especificamente para o “público-alvo”, a autora sugere abordar com o cliente os seguintes pontos: definição do público, nível de conhecimento e imagem que o mesmo possui do público, inclusive sugerindo que se encomende uma pesquisa de mercado para essa abordagem. Percebe-se então que Peón (2011) não inclui “usuários” diretamente na fase de coleta de dados, fase em que a autora privilegia a entrevista com o comitente da futura marca.

Strunck (2012, p. 113), no livro *Como criar identidades visuais para marcas de sucesso*, não apresenta um método sistemático, com a discriminação das etapas projetuais. Entretanto, no capítulo *Por onde começar um projeto de identidade visual*, o autor afirma que o primeiro passo do processo é conversar com quem está encomendando o projeto. Ele apresenta um questionário básico para guiar essa conversa, onde uma das perguntas é qual o “público do cliente”. O autor (2012, p. 115) sugere encontrar o perfil do público usuário a partir da resposta a dados demográficos e etnográficos, como: sexo, idade, grau de instrução, quanto ganha por mês, que tipo de filme gosta, as lojas que frequenta e que viagens gostaria de fazer. Para ele, as respostas a essas perguntas formarão um tipo básico de “público-alvo” visado, que permita estabelecer com essas pessoas um nível ideal de comunicação. A interpretação para o guia de Strunck (2012) é que o perfil dos “usuários” é projetado pelo designer e visto de forma generalizada. Além disso, o autor também não apresenta ferramentas para análise desses dados coletados. A Figura 3.3 apresenta o modelo de Strunck (2012).

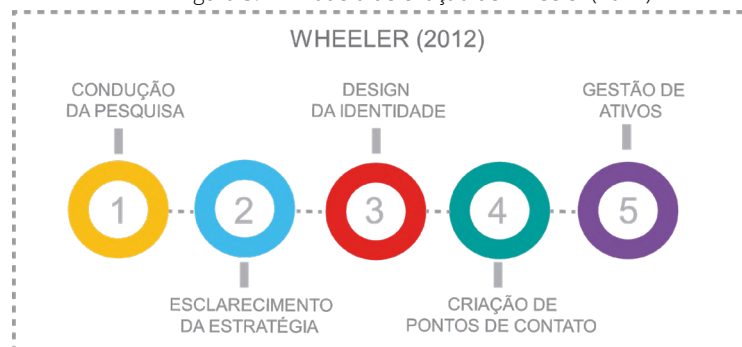
Figura 3.3 – Processo de criação de Strunck (2012)



Fonte: a autora (2018), adaptado de Strunck (2012)

Wheeler (2012, p. 100) apresenta um processo que chama de universal, por servir de apoio para criação de identidades visuais, independente do escopo e da natureza do projeto. Ela define o processo com fases distintas, pontos de partida e chegada, o que acredita facilitar o processo decisório do designer. A autora inclui em seu processo de criação etapas de gestão de marca, o *branding*, entendendo como papel do designer o trabalho de lançamento da marca, internamente e externamente. A Figura 3.4 apresenta o modelo de Wheeler (2012).

Figura 3.4 – Modelo de criação de Wheeler (2012)



Fonte: a autora, (2018) adaptado de Wheeler (2012)

Wheeler (2012, p. 18) sugere identificar os *stakeholders* da marca, afirmando que seus *insights* sobre características, necessidades e percepções produzem bons retornos. A autora lista como *stakeholders* os clientes, funcionários, acionistas, mídia, voluntários, parceiros, concorrentes, público, fornecedores, especialistas, associações e órgãos reguladores.

Em seu processo, na fase de pesquisa, a autora indica: (i) esclarecer visão, estratégias, metas e valores; (ii) pesquisar as necessidades e percepções dos *stakeholders*; (iii) conduzir auditorias de *marketing*, da concorrência, tecnológica, jurídica e de linguagem; (iv) entrevistar a gerência; (v) analisar as marcas existentes; e (vi) apresentar relatórios.

Especificamente sobre a pesquisa das necessidades e percepções dos *stakeholders*, a autora sugere que se faça uma pesquisa qualitativa com os comitentes da marca e uma quantitativa com o que ela denomina "mercado-alvo". O objetivo dessa pesquisa é obter uma imagem das opiniões da população, a partir de generalizações acerca do que foi visto com uma amostra. Para essas pesquisas quantitativas, Wheeler (2012, p. 115) sugere técnicas para coleta de dados como levantamento *online*, teste de usabilidade, teste de produtos, teste de *eye tracking*, segmentação, dados por assinatura e estrutura de mercado. Como relatório de auditoria, Wheeler (2012, p. 124) indica como síntese das entrevistas, as categorias dos

stakeholders, as aprendizagens, os *insights* dos consumidores e os extratos das falas. Entretanto, a autora não apresenta uma forma de analisar e sintetizar esses dados advindos de origens diferentes, nem tampouco apresenta uma maneira de escolher os “usuários” para a pesquisa e de incluí-los no processo de projeção.

Além do que foi verificado anteriormente, Wheeler (2012, p. 103) acredita que há dois lados que gerenciam o projeto: o lado do cliente e o lado da empresa que realizará o trabalho de identidade visual. Para ela, o cliente é o líder do projeto, o grande tomador de decisão e o visionário. E, do outro lado, o principal contato com o cliente é um gerente exclusivo do projeto, colaborador da empresa que realizará o trabalho. Dessa maneira, interpretou-se a existência de uma hierarquia de importância entre os *stakeholders* no processo de projeção de Wheeler: o cliente e o designer parecem ser os lados principais do projeto. E os “usuários” são apenas pesquisados e depois generalizados como “mercado-alvo”.

Nos modelos pesquisados, percebeu-se que os “usuários” não são inseridos diretamente no projeto de criação. Os modelos sugerem que se investigue o perfil do “usuário”, “público-alvo” ou “mercado-alvo”, no sentido de traçar características, do ponto de vista do cliente ou de pesquisas de mercado. Além disso, eles percebem os “usuários” de forma generalizada, como se fossem um único “tipo alvo” que fará experiência com a marca, projetando nesse tipo características imaginadas pelo cliente e pelo designer.

A referida revisão preliminar identificou métodos exclusivamente projetuais. Diante disso, realizou-se uma revisão sistemática de literatura, expandindo àquela preliminar, em busca de um estado da arte sobre métodos de ensino de SIV.

3.2 O estado da arte sobre métodos de ensino de SIV

Como resultado da revisão sistemática de literatura (RSL), não foram encontrados métodos desenvolvidos por outros pesquisadores que apresentassem instrumentos de apoio a professores no ensino de SIV.

Entretanto, encontrou-se trabalhos acadêmicos contendo metodologias projetuais para criação de SIV, utilizadas para o ensino. Além de terem sido descobertos outros métodos de ensino, com conteúdo correlato de design gráfico, que influenciaram a concepção do método Roda de Fuxico.

A primeira metodologia projetual encontrada foi a *TXM Branding*, desenvolvida pelo Laboratório de Orientação da Gênese Organizacional (LOGO), da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Esta metodologia é um projeto de pesquisa e já foi amplamente testada na construção de marcas para a UFSC. Suas intercessões com o *marketing* influenciaram o posicionamento de inclusão de gestão da marca no Roda de Fuxico.

Outro método projetual foi o trabalho de SILVA (2017), com o objetivo de desenvolver um modelo de Design de Identidade Visual baseado nos conceitos do Design Participativo para pequenas empresas e profissionais autônomos. A pesquisa nele apresentada sobre design participativo ajudou na definição de atores e fatores que participam do Roda de Fuxico.

Quanto a pesquisas referentes a métodos de ensino para conteúdos correlatos, encontrou-se a pesquisa de Araújo e Coutinho (2006): *O MECOTipo: Revisão e desenvolvimento de um método de ensino de desenho coletivo de caracteres tipográficos*. A dissertação ajudou nos conteúdos sobre tipografia constantes no Roda de Fuxico.

Outros quatro métodos de ensino que influenciaram o Roda de Fuxico: as teses de Zimmermann (2016), sobre desenho; Cunha (2021), sobre o design de tipos; Novais (2022), sobre caligrafia e a de Meürer (2017), sobre seleção tipográfica.

A tese de Zimmermann (2016) ajudou na reflexão sobre a função do desenho no percurso criativo, o desenho caracterizado no estudo como esboço, geralmente feito à mão, que antecede o desenho realizado em *softwares*. As pesquisas de Cunha (2021) e Novais (2022) contribuíram para o conteúdo sobre logotipos com letreiramento. Após contato com o autor Carlos Eduardo Novais, o mesmo disponibilizou a oficina de caligrafia para ser utilizada como sugestão de prática do Roda de Fuxico. O modelo de Meürer (2017), por fim, contribuiu para a definição de critérios de seleção tipográfica para logotipos do método de ensino.

Com os resultados da revisão sistemática, reforçou-se a hipótese de que não existem em literatura métodos específicos para apoio do ensino de SIV. Por isso, investigou-se os métodos utilizados por professores que ministram disciplinas de projeto de sistemas de identidades visuais nos cursos de Design nas universidades públicas brasileiras.

3.3 Métodos utilizados para o ensino de SIV no Brasil

Como resultados da investigação sobre os métodos utilizados para o ensino de SIV nas universidades públicas brasileiras, primeiramente apresenta-se um breve histórico do ensino de design gráfico no Brasil (BORGES, 2012; CAMEIRA, 2016; CARDOSO, 2004; MELO, 2005; 2008; MELO; RAMOS, 2011; PAULA *et al.*, 2010). Em seguida, expõe-se os resultados do levantamento realizado com professores de universidades públicas brasileiras.

3.3.1 Breve histórico do ensino de design no Brasil permeado pela colonialidade

Uma das primeiras iniciativas para o ensino de design no Brasil foi em 1951, quando Lina Bo Bardi e Pietro Bardi criaram o curso do Instituto de Arte Contemporânea (IAC) do Museu de Arte de São Paulo (MASP), inspirado na escola alemã Bauhaus e no curso de Moholy-Nagy (CAMEIRA, 2016).

Para Paula *et al.* (2010) a história do ensino de design no Brasil remonta à década de 30, mas foi nos anos 50 que apareceram várias iniciativas de ensino do design moderno. Eles concordam com Cameira (2016) que o curso no IAC/MASP pode ser considerado uma semente do ensino do design de nível superior no Brasil. Em relação ao ensino de design gráfico, os autores relembram que no início de 1962, ocorreu uma reforma curricular no curso de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo (FAU-USP), inserindo na grade do curso um grupo de disciplinas de Desenho Industrial e Comunicação Visual. Segundo Melo e Ramos (2011, p. 316), em 1963, quase que simultaneamente à reforma do curso de Arquitetura na USP, é criada a Escola Superior de Desenho Industrial – ESDI/UERJ.

Melo (2008, p. 217) conta que o ensino de design gráfico no Brasil tinha “como pano de fundo o salto da industrialização e urbanização do país, que se prepararia para entrar no cenário da competição internacional”. Para o autor, os sistemas de programação visual que se produziam aqui no Brasil competiam com igual qualidade aos que se concebiam nos Estados Unidos e Japão, pois Alexandre Wollner, Aloisio Magalhães, Ruben Martins, João Carlos Cauduro e Ludovico Martino estavam “conectados em primeira hora às investigações que ocorriam na Suíça e principalmente na Alemanha” (*ibidem*).

Para Melo e Ramos (2011, p. 19-21) um dos marcos do período dos anos 50 e 60 é o “desembarque do design modernista no Brasil”, quando surgem as primeiras escolas que seriam responsáveis por formar gerações de designers. Para os autores, por outro lado, outras correntes de pensamentos gráficos compostas por profissionais diretamente na prática ou aqueles que atuam em atividades correlatas como artes visuais, publicidade e arquitetura, fizeram crescer e diversificar o ensino de design gráfico no país.

A prática pré-existente e o artesanato foram influenciadores para o nascimento do design no mundo. Entretanto, no Brasil, segundo Cardoso (2004), a partir de 1960 houve uma ruptura do processo artesanal e do design, em detrimento da entrada no Brasil do ensino formal de design. Borges (2012, p. 33) corrobora com Cardoso (2004) ao afirmar que houve uma “adesão à linguagem funcionalista” e essa linguagem influenciou a educação e a prática do design brasileiro. A autora afirma que a retórica de que os produtos industrializados eram melhores do que aqueles feitos manualmente fez com os designers e estudantes brasileiros desenvolvessem preconceitos pelos produtos manufaturados.

A influência estrangeira (mais especificamente eurocêntrica e norte-americana) do design interferiu no ensino brasileiro de comunicação visual. Segundo Melo e Ramos (2011, p. 244-245), a influência europeia se reeditou em 1959, quando Tomás Maldonado e Otto Aicher, professores da Ulm, proferiram uma conferência no Museu de Arte Moderna (MAM) do Rio de Janeiro, iniciando o processo que seria a criação da Escola Superior de Desenho Industrial (ESDI) em 1963.

Essa influência estrangeira no ensino do Brasil foi por vezes percebida de forma positiva, como pode também ser visto na fala de Cameira (2016, p. 35):

o contexto socioeconômico brasileiro na década de 1960 favoreceu vigorosamente o surgimento e a implantação de escolas superiores de desenho industrial ancoradas nas referências e nos paradigmas da Escola de Ulm, proporcionando aos estudantes brasileiros aspirantes à carreira de desenhistas industriais uma formação sólida e consistente (CAMEIRA, 2016, p. 35).

Em contraste, Steven Heller, no prefácio do livro *Linha do tempo do design gráfico no Brasil*, (MELO; RAMOS, 2011), revela uma autocrítica dos norte-americanos em relação ao panorama do design gráfico visto do norte:

Nós que vivemos nos Estados Unidos, temos a propensão a considerar tudo a partir de uma perspectiva enviesada, como se estivéssemos no centro do universo – e isso em todos os campos, desde a arte, passando pela ciência, até o design gráfico. [...] Não fazia ideia de que o Brasil contava com um legado de design tão antigo, nem que este era tão rico em termos estilísticos e

conceitualmente sofisticado. O que descobri, em suma, foi uma cultura visual distintamente brasileira entrelaçada com os estilos internacionais do final do século XIX como o *art nouveau* e o *art déco*, e também o modernismo inicial e tardio mesclado ao ecletismo norte-americano (MELO; RAMOS, 2011, p. 6).

Borges (2012, p. 35), no mesmo sentido, apontou estudiosos do design, nos anos 50-60, que, na contramão, resistiram ao que ela chamou de “importação acrítica dos padrões de pensamento e prática da escola de Ulm”: Lina Bo Bardi e Aloisio Magalhães. Segundo Borges (*ibidem*), Lina Bo Bardi, habituada às tradições do design italiano, “se encantou com a capacidade do povo brasileiro de resolver seus problemas”. E em relação a Aloisio Magalhães, Borges (2012) cita que apesar de ele ter participado da fundação da ESDI, ter sido docente da instituição, Aloisio não comungava da hegemonia essencialmente funcionalista da universidade, influenciada pelo poder militar da época.

Em publicação chamada *signofobia*, Melo (2005, p. 28-29) reforça a necessidade de se realizar uma reflexão metodológica em relação a incrementar o repertório visual dos designers brasileiros a partir da “cultura enjeitada, aquela vivida cotidianamente, mas que não consideramos digna de ser incorporada à reflexão projetual”. O que Melo (2005) chamou de inclusão repertorial se sustenta no entendimento de que o repertório é o que efetivamente se mobiliza na produção de linguagem no momento da realização de um projeto. Nesse sentido, o autor acredita que ao desvalorizar um universo de manifestações culturais que os designers brasileiros conhecem e usufruem, retira-se, no momento do projeto, justamente aquele repertório efetivamente mobilizado do rol de possibilidades e alternativas projetuais.

Esta visão corrobora com a de Cardoso (2004) em relação a perceber uma necessidade do design brasileiro em manter uma adesão à linguagem funcionalista da Europa em detrimento de valorizar as manifestações vernaculares e a cultura originária do seu país.

Ainda segundo Melo (2011), nos anos 80 as escolas de design completaram vinte anos de existência, havendo mudanças no quadro de profissionais formados e gerando um declínio do modernismo como referência hegemônica, com a chegada do pós-modernismo. Em 1989, é fundada a ADG (Associação de Designers Gráficos), com referência para o ensino de design gráfico, que em 1992 iniciou a promoção das Bienais do Design Gráfico, se configurando como um importante evento brasileiro e reforçando a expansão dos cursos da área no país.

Especificamente sobre o curso de design da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), Lia Monica Rossi, no prefácio do livro *Abridores de Letras de Pernambuco* (FINIZOLA, COUTINHO; SANTANA, 2013), relata que desde a criação do curso, em 1972, observa-se um olhar sensível de valorização e preservação de aspectos culturais regionais nas ações de ensino, pesquisa e extensão do curso, o que dá sentido próprio à história do design brasileiro. Segundo Rossi, esta postura contrasta com a abordagem europeizante de outros cursos de design de congêneres nacionais.

O protagonismo do design nacional está presente, já há algum tempo, em cursos de graduação e pós-graduação de design do país, que tratam, entre outros assuntos, sobre design vernacular, design local, história e memória gráfica. Um dos exemplos foi o projeto Memória Gráfica Brasileira (MGB): Estudos comparativos de manifestações gráficas nas cidades do Rio de Janeiro, Recife e São Paulo, que atuou de 2007 a 2014. Segundo Coutinho

(2018), o grupo MGB foi composto por 33 pesquisadores dos programas de pós-graduação em Design da PUC-Rio, da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE) e do Centro Universidade Senac, sendo onze de cada universidade, coordenados pelos professores Rafael Cardoso/Vera Damazio, Solange Coutinho e Priscila Farias, respectivamente. Entre os muitos frutos desse projeto registra-se o evento Memória Gráfica no Agreste, em 2017, na cidade de Caruaru (PE), estruturado por Paula Valadares e Solange Coutinho, e a publicação de um livro homônimo organizado por Valadares, em 2018.

Outra iniciativa ocorreu no ano de 2021 criou-se o vigente grupo de pesquisa intitulado Memoráveis: Manifestações gráficas afetivas, liderado por Camila Brito Vasconcelos da UFPE, Centro Acadêmico do Agreste, contando com 40 pesquisadores e dez graduandos. O grupo possui três linhas de pesquisa: (i) gráfica urbana afetiva, coordenado por Camila Brito; (ii) memória gráfica urbana e seus atores, coordenado por Solange Coutinho e (iii) estudos da imagem em design, coordenado por Rosângela Vieira de Souza.

O histórico de colonialidade do ensino de design brasileiro, observado na revisão de literatura fez raiz na grande capilaridade de ensino de design nas universidades públicas brasileiras, encontrado no mapeamento do portal do INEP (BRASIL, 2018). Tal realidade permanece em contraste com pesquisas que tratam o aspecto de decolonialidade no Brasil. A partir de constatações vistas neste breve histórico, realizou-se um mapeamento com professores do ensino de SIV no Brasil para conhecer melhor a realidade deste ensino nas universidades públicas brasileiras.

3.3.2 O ensino de identidades visuais nas universidades públicas brasileiras

Como resultados das entrevistas com professores de SIV de universidades públicas brasileiras que atenderam ao protocolo definido na metodologia, obteve-se dezesseis respostas de professores de Design.

O pressuposto de que cada curso de Design conta com pelo menos um professor que ministra disciplinas de SIV, portanto, foi atestado. Houve, inclusive, um curso com quatro professores respondentes para as referidas disciplinas. Quanto aos nomes das disciplinas sobre conteúdos de criação de identidades visuais, pode-se contabilizar dezessete nomes distintos. Dentre eles, tem-se *Branding* Emocional, Identidade de Marca, Planejamento Visual, Design de Percurso, Projeto Visual e Metodologia de Projeto em Design Gráfico.

Quanto à experiência dos professores pesquisados, apenas um professor respondente ministra disciplinas, há menos de dois anos, relacionadas à criação de SIV, oito têm experiência de dois a dez anos e sete professores têm experiência de mais de dez anos com este tema. Dos dezesseis respondentes, apenas um informou que não utiliza métodos para o ensino de identidades visuais. Este professor depois informou que apresenta metodologias de projeto, mas “não se obriga a seguir uma específica”.

Ao serem perguntados sobre quais metodologias e métodos utilizavam para o ensino, os dezesseis professores pesquisados citaram todos os autores vistos na revisão bibliográfica preliminar, como pode ser visto no Quadro 3.1.

Quadro 3.1 – Autores citados pelos professores que já constavam na revisão bibliográfica preliminar

Autor	Número de citações
Munari (2006)	5
Peón (2011)	4
Wheeler (2012)	8
Strunck (2012)	2
Total	19

Fonte: a autora (2022)

Os entrevistados citaram outros treze autores que utilizam para o ensino de SIV, como: Andrea Semprini, Cecília Consolo, Delano Rodrigues, Ellen Lupton, Gui Bonsiepe, Joan Costa, Jorge Frascara, Otto Aicher, Norberto Chaves, Matthew Healey, Rodolfo Fuentes, Sandra Cameira e Wucius Wong. Nenhum dos autores citados apresenta métodos de ensino, mas alguns citam métodos projetuais diferentes daqueles vistos na revisão bibliográfica preliminar.

Fuentes (2006, p. 27) cita três métodos projetuais que declarou servirem “de guia, de ajuda ou de memória”. O primeiro (A), que deve ser do próprio autor, pois não colocou outra referência. O segundo (B) de Jorge Frascara (1988) e o terceiro, (C) de Otto Aicher (1994).

Quadro 3.2 – Métodos projetuais citados por Rodolfo Fuentes

(A)	problema > definição do problema > definição de subproblemas > recompilação de dados > análise dos dados > criatividade > materiais e metodologia > experimentação > modelos > verificação > desenhos construtivos > solução
(B)	encomenda pelo cliente > coleta de informações > análise, interpretação e organização > determinação de objetivos > determinação do canal > estudo do alcance, contexto e mensagem > análise de prioridades e hierarquias > especificação para visualização > desenvolvimento de anteprojeto > apresentação para o cliente > organização do produto > implementação > verificação
(C)	Fase analítica: recompilação de dados > ordenação > avaliação > definição de condicionantes > estruturação Fase criativa: implicações > formulação de ideias > escolha ou ideia básica > formalização > verificação Fase executiva: valorização crítica > ajuste de ideias > desenvolvimento > processo iterativo > materialização

Fonte: a autora (2022) a partir de Fuentes (2006)

Lupton (2013) apresenta o próprio método projetual, composto de três fases: definição do problema, geração de ideias e criação de formas, além de mostrar as técnicas que podem ser utilizadas em cada fase, como pode ser visto no Quadro 3.3.

Quadro 3.3 – Método projetual de Ellen Lupton

Ellen Lupton (2013)	Definição do problema > <i>brainstorming</i> > mapas mentais > entrevistas > Geração de ideias <i>braindumping</i> visual > verbos de ação > Criação de formas > codesign > <i>mockups</i>
---------------------	---

Fonte: a autora (2022, a partir de Lupton, 2013)

Aprofundando a investigação, ao serem perguntados se possuíam um método de ensino próprio para a criação de SIV, sete dos dezesseis professores apresentaram fases sistematizadas de seus processos de ensino, para apoiar a sua prática em sala de aula. Entretanto, três docentes que declaram ter método de ensino, listaram apenas etapas de um método projetual, e, desta forma, não foram consideradas. Além disso, um dos professores que declarou não possuir método de ensino próprio detalhou sua forma de ministrar a disciplina, por isso foi considerado como um professor que tem seu processo de ensino sistematizado. Assim, ao final, obteve-se que cinco professores apresentaram seu processo de ensino para SIV, constituindo 31% da amostra.

Quadro 3.4 – Processos de ensino apresentados pelos professores entrevistados

Professor	Processo de ensino
A	(1) Contextualização sobre <i>branding</i> .
	(2) Apresentação de metodologias de projeto.
	(3) Exercício de comparação das metodologias.
	(4) Apresentação de etapas de trabalho profissional do mercado.
	(5) Exercícios práticos de projeto IV e aplicações.
B	(1) Apresentação de conteúdos teóricos sobre IV.
	(2) Orientação do processo de criação com a metodologia própria <i>TXM-Branding</i> .
	(3) <i>Think</i> : investigação das características da marca, seu posicionamento, considerando o mercado e o público-alvo. Define-se <i>naming</i> e <i>slogan</i> .
	(4) <i>Experience</i> : cria-se uma representação visual da marca, com logotipia, símbolo e aplicações.
	(5) <i>Manage</i> : geração de estratégias de divulgação interna e externa da marca.
C	(1) <i>Background</i> histórico sobre evolução das marcas, transformações econômicas e informacionais e mudanças de enfoque do Design Gráfico e da Comunicação.
	(2) Implicações relacionadas à palavra "marca", seja no sentido de "logo", signo gráfico ou "brand"; percepções intangíveis, emocionais e culturais.
	(3) Exercício para elaborar avatares e carteiras de identidade para buscar tradução gráfica/sensorial para ideias, conceitos ou atributos.
	(4) Apresentação de técnicas de <i>naming</i> .
	(5) Seminário para exercício de escolha de <i>cases</i> de IV extraídos dos catálogos de bienais do Design Brasileiro, apresentando a diversidade da produção brasileira e a individualidade de cada projeto.
	(6) Criação de uma marca, a partir de um cliente real com demanda de projetos da própria Universidade.
	(7) <i>Briefing</i> com grupo demandante, elaboração de painéis semânticos, mapas mentais, diagramas, construção de frases-síntese e coleta e análise de similares.
	(8) Desenvolvimento das propostas com acompanhamento do professor e validação parcial junto aos demandantes, ajuste e/ou refino das alternativas.
	(9) Apresentação sobre manuais de <i>branding</i> /aplicação da marca.
	(10) Apresentação do trabalho final para uma banca.
D	(1) Apresentação dos fundamentos e terminologia, SIV e gestão de marca.
	(2) Metodologia Planejamento: construção do processo geral, etapas e fases do processo. Investigação: levantamento de dados e análise. Identificação: atributos, questões e requisitos. Formulação de estratégia de marca: programas de expressão, valor e imagem.
	(3) Desenvolvimento de projeto.
	(4) Finalização: diretrizes de implantação, manual de expressão e de IV.
	(5) Implantação real ou apresentação do processo de implantação.
	(6) Avaliação e documentação do projeto.
E	(1) Apresentação da premissa de desenvolvimento de projetos reais.
	(2) Compreensão do projeto: organização, contexto econômico e simbólico.
	(3) Desenvolvimento Processo de <i>briefing</i> : >Estratégias de identidade/alteridade (imagem desejada/ diferenciais). Conceitos-chave identitários para a marca > Validação de estratégias e conceitos-chave junto ao cliente. Elaboração de signos, tipografia, cores "voz da marca" > Desenvolvimento das primeiras aplicações do SIV Avaliação dos primeiros <i>layouts</i> com o cliente > Reajuste do projeto e desenvolvimento dos outros elementos Finalização da documentação e arquivos do projeto.

Fonte: a autora (2022)

Para além de se confirmar a inexistência de um método de ensino à disposição destes professores, o fato de cinco dos dezesseis professores indicarem o seu processo de ensino de SIV para realizar sua prática docente foi importante para perceber a relevância de um método de ensino para apoiar professores desde o planejamento, seleção de material de leitura, construção de material didático e exercícios de fixação, até a orientação de trabalhos e sugestões para avaliação.

Dos cinco processos de ensino coletados, quatro deles utilizam termos em inglês para designar seus passos, como *branding*, *think*, *naming*, *manage*, *background*, *brand*, *briefing*,

entre outros. Verificou-se, por este viés, que a influência estrangeira ainda permeia o ensino de design de sistemas de identidades visuais no Brasil.

Para além destas constatações, ao final do mapeamento dos métodos utilizados para o ensino de SIV nas universidades públicas brasileiras, observou-se ainda uma falta de consenso em relação a nomenclaturas e tipologias para o referente estudo. A partir desta lacuna, resolveu-se criar um compêndio desses termos, para ser utilizado no método de ensino Roda de Fuxico, como mencionado no subtópico 2.14 do Capítulo 2.

3.4 Compêndio sobre definições, termos e nomenclaturas para SIV

Para a criação deste compêndio, toma-se partido: escolhe-se nomenclaturas, terminologias, definições e tipologias utilizadas nos conteúdos teóricos que compõem as aulas do método de ensino Roda de Fuxico. Parte deste compêndio pode ser visto em publicação anterior⁸.

Entende-se que o uso da nomenclatura sobre SIV é algo mutável e relacionado ao contexto acadêmico onde está inserido. Os autores pesquisados e a própria pesquisadora nem sempre utilizavam a mesma nomenclatura, por exemplo, ao falar sobre identidade visual; e algumas vezes utilizavam como sinônimo de marca: identidade da marca, marca comercial, logotipo ou mesmo logo. Wheeler (2012, p. 135, grifo nosso) trouxe as perspectivas de alguns designers ao falar sobre identidades visuais, que podem exemplificar essa percepção. Sobre Paul Rand: “desenhava *logo* para que durassem”. Sobre Steff Geissbuhler: “a *marca comercial*, mesmo sendo um elemento chave da maior importância, nunca pode contar toda a história. A *identidade* tem que estar apoiada em uma linguagem visual e um vocabulário”. Sobre Hans-U: “Faço o design de *marcas* há 40 anos e o processo continua a me surpreender. Os melhores designers de *identidade* sabem se comunicar de forma eficaz, com o uso de sinais e símbolos”.

Outra questão relevante foi a decisão em relação à linguagem utilizada para a nomenclatura definida, a partir da percepção do uso constante de termos em língua inglesa para identificar elementos e ações referentes aos projetos de sistemas de identidades visuais. Por motivos de coerência com a intenção desta tese de dar um passo à decolonização no ensino de design, resolveu-se utilizar os termos em português, inclusive recorrendo a um dicionário de língua portuguesa para se criar correspondências para renomear alguns termos que só foram encontrados em inglês na literatura específica.

Percebe-se que utilizar os termos originários em inglês, acomodando-se à crença de que “não há um termo que defina melhor essa ideia”, parece incentivar a colonialidade ainda presente, apesar da fase histórica de colonização já ter acabado desde a “independência”. Segundo Maldonado-Torres (2007, p. 131), o colonialismo como história pode ter acabado, mas as consequências da dominação ainda persistem nos pensamentos e ações e, por isso, “a colonialidade sobrevive ao colonialismo”. Ou seja, o colonialismo pode estar somente na história, mas a colonialidade reside e insiste na memória.

Uma exceção para a utilização de termo na língua inglesa foi para as palavras “design” e “redesign”, que foram mantidas no original inglês pela consciência da pesquisadora sobre o

⁸ Matos e Coutinho (2021a).

valor da realidade e do imaginário que essas palavras ocupam para serem questionadas nesta tese. A palavra design, inclusive, já existe no dicionário de língua portuguesa. Para o dicionário Aurélio (FERREIRA, 2019, p. 241), design (dizáini, substantivo masculino) é “desenho industrial”. E desenho industrial quer dizer “atividade que consiste em desenvolver produtos manufaturados com vistas à produção industrial” (FERREIRA, 2019, p. 238). Por isso, apesar de se considerar incompleta a definição proposta no dicionário, o fato justifica sua utilização. Em relação à palavra “redesign”, foi considerada incontestável por ser uma derivação da própria palavra “design”.

Inicia-se o compêndio com a definição de identidade, a partir da visão do sujeito pós-moderno e, portanto, plural. Depois, a definição de identidade visual, seus elementos, sistema de identidade visual, marca e gestão de marca.

Identidade

Hall (1997) apresenta três concepções de identidade: para o sujeito do Iluminismo, para o sujeito sociológico e para o sujeito pós-moderno. No sujeito do Iluminismo, sua identidade consistia em um núcleo interior, centrado em si, nascido com o sujeito, permanecendo o mesmo, idêntico a ele ao longo de sua existência. No sujeito sociológico, no mundo moderno, a identidade era formada na relação com outras pessoas que mediavam, para esse sujeito, a cultura dos mundos que ele habitava (valores, sentidos e símbolo); o sujeito sociológico ainda tinha uma essência interior, mas era formado ou modificado com a interação com as identidades que os mundos culturais ofereciam. No sujeito pós-moderno, a identidade tornou-se móvel, formada e transformada em relação às formas com as quais somos representados pelos sistemas culturais que nos rodeiam. Nesse sentido, o sujeito assume diferentes identidades em diferentes momentos.

Hall (1997) acredita, portanto, que para os pós-modernos a identidade plenamente unificada e completa é uma fantasia. Defende que dentro de nós há identidades contraditórias, empurrando em diferentes direções, de tal modo que, à medida que os sistemas de representação cultural se diversificam, somos confrontados por uma multiplicidade mutante de possíveis identidades, com cada uma das quais podemos nos identificar. Corroborando com Hall (1997), para Coelho (2008, p. 201-204), identidade pode ter vários sentidos, é um “conceito polissêmico, versátil, mutável e crucial [...] associado tanto à qualidade do que é idêntico quanto à do que é diferente”.

A noção de identidade é um dos principais eixos de discussão dos recentes estudos culturais e de teoria pós-colonial, e pressupõe a existência do outro, ou do diferente. A identidade e a diferença são interdependentes e resultantes do mesmo processo, fazendo-se representar por meio da LINGUAGEM (COELHO, 2008, p. 202).

Fascioni (2010) afirma que a identidade de uma pessoa pode ser comprovada por seu DNA, conjunto de informações visto na estrutura genética de moléculas de cada um, que faz essa pessoa especial e diferente de todas as demais. A autora utiliza uma metáfora, declarando que a identidade de uma instituição é o seu DNA, que contém o conjunto de atributos que a faz única e diferente de todas as outras.

Considera-se, portanto, **a identidade de uma instituição**, assim como a identidade de uma pessoa, algo mutável, complexo, relacional, composto do interior e da relação com o exterior, por vezes contraditória, cambiante e plural. Um conjunto de atributos que parte serve para se identificar e pertencer, e parte serve para se diferenciar e resistir. Os atributos de uma identidade promovem identificação e diferenciação ao mesmo tempo. Além disso, a partir de analogia com os estudos da psicologia sobre o desenvolvimento interpessoal, o modelo da Janela de Johari (MOSCOVICI, 1997), percebeu-se que não se pode conhecer todos os atributos da identidade de uma instituição, pois nem mesmo o cliente os conhece. Assim, entende-se que ao se pesquisar esses atributos, percebe-se alguns e escolhe-se aqueles que se pretende apresentar em forma de identidade visual (COSTA, 2008; MOSCOVICI, 1997).

Identidade visual

Chaves (1990, p. 16, tradução nossa) afirma que o léxico profissional registra variados termos para designar identidades visuais. Para esta expressão encontra-se, entre outras denominações: imagem visual, perfil visual, identificação visual, comunicação visual. Além disso, esse vocabulário está associado àqueles que se referem ao campo de aplicação (instituição, corporação, companhia, empresa), conduzindo a uma série de expressões ditas sinônimas: perfil empresarial, identidade corporativa, imagem da empresa, imagem institucional, imagem corporativa, identidade institucional, comunicação corporativa ou mesmo identificação corporativa. Neste estudo, assim como Chaves (1990), não se considera tais expressões como sinônimas.

Escolhe-se a expressão identidade visual, entendendo ser diferente de imagem institucional. Para este estudo, **identidade visual (IV)** é o conjunto de elementos que apresentam atributos percebidos e escolhidos da identidade de uma instituição (ADG, 2012; CHAVES, 1990; CONSOLO, 2021; COSTA, 2008; PEÓN, 2011; WHEELER, 2012).

Dessa maneira, os elementos de uma identidade visual contêm somente alguns atributos da identidade de uma instituição. Aqueles atributos que foram escolhidos – já que nem todos são escolhidos, visto que as identidades são plurais e contraditórias – a partir de um grupo de atributos que foram percebidos – já que nem todos são percebidos, pois as identidades são cambiantes e não fixas (CHAVES, 1990; HALL, 1997).

Um estudo de Monteiro *et al.* (2017) sobre o termo identidade visual fez perceber, de forma similar a Hall (1997), que a identidade visual de uma instituição tem atributos que a fazem ser reconhecida por similaridade a um determinado grupo e/ou atributos que a fazem se diferenciar deste grupo, criando resistência.

Se por um lado ela [a identidade] significa “diferenciação” – a carteira de identidade, por exemplo, é individual –, por outro, remete ao “reconhecimento por similaridade” – quando se fala em identidade nacional está sendo passada a noção de conjunto. E na identidade visual esses dois aspectos trabalham de forma complementar, fazendo com que o consumidor reconheça os produtos de uma determinada marca e, ao mesmo tempo, os diferencie dos concorrentes (MONTEIRO *et al.*, 2017, p. 8).

Por fim, ao escolher os atributos a serem apresentados na identidade visual, os participantes também estão definindo que características vão fazer pertencer a um grupo e aquelas que vão fazer diferenciar.

Imagem institucional

Por **instituição** compreende-se “o objeto” da identidade visual ou “aquilo para o qual se está desenvolvendo” a identidade visual, ou seja: empresa, entidade, personalidade, produto, evento ou serviço (CHAVES, 1990; COSTA, 2008).

A partir de Chaves (1990) e Wheeler (2012), entende-se **imagem institucional** como uma leitura pública, uma interpretação que a sociedade constrói intencionalmente ou espontaneamente a respeito da instituição. Segundo Chaves (1990), para se definir a imagem institucional, deve-se escolher um dos significados do termo imagem: aquele que atribui o caráter de uma representação coletiva de um discurso imaginário.

Elementos da identidade visual

Para Peón (2011), os elementos que constituem a identidade visual são divididos em três grupos hierárquicos: primários, secundários e acessórios. A partir da autora, entende-se que esses elementos podem ser utilizados em conjunto ou separadamente, pois, assim como a própria identidade visual, representam atributos da identidade de uma instituição.

Expandindo Peón (2011), considera-se como elementos de uma identidade visual: *primários*, sendo o nome, o logotipo, o signo ou símbolo e a marca gráfica; como *elementos secundários*: a paleta de cor principal, paletas de cor auxiliares, a tipografia auxiliar, a linha do conceito e suportes; como *elementos complementares*, considera-se aqueles que extrapolam a identidade puramente visual: grafismos, mascotes, estampas, signos do senso comum, signos de memória⁹, alternativas auxiliares, ícones favoritos, marca sonora, olfativa e tátil. (BOCCHESI, 2014; CAMEIRA, 2016; CONSOLO, 2021; MATOS; COUTINHO, 2021a; PEÓN, 2011; WHEELER, 2012).

A nomenclatura *elementos complementares* foi utilizada no terceiro nível hierárquico da classificação, ao invés de *acessórios* citados por Peón (2011), por entender que esses elementos complementam o sistema de identidade visual. Além disso, apesar de não serem essenciais, são igualmente importantes para compor marcas contemporâneas, e não apenas *acessórios*, no sentido de dispensáveis ou irrelevantes.

Elementos primários

O **nome** da identidade visual pode ser um resultado do projeto de criação ou já ser um requisito que o projeto traz em si. Mas concorda-se com Rodrigues (2013) ao entender que o nome se transforma em logotipo, por meio do design. Por isso, diferentemente de Peón (2011), adotou-se o nome como parte dos elementos primários de uma identidade visual.

⁹ A técnica signos de memória pode ser vista em Matos e Coutinho (2021b).

De acordo com a etimologia da palavra, **logotipo** é a forma escrita da identidade visual, ou seja, necessariamente deve ser composto por letras. Entende-se o logotipo como um signo verbal – que chega a ser visual por meio do design (COSTA, 2008) – construído por meio do uso de uma tipografia comercial ou de um letreiramento. Já letreiramento, segundo Finizola (2010, p. 37), é uma “tradução específica do termo em inglês *lettering*, num sentido mais amplo, pois pode abranger qualquer processo para se desenhar e escrever letras”. O logotipo desenvolvido com letreiramento, portanto, pode ser criado por meio da modificação de uma fonte ou de um desenho novo de letra, criado exclusivamente para aquele fim (COSTA, 2008; FINIZOLA, 2010; PEÓN, 2011; WHEELER, 2012).

Etimologicamente, signo é um elemento de um sistema de significação. Da semiótica, é a representação de algo, o que está no lugar de alguma coisa – portanto, não é a coisa (SANTAELLA, 2012). Entende-se **signo** como um elemento primário, não-verbal ou predominantemente esquemático ou pictórico (TWYMAN, 1982), da identidade visual que, assim como o logotipo, veicula significados (COSTA, 2008; PEÓN, 2011).

Os signos representam a fase anterior ao símbolo, antes do reconhecimento do desenho pelos sujeitos que o interpretam. Nesse sentido, designers não projetam símbolos e, sim, signos. Frutiger (2007, p. 205) infere sobre a neutralidade do signo em oposição à conotação de reconhecimento inerente ao símbolo e reflete que é comum se utilizar o termo “símbolo” erroneamente, para designar sinais novos.

Para o Roda de Fuxico, percebe-se o **símbolo** como um signo que carrega uma relação arbitrária ou convencionada da marca com os sujeitos que a interpretam. O símbolo é necessariamente validado por seus sujeitos utilizadores, por isso pode ficar no lugar da marca (COSTA, 2008; WHEELER, 2012).

Como **marca gráfica** (CAMEIRA, 2016) entende-se o conjunto de dois elementos da identidade visual: o logotipo e o signo ou símbolo (ADG, 2012; PEÓN, 2011; WHEELER, 2012). Segundo Cameira (2016, p. 39), “a expressão marca gráfica a cada dia vem sendo adotada por mais designers para nomear o conjunto símbolo e logotipo, uma vez que o termo marca pode estar associado também a uma dimensão imaterial e subjetiva”.

A Figura 3.5 apresenta elementos primários de uma identidade visual, redesign da Natura realizado em 2016.

Figura 3.5 – Exemplo de elementos primários da identidade visual



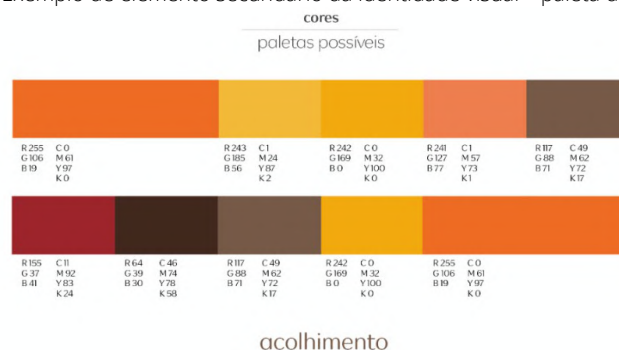
Fonte: a autora (2022), a partir de <https://ninoalexandre.com/Natura-Diretrizes-Visuais-e-Brandbook>

Elementos secundários

Como elementos secundários da identidade visual têm-se: as paletas de cor, a tipografia auxiliar, a linha de conceito e o suporte.

A **paleta de cor principal** é aquela definida para ser utilizada na identidade visual (PEÓN, 2011). Caso existam alternativas acessórias para a identidade visual e/ou a mesma seja mutante (BOCCHESE, 2014), pode-se escolher várias paletas de cor principal para serem utilizadas. A Figura 3.6 apresenta a paleta principal da marca gráfica da Natura.

Figura 3.6 – Exemplo de elemento secundário da identidade visual – paleta de cor principal



Fonte: a autora (2022), a partir de <https://ninoalexandre.com/Natura-Diretrizes-Visuais-e-Brandbook>

Quanto às **paletas de cor auxiliares**, são aquelas escolhidas para serem utilizadas nos elementos complementares e nas aplicações que constituirão o SIV.

A **tipografia auxiliar** são as fontes ou famílias tipográficas escolhidas para serem utilizadas em textos nas aplicações da identidade visual, inclusive na linha de conceito, que geralmente utiliza uma tipografia diferente daquela utilizada no logotipo (PEÓN, 2011).

A **linha de conceito** é uma tradução para *tagline*. Para Cameira (2016), a *tagline* é uma frase curta, distintiva, fácil de memorizar que acompanha a identidade visual, como uma assinatura que atesta sua função/atividade-fim ou aponta a definição do seu conceito. A frase usada pode ser disposta junto ao logotipo da identidade visual. Pretende-se que a linha de conceito seja usada como apoio em algumas aplicações, mas que nem toda aplicação deva utilizá-la, por uma questão de adequação a tamanhos e formatos (WHEELER, 2012). A Figura 3.7 apresenta a tipografia auxiliar e a Figura 3.8, a linha de conceito da marca da Natura.

Figura 3.7 – Exemplo de elemento secundário da identidade visual – tipografia auxiliar



Fonte: a autora (2022), a partir de <https://ninoalexandre.com/Natura-Diretrizes-Visuais-e-Brandbook>

Figura 3.8 – Exemplo de elemento secundário da identidade visual – linha de conceito



Fonte: a autora (2022), a partir de <https://ninoalexandre.com/Natura-Diretrizes-Visuais-e-Brandbook>

Suportes são elementos geralmente geométricos (quadrado, círculo, elipse, linhas, entre outros), postos no contorno da identidade visual, definindo o espaço, como um delimitador da marca gráfica.

Elementos complementares

Como elementos complementares entende-se: grafismos, mascotes, estampas, signos do senso comum, signos de memória, alternativas auxiliares, ícones favoritos, marca sonora, marca olfativa e marca tátil.

Entende-se **grafismos** como adornos geométricos ou orgânicos, utilizados como detalhes, que compõem a identidade visual e/ou funcionam para composição de estampas.

Mascotes, por sua vez, compreende-se como desenhos pictóricos que acompanham determinadas marcas em seu contato com os sujeitos.

Figura 3.9 – Exemplo de elemento complementar da identidade visual – mascote



Fonte: a autora (2022), a partir de <https://www.designerd.com.br/mascote-das-casas-bahia>

Entende-se **estampas** como padrões de repetição desenvolvidos para apoiar aplicações. A Figura 3.10 apresenta um exemplo do elemento complementar estampa.

Figura 3.10 – Exemplo de elemento complementar da identidade visual – estampa



Fonte: Natura. Disponível em: <https://natura.com.br>. Acesso em: 21 mar. 2023.

Como **signos do senso comum**, entendem-se desenhos que apresentam pictoricamente elementos alinhados com a instituição para compor o SIV (CONSOLO, 2021; PEÓN, 2011; WHEELER, 2012). A Figura 3.11 apresenta os signos do senso comum sobre esporte, que compõem a embalagem da loja Centauro que comercializa artigos esportivos.

Figura 3.11 – Exemplo do elemento complementar da identidade visual – signos do senso comum



Fonte: a autora (2022), a partir de embalagem da Centauro

Como **signos de memória**, entende-se signos para compor um SIV concebidos a partir da memória afetiva de seus utilizadores. No Roda de Fuxico, desenvolveu-se uma técnica específica para criação destes signos de memória¹⁰. A referida técnica será detalhada no Capítulo 7, quando se apresenta o método. A Figura 3.12 ilustra um exemplo de signos de memória desenvolvido para projeto de extensão Criatif na Cidade Alta, em 2018.

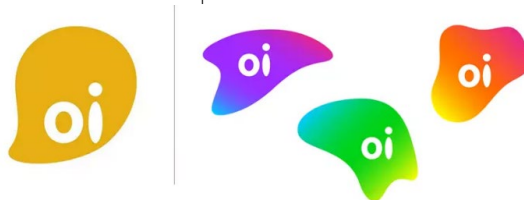
Figura 3.12 – Exemplo de elemento complementar da identidade visual - signos de memória



Fonte: Projeto Criatif na Cidade Alta (2018)

Compreende-se como **alternativas auxiliares** aquelas que se apresentam de forma diferente da identidade visual principal, porém mantêm um padrão de alguns elementos, para que sejam reconhecidas. Como em casos de marcas mutantes, as alternativas auxiliares são uma opção para serem utilizadas em situações que exigem variedade de versões de identidades visuais para atender a uma frequente exposição, como nos casos das aplicações em redes sociais (BOCCHESE, 2014; CONSOLO, 2021). Melo (2011, p. 618) afirma que “a ideia de que projetos de identidade visual deveriam ser duradouros era um dos pilares do modernismo. Essa crença começa a ceder lugar a uma maior volatilidade dos sinais, acompanhada por uma consequente diversificação sintática”.

Figura 3.13 – Exemplo do elemento complementar da identidade visual – alternativas auxiliares



Fonte: oi. Disponível em: <http://oi.com.br>. Acesso em: 21 mar. 2023.

¹⁰ A técnica signos de memória é encontrada em Matos e Coutinho (2021b).

O **ícone favorito** é uma tradução direta para *favicon*, uma forma simplificada da identidade visual. Um pequeno ícone (16X16 *pixels* ou 32X32 *pixels*) que funciona como signo (no lugar de) da identidade visual, para ser utilizado em navegadores, redes sociais, entre outros (JACKSON, 2016). A Figura 3.14 mostra um elemento complementar ícone favorito.

Figura 3.14 – Exemplo do elemento complementar da identidade visual – ícone favorito



Fonte: Americanas. Disponível em: <http://americanas.com.br>. Acesso em: 21 mar. 2023.

Sugere-se também, como elementos complementares, **a marca sonora**, **a marca olfativa** e **a marca tátil** (CONSOLO, 2021). Enquanto a marca gráfica trabalha com o sentido da visão, os elementos de marca sonora, olfativa e tátil trabalham com outros sentidos: audição, olfato e tato, respectivamente.

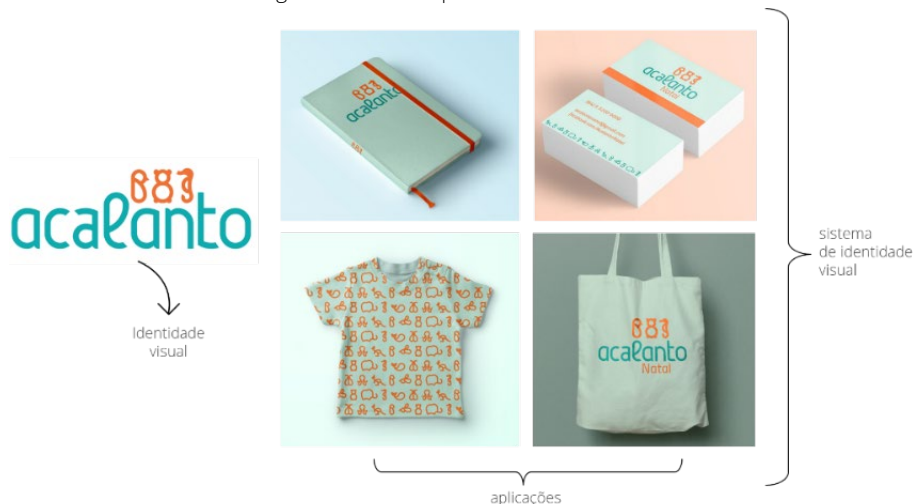
Como exemplo de marca sonora tem-se o “plim plim” da TV Globo ou o “tudum” da Netflix. Como exemplo de marca olfativa, o cheiro da Melissa, da Cacau Show e da mmartan. E como exemplo de marca tátil tem-se, entre outros, a textura da marca da havaianas.

Sistema de identidade visual

Entende-se como sistema de identidade visual (SIV) o programa de como se configura objetivamente a identidade visual em seus diversos pontos de contato e diversas mídias (MEGGS; PURVIS, 2009; PEÓN, 2011; WHEELER, 2012).

Forma o SIV o conjunto dos veículos que propagam os elementos primários, secundários e complementares da identidade visual (BOCCHESI, 2014; CONSOLO, 2021; JACKSON, 2016; MATOS; COUTINHO, 2021; PEÓN, 2011; WHEELER, 2012). Os elementos complementares aplicados em papelaria, uniformes, brindes, páginas de internet, redes sociais, entre outros, formam o sistema de identidade visual (SIV) (MEGGS; PURVIS, 2009; PEÓN, 2011; WHEELER, 2012) e permitem uma maior disseminação da identidade visual nos pontos de contato com os sujeitos. A Figura 3.15 apresenta um sistema de identidade visual desenvolvido pelo projeto Criatif, do IFRN, para a marca Acalanto.

Figura 3.15 – Exemplo de sistema de identidade visual



Fonte: Projeto Criatif (2017)

Marca

Como já foi visto neste capítulo, a marca gráfica é um elemento primário da identidade visual. Já a marca olfativa e sonora são elementos complementares contemporâneos, que ajudam a construir o sistema de identidade visual. Entende-se marca gráfica, olfativa e sonora como um conceito distinto de marca. As três primeiras são elementos que funcionam sozinhos. Já a marca é relacional, se constrói com o tempo e na relação com os sujeitos, se misturando a diversos aspectos da instituição, como atendimento, comunicação, entre outros.

Segundo Consolo (2021):

A identidade e reconhecimento de uma marca não consistem somente em um sistema visual concreto liderado por um símbolo e um logotipo **[a marca gráfica]**. A dimensão da comunicação da marca se aplica a todo sistema conceitual, estratégico e funcional que envolve a organização, e se bem realizada fará com que seu símbolo identificador consiga ser a chave de acesso de todo esse universo de conteúdos, produtos e atitudes que a representam (CONSOLO, 2021, p. 19-20, grifo nosso).

Para Perez (2004,) a marca é uma conexão simbólica estabelecida entre uma organização e as pessoas às quais se destina. Portanto, como a marca é fruto da relação com os sujeitos, ela expande a marca gráfica, olfativa e sonora, carregando os valores e a forma de interação da instituição como a maneira de se comunicar (COSTA, 2008; WHEELER, 2012).

Etimologicamente, a marca tem a função de “marcar”, fazer reconhecer, identificar, assinar, fazer pertencer, diferenciar e tornar pregnante. Portanto, marca é aquela identidade visual (com todos os seus elementos) que marcou alguém ou um grupo de sujeitos, envolvendo questões abstratas como atendimento, relacionamento e qualidade daquilo que oferece (CONSOLO, 2021; COSTA, 2008; WHEELER, 2012).

Manual de identidade visual

Entende-se o manual de identidade visual (MIV) como ferramenta de apresentação da identidade visual e de orientação sobre seu uso, a fim de garantir que o sistema seja utilizado, respeitando-se as regras de construção e aplicação (MUNHOZ, 2009).

De acordo com Peón (2011), o MIV pode ser simplificado, com explicações resumidas, ou ser extenso, contendo várias métricas e possibilidades de aplicação. Sua confecção é essencial, por isso os custos de sua produção devem ser previstos em orçamento.

Para Consolo (2021, p. 91), “um manual é composto por informações corporativas, relativas à gestão, orientativas a respeito dos signos visuais e design, e instrucionais a respeito das técnicas de execução dos diversos materiais”. A autora relata que na maioria dos casos, o MIV apresenta e explica as questões técnicas dos projetos de forma excessiva, com muitos detalhes. Por outro lado, segundo Consolo (2021, p. 99), ao mesmo tempo que um MIV rege e orienta as aplicações da identidade visual, imobiliza a tentativa de atualização do sistema de comunicação perante as novas exigências de publicação e gestão da marca.

A autora apresenta o livro da marca (*brandbook*) como proposta de uma ferramenta mais focada em transmitir o conceito e o posicionamento da marca do que suas

especificações técnicas. No livro da marca apresenta-se a voz da marca, a mensagem-chave, o grito de guerra, o tom das mensagens proferidas, ambientação dos espaços corporativos, critérios para vídeos, seleção de modelos, além das questões da marca, seu padrão cromático e elementos gráficos de apoio, constantes nos manuais. Outra diferença do livro da marca para o manual de identidade visual é que no livro parte da concepção está nas mãos de outros profissionais, diferentes dos designers, como de marketing e arquitetura.

Por outro lado, Consolo (2021, p. 109) percebe que como o livro da marca possui um cunho inspiracional, ele não apresenta informações técnicas importantes, o que faz com que muitas instituições acabem desenvolvendo um MIV em conjunto com o livro da marca, para disponibilizar para a equipe de criação.

Apresenta-se no MIV o conceito da identidade visual, seu processo de construção, seus elementos primários, secundários e complementares, suas versões, reduções, reservas de integridade, tipos de aplicações e usos incorretos (MUNHOZ, 2009; PEÓN, 2011). Além disso, diante dos autores pesquisados, o Roda de Fuxico sugere um roteiro para construção do MIV, que contém também elementos do livro da marca, como a mensagem da identidade visual, a marca olfativa, sonora e tátil.

Tipologias para as identidades visuais

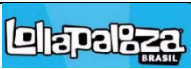
Apresenta-se uma proposta para tipologia em relação a identidades visuais, a partir de classificações vistas em Peón (2011) e Wheeler (2012). As fronteiras entre as tipologias propostas não pretendem ser rígidas, por isso muitas identidades visuais podem combinar elementos de mais de uma categoria, partindo-se do pressuposto de que as classificações não dão conta de atender a todos os casos.

A partir de Peón (2011), entende-se que a identidade visual pode ser **corporativa** (relativa a empresas), **sazonal** (relativa a eventos) e **pessoal** (relativa a pessoas).

De acordo com Wheeler (2012), também se compreende que uma identidade visual pode ser **monística** (quando uma mesma marca é aplicada em todos os seus produtos), **endossada** (se as 'marcas filhas' coexistem com a 'marca mãe' e a hierarquia é explicitada) e **pluralista** (quando existe uma hierarquia, mas a 'marca filha' significa tanto para os sujeitos, que muitos não reconhecem a marca mãe). Ainda partir de Wheeler (2012) considera-se que quanto à sua composição gráfica que as marcas podem ser **monogramas** ou **emblemas**.

A partir de Wheeler (2012) e da tipologia para símbolos de Peón (2011), em relação à representação da sua função, entende-se que uma identidade visual pode ser **figurativa** (quando representa sua função de forma figurativa), **ideograma** (quando representa sua função por meio de uma ideia), **tipográfica** (quando representa sua função com letras) e **abstrata** (quando não tem a intenção consciente de representar a sua função). A Figura 3.16 ilustra essas tipologias.

Figura 3.16 – Tipologias para identidades visuais

corporativa		figurativa	
sazonal		ideograma	
pessoal		tipográfica	
monística		abstrata	
endossada		monogramas	
pluralista		emblemas	

Fonte: a autora (2022), projeto Criatif (2017) e mundo das marcas. Acesso em: 21 mar. 2023.

3.5 Marcas e gestão de marcas

De acordo com Costa (2008, p. 25), as marcas nasceram no contexto comercial. Desde o seu nascimento, uniam as funções de significar e identificar. Primordialmente compondo embalagens, identificando procedência, o tipo de produto, os seus donos e significando nichos de instituições e/ou produtos, status, época, entre outros.

Figura 3.17 – Marca da aveia Quaker aplicada em embalagens



Fonte: <https://blogdakado.wordpress.com/2012/09/11/evolucao-das-embalagens/>. Acesso em: 21 mar. 2023.

Costa (2008) criou uma categorização temporal para os nascimentos das marcas, sendo: o primeiro nascimento, **a marca para identificar**; o segundo, **a marca obrigatória e militar**; o terceiro nascimento, **a marca moderna**, relacionada à demanda da produção industrial; e o quarto nascimento, **a marca código**, considerando seu aspecto emocional em um mundo digital com uma grande quantidade de marcas. A Figura 3.18 mostra um exemplo de marca de cada nascimento. Primeiro, a marca de identificar gado; a segunda, uma marca obrigatória e militar; a terceira, uma marca moderna; e a quarta, a marca mutante da oi.

Figura 3.18 – Marcas do primeiro ao quarto nascimento (COSTA, 2008)



Fonte: iphan.org.br; dica Espanhola; Kibon.com.br; oi.com.br. Acesso em Acesso em: 21 mar. 2023.

3.5.1 Gestão de marcas

Gestão de marcas é uma tradução para *branding*. Para a autora, "*branding* é um sistema de gerenciamento das marcas orientado pela significância e pela influência que as marcas podem ter na vida das pessoas, objetivando a geração de valor para os seus públicos de interesse" (CAMEIRA, 2016, p. 51).

Melo (2011) informa que o termo *branding* começa a circular no final dos anos 90, trazendo a ideia de gerir marcas.

Semprini (2006) posiciona a marca atual no espaço social contemporâneo, com o aparecimento de outras mídias, devendo funcionar não só para o consumo, como na marca moderna, mas também para a economia e a comunicação.

Para Cameira (2016, p. 40, grifo nosso), "o processo de construção de uma marca envolve não apenas a criação do seu sinal gráfico [marca gráfica], mas também a determinação da sua estratégia e dos seus principais atributos simbólicos ou do projeto de sentido dessa marca".

O método de ensino Roda de Fuxico tem a intenção de apoiar professores em disciplinas para construção de sistemas de identidades visuais contemporâneos, dessa forma incluindo definição de estratégias e a criação de elementos complementares, como signos de memória, alternativas acessórias, ícones favoritos, marca sonora e marca olfativa (BOCCHESE, 2014; CAMEIRA, 2016; CONSOLO, 2021; MATOS; COUTINHO, 2021b; PEÓN, 2011; WHEELER, 2012). Tal abordagem expande a criação de identidades visuais e prepara o sistema para a gestão da marca.

Entretanto, a partir dos autores, definiu-se o posicionamento do Roda de Fuxico de trabalhar com sistemas de identidades visuais como pilares da futura marca (CONSOLO, 2021)

e não diretamente com a gestão de marcas, no sentido de gerar um sistema de acompanhamento futuro de sua expressão, como seria, por exemplo, sua comunicação contínua nas redes sociais. O método de ensino Roda de Fuxico não oferece ferramentas para dar esse passo adiante da construção. Essa decisão corrobora a posição de Consolo (2021, p. 20), que “está sob o domínio do design a construção do símbolo, seu sinal identificador principal, até sua articulação com todos os demais elementos que fazem parte do sistema de identidade visual e suas funções”.

No Capítulo 4 – A imersão na cultura fuxico – apresenta-se os resultados da fase de **Imersão**, em que a pesquisadora realiza a concepção do novo desenho e das novas fases projetuais, diretamente influenciado pela inserção na cultura do fuxico e do fazer artesanal nas rodas de fuxico.

4 CAPÍTULO 4 - A IMERSÃO NA CULTURA DO FUXICO

Este capítulo apresenta os resultados alcançados com a fase Imersão da metodologia, que influenciou diretamente a construção do método de ensino.

Em primeiro lugar, remonta-se uma breve história sobre a origem do artesanato fuxico, apresenta-se os resultados das entrevistas com fuxiqueiras no Rio Grande do Norte (RN) e da participação nas rodas de fuxico, culminando na teorização de fases do processo de fazer fuxico e na recontextualização para as fases projetuais de um método de ensino para criação de sistemas de identidades visuais. Em segundo lugar, expõe-se o esquema gráfico do método que acolhe as novas fases projetuais, a descrição dessas fases, destacando “o que cada uma aprendeu” com a imersão na cultura do fuxico.

4.1 Uma breve investigação sobre a origem do fuxico

Com o resultado da investigação, não foi possível obter um consenso sobre a origem do artesanato fuxico. Entretanto, pode-se levantar uma hipótese de que sua origem não tenha sido na região nordeste do país (BORGES, 2012; FONSECA, 2012; GUIMARÃES, 2007; MEDRADO, 2019; NASCIMENTO; SILVA, 2009; VANNUCCI *et al.*, 2021).

Para Fonseca (2012, p. 15), a origem do fuxico é desconhecida, apesar de relacionar sua confecção às escravas africanas que moravam no Brasil.

Sobre esse significante “fuxico” inicialmente destaco-o enquanto técnica artesanal que tem sua origem desconhecida. Historicamente pensa-se que a sua matéria prima – tecidos nobres – tenha chegado ao país trazida por portugueses e espanhóis do século XIX e, a feitura em si do fuxico é atribuída às escravas africanas.

Guimarães (2007), da mesma forma que Fonseca (2012), relata que não obteve nenhuma referência em publicações e revistas sobre a história do fuxico. Porém, ela afirma que “o folclore popular atribui esse nome fuxico ao ato da conversação, da fofoca e mexericos das mulheres que se reúnem na hora de confeccioná-los” (GUIMARÃES, 2007, p. 3). Borges (2012), por outro lado, localiza a origem do fuxico no nordeste brasileiro. Para a autora, o fuxico nasceu nos tempos coloniais, na região nordeste, para atender à necessidade das escravas de reaproveitar retalhos de tecidos que recebiam das senhoras. As escravas cortavam os retalhos e faziam trouxinhas, utilizando como agulha pedaços de bambu afiados e, como linha, fibras naturais. Para a autora, o nome fuxico foi também associado aos mexericos que as escravas faziam, quando se sentavam para fazer as trouxinhas de pano. Borges (2012) ainda destaca que o não silenciamento ao fazer fuxico demonstrava uma insubmissão à perversa condição na qual se encontravam as escravas no Brasil.

Da mesma maneira que Borges (2012), Medrado (2019, p. 142) define o fuxico como uma técnica tipicamente nordestina, que consiste em costurar pequenos retalhos circulares que juntos formam uma outra coisa: uma bolsa, um tapete, uma colcha. Ela confirma que o nome da técnica adveio das histórias que as artesãs contam, ou seja, fuxicam, enquanto costuram. A autora faz uma analogia direta do fuxico para falar de narrativas:

Tomo de empréstimo a analogia do fuxico para falar do contar histórias, para falar de narrativas. As narrativas são recortes de diversas tessituras costuradas, uma história nunca conta de um sujeito só, ela conta de diversas histórias cerzidas e, ao mesmo tempo, nunca se encerra em si mesma, uma história remete a outra (MEDRADO, 2019, p. 142).

Vannucci *et al.* (2021, p. 100) expandem a origem do fuxico, afirmando ser o artesanato de origem brasileira. “E há o nosso ‘fuxico’ brasileiro. Nele, emendam-se retalhos recortados no formato redondo; eles são franzidos pelas bordas e, em seguida, costurados uns aos outros”. Os autores relacionam o Laboratório de Investigação da Cena (LIC) do Programa de Pós-Graduação em Artes da UFRJ¹¹ com um fuxico. Eles citam que as conversas e histórias contadas durante a roda de fuxico podem não se concluir, emendar-se umas às outras, serem tristes ou alegres, obscuras ou claras, como os retalhos.

Para Nascimento e Silva (2009), assim como para Vannucci *et al.* (2021), o fuxico existe há mais de 150 anos, sendo considerada uma tradição brasileira que remonta ao período colonial, onde os tecidos eram artigos de luxo destinados apenas às sinhás. As escravas juntavam as sobras desses tecidos, se reuniam nas senzalas para costurá-los e, ao mesmo tempo, mexericavam sobre a vida dos senhores. As autoras descrevem que o fuxico foi acolhido e desenvolvido no nordeste brasileiro, passando a fazer parte da cultura nordestina.

Mesmo diante de incertezas em relação à origem do fuxico, pode-se entender que o fuxico feito no Brasil já faz parte de sua cultura originária. Além disso, a roda de fuxico, local de produção desse artesanato brasileiro, influenciou a reformulação do método de ensino. Mais do que obter resultados sobre a origem do fuxico, alcançou-se, com a investigação, um certo repertório que ajudou na imersão para acolher a aproximação etnográfica realizada.

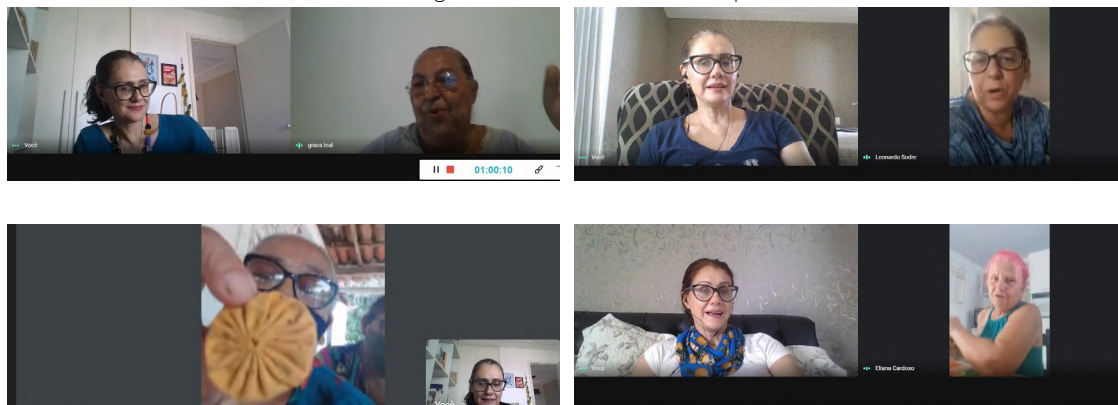
4.2 As entrevistas com as fuxiqueiras no Rio Grande do Norte

Prosseguindo a imersão na cultura do fuxico, foram realizadas sete entrevistas com fuxiqueiras, sendo seis delas de forma remota e uma presencialmente.

A Figura 4.1 apresenta o registro de quatro entrevistas: no dia 12/04/2021, com Graça Leal, coordenadora do Programa do Artesanato do RN; no dia 13/04/2021, com Leda Sodré, coordenadora do grupo de artesãs Feito na Vila; no dia 14/04/2021, com Eliana Cardoso, presidente da AMJOPAR - Associação de Mulheres e Jovens das Comunidades Rocinha e Pau-Brasil, situada no município de São José de Mipibu, no Rio Grande do Norte; no dia 29/06/2021, com Maria de Lourdes, Maria da Glória e Adelma, fuxiqueiras da AMJOPAR; e no dia 01/07/2021, com Dilza Costa.

¹¹ Laboratório de Investigação da Cena. <http://www.ppgac-ecoufrj.com.br/pt/professor>. Acesso em: 23 mar. 2022.

Figura 4.1 – Entrevistas com fuxiqueiras



Fonte: a autora, a partir de capturas de tela das entrevistas (2021)

As entrevistas foram degravadas, recuperando-se o conteúdo apreendido (MORSE, 2003). A apreensão na íntegra está disponível no Apêndice B da tese, mas um recorte dessa entrevista está disposto no item a seguir.

4.2.1 Recorte da apreensão das entrevistas com as fuxiqueiras

Graça Leal relata que o fuxico é a forma que constrói a identidade do grupo e que consegue tocar em *“coisas guardadas”*, particulares, de forma suave, por sua delicadeza. *“O fuxico é como a vida; eu vou embaixo, mas eu vou em cima e a gente se encontra no meio para dar o nó”*.

Graça frisou que *“para fazer fuxico primeiro é preciso um trabalho no território do corpo, em seguida o território da casa. Só depois, sentar-se à mesa, escolher os tecidos, cortar e montar os fuxicos. Até que haja uma simbiose entre o corpo e a agulha, é difícil”*.

Leda Sodré relatou que *“o mais importante do fuxico é que é uma ferramenta para facilitar a convivência em grupo. Uma ferramenta que ajuda quem tem dificuldade de se expressar, pois o fuxico tem memória. É como se fosse o gatilho para descobrir o que incomoda por dentro. O movimento acessa conteúdos internos e profundos, por isso proporciona resgates de sofrimentos... Até da infância. Como se fosse uma terapia coletiva, um acesso a fragmentos”*. Ela afirmou que *“o fuxico gera empoderamento, porque uma fuxiqueira dá força para a outra, revelando outras qualidades e possibilidades de cada uma”*.

Ao falar da roda de fuxico, Eliana Cardoso contou que *“as conversas na roda de fuxico são variadas e que às vezes elas são com posições divergentes. Porque cada um fala a sua opinião sobre as coisas e nem sempre é a mesma. Mas que isso é curioso, pois as divergências [de opiniões] ajudam a mudar os pensamentos”*.

Eliana acha que o desenho no papel é essencial para a criação da peça. *“Na hora do desenho, eu pinto todas as cores no desenho e construo o padrão, para não desperdiçar o tecido e manter a qualidade”*. Na roda de fuxico tem sempre coisa para contar. Coisas positivas e negativas. *“Há sempre conversas com posições diferentes. E, por isso, recebemos opiniões bem diferentes, sem discriminação. O fuxico também é assim, todos os tecidos diferentes convivem bem em um mesmo espaço. Elas [as fuxiqueiras] procuram chegar sempre em acordo”*.

Eliana Cardoso reforçou a importância de se ouvir a opinião de quem não gosta do nosso trabalho: *“é preciso ouvir quem não concorda com você, ele pode te ensinar muita coisa; se não sabe o que estão falando de você, como vai se defender?”*

Quanto ao ritual da roda de fuxico, Maria de Lourdes informou que primeiro limpa-se e zela-se do lugar, depois faz-se uma oração e então começam os trabalhos. *“A roda de fuxico é um lugar onde se aprende a conhecer as pessoas e aprender com elas, além de se ensinar o que sabe”*.

Ao ser perguntada sobre como acontece a roda de fuxico, Maria da Glória disse que *"há o momento de se reunir, o de aprender e o de ensinar"*. Ela se lembrou que no início, quando ela ainda não fazia bem o fuxico, Adelma a ajudou a aperfeiçoar. *"Ela me fazia desmanchar muitas vezes e pegava no meu pé"*. Ela guardou seus primeiros fuxicos e se pega pensando *"como eu era e como era o meu fuxico... meu fuxico era feio"*.

Adelma disse que na roda de fuxico elas botam os assuntos em dia. Como só se encontram duas vezes por semana, acontece muita coisa para elas fuxicarem. *"A roda de fuxico é prazer, é aprendizado, é você sair de si, sem sair do lugar"*.

Para Dilza, *"o fuxico é um lugar de memória afetiva"*. A relação de Dilza com o fuxico aconteceu por meio da sua filha – Anne – e sua irmã, dentro de uma história de cura emocional vivenciada pela família, pela morte prematura da filha. Durante o período de tratamento, a tia de Anne ensinou à jovem a técnica de fuxico, como forma de terapia ocupacional. Segundo Dilza, *"Anne fazia fuxico e falava dos seus medos, suas dores e, assim, os dias ficavam mais amenos"*.

Depois da partida de Anne, Dilza passou a ensinar pessoas a fazer fuxico, como forma de dissipar alguma dor que estivessem sentindo. Para ela, *"o fuxico tem o poder de cura, de união e de gratidão"*. Dilza terminou a entrevista dizendo *"você pega um tecido, alinha, puxa e fecha a flor. E a energia fica ali, fechando um ciclo. Com vários fuxicos, você junta e faz outras coisas. Por isso, ele resgata e ressignifica"*.

4.3 A participação na roda de fuxico

No dia 29/06/2021, a pesquisadora foi aceita como participante aprendiz em um grupo de fuxiqueiras da AMJOPAR, no município de São José de Mipibu, no Rio Grande do Norte.

O encontro com as três fuxiqueiras aconteceu de forma remota, por meio do aplicativo *Google Meet*. As fuxiqueiras estavam presentes na casa da presidente da AMJOPAR e a orientanda em sua residência, em Natal. Do lado da associação reuniram-se na roda: Maria de Lourdes, Maria da Glória e Adelma.

Iniciou-se a roda com a separação do material: um pedaço de tecido, um molde, caneta para riscar o tecido, tesoura, linha e agulha. Elas se cumprimentaram, limparam a mesa, se posicionaram em círculo e mostraram todo o material utilizado para fazer fuxico. A Figura 4.2 apresenta a fase de separação do material para iniciar o feito dos fuxicos.

Figura 4.2 – Separação do material para iniciar a roda de fuxico

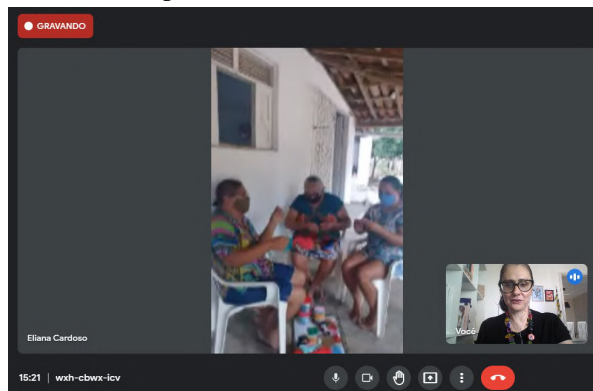


Fonte: a autora, a partir de captura de tela (2021)

Como havia uma novata no grupo, as fuxiqueiras pediram para a pesquisadora se apresentar, falar o que gostaria de aprender e quais eram suas habilidades. A pesquisadora falou que queria aprender a fazer fuxico. Comentou que era a sua primeira vez em uma roda e do seu receio em não conseguir, pois aquele seria seu primeiro fuxico. Falou da sua pouca

experiência com costura e que gostava muito de trabalhar com cor. Apesar de não ter sido combinado previamente, observou-se que o lugar físico da pesquisadora na roda foi posicionado simbolicamente, representado por um espaço livre entre as cadeiras de Maria de Lourdes, Maria da Glória e Adelma. A Figura 4.3 apresenta a roda de fuxico virtual.

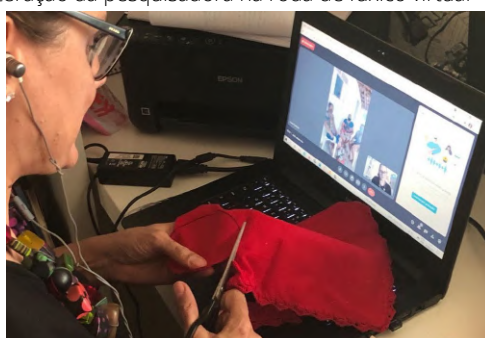
Figura 4.3 – Roda de fuxico virtual



Fonte: a autora (2021)

A roda seguiu com todas fazendo fuxico. Adelma assumiu a liderança da instrutoria. O primeiro passo foi riscar o tecido, a partir do molde. O segundo passo foi o corte do tecido, *“em cima da risquinha”*. Na AMJOPAR, o fuxico é cortado sempre à mão, não há máquina para o corte. A Figura 4.4 apresenta a pesquisadora aprendendo a cortar o tecido.

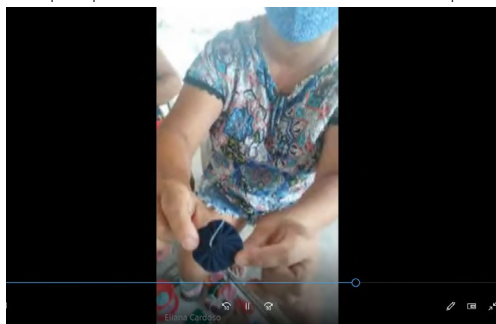
Figura 4.4 – Interação da pesquisadora na roda de fuxico virtual – corte do tecido



Fonte: Ruy Matos (2021)

Adelma iniciou o ensino. A fuxiqueira foi fazendo um fuxico e narrando o processo: *“Para iniciar a costura, coloca-se a linha na agulha e faz-se um nozinho no final. Depois, escolhe-se o lado direito do pano e inicia-se a costura com a agulha por baixo. A agulha é de baixo para cima, até chegar no nozinho, e depois passa a agulha entre as duas pernas da linha, puxa e arroxa. Depois, enfia de cima para baixo e vai alinhavando até chegar no primeiro nozinho. Quando se acaba o alinhavado, puxa a linha para fazer o franzido. Depois, volta-se a costura pelo caminho inverso, agora por cima, fazendo o acabamento”*. A Figura 4.5 mostra Adelma ensinando o arremate e a Figura 4.6, o fuxico feito pela pesquisadora.

Figura 4.5 – Interação da pesquisadora na roda de fuxico virtual – aprendendo a fazer o arremate



Fonte: a autora, a partir de captura de tela (2021)

Figura 4.6 – Interação da pesquisadora na roda de fuxico virtual – fuxico finalizado



Fonte: a autora, a partir de captura de tela (2021)

Na roda, conversou-se sobre as idades de cada uma das participantes, sobre casamento, sobre a coragem de admitir que não se sabe fazer um ofício. *“Achei corajoso você, professora, dizer que não sabe fazer fuxico e querer aprender com a gente”*; *“Nem sempre o primeiro é o melhor, tem que treinar”*.

No final, a pesquisadora pediu uma nota para o seu fuxico e recebeu nota 6,0, seguida da orientação de refazer a flor: *“com um alinhavado mais próximo da borda do tecido”*.

Combinou-se novos encontros que iniciaram no dia 6/7/2021, com a realização de oficinas de harmonia cromática com as fuxiqueiras; como forma de retribuição à participação delas na pesquisa. Tais ações não foram registradas neste documento, pois não faziam parte da problemática deste estudo.

4.4 Síntese das entrevistas e da participação na roda de fuxico

Os textos transcritos na apreensão das entrevistas e na rodas de fuxico foram analisados, e simplificados, formando um novo texto com expressões-chave destacadas (MORSE, 2003).

O fuxico ensina a perceber a vida como um **fluxo contínuo de aprendizagem**. **Eu vou embaixo, mas eu vou em cima e a gente se encontra no meio para dar o nó**. É um exercício de respiração e ao respirar acaba-se **reconhecendo o seu lugar, o seu corpo e a sua importância**. Promove **acesso a fragmentos**. Tem o **poder de cura, de união e de gratidão**. **Você pega um tecido, alinhava, puxa e fecha a flor**. E a energia fica ali, fechando um ciclo. Com vários fuxicos, **você junta e faz outras coisas e reaproveita**, por isso ele **resgata e ressignifica**.

É uma ferramenta que facilita a convivência. Na roda, tudo se faz no coletivo, ninguém trabalha sozinho. Elas criam umas com as outras. Ajuda quem tem dificuldade de se expressar, pois tem memória. Gera empoderamento, porque uma dá força a outra, revelando qualidades e possibilidades. As fuxiqueiras têm um “caderno de mim”, com fotos, imagens, receitas e bordados, juntando pedaços menores de coisas grandiosas.

A roda de fuxico é um lugar de aprendizado, de sair da mesmice, do lugar de se saber de tudo. De ter coragem para admitir que não se sabe fazer algo e entender que esse é o primeiro passo para aprender. Há o momento de se reunir, o de aprender e o de ensinar o que sabe. Às participantes novatas, pergunta-se o que querem aprender e quais as habilidades trazem para o grupo. Se recebe uma encomenda, é bom visitar o local onde a peça vai ficar.

O ritual da roda de fuxico começa bem antes de sentar-se à mesa para fazer o artesanato, inicia com um trabalho no território do corpo (tomar consciência do corpo), depois o significado do trabalho, o território da casa. Sentadas em círculo, vão planejar o que fazer, dividir o trabalho entre as pessoas e, em conjunto, fazer um desenho no papel. Esse desenho é essencial para a criação da peça. O processo é riscar o tecido, a partir do molde, cortar o tecido, colocar a linha na agulha e fazer um nozinho no final. A agulha começa por baixo do pano e depois, enfia de cima para baixo e vai alinhavando até chegar no primeiro nozinho. Quando se acaba o alinhavado, puxa a linha para fazer o franzido.

É fuxico na mão e na fala. O momento é sempre muito rico, de aprendizado e prazer, um momento de esquecer o sofrimento e se sentirem acolhidas umas pelas outras. A roda de fuxico é prazer, é aprendizado, é você sair de si, sem sair do lugar.

Até que haja uma simbiose entre o corpo e a agulha, é difícil. Depois, relaxam e começam a conversar. Nem sempre o primeiro é o melhor, tem que treinar. Aprendem, ensinam, trocam receitas, histórias. Lá tem sempre coisa para contar, positivas e negativas.

As conversas na roda de fuxico são variadas e às vezes são divergentes, mas o curioso é que as divergências [de opiniões] ajudam a mudar os pensamentos. Recebem opiniões e pessoas bem diferentes, sem discriminação, e acolhem problemas e críticas. É preciso ouvir a opinião de quem não gosta do seu trabalho. Se não sabe o que falam de você, como vai se defender? O fuxico também é assim, todos os tecidos diferentes convivem bem em um mesmo espaço.

A avaliação é feita pelo grupo em momento de crítica, ajuda e autoconhecimento. Os aprendizes só começam a produzir para venda quando são reconhecidos pelo grupo. Às vezes é preciso refazer, voltando ao início, com um novo alinhavar.

O formato de roda para os exercícios gera integração da turma e facilita o uso dos materiais disponíveis. Utilizar o material do cotidiano para os exercícios ajuda o aprendizado, ao lidar com o conhecido e familiar.

4.5 Teorização para criação de fases do fazer fuxico

Depois da síntese, realizou-se a teorização para criação das fases do processo de fazer fuxico nas rodas de fuxico, utilizando o passo de teorização de Morse (2003).

As expressões destacadas da síntese das entrevistas e rodas de fuxico foram organizadas em grupos, unidas por semelhança de significação. Depois os grupos foram nomeados, recebendo a denominação que representasse o coletivo.

A teorização se fez, portanto, a partir do agrupamento de frases, categorização e nomeação dos grupos, identificando um caminho sistemático para o processo do artesanato na roda de fuxico, como apresentado a seguir.

RECONHECER, no sentido de buscar, aprender

O ritual da roda de fuxico começa bem antes de sentar-se à mesa, inicia com um trabalho no território do corpo, depois no território da casa.

A roda de fuxico é um lugar de sair da mesmice, do lugar de se saber de tudo.

A roda é onde se conhece pessoas e aprende com elas, além de se ensinar o que se sabe.

Às novatas, pergunta-se o que querem aprender e quais habilidades trazem para o grupo.

Se recebem uma encomenda e podem conhecer o local onde a peça vai ficar, vão visitá-lo.

Recebem opiniões e pessoas bem diferentes, sem discriminação, e acolhem problemas e críticas, inclusive de quem não gosta do trabalho que fazem.

Figura 4.7– Fase reconhecer na roda de fuxico



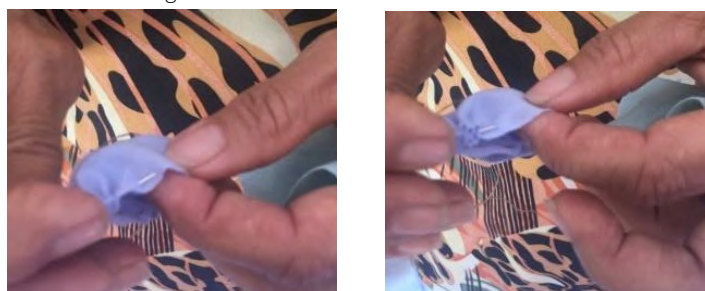
Fonte: Ruy Matos (2022)

ALINHAVAR, no sentido de organizar, estruturar

O fuxico é como a vida; vai embaixo, mas vai em cima e se encontra no meio para dar o nó. A agulha começa por baixo do pano e depois, enfia de cima para baixo e vai alinhavando até chegar no primeiro nozinho.

Quando se acaba o alinhavado, puxa a linha para fazer o franzido.

Figura 4.8 – Fase alinhavar na roda de fuxico



Fonte: a autora (2022)

ARREMATAR, no sentido de revelar, conceituar

As conversas na roda de fuxico são variadas e às vezes são divergentes.
Mas é curioso, pois as divergências [de opiniões] ajudam a mudar os pensamentos.
Na roda acolhem problemas e críticas.
O movimento acessa conteúdos internos e profundos, por isso proporciona resgates.
Promove acesso a fragmentos.
O fuxico gera empoderamento, porque uma fuxiqueira dá força para a outra, revelando
outras qualidades e possibilidades de cada uma.

Figura 4.9 – Fase arrematar na roda de fuxico

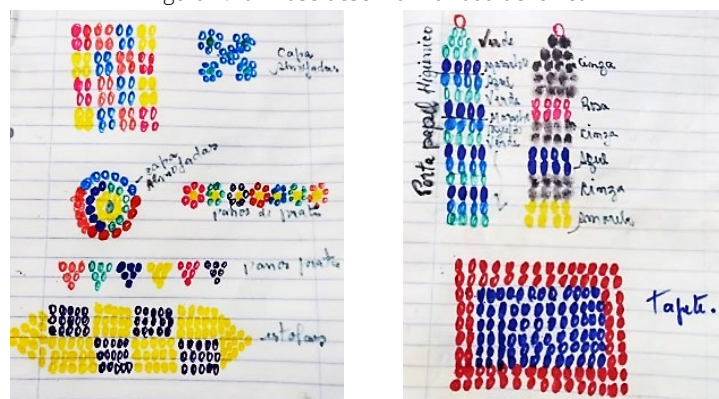


Fonte: a autora (2022)

DESENHAR, no sentido de EXPRESSAR, CRIAR

As fuxiqueiras têm um “caderno de mim”, com fotos, imagens e bordados. Até que haja uma simbiose entre o corpo e a agulha, é difícil. Depois, relaxam e conversam. A roda de fuxico é prazer, é aprendizado, é você sair de si, sem sair do lugar. Antes de começar a montagem, um desenho é feito, que é essencial para a criação da peça. Os primeiros desenhos nem sempre são os melhores.

Figura 4.10 – Fase desenhar na roda de fuxico



Fonte: a autora (2022)

MONTAR, no sentido de experimentar, emendar

Juntando pedaços menores de coisas grandiosas.

Com vários fuxicos, você junta e faz outras coisas e reaproveita, por isso ele resgata e ressignifica. Uma forma a flor e outras emendam.

É fuxico na mão e na fala. O momento é sempre muito rico, de aprendizado e prazer.

Figura 4.11 – Fase montar na roda de fuxico



Fonte: a autora (2022)

AVALIAR, no sentido de examinar, apreciar

O fuxico ensina a perceber a vida como um fluxo contínuo de aprendizagem.

Para ajeitar a florzinha, volta-se a costura pelo caminho inverso.

A avaliação também é feita pelo grupo em um momento de crítica, ajuda e autoconhecimento. Precisam antes conhecer o grupo, aprender a técnica, comparar o seu resultado com o de outras pessoas e ser reconhecidos.

O aperfeiçoamento vem com a prática.

Às vezes é preciso refazer, voltando ao início, com um novo alinhavar.

Figura 4.12 – Fase avaliar na roda de fuxico



Fonte: a autora (2022)

ENTREGAR, no sentido de terminar, repassar

O fuxico tem poder de cura, de união e de gratidão. Ao terminar, a energia fica ali, fechando um ciclo. Um momento de esquecer o sofrimento e se sentirem acolhidas umas pelas outras.

Figura 4.13 – Fase entregar na roda de fuxico



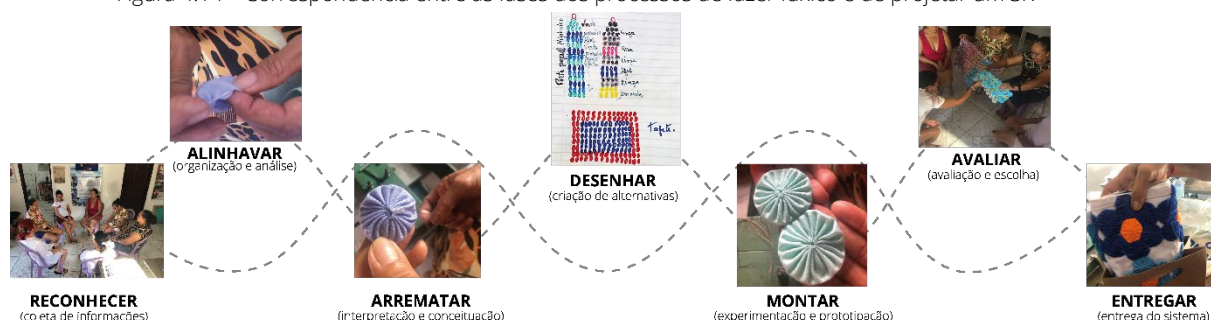
Fonte: a autora (2022)

4.6 Recontextualização para as fases projetuais de criação de SIV

As sete fases do processo de fazer fuxico desenvolvidas na teorização puderam ser recontextualizadas (MORSE, 2003) para o âmbito de metodologia para SIV, ao se perceber que as etapas percorridas pelo artesanato se assemelhavam às fases genéricas de projeção de sistemas de identidades visuais: coleta de informações, análise, interpretação, criação, prototipação, avaliação e entrega das alternativas.

Além disso, aprendeu-se que as fuxiqueiras não fazem artesanato sem método. Ao contrário, percebeu-se uma clara intenção de seguir um processo que orientasse a produção delas, em um caminho sistemático entremeado com intuição e surpresas. A Figura 4.14 apresenta a correspondência realizada entre as fases dos dois processos.

Figura 4.14 – Correspondência entre as fases dos processos de fazer fuxico e de projetar um SIV



Fonte: a autora (2022)

A partir dessa recontextualização, as sete fases do fazer fuxico: *reconhecer*, *alinhar*, *arrematar*, *desenhar*, *montar*, *avaliar* e *entregar* foram correspondidas ao âmbito da projeção em design e passaram a ser as fases projetuais do método Roda de Fuxico. Dessa maneira, diferenciou-se da nomenclatura de fases projetuais de métodos estrangeiros.

4.7 O novo desenho do método de ensino Roda de Fuxico

Apreendeu-se, com a imersão, entre outras coisas, que o fuxico não se faz individualmente: uma fuxiqueira reconhece, outra alinhava, outra arremata, e assim por diante. Entretanto, elas¹² têm o seu espaço físico e de ideias individualmente preservados. Além disso, a reunião se faz em círculo, em um formato que estimula a conversação, a aprendizagem coletiva e o compartilhamento de materiais.

A partir de uma foto que foi registrada em momento de observação da roda fuxico, foi realizado um desenho que representa sete fuxiqueiras sentadas, vistas de cima.

O novo desenho expressa intencionalmente a reunião que as artesãs realizam para confeccionar fuxicos, anunciando as sete fases projetuais que apoiam o método de ensino. A Figura 4.15 apresenta uma foto das fuxiqueiras em roda e o novo esquema gráfico do método Roda de Fuxico, derivado da imagem.

Figura 4.15 – Foto e esquema gráfico do método de ensino Roda de Fuxico



Fonte: a autora (2022)

A conexão subjetiva do grupo foi representada graficamente por meio de uma linha alinhavada, formada pelos nomes das fases, unindo cada fuxiqueira e, conseqüentemente, cada fase projetual.

Ademais, percebeu-se que a junção das fuxiqueiras sentadas em círculo deu forma ao desenho de uma flor, a flor de fuxico, que simboliza o resultado da roda.

A Figura 4.16 apresenta o esquema gráfico das fases projetuais do método em tamanho maior e, portanto, mais legível.

¹² Fala-se das fuxiqueiras no feminino, pois todas as entrevistadas foram mulheres. Entretanto, a fuxiqueira Eliana Cardoso citou na entrevista que havia dois homens que participavam das rodas de fuxico, além do Sr. Ciro, esposo de Eliana, que a acompanhava nas rodas de fuxico da AMJOPAR, pois não pode ficar sozinho por suas condições de saúde.

Figura 4.16 – Esquema gráfico do método de ensino Roda de Fuxico



Fonte: a autora (2021)

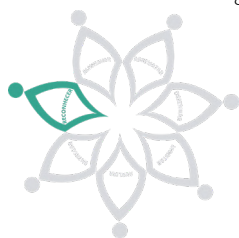
4.8 As sete fases projetuais do Roda de Fuxico

Além dos nomes das fases projetuais seguirem o processo das rodas de fuxico, utilizando-se de uma linguagem metafórica, propôs-se a inclusão de mais uma fase projetual se comparado ao modelo experimental, que continha seis fases projetuais.

A inclusão da fase *Alinhavar* foi motivada pela percepção de que para se arrematar e finalizar uma flor de fuxico, é preciso ter alinhavado bem toda a borda do tecido. Isto é, analogamente, sugere-se que para gerar conceitos para criação de uma alternativa de identidade visual, se faz necessário percorrer as informações, analisando-as antes de interpretá-las.

Apresenta-se a seguir as fases projetuais que compõem o método de ensino Roda de Fuxico, com uma definição e uma breve descrição de seus objetivos e características, além de destacar “o que cada fase aprendeu” com a imersão na cultura do fuxico.

Figura 4.17 – Fase *reconhecer* do método de ensino Roda de Fuxico



RECONHECER – coleta de informações

re.co.nhe.cer v. [Latim *Recognoscere*]

Observar o estado ou situação de
(FERREIRA, 2010)

Fonte: a autora (2022)

Com o sentido de observar o universo que circunda o projeto de identidade visual, *reconhecer* é a fase de observação, de entrar em contato, conhecer o ignorado ou conhecer de novo, com um novo olhar aberto a surpresas.

É a fase de *reconhecer* os fuxiqueiros (cliente, designer em formação e diversos sujeitos) e fatores (as marcas similares, o contexto histórico/cultural e de aplicação e a marca atual, para os casos de redesign) que influenciam no processo de interpretação dos atributos da instituição que se quer apresentar visualmente, seja uma empresa, entidade, produto, evento, serviço ou uma personalidade.

O que “a fase *reconhecer* aprendeu” com a imersão na cultura do fuxico:

- (a) antes de começar o grupo de trabalho, é preciso **reconhecer as pessoas** que ali estão, o que cada um quer aprender e pode oferecer como habilidades;
- (b) antes de começar o trabalho, é preciso **reconhecer o seu próprio espaço e o seu lugar**, respirar, entrar em contato consigo;
- (c) as pessoas com quem se vai conversar **são diferentes e diversas**, é preciso ouvi-las e aceitar suas opiniões, **sem preconceito**;
- (d) é preciso ouvir, além daqueles apoiadores, **quem não concorda com o projeto**, pois isso pode ensinar muita coisa;
- (e) é preciso **reconhecer o local** (físico, caso haja) onde vai ser aplicada a fachada com a identidade visual; e
- (f) o designer em formação recebe um “**caderno de mim**”, para se reconhecer dentro do projeto e registrar ideias, fotos, desenhos, alegrias, cores, músicas, indicativos para cheiros, texturas, sons, descobertas, inseguranças e o que mais fizer parte do seu processo criativo.



Figura 4.18 – Fase *Alinhavar* do método de ensino Roda de Fuxico
ALINHAVAR – organização e análise das informações

a.li.nha.var v. [Alinhavo]
Esboçar
(FERREIRA, 2010)

Fonte: a autora (2022)

Com o sentido de esboçar a análise das informações, para depois acurar a interpretação, *Alinhavar* é a fase de organização dos materiais advindos da fase *reconhecer*. É o primeiro trabalho que se faz com a coleta de dados, a primeira costura de informações.

A fase *Alinhavar* é o momento de degravar entrevistas, descrever respostas de questionários, organizar e escolher informações significativas, a partir daqueles que influenciam na interpretação da instituição que se quer apresentar. Também é momento de sintetizar e destacar palavras-chave dessas informações.

O que “a fase *Alinhavar* aprendeu” com o processo de artesanato na roda de fuxico:

- (a) o movimento **do alinhavar** (para cima e para baixo) é importante para se perceber que há momentos de **ensinar o que se sabe** e há os de **aprender com o outro**;
- (b) **comparar as falas** dos diferentes tipos de sujeitos sem julgamento, tornando o processo mais **inclusivo**;
- (c) conhecer **a história de cada projeto** (o contexto histórico-cultural) e pensar **onde vai ser usada cada peça** (o ambiente de aplicação);
- (d) **comparar atributos das marcas similares** para identificar o que os une por **similaridade** de grupo e o que os **individualiza** por diferenciação;
- (e) analisar o **contexto e o ambiente de aplicação** da identidade visual; e
- (f) para o caso de redesign de marca, **analisar os pontos positivos e negativos** que os **sujeitos e designers em formação** enxergam na marca.



Figura 4.19 – Fase *Arrematar* do método de ensino Roda de Fuxico

ARREMATAR – interpretação e conceituação

ar.re.ma.tar v. [Ar + rematar]

Finalizar, concluir

(FERREIRA, 2010)

Fonte: a autora (2022)

No sentido de concluir a análise, *Arrematar* é a fase de **interpretação** dos dados. É o momento de fazer o encontro das informações, por meio da “**costura**” das palavras-chave advindas da fase *Alinhavar*, revelando significados.

Arrematar é o momento de o designer em formação tomar partido ao realizar o processo de **semiose institucional**, interpretando atributos da identidade da instituição. O designer em formação escolhe alguns atributos percebidos da identidade do projeto, em forma de **palavras-chave** e os posiciona em um **quadro de atributos**. As palavras-chave são “costuradas” em formato de **conceitos**, que vão conduzir a criação gráfica.

Na fase *Arrematar* define-se ainda **estratégias** para a criação de alternativas de identidade visual para cada conceito definido.

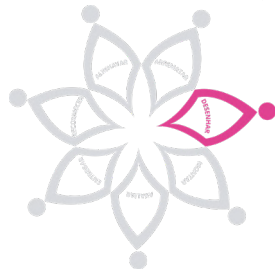
Para alcançar as estratégias definidas, elenca-se um rol de **decisões projetuais**, que constituem em ações que operacionalizarão tais estratégias.

Por fim, desenvolve-se um **painel inspirativo** contendo atributos verbais e não verbais representativos do conceito, das estratégias e das decisões projetuais definidos. No painel inspirativo tem-se imagens, cores, figuras, fontes, alusões a cheiros, texturas, entre outros.

O que “a fase *Arrematar* aprendeu” com a imersão na roda de fuxico:

- (a) pode ser realizada como um processo colaborativo, de **construção conjunta**, revelando qualidades e possibilidades;
- (b) gera **empoderamento ao projeto**, criando **conceitos** que conduzirão a criação;
- (c) quando se faz o arremate, se **toma uma decisão, toma-se partido**, gera-se uma nova coisa, as informações vindas da coleta de dados se transformam em conceitos, estratégias, decisões projetuais e painéis inspirativos;
- (d) no arremate você escolhe **o que faz similar** e se acomoda (para pertencer) e **o que faz diferente** e resiste (para se diferenciar).

Figura 4.20 – Fase *Desenhar* do método de ensino Roda de Fuxico



DESENHAR – criação de alternativas

de.se.nhar v. [Latim *Designare*]
Traçar o desenho de
(FERREIRA, 2010)

Fonte: a autora (2022)

No sentido de traçar o desenho da identidade visual, *Desenhar* é a fase de apresentação visual dos conceitos, estratégias e decisões projetuais definidos na fase *Arrematar*, que contém atributos percebidos e escolhidos da instituição.

Na fase *Desenhar* cria-se os **elementos visuais** que compõem cada alternativa de identidade visual compatíveis com as definições advindas da fase *Arrematar*, como:

(1) **elementos primários**, logotipo, signo e marca gráfica;

(2) **elementos secundários**, paleta de cor principal, paletas de cor auxiliares, tipografia auxiliar, suportes e linha do conceito.

Os **elementos complementares** podem ser desenvolvidos no momento de experimentação das aplicações, na fase *montar*, visto que não são essenciais para a construção da identidade visual.

O que “a fase *Desenhar* aprendeu” com o processo de artesanato:

- (a) o **desenho no papel é essencial** para a criação de cada alternativa. Ajuda a construir uma simbiose entre o corpo e instrumento, que proporciona um relaxamento que faz fluir o processo criativo;
- (b) a fase *Desenhar* é induzida pelos **conceitos** identificados na fase *Arrematar*, mas é igualmente um momento de abdução, quando a **intuição** leva a lugares inesperados;
- (c) os desenhos são realizadas em conjunto, no coletivo, **criando uns com os outros**;
- (d) **os primeiros desenhos podem não ser os melhores**; é preciso testar e exaurir uma boa quantidade de alternativas.

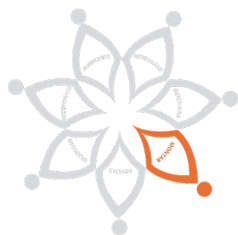


Figura 4.21 – Fase *Montar* do método de ensino Roda de Fuxico

MONTAR – experimentação e prototipação

mon.tar v. [Latim Montare]

Aprontar, armar para funcionar

(FERREIRA, 2010)

Fonte: a autora (2022)

Com o sentido de armar para funcionar, *Montar* é a fase de experimentação da **criação de elementos complementares** e de **prototipação das alternativas** de identidade visual em modelos digitais (*mockups*), para simular aplicações em peças gráficas.

Como elementos complementares, considera-se a **experimentação** de **grafismos, mascotes, estampas, signos gráficos, signos de memória, alternativas auxiliares, ícones favoritos, assinatura sonora e cheiro**, criando possibilidades para a concepção do sistema de identidade visual.

A prototipação de alternativas em modelos digitais, durante a fase *Montar*, tem também a intenção de **testar a adequação** das alternativas e facilitar a avaliação posterior das mesmas, a partir da **simulação da aplicação em produtos e processos gráficos**.

O que “a fase *Montar* aprendeu” com a imersão no processo de artesanato:

- (a) os grafismos desenvolvidos para compor as aplicações da fase *Montar* podem ser construídos com elementos da identidade visual, formando **desenhos diferentes**;
- (b) o processo de **prototipação** também deve ser **coletivo**, proporcionando trocas de experiência e aprendizagem coletiva;
- (c) na fase de montagem surgem **ideias interessantes, nem pensadas antes**;
- (d) é melhor experimentar e **prototipar, antes de finalizar** a alternativa, para verificar a adequação das aplicações;
- (e) **montar a peça junto com o cliente** pode evitar frustrações; e
- (f) a montagem **ainda não é o produto final**, por isso pode-se realizar mudanças, antes de finalizar a alternativa.

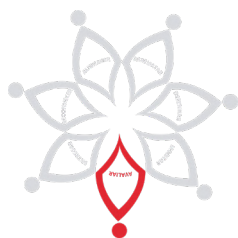


Figura 4.22 – Fase *Avaliar* do método de ensino Roda de Fuxico

AVALIAR – avaliação e escolha

a.va.li.ar v. [a+valia+ar]

Determinar a valia ou valor de

(FERREIRA, 2010)

Fonte: a autora (2022)

No sentido de determinar o valor e escolher, *Avaliar* é a fase de determinar a valia das alternativas de identidade visual, por meio de uma visão participativa, com a colaboração de todos os fuxiqueiros.

Pretende-se investigar se determinada alternativa **atende a pressupostos de boas práticas** elencados em diretrizes predefinidas. Propõe-se também perceber se possui **conotações negativas ou inadequadas** ao contexto do projeto.

Ainda, tem-se a intenção de verificar o nível **de aceitação ou rejeição** de uma alternativa, além de objetivar a **escolha de uma alternativa** em detrimento de outras.

Para isso, na fase *Avaliar* realiza-se três tipos de avaliação:

- (a) **avaliação profissional**, com os **designers em formação**, a partir de critérios pré-definidos, vistos em literatura para SIV,
- (b) **avaliação emocional**, com **clientes e sujeitos apoiadores** da identidade visual e
- (c) **avaliação às cegas**, com **sujeitos potenciais**.

Ao final da fase *Avaliar* pretende-se obter, como resultado, a escolha de uma alternativa de identidade visual ou sugestões de alterações, em um processo contínuo de apreciação e melhoria, até a aprovação.

O que “a fase *Avaliar* aprendeu” com a imersão na roda de fuxico:

- (a) **enquanto o projeto não for aprovado**, tendo-se escolhido uma alternativa, a criação **continua**;
- (b) o processo criativo é um fluxo de aprendizagem, **é sempre possível melhorar**;
- (c) **para melhorar o acabamento** da alternativa, às vezes é preciso **recomeçar a alinhar**, por exemplo, refazendo o processo;
- (d) **sem as críticas não se evolui**. Quando se olha para os primeiros desenhos é que se vê como a persistência faz melhorar; e
- (e) **a avaliação também é feita pelo grupo**, em um momento de ajuda, crítica e autoconhecimento.



Figura 4.23 – Fase *Entregar* do método de ensino Roda de Fuxico

(7) ENTREGAR – entrega do sistema

en.tre.gar v. [Latim *integare*]

Passar às mãos ou à posse de alguém

(FERREIRA, 2010)

Fonte: a autora (2022)

No sentido de passar às mãos ou à posse, *Entregar* é a fase de **disponibilização do sistema de identidade visual** para os clientes contratantes, contendo os **arquivos finalizados** referentes à identidade visual aprovada, o **Manual de Identidade Visual (MIV)**, a apresentação da identidade visual, as possíveis formas de uso desta e as aplicações desenvolvidas para o SIV.

Na fase *Entregar* realiza-se a **criação dos arquivos finais** das aplicações, em formato ajustado para impressão ou aplicação digital.

O que “a fase *Entregar* aprendeu” com a imersão na roda de fuxico:

- (a) quando se fecha um ciclo, **a energia fica ali**; ressignificando medos, inseguranças e criando uma energia de realização;
- (b) a fase de entrega pode ser considerada um **processo de união, de gratidão e de celebração pelo trabalho concluído**;
- (c) no momento de entrega, **os aprendizes são aprovados pelo grupo** e pelo professor, dando sentido ao processo de ensino-aprendizagem.

No Capítulo 5 – Do modelo experimental ao método de ensino – apresenta-se a reformulação do modelo experimental visando transformá-lo em método de ensino Roda de Fuxico, para além de questões referentes à mudança de nomenclatura.

5 CAPÍTULO 5 - DO MODELO EXPERIMENTAL A MÉTODO DE ENSINO

Neste Capítulo 5 apresenta-se a mudança epistemológica do modelo projetual Fuxico ao método de ensino Roda de Fuxico.

Ainda, expõe-se os atores (fuxiqueiros) e fatores elencados como participantes do processo de criação de SIV, além de apresentar uma tipificação desenvolvida para classificar os sujeitos que interferem na interpretação de atributos da identidade dos projetos, além de apresentar uma tipologia proposta para classificar tipos de projetos de redesign, quanto ao nível de complexidade das mudanças operacionalizadas no processo.

Por fim, descreve-se as técnicas escolhidas em literatura e desenvolvidas para apoiar as fases projetuais do método, bem como os instrumentos didáticos concebidos para as fases de Experimentação e Apresentação.

5.1 De modelo a método

A partir de sua etimologia, a palavra modelo, do italiano *modello*, significa protótipo de um objeto, geralmente em escala menor, que serve como algo a ser seguido para reprodução. No dicionário Aurélio (FERREIRA, 2010, p. 511), tem-se algumas definições para a palavra modelo, dentre elas destacam-se duas que reforçam o sentido referido: “representação de algo a ser reproduzido. Pessoa ou coisa que serve de exemplo ou norma”. De forma similar, para Greimas e Courtés (2013, p. 316), modelo tem o sentido daquilo que é “capaz de servir de objeto de imitação”. O que, para os autores, dá à palavra uma conotação de preexistência de algo ideal a ser seguido, como um “simulacro construído” que permite dar conta ou representar um conjunto de fenômenos.

Diante deste sentido de “imitar”, o Roda de Fuxico se afasta naturalmente, pois pretende funcionar, para os professores que o utilizarem em seus processos de ensino, como um apoio, um complemento. O método de ensino disponibiliza um caminho metodológico com etapas projetuais e sugestões de técnicas e instrumentos que pretendem se somar à experiência preexistente dos docentes e à realidade de ensino de cada um. Portanto, é esperado que os professores o adapte às suas condições de ensino, contextos educacionais e culturais, intenções, desejos e necessidades particulares.

Greimas e Courtés (2013, p. 316), ademais, relacionam a palavra modelo a um papel de substituir, pouco a pouco, a intuição do sujeito do fazer científico, para satisfazer exigências em processos de generalizações. E inferem:

[...] a reprodução imitativa dos mesmos modelos corre o risco de transformar a busca do saber em uma tecnologia sem imaginação; o empréstimo e a aplicação a um mesmo objeto de conhecimento de modelos heterogêneos – o que é, infelizmente, muito frequente hoje em dia – tiram toda coerência teórica e, ao mesmo tempo, toda significação ao projeto semiótico (GREIMAS; COURTÉS, 2013, p. 316).

O sentido de se afastar da intuição também não se adequa ao novo método. O Roda de Fuxico oferece ferramentas com o objetivo de revelar a intenção do projeto, a partir da costura de informações, permitindo criar estratégias e decisões projetuais, que, em forma de

conceitos, “sulearão” (FREIRE, 1992) o processo criativo do designer em formação. Mas, por outro lado, entende-se que esse mesmo processo criativo pressupõe liberdade de atuação da imaginação e acolhimento aos seus *insights*, chamados no método de “estalos criativos”. Pretende-se, portanto, que o caminho projetual oferecido por este método de ensino estimule a intuição, a partir do apontamento de caminhos e possibilidades, permeados de dúvidas inerentes ao processo de interpretação, ao invés de se portar como empecilho a essa intuição.

Quanto à denominação método, pela etimologia, de acordo com Ferreira (2010, p. 503), do grego *methodos*, deriva da palavra *meta* (por meio de) e de *hodos* (caminho); significando um “procedimento organizado que conduz a um certo resultado. Processo ou técnica de ensino. Regularidade e coerência na ação”. Para Greimas e Courtés (2013, p. 311), evidenciando o conceito de revelação, o método é uma sequência programada de operações, que objetiva a obtenção de um resultado, um procedimento para descoberta. Segundo Gondim (2002, p. 151), “o método é um meio através do qual as proposições teóricas buscam evidências lógicas, empíricas e *insights* necessários para a interpretação”.

Assim como Gondim (2002) associa método a um processo entremeado de logicidade e criatividade, Coelho (2008) afirma que a palavra método conota racionalidade e lógica, características associadas ao processo científico. Entretanto, o autor entende que nem sempre a consciência está no centro do método, nem tampouco no centro da própria ciência. Ele percebe o método como uma forma qualificada de trabalhar, “que contempla a espontaneidade e a energia criativa que compreende o inconsciente” (COELHO, 2008, p. 251-252) e que, por isso, não se deve descartar a intuição e os aspectos afetivos que envolvem o caminho metodológico. Pazmino (2015, p. 12) corrobora afirmando que “os métodos de design não são o inimigo da criatividade, imaginação ou intuição. Ao contrário, eles conduzem a soluções inovadoras, sendo que alguns métodos são técnicas específicas para auxiliar o pensamento criativo”.

Concordando-se com Coelho (2008), Ferreira (2010), Gondim (2002), Greimás e Courtés (2013) e Pazmino (2015), a denominação método, portanto, faz-se adequada ao método de ensino Roda de Fuxico pelo aspecto de se constituir em um caminho lógico para organizar, orientar, estimular e sobretudo acolher o surgimento de estalos criativos, motivados pela intuição e próprios do processo de criação.

Da mesma maneira, assim como considera-se o Roda de Fuxico um método, entende-se como processo o uso que cada professor fará do método ou o modo como cada estudante o aplicará, pois, como afirma Coelho (2008, p. 252), “o processo é o método em movimento”.

5.2 De modelo projetual a método de ensino

O modelo experimental Fuxico era projetual, continha uma sequência de passos a ser seguida para guiar a projeção de identidades visuais. O modelo não apresentava, portanto, características dos métodos de ensino que se definem, segundo Rangel (2014, p. 12), como “opção por um trajeto até o alcance de objetivos que se sintetizam na aprendizagem”.

Os métodos de ensino se caracterizam por ser meios de dinamização dos estudos, articulando teoria e prática, com sugestões de aulas dialogadas, indicação de textos que estimulem a participação, exercícios de aplicação e sugestões para avaliação.

Ainda de acordo com Rangel (2014), em relação aos estudos didático-pedagógicos atuais, tais métodos se baseiam na relação prática-teoria-prática, tornando o conhecimento mais acessível à compreensão, elaboração e (re)construção pelo estudante, facilitando, assim, o processo de aprendizagem. De forma consonante, Freire (2020, p. 24), no livro *Pedagogia da Autonomia*, afirma que “ensinar não é transferir conhecimento, mas criar as possibilidades para a sua produção ou a sua construção”.

Ao se constituir como um método de ensino, o Roda de Fuxico apresenta ferramentas de apoio ao ensino-aprendizagem, como sugestões de planos de ensino, planejamento de aulas, sugestão de material de leitura, exercícios, propostas de avaliação, entre outros. Por outro lado, como se trata de um apoio ao ensino de projeção, apresenta também etapas projetuais, com sugestões de técnicas para coleta e análise de informações, criação e avaliação de alternativas.

Reforça-se, entretanto, que não se pretende substituir integralmente os processos de ensino de criação de SIV dos professores pelo Roda de Fuxico. Pois, apesar de se disponibilizar um método que pretende ser suficiente para este tipo de ensino de projeção, o Roda de Fuxico pode ser utilizado de forma modular, se adequando ao contexto de cada processo individual de ensino.

5.3 De Fuxico à Roda de Fuxico

A imersão no território do artesanato fuxico fez perceber que a semelhança entre o novo método de ensino e o fuxico não era somente em relação ao desenho do produto resultante da roda, que possui um formato de flor. Viu-se que, principalmente, que a semelhança estava relacionada ao processo coletivo de funcionamento da roda. Conceitualmente e até plasticamente, o novo método de ensino se assemelha à roda de fuxico, um ambiente que estimula a criação de produtos por meio da participação.

Diante dessa nova consciência, o novo método foi denominado, portanto, **método de ensino Roda de Fuxico** ou simplesmente **Roda de Fuxico**. Os atores do método, por sua vez, são chamados **fuxiqueiros**, aqueles que se aproximam para trocar conhecimentos, experiências e que aprendem uns com os outros, a partir de seus saberes, vivências e memórias afetivas.

5.4 Os fuxiqueiros do método Roda de Fuxico¹³

No Roda de Fuxico, os participantes são considerados intérpretes da identidade visual, organizados com princípios de coletividade e, ao mesmo tempo, cada um ocupando um papel diferente na realização do processo de interpretação institucional. São chamados de

¹³ As definições e classificações para os participantes do método foram publicadas em Matos e Coutinho (2023).

fuxiqueiros, em uma metáfora com os participantes da roda de fuxico, um lugar onde se conhece e reconhece o projeto, por meio da integração das pessoas.

Os **fuxiqueiros** são constituídos: pelo **cliente** (aquele que encomenda o projeto de identidade visual), pelo **designer em formação** (pessoa ou equipe responsável pelos aspectos técnicos do projeto) e pelos **sujeitos** (aqueles participantes que diante de um artefato escolhem sua posição de interação, dependendo do seu objetivo) (BARRETO CAMPELLO, 2009; VYGOSTKY, 1978).

Além disso, os fuxiqueiros, de forma similar às rodas reais de fuxico, carregam um valor semântico de conversar sobre questões sensíveis e de acolher o divergente, acreditando que opiniões diferentes ajudam a ressignificar os pensamentos, criando possibilidades para alternativas projetuais no processo criativo.

5.4.1 O fuxiqueiro cliente

De forma similar à unanimidade dos métodos pesquisados, o método de ensino Roda de Fuxico indica ativamente a pesquisa com o cliente do projeto, concordando com a relevância da sua percepção sobre o projeto de identidade visual a ser desenvolvido.

O resumo da reunião com o cliente do projeto, chamada em muitas metodologias de *briefing*, é a primeira fase dos métodos constantes na revisão bibliográfica desta tese. Para Peón (2011, p. 48), o resumo da reunião deve ser realizado na primeira fase e significa uma síntese da situação do projeto apresentado pelo cliente. Para a autora, as soluções adotadas devem estar consonantes com os dados coletados naquele resumo, para que sejam justificadas na apresentação do projeto. Alina Wheeler (2012, p. 19) valoriza a etapa de pesquisa com os clientes e acredita que eles compõem uma rede de *stakeholders* que importam para o projeto. Nas visões de Peón (2011) e de Wheeler (2012), os sujeitos utilizadores e as marcas similares são indicados pelo cliente durante a reunião. Lupton (2013, p. 56) sugere que um resumo de reunião bem realizado é indicativo de um bom projeto e afirma que seu resultado serve, inclusive, como “um ponto de inspeção para avaliar o trabalho durante o processo”.

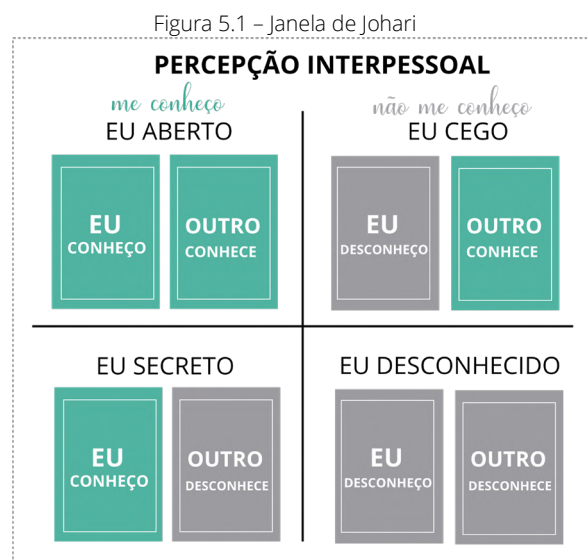
Melo (2005) também aponta o resumo da reunião com o cliente como “momento-chave” do projeto para se definir o problema. E apesar de não recomendar entrevistas com outros atores no processo, o autor alerta para “uma questão ontológica: o problema a ser resolvido muitas vezes não é o relatado pelo cliente. Ele o expõe do modo como o vê, mas nada garante que sua visão seja capaz de compreendê-lo com clareza” (MELO, 2005, p. 67).

Corroborando-se com Melo (2005), a pesquisadora percebeu que a visão prioritária do cliente, aliada à do designer em formação, pode não ser suficiente para a interpretação dos atributos de uma instituição. Ademais, supõe-se que a visão dos sujeitos que interagem com a identidade visual pode ser importante para a composição do processo de interpretação.

A partir de um estudo da psicóloga Féla Moscovici (1997) sobre desenvolvimento interpessoal, pode-se sugerir uma considerável importância de participação dos sujeitos no processo ativo de criação de SIV, supondo que o cliente, demandante do projeto, não conhece

todos os atributos da instituição ou mesmo não revela tudo o que conhece sobre ela, podendo deixar o processo de interpretação carente de informações significativas.

Moscovici (1997) apresenta em seu estudo o modelo da Janela de Johari, formada pelas iniciais dos seus idealizadores, Joseph Luft e Harry Ingham (1961), que mostra como um indivíduo se percebe e como é percebido por outros. Segundo o modelo, nem tudo do comportamento humano é revelado ou mesmo conhecido pela própria pessoa. Parte desse comportamento é apenas conhecido por outros, e há ainda uma área do comportamento que é desconhecida pelo próprio e por seus interlocutores. Moscovici (1997, p. 43-44) apresenta a divisão da percepção do comportamento em quatro quadrantes: (1) EU ABERTO (parte de si conhecida pela própria pessoa e pelo *outro*); (2) EU CEGO (parte do comportamento desconhecido pela pessoa, mas facilmente conhecida por outros); (3) EU SECRETO (parte de si conhecida pela pessoa, mas não revelada para os outros); e (4) EU DESCONHECIDO (parte que nem a pessoa, nem os outros conhecem, pois permanece no âmbito inconsciente). A Figura 5.1 apresenta a Janela de Johari (LUFT; INGHAM, 1961 *apud* MOSCOVICI, 1997).

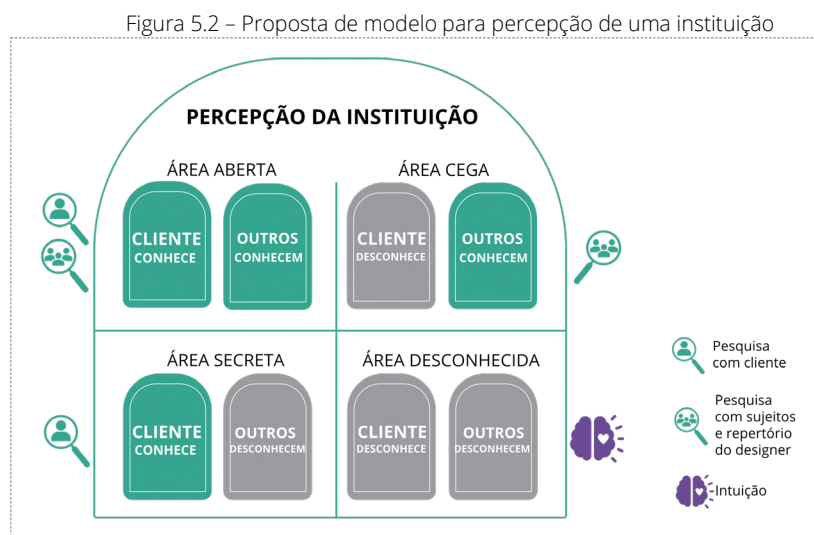


Fonte: a autora (2021), adaptado de Luft e Ingham (1961) *apud* Moscovici (1997)

O referido estudo permitiu pressupor, de forma análoga, a percepção de atributos de uma instituição a partir do cliente (eu) e a partir daqueles que interagem com ela (*outro*). Entende-se, portanto, que o cliente de um projeto de identidade visual não seja capaz de conhecer todos os atributos de uma instituição (empresa, pessoa, evento, serviço, entre outros) e que isso pode interferir no processo de interpretação.

Neste sentido, a partir da classificação vista na Janela de Johari (LUFT; INGHAM, 1961 *apud* MOSCOVICI, 1997), pode-se presumir, por analogia, que somente duas áreas da instituição poderiam ser conhecidas pelo cliente: a área aberta, que contém aqueles atributos que o cliente conhece e gostaria de revelar; e a área secreta, que contém atributos que o cliente conhece e não gostaria de revelar. Prosseguindo nessa conjectura, existiria uma área cega, que contém atributos que o cliente não conhece, porém são conhecidos pelos outros que interagem com a instituição; por isso, para ser acessada, necessariamente deve ser investigada por meio de pesquisa com o *outro*: ou seja, os sujeitos que interagem com a instituição e o designer em formação. Por fim, haveria uma área desconhecida da instituição,

aquela que contém atributos que nem o cliente, nem os outros conheceriam e que poderá se revelar com o tempo. A área desconhecida não seria consciente, ao contrário, emergiria espontaneamente da intuição, do pensamento abduutivo, o que poderia acontecer durante o projeto ou após a sua aplicação. A Figura 5.2 apresenta uma proposta de modelo para percepção de uma instituição, adaptada da Janela de Johari (LUFT; INGHAM, 1961 *apud* MOSCOVICI, 1997), que é utilizado no método de ensino Roda de Fuxico.



Fonte: a autora (2021), a partir de Luft e Ingham (1961) *apud* Moscovici (1997)

Prosseguindo, a partir deste modelo pode-se sugerir que a única área da instituição que conseguiria ser acessada exclusivamente por meio de entrevistas com o cliente é a área secreta, supondo que somente o cliente saberia o que não precisa ser revelado ou não se gostaria de revelar a respeito da instituição.

Quanto à área cega, supõe-se que ela só poderia ser acessada por meio de entrevistas com os sujeitos e a partir do repertório do designer, entendendo-se que o cliente a desconhece. Em relação à área aberta, imagina-se que, para acessá-la, seria necessário entrevistar o cliente, os sujeitos e o repertório do designer, pois seria a área que todos os fuxiqueiros conhecem. Já quanto à área desconhecida, o acesso poderia acontecer por meio da intuição coletiva despertada durante o processo criativo ou pelo uso futuro do sistema de identidade visual, a partir de adaptação ao contexto de atuação ou por condicionantes não previstas no projeto.

O estudo visto em Moscovici (1997) promoveu uma reflexão sobre a necessidade de métodos participativos para a construção de identidades visuais, já que levantou a hipótese de que existem atributos da instituição que não podem ser reconhecidos somente por meio do resumo da reunião com o cliente. A fala de Melo (2005, p. 67), vista neste capítulo, de certa forma, também reforça essa percepção, pois, repetindo a afirmação do autor, o cliente expõe o problema de design "do modo como vê, mas nada garante que sua visão seja capaz de compreendê-lo com clareza". Melo (2005) não faz referência a um problema na percepção da instituição sob o ponto de vista do cliente, entretanto, pode-se aqui presumir o reconhecimento do que se chamou de "área cega", quando o autor relata que o cliente não conhece com clareza todos os atributos da instituição envolvida no processo de criação.

5.4.2 O fuxiqueiro designer em formação

O *designer em formação* é considerado no Roda de Fuxico como um dos participantes do ‘trabalho em nó’ (ENGESTRÖM, 2015, tradução nossa), por isso não mantém uma relação hierárquica superior ou inferior com os demais fuxiqueiros.

Segundo Engeström (2015, tradução nossa), esses tipos de trabalhos participativos em que a colaboração entre os parceiros é de vital importância, sem que haja uma autoridade central, podem ser chamados de *knotworking*, que, por motivos já deflagrados de escolha da linguagem vernacular, neste trabalho será traduzido para “trabalho em nó”. Os nós são amarrados e desamarrados pelo grupo de trabalho, de forma a representar o que Engeström (2015) chamou de “intencionalidade coletiva”.

Percebe-se, portanto, que para o Roda de Fuxico o *designer em formação* não só participa como mediador do processo de interpretação, mas tem uma posição ativa nesse processo, pois contribui com informações para o trabalho, por meio de sua observação, seu repertório, sua experiência com projetos similares, estalos criativos e sua competência técnica. Ademais, o próprio fato de observar significa colocar um pouco de si nas análises. Segundo Ravasio (2016, p. 154), não há neutralidade no olhar: “não existe uma neutralidade quando olhamos. Somos atravessados pelos laços com o *outro*”.

O *designer em formação* é também o responsável técnico pelo projeto. Por meio da contribuição do conhecimento técnico e de seu repertório, ainda a partir de Luft e Ingham (1961) *apud* Moscovici (1997), supõe-se que ele poderá, portanto, ajudar a acessar a *área aberta* da instituição, ao realizar entrevistas, a diminuir a *área cega*, neste último caso trazendo à tona atributos desconhecidos pelo *cliente*. Ademais, presume-se que poderá também ajudar a revelar a *área desconhecida* da instituição, o local inconsciente, revelando, por meio de processos intuitivos, atributos até então desconhecidos por todos os fuxiqueiros.

Sobre inserir nominalmente o *designer em formação* como fuxiqueiro no processo de criação, o método de ensino Roda de Fuxico entende que esse ator precisa de um espaço específico para inserir suas experiências e repertório sobre o projeto, além de acolher os estalos criativos que surjam durante o processo projetual. Paul Rand (2015) enfatiza que o designer tem sempre papel importante no projeto, pois, ao projetar, mesmo que inconscientemente, ele leva em conta os seus sentimentos e suas predileções.

Ele [o designer gráfico] analisa, interpreta, formula. Tem ciência dos desenvolvimentos científicos e tecnológicos na sua área e em áreas correlatas. Improvisa, inventa ou descobre novas técnicas e combinações. Coordena e integra seu material para poder formular seu problema em termos de ideias, sinais, símbolos, imagens. Unifica, simplifica e elimina o supérfluo. Cria símbolos – por meio de associações e analogias, faz abstrações a partir do seu material. Intensifica e reforça o seu símbolo com acessórios apropriados a fim de garantir a clareza e o interesse. Recorre ao instinto e à intuição. Põe-se no lugar do espectador e leva em conta seus sentimentos e predileções. (RAND, 2015, p. 11, grifo nosso).

No Roda de Fuxico, portanto, retoma-se, deliberadamente, o lugar de importância dos *designers em formação*. Reforça-se, entretanto, que neste método o *designer em formação* oscila sua posição na função de liderança. Há momentos em que é líder do processo,

condutor, influenciador, sem que isso seja percebido como uma inadequação ou um “pecado projetual”, mesmo quando há preocupação com quem vai utilizar o produto. Por outro lado, o *designer em formação* é também visto como aprendiz, fuxiqueiro que depende da contribuição advinda do *outro*, como em um ‘trabalho em nó’ (ENGESTRÖM, 2015, tradução nossa), por isso se influencia pela informação advinda de outros.

5.4.3 Os fuxiqueiros sujeitos

No Roda de Fuxico, enquanto o *cliente* é entendido como aquele que encomenda o sistema de identidade visual e o *designer em formação* como o responsável técnico do projeto, os *sujeitos* são aqueles participantes com quem se projeta e para quem se dirige o design. São *sujeitos* porque são implicados no projeto e não só “usuários” dele. Além disso, de forma complexa, escolhem como interagir com a identidade visual, motivados por um objetivo (BARRETO CAMPELLO, 2009; LEONTIEV, 1978; VYGOTSKY, 1978).

Desde os anos 1980, constata-se essa preocupação com o *outro*, a quem o design se destina, mesmo que de forma consultiva, quando se refere ao campo do design de produto. Diferentemente, em relação a métodos de design gráfico específicos para criação de sistemas de identidades visuais, percebe-se a projeção com a exclusiva participação do cliente direto.

Segundo Norman (2006), a abordagem do Design Centrado no Usuário (DCU), onde o *outro* é chamado de “usuário” e passa a ser o centro da projeção, surgiu em 1990. No estudo de Chaves, Bittencourt e Taralli (2013), os autores citam que Krippendorff também pesquisava sobre a inclusão do *outro* no design, mas com a abordagem do Design Centrado no Humano (DCH), alterando a expressão “usuários” para “pessoas”.

Sanders (2006) também reflete sobre a evolução conceitual do papel deste *outro* nos processos de design, desde os anos 1980, apresentando as seguintes denominações: *cliente*, *consumidor*, *usuário*, *adaptador*, *participante* e *cocriador*.

Sobre a hegemonia ou liderança da denominação “usuário”, Krippendorff e Butter (2007), em *Semantics: Meanings and Contexts of Artifacts*, as questionam explicitamente, inferindo que o projeto de um artefato não pode ser dedicado apenas ao interesse de quem irá utilizá-lo, mas ao interesse de outros atores implicados, como clientes, fornecedores e colaboradores, uma rede de tomadores de decisão, chamados por eles de *stakeholders*. Os autores enfatizam a importância de se reconhecer o papel crítico desses “tomadores de decisão”, identificando apoiadores e oponentes, ou seja, aqueles que acolhem ou não com satisfação a criação de um artefato.

Na mesma publicação, Krippendorff e Butter (2007) afirmam que “usuário” é uma ilusão retórica conveniente que os designers oferecem aos seus clientes em fundamentos justificados. Isto também inclui referências às chamadas *personas* que se conceituam como dotadas de atributos sociais particulares. Eles relatam que assim como os “usuários”, as *personas* são construções de designers e que são definidas de acordo com as expectativas destes profissionais, por isso não têm voz própria.

Essa discussão sobre uma crítica direta ao nome “usuário” tem sido verificada em publicações na linha do design da informação. Souza *et al.* (2019) discutem que seres

humanos são postos no lugar de usuários, mas, na verdade, são eles, os humanos, que interagem com artefatos. Os autores corroboram com Bessa e Pizzocaró (2007), que afirmam que “usuários” são artificiais e nada mais são do que pessoas diante de artefatos. E, na mesma linha de Krippendorff e Butter (2007), Souza *et al.* (2019, p. 2) afirmam que “usuários são uma invenção dos projetistas: uma forma de generalizar os sujeitos que usarão os artefatos projetados, conformando estas pessoas em convenções e relações pré-concebidas”.

Almeida (2015) verificou que quando o *outro* é denominado “usuário(s)”, ele ocupa prioritariamente o papel de *paciente* dos processos, o que pode indicar, segundo o autor, “que a forma predominante de se referir ao *outro* [“usuário”(s)] nos textos de pesquisa em Design Gráfico também tende a pressupor esse *outro* como não-ativo das ações que lhe dizem respeito” (ALMEIDA, 2015, p. 61). Mazzaroto (2021, p. 1329), concorda com Almeida (2015) ao afirmar que “entender alguém como usuário gera compreensões diferentes de chamá-lo de *participante*, *receptor*, *pessoa*, *ser humano* ou outro termo”.

A discussão trazida por Mazzaroto (2021) complementa as visões de Souza *et al.* (2019, p.2), Almeida (2015), Bessa e Pizzocaró (2007) e Krippendorff e Butter (2007), sobre questionar a palavra “usuário”, como restritiva ao significante utilizador e não participante do processo criativo.

O Método Roda de Fuxico concorda com a posição destes autores e questiona o termo “usuários” para ser utilizado genericamente em projetos de sistemas de identidades visuais. O referido questionamento se faz pela constatação de que só existem utilizadores da marca, ou seja, “usuários” diretos, nos casos de redesign. Para os casos de criação de uma identidade visual nova, ao contrário, não existem “usuários”. Percebe-se que subsistem, aliás, nestes casos, aqueles que não conhecem a marca, e ainda aqueles que fazem contato com ela pela primeira vez.

Define-se, portanto, para esta tese a nomenclatura *sujeitos* para designar os fuxiqueiros para quem se dirige e com quem se projeta sistemas de identidades visuais. No Roda de Fuxico, o sujeito é o *outro* no processo de criação, um ator que pode ocupar várias instâncias na relação com a marca e não “usuário” dela. Entende-se o *sujeito* como aquele com quem e para quem se projeta com funções de cocriação e significação (CAMARGO; FAZANI, 2014; IBARRA, 2018; SANDERS, 2013).

A teoria da atividade (BARRETO CAMPELLO, 2009; ENGSTRÖM, 2015; LEONTIEV, 1978; VYGOTSKY, 1978) apresenta um conceito de que as ações humanas são mediadas por um artefato e direcionadas a um objetivo (VYGOTSKY, 1978). Desta maneira, segundo Barreto Campello (2009), as ações mediadas não são direcionadas para o artefato utilizado; é o objetivo a ser atingido que orienta a ação, embora o artefato exerça um papel central no curso desta ação, modificando-a. O *sujeito*, para a Teoria da Atividade, portanto, é alguém que, motivado por um objetivo, interage de determinada forma com um artefato. Ao considerar uma identidade visual como um artefato, percebe-se que o *sujeito* diante de uma marca é complexo, ou seja, não pode ser generalizado. Diante de uma mesma marca, dependendo do seu objetivo, o *sujeito*, interage com a marca de diversas maneiras.

Krippendorff e Butter (2007) também desencorajaram perceber o “usuário” de forma genérica, como se só existisse uma categoria para ele. Os autores diferenciam os compradores daqueles que fazem seu primeiro contato com o artefato.

Há compradores que podem estar motivados diferentemente dos que os que acabam por usar um artefato ou consumir um produto. Há críticos cuja opinião influencia como um artefato é percebido. Eles não agem em uníssono, mas formam complexas redes através das quais um design deve proceder para que seja realizado (KRIPPENDORFF; BUTTER, 2007, p. 5).

Essa mesma percepção de não generalização dos “usuários” foi encontrada já nos anos 80. Eason (1987), ao reconhecer tais diferenças, criou uma tipologia para “usuários”, sendo: (i) primários, os indivíduos que usam o produto; (ii) secundários, aqueles que não usam o produto diretamente, mas o fazem por meio de um intermediário; e (iii) terciários, aqueles que são afetados pelo uso do artefato ou recebem influência na hora da compra.

A partir desses autores, criou-se e/ou expandiu-se categorias para os diferentes *sujeitos* das identidades visuais.

5.4.4 Tipificação para sujeitos do método Roda de Fuxico

Ao reconhecer as diferentes posições ocupadas pelos sujeitos em relação às marcas, propõe-se uma tipificação, a partir de Eason (1987), Krippendorff e Butter (2007) e Moscovici (1997).

Inicialmente, acolheu-se, com adaptações, os tipos vistos em Eason (1987): “usuários” primários, secundários e terciários. Com a intenção de que o próprio nome da classificação fosse uma dica para o tipo de *sujeitos*, propõe-se nova nomenclatura: (a) *sujeitos utilizadores*, aqueles que usam diretamente a marca, a partir de usuários primários de Eason (1987); (b) *sujeitos indiretos*, aqueles que interagem com a marca por meio de *outro*, a partir de usuários secundários de Eason (1987); (c) *sujeitos primeiro contato*, aqueles que interagem com a marca pela primeira vez, a partir de usuários terciários de Eason (1987) e (d) *sujeitos potenciais*, aqueles que nunca tiveram contato com a marca (nova categoria proposta pela pesquisadora, para atender aos casos de projetos de identidade visual novos).

Para além do tipo de interação com a marca, concorda-se com Almeida (2015), Krippendorff e Butter (2007) e Moscovici (1997) em relação à necessidade de investigar *sujeitos* que se opõem ao processo criativo, acolhendo a adversidade. Quanto às posições contrárias, para Moscovici (1997), as pessoas se colocam de forma antagônica a partir da diferença de percepções e ideias, o que gera relações de conflito. Entretanto, ela entende que tais conflitos não são necessariamente destrutivos. A autora relata que o acesso a informações divergentes produz pontos de vista diferentes, o que considera essencial para a geração de novas percepções. Moscovici (1997) relaciona a percepção das divergências com o estímulo à cooperação e à criatividade.

Adaptando e expandindo a visão de Krippendorff e Butter (2007) e Moscovici (1997), considera-se que os *sujeitos* podem ser também *apoiadores*, *indiferentes* ou *oponentes*. Propõe-se, assim, uma nova classificação: (1) *sujeitos apoiadores*, aqueles que são simpáticos à marca, apoiam sua existência ou sua criação; (2) *sujeitos indiferentes*, aqueles que não têm

uma posição formada acerca da marca ou da sua criação; e (3) *sujeitos oponentes*, aqueles que, ao contrário, não simpatizam com a marca ou se opõem à sua criação.

Ademais, entende-se que esta classificação é de nível semântico diferente à classificação anterior. Ou seja, os *sujeitos apoiadores* de uma marca, por exemplo, podem ser *utilizadores*, *indiretos*, *primeiro contato* ou *potenciais*. Da mesma maneira, *sujeitos oponentes* ou *indiferentes* a uma marca podem se encaixar em um dos quatro tipos de interação supracitados. A Figura 5.3 apresenta a nova tipificação proposta.



Fonte: a autora (2021), a partir de Eason (1987), Krippendorff e Butter (2007) e Moscovici (1997)

Para ilustrar a nova tipificação desenvolvida, apresenta-se, hipoteticamente, na Figura 5.4, um *sujeito* que escolhe ser *apoiador utilizador* quando está diante do sabão em barra da marca pernambucana Bem-te-vi, e, ao mesmo tempo, escolhe ser um *sujeito oponente potencial* da mesma marca Bem-te-vi quando está diante da água sanitária, por não gostar de utilizar águas sanitárias e por nunca ter utilizado tal produto.



Fonte: a autora (2021) e Bem-te-vi. Disponível em: <http://asanet.com.br/bem-te-vi>. Acesso em: 18 abr 2021.

5.5 Os fatores do método Roda de Fuxico

Para além dos fuxiqueiros (*clientes*, *designers em formação* e *sujeitos*), sugere-se que se reconheça os fatores que também podem influenciar na interpretação dos atributos de uma instituição. Primeiramente, tem-se as *marcas similares* e o *contexto histórico-cultural*. Mas para os casos de redesign, tem-se ainda o fator *marca atual*.

5.5.1 Quanto às marcas similares

Em relação às marcas similares, os métodos projetuais pesquisados já apontavam a necessidade de investigá-las durante o processo criativo. Entretanto, nenhum desses métodos indicavam quais elementos dessas marcas deveriam ser comparados, nem tampouco apresentavam critérios para realizar essa análise.

Para suprir esta lacuna, desenvolveu-se uma proposta para critérios de análise de similares a fim de operacionalizar a comparação entre semelhanças e diferenças identificadas em elementos de marcas similares. Tais critérios se referem a cinco vertentes, quanto: (i) à linguagem visual gráfica; (ii) à representação de sua função; (iii) ao logotipo; (iv) ao esquema de cores; e (v) aos elementos complementares¹⁴.

A partir de Monteiro *et al.* (2017), verificou-se que a análise de similares poderá apontar decisões projetuais para se decidir sobre em que aspectos o projeto de identidade visual pode se aproximar visualmente dos seus similares e, assim, ser reconhecido como pertencente a um determinado grupo; e, ao mesmo tempo, decidir aqueles atributos que podem divergir para se distanciar dos seus similares, obtendo-se sua diferenciação.

Depois das fases de Experimentação com professoras no IFPB e de Apresentação para especialistas, estes critérios sofreram modificações e são apresentados, de forma atualizada, no Capítulo 7 – Versão atual do método de ensino Roda de Fuxico.

5.5.2 Quanto ao contexto histórico-cultural e de aplicação

O método de ensino Roda de Fuxico sugere que a equipe de criação busque um incremento de repertório sobre o *contexto histórico-cultural e de aplicação* que envolve o projeto realizado, por meio de uma breve pesquisa histórica e suas relações culturais que envolvem a instituição, além de uma pesquisa visual do local físico a ser aplicada, caso exista.

Percebeu-se que as instituições para as quais se desenvolve projetos de identidade visual, sejam elas empresas, ações, pessoas, produtos ou serviços, estão imbricadas em contextos históricos, culturais, e, portanto, simbólicos, dentre os quais já existem relações com o imaginário das pessoas. Estas relações simbólicas que envolvem o projeto, portanto, precisam ser reconhecidas durante o processo de criação, pois poderão influenciar na interpretação da identidade visual.

Como exemplos de projetos de sistemas de identidades visuais pode-se destacar, entre outros, a concepção para uma pizzaria vegana, uma marca de sapato infantil, um show político beneficente, uma ação de distribuição de absorventes em universidades, um serviço de treinamento, uma pessoa líder de movimento negro, um bairro de uma cidade brasileira. Para quaisquer desses exemplos de projeto, faz-se necessário, portanto, expandir o repertório sobre o universo que abrange a história, as relações culturais dentro do contexto de aplicação definido, a linguagem visual e a materialidade relativas a cada um.

¹⁴ Tais critérios podem ser vistos em Matos e Coutinho (2021a)

Para o projeto de identidade visual de uma pizzaria vegana, por exemplo, sugere-se que os designers em formação pesquisem sobre a história da pizza, do veganismo, dos hábitos que abrangem adeptos de massa vegana, a linguagem utilizada em relação a este tipo de alimento, os artefatos, texturas, cores e tipografia que poderiam formar a materialidade dessa cultura.

Quanto ao contexto de aplicação, sugere-se que o grupo de designers em formação investigue o local físico onde será aplicada a identidade visual, caso haja, pois tal contexto de aplicação pode influenciar na escolha das cores, da tipografia e até do material que será escolhido para tais aplicações.

Em um ambiente de aplicação situado em frente a uma mata verde, por exemplo, há que se pensar em cores para as aplicações externas, como uma placa de sinalização, contrastem o colorido natural daquele ambiente. A pesquisa ao *contexto histórico-cultural e de aplicação* poderá influenciar nas futuras decisões projetuais.

5.5.3 Quanto à marca atual, para casos de redesign

O reconhecimento da marca atual faz-se necessário apenas para os casos de redesign, ou seja, aqueles projetos que objetivam a remodelagem de uma marca existente. Entende-se que o caminho metodológico para desenvolver projetos de redesign deve ser diferente daqueles casos de identidades visuais novas, pois as marcas existentes têm uma mensurável relação com os sujeitos, desde aqueles que a utilizam até aqueles que a conhecem por meio de outras pessoas.

Nos casos de redesign, portanto, há, necessariamente, um processo de mudança de marca que carrega uma relação com seu cliente e seus sujeitos utilizadores, sejam eles *apoiadores*, *indiferentes* ou *oponentes*. Assim, entende-se que é necessário um olhar atento às relações construídas, para que se possa respeitar os afetos existentes com os apoiadores e reconhecer as posições críticas vindas dos oponentes.

Esse reconhecimento pretende também minimizar os problemas de rejeição decorrentes do processo de mudança deflagrado por um redesign de marca. Para Moscovici (1997, p. 158), toda mudança provoca resistência. “Em geral, as pessoas sentem medo do novo, do desconhecido, do que não lhes é familiar. A percepção vem acompanhada de um sentimento de ameaça à situação já organizada e segura da pessoa”.

A decisão projetual por realizar um redesign mais sutil ou conservador, ou ainda, mais significativo ou disruptivo, deve ocorrer em função da análise da marca atual e da consequente relação desta com seus *clientes* e *sujeitos utilizadores*. Questiona-se, desse modo, a indicação diretiva por mudanças disruptivas na marca, quando, em muitas situações, o que se objetiva com o redesign é um ajuste para resolver um problema de aplicação ou até uma mudança mais significativa, mas que mantenha vínculos com a marca anterior, para que a marca continue sendo reconhecida pelos *sujeitos utilizadores*.

5.5.4 Tipologia para redesign¹⁵

Para ajudar na decisão acerca do tipo de mudança a ser realizada com o redesign, desenvolveu-se uma tipologia para redesign, a partir de uma analogia feita entre o Design e conceitos de mudança tratados teoricamente pela Psicologia (MATOS, 2015; WATZLAWICK, WEAKLAND; FISH, 1977), além do questionamento referente à decisão imperativa por mudanças disruptivas para a evolução de um artefato (BAPTISTA, 2019).

Airey (2010) afirma que, em se tratando de identidades visuais, pode-se destacar categorias distintas que envolvem as necessidades de criação. Ou a instituição é um projeto recém-criado ou se encaixa na situação de que deseja remodelar sua identidade visual.

Para Wheeler (2012), muitas das iniciativas de projeto de identidades visuais envolvem o redesign. Ela justifica sua afirmação com o pressuposto de que as empresas, seus propósitos e seu posicionamento no mercado mudam e se tornam mais lúcidos com o passar do tempo. Com isso, vem a necessidade de remodelagem da identidade visual que expresse os novos atributos da identidade da empresa, em constante processo de mudança ou amadurecimento.

Para além dessa questão de que as empresas mudam de posição no microcosmo de sua atuação no mercado, os autores também percebem que há outras questões que motivam o reprojeto. Nesse sentido, citam a necessidade de adequação às novas tecnologias, ou, ainda, a resolução de problemas de aplicação (AIREY, 2010; WHEELER, 2012).

Airey (2010) afirma que reprojetos exigem uma prévia discussão acerca dos motivos que levaram à mudança e qual caminho seguir nesse tipo de projeto. O autor indica que as propostas de mudança sejam avaliadas e discorre:

Quando você está trabalhando num projeto em que o cliente com uma identidade visual bem estabelecida está buscando por mudanças, você deve indagar logo no início do processo se algum grupo de opinião analisou o assunto para determinar a necessidade. Se não houve nada disso, você pode sugerir que indagar os consumidores, existentes e potenciais, sobre suas percepções da marca seja a primeira coisa a ser feita (AIREY, 2010, p. 68).

Wheeler (2012) afirma que para projetos de mudança de marca a equipe responsável precisa atender a três questões: (i) identificar a intenção da empresa em relação à mudança, (ii) identificar que elementos precisam ser mantidos para preservar o valor da marca e (iii) decidir se a mudança deve ser revolucionária ou evolucionária.

Strunck (2012) fala que é possível adotar dois caminhos: (i) projetar uma identidade inteiramente nova ou (ii) realizar um processo chamado de redesenho, quando a imagem é revitalizada, sem perder totalmente os vínculos com a anterior.

Por sua vez, Airey (2010) pontua que nem sempre é preciso uma mudança completa. Às vezes ajustes sutis no desenho podem resolver o problema que motivou o trabalho de

¹⁵ A tipologia para redesign apresentada neste capítulo pode ser vista em Matos e Coutinho (2019)

reprojeção. O autor chama esses pequenos ajustes de retoques. Para Airey (2010), o retoque é uma alternativa quando a marca se tornou ultrapassada, mas há uma familiaridade dos consumidores com a mesma.

Por outro lado, apesar de se perceber por meio da posição desses autores uma distinção clara entre design e redesign de identidades visuais, o mesmo não acontece quando se pretende distinguir os tipos de redesign existentes, a partir de critérios consensuais. Percebeu-se que os autores pesquisados os distinguem em duas categorias: (i) um tipo que refaz completamente o projeto e (ii) outro que faz pequenas mudanças, tentando, assim, preservar atributos da marca já estabelecida. Entretanto, verificou-se que eles não utilizam uma nomenclatura comum para a referida categorização, além de não definirem critérios consensuais que definem tais categorias. O Quadro 5.1 apresenta essa questão.

Quadro 5.1 – Categorias para o redesign, a partir de Airey (2010), Wheeler (2012) e Strunck (2012)

Autor	Projeto completamente diferente	Pequenas mudanças no projeto atual
Airey (2010)	Mudança completa	Retoque
Wheeler (2012)	Revolucionária	Evolucionária
Strunck (2012)	Identidade inteiramente nova	Redesenho

Fonte: Matos e Coutinho (2019)

Os problemas advindos dessa falta de clareza para diferenciar esses tipos de projeto não são somente da ordem da falta de nomenclatura para classificação. Percebe-se, também, a existência de dúvidas sobre que atributos configuram essas diferenças de redesign, para que um projeto possa ser considerado conservador ou disruptivo.

A partir do pressuposto de que o redesign significa um processo de mudança, amparou-se teoricamente nos estudos da psicologia para diferenciar os processos de redesign. O escritor e psicólogo Matos (2015) apresenta o conceito de mudança a partir dos estudos de Watzlawick, Weakland e Fisch (1977) sobre a teoria dos tipos lógicos. Para ele, as mudanças podem ter intensidade e profundidade diferentes. Quando elas são superficiais ou provisórias se caracterizam como mudanças de 1ª ordem. Por outro lado, ele afirma que as mudanças profundas e duradouras se constituem em mudanças de 2ª ordem.

Matos (2015) apresenta mudanças de 1ª ordem como atualizações. Ele cita mudanças em rótulos de produtos, sem mudar o conteúdo, entre outras iniciativas que apenas apresentam o velho conceito com uma roupagem nova, atualizando-o. Por outro lado, entende as mudanças de 2ª ordem como aquelas que questionam a essência do trabalho desenvolvido, colocando-o em xeque quanto à sua utilidade e relevância para os sujeitos. Ainda, afirma que as mudanças de 2ª ordem são naturalmente subversivas e ameaçadoras do estado em questão. São também criativas e revolucionárias, criando referências para novos pensamentos e ações. Matos (2015) afirma que é por meio de mudanças de 2ª ordem que surgiram as inovações tecnológicas, tais como telefones celulares, avião, entre outros. Outra questão é que, para o autor, as mudanças de 2ª ordem são essencialmente positivas. Entretanto, circunscrito a essa abordagem, o autor não enfoca a necessidade de reflexão sobre mudanças disruptivas, diante do ciclo de vida de um produto. Reflexão essa vista em Baptista (2019), quando a autora reflete que o design pode contribuir com o repensar do ciclo de vida dos artefatos, procurando projetar o pós-uso, de forma que não relegue produtos remodelados à condição de descarte.

Assim, como complemento e um certo contraponto à visão mais otimista de Matos (2015), encontrou-se na tese de Baptista (2019) exemplos sobre mudanças e pôde-se refletir que, do ponto de vista do design, nem sempre se percebe as mudanças disruptivas como essenciais para a evolução. Como exemplo, pode-se citar empresas como a Coca-Cola, que evoluiu em termos de tecnologia sem romper com relações simbólicas do logotipo desenhado em 1886 e dos signos que compõem o seu sistema de identidade visual, como a própria garrafa de vidro. Isso ocorreu em contraste com a evolução para as embalagens de plástico e alumínio, que fazem parte da renovação dos produtos da própria marca.

Percebeu-se então que em redesign é preciso refletir que quando se reprojeta a identidade visual de uma marca existente, modifica-se o artefato simbólico que medeia a relação dos sujeitos com aquilo que eles já conheciam (BAPTISTA, 2019).

A partir desses conceitos sobre mudança, percebeu-se a importância de tornar consciente a escolha do tipo de redesign que se pretende projetar. A classificação de mudanças (de 1ª e 2ª ordem), oriunda da matemática e da psicologia, foi importante para a categorização dos processos de redesign. Entretanto, foi necessário criar uma terceira categoria para classificar aqueles projetos cuja mudança nem só resolve problemas existentes, nem são completamente disruptivos.

Portanto, ressignificou-se os termos originais e criou-se três categorias de mudança para os projetos de redesign de marcas. Utilizou-se o termo redesign de 1ª ordem para aqueles que mantêm o desenho original, resolvendo apenas problemas existentes na marca; redesign de 2ª ordem para aqueles que significam mudanças no projeto, mas que ainda mantêm o vínculo com a marca anterior e redesign de 3ª ordem para aqueles que mudam a marca completamente.

Figura 5.5 – Redesign de 1ª ordem

Redesign de 1ª ordem	Características	Objetivos
Necessidade de resolver problemas na marca, mas mantendo o conceito e a imagem existentes.	Redesenho da identidade visual, mantendo atributos que a identificam, que fazem lembrar a marca anterior; Mudanças circunscritas a um determinado grupo de elementos, mas não distanciando da marca anterior; Pequenas mudanças, nem sempre perceptíveis pelos sujeitos.	Realizar pequenas mudanças para sanar problemas observados, como possibilitar aplicações em uma cor, rever a proporção ou melhorar sua legibilidade; Adequar-se a um novo contexto de marca, por meio de pequenas mudanças; Respeitar a relação dos clientes e sujeitos com a marca, quando eles não querem fazer mudanças disruptivas.
Exemplo		A Braun aumentou o peso do letreiramento, desde o primeiro logotipo, mas as mudanças foram pequenas, provavelmente imperceptíveis para alguns sujeitos.

Fonte: Matos e Coutinho (2019)

Figura 5.6 – Redesign de 2ª ordem

Redesign de 2ª ordem	Características	Objetivos
Necessidade de mudanças de conceito, mas mantendo atributos que remetem à marca atual.	Redesenho da identidade visual sem extrapolação, mantendo algumas características que identificam ou que fazem lembrar a marca atual.	Adequar-se a um novo contexto, por meio de mudanças no desenho, mas que ainda mantenham alguma característica que remeta à marca atual, como um elemento gráfico ou uma paleta de cor; Realizar mudanças perceptíveis, mas mantendo uma relação simbólica, quando os clientes não querem fazer mudanças disruptivas.
Exemplo		Os dois redesigns da natura apresentam uma simplificação da forma, trazendo uma “leveza” gradativa para a marca. Entretanto, percebe-se também uma manutenção do elemento flor ou folha, do letreiramento minúsculo e do alinhamento centralizado, características que fazem lembrar a marca anterior.

Fonte: Matos e Coutinho (2019)

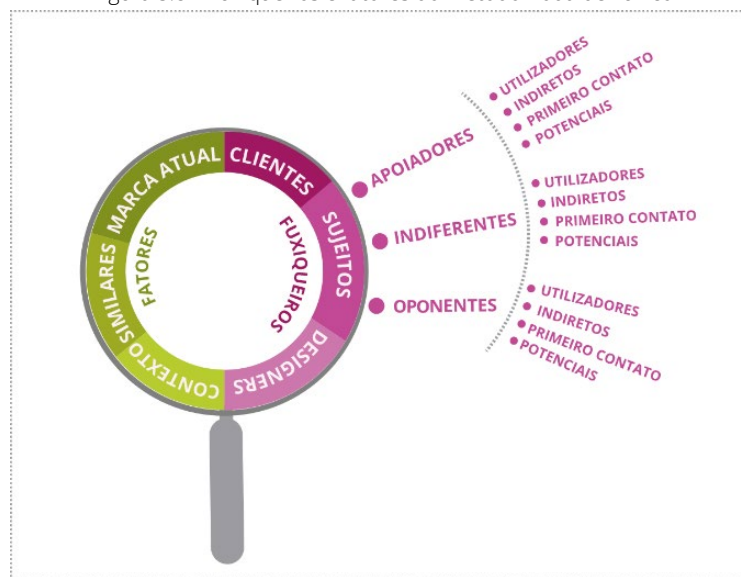
Figura 5.7 – Redesign de 3ª ordem

Redesign de 3ª ordem	Características	Objetivos
Necessidade de alterações abruptas, para se adaptar a um novo conceito de marca.	Há a ruptura de limites do grupo em consideração; Processadas por extrapolação, por superação, resultando na reconstrução do logotipo em novas e criativas configurações; São revolucionárias, disruptivas e inovadoras.	Realizar um novo projeto de identidade visual, sem se preocupar em manter características da identidade existente; Expressar visualmente o novo conceito da marca, com uma representação inédita.
Exemplo		Os três redesigns aqui apresentados da Kibon podem ser classificados de forma diferente. Do 1º para o 2º projeto, temos um redesign de 1ª ordem, em que o símbolo e o logotipo se mantiveram, representando uma mudança sutil. Entretanto, do 2º para o 3º projeto, temos um redesign de 3ª ordem, no qual símbolo, logotipo e cores foram alterados drasticamente. E do 3º para o 4º projeto, temos novamente um redesign de 1ª ordem, em que houve uma pequena simplificação do símbolo e das cores e uma mudança no logotipo.

Fonte: Matos e Coutinho (2019)

Como um resumo, no Roda de Fuxico tem-se como participantes (fuxiqueiros): (i) *clientes*, (ii) *designers em formação* e (iii) *sujeitos*, e como fatores que importam no processo: (iv) *marcas similares*, (v) o *contexto histórico-cultural* e (vi) *marca atual*, como ilustrado na Figura 5.8.

Figura 5.8 – Fuxiqueiros e fatores do método Roda de Fuxico



Fonte: a autora (2021)

5.6 As técnicas para as fases de Experimentação e Apresentação

Apresenta-se, a seguir, de forma simplificada, as técnicas destacadas para operacionalizar cada fase projetual do método de ensino Roda de Fuxico, para serem aplicadas com professores nas fases de *Experimentação* e *Apresentação*.

As técnicas e instrumentos desenvolvidos durante o doutorado foram modificadas a partir de reflexões da pesquisadora, quando da passagem de modelo a método; além de serem alteradas a partir de sugestões dos professores participantes da avaliação e validação do método. Tais técnicas e instrumentos serão apresentados em detalhes no Capítulo 7 – Versão atual do método de ensino Roda de Fuxico.

Os Quadros 5.2 a 5.8 expõem as referidas técnicas, informando se foram selecionadas da literatura ou se foram desenvolvidas pela pesquisadora para compor o método. Também é informado se a técnica foi atualizada, após avaliação por aqueles professores.

5.6.1 Técnicas e ferramentas para a fase projetual Reconhecer

Para operacionalizar as ações de planejamento e coleta das informações com os fuxiqueiros e fatores da fase *Reconhecer*, foram escolhidas as seguintes técnicas e ferramentas:

Quadro 5.2 – Técnicas/ferramentas escolhidas e/ou desenvolvidas para a fase projetual *Reconhecer*

Fase Reconhecer	Técnica/ferramenta	Origem	Atualizada?
Cliente	Entrevista semiestruturada	Gil (2019); Pazmino (2015)	Sim
Sujeitos	Questionário	Gil (2019)	Sim
Designers em formação	Caderno do designer	Roda de Fuxico	Sim
Marcas similares	Pesquisa visual contextual	Noble e Bestley (2013)	-
Contexto histórico-cultural e de aplicação	Pesquisa bibliográfica	Gil (2019)	-
Marca atual	Pesquisa visual contextual	Noble e Bestley (2013)	-

Fonte: a autora (2022)

5.6.2 Técnicas e ferramentas para a fase projetual Alinhavar

Para as ações de organizar e analisar os dados advindos da fase *Reconhecer*, foram escolhidas e desenvolvidas as seguintes técnicas e ferramentas:

Quadro 5.3 – Técnicas/ferramentas escolhidas e/ou desenvolvidas para a fase projetual *Alinhavar*

Fase <i>Alinhavar</i>	Técnica/ferramenta	Origem	Atualizada?
Cliente	Apreensão e síntese	Morse (2003)	-
Sujeitos	Apreensão e síntese	Morse (2003)	-
Designers em formação	Caderno do designer	Roda de Fuxico	Sim
Marcas similares	Crítérios para análise de similares	Roda de Fuxico	Sim
Contexto histórico-cultural-aplicação	Apreensão e síntese	Morse (2003)	-
Marca atual	Avaliação profissional	Roda de Fuxico, via Matos (2017)	Sim

Fonte: a autora (2022)

5.6.3 Técnicas e ferramentas para a fase projetual Arrematar

Para as ações de concluir a interpretação, com o arremate da “costura” das palavras-chave advindas da fase *Alinhavar*, foram escolhidas as seguintes técnicas:

Quadro 5.4 – Técnicas/ferramentas escolhidas e/ou desenvolvidas para a fase projetual *Arrematar*

Fase <i>Arrematar</i>	Técnica/Ferramenta	Origem	Atualizada?
Escolha de atributos	Quadro de atributos	Roda de Fuxico	-
Conceituação	Costura de atributos	Roda de Fuxico, via Matos (2017)	-
Definição de conceito, estratégias e decisões projetuais	Costura de atributos	Roda de Fuxico	Sim
Inspiração	Painel inspirativo	Baxter (2000) – Painel do conceito	-
Apresentação para clientes	Reunião com cliente	Professoras da Experimentação	Sim

Fonte: a autora (2022)

Para a escolha de atributos, sugere-se preencher o **quadro de atributos** com as palavras-chave advindas da fase *Alinhavar*. O quadro de atributos é uma matriz com linhas e colunas que formam células relacionando a origem da informação (*cliente, sujeitos, designer, similares, contexto, marca atual*), relacionadas a categorias dialéticas de significados: *similaridade/diferenciação, problemas/desejos, memória afetiva/críticas*, como na Figura 5.9.

Figura 5.9 – Quadro de atributos

ATRIBUTOS	SIMILARIDADE	DIFERENCIAÇÃO	PROBLEMAS	DESEJOS	MEMÓRIA AFETIVA	CRÍTICAS
CLIENTE						
SUJEITOS						
DESIGNER						
SIMILARES						
CONTEXTO						
MARCA ATUAL						

Fonte: apresentação de aula do Roda de Fuxico, a partir de Matos (2017)

Em seguida, é realizada uma **costura de atributos**, escolhendo atributos e reunindo-os por afinidade semântica, **desenvolvendo-se conceitos** que conduzirão à criação de **estratégias**, **decisões projetuais** e **painéis inspirativos** (BAXTER, 2000).

5.6.4 Técnicas e recomendações para a fase projetual *Desenhar*

Para as ações de *Desenhar*, foram escolhidas e desenvolvidas as seguintes técnicas:

Quadro 5.5 – Técnicas/instrumentos escolhidos e/ou desenvolvidos para a fase projetual *Desenhar*

Fase <i>Desenhar</i>	Técnica/Recomendação	Origem	Atualizada?
Criação de nome	Quadro de atributos Classificação de nomes Tempestade de ideias Mapa mental Avaliação do nome	Roda de Fuxico, via Matos (2017) Rodrigues (2013) Pazmino (2015) Pazmino (2015) Rodrigues (2013)	Sim
Definição de tipografia para texto	Crítérios para seleção tipográfica	Meürer (2017)	Sim
Definição da linha do conceito	Costura de atributos	Roda de Fuxico, via Matos (2017)	-
Geração de alternativas à mão livre	Desenho à mão livre	Fuxiqueiras e Zimmermann (2016)	-
Criação da marca gráfica em vetor	Vetorização	Wong (2010)	-
Criação de módulo e grade de acomodação	Modulação	Roda de Fuxico, via Brockmann (2012)	-
Criação de proporção entre elementos	Geração de proporção	Roda de Fuxico, via Brockmann (2012)	-
Construção e escolha das paletas de cor	Corposição	Matos (2016)	-
Versões da identidade visual	Versões da identidade visual	Professoras da Experimentação	-
Apresentação das alternativas	Texto de apresentação	Professores da Apresentação	-

Fonte: a autora (2022)

5.6.5 Técnicas e recomendações para a fase projetual *Montar*

Para as ações de experimentar a criação de elementos complementares, realizar composições visuais e simular aplicações, definiu-se algumas técnicas para o método de ensino:

Quadro 5.6 – Técnicas/ferramentas escolhidas e/ou desenvolvidas para a fase projetual *Montar*

Fase <i>Montar</i>	Técnica/Instrumento	Origem	Atualizada?
Criação de signos do senso comum	Vetorização	Peón (2011)	-
Criação de estampas	Estampas	Peón (2011)	-
Criação de signos de memória	Signos de memória	Roda de Fuxico	-
Criação de alternativas auxiliares	Alternativas auxiliares	Bocchese (2014); Consolo (2021)	-
Aplicação em modelos	Simulação em peças gráficas	Modelo experimental Fuxico Peón (2011); Coutinho e Rossi (1985)	-

Fonte: a autora (2022)

5.6.6 Técnicas e recomendações para a fase projetual Avaliar

Para as ações de avaliar alternativas, foram desenvolvidas três técnicas, a partir do modelo experimental e uma visão participativa: **avaliação profissional**, com designers, **avaliação às cegas**, com sujeitos potenciais e **avaliação emocional**, com clientes e sujeitos apoiadores.

Quadro 5.7 – Técnicas desenvolvidos para a fase projetual *Avaliar*

Fase <i>Avaliar</i>	Técnica	Origem	Atualizada?
Avaliação com designers	Avaliação profissional	Roda de Fuxico a partir de Peón (2011), Wheeler (2012), Rodrigues (2013) e Matos e Souza (2017)	Sim
Avaliação com sujeitos potenciais	Avaliação às cegas	Roda de Fuxico a partir de Matos e Souza (2017)	Sim
Avaliação com clientes e sujeitos apoiadores	Avaliação emocional	a partir de Matos e Souza (2017)	Sim

Fonte: a autora (2022)

Ao final, sugere-se realizar um resumo, contendo os resultados das três avaliações.

5.6.7 Técnicas e recomendações para a fase projetual Entregar

Para as ações de disponibilizar o SIV para os clientes, foram desenvolvidas recomendações para o processo de pré-impressão, para configuração de arquivos digitais e para construção do Manual de Identidade Visual.

Quadro 5.8 – Recomendações escolhidas e/ou desenvolvidas para a fase projetual *Entregar*

Fase <i>Entregar</i>	Técnica/Instrumento	Origem	Atualizadas?
Arquivos para pré-impressão	Recomendações para pré-impressão	ABTG e ABIGRAF e professoras na Experimentação	Sim
Arquivos digitais	Recomendações para aplicações digitais	Guerra e Terce (2020) e professoras na Experimentação	Sim
Manual de Identidade Visual	Recomendações de roteiro para MIV	Munhoz (2011) e Consolo (2021) e professores na Experimentação e Apresentação	Sim

Fonte: a autora (2022)

5.7 Os instrumentos didáticos concebidos para a fase de Experimentação

Ainda para a experimentação do método, desenvolveu-se instrumentos de ensino para apoiar professores em suas atividades, como descritos a seguir.

5.7.1 Os planos de ensino definidos para a fase de Experimentação

O primeiro plano de ensino foi desenvolvido com a professora da turma 1 de experimentação do IFPB, a professora Renata Cadena, no período de 2021.2, com o objetivo de ser aplicado na modalidade remota, com vinte aulas síncronas mais atividades assíncronas, perfazendo 60h/aula.

A professora ministrava a referida disciplina desde 2014, com um planejamento de conteúdos teóricos para SIV e para metodologia projetual, nos quais utilizava o método projetual de Alina Wheeler (2012). Assim, a docente optou por utilizar as fases projetuais do Roda de Fuxico no lugar do modelo de Wheeler (2012). Para isso, disponibilizou dezessete

aulas síncronas do seu plano de ensino para o Roda de Fuxico, mais as aulas destinadas à orientação e ao conteúdo teórico originário do método, que não estavam previstas em seu plano de ensino. O Quadro 5.9 expõe o primeiro plano de ensino, apresentando em cinza o conteúdo desenvolvido com o material de ensino da professora.

Quadro 5.9 – Conteúdo do primeiro plano de ensino do Roda de Fuxico

N encontros	Conteúdo previsto	Origem
1	Apresentação da disciplina	Conteúdo da professora
1	Marca x Identidade de marca	Conteúdo da professora
1	Estratégia, Público e Mensagem	Conteúdo da professora
1	Manual de marca/ <i>Brandbook</i>	Conteúdo da professora
1	Caligrafia e <i>Lettering</i> – Oficina	Conteúdo da professora
1	Tipografia para Identidade Visual	Conteúdo da professora
1	Métodos criativos e a Roda de Fuxico	Roda de Fuxico
2	Signos de memória – teoria e trabalho	Roda de Fuxico
1	Criação e gestão de nome	Roda de Fuxico
7	Fases projetuais do Roda de Fuxico	Roda de Fuxico
3	Apresentações de trabalho	Roda de Fuxico
3	Orientação	Roda de Fuxico
1	Oficina de cor pigmento	Roda de Fuxico
18	Total de encontros para o Roda de Fuxico	

Fonte: a autora (2021)

A pesquisadora absorveu os conteúdos de gestão de marca e caligrafia apresentados no plano de ensino da professora Renata, além de materiais de leitura, para compor o segundo plano de ensino. O segundo plano de ensino, já com o novo conteúdo, foi desenvolvido com a professora da turma 2 de experimentação do IFPB, Elaine Feitosa, para o período 2022.1. O referido plano foi implementado na modalidade híbrida, com vinte e duas aulas presenciais mais atividades assíncronas de orientação, perfazendo um total de 60h/aula.

A professora Elaine Feitosa ministrava a referida disciplina pela primeira vez, optou por utilizar o plano de ensino completo, desde os conteúdos teóricos, material de leitura, exercícios, apresentações de aulas e instrumentos de avaliação. Entretanto, na construção do plano de ensino, Elaine sugeriu a inserção de mais momentos de prática para o desenvolvimento dos projetos, como pode ser visto no Quadro 5.10.

Quadro 5.10 – Conteúdo do segundo plano de ensino do Roda de Fuxico

N encontros	Conteúdo previsto
1	Apresentação da disciplina, dos estudantes e do método de ensino Roda de Fuxico
1	História das marcas e conceitos iniciais; tipologia para marcas
1	Marcas afetivas, signos para SIV e signos de memória
1	Elementos das identidades visuais
1	Tipografia para Identidade Visual
1	Apresentação de atividade
1	Tipos de projetos e tipologia para redesign
1	Apresentação de atividade
1	Métodos para criação de SIV – pressupostos do trabalho final
3	Fases projetuais iniciais
1	Apresentação de atividade – 3 fases projetuais
4	Fases projetuais finais
1	Apresentação de atividade – projeto todo
2	Orientação
1	Oficina de cor
1	Oficina de caligrafia
22	Total de encontros para o Roda de Fuxico - 60h/aula

Fonte: a autora (2022)

Após a avaliação dos estudantes e dos professores nas etapas Experimentação e Apresentação, foram desenvolvidos mais quatro planos de ensino, sendo: de 20h (conteúdo essencial), de 30h (conteúdo básico), de 45h (conteúdo intermediário) e de 60h (conteúdo avançado), ao se perceber a necessidade de atender a diversas situações de ensino, desde cursos de curta duração ou cursos de formação complementar até disciplinas de projeto em cursos de graduação.

A construção de diversas propostas de planos de ensino, portanto, tiveram a intenção de proporcionar maior adaptabilidade a diferentes processos de ensino de professores que se interessem em aplicar o método. De maneira auxiliar, também foram propostos módulos extras com conteúdo para oficinas e orientação, com 16h e 32h, respectivamente, aumentando a quantidade de atividades práticas associadas ao conteúdo expositivo.

5.7.2 Planejamento de aulas definidos para a fase de Experimentação

Para os dezoito encontros da turma 1 no IFPB e para os vinte e dois encontros da turma 2, também foram desenvolvidos planos de aulas de forma participativa com as professoras responsáveis pelas referidas turmas.

Os planejamentos de aulas apresentavam os conteúdos de cada aula, seus objetivos, os recursos didáticos e os instrumentos de avaliação disponibilizados. Esses planejamentos foram avaliados e revistos a partir de reflexões advindas das sugestões dos professores que avaliaram o método.

5.7.3 Apresentações de aulas para a fase de Experimentação

Ainda para a experimentação, desenvolveu-se um roteiro para apresentação dos conteúdos teóricos (*slides*) e explicação dos exercícios.

As apresentações referentes a cada aula foram desenvolvidas e disponibilizadas para utilização¹⁶. Entretanto, por terem sido criadas como um guia para professores, a quantidade de textos talvez seja considerada inadequada para apresentações de aula para estudantes. Diante disso, as apresentações poderão ser readequadas à formatação particular de cada professor, sobretudo para aqueles de design gráfico.

5.7.4 Sugestões de material de leitura para a fase de Experimentação

O material de leitura sugerido foi resultado do planejamento realizado com as professoras do IFPB, à semelhança do que ocorreu com os planos de aula.

O material foi relacionado aos temas das aulas e disponibilizado para os estudantes em momento anterior à exposição do conteúdo, para que eles tivessem oportunidade de entrar em contato com o assunto da aula antes do momento de exposição, com o intuito de que essa estratégia gerasse mais confluência com seus conhecimentos preexistentes. Além

¹⁶ disponíveis no *drive* https://drive.google.com/drive/folders/1f9KidUJcCi12vhq6T6X3juRH5diBtg_4.

disso, foram programadas rodas de conversa para proporcionar a discussão dos temas em seminários dirigidos, inspirados pela troca de conhecimento nas rodas de fuxico. O Quadro 5.11 apresenta os materiais de leitura sugeridos.

Quadro 5.11 – Materiais de leitura sugeridos pelo Roda de Fuxico

AULA	MATERIAIS DE LEITURA
1	(1) Sistemas de identidades visuais Corporativa (RAPOSO, 2010) (2) A construção do termo Identidade Visual (MONTEIRO; LIMA; VIEIRA, 2017) (3) Design e identidade corporativa (FORTY, 2007) (4) Grupo Editorial Companhia das Letras: transição da arquitetura de marca endossada para a de marca pluralista (WILKE, 2016)
3	(5) Signos de memória: a construção de signos gráficos a partir de memória afetiva (MATOS; COUTINHO, 2021b)
4	(6) A linguagem Invisível da Tipografia (SPIEKERMANN, 2011)
6	(7) Tipologia para o redesign de identidades visuais (MATOS; COUTINHO, 2019)
8	(8) Um olhar sobre as metodologias projetuais de design gráfico (MAGALHÃES; SOUZA, 2014)

Fonte: a autora (2022)

5.7.5 Sugestões de exercícios e oficinas para a fase de Experimentação

Os exercícios sugeridos no Roda de Fuxico estão dispostos nos quadros 5.12 e 5.13.

Quadro 5.12 – Exercícios desenvolvidos no Roda de Fuxico

AULA	EXERCÍCIO/TRABALHO/OFICINA
1	Costura de expectativas: o que espero aprender nesta disciplina. Um estudante fala segurando um novelo de lã. Ele joga o novelo para outro estudante, que responde à pergunta e joga o novelo para o próximo estudante.
2	Seminário dirigido 1 A partir de uma lista de perguntas, os estudantes debatem os conteúdos dos textos lidos previamente (FORTY, 2007; MONTEIRO <i>et al.</i> , 2017; RAPOSO, 2010; WILKE, 2016) Exercício para casa: Construir uma linha do tempo das marcas utilizadas pela Companhia das Letras
3	Atividade em sala: jogo de cartas para classificação das marcas Dividir as cartas em 3 grupos: marcas corporativas, sazonais e pessoais (10 de cada grupo) e reclassificá-las em relação à sua atividade fim: figurativa, ideograma, tipográfica e abstrata Conversa na Roda: sobre as marcas afetivas de cada estudante Atividade para casa: Cada grupo poderá escolher uma marca afetiva comum e entrevistar pessoas que também têm afeto com aquela marca, colhendo memórias afetivas. Desenvolver signos de memória e realizar aplicações
4	Atividade em sala: Orientação do exercício sobre signos de memória
5	Atividade em sala: Orientação do exercício sobre signos de memória
6	Oficina de caligrafia
7	Apresentação do trabalho - signos de memória
8	Seminário dirigido 2 A partir de uma lista de perguntas, os estudantes debatem os conteúdos dos textos lidos previamente Tipologia para o redesign de identidades visuais (MATOS; COUTINHO, 2019) Exercício para casa: tipos de redesign Cada grupo poderá reconhecer 3 projetos de redesign de marca em bairros da cidade. O resultado da pesquisa deve trazer a marca redesenhada e a versão anterior. Em seguida, deve-se classificar o redesign em 1ª ordem, 2ª ordem e 3ª ordem e justificar
9	Apresentação da atividade: tipos de redesign Conversa na Roda: definição dos grupos e acordos sobre etapas, cronograma e avaliação do projeto final

Fonte: a autora (2022)

Quadro 5.13 – Exercícios desenvolvidos no Roda de Fuxico – continuação

AULA	EXERCÍCIO/TRABALHO/OFICINA
10	Atividade em sala: Adaptar instrumentos para reconhecer clientes, sujeitos, designers, marcas similares, contexto histórico-cultural e marca atual (para os casos de redesign) Levantar sujeitos apoiadores, indiferentes e oponentes dos projetos Coletar dados piloto Exercício para casa: Realizar coleta de dados real
11	Atividade em sala: Orientação dos grupos (fase Reconhecer) Exercício para casa: Analisar os dados advindos da coleta de dados, utilizando as técnicas do Roda de Fuxico
12	Orientação para finalizar análise dos dados depois da orientação (fase <i>Alinhavar</i>) Exercício para casa: Arrematar os dados advindos da análise dos dados, utilizando as técnicas do Roda de Fuxico Organizar estratégia e, no mínimo, dois conceitos Organizar estratégia para redesign de 1ª ordem, para os casos de redesign
13	Orientação para interpretar dados e definir estratégias (fase Reconhecer)
14	Apresentação parcial do Projeto Final – Entrega 1 – fases <i>Reconhecer, Alinhavar e Arrematar</i> Orientação dos trabalhos apresentados
15	Definição de exercício em grupo: Avaliar o nome do seu projeto ou criar um nome Exercício para casa: Criar alternativas para identidades visuais: 1 para cada conceito
16	Orientação dos grupos no desenvolvimento de alternativas
17	Oficina de cor pigmento
18	Orientação dos grupos no desenvolvimento de alternativas Atividade em sala: Realizar avaliação profissional, às cegas e emocional das alternativas desenvolvidas
19	Orientação dos grupos no desenvolvimento de modelos digitais Atividade em sala: Realizar exemplos de arquivos finais e o Manual de Identidade Visual
20	Orientação do projeto final
21	Apresentação do projeto final
22	Apresentação do projeto final

Fonte: a autora (2022)

5.7.6 Sugestões de instrumentos de avaliação para a fase de Experimentação

Os instrumentos sugeridos para registro da avaliação foram desenvolvidos com a intenção de auxiliar os professores no processo de avaliação dos trabalhos no sentido de facilitar a organização do processo de avaliação em dois momentos, criando oportunidades para o estudante aprimorar o seu trabalho, a partir das observações recebidas pelo professor na primeiro momento de avaliação.

Assim, para atender ao requisito de redesign do trabalho, o instrumento foi planejado para receber notas atribuídas durante a apresentação e notas atribuídas depois dos ajustes. Os critérios para pontuação são: (0 = não fez; 10 = fez com ressalvas e 20 = fez integralmente), proporcionando um critério de avaliação gradual evolutiva. A Figura 5.10 apresenta uma planilha de avaliação para o exercício de signos de memória, disponível nos Apêndices e no drive¹⁷, junto aos demais instrumentos de avaliação.

¹⁷ https://drive.google.com/drive/folders/1f9KidUJcCi12vhq6T6X3juRH5diBtg_4

Figura 5.10 – Planilha como sugestão de instrumento de avaliação do trabalho signos de memória

PROPOSTA DE FORMULÁRIO DE AVALIAÇÃO - RODA DE FUXICO - SIGNOS DE MEMÓRIA					
Grupo 1: TV Globinho - Anselmo, Kauã, Jobson, Julia e Maria Ismin					
AVALIAÇÃO DURANTE A APRESENTAÇÃO				AVALIAÇÃO APÓS AJUSTES	
	TRABALHO ESPERADO	PONTUAÇÃO (*)	NOTA	OBSERVAÇÕES	
ENTREVISTAS	Entrevistar 10 pessoas	0 - 5 - 10	10	OK	10
	Transcrever as entrevistas	0 - 5 - 10	5	Somente 1 entrevista transcrita	10
SIGNOS	Destacar signos linguísticos (pelo menos 5)	0 - 5 - 10	0	Não destacaram	10
	Desenvolver signos icônicos (pelo menos 5)	0 - 10 - 20	20	OK	20
AVALIAÇÃO	Avaliar signos icônicos com 5 pessoas, destacando os signos de memória	0 - 10 - 20	20	OK	20
APLICAÇÃO	Aplicar os signos de memória em pelo menos 2 peças gráficas	0 - 10 - 20	10	Aplicaram em 1 peça gráfica	20
TOTAL AV EM GRUPO			65		90
Estudante 1	Participação na apresentação do trabalho	0 - 3 - 5	5	OK	
	Demonstração de comprometimento com a aprendizagem	0 - 3 - 5	5	OK	
TOTAL Estudante 1			75		100
Estudante 2	Participação na apresentação do trabalho	0 - 3 - 5	3	Falou só quando demandado	
	Demonstração de comprometimento com a aprendizagem	0 - 3 - 5	3	Faltou em algumas aulas	
Total Estudante 2			71		96
Estudante 3	Participação na apresentação do trabalho	0 - 3 - 5	0	Não compareceu à apresentação	
	Demonstração de comprometimento com a aprendizagem	0 - 3 - 5	5	OK	
			70		95
Estudante 4	Participação na apresentação do trabalho	0 - 3 - 5	5	OK	
	Demonstração de comprometimento com a aprendizagem	0 - 3 - 5	5	OK	
TOTAL Estudante 4			75		100
CRITÉRIOS					
0 - não fez 10 - fez com ressalvas 20 - fez integralmente					
0 - não fez 5 - fez com ressalvas 10 - fez integralmente					
0 - não fez 3 - fez com ressalvas 5 - fez integralmente					

Fonte: a autora (2021)

Finaliza-se o Capítulo 5, apresentando a reformulação do modelo experimental em método de ensino Roda de Fuxico.

Após a reformulação, o método Roda de Fuxico, em sua primeira versão, encontrava-se organizado para ser aplicado e avaliado em sala de aula por professoras do Instituto Federal da Paraíba.

Após a avaliação e consequentes alterações, o método foi validado por professores especialistas. A avaliação e validação do método estão expostos no Capítulo 6.

6 CAPÍTULO 6 – AVALIAÇÃO E VALIDAÇÃO DO MÉTODO RODA DE FUXICO

O presente Capítulo 6 apresenta resultados das fases de Experimentação e Apresentação da metodologia, com vistas à avaliação e validação do método Roda de Fuxico.

6.1 Experimentação do Roda de Fuxico

Como foi relatado anteriormente, a experimentação com as professoras do Instituto Federal da Paraíba - *Campus* Cabedelo - ocorreu na mesma disciplina de Planejamento Visual I (PVI), em semestres e modalidades diferentes: a primeira remota e a segunda presencial/híbrida.

A pesquisadora acompanhou a utilização do método pelas professoras em situações de ensino como observadora participante e registrou em diário de bordo algumas questões, que apontavam para possíveis alterações, com vistas à melhoria do método de ensino.

Além dessas observações, ao final da disciplina, as professoras das duas turmas e os estudantes da segunda turma presencial avaliaram o método por meio de um formulário, o que também motivou alterações no método. Os estudantes da primeira turma, modalidade remota, também receberam um formulário de avaliação no último encontro síncrono, mas não retornaram o formulário preenchido.

Apresenta-se, a seguir, a experimentação com cada uma das professoras.

6.1.1 Experimentação com a professora Renata Cadena

A professora Renata Cadena observou diferenças do método Roda de Fuxico em relação a outros métodos similares, como: linguagem e forma de pensar o projeto mais próxima do fazer brasileiro; muitos atores incluídos na projeção; escuta dos sujeitos indiferentes e oponentes e as ferramentas para avaliação das identidades visuais desenvolvidas, que são avaliação profissional, às cegas e emocional.

A professora Renata comentou que os modelos de Wheeler (2012) e Peón (2011), diferente do Roda de Fuxico, não oferecem ferramentas para avaliação de alternativas, não envolvem os usuários diretamente e ainda inferiu que, em seus métodos projetuais, os usuários são “projetados”.

A professora Renata Cadena comentou que a ferramenta disponibilizada na fase *Arrematar - quadro de atributos* - poderá auxiliar na criação dos conceitos que nortearão a concepção de alternativas. Ainda sobre o *quadro de atributos*, salientou que a técnica, para além da geração de conceitos, serve para a definição da estratégia do projeto, como a tomada de partido, o que faz o método Roda de Fuxico se aproximar da gestão de marca (*branding*) e não se constituir apenas em um método para auxiliar o ensino de criação de SIV.

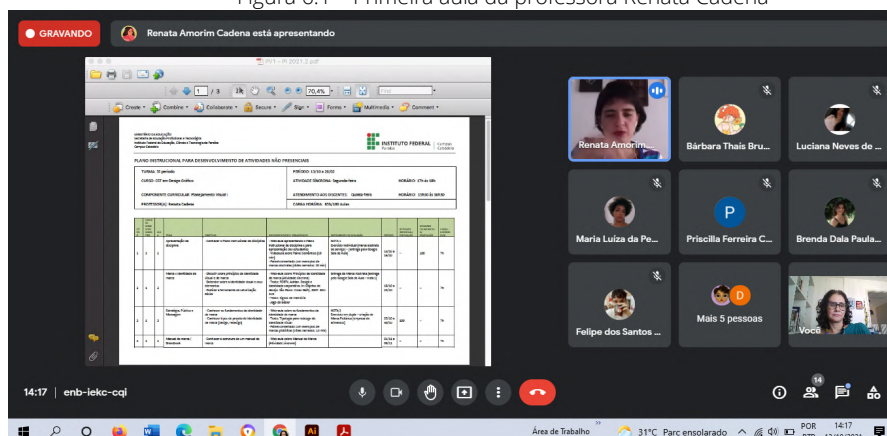
Ao experimentar o método, a professora Renata sugeriu algumas alterações, que foram implementadas, em sua totalidade, listadas a seguir:

- (1) mostrar, com um desenho, a flexibilidade do método de ensino.
- (2) no *reconhecer clientes*, perguntar sobre a definição do nome da identidade visual.
- (3) investigar marcas que os designers em formação acham incríveis, e não só clientes e sujeitos, para talvez compor o painel de inspiração.
- (4) interpretar no *quadro de atributos* as estratégias do processo de criação da identidade visual e não só conceitos e decisões projetuais.
- (5) ao final do *Arrematar*, sugere-se realizar uma **reunião com os clientes**, para apresentar a costura de atributos, os conceitos desenvolvidos, as estratégias, as decisões projetuais e o painel de inspiração de cada conceito. Na reunião, os clientes verificam se concordam com os conceitos e escolhem aqueles que serão desenvolvidos.
- (6) sobre a avaliação profissional, a professora Renata solicitou:
 - inserir avaliação sobre o nome da marca.
 - perguntar se a marca tem linguagem clara e simples.
 - ao invés de “a relação entre símbolo e logotipo obedece a proporções matemáticas”, “obedece a proporções harmônicas”.
 - inserir pergunta no formulário de clientes sobre *naming*.
 - inserir medidas em cm para testar ampliações e reduções.
 - inserir “possui paleta de cor principal e acessória com definições em RGB, CMYK, Pantone e hexadecimal”.
 - incluir se a marca possui versão em modo traço.
 - incluir se foram desenvolvidos signos para apoio às aplicações.
 - incluir se foram desenvolvidas aplicações que facilitem os pontos de contato.
 - inserir se a marca contempla animação e mutação.
- (7) em *alinhar similares*, quanto às cores, inserir a harmonia acromática (preto e branco).
- (8) propor o exercício de signos de memória para o cotidiano dos estudantes.
- (9) na fase *Desenhar*:
 - inserir a construção do nome na primeira fase do *Desenhar*.
 - inserir a apresentação das paletas de cor em RGB, CMYK e Pantone.
 - inserir a versão traço.
- (10) esclarecer a diferença entre signos de memória e signos do senso comum para compor o SIV de uma identidade visual.
- (11) na fase *Arrematar*, deixar mais explícito que na criação de conceitos se define partidos.
- (12) pensar em elementos que vão além das expressões gráficas da marca.
- (13) nas recomendações para fechamento de arquivos da fase *Entregar*, inserir: trabalhar imagens em formato tiff; sangria 0,55 mm.

Como sugestões para adaptação do conteúdo às suas aulas, a professora inseriu no seu planejamento atividades específicas para *tipologia para redesign* (MATOS; COUTINHO, 2019), *signos de memória* (MATOS; COUTINHO, 2021b) e nome da marca (*naming*), considerados conceitos novos e de informação necessária as fases de projeção.

A Figura 6.1 mostra a primeira aula da disciplina, quando a professora Renata Cadena apresentou o conteúdo das aulas.

Figura 6.1 – Primeira aula da professora Renata Cadena



Fonte: a autora, a partir de captura de tela (2021)

Como exercícios para prática do Roda de Fuxico, foram realizados na disciplina seminários dirigidos; reconhecimento e classificação de tipos de redesign em 1ª ordem, 2ª ordem e 3ª ordem; desenvolvimento de signos de memória do curso de design do IFPB; oficina de caligrafia; oficina de cor; e o projeto final, em que cinco grupos desenvolveram o redesign de marca para um projeto de extensão do IFPB, *Lampião Maker*. As alternativas desenvolvidas pelos estudantes para o projeto de extensão podem ser vistas na Figura 6.2.

Figura 6.2 – Alternativas desenvolvidas pelos estudantes, para o redesign do Lampião Maker



Fonte: a autora (2022)

Sugestões advindas da observação da pesquisadora

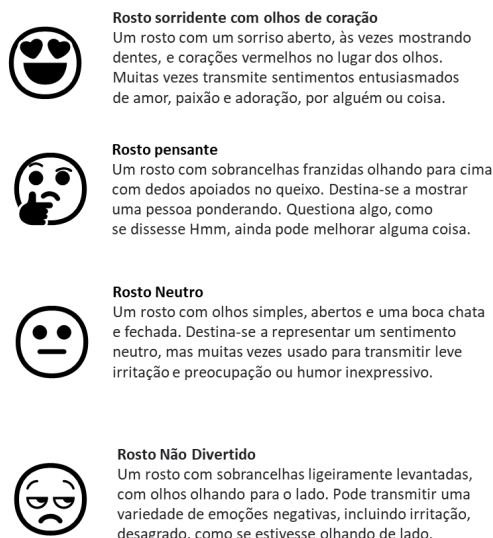
A partir da experimentação com a professora Renata Cadena, algumas observações foram registradas pela pesquisadora em diário de bordo e as sugestões acatadas geraram modificações no método, apresentadas a seguir:

- (1) incluir o conteúdo de arquitetura da marca (monolítica, endossada e pluralística);
- (2) entregar para os estudantes os questionários de coleta de dados em editor de texto;
- (3) inserir no *Reconhecer o contexto histórico-cultural*, também o contexto de aplicação da futura marca: local físico de aplicação, ambientação interna e externa, além de locais de aplicação digital;
- (4) incluir uma pergunta sobre memórias afetivas em relação à instituição, para se desenvolver futuros signos de memória;

- (5) perguntar se há pessoas que não concordam com a instituição, para identificar os oponentes;
- (6) inserir uma pergunta sobre a posição do cliente na instituição, no roteiro para entrevista;
- (7) inserir no formulário dos sujeitos a pergunta sobre sua relação com a marca/projeto: se de apoio, indiferença ou oposição;
- (8) incluir a análise do contexto histórico-cultural e de aplicação;
- (9) inserir no *alinhar marcas similares*, em relação aos critérios definidos por Matos e Coutinho (2019), quanto ao logotipo, a composição com caixa alta/baixa;
- (10) inserir o critério analisar as marcas similares quanto à interpretação da sua linguagem de comunicação, com os critérios de linguagem formal, coloquial, vernacular e universal;
- (11) analisar o nome da marca, para verificar se há necessidade de propor um redesign;
- (12) refletir sobre o nome da avaliação profissional, para que fique claro que a avaliação deve ser realizada pelos estudantes em formação;
- (13) inserir no *reconhecer marca atual*, uma indicação para coletar, além da marca, seu MIV;
- (14) inserir na apresentação de aula a definição do termo *arrematar* e explicar sua relação com a interpretação;
- (15) sugerir um debate sobre a complexidade da interpretação, ou seja, que não há uma única forma de interpretar uma instituição e que cada conceito está relacionado à escolha de atributos percebidos;
- (16) propor um exercício a partir da Janela de Johari: atributos da identidade em um quadrante: eu aberto, eu secreto, eu cego e eu desconhecido;
- (17) alterar os *emojis* desenvolvidos para a escala de avaliação profissional, tanto nos detalhes dos desenhos, como na frase utilizada para o último *emoji*, “não, melhora!”, pois a ironia intencional de indicar que a alternativa não seria escolhida gerou dúvidas.

A partir dos estudos de Leite (2018), definiu-se outra escala de *emojis*. Remodelou-se a nova escala a partir de uma enciclopédia disponível no site <https://emojipedia.org/>, que contém desenhos dos *emojis* e uma explicação de seu significado. Ademais, criou-se uma escala de mensuração multi-item tipo Likert (DALMORO; VIEIRA, 2013), com quatro itens, que, segundo Coelho e Esteves (2007), evita o ponto neutro indiferente e motiva o posicionamento do participante, como mostra a Figura 6.3.

Figura 6.3 – *Emojis* escolhidos de enciclopédia disponível na internet



Fonte: *Emojipedia*. Disponível em: <https://emojipedia.org/>. Acesso em: 24 mar. 2023.

A Figura 6.4 mostra as duas escalas utilizadas pelo Roda de Fuxico. A segunda atualizada após a observação da pesquisadora.

Figura 6.4 – Atualização da escala de *emojis* da técnica avaliação emocional



Fonte: a autora (2021)

Sugestões advindas da avaliação do método pela professora Renata Cadena

Depois de finalizar a disciplina, a pesquisadora enviou à professora Renata Cadena um formulário para avaliação.

Como resposta, em relação à avaliação geral do método, a professora apontou ter “adorado” o método, ao escolher o emoji 🥰. A professora Renata relatou que observou vários pontos positivos. *“É bem claro e didático, valorizando as etapas e subetapas da realização de uma identidade visual. Gostei da clareza como se apresentam as técnicas de pesquisa, instruindo como devem ser realizadas e o resultado aguardado delas (diferente de outros livros, que deixam o designer sem tanto lastro). Gostei também do detalhamento das etapas, que são progressivas e minuciosas o suficiente para dar conta dos elementos necessários à produção cautelosa de identidades visuais”.*

Ao ser perguntada sobre os pontos negativos do Roda de Fuxico, a professora relatou que sentiu falta de maior interação com discussões contemporâneas sobre construção de identidade de marca. *“O método, apesar de se dizer para construção de identidade visual, tem muitos aspectos da construção de identidade de marca, mas isso poderia estar mais explícito”.* A sugestão da professora corroborou a observação da pesquisadora. Tendo sido aceita, o método passou a explicitar que ao fazer a costura de atributos, sugere-se, para além de gerar conceitos, que se identifiquem estratégias e decisões projetuais. Ainda, foram inseridos aspectos de contemporaneidade, dando ênfase ao desenvolvimento do nome da marca e de elementos complementares, como: ícones favoritos, alternativas auxiliares com previsão de marcas mutantes, marca sonora e marca olfativa, além dos grafismos, mascotes, estampas, signos do senso comum e signos de memória (BOCCHESI, 2014; CAMEIRA, 2016; CONSOLO, 2021; MATOS; COUTINHO, 2021a; PEÓN, 2011; WHEELER, 2012).

Sobre o conteúdo que antecede as fases projetuais no método de ensino, a professora declarou: *“acredito ser rico e bastante adequado. Não creio que há nada a acrescentar, se a ênfase é a de criar identidade visual; neste caso pode-se tirar apenas o conteúdo sobre naming, que termina servindo a uma abordagem para além da criação de identidade visual”.* A posição da pesquisadora foi ampliar o discurso e inserir questões sobre marcas contemporâneas, como apresentado no parágrafo anterior.

Quanto aos seminários guiados, a professora relatou que *“a abordagem a partir de perguntas é interativa e leva à reflexão sobre temas interessantes ao projeto”.*

Ao ser perguntada sobre os exercícios propostos, a professora deu ênfase aos signos de memória, dizendo: *“acho que os signos de memória são uma abordagem muito única e interessante. Contudo, acredito ser necessário ressaltar a importância de buscar relatos mais comuns entre usuários, para não se gerar signos muito herméticos, de difícil conexão entre os usuários”*. Essa observação foi relevante para se perceber a importância fase de escolha dos signos desenvolvidos. Os critérios para escolha dos signos de memória devem ser, para além do reconhecimento pelos sujeitos, o número de ocorrências na amostra coletada.

Por outro lado, ressalta-se que os signos de memória não necessariamente precisam se conectar aos usuários pelo objeto real que representam, mas, ao contrário, poderão incentivar a contação de ‘memórias inventadas’, a partir da fantasia de quem os interpreta (MATOS; COUTINHO, 2021b, p. 13).

Em relação aos instrumentos de apoio disponibilizados para avaliação dos trabalhos, a professora relatou: *“achei bastante interessante e útil, levando em conta não só a entrega, mas o esforço empreendido”*.

Sobre a nomenclatura do método, a professora apontou como positiva, pois *“faz referência a um artesanato regional relevante e tem a dubiedade interessante com a ideia de conversa”*. Já em relação às fases projetuais, apesar de considerar didática a construção do nome das fases para quem conhece como se faz fuxico, sugeriu a construção de um vídeo com o processo, para aqueles professores e estudantes conhecerem ou relembrem o processo do artesanato. A indicação da professora Renata Cadena foi atendida. Primeiramente, a pesquisadora registrou em fotografia uma roda de fuxico da Associação AMJOPAR - Associação de Mulheres e Jovens das Comunidades Rocinha e Pau Brasil, para ilustrar as fases projetuais nas apresentações. Depois, realizou um vídeo com as fuxiqueiras, que será apresentado neste capítulo.

Em relação à estrutura projetual do método Roda de Fuxico, a professora declarou que a divisão do método em sete fases facilitou o ensino de metodologias para criação de SIV e relatou que considerou fáceis as fases *Reconhecer*, *Alinhavar*, *Desenhar*, *Montar* e *Entregar*. Sobre as fases *Arrematar* e *Avaliar*, entretanto, a professora disse ter sentido um pouco de dificuldade. A partir do relato da professora Renata, reforçou-se a descrição da distinção entre as fases *Alinhavar* e *Arrematar*, percebendo, por observação, que talvez esse seja o motivo da dificuldade apontada. Sobre a fase *Avaliar*, percebeu-se, também por observação, que a avaliação emocional, com o cliente, deveria ser a última a ser realizada e que poderiam ser apresentados a ele os resultados das avaliações por lista de verificação e às cegas. Entendendo que o cliente é quem vai escolher uma alternativa em detrimento de outras, o fato de conhecer uma avaliação técnica, do ponto de vista dos designers em formação e a avaliação que uma amostra de sujeitos realizou, pode ser uma base para apoiar o seu processo de decisão.

Sobre a perspectiva futura de utilizar as técnicas e ferramentas desenvolvidas no Roda de Fuxico, como tipologia para redesign, o *caderno do designer*, *critério para análise de similares*, as *técnicas de avaliação*, *costura de atributos*, a professora Renata Cadena revelou que utilizaria todas elas, com exceção da classificação de nomes, para a fase de criação do nome da identidade visual. E quando foi questionada se utilizaria novamente o método Roda

de Fuxico, ela afirmou que *“sim! Mas naturalmente fazendo adequações a partir de experiências próprias”*.

Ao ser questionada sobre sugestões para melhoria do método, ela mencionou que *“seria maravilhoso adequar o método para criação de identidade de marca!”*. Essa sugestão foi importante e representou um reposicionamento do discurso do método, além de dar lugar à construção de elementos complementares, com vistas a preparar o projeto para a gestão de marca. Por fim, como acréscimo aos seus relatos, a professora Renata Cadena revelou que *“a experiência foi riquíssima! E mesmo que não venha a utilizar o método, certamente o que trabalharei e ensinarei em termos de identidade visual/de marca será cortado pela experiência de ter usado o Roda de Fuxico em sala!”*.

6.1.2 Experimentação com a professora Elaine Feitosa

Após as modificações no método de ensino realizadas pela pesquisadora, a partir de reflexões oriundas de sugestões recebidas da professora Renata Cadena, a experimentação com a professora Elaine Feitosa aconteceu com a segunda versão do Roda de Fuxico.

Como foi citado, a professora Elaine utilizou todos os materiais de leitura, exercícios, planejamento de aulas e formas de avaliação remodelados. Como exercícios realizados na disciplina, teve-se seminários dirigidos; jogos de cartas para praticar as tipologias das marcas; reconhecimento e classificação de tipos de redesign em 1ª ordem, 2ª ordem e 3ª ordem; desenvolvimento de signos de memória advindos de marcas afetivas dos estudantes; oficina de caligrafia; oficina de cor; e o projeto final, em que oito grupos desenvolveram o redesign das marcas de empreendimentos reais, da região da Paraíba, escolhidos pelo próprio grupo. A Figura 6.5 mostra a primeira aula presencial e um grupo realizando o jogo de cartas.

Figura 6.5 – Primeira aula presencial realizada e jogo de cartas



Fonte: a autora (2022)

Sugestões advindas da observação da pesquisadora

A participação dos estudantes da turma 2 ajudou na composição de uma lista de sugestões de melhoria, a partir da observação da pesquisadora, que foram registradas em diário de bordo e motivaram modificações no método, tais como:

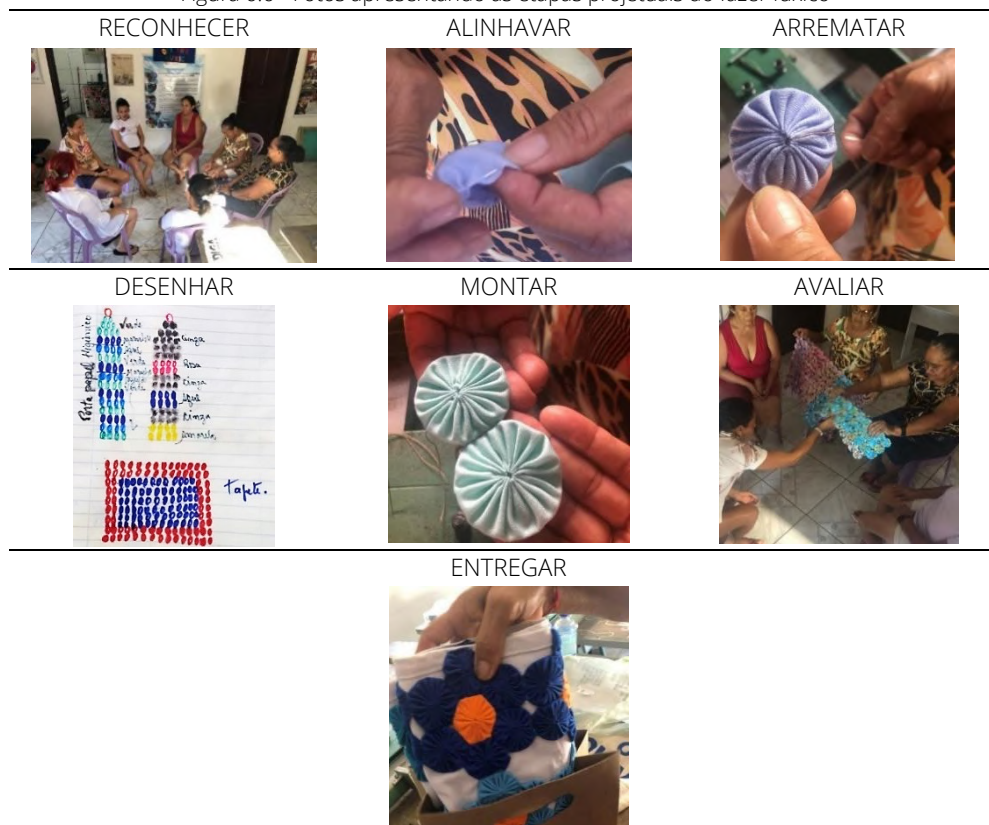
- (1) propor, para a primeira aula do método, uma conversa na roda com uma atividade chamada “costura da turma”, na qual cada estudante relata como se reconhece no grupo,

suas experiências com SIV e suas expectativas em relação à disciplina e joga o novelo para o próximo estudante, fazendo uma “costura na sala”. A proposta foi motivada a partir da intervenção voluntária de um estudante da turma;

- (2) utilizar imagens para demonstrar as etapas do fazer fuxico na roda, a fim de ilustrar as fases projetuais do método e deixar mais claro a sua distinção;

Para isso, a pesquisadora fotografou as etapas do processo de fazer fuxico durante uma roda de fuxico na Associação AMJOPAR. A Figura 6.6 apresenta as novas imagens utilizadas para ilustrar as fases projetuais do método.

Figura 6.6 - Fotos apresentando as etapas projetuais do fazer fuxico



Fonte: a autora (2022)

- (3) nos casos de redesign, inserir uma pergunta no roteiro da entrevista com cliente e sujeitos sobre o nome da marca: se estão satisfeitos com o nome, se pretendem mudar, além de testar sua legibilidade;
- (4) inserir um pouco mais de tempo para a realização das atividades em sala, de forma supervisionada pelo professor, com o intuito de proporcionar aulas mais práticas e maior apreensão dos conteúdos;
- (5) inserir um momento para falar sobre orçamentos e formas de cobrança;
- (6) na fase *Desenhar*, rever a palavra “simbiose”, pois gerou dúvida nos estudantes;
- (7) na fase *Desenhar*, a ação de dar nomes pode ser realizada a partir do quadro de atributos;
- (8) na fase *Desenhar*, enfatizar a criação de várias alternativas, exaurindo possibilidades;
- (9) na fase *Montar*, inserir testes de impressão e não só em modelos digitais;
- (10) deixar mais explícito que as marcas incríveis, apontadas por clientes, sujeitos e designers em formação, podem ser encaminhadas ao painel de inspiração;
- (11) inserir na técnica de *corposição* a escolha de cores claras e escuras para a construção de paletas de cor;

- (12) inserir no *alinhar similares*, outros critérios para classificação de cores: acromática, cores saturadas e dessaturadas;
- (13) nos casos de redesign, usar o quadro de atributos para o redesign de 1ª ordem, mesmo que não se tenha definido um conceito e
- (14) propor uma aula de orientação para construção de módulos e grades para construção da marca gráfica.

Sugestões advindas da avaliação do método pela professora Elaine

Ao final da disciplina, a pesquisadora entregou à professora Elaine Feitosa o mesmo formulário para avaliação enviado à professora Renata Cadena.

Como resposta, em relação à avaliação geral do método, a professora também revelou tê-lo “adorado”, ao escolher o *emoji* 🥰. A professora Elaine apontou alguns pontos positivos: *“Achei o método detalhado o bastante para ser utilizado sem a necessidade de auxílio, quando da apresentação em sala de aula ou até mesmo utilização pelo profissional autônomo para desenvolvimento de SIVs”*.

Ao ser perguntada sobre pontos negativos, a professora relatou que: *“Não vi nenhum ponto negativo. O que posso destacar é a necessidade de aulas um pouco mais extensas para as etapas mais práticas. Imagino que fazer as atividades em sala de aula com a supervisão do docente será ainda melhor para o aprendizado do método. Embora tenha achado que o método foi bem apreendido por meus alunos em sala de aula, um pouco mais de tempo para a realização da maioria das atividades em sala, acredito que teria melhorado ainda mais a experiência”*. A observação da professora Elaine foi acatada e incrementou os planos de ensino, nos quais se inseriu vários momentos de prática em sala de aula. Tais planos de ensino serão apresentados no Capítulo 7 – Versão atual método de ensino Roda de Fuxico.

Sobre a avaliação do conteúdo teórico, a professora respondeu: *“Achei o conteúdo bastante adequado. Não acrescentaria nem retiraria nenhum material”*. Sobre os seminários guiados, a professora Elaine afirmou: *“Achei a proposta dos artigos bem pensada e os materiais utilizados ajudaram os alunos na realização das tarefas. Achei a dinâmica muito boa e funcionou bem na prática”*. Quanto aos exercícios propostos como fixação dos conteúdos teóricos, como o jogo de cartas para classificação de tipos de marcas, o exercício para classificação de tipos de redesign, o trabalho prático sobre desenvolvimento de signos de memória e o projeto final, dividido em duas etapas, a professora afirmou que ajudaram a estimular os estudantes, *“criando situações inusitadas e fazendo-os interessar-se ainda mais pelo método”*.

Sobre os instrumentos de apoio para avaliar os trabalhos dos discentes, como as planilhas do processo de avaliação, a professora Elaine Feitosa revelou: *“Gostei bastante, pois facilitaram muito a correção e a consolidação das notas”*.

Sobre a nomenclatura utilizada no método Roda de Fuxico, a professora Elaine “adorou” o nome do método e também a denominação de suas fases projetuais. Ela relatou que a divisão do método em sete fases facilitou o ensino de metodologia e, um pouco diferente da professora Renata, considerou fáceis as fases *Reconhecer*, *Alinhar*, *Arrematar*, *Montar* e *Entregar*. A professora Elaine disse ter sentido um pouco de dificuldade na fase

Desenhar. A partir do relato da professora, reconstruiu-se a fase *Desenhar*, aumentando o número de aulas práticas e orientações, reformulando a etapa de criação de módulo e grade de acomodação e sintetizando a técnica de *corposição*. Vale observar que a professora Elaine teve sintomas gripais na época de aplicação da fase *Desenhar*, o que resultou no adiamento de uma semana no planejamento, além de a pesquisadora, em caráter de exceção, ter conduzido a referida aula, pois a professora se encontrava afônica. A falta de contato com a aula pode ter causado o sentimento de dificuldade relatado pela docente.

Sobre a perspectiva futura de utilizar as técnicas e ferramentas desenvolvidas, a professora assinalou que utilizaria praticamente todas as técnicas, à exceção do *caderno do designer*. O fato de a professora não ter considerado relevante o *caderno do designer* fez a pesquisadora entender que seria preciso repensar seu formato e função.

Ao ser questionada sobre utilizar o método posteriormente para o ensino de SIV, a professora Elaine Feitosa respondeu: *“Utilizaria sim, pois apoio o movimento de Decolonização no Design, propósito ao qual o método busca também apoiar. E não só por isso, gostei bastante do método. Achei bastante prático e facilitador do trabalho do profissional”*.

Como sugestões de melhoria, a professora reforçou inserir mais momentos de prática no processo: *“Talvez um tempo mais extenso para o ensino do método com um pouco mais de prática dentro de sala de aula”*. E terminou relatando: *“Achei a experiência incrível. Utilizarei o método nas minhas próximas experiências como docente e como profissional”*.

Avaliação do método pelos estudantes

No último dia de aula presencial, a professora Elaine avaliou com os estudantes o método e sua experiência de aprendizagem. A Figura 6.7 mostra os estudantes presentes no último dia de aula, a professora Elaine e a pesquisadora. O bolo do encontro de encerramento da turma foi feito por uma das instituições que teve sua marca redesenhada por um grupo da disciplina, *Rose Doces e Bolos*.

Figura 6.7– Encerramento da disciplina da professora Elaine Feitosa



Fonte: a autora (2022)

Em relação à avaliação, obteve-se vinte e cinco respostas, visto que nem todos os estudantes participaram da última aula, quando aconteceu a apresentação do trabalho final dos quatro últimos grupos de estudantes. Os primeiros quatro grupos apresentaram seus trabalhos no encontro anterior, que antecedeu a última aula.

A partir da amostra de 64% (N=25/39) de estudantes, obteve-se como resposta em relação à avaliação geral do método que N=20/25 estudantes revelaram ter “adorado” o

método e N=5/25 gostaram, sugerindo alterações. Nenhum estudante disse não ter gostado do método.

Quanto aos pontos positivos, houve doze comentários afirmativos sobre a nomenclatura envolvida, como: *“o nome soa familiar e lembra fofoca”*; *“O nome é original e brasileiro”*; *Remete a uma parte da cultura brasileira e combina com a proposta de criar um método brasileiro*; *“O nome faz sentido com sua inspiração”*; *“Achei o nome das fases interessante, pois a roda de fuxico tem a ver com os processos”*; *“É único e brasileiro, causa identificação cultural”*; *“Concordo com o nome, pois é bastante brasileiro”*; *“Achei um nome bem brasileiro, que deixa mais familiar”*; *“O nome tem tudo a ver com o método”*; *“Muito bom o nome”*; *“O nome é super criativo”*; *“O nome é criativo e bem de acordo”*.

Em contraste com os doze elogios, houve também quatro comentários que avaliaram a nomenclatura negativamente: *“Gostei do nome e da ideia ligada a ele, mas para um leigo fica difícil associar todos os nomes ao que estão ligados”*; *“Alguns dos nomes não deixam muito claro o que é feito na fase”*; *“A nomenclatura das fases é meio confusa de gravar”*; *“O nome do método se reforça às técnicas, mas não é atrativo”*.

O fato de doze estudantes reconhecerem a nomenclatura como ponto positivo do método foi relevante, visto que a avaliação sobre o nome do método aconteceu de forma espontânea, ou seja, não se perguntou diretamente sobre a nomenclatura. Dentre os vários possíveis pontos positivos relacionados ao método, doze estudantes apontaram o nome Roda de Fuxico e suas fases projetuais também nomeadas com referência ao artesanato.

Ainda como pontos positivos, vinte e três comentários destacaram a forma didática com que o método se apresenta e a facilidade em utilizá-lo: *“Muito didático”*; *“Desenvolver uma IV com um método novo e aprender os processos envolvidos”*; *“A forma que ajuda organizar e simplificar o projeto”*; *“É um método supercompleto, bem embasado e de fácil compreensão”*; *“Aprender cada etapa do processo foi bem interessante”*; *“Um estudo expressivo de como desenvolver uma identidade visual”*; *“É interessante”*; *“As fases entregam tudo, simples, direto e fácil de associar”*; *“Bem explicado e dividido (7 etapas)”*; *“Me ensinou muitos detalhes de criação e desenvolvimento”*; *“É um método funcional”*; *“Bom método”*; *“Bom método”*; *“O método”*; *“A maneira de apresentar um método que pode ser aplicado até para iniciantes”*; *“Brasildade, originalidade e de fácil entendimento”*; *“Permite um maior conhecimento sobre o cliente”*; *“Gostei, pois não precisa se esforçar muito para entender”*; *“Foi dinâmico”*; *“O método ajuda bastante a desenvolver a identidade”*; *“Gostei muito do método, achei as etapas fáceis de entender”*; *“As etapas são fáceis de entender e a nomenclatura adequada”*; *“Muito útil para a criação de identidade visual (ajuda)”*.

Como pontos negativos, sete comentários foram relacionados à falta de tempo para executar as fases ou apreender o método, como: *“pouco tempo para execução das tarefas”*; *“A falta de prazo e tempo”*; *“É bastante extenso, demanda muito tempo do designer e nem sempre temos”*; *“Questão de tempo. Pouco tempo”*; *“Muitas etapas que mereciam mais tempo (mais aulas)”*; *“Seria essencial mais tempo”*; *“Pouco tempo para aprender tudo com calma”*.

Ainda como pontos negativos, oito comentários se relacionaram à característica de ser um método denso, com muitas atividades, como: *“Processo muito longo, torna-se um pouco*

cansativa a criação”; “A quantidade de slides”; “Muitos passos”; “Bastante denso”; “As informações poderiam ser mais objetivas e os slides mais sintetizados”; “Muito longo”; “Muitas etapas”; “O tempo para realização é muito extenso”.

Por fim, ainda como ponto negativo, houve uma sugestão de inserir mais práticas nas aulas, o que foi consonante com a visão da professora Elaine Feitosa: *“Na hora de explicar o método, deixar os alunos fazerem mais, misturar a explicação com a prática”.* Sobre as técnicas que não mais usariam, as mais citadas pelos estudantes foram *caderno do designer*, *critérios para análise de similares* e *classificação de nomes*. A avaliação negativa sobre o *caderno do designer* coincidiu com a professora Elaine, que disse que não utilizaria esse instrumento em suas próximas turmas. E contrastou com a declaração da professora Renata Cadena, que aprovou o caderno.

Ao serem perguntados se usariam o método novamente, quinze respostas foram essencialmente positivas: *“Sim, me ajudou muito a ter um norte em sistemas de identidades visuais, me sinto mais preparada para projetar novas marcas”; “Sim, é um bom método para guiar o passo a passo”; “Sim, com certeza irei continuar utilizando. Facilita a organização para decisões projetuais”; “Sim, porque achei um método simples de entender e seguir”; “Sim, o método é bem didático e me ajudou muito a entender e perceber o quanto é importante cada fase”; “Com certeza, método funcional”; “Sim, muito útil”; “Sim, o método gera um norteamento para o designer. Deste modo, criando ferramentas que ajudarão no desenvolvimento da IV”; “Sim, pela facilidade do método”; “Sim, pois o método entrega muita informação para o processo de criação”; “Sim, pois amei esse método. É eficiente e bastante importante para o desenvolvimento de uma identidade visual”; “Utilizaria, é muito fácil e facilita o processo da criação da identidade visual”; “Sim, porque eu aprendi bem o método e senti que ele dá bons resultados”; “Usaria, achei o método muito completo e como já trabalhamos com ele uma vez, acredito que uma próxima vez ficaria ainda mais fácil de passar as etapas”; “Sim, quando precisar de algo mais completo e complexo, mas em projetos mais comuns vou acabar utilizando partes específicas que tive mais identificação”.*

Três estudantes declararam que usariam o método com ressalvas, como: *“Usaria, mas não o método todo, por ser um tanto grande”; “Talvez não 100%, pois achei que acabou ficando muito longo, mas com certeza boa parte do método será utilizada”; “Se eu tiver um bom prazo de tempo, sim”.* Dois demonstraram dúvidas em usar, como: *“Não sei, pois não conheço todos os métodos”; “Talvez”.* E três estudantes declararam que não utilizarão mais o método, um por não querer seguir a área de criação de sistemas de identidades visuais, um só respondeu “não” e o último informou que considerou o método muito longo.

Como sugestões, os estudantes, além de solicitarem mais aulas práticas, externaram a necessidade de ter uma opção menor, caso o método seja aplicado por uma única pessoa. Como acréscimo à avaliação, dois estudantes relataram: *“Gostei muito, foi muito enriquecedor, apesar de trabalhoso, cansativo por ser longo, e tomar muito tempo, talvez se só tivéssemos esse projeto para fazer, teria sido tranquilo, divertido e mais leve. Então a impressão de ser cansativo pode ser por termos muitos projetos ao mesmo tempo nas disciplinas. Porém, agradeço todo aprendizado compartilhado e espero ter ajudado também <3”* e *“Acho que*

quanto mais praticarmos o método, mais fácil ele fica. Como foi nosso 1º contato com o método, vi tudo bem rápido, acredito que não conseguimos aproveitar o máximo do método”.

Os pontos positivos apontados foram relevantes para se perceber a receptividade dos estudantes a um novo método de ensino para criação de sistemas de identidades visuais. Os pontos negativos e sugestões apontados foram igualmente necessários e significativos para a melhoria do método. Após esta avaliação, reformou-se o planejamento de aulas, inserindo mais atividades práticas, deixando o processo de aprendizagem mais divertido e compassado. Esclareceu-se inclusive as possibilidades de utilização parcial ou modular do método, para que o estudante possa construir o seu próprio processo de trabalho, sem que isso seja considerado um “pecado projetual”.

Quanto às declarações que os estudantes usariam parcialmente o método, considerou-se positivo, pois representou maturidade daqueles designers em formação que já observaram que o método pode ajudar a sistematização do seu pensamento, mas o processo de criação é pessoal de cada estudante, sendo necessária a adaptação.

Em relação à densidade das apresentações (*slides* de aula) percebe-se que aqueles instrumentos foram preparados como sugestão de conteúdo para professores. O compêndio de termos técnicos escolhidos e utilizados nos conteúdos teóricos deixou as apresentações de aula naturalmente densas. Não obstante, em ocasião futura, se fará necessário reformatar o material das apresentações de aula para torná-lo menos abundante de definições e informações verbais.

Por outro lado, entende-se que a construção das apresentações de aula é particular e inerente à condição de um professor de design gráfico, o que faz pressupor que um roteiro sistematizado e organizado para cada encontro também possa ser suficiente para ser disponibilizado aos professores interessados por experimentar o Roda de Fuxico.

6.2 Apresentações do Roda de Fuxico a professores especialistas

As apresentações aconteceram com oito professores especialistas: três apresentações piloto e mais cinco apresentações finais, sendo estas últimas, um professor de cada região do Brasil.

Como resposta às apresentações, foram recebidas sessenta e oito sugestões de melhorias, sendo que cinquenta e nove delas foram já implementadas e nove serão realizadas no futuro.

Ressalta-se que a possibilidade de avaliar o método Roda de Fuxico com essa amostra diversa foi favorecida pelo fato de se ter disponível a tecnologia de reuniões remotas, desenvolvida a partir das necessidades de comunicação em isolamento provocadas pela pandemia da Covid-19, o que fez perceber alguma consequência positiva para os estudantes de pós-graduação que desenvolveram suas pesquisas naquele período.

6.2.1 Resultados das apresentações piloto

A reunião com os especialistas Roberto Leite (IFRN) e Fellipe Câmara (IFRN) aconteceu na mesma sessão. Após a apresentação, os dois elogiaram a iniciativa de um método de criação de SIV e afirmaram que gostariam de aplicar o método em seus cursos e disciplinas.

Roberto Leite realçou que o *caderno do designer* é uma ótima solução para se dar lugar especial à intuição do designer. Ele também elogiou o que chamou de “quadro com rosinhas”, ou seja, a apresentação gráfica do método projetual, suas técnicas e ferramentas. O especialista comentou que aquele quadro indica que o professor pode realizar o seu processo de ensino “do jeito dele”, o que viu como positivo. Além disso, relatou a importância da tipologia para os sujeitos desenvolvida, que apresenta ao estudante a diversidade de pessoas que podem interagir com as marcas, além da técnica *signos de memória*. Roberto Leite apontou sete sugestões de melhoria, todas acatadas, como pode ser visto no Quadro 6.1.

Quadro 6.1 – Sugestões recebidas pelo especialista em identidade visual Roberto Leite

✓	Na apresentação, ao invés de falar que a Roda de Fuxico se afasta de modelos eurocêtricos, dizer que se aproxima do artesanato brasileiro.
✓	Na apresentação, deixar mais clara a história do método, realçando que o modelo experimental também influenciou o novo Roda de Fuxico.
✓	Na apresentação, quando mostrar os clientes, apresentar a Janela de Johari, para deixar claro porque se acredita que o resumo da reunião com o cliente não é suficiente para a interpretação de atributos da identidade de uma instituição.
✓	Na apresentação, melhorar a legibilidade dos <i>slides</i> , aumentando o tamanho das fontes.
✓	Ainda na apresentação, ao mostrar o “quadro com rosinhas”, deixar claro que o professor pode escolher o que vai construir no seu próprio processo e “fazer do jeito dele”.
✓	Relacionar o caderno do designer ao dia a dia do estudante.
✓	No <i>Arrematar</i> , a costura de atributos pode ser refeita com os clientes no momento da apresentação dos conceitos, caso esses não fiquem satisfeitos com as sugestões de interpretação apresentadas.

Fonte: a autora (2022)

O professor **Fellipe Câmara** também achou interessante o *caderno do designer*, pois acreditou que é uma ferramenta que gera repertório. Outra técnica que gostou foi a de *signos de memória*. O professor também realçou que as tabelas sugeridas para avaliação dos trabalhos são uma “mão na roda” e ajudam na construção da avaliação dos estudantes. Sobre aplicar o método em suas disciplinas, o professor Fellipe falou sobre a possibilidade de validar e talvez adaptar os conteúdos para o ensino médio, para ser aplicado no curso técnico integrado em Multimídia, no IFRN.

O professor apontou cinco sugestões de melhoria, apresentadas no Quadro 6.2, sendo três delas acatadas imediatamente e as duas últimas levadas em consideração para continuação do estudo em seus desdobramentos futuros.

Quadro 6.2 – Sugestões recebidas pelo especialista em identidade visual Fellipe Câmara

✓	Inserir explicações sobre termos usados na costura: alinhar, arrematar e montar.
✓	Inserir, nas sugestões de conteúdo, aula sobre <i>gestalt</i> e leitura de imagens.
✓	Propor exercício para acompanhar o desenhar e a vetorização.
futuro	Adaptar para ensino médio e validar no IFRN.
futuro	Propor um caderno de exercícios, para fixação, com trabalhos na rua.

Fonte: a autora (2022)

Sobre inserir explicações que distinguem as ações de *Alinhavar*, *Arrematar* e *Montar*, a professora Renata Cadena, já havia comentado que professores que não fossem habituados à nomenclatura que envolve a costura, poderiam sentir dificuldade de distinção de tais etapas e sugeriu à época a construção de um vídeo que mostrasse o feitiço do artesanato. A partir do comentário da professora Renata, inseriu-se nas apresentações de aula fotos das fuxiqueiras alinhavando, arrematando e montando os fuxicos.

O professor Fellipe também sentiu necessidade de mais explicações sobre os termos, mesmo com a apresentação das fotos. Assim, o vídeo sugerido pela professora Renata Cadena foi desenvolvido, mostrando o significado de cada etapa do processo do fazer fuxico em roda. Além disso, pretendeu-se tornar mais clara a correspondência realizada entre as etapas do fazer fuxico com as etapas projetuais do método Roda de Fuxico. O vídeo¹⁸ foi utilizado nas diversas apresentações a especialistas, a partir da última apresentação piloto.

Figura 6.8 – Captura de tela do vídeo sobre o Roda de Fuxico



Fonte: a autora (2022)

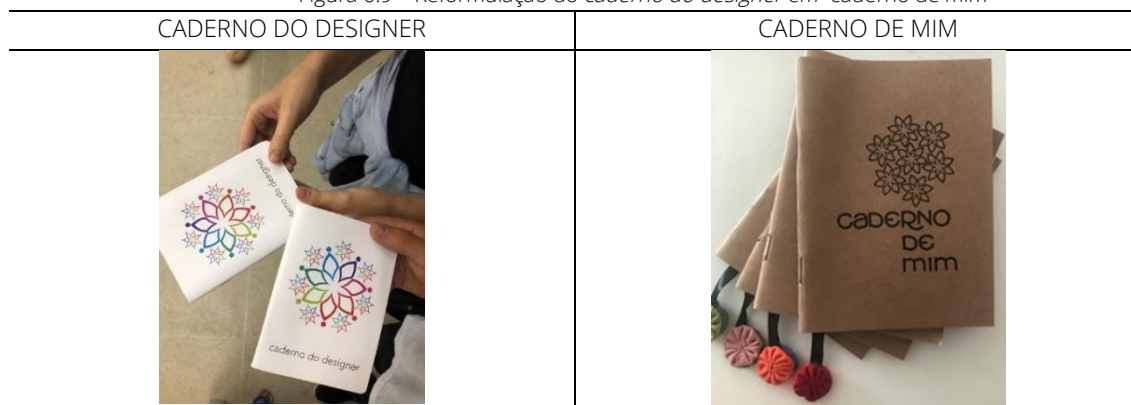
O professor **Francisco Neto** revelou ter gostado do método e que pretendia utilizá-lo para ensinar identidade visual. Para ele, no Roda de Fuxico há uma camada poética que foi articulada com inspiração nas fuxiqueiras. O professor também gostou que o método entregasse técnicas autorais. Dentre elas, elogiou o *caderno do designer*, um espaço para os estudantes registrarem seus *insights*, que se relaciona diretamente com o caderno das fuxiqueiras, chamado "caderno de mim". Mas declarou que o termo "caderno de mim" é melhor e que se deveria repensar o nome. A fala do professor Francisco Neto encorajou a pesquisadora a utilizar o nome original e mais poético, "caderno de mim". Ele revelou que também gostou do *quadro e da costura de atributos*, da *análise de similares* e das técnicas para avaliação de alternativas, além de relatar a importância das tabelas para ajudar na avaliação dos trabalhos dos estudantes.

Em contraste com a professora Elaine Feitosa e os estudantes que responderam à avaliação do método, os professores que participaram da apresentação piloto mostraram interesse pelo instrumento *caderno do designer*, apontando que seria uma ferramenta de acolhimento dos estudantes, de seus estalos criativos e de seus momentos de dificuldade. Dessa maneira, ao invés de excluir a ferramenta do Roda de Fuxico, o *caderno do designer* foi repensado para voltar à nomenclatura original, advinda das fuxiqueiras: o "caderno de mim". O

¹⁸ O vídeo pode ser acessado no *drive* https://drive.google.com/drive/folders/1f9KidUJcCi12vhq6T6X3juRH5diBtg_4.

instrumento continuou para acompanhar o designer em formação no seu processo criativo. Para isso, manteve o seu tamanho A6 (4,8 cm x 10,5 cm), que pretende facilitar sua mobilidade, com folha pontilhada, que intenciona ajudar na construção de desenhos e letras.

Figura 6.9 – Reformulação do *caderno do designer* em “caderno de mim”



Fonte: a autora (2022)

Ainda como pontos positivos, o professor Francisco Neto comentou sobre a flexibilidade do método, com a possibilidade de utilizá-lo de várias maneiras: módulos com 20h/30h/45h/60h e diversas técnicas para escolher, destacando que o professor pode, inclusive, utilizar apenas “uma pétala”, se referindo às fases projetuais. O professor destacou que as versões mais simplificadas (20h ou 30h) podem ser utilizadas para cursos de curta duração e que essa possibilidade aumenta o interesse de professores em utilizar o método como forma complementar ao seu processo de ensino.

O Professor Francisco Neto apontou um ponto crítico do Roda de Fuxico: a demanda de assiduidade do aluno. Para ele, se o estudante “*perde o fio da meada, pode se enrolar*”. Assim, sugeriu propor que os trabalhos sejam realizados sempre em grupo, além de conversar na roda sobre o grupo buscar ajuda caso venha a perder o ritmo do trabalho. O professor apontou trinta sugestões de melhoria, como pode ser visto no Quadro 6.3, sendo que vinte e nove delas foram implementadas seguidamente para as próximas reuniões com especialistas. Uma única sugestão não foi aceita.

Quadro 6.3 – Sugestões recebidas pelo professor especialista em identidade visual Francisco Neto

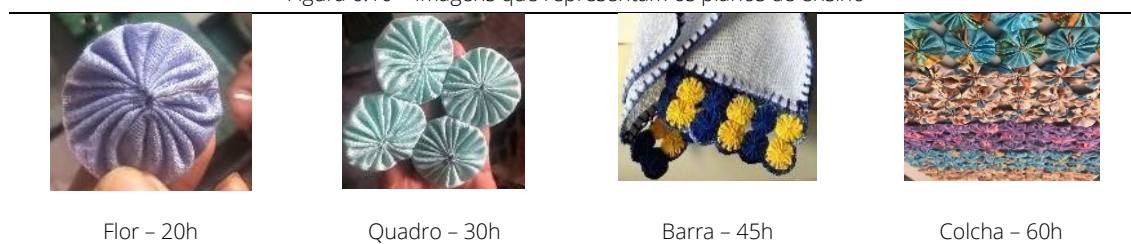
✓	Sobre o vídeo de apresentação: (1) antes de mostrar o vídeo, apresentar o desenho do método, os fuxiqueiros e os fatores; (2) retirar a fala “gestalt formando a flor de fuxico”, que traz uma palavra alemã; (3) retirar a palavra “sempre” quando se diz que as fuxiqueiras se reúnem “sempre em roda”.
✓	Deixar mais explícito que o método de ensino aprendeu com a coletividade das rodas de fuxico, pois os exercícios e as práticas são todos colaborativos.
✓	Deixar explícita a característica de flexibilidade do método, inclusive para ser usada em uma única pétala e/ou com as escolhas de técnicas e ferramentas.
✓	Rever a nomenclatura caderno do designer para “caderno de mim” e informar que é um espaço para o designer colocar os seus <i>insights</i> e que, além de ser físico, pode ser digital.
✓	No <i>Montar</i> , inserir “teste de <i>stress</i> ”, para definir tamanho mínimo do signo e do logotipo.
✓	Não utilizar atividade fim como substituto para <i>tagline</i> pois a <i>tagline</i> nem sempre é um indicador de atividade fim da instituição, pode ser também uma frase que reforce o conceito da marca. E ressaltou que gostaria de ver o termo <i>tagline</i> traduzido, já que o Roda de Fuxico não utiliza termos em língua estrangeira.

✓	Para exemplo de redesign de 1ª ordem, utilizar o redesign da Unimed, feito pela Plau Design.
✓	Na sugestão de conteúdos, inserir a diferença de marca e marca gráfica. E tipificar marca em gráfica, olfativa, sonora, com exemplos.
✓	Inserir registro de marca e pesquisa no INPI, para verificar se o nome da marca já existe.
✓	No exercício sobre tipologia para o redesign, sugerir que a pesquisa seja feita com projetos de redesign de marcas oriundas do estado onde os estudantes residem.
✓	No <i>Alinhavar</i> , para análise de similares, quanto à linguagem de comunicação: formal <i>vs</i> informal – universal <i>vs</i> vernacular – não precisa do atributo “divertido”.
✓	Sobre a avaliação profissional: (1) reavaliar o nome da avaliação profissional = avaliação por lista de verificação, para não induzir que a avaliação será realizada por profissionais externos; (2) colocar interrogação na lista de verificação; (3) ao invés de: a marca oferece dicas para o que comunica; a marca tem algum elemento que ajuda a ser inserida ao grupo a que pertence?; (4) ao invés de: o símbolo mantém o impacto para o menor tamanho definido para a marca; o símbolo é reconhecível para o menor tamanho definido para a marca?; (5) ao invés de: é viável sua aplicação em diversos tipos de materiais; incluir processos; (6) ao invés de: a relação entre símbolo e logotipo obedece a proporções harmônicas; a relação entre símbolo e logotipo obedece a proporções; (7) ao invés de: os elementos da marca estão alinhados; estão opticamente alinhados; (8) ao invés de: possui paleta de cor principal e acessória com definições em RGB, CMYK, Pantone e hexadecimal; retirar Pantone e colocar HSB; (9) incluir o 28º item: a marca possui características de longevidade? (permite expansão futura?).
✓	Ao invés de apresentação projeto final – fases iniciais – apresentação das fases iniciais.
✓	Rever a técnica <i>corposição</i> e colocar a indicação de que a paleta de cor precisa ter tons claros, médios e escuros. Além de ter cores acessórias, que permitam fazer combinações.
✓	Ao invés de tipografia auxiliar, tipografia para textos.
✓	Inserir ícones favoritos e colocar como exemplo Netflix e Americanas.
✓	Na avaliação dos estudantes, estabelecer regras para que a avaliação individual seja feita pelos próprios estudantes do grupo, a partir da “nota canadense”, por exemplo Sugestão: avaliação em grupo: 80 pontos - avaliação individual: 20 pontos Se o grupo for de 4 pessoas, a avaliação em grupo terá 80 pontos. Os estudantes do grupo dividem os 80 pontos em 4, com distribuição dos pontos proporcional à dedicação de cada um.
✓	Mudar o nome dos planos de ensino: conteúdo fundamental, básico, intermediário e avançado, para nomes relacionados ao fuxico, “quanto mais fuxico, melhor”.
X	Na definição da estratégia, ao invés de que atributos pretendem fazer acomodar ou resistir acomodar ou ouriçar ou convergir e divergir.

Fonte: a autora (2022)

Sobre mudar os nomes dos planos de ensino, a pesquisadora os renomeou para conteúdo essencial – flor (20h); conteúdo básico – quadro (30h), intermediário – barra (45h) e avançado – colcha (60h), como pode ser visto na Figura 6.10.

Figura 6.10 – Imagens que representam os planos de ensino

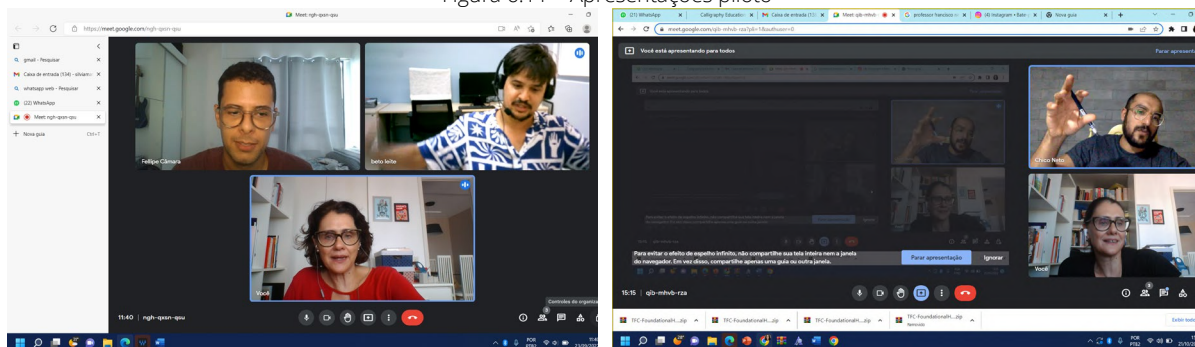


Fonte: a autora (2022)

Quanto à definição da estratégia, optou-se por manter o termo “resistir” para analisar a relação com similares, no sentido de reforçar a intenção daquela comparação, por considerar que a resistência faz parte da construção da identidade, assim como o pertencimento.

Os especialistas participantes das apresentações piloto obtiveram uma participação ativa e expuseram quarenta e duas sugestões de melhoria ao método de ensino Roda de Fuxico, atualizando o método para os cinco professores convidados para a apresentação. A Figura 6.11 mostra a avaliação piloto realizada com os professores Felliipe Câmara, Roberto Leite e o professor Francisco Neto.

Figura 6.11 – Apresentações piloto



Fonte: a autora (2022)

6.2.2 Resultados das apresentações finais

A primeira apresentação, para o professor **Evandro Perotto (UnB)**, reafirmou a importância do desenvolvimento de um método de ensino para criação de sistemas de identidades visuais. Ele relatou que estuda métodos de design desde os anos 90, mas que métodos de ensino para identidades visuais são inexistentes, e, nesse sentido, elogiou o fato de a pesquisadora e sua orientadora terem verificado essa lacuna de pesquisa.

Um dos pontos positivos que Perotto destacou foi, primeiramente, o fato de que o Roda de Fuxico foi testado por professoras do IFPB. Logo depois, ressaltou o caminho encadeado que faz com que o estudante passe por todo o processo criativo, permitindo que ele possa “corrigir a roda”.

Sobre a inclusão de vários atores nas fases projetuais do método, Perotto registrou a importante analogia com a Janela de Johari, dizendo que nem todas as questões são resolvidas no processo de *briefing*. Para ele, ficou clara a necessidade real de se incluir outros atores. A sugestão de inclusão do desenho da Janela de Johari na apresentação foi do especialista Roberto Leite, visto que a explicação era inicialmente realizada verbalmente, sem a utilização da apresentação gráfica.

Sobre os sujeitos oponentes, o professor também considerou relevante e acrescentou que poderia ser considerado um “alterego” do projeto, ou seja, aquele que pode julgar com mais assertividade.

Sobre a *tipologia para redesign*, o professor elogiou o estudo por fazer os estudantes refletirem sobre o respeito ao patrimônio social das marcas que passam por redesign. Nesse

sentido, citou o redesign de Aguardentes Tatuzinhos, que uma alternativa disruptiva causou problemas com seus utilizadores. O professor declarou que a ferramenta mais importante apresentada foram os *critérios para análise de similares*, pois os autores de metodologia sugerem comparações de similares, mas não apresentam o que pode ser comparado. Essa observação entrou em acordo com a motivação da pesquisadora em definir tais critérios.

Como tradução à *tagline*, mudança sugerida pelo professor Francisco Neto, o professor Evandro gostou de *linha do conceito*, opção apresentada pela pesquisadora.

Evandro Perotto elogiou as técnicas para avaliação das alternativas e especificamente sobre a *avaliação às cegas*, Perotto reconheceu a importância de testar a leitura da identidade visual por sujeitos potenciais, ou seja, que nunca ouviram falar do projeto de marca.

Em relação ao Manual de Identidade Visual (MIV), o professor afirmou que ensinar a construir o manual é suficiente para nossos estudantes que lidam com pequenas empresas, mas é preciso fazê-los conhecer a diferença entre um MIV e um livro da marca.

A observação de Perotto reafirmou a posição da professora Renata Cadena de se construir um roteiro para construção de um Manual de Identidade Visual que incluísse questões contemporâneas das marcas, como elementos complementares e marcas sonoras e olfativas. Assim, além de reestruturar o roteiro visto em Munhoz (2011), destacou-se um dia de aula para discussão sobre a diferença entre MIV e livro da marca.

Perotto apontou oito sugestões de melhoria, como pode ser visto no Quadro 6.4, sendo que sete delas foram acatadas e implementadas para as próximas reuniões e uma delas foi aceita e considerada como desdobramento futuro.

Quadro 6.4 – Sugestões recebidas pelo professor especialista Evandro Perotto

✓	Sobre o vídeo, observou um paralelismo entre as fases do fazer fuxico com as do método, mas sugeriu apresentar um fuxico aberto para mostrar o alinhar e um fechado para arrematar.
✓	Em relação à avaliação por lista de verificação, sugeriu uma mudança na classificação das diretrizes para facilitar o entendimento: “atende”, “necessário rever”, “requer atenção” e “indiferente para o projeto”.
✓	Ao final do <i>alinhar similares</i> , sugeriu que os estudantes fossem incentivados a fazer um resumo, identificando atributos para pertencer ao grupo e atributos para resistir, o que ajudaria no preenchimento do quadro de atributos.
✓	Construir um “caderno de mim” com miolo quadriculado, para facilitar a construção de paletas de cor, como o caderno utilizado pelas fuxiqueiras.
✓	Sobre a avaliação emocional, Perotto sugeriu que na aula sobre a fase <i>Avaliar</i> (aula 22), realize-se uma simulação da avaliação emocional com os estudantes, em exercício de sala.
✓	Inserir na aula da fase <i>Entregar</i> (aula 24) a diferença entre o MIV e o manual estratégico ou livro da marca (<i>brand book</i>).
✓	Construir uma narrativa para ajudar na apresentação para os clientes, junto ao desenho das alternativas.
futuro	Montar um <i>workshop</i> (de forma remota ou em congressos de design) para treinar professores no Roda de Fuxico, assim como as professoras do IFPB foram treinadas.

Fonte: a autora (2022)

A sugestão do professor Perotto de organizar reuniões de trabalho para treinar docentes no método de ensino Roda de Fuxico foi considerada importante para que os professores entrem em contato com todo o material de ensino, como apresentações de aula,

exercícios e avaliações. Essas reuniões de trabalho serão organizadas posteriormente ao momento em que a pesquisadora volte às suas atividades docentes no Instituto Federal.

O professor **Leonardo Buggy (UFC)** também elogiou o método de ensino, destacando a preocupação com os discentes no processo e a imersão com o fazer artesanato, além de considerar o trabalho vasto. Ele relatou que gostou muito de conhecer outras técnicas projetuais e que poderia levá-las para o seu processo de ensino.

Sobre considerar o método vasto, disse que não são somente sete pétalas, mas que elas se desdobram para muitas subetapas, com suas técnicas e ferramentas específicas. Ponderou que, para o ensino da construção de sistemas de identidades visuais, esta complexidade faz sentido, mas que o Roda de Fuxico deveria oferecer também uma alternativa para ensinar design de marca gráfica e nessa versão diminuir o escopo da complexidade, encurtando o processo, com a exclusão de algumas etapas.

O professor Leonardo Buggy avaliou como importante trazer o cliente real, os sujeitos reais e o projeto real para o processo ensino de identidades visuais, afirmando o alinhamento do método de ensino Roda de Fuxico à proposta de Paulo Freire de ordenar a aprendizagem do cotidiano dos estudantes. Por isso, *“gostaria que o método fosse generoso para ajudar os docentes a encontrarem esses projetos reais”*. Atendendo à sugestão, incluiu-se, na roda de conversa sobre definição de grupos e projetos de trabalho, também apresentar possibilidades de recrutamento de projetos reais.

Como pontos positivos, ele ressaltou o “caderno de mim” (nome modificado a partir da sugestão do professor Francisco Neto) com o objetivo de registrar os anseios, medos, vivências e o desenvolvimento dos estudantes, além de servir como forma de registrar seu autoconhecimento. Além disso, em outro momento, relacionou o “caderno de mim” como uma ferramenta para experimentar formas, cores e desenhos, desde o início do método, sem que seja preciso esperar as fases *Desenhar* e *Montar*.

Sobre o aprendizado com as fuxiqueiras, falou da importância que verificou de se incluir diversos atores (os fuxiqueiros) e do protagonismo da fala nas rodas de fuxico, ou seja, da retórica do fuxico.

Sobre a fase *Desenhar*, o professor Leonardo Buggy, assim como o professor Perotto, também ressaltou ter observado que as páginas do caderno das fuxiqueiras eram quadriculadas, mas fez uma ressalva para a indução de um tipo de desenho, caso o “caderno de mim” seguisse aquele formato de miolo. Assim, a partir das observações dos dois professores, a pesquisadora propõe que o “caderno de mim” contenha o miolo pontilhado, permitindo a construção dos quadradinhos para as paletas de cor e, ao mesmo tempo, a criação de desenhos mais orgânicos.

O professor Leonardo Buggy apontou nove sugestões de melhoria, como pode ser visto no Quadro 6.5, sendo que sete delas foram acatadas e implementadas para as próximas reuniões e duas consideradas para os desdobramentos futuros da pesquisa.

Quadro 6.5 – Sugestões recebidas pelo professor Leonardo Buggy

✓	Sobre a imersão no fuxico, ele sugeriu destacar na apresentação que as fuxiqueiras têm ferramentas próprias que influenciaram o método de ensino, como o “caderno de mim”. Sugeriu, inclusive, deixar mais claro a importância daquela ferramenta.
✓	Sugeriu a construção de uma história para ser utilizada na apresentação para o cliente na fase de defesa da marca, e que essa história seja apresentada junto às alternativas.
✓	Sobre a técnica critérios para análise de similares, o professor Leonardo Buggy sugeriu retirar o item que compara se o logotipo seria formado por fonte comercial ou letreiramento, diante da dificuldade de observação que essa comparação pode acarretar.
✓	Na fase <i>Montar</i> , as alternativas devem ser aplicadas em modelos que se relacionem com o projeto e não modelos prontos encontrados na internet, que não conversem com o contexto histórico-cultural do projeto.
✓	Ofertar as oficinas de caligrafia e cor pigmento como sugestão de prática de desenho de letras e de cor, respectivamente. Para a prática de desenho de letras, deixar claro que o professor poderia utilizar letreiramento manual ou customização de fontes, por exemplo. Para prática de cor, poderá utilizar aquarela ou até mesmo uma outra oficina de cor digital.
✓	Sugeriu ações para diminuir dificuldades para o processo de recrutar instituições reais que queiram participar da construção ou redesign de suas marcas. Assim, o Roda de Fuxico poderia sugerir o lançamento de editais para receber instituições, o convênio com o SEBRAE local para oferta desse tipo de serviço, por exemplo. E, para o caso de não se conseguir um projeto real, sugerir que alguém do grupo faça o papel do cliente real.
✓	Sugeriu que o cliente fizesse parte da avaliação dos estudantes, nos quesitos de participação e demonstração de comprometimento com a aprendizagem.
futuro	Apresentar dois caminhos diferentes para o Roda de Fuxico: um mais simplificado, para criação de marcas; e outro mais extenso, para criação de sistemas de identidades visuais, inclusive ofertando planos de ensino diferentes.
futuro	Para o caminho mais extenso do Roda de Fuxico, para desenvolvimento de sistemas de identidades visuais, gostaria de ver um pouco de Kotler (<i>marketing</i>) e de negócios.

Fonte: a autora

A sugestão do professor Leonardo Buggy para apresentar dois caminhos para o Roda de Fuxico, sendo um mais simplificado, para criação de marcas gráficas, e outro mais extenso, para criação de sistemas de identidades visuais, foi considerada importante para ser implantada em um momento futuro. O caminho mais curto permitiria viabilizar determinados cursos menos completos, em que o conteúdo não contemple a construção de elementos complementares das identidades visuais, nem aplicações em pontos de contato, por exemplo. Entretanto, o recorte utilizado nesta tese foi desenvolver um método de ensino para criação de sistemas de identidades visuais, onde o caminho de criação é mais extenso, para permitir exatamente a concepção destes elementos complementares para compor o sistema.

Com este entendimento de expandir o método inicial para contemplar gestão de marcas, concordou-se com as sugestões das professoras Renata Cadena e Elaine Fonseca, que experimentaram o método. Talvez o Roda de Fuxico esteja em um lugar limítrofe entre o design de marca e o design de sistemas de identidades visuais. E em um tempo futuro, será relevante, como sugeriu o professor Leonardo Buggy, criar uma versão mais simplificada, que apoie o ensino da criação da identidade visual, em seus elementos primários e secundários.

Quanto à sugestão do professor Leonardo Buggy para composição de conteúdos relacionados ao marketing e a negócios, essa também foi entendida como relevante para um momento posterior, como desdobramentos futuros deste estudo. Inclusive, com vistas ao Roda de Fuxico não ser aplicado essencialmente a cursos de design, mas possibilitando que se

adapte mais aos contextos de criação de marcas para cursos de publicidade e propaganda e marketing, por exemplo.

A professora **Fernanda Martins (UFPA-Estácio)** também avaliou positivamente, denominando “*avant premiere*” a iniciativa de um método de ensino, além da própria qualidade deste. A professora Fernanda atestou que o Roda de Fuxico abrange praticamente todos os assuntos que ela julga importantes sobre sistemas de identidades visuais e afirmou que não conseguiu detectar algo que pudesse mudar ou acrescentar no conteúdo apresentado. Relatou que gostaria muito de utilizar o método em suas atividades docentes, em todos os formatos (20h/30h/45h/60h), para verificar que caminho se adequaria mais às diversas situações de ensino.

A professora Fernanda Martins também elogiou a apresentação do método e o vídeo desenvolvido como apoio, mas disse que sentiu curiosidade de ler alguns resultados dos trabalhos dos estudantes, que estavam ilegíveis ou passaram rápido pela apresentação. O especialista Roberto Leite também fez uma observação parecida quanto à curiosidade de ler os resultados alcançados pelo grupo de estudantes no trabalho apresentado, o que provocou uma mudança na apresentação.

A professora destacou a relevância de se utilizar o universo de referência dos estudantes, ao trazer ferramentas e a nomenclatura do artesanato brasileiro. Revelou gostar muito do vínculo realizado com o fuxico, pois acredita que todos vão conhecer o artesanato, de forma direta ou indireta. Ela reforçou que não basta falar em português, traduzir os termos, mas a proximidade com o fazer artesanal, “sobre aquilo que a avó faz”, por exemplo, traz pertencimento. Ao final da apresentação, a professora Fernanda voltou à reflexão sobre a analogia com o artesanato e disse que isso talvez ajude na falta de engajamento que ela observa em determinados grupos de estudantes, que podem estar percebendo o discurso das metodologias em design muito distantes de suas práticas e referências.

A professora Fernanda Martins revelou ter gostado muito das atividades sugeridas como exercício em sala e viu como relevantes novidades, além da relação com o fuxico, as *listas de verificação* utilizadas para avaliação das alternativas e as tabelas que ajudam nas avaliações dos projetos. Nesse sentido, ainda ressaltou sua preferência pela técnica de *critérios para análise de similares*, que, segundo a professora, faz com que os estudantes analisem as marcas similares com um objetivo definido de pertencer a um grupo ou se diferenciar. Além disso, também achou interessantes e inusitados o “caderno de mim” e a aula sobre o desenvolvimento de propostas comerciais.

A professora Fernanda Martins levantou uma dúvida sobre a aplicação do método, pois ela considerou os planos de ensino bem justos. “*O que aconteceria quando o aluno não faz as atividades no tempo estipulado pelo método de ensino?*”. Esta preocupação foi apontada também pelo professor Francisco Neto, quando relatou que o método pressupõe assiduidade do aluno. Assim, a partir da sugestão do professor Francisco Neto, respondeu-se à professora Fernanda que havia uma indicação aos professores para que sugerissem que os trabalhos fossem desenvolvidos em grupo e que se incluísse na conversa em roda a possibilidade de os grupos pedirem ajuda, caso perdessem o ritmo de trabalho.

Reforçou-se, inclusive, as iniciativas de destacar um dia para orientação das três fases iniciais do projeto e de apresentação dessas fases iniciais para os clientes e professores, como uma forma de entrega e avaliação. O objetivo desse momento de pausa após as três primeiras fases do projeto aplicado seria o acompanhamento dos trabalhos e resultados e ajuste dos grupos ao ritmo dos projetos.

A professora alertou também sobre a necessidade de uma visão sobre a carência tecnológica de algumas universidades, adaptando futuramente o método para exercícios essencialmente manuais. Na realidade dela, no Pará, por exemplo, nem sempre há laboratórios para o desenvolvimento das disciplinas que envolvem criação.

A professora Fernanda Martins também apontou um receio em não conseguir aplicar o ritmo intenso que o método de ensino pressupõe, principalmente em relação às atividades em casa. Ela ressaltou que obteve melhores resultados com atividades em sala de aula.

A professora apontou três sugestões de melhoria, como pode ser visto no Quadro 6.6, sendo que duas delas foram acatadas e implementadas para as próximas reuniões e uma delas considerada para os desdobramentos futuros da tese.

Quadro 6.6 – Sugestões recebidas pela professora especialista Fernanda Martins

✓	Sobre a apresentação, rever uma passagem mais lenta pelos <i>slides</i> que demonstram um projeto desenvolvido por um dos grupos de trabalho no IFPB e a legibilidade dos <i>slides</i> que contém os exemplos e apresentação dos trabalhos.
✓	Destacar sempre momentos em aula para realização dos exercícios, deixando menos carga de trabalho para os exercícios em casa.
futuro	Adaptação do método para exercícios essencialmente manuais.

Fonte: a autora (2022)

Sobre os exercícios em casa, inseriu-se mais tempo para orientação desses nas aulas, no sentido de minimizar a carga de trabalho fora da sala de aula, orientação que modificou o planejamento das aulas.

Em relação aos exercícios essencialmente manuais, também se entendeu como uma importante alternativa como desdobramentos futuros. Um método que oferecesse exercícios manuais em todas as suas etapas projetuais poderia ser uma alternativa para aquelas instituições com carência tecnológica de equipamentos, laboratórios e *softwares* especializados.

A professora **Marília Matos (UFSC)** também avaliou a proposta de um método de ensino como interessante. Ela pesquisa sobre um método para criação de sistemas de identidades visuais (TXM) e relatou que o diferencial e o original da pesquisa de doutorado Roda de Fuxico é oferecer planos de ensino, exercícios, material de leitura, formas de avaliação, o que o caracteriza efetivamente como método de ensino.

A professora conhecia o artesanato fuxico e aventou, para um momento futuro, que se possa estudar também atividades de outros tipos de artesanato para se comparar e aprender com os processos de cada um.

A professora Marília Matos apresentou uma preocupação com a falta de se apontar a prescrição para cada versão dos planos de ensino. Corroborando esta posição, o professor

Francisco Neto havia comentado que as versões mais simplificadas (20h ou 30h) podem ser utilizadas para cursos de curta duração. Concordando com os professores citados, destacou-se a indicação de uso para os planos de ensino, como pode ser visto na Figura 6.12.

Figura 6.12 – Sugestões para indicação de cada plano de ensino

	Plano de ensino 1 - para 20h/aula – essencial (flor) Indicação: cursos de curta duração/cursos de formação complementar.
	Plano de ensino 2 - para 30h/aula – conteúdo básico (quadro) Indicação: cursos de pequena duração/formações extensionistas.
	Plano de ensino 3 - para 45h/aula – intermediário (barra) Indicação: disciplinas de 45 horas/cursos de média duração.
	Plano de ensino 4 - para 60h/aula – avançado (colcha) Indicação: disciplinas de 60 horas – cursos de longa duração.

Fonte: a autora (2022)

A professora Marília Matos afirmou que o modelo de 60h está bem-organizado, mas que menos de 60h talvez não seria suficiente para ensinar design de sistemas de identidades visuais para estudantes de primeiro contato com o conteúdo e levantou a dúvida se a primeira proposta, de 20h, seria suficiente em alguma situação.

A professora relatou que gostaria de experimentar o método de ensino mais expandido, de 60 horas, e cogitou, como proposta futura, um estudo comparativo entre as fases projetuais do seu método TXM e do Roda de Fuxico. Ela apontou duas sugestões de melhoria, como pode ser visto no Quadro 6.7. As duas foram acatadas e implementadas para as próximas reuniões.

Quadro 6.7 – Sugestões recebidas pela professora especialista Marília Matos

✓	Apresentar nos planos de ensino a indicação de possíveis situações de ensino-aprendizagem.
✓	Remanejar a pesquisa ao INPI e o registro de marcas para a fase <i>Desenhar</i> e no momento de construção do nome da marca.

Fonte: a autora (2022)

A professora **Marília Bérghamo (UFMG)** também avaliou positivamente a proposta de um método de ensino para SIV, relatou que gostaria de utilizá-lo e indicou o nome de outro professor, Marcelo Borges, que também ministra a disciplina de identidade visual, para contatos futuros. A professora elogiou o desenho gráfico das fases projetuais do método de ensino, percebendo que foi construído a partir da relação com o cotidiano.

Quanto à aplicação na UFMG, a professora declarou que alguns aspectos do método de ensino funcionariam muito bem com os estudantes em Minas Gerais, mas outros não, como os trabalhos em casa, a fase de desenhar à mão livre e a *análise de similares*. A fala sobre a dificuldade encontrada pela professora Marília Bérghamo de os estudantes realizarem os exercícios em casa coincide com o depoimento da professora Fernanda Martins, do Pará, e do professor Francisco Neto, do Ceará. Tal fator motivou um acréscimo na quantidade de horas em exercícios em sala.

A professora relatou que na UFMG existem disciplinas de 45h e que o método prevê esta alternativa. No entanto, como ela considera essenciais os exercícios práticos, sugeriu que as oficinas e tais exercícios fossem organizados em um módulo separado, para que fossem aplicados em combinação com planos de ensino que não tivessem tempo destinado para práticas e/ou oficinas. A partir dessa sugestão, foram desenvolvidos dois módulos extra.

A professora Marília Bérghamo declarou que gostou muito da característica inclusiva e igualitária do método de ensino. Ela citou como pontos positivos a inclusão do cotidiano, a diversidade das pessoas envolvidas com o processo criativo e as conversas na roda, que desconstróem posturas hierárquicas no ensino. Ela ainda observou o fato de os fuxiqueiros (cliente, sujeitos e designers) também estarem em roda, o que os coloca em posição não-hierárquica. Ela reforçou dizendo que a novidade do método Roda de Fuxico é exatamente a proposta de uma forma de pensar o projeto sem hierarquias impostas. A professora, entretanto, disse que observou uma fragilidade na apresentação, que não enfatizava o que chamou de “desierarquização”, apesar de perceber uma desconstrução do modelo hierárquico na estrutura de base de construção do método de ensino.

Ainda sobre os fuxiqueiros, a professora Marília Bérghamo também sentiu falta da figura do mediador ou negociador, aquele que faz a intermediação entre a produção e o sujeito que interage com a instituição. Esse ator, segundo a professora, deveria compor a lista de fuxiqueiros.

Em relação às fases projetuais, a professora Marília Bérghamo sugeriu a demonstração visual dos retornos na execução dessas fases. Por exemplo, “depois do resultado da fase *Avaliar*, para onde volta?”. A fala da professora Marília Bérghamo é um reforço à percepção do professor Evandro Perotto, quando ele diz que o Roda de Fuxico permite que o estudante “corrija a roda”. A partir da observação desses professores, resolveu-se apontar graficamente as possibilidades de caminhos e retornos do processo criativo. Além de explicitar que designer em formação poder iniciar a projeção de qualquer “pétala”, como denominou o professor Francisco Neto, ou seja, a partir da execução de uma fase é possível retornar ou caminhar para qualquer outra, tornando o caminho circular trançado.

Hipoteticamente e como forma de exemplificar, caso o *Reconhecer* já tenha sido realizado por uma equipe, por exemplo, o designer em formação pode iniciar na fase *Alinhavar*, pular para o *Desenhar* ao ter uma ideia, voltar ao *Arrematar*, seguir novamente para o *Desenhar*, *Avaliar* antes de *Montar*, voltar ao *Montar*, descobrir uma situação problema, voltar ao *Desenhar* e... assim por diante. A Figura 6.13 ilustra os caminhos possíveis.

Figura 6.13 – Caminhos e retornos do método Roda de Fuxico



Fonte: a autora (2022)

Ao final, a professora Marília falou um pouco de sua experiência com *softwares* de inteligência artificial para ajudar na composição de painéis inspirativos, a fim de que se possa, futuramente, pensar em utilizar esta tecnologia no Roda de Fuxico.

A professora Marília Bérghamo apontou quatro sugestões de melhoria, sendo que três delas foram acatadas e implementadas, como pode ser visto no Quadro 6.8, e uma delas foi aceita e considerada como desdobramento futuro.

Quadro 6.8 – Sugestões recebidas pela professora especialista Marília Bérghamo

✓	Organizar um módulo extra para acomodar as oficinas e práticas.
✓	Incluir, na apresentação, uma fala sobre “funcionamento em nó” dos fuxiqueiros.
✓	Evidenciar, na apresentação, formas de “volta” nas fases projetuais do método.
Futuro	Incluir o “negociador” na composição dos fuxiqueiros.

Fonte: a autora (2022)

A sugestão de inserir o participante negociador como fuxiqueiro do método de ensino foi percebida como uma contribuição importante, especialmente para aqueles projetos cuja instituição é um produto ou serviço que possui intermediadores para sua negociação.

Por outro lado, apesar de se perceber a importância dessa sugestão da professora Marília Bérghamo, a inclusão de mais um fuxiqueiro interferiria em alterações em algumas das fases projetuais do método de ensino, como no desenvolvimento das ferramentas para a fase *Reconhecer* e *Alinhar*, além de alterações de técnicas como o *quadro de atributos*, da fase *Arrematar*. Tais modificações serão avaliadas em momento posterior, visto que o tempo demandado para tal modificação extrapola o prazo para finalização da metodologia da tese.

Ao finalizar a fase de Apresentação para os oito especialistas, inclusive as apresentações piloto, percebeu-se, com agradável surpresa, que todos conheciam o artesanato fuxico e demonstraram contentamento com o fato de que o Roda de Fuxico foi buscar referências e aprendizado no artesanato brasileiro.

Verificou-se, também, que os oito especialistas manifestaram satisfação em conhecer um método de ensino para identidades visuais, além de demonstrar o interesse em aplicar o método Roda de Fuxico em suas disciplinas e ações de ensino, posteriormente.

Todos eles também apresentaram ressalvas, questionamentos e um total de sessenta e oito sugestões de melhoria, sendo que sessenta foram acatadas e contribuíram diretamente para a evolução do método de ensino. Sete sugestões não implementadas imediatamente também foram acatadas como desdobramentos futuros.

Como era de se esperar, as últimas apresentações obtiveram menos indicações de alteração ou melhoria, visto que a cada sessão as sugestões dos especialistas eram implementadas, formando, talvez, uma proposta de método de ensino que atendesse a um maior número de expectativas dos professores ou que chegasse mais próximo aos seus próprios processos de ensino.

Neste Capítulo 6, demonstrou-se o alcance da validação do método de ensino, com resultados positivos, onde os dez professores consultados se mostraram interessados em aplicar o método de ensino, apresentando interesse para utilizar algumas ferramentas desenvolvidas no Roda de Fuxico em seus processos de ensino e perceberam com relevância a intenção de dar um passo à decolonização no ensino de design proposta por esta pesquisa.

O Capítulo 7 apresentará a Versão atual do método de ensino Roda de Fuxico, expondo exemplos oriundos de sua experimentação.

7 CAPÍTULO 7 – VERSÃO ATUAL DO MÉTODO DE ENSINO RODA DE FUXICO

Neste Capítulo 7, apresenta-se a versão atual do método Roda de Fuxico, após alterações realizadas durante a pesquisa.

Inicia-se com a apresentação das características do método de ensino, no sentido de deixar este capítulo autônomo para aqueles leitores que quiserem acessá-lo diretamente, sem se envolver com o processo que circundou a sua construção.

7.1 Características do método de ensino Roda de Fuxico

O Roda de Fuxico é um método de ensino que contém fases projetuais que orientam a projeção de sistemas de identidades visuais, além de disponibilizar a professores sugestões de conteúdo, de material de leitura, rodas de conversa, de exercícios e de avaliação, como pode ser visto na Figura 7.1.

Figura 7.1 – Método de ensino Roda de Fuxico

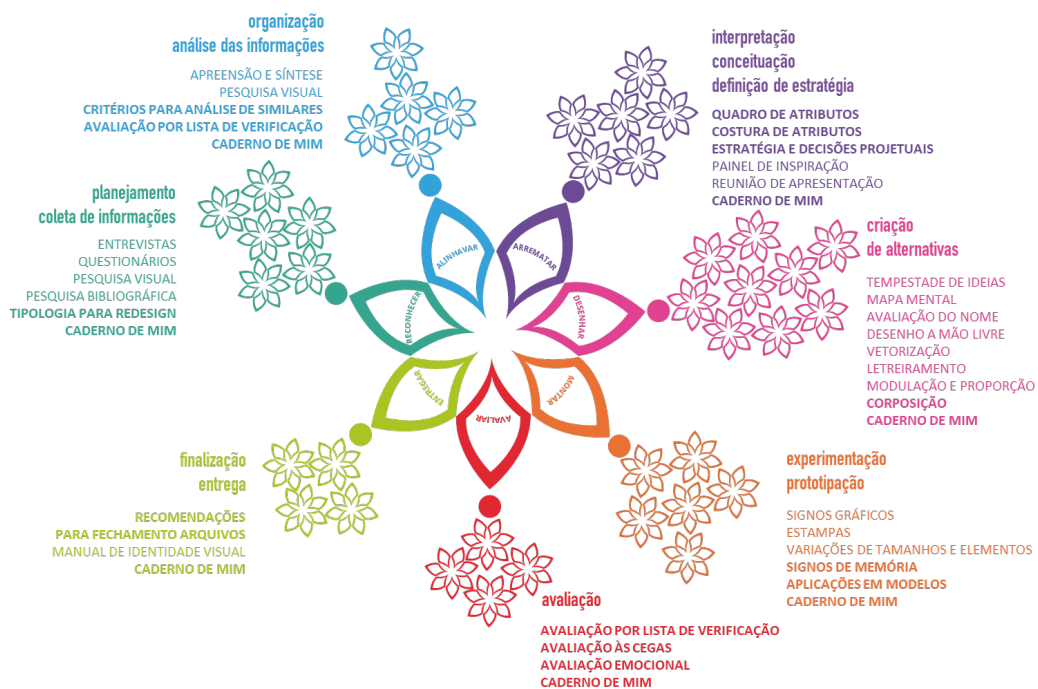


Fonte: a autora (2022), ícones de Flaticon (Disponível em: <https://www.flaticon.com/>. Acesso em: 26 mar. 2023.)

Os instrumentos didáticos, o conjunto de técnicas e ferramentas disponibilizados para operacionalização das suas fases permitem a realização do ensino de sistemas de identidades visuais em todos os aspectos do processo de criação.

A Figura 7.2. mostra as técnicas organizadas por fase projetual e marca em **negrito** aquelas que foram desenvolvidas durante o doutorado.

Figura 7.2 – Técnicas e ferramentas sugeridas para as fases projetuais do Roda de Fuxico

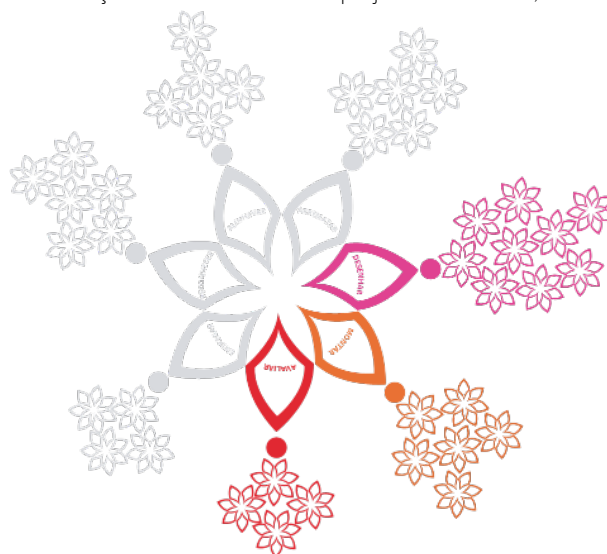


Fonte: a autora (2022)

Entretanto, a partir uma estrutura flexível, é possível que se utilize apenas alguns instrumentos, algumas fases projetuais, determinadas técnicas e, ainda, que sejam incluídos no processo de cada professor, elementos diferentes destes disponibilizados pelo método de ensino. Essa flexibilidade se fez necessária ao perceber que mesmo que a intenção do docente seja experimentar o método completo, como em situações de menor experiência ou em atividades de pesquisa; a possibilidade de adaptação do método ao processo de ensino de cada um deverá ser inevitável.

A Figura 7.3 ilustra a situação em que professor escolhe utilizar as fases *Desenhar*, *Montar* e *Avaliar* em seu processo de ensino.

Figura 7.3 – Ilustração de escolha das fases projetuais *Desenhar*, *Montar* e *Avaliar*



Fonte: a autora (2022)

A Figura 7.4 demonstra a situação em que o professor escolhe aplicar o método projetual integralmente, agregando técnicas de seu processo preexistente.

Figura 7.4 – Ilustração de adaptação do método Roda de Fuxico com agregação de novas técnicas



Fonte: a autora (2022)

O Roda de Fuxico é um método mais próximo da cultura brasileira, que leva em si o valor do processo colaborativo das rodas de fuxico, inclui uma diversidade de participantes, configurando uma postura inclusiva. Sua brasilidade está, entre outras características, na sua forma, na nomenclatura utilizada, em seu colorido, na energia de colaboração, no reconhecimento da memória afetiva, nas conversas em roda, na retórica, no acolhimento a posições divergentes e na postura não-hierárquica do trabalho em nó.

Figura 7.5 - Foto e representação de sete fuxiqueiras em roda: fases projetuais do método Roda de Fuxico



Fonte: a autora (2022)

7.2 Sugestões de planos de ensino do Roda de Fuxico

Para atender ao maior número de situações de ensino-aprendizagem, desenvolveu-se, como sugestão, quatro planos de ensino, para diferentes cargas-horárias e diversas indicações de uso. Além disso, foram desenvolvidos módulos extras que podem ser utilizados junto aos planos de ensino, como forma de complementação de conteúdo.

7.2.1 Plano de ensino 1 – FLOR

O plano de ensino 1 (FLOR), com 20h/aula, oferece conteúdo essencial para a formação em SIV. Como no artesanato, a flor é a essência do fuxico.

O plano foi proposto com quatorze encontros, contendo sete horas para o conteúdo teórico sobre SIV indispensável para serem aplicadas as sete fases projetuais, e mais treze horas para o ensino e orientação daquelas fases.

Indica-se que o plano FLOR seja utilizado em cursos de curta duração ou como formação complementar ao processo de ensino, por exemplo, em turmas de estudantes que já apreenderam a teoria sobre SIV e cujo objetivo é reconhecer o método Roda de Fuxico.

Espera-se, com o plano FLOR, que os estudantes desenvolvam competências para criação de sistemas de identidades visuais, conhecendo e utilizando o método Roda de Fuxico. Apresenta-se o plano de ensino na Figura 7.6.

Figura 7.6 – Plano de ensino 1 - FLOR

Plano de ensino 1 - para 20h/aula – essencial (FLOR)

Cursos de curta duração e/ou cursos de formação complementar



AULA	SUGESTÃO DE CONTEÚDO – 20h/aula – essencial	h/aula
1	apresentação da disciplina ou curso apresentação do método apresentação dos estudantes	1h
2	elementos das identidades visuais signos para SIV marcas e memória afetiva signos de memória	2h
3	apresentação de exercício signos de memória	2h
4	tipologia para redesign métodos criativos e o Roda de Fuxico	2h
5	fase projetual reconhecer – aula dialogada e prática acordos sobre regras para o projeto final	1h
6	orientação fase reconhecer fase projetual alinhar	1h
7	orientação fase alinhar fase projetual arrematar	1h
8	orientação do projeto final – fases iniciais	2h
9	fase projetual desenhar – aula dialogada e prática	2h
10	fase projetual montar – aula dialogada e prática	1h
11	fase projetual avaliar – aula dialogada e prática	1h
12	fase projetual entregar – aula dialogada e prática	1h
13	apresentação final	2h
14	entrega dos projetos e avaliação da disciplina ou curso	1h

Fonte: a autora (2022)

7.2.2 Plano de ensino 2 - QUADRO

Para o plano de ensino 2 (QUADRO), planejou-se dezessete encontros, onde se aborda, para além do conteúdo essencial, conceitos que ampliam o ensino sobre SIV. O plano ainda insere 6h de aulas práticas e orientação. Como no artesanato, o quadro é a base da peça no fuxico.

Para o plano de ensino QUADRO indica-se que seja utilizado, entre outras situações de ensino, em cursos de pequena duração e/ou cursos de formações extensionistas.

Espera-se que os estudantes desenvolvam competências para criação de SIV, utilizando o método Roda de Fuxico, além de conhecerem conceitos iniciais e um compêndio sobre nomenclaturas e tipologias de marcas. Apresenta-se o plano na Figura 7.7.

Figura 7.7 – Plano de ensino 2 - QUADRO

Plano de ensino 2 - para 30h/aula – básico (QUADRO)

Cursos de pequena duração e/ou cursos de formações extensionistas



AULA	SUGESTÃO DE CONTEÚDO – 30h/aula - básico	h/aula
1	apresentação da disciplina ou curso apresentação do método apresentação dos estudantes	1h
2	conceitos iniciais e nomenclatura sobre sistemas de identidades visuais tipologias para marcas	2h
3	elementos das IV signos para SIV marcas e memória afetiva signos de memória	2h
4	apresentação de exercício signos de memória	2h
5	tipologia para redesign métodos criativos e o Roda de Fuxico	2h
6	fase projetual reconhecer – aula dialogada e prática acordos sobre regras para o projeto final	2h
7	orientação fase reconhecer fase projetual alinhar	2h
8	orientação fase alinhar fase projetual arrematar	2h
9	orientação do projeto final – fases iniciais	2h
10	fase projetual desenhar – aula dialogada e prática	2h
11	aula prática e orientação – fase desenhar	2h
12	fase projetual montar – aula dialogada e prática	1h
13	fase projetual avaliar – aula dialogada e prática	1h
14	aula prática e orientação – modificações após avaliação	2h
15	aula prática e orientação – fase entregar	2h
16	apresentação final	2h
17	entrega dos projetos e avaliação da disciplina ou curso	1h

Fonte: a autora (2022)

7.2.3 Plano de ensino 3 - BARRA

Para o plano de ensino 3 (BARRA), planejou-se vinte e duas aulas, agregando ao conteúdo do plano QUADRO, conceitos que ampliam em 10h/aula o ensino da teoria sobre SIV, como pode ser visto na Figura 7.8. Como no artesanato, a barra já enfeita a peça, mesmo que não a cubra.

Espera-se os estudantes desenvolvam competências para criação de SIV, utilizando o método Roda de Fuxico, além de conhecerem conceitos mais aprofundados sobre a teoria que envolve esse estudo.

Figura 7.8 – Plano de ensino 3 - BARRA



Plano de ensino 3 - para 45h/aula – intermediário (BARRA)

Cursos de média duração ou disciplinas de 45 horas

AULA	SUGESTÃO DE CONTEÚDO – 45h/aula - intermediário	h/aula
1	apresentação da disciplina ou curso apresentação do método apresentação dos estudantes	2h
2	história das marcas e nascimentos conceitos iniciais sobre SIV tipologias para marcas	2h
3	revisão sobre tipologias signos para SIV marcas e memória afetiva signos de memória	2h
4	elementos das identidades visuais logotipos com letreiramento	2h
5	tipografia para identidade visual escolhas tipográficas logotipos com fontes comerciais	2h
6	apresentação de exercício signos de memória	2h
7	princípios da psicologia da forma e percepção visual aplicados a sistemas de identidades visuais	2h
8	tipos de projetos de SIV tipologia para redesign	2h
9	métodos criativos e o Roda de Fuxico acordos sobre regras para o projeto final	2h
10	fase projetual reconhecer – aula dialogada e prática	2h
11	orientação fase reconhecer fase projetual alinhar	2h
12	orientação fase alinhar fase projetual arrematar	2h
13	aula prática e orientação do projeto final – fases iniciais	2h
14	fase projetual desenhar – aula dialogada e prática	2h
15	aula prática e orientação – fase desenhar	2h
16	fase projetual montar – aula dialogada e prática	2h
17	fase projetual avaliar – aula dialogada e prática	2h
18	aula prática e orientação – modificações após avaliação	2h
19	fase projetual entregar – aula dialogada e prática	2h
20	aula prática e orientação – fase entregar	2h
21	apresentação final	3h
22	entrega dos projetos e avaliação da disciplina ou curso	2h

Fonte: a autora (2022)

7.2.4 Plano de ensino 4 - COLCHA

Para o plano de ensino 4 (COLCHA), planejou-se vinte e oito encontros de conteúdo avançado, agregando os conteúdos do plano BARRA, além de apresentar conceitos sobre gestão de marca e registro de marca.

Propõe-se também práticas sobre desenho de letras e uso da cor na construção de paletas para os sistemas de identidades visuais, como mostra a Figura 7.9.

Espera-se os estudantes desenvolvam competências para criação de SIV, além de conhecerem conteúdos sobre gestão de marca. Como no artesanato, a colcha pode cobrir tudo.

Figura 7.9 – Plano de ensino 4 - COLCHA

Plano de ensino 4 - para 60h/aula – avançado (COLCHA)

Cursos de longa duração ou disciplinas de 60 horas



AULA	SUGESTÃO DE CONTEÚDO – 60h/aula - avançado	h/aula
1	apresentação da disciplina ou curso apresentação do método apresentação dos estudantes	2h
2	história das marcas e nascimentos conceitos iniciais e nomenclatura sobre sistemas de identidades visuais	2h
3	tipologias para marcas	2h
4	signos para SIV marcas e memória afetiva signos de memória	2h
5	elementos das identidades visuais logotipos com letreiramento	2h
6	prática sobre desenho de letras – sugestão: oficina de caligrafia	3h
7	tipografia para identidade visual escolhas tipográficas logotipos com fontes comerciais	2h
8	apresentação de exercício signos de memória	2h
9	princípios da psicologia da forma e percepção visual aplicados a sistemas de identidades visuais	2h
10	tipos de projetos de SIV tipologia para redesign	2h
11	apresentação de exercício sobre tipologia para redesign	2h
12	métodos criativos e o Roda de Fuxico acordos sobre regras para o projeto final	2h
13	fase projetual reconhecer – aula dialogada e prática	2h
14	orientação fase reconhecer fase projetual alinhar	2h
15	orientação fase alinhar fase projetual arrematar	2h
16	aula prática e orientação das fases iniciais do projeto final	2h
17	apresentação das fases iniciais do projeto final	2h
18	fase projetual desenhar – aula dialogada e prática – pesquisa no INPI - registro de marca	2h
19	aula prática e orientação – fase desenhar	2h
20	prática sobre uso da cor – sugestão: oficina de cor pigmento	3h
21	fase projetual montar – aula dialogada e prática	2h
22	fase projetual avaliar – aula dialogada e prática	2h
23	aula prática e orientação – modificações após avaliação	3h
24	fase projetual entregar – aula dialogada e prática	2h
25	aula prática e orientação – fase entregar	2h
26	gestão de marca - negociações - propostas e forma de cobranças de SIV – aula dialogada e prática	2h
27	apresentação final - completo	3h
28	entrega dos projetos e avaliação da disciplina ou curso	2h

Fonte: a autora (2022)

Por fim, como complemento aos planos de ensino iniciais com menos de 60h, foram desenvolvidos módulos extras, de 16h e 32h, respectivamente. Estes módulos proporcionam momentos para orientação, prática e oficinas, como apresentado nas Figuras 7.10 e 7.11.

Figura 7.10 – Módulo extra para orientação e prática

módulo extra para orientação e prática – 32h

AULA	SUGESTÃO DE CONTEÚDO – 32h/aula - orientação e prática	h/aula
1	orientação sobre signos de memória	2h
2	prática sobre desenho de letras – sugestão: oficina de caligrafia	4h
3	orientação sobre tipografia para redesign	2h
4	orientação para fase reconhecer	2h
5	orientação para fase alinhar	2h
6	orientação para fase arrematar	2h
7	orientação para as fases iniciais do método	2h
8	orientação para fase desenhar	4h
9	orientação para fase montar	2h
10	prática sobre uso da cor – sugestão: oficina de cor pigmento	4h
10	orientação para fase avaliar	2h
11	orientação para fase entregar	2h
12	orientação do projeto final	2h



Fonte: a autora (2022)

Figura 7.11 – Módulo extra para orientação e prática

módulo extra para oficinas – 16h

AULA	SUGESTÃO DE CONTEÚDO – 16h/aula - oficinas	h/aula
1	prática sobre desenho de letras – letreiramento manual	4h
2	prática sobre desenho de letras – oficina de caligrafia	4h
3	prática sobre uso da cor – oficina de cor pigmento e serigrafia	4h
4	prática sobre uso da cor – oficina de cor digital	4h

Fonte: a autora (2022)

7.3 Sugestões de planejamento de aulas

O planejamento das aulas aqui proposto é referente ao plano de ensino COLCHA – avançado, com 60h, visto que abrange todo o conteúdo proposto pelo método de ensino.

Apresenta-se, a seguir, o planejamento das vinte e oito aulas programadas, com sugestão de rodas de conversa, material de leitura, exercícios, atividades práticas e oficinas, além de exemplos de apresentações de conteúdo (*slides*) que foram desenvolvidos como sugestão para as aulas¹⁹.

7.3.1 Planejamento sugerido para a aula 1/28

AULA	TEMA	RECURSOS DIDÁTICO-PEDAGÓGICOS
1	apresentação da disciplina	aula dialogada apresentação do vídeo sobre o método Roda de Fuxico
	apresentação do método de ensino Roda de Fuxico	conversa na roda 1 – costura da turma falar sobre o trabalho coletivo e a nossa identidade em construção usar um novelo de linha - um estudante fala e joga o novelo para outra pessoa, para formar uma costura (1) como se reconhecem - anotar (2) a experiência deles com SIV e métodos para SIV (3) o que esperam da disciplina
	apresentação dos estudantes	minhas medidas de referência (1) medir altura do dedo indicador, do polegar, da unha do dedo indicador (2) medida da mão, do palmo e antebraço
		distribuição de textos para serem lidos em grupos (1) Sistemas de Identidade Visual Corporativa (RAPOSO, 2010) (2) A construção do termo Identidade Visual (MONTEIRO, LIMA e VIEIRA, 2017) (3) Design e identidade corporativa (FORTY, 2007) (4) Grupo Editorial Companhia das letras: transição da arquitetura de marca endossada para a de marca pluralista (WILKE, 2016) distribuição do caderno de mim sugerir passear com o caderno para estimular incremento de repertório, registrar desenvolvimento pessoal e acolher estalos criativos

A aula 1 é o momento de apresentação. Sugere-se que seja realizada a apresentação da disciplina, dos estudantes e do método Roda de Fuxico.

Para apresentação dos estudantes, propõe-se uma conversa na roda com o jogo “costura da turma”, para que o estudante se sinta como parte do trabalho em nó.

Indica-se a distribuição do “caderno de mim”, ferramenta que poderá ser utilizada desde o primeiro dia de aula para registrar ideias e estalos criativos dos designers, além de acolher seu desenvolvimento durante a disciplina, apresentada na Figura 7.12.

¹⁹ O material de apoio está no drive https://drive.google.com/drive/folders/1f9KidUJcCi12vhq6T6X3juRH5diBtg_4.

Figura 7.12 – Caderno de mim

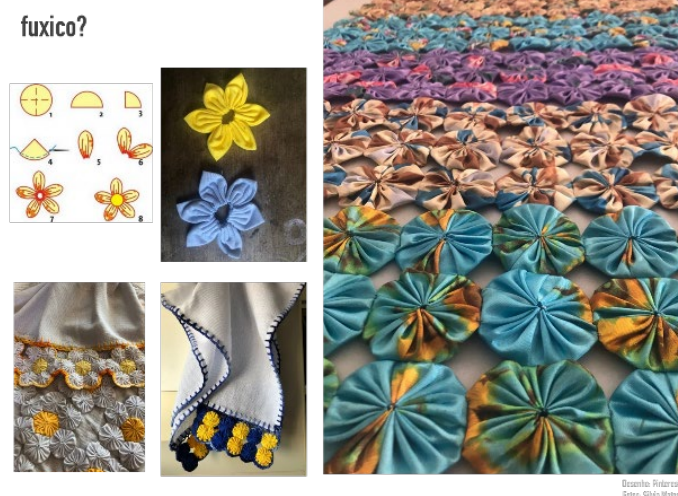


Fonte: a autora (2022)

Sugere-se ainda um trabalho de reconhecimento do corpo, medindo partes do braço e mão. Essas dimensões podem ser úteis para medições aproximadas, em situações em que falte o instrumento para medição exata.

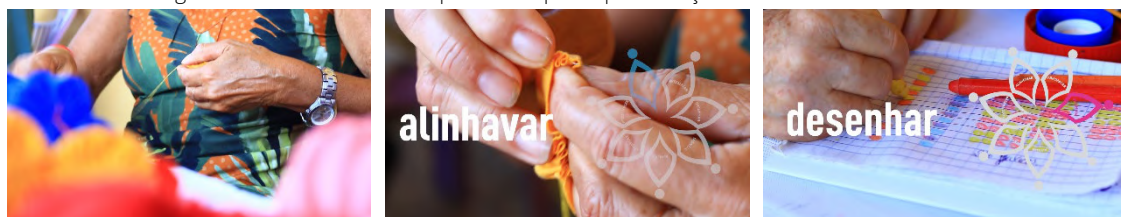
Sugere-se ainda a distribuição de textos para leitura em casa. Para exposição da disciplina e do método sugere-se utilizar uma aula dialogada e o vídeo produzido com as fuxiqueiras, como apresentado nas Figuras 7.13 e 7.14.

Figura 7.13 – Exemplo de apresentação de conteúdo para a aula 1/28



Fonte: a autora (2022)

Figura 7.14 – Cenas do vídeo produzido para apresentação do Roda de Fuxico na aula 1



Fonte: a autora (2022)

7.3.2 Planejamento sugerido para a aula 2/28

AULA	TEMA	RECURSOS DIDÁTICO-PEDAGÓGICOS
2	história das marcas e nascimentos conceitos iniciais identidade visual - marca - sistemas de identidade visual	conversa na roda 2 - seminário dirigido para estimular debate aula dialogada

A aula 2 inicia-se com uma conversa na roda, para realizar o seminário dirigido e discutir os textos partilhados na aula 1. Para facilitar o debate, recomenda-se distribuir perguntas formuladas acerca de cada texto.

Em seguida, propõe-se uma aula dialogada com conteúdo sobre história e nascimento das marcas, além da exposição do compêndio com conceitos e nomenclaturas sobre SIV.

A Figura 7.15 expõe um exemplo da apresentação gráfica do conteúdo da aula 2.

Figura 7.15 – Exemplo de apresentação de conteúdo para a aula 2/28

os nascimentos das marcas Costa (2008)

*as marcas nasceram no contexto
comercial, primordialmente
para compor as embalagens
e não para os produtos em si
desde o início uniam a função
de significar a de identificar
(COSTA, 2008, p. 25)*



Imagem: <https://blogdidatico.wordpress.com/2012/09/11/evolucao-das-embalagens/>

Fonte: a autora (2022)

7.3.3 Planejamento sugerido para a aula 3/28

AULA	TEMA	RECURSOS DIDÁTICO-PEDAGÓGICOS
3	tipologias para marcas [corporativa, sazonal e pessoal] [figurativa, ideograma, tipográfica, abstrata] [monolítica, endossada, pluralística] [logotipos, monogramas, pictogramas, emblemas e personagens (mascotes)]	aula dialogada exercício em sala 1 - jogo de cartas para classificação de marcas (corporativas, sazonais e pessoais e em relação à sua atividade fim: figurativa, ideograma, tipográfica e abstrata) exercício em sala 2 - construir uma linha do tempo das marcas utilizadas pela Companhia das Letras e explicar a transição da marca endossada para pluralística distribuição de texto (5) signos de memória: a construção de signos gráficos a partir de memória afetiva (MATOS e COUTINHO, 2021)

A aula 3 trata de tipologias para marcas, iniciando-se com uma aula dialogada. Na Figura 7.16 tem-se exemplos de apresentação do conteúdo sugerido para a aula 3.

Figura 7.16 – Exemplo de apresentação de conteúdo para a aula 3/28

tipologias para identidades visuais

[corporativa, sazonal e pessoal]



imagens: natura.com.br

[classificação vista em PEÓN, 2011]

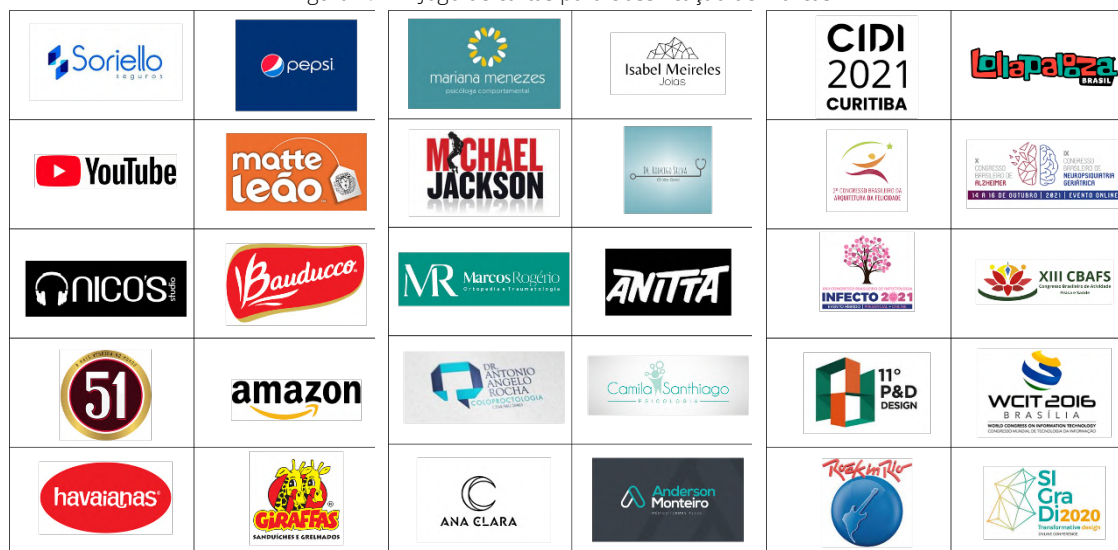
Fonte: a autora (2022)

Em um segundo momento, sugere-se a realização de dois exercícios: (i) jogo de cartas para classificar marcas e (ii) construção de uma linha do tempo da Companhia das Letras, a partir do texto sobre transição de arquitetura de marca (WILKE, 2016).

Exercício de jogo de cartas para classificar marcas

O exercício de jogo de cartas tem a intenção de facilitar a apreensão da tipologia para marcas. Uma seleção de marcas pesquisadas na internet, impressas em papel, recortadas no tamanho de 9X5 cm foram entregues aos grupos de estudantes, como pode ser visto na Figura 7.17.

Figura 7.17 – Jogo de cartas para classificação de marcas



Fonte: a autora e figuras da internet (2021)

A proposta para o exercício é de dividir as cartas em três grupos: marcas corporativas, sazonais e pessoais (dez de cada grupo) e reclassificá-las em relação à sua atividade fim: marcas figurativas, ideogramas, tipográficas e abstratas.

Para além do objetivo de apreensão do conteúdo sobre tipologia para marcas, pretende-se promover uma discussão acerca das diferenças de interpretação dos estudantes em relação às classificações e tipologias. Para essa discussão alinha-se a relevância didática dessas tipologias em contradição à sua ineficiência para abarcar todos os tipos em uma tentativa de classificação.

Ao final dos exercícios, recomenda-se distribuir o texto sobre signos de memória (MATOS; COUTINHO, 2021b), como forma de antecipar o contato dos estudantes com o conteúdo da aula 4, facilitando a discussão futura proposta.

7.3.4 Planejamento sugerido para a aula 4/28

AULA	TEMA	RECURSOS DIDÁTICO-PEDAGÓGICOS
4	signos para SIV marcas e memória afetiva signos de memória	aula dialogada – signos para SIV e signos de memória conversa na roda 4 - sobre as marcas afetivas de cada estudante exercício em casa 1 – em grupo – signos de memória (1) escolher uma marca afetiva comum; (2) entrevistar pessoas que também têm afeto com aquela marca, recolher memórias afetivas e desenvolver signos de memória; (3) realizar aplicações

Para a **aula 4** propõe-se discutir signos para construção de sistemas de identidades visuais e apresenta-se os signos de memória, técnica desenvolvida para criação de signos a partir da memória afetiva.

Primeiramente, propõe-se uma aula dialogada e depois uma conversa na roda sobre marcas afetivas dos estudantes. Ainda em roda, recomenda-se o exercício em casa de desenvolvimento de signos de memória da marca afetiva comum de cada grupo de alunos.

Na Figura 7.18 tem-se exemplos de apresentação do conteúdo sugerido para a aula . Depois, apresenta-se a técnica para criação de signos de memória e o exercício a ser proposto.

Figura 7.18– Exemplo de apresentação de conteúdo para a aula 4/28



Fonte: a autora (2022)

A técnica para construção de signos de memória

Os signos de memória são uma técnica desenvolvida para a construção de signos que compõe um sistema de identidade visual, a partir da memória afetiva de sujeitos utilizadores e/ou apoiadores.

Os signos de memória são desenvolvidos a partir de **entrevistas** para recuperar a memória do bem lembrar (DAMAZIO, 2013) que possuem da instituição. Para Damazio (2013, p. 48) “coisas fazem bem lembrar quando: (i) nos distinguem como indivíduos, (ii) surpreendem e fazem rir, (iii) trazem conforto e serenidade, (iv) estimulam a fazer o bem, (v) criam e fortalecem laços afetivos, (vi) nos fazem sentir queridos e importantes”.

As entrevistas são analisadas a partir da investigação qualitativa das histórias de vida advindas das memórias dos utilizadores (BOSI, 2003). No momento da análise, a partir de Joly (2012), são identificados **signos linguísticos** (palavras-chave) que são representados por **signos icônicos** (desenhos pictóricos). Os signos icônicos são avaliados por outro grupo de utilizadores, e, se reconhecidos ao ponto de as memórias serem recontadas, podem ser considerados **signos de memória**. A Figura 7.19 apresenta as etapas da referida técnica.



Fonte: a autora (2022), a partir de Matos e Coutinho (2021b)

Como exemplo de aplicação da técnica, apresenta-se a criação de signos de memória, meta do projeto de extensão *Criatif na Cidade Alta, Edital 01/2018-DG/CAL/IFRN*, coordenado pela pesquisadora, para compor signos do sistema de identidade visual do Bar do Zé Reeira, considerado um marco referencial do bairro da Cidade Alta, em Natal-RN.

Realizadas as entrevistas no bar e a análise dos dados, desenvolveram-se os signos linguísticos, como pode ser visto no próximo parágrafo.

O bar é o Zé, e **o Zé é o bar**. O Zé trabalha desde os 13-14 anos e antes de abrir o seu próprio bar trabalhou em vários lugares em Natal e no Rio de Janeiro, onde **tinha uma casa que vendia santos**. O apelido **Zé Reeira** veio de um amigo que um dia, querendo tirar o Zé do trabalho, gritou “*sai daí Seu Zé Reeira!*”. O bar surgiu quando o **Cinderela Restaurante** quebrou (“*eu trinco, não quebro*”, *é assim que o Zé fala*), e um amigo – dono da **Espagueteria “Holandia”** – o instigou a abrir outro bar, com o nome Zé Reeira. Atualmente o bar é famoso, e ao mesmo tempo é **casa de muita gente**. **As caixas de**

cerveja foram berço para Daiana. O que o torna diferente dos outros bares é o Zé, que sai de mesa em mesa abraçando as pessoas. Ele dá amor e comida junto. E a simpatia dos clientes, que são como pedras preciosas. Não pode faltar costela de boi, carneiro, picado de sábado e rum no final. O sonho para o bar é que o Zé continue segurando a peteca até onde der, que Daiana toque o barco com ele, que seja um lugar menor, o Zé Reeira Prime. Boas lembranças são o aniversário de 70 anos do Zé, com muitas fotos, e quando ele grita na hora de fechar *“Solta o preso, delegado!”*. Se fosse algo ou alguém, o bar seria ele mesmo.

A partir dos signos linguísticos desenvolveram-se signos icônicos, por meio do processo de vetorização e simplificação da forma. Criaram-se desenhos figurativos, ou seja, que representassem o signo linguístico de forma análoga (JOLY, 2012). Quanto às cores, criaram-se os vetores em preto (acromático), para que diferenças de cor não influenciassem a fase posterior de avaliação dos signos. Exemplos de signos icônicos estão na Figura 7.20.

Figura 7.20 – Signos icônicos desenvolvidos relacionados a seus signos linguísticos



Fonte: a autora (2022), a partir de Matos e Coutinho (2021b)

Em seguida, realizaram-se avaliações dos signos icônicos, com os clientes e sujeitos utilizadores. Os signos que foram reconhecidos e motivaram os sujeitos a contarem memórias foram considerados signos de memória. Pelas falas dos depoentes, percebeu-se que eles eram memoráveis, principalmente porque surpreenderam, fizeram rir e os fizeram sentir queridos e importantes (DAMAZIO, 2013). Os signos de memória foram aplicados em modelos digitais, como na Figura 7.21.

Figura 7.21 – Signos de memória aplicados em modelo



Fonte: a autora (2022), a partir de Matos e Coutinho (2021b)

Exercício para construção de signos de memória

O exercício proposto para criação de signos de memória a partir da memória afetiva dos estudantes, inicia-se em sala de aula e é finalizado em casa.

Em sala de aula, os estudantes são motivados a pensar sobre memórias afetivas e, depois, como exercício para casa, são instruídos, em grupo, a construir signos a partir de uma memória afetiva comum. As Figuras 7.22 e 7.23 mostram as instruções para os exercícios.

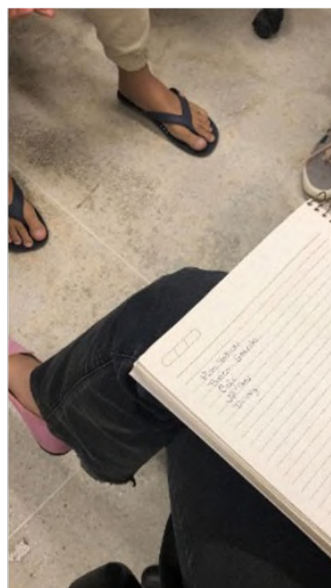
Figura 7.22– Instruções para levantamento de memória afetiva dos estudantes

roda de conversa

roda de conversa

grupos de 5 estudantes
parem um pouco, respirem...
e tentem lembrar
das marcas te que fazem bem lembrar
da sua infância, adolescência ou mais recente...
conversem sobre essas marcas
que trazem **boas recordações**

diante dessas marcas afetivas listadas,
cada grupo deverá escolher
uma marca comum aos seus componentes,
aquela que pode ser reconhecida
como **uma marca que traz boas recordações**
à maioria do grupo



Fonte: a autora (2022)

Figura 7.23– Instruções para exercício de construção de signos de memória

signos de memória – em casa

- 1) reúnam-se em grupos de 5 pessoas
- 2) entrevistem 10 pessoas que guardem a memória (bem lembrar) da marca eleita como afetiva para o grupo
(*você conhece esta marca? que memórias boas vêm à sua cabeça quando você a vê?*)
- 3) não se preocupem se as memórias forem contraditórias (a memória reconta e atualiza)
- 4) transcrevam as entrevistas
- 5) destaquem signos linguísticos das entrevistas (pelo menos 5)
- 6) transformem signos linguísticos em signos icônicos (pelo menos 5)
- 7) avaliem os signos icônicos, pedindo para outras 5 pessoas reconhecerem os signos e contarem histórias a partir dele. destaquem os signos memoráveis
- 8) apliquem os signos de memória (reconhecidos) em 2 peças gráficas para a marca escolhida

Fonte: a autora (2022)

7.3.5 Planejamento sugerido para a aula 5/28

AULA	TEMA	RECURSOS DIDÁTICO-PEDAGÓGICOS
5	elementos das identidades visuais primários – logotipo, signo e marca gráfica secundários – cor, tipografia para texto linha de conceito e suporte complementar – grafismos, linha do conceito, mascotes, estampas signos, ícone favorito, alternativas acessórias, marca sonora e olfativa logotipos com letreiramento	aula dialogada orientação sobre exercício em casa 1 – signos de memória exercício em sala 3 – apresentação do site otipodafonte.com.br http://otipodafonte.com.br/?s=tipos+do+acaso escolha de um artigo para leitura e debate em sala

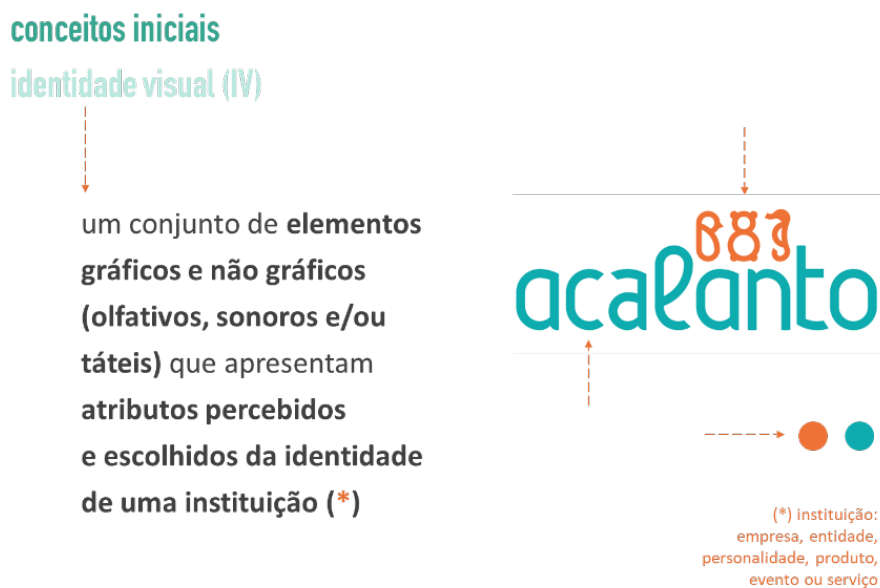
Na aula 5 discute-se elementos das identidades visuais e logotipos com letreiramento.

Sugere-se uma aula dialogada, além de um exercício em grupo para escolha, leitura e debate de artigos que contemplam conteúdos sobre tipografia e desenho de tipos.

Esta aula pode ser também mais um momento para orientação sobre o trabalho relacionado a signos de memória.

A Figura 7.24 mostra um exemplo de apresentação de conteúdo para a aula 5.

Figura 7.24 – Exemplo de apresentação de conteúdo para a aula 5/28



[a partir de ADG, 2012; CHAVES, 1990; CONSOLO, 2021; COSTA, 2008; PEÓN, 2011; WHELLER, 2012 e Projeto Criatif – IFRN]

Fonte: a autora (2022)

7.3.6 Planejamento sugerido para a aula 6/28

AULA	TEMA	RECURSOS DIDÁTICO-PEDAGÓGICOS
6	prática para desenho de letras sugestão: prática de caligrafia	orientação sobre exercício em casa 1 – signos de memória exercício em sala 3 – prática de caligrafia (apostila de Carlos Eduardo – UFC - fonte TFC)

Para a **aula 6** propõe-se mais um momento de orientação dos signos de memória e um espaço para o desenho de letras manuais, como prática para o desenvolvimento de logotipos com letreiramento.

Como recurso didático-pedagógico sugerido, disponibiliza-se a apostila do professor Carlos Eduardo Novais, da UFC, no drive²⁰ e constante no Anexo D. Outrossim, sugere-se que seja realizada alguma prática manual para construção de letras, adaptado ao conhecimento de cada professor. Um recorte da apostila pode ser visto na Figura 7.25.

Figura 7.25 – Recorte da oficina de caligrafia do professor Carlos Eduardo Novais



Fonte: a autora (2022)

²⁰ https://drive.google.com/drive/folders/1f9KidUJcCi12vhq6T6X3juRH5diBtg_4

7.3.7 Planejamento sugerido para a aula 7/28

AULA	TEMA	RECURSOS DIDÁTICO-PEDAGÓGICOS
7	escolhas tipográficas	aula dialogada
	logotipos com fontes comerciais	

Para a **aula 7** sugere-se uma discussão acerca de escolhas tipográficas e apresentação de logotipos com fontes comerciais.

Indica-se a discussão sobre questões de legibilidade, aspectos histórico-culturais, formatação, licenciamento, entre outras, que envolvem escolhas tipográficas para construção de marcas gráficas. As Figuras 7.26 e 7.27 mostram exemplos de apresentação de conteúdo para a aula 7.

Figura 7.26 – Exemplo (1) de apresentação de conteúdo para a aula 7/28

CRITÉRIOS PARA SELEÇÃO TIPOGRÁFICA	
Fatores formais e funcionais	
Legibilidade	A fonte é legível para as condições em que será utilizada nas aplicações?
Variações e recursos	A fonte faz parte de uma família tipográfica com as variações e recursos necessários para atender às demandas de conteúdo?
Fatores estéticos	
Aspectos histórico-culturais	A fonte faz referência a um contexto histórico ou cultural que corresponda a decisões projetuais definidas para o projeto?
Expressão	A fonte expressa graficamente atributos de personalidade estabelecendo uma relação emocional ou simbólica com o projeto de identidade visual?
Fatores técnicos	
Qualidade	A fonte mantém a unidade de estilo e desenho entre os caracteres, além do ajuste correto das métricas (espacejamento) em diferentes tamanhos?
Suporte	A fonte apresenta boa renderização nos suportes onde será usada?
Fatores legais e econômicos	
Licenciamento	A fonte possui condições de licenciamento adequadas às necessidades do projeto?
Investimento	A fonte é comercializada por um custo compatível com o orçamento do projeto?

Fonte: a autora (20220, a partir de Meürer (2017, p. 121)

Figura 7.27 – Exemplo (2) de apresentação de conteúdo para a aula 7/28

logotipos com fonte comercial



kerning

são ajustes de espaçamento entre um par de letras, para equilibrar os espaços brancos internos e externos em relação às outras letras compostas em uma palavra (CARDINALI, 2015)

é a série inevitável de ajustes a serem feitos em pares de letras, em consequência do fato que espaços pré definidos são, muitas vezes, insuficientes para se obter um espaçamento ideal (HENESTROSA, 2014)

Fonte: a autora (2022)

7.3.8 Planejamento sugerido para a aula 8/28

AULA	RECURSOS DIDÁTICO-PEDAGÓGICOS	RECURSOS DIDÁTICO-PEDAGÓGICOS
8	apresentação de exercício em casa 1 signos de memória	apresentação exercício em casa 1 - signos de memória aprendizagem coletiva – os estudantes podem aprender com outros grupos avaliação e orientação pós apresentação entrega final em data posterior, para reavaliação após ajustes distribuição de texto para ser lido em grupos: (7) Tipologia para o redesign de identidades visuais (MATOS e COUTINHO, 2019)

Para a aula 8 propõe-se a apresentação e avaliação do exercício de criação de signos de memória, além da distribuição do texto *Tipologia para o redesign de identidades visuais*²¹, para ser discutido em roda de conversa na aula 9.

Como recurso didático, o Roda de Fuxico oferece uma planilha para o apoio à avaliação do trabalho em grupo, como pode ser visto na Figura 7.28. Sugere-se que a avaliação seja realizada em dois momentos. Primeiramente, os estudantes apresentam o trabalho e o professor aponta sugestões de melhoria. A partir da primeira avaliação, dá-se oportunidade aos discentes de aprimorar o exercício a partir das sugestões recebidas. E uma nova avaliação será realizada após os ajustes, quando, só assim, a nota referente ao trabalho será emitida.

Figura 7.28 – Planilha para apoio à avaliação do exercício signos de memória

PROPOSTA DE FORMULÁRIO DE AVALIAÇÃO - RODA DE FUXICO - SIGNOS DE MEMÓRIA					
Grupo 1: TV Globinho - Anselmo, Kauã, Jobson, Julia e Maria Isamin					
	AVALIAÇÃO DURANTE A APRESENTAÇÃO				AVALIAÇÃO APÓS AJUSTES
	TRABALHO ESPERADO	PONTUAÇÃO (*)	NOTA	OBSERVAÇÕES	
ENTREVISTA S	Entrevistar 10 pessoas	0 - 10 - 20	20	OK	20
	Transcrever as entrevistas	0 - 5 - 10	5	Somente 1 entrevista transcrita	10
SIGNOS S	Destacar signos linguísticos (pelo menos 5)	0 - 5 - 10	0	Não destacaram	10
	Desenvolver signos icônicos (pelo menos 5)	0 - 10 - 20	20	OK	20
AVALIAÇÃO APLICAÇÃO	Avaliar signos icônicos com 5 pessoas, destacando os signos de memória	0 - 10 - 20	20	OK	20
	Aplicar os signos de memória em pelo menos 2 peças gráficas	0 - 10 - 20	10	Aplicaram em 1 peça gráfica	20
TOTAL AV EM GRUPO			75		100
Estudante 1	Participação na apresentação do trabalho	0 - 3 - 5	5	OK	
	Demonstração de comprometimento com a aprendizagem	0 - 3 - 5	5	OK	
TOTAL Estudante 1			85		110
Estudante 2	Participação na apresentação do trabalho	0 - 3 - 5	5	Falou só quando demandado	
	Demonstração de comprometimento com a aprendizagem	0 - 3 - 5	5	Faltou em algumas aulas	
TOTAL Estudante 2			85		110
Estudante 3	Participação na apresentação do trabalho	0 - 3 - 5	0	Não compareceu à apresentação	
	Demonstração de comprometimento com a aprendizagem	0 - 3 - 5	5	OK	
			80		105
Estudante 4	Participação na apresentação do trabalho	0 - 3 - 5	5	OK	
	Demonstração de comprometimento com a aprendizagem	0 - 3 - 5	5	OK	
TOTAL Estudante 4			85		110
CRITÉRIOS					
	0 - não fez 10 - fez com ressalvas 20 - fez integralmente				
	0 - não fez 5 - fez com ressalvas 10 - fez integralmente				
	0 - não fez 3 - fez com ressalvas 5 - fez integralmente				

Observação: A avaliação individual vale 40 pontos (para 4 estudantes)

O grupo pode se encarregar de dividir os pontos entre os quatro estudantes

Fonte: a autora (2022)

Neste formulário de apoio à avaliação do exercício signos de memória, sugere-se que a avaliação em grupo tenha valor de 100 pontos e a avaliação individual, 10 pontos, perfazendo 110 pontos. Isso, a partir do pressuposto de que a pontuação máxima em 100 pontos não

²¹ Matos e Coutinho (2019)

contempla estudantes que fazem mais do que o necessário, de acordo com o pedagogo consultado na pesquisa.

Propõe-se, ainda, que os 100 pontos da avaliação em grupo sejam distribuídos entre as atividades de entrevistas, construção dos signos, avaliação dos signos e aplicação dos mesmos em peças gráficas. Por sua vez, para os 10 pontos de participação individual, orienta-se que sejam pontuados pelos designers em formação de cada grupo de trabalho.

No exemplo demonstrado, a avaliação em grupo recebeu 75/100 pontos, logo após a apresentação, e recebeu três sugestões de melhoria, que foram realizadas e reenviadas à professora. Assim, na avaliação final o grupo ficou com 100/100 pontos.

Além disso, o grupo resolveu dividir os 40 pontos de avaliação individual (10 para cada participante). Por isso, só o estudante 3 ficou com menos pontuação individual, por não ter comparecido à apresentação do trabalho.

7.3.9 Planejamento sugerido para a aula 9/28

AULA	TEMA	RECURSOS DIDÁTICO-PEDAGÓGICOS
9	princípios da psicologia da forma e percepção visual aplicados a sistemas de identidades visuais pregnância, unidade, segregação, unificação, fechamento. figura e fundo, simetria formas indesejadas	aula dialogada conversa na roda 5 o que você vê aqui? exercitar a percepção visual, a partir de logotipos com princípios da psicologia da forma pesquisem marcas gráficas com princípios de psicologia da forma e tragam para a roda de conversa para discutir

Para a **aula 9** propõe-se uma discussão sobre princípios da psicologia da forma (GOMES, 2000) e percepção visual (ARNHEIN, 1996) aplicados à SIV, como se vê na Figura 7.29. Assim, além da aula dialogada, sugere-se uma conversa na roda com a pergunta “o que você vê aqui?”, para exercitar a percepção, além de uma visão crítica acerca de leituras indesejáveis.

A Figura 7.29 apresenta exemplos de apresentação de conteúdo para a aula 9.

Figura 7.29 – Exemplo de apresentação de conteúdo para a aula 9/28

princípios da psicologia da forma

segregação

**ao contrastar as formas,
o cérebro pode perceber
como coisas separadas, segregadas**

**isto pode servir para diferenciar
partes de uma identidade visual
destacar de uma unidade**

Potiguar
Náutico



(projeto criatif)

Fonte: a autora (2022)

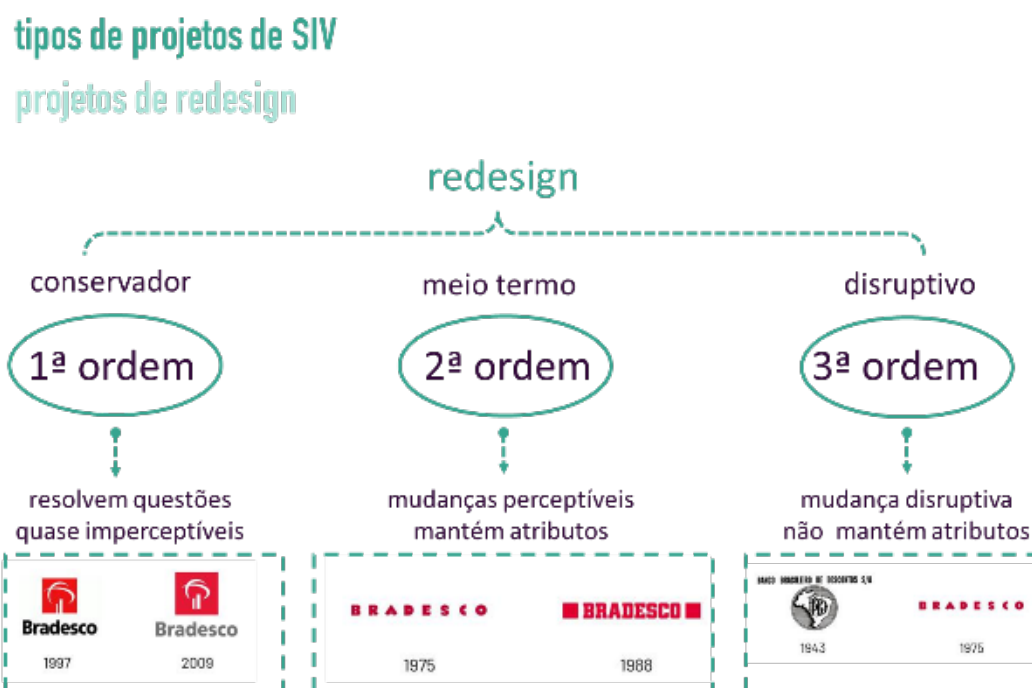
7.3.10 Planejamento sugerido para a aula 10/28

AULA	RECURSOS DIDÁTICO-PEDAGÓGICOS	RECURSOS DIDÁTICO-PEDAGÓGICOS
10	tipos de projetos (redesign e projeto novo) tipologia para redesign de identidades visuais	conversa na roda 6: seminário dirigido para estimular debate – tipologias para redesign aula dialogada exercício em casa 2 – em grupo pesquisar 3 projetos de redesign de marcas oriundas do seu estado; trazer as marcas resultantes do redesign e uma versão anterior; classificar o redesign em 1ª ordem, 2ª ordem e 3ª ordem

A **aula 10** sugere uma discussão acerca de tipos de projetos de criação de SIV: projetos novos e de redesign.

Além disso, expõe a tipologia para os projetos de redesign²², apresentada no item 5.5.4 deste documento, como exemplifica a Figuras 7.30. Como exercício de fixação sobre a nova tipologia, sugere-se um trabalho para ser realizado em casa.

Figura 7.30 – Exemplos de apresentação de conteúdo para a aula 10/28



Fonte: a autora (2022)

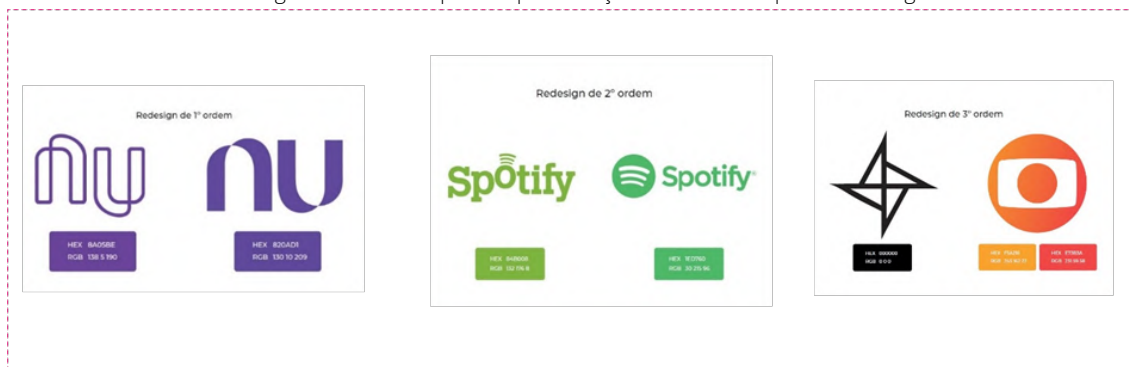
²² A tipologia para redesign pode ser vista em Matos e Coutinho (2019).

7.3.11 Planejamento sugerido para a aula 11/28

AULA	TEMA	RECURSOS DIDÁTICO-PEDAGÓGICOS
11	apresentação do exercício em casa 2 tipos de redesign	apresentação exercício em casa 2 – tipos de redesign aprendizagem coletiva – os estudantes podem aprender com outros grupos avaliação e orientação pós apresentação entrega final em data posterior, para reavaliação após ajustes distribuição de texto (8) Um olhar sobre as metodologias projetuais de design gráfico (MAGALHAES e SOUZA, 2014)

Para a **aula 11** propõe-se a apresentação do exercício tipos de redesign, com avaliação e orientação pelos professores, pós apresentação, como pode ser verificado na Figura 7.31.

Figura 7.31 – Exemplo de apresentação do exercício tipos de redesign



Fonte: a autora (2022)

Neste caso, sugere-se que a apresentação seja por amostragem de grupos voluntários, pois a intenção do exercício é praticar a classificação com marcas do cotidiano dos estudantes, além de promover uma aprendizagem coletiva.

Ao final, sugere-se distribuir o texto sobre metodologias projetuais para iniciar o conteúdo da próxima aula 12.

7.3.12 Planejamento sugerido para a aula 12/28

AULA	TEMA	RECURSOS DIDÁTICO-PEDAGÓGICOS
12	métodos projetuais e o Roda de Fuxico acordos sobre o projeto final motivado por uma necessidade real, cronograma de atividades e de avaliação	aula dialogada conversa na roda 7: definição de grupos e projetos de trabalho, acordos sobre etapas, cronograma e avaliação do projeto final apresentar possibilidades de recrutamento de projetos reais • conhecidos • projetos de pesquisa e extensão • convênio com SEBRAE • editais de seleção de empresas interessadas • outros?

Para a **aula 12** propõe-se um momento de discussão do tema sobre métodos projetuais para criação de sistemas de identidades visuais.

Sugere-se apresentar outros métodos específicos, como o de Peón (2011) e Wheeler (2012), além do método de ensino Roda de Fuxico, promovendo uma comparação entre suas abordagens.

Recomenda-se, ainda, a realização de uma conversa para definição de acordos para o projeto final. Indica-se que os trabalhos sejam realizados em grupo, para que a densidade das tarefas seja dividida entre os estudantes.

Quanto aos projetos, sugere-se que sejam reais e orienta-se algumas formas de recrutamento de instituições, junto aos estudantes. A Figura 7.32 mostra um exemplo de apresentação de conteúdo para a aula 12/28.

Figura 7.32 – Exemplo de apresentação de conteúdo para a aula 12/28



Fonte: a autora (2022)

7.3.13 Planejamento sugerido para a aula 13/28

AULA	TEMA	RECURSOS DIDÁTICO-PEDAGÓGICOS
13	fase reconhecer técnicas e instrumentos para coleta de dados do Roda de Fuxico	aula dialogada roda de conversa reconhecer designers em formação nome, habilidades, expectativas no projeto exercício em casa - 3 (1) adaptar instrumentos para reconhecer clientes, sujeitos, marcas similares, contexto histórico-cultural-aplicação e marca atual (para os casos de redesign) (2) levantar sujeitos apoiadores, indiferentes e oponentes (utilizadores, indiretos, primeiro contato e potenciais) (3) realizar coleta de informações

A aula 13 aborda o conteúdo referente à fase *Reconhecer*.

Reconhecer é o momento de planejamento e coleta das informações com os fuxiqueiros (*cliente*, *sujeitos* e *designers em formação*) e fatores (*marcas similares*, *contexto histórico-cultural* e *de aplicação* e *marca atual*, para os casos de redesign).

As atividades ocorrem por meio de uma aula dialogada, expondo suas técnicas e ferramentas. Recomenda-se um exercício em sala de reconhecimento dos designers em formação, destacando suas habilidades, repertório sobre o projeto, expectativas e inseguranças. Essas informações poderão ser anotadas no “caderno de mim”.

Como exercício em casa, sugere-se a adaptação dos instrumentos para se reconhecer os demais fuxiqueiros.

Ao final, sugere-se que se inicie a coleta de dados, com os fuxiqueiros e fatores que interferem na interpretação da instituição, até a próxima aula, onde ocorrerá orientação.

As técnicas e ferramentas para a fase projetual Reconhecer

Para operacionalizar as ações de planejamento e coleta das informações, sugere-se algumas técnicas e ferramentas.

Entrevistas semiestruturadas – Reconhecer cliente

Para reconhecer o cliente, utiliza-se entrevistas semiestruturadas, partindo-se de um roteiro contendo perguntas adaptadas para o contexto do projeto. O roteiro poderá ser formulado para colher informações sobre identificação do cliente, descrição da instituição, nome da marca, marcas similares, atributos de similaridade, atributos de diferenciação, desejos, problemas, memórias afetivas, cenários de aplicação, referências visuais, linguagem de comunicação e pontos positivos e negativos da marca atual, para os casos de redesign. Uma sugestão de roteiro é visto na Figura 7.33.

Figura 7.33– Sugestão de roteiro para reconhecer clientes

roda de fuxico – reconhecer clientes (roteiro de entrevistas para redesign)

- | | |
|---|---|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Qual o seu nome e que posição ocupa na instituição (*) 2. A instituição (*) já tem marca. O que vê de positivo nela?
Quais os motivos incentivaram a mudança? 3. Quanto ao nome da marca, você percebe necessidade de mudança? 4. Descreva sua instituição em algumas palavras 5. Cite marcas similares ou semelhantes à sua instituição 6. Que características você percebe nessas instituições similares? 7. Quais os diferenciais da sua instituição? 8. O que não pode faltar no seu projeto? 9. Há algo que não gostaria que tivesse no projeto? 10. Onde será aplicada a nova identidade visual? 11. Se houver aplicação física, como é/será o ambiente externo e a ambientação interna? 12. Quando você lembra da sua instituição, que memórias boas vêm à sua cabeça? 13. Cite desenhos de marcas (logotipos) que você acha incríveis
Por que? (não precisam ser do mesmo ramo de atuação) 14. Se a sua instituição fosse algo ou alguém, o que ou quem seria? 15. Que linguagem você imagina para a comunicação da sua instituição?
() formal () coloquial () muito informal
() local ou regional () universal | <div style="border-left: 1px dashed #008080; padding-left: 10px;"> <ol style="list-style-type: none"> (1) identificação do cliente (2,3) avaliação marca atual (4) descrição (5) marcas similares (6) atributos de similaridade (7) atributos de diferenciação (8) necessidades (9) restrições (10,11) cenário de aplicação (12) memórias (13,14) referências visuais (15) linguagem de comunicação <p>(*) instituição: empresa, entidade, personalidade, produto, evento ou serviço</p> </div> |
|---|---|

Fonte: a autora (2022)

Questionários – Reconhecer sujeitos

Para reconhecer os sujeitos, primeiramente identifica-se os tipos de sujeitos relacionados para cada projeto: *apoiadores, indiferentes, oponentes, utilizadores, indiretos, primeiro contato e potenciais*. Para o rol de sujeitos identificados, aplica-se entrevistas ou questionários, a partir de um roteiro de perguntas. Os formulários poderão ser projetados com a intenção de colher informações sobre perfil demográfico, tipo de sujeito, marcas similares, atributos de similaridade, atributos de diferenciação, memórias boas e negativas, referências visuais e pontos positivos e negativos da marca atual, para os casos de redesign, como na Figura 7.34.

Figura 7.34 – Sugestão de roteiro para reconhecer sujeitos

roda de fuxico – reconhecer sujeitos (roteiro para projetos de IV novas)

- | | |
|---|---|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Com que gênero você se identifica?
() feminino () masculino () nenhum dos 2 2. Qual a sua idade (*)?
() menos de 18 anos () de 18 a 29 anos
() de 30 a 50 anos () de 51 em diante 3. Você concorda com instituições (**) deste tipo?
() Sim, concordo
() Nem concordo, nem discordo
() Não concordo 4. Cite instituições similares ou semelhantes ao projeto de IV 5. Que características comuns você percebe nas instituições semelhantes? 6. Quais os diferenciais da instituição? 7. Quando você pensa em instituições deste tipo, que memórias vêm à sua cabeça? 8. Cite desenhos de marca (logotipos) que você acha incríveis. Por que? (Não precisam ser do mesmo ramo de atuação da instituição) 9. Se a instituição fosse algo ou alguém, o que ou quem seria? | <div style="border-left: 1px dashed #008080; padding-left: 10px;"> <ol style="list-style-type: none"> (1,2,3) perfil (4) marcas similares (5) atributos de similaridade (6) atributos de diferenciação (7) memórias boas ou negativas (8, 9) referências visuais <p>(*) idade: os intervalos podem variar conforme o conceito do projeto</p> <p>(**) instituição: empresa, entidade, personalidade, produto, evento ou serviço</p> </div> |
|---|---|

Fonte: a autora (2022)

Conversa na roda e “caderno de mim” – Reconhecer designers

Para reconhecer os designers em formação, realiza-se um reconhecimento da equipe de designers de cada grupo de trabalho.

Sugere-se, em roda de conversa, levantar o nome, apelido, habilidades e dificuldades. Ainda, coletar o que cada um pode contribuir e o que quer aprender com o grupo. Como instrumento de coleta, cada designer recebe um “caderno de mim”.

Pesquisa visual – Reconhecer marcas similares

Para reconhecer as marcas similares, que desempenham função análoga à da instituição, sugere-se coletar na internet ou fisicamente, com registros fotográficos, as *marcas similares* mencionadas pelos *clientes* e *sujeitos* nas respostas de suas entrevistas ou questionários, além daquelas identificadas pelos *designers em formação*.

Em seguida, indica-se reunir essas *marcas similares* em um painel.

Pesquisa bibliográfica – Reconhecer contexto

Para reconhecer o contexto histórico-cultural e de aplicação em que a instituição está inserida, sugere-se realizar uma pesquisa bibliográfica (GIL, 2019) para investigar a história e as relações culturais nas quais a instituição está inserida.

Para reconhecer o contexto de aplicação, sugere-se pesquisar fotos do ambiente externo e da ambientação interna onde a marca gráfica será aplicada, caso exista planejamento de aplicação em locais físicos.

Pesquisa visual e documental – Reconhecer marca atual

Por fim, para os casos de redesign, sugere-se **reconhecer a marca atual**, ou seja, aquela para a qual será realizado o trabalho de redesign. Para isso, coleta-se a marca atual e, se houver, o manual de identidade visual (MIV) da referida marca.

7.3.14 Planejamento sugerido para a aula 14/28

AULA	TEMA	RECURSOS DIDÁTICO-PEDAGÓGICOS
14	orientação dos grupos da fase reconhecer fase alinhar técnicas e instrumentos de análise de dados do Roda de Fuxico	orientação dos grupos (fase reconhecer) avaliação e apresentação de trabalho - orientação de questionários adaptados e informações coletadas - aprendizagem coletiva. aula dialogada roda de conversa alinhar designer em formação, analisando habilidades e expectativas de desenvolvimento dos designers no grupo e registrando saberes e estalos criativos sobre o projeto exercício em casa 4 – alinhar informações coletadas analisar informações coletadas com o cliente, sujeitos, contexto histórico-cultural-aplicação e marca atual, utilizando as técnicas apresentadas no Roda de Fuxico.

Para a **aula 14** propõe-se iniciar com orientação da realização da fase *Reconhecer*, para acompanhar as ações de adaptação dos instrumentos e a operação da coleta de dados.

A fase *Alinhar* é o momento de organizar e analisar os dados advindos da fase *Reconhecer*. Sugere-se uma aula dialogada, para expor suas técnicas e ferramentas. Por fim, indica-se um exercício para alinhar designer em sala de aula, com o intuito de analisar expectativas de aprendizagem, além de registrar saberes e estalos criativos dos estudantes.

As técnicas e ferramentas destacadas para a fase projetual Alinhar

Apreensão e síntese – Alinhar cliente

Para alinhar o cliente, utiliza-se apreensão e síntese (MORSE, 2003), com ações de degravar entrevistas, organizar informações, como exemplificado nas Figura 7.35 e 7.36, que mostram o alinhar cliente do projeto de SIV para um candidato a vereador de Natal-RN.

Figura 7.35 – Exemplo de alinhar cliente – apreensão

roda de fuxico – alinhar clientes – exemplo (*)

(dados reais extraídos das entrevistas com clientes para construção da IV de um candidato a vereador de Natal)

apreensão

(476 palavras)

(...)

Candidatura construída por muitas das nossas vozes, movida por muitas das nossas lutas. Pelas restrições legais do TSE e pela diversidade de inserções políticas, temos o nome de VV à frente, mas, na verdade, somos um movimento coletivo de trabalhadoras, trabalhadores e jovens, somos mulheres e homens, negras e negros, LGBTQs de todas as cores. Queremos construir um outro mundo possível para todas e todos e, até lá e por meio deste movimento, fortaleceremos as seguintes lutas em Natal: por uma educação municipal pública, gratuita e de qualidade social para a classe trabalhadora; pela cultura como direito humano, política pública e resistência popular; Luta pelas vidas LGBTQ+; e por políticas de trabalho, emprego e renda para a classe trabalhadora natalense. O projeto é baseado em alguns "princípios", como coletividade, diversidade, defesa intransigente pelos direitos humanos, participação popular, entre outros, como cabe a uma campanha socialista. A candidatura é um processo coletivo, que envolve a participação de movimentos sociais, e que tem na figura de Victor a representação de um projeto no qual o horizonte é revolucionário. É também um projeto de disputa não somente, mas também estética, internamente ao PSOL; uma tentativa de dar outra cara para as candidaturas do partido, que não carregue a herança endurecida da militância sindical e que possa servir de inspiração às pessoas que, diante da conjuntura, carecem de figuras com as quais se identifiquem. Uma candidatura que consiga dialogar com as camadas da sociedade que mais sofrem com a opressão e a exploração.

Fonte: a autora (2022)

Na etapa de síntese, as ações são de separar, sintetizar e destacar as palavras-chave. Para a construção do texto síntese, podem ser levadas em conta as categorias definidas na fase *Reconhecer*: identificação do cliente, descrição da instituição, nome da marca, marcas similares, atributos de similaridade, atributos de diferenciação, desejos, problemas, memórias afetivas, cenários de aplicação, referências visuais, linguagem de comunicação, além de pontos positivos e negativos da marca atual, para os casos de redesign. Ainda, podem-se utilizar um aplicativo para resumo, como, por exemplo, o de uso gratuito *turbinetext*²³.

Ao final da fase *Alinhar cliente*, tem-se um texto síntese e palavras-chave que representam a entrevista realizada, como na Figura 7.36

Figura 7.36 – Exemplo de alinhar cliente – síntese

roda de fuxico – alinhar clientes – exemplo (*)

(dados da síntese para construção da IV de um candidato a vereador de Natal)

síntese

(161 palavras)

Candidatura para **Natal** cujo diferencial é ser de muitas **vozes**, com **horizonte** revolucionário. Tem o **carisma** de **VV à frente**, mas um movimento **coletivo** para **todes** trabalhadores, jovens, mulheres e homens, negras e negros, LGBTQs de **todas as cores**. Vem dar **outra cara** para as candidaturas do partido, que não carregue a **herança endurecida** da militância sindical e que sirva de **inspiração** aos que carecem de figuras de identificação, dialogando com quem sofre com a **opressão e a exploração**. Campanha socialista para defesa dos direitos humanos básicos, como **educação pública**, gratuita de qualidade e **trabalho digno**.

Como **similares**, Marielle Franco, Talíria Petrone, Marcelo Freixo, Jean Wyllis, Tarcísio Mota, Glauber Braga, Aretha Melo (PSOL 2016), Aldiclesio (2018), Amanda Gurgel (PSTU 2016), Natália Bonavides (PT 2016, 2018), Aurea, Divaneide, Fábio Félix (2014, 2018), Robério (2014), Luciana Genro (2014), Hailey Kass (2018). **Gosta das marcas** Marielle Franco, Aretha Melo, Multishow, Talíria, Flávio Serafim, Freixo, por causa das fontes, cores, **desenhos simples** que **representam luta**.

Fonte: a autora (2022)

Apreensão e síntese – alinhar sujeitos

Para alinhar os sujeitos, utiliza-se também as fases de apreensão e síntese de Morse (2003). Como os sujeitos geralmente são em maior número do que os clientes, recomenda-se alinhar as respostas dadas a cada pergunta, para depois construir um texto síntese. Para a construção da síntese também podem ser levadas em conta as categorias definidas na fase *Reconhecer*: perfil demográfico, tipo de sujeito, marcas similares, atributos de similaridade, atributos de diferenciação, memórias boas e negativas, referências visuais, pontos positivos e negativos da marca atual, nos casos de redesign, além de identificar os tipos de sujeitos entrevistados.

Ao final da fase *Alinhar sujeitos*, tem-se um texto para cada tipo de sujeito e palavras-chave que representam as entrevistas realizadas, como apresentado na Figura 7.37.

²³ Disponível em: <https://www.turbinetext.com/pt>. Acesso em: 24 mar. 2023.

roda de fuxico – alinhar sujeitos – exemplo (*)

(dados reais extraídos da construção da IV de um candidato a vereador de Natal)

síntese

(140 palavras)

Para os apoiadores utilizadores a campanha é **LGBT, jovem, de trabalho, estudo, luta, voz, força. Esperança** de mudança e **qualificação no cenário político** a fim de uma sociedade mais **igualitária** e saudável. E as marcas incríveis são Amanda, Natália Bonavides, Aurea Carolina, LGBTQI+, Carrefour, Barack Obama, marcas que abordem combate ao racismo, LGBTQfobia e que seja classista e descentralizada, pois são sensíveis, inspiradoras, luta, LGBT, combatem a violência, têm **humildade, empatia, coletividade**.

Para os oponentes indiretos, o partido **só enxerga o lado dos trabalhadores e não pensa na economia e nos empresários. Irresponsáveis, incompetentes** inconsequentes, roubam muito mais. É um partido de classe média e **elite** metido a **extremista** de esquerda. Defendem bandido e “vagabundagem, disfarçados de movimentos sociais.. Têm medo de transformarem a cidade em Havana.

Os **indiferentes indiretos ainda não pesquisaram** sobre proposta de trabalho de vereadores da sigla.

Fonte: a autora (2022)

“Caderno de mim” – Alinhar designers em formação

Para alinhar os designers em formação, os estudantes de cada grupo se reúnem em roda, para que cada um preencha o “caderno de mim” com ideias, desenhos, colagens, estalos criativos, descobertas, incertezas, alegrias, frustrações, entre outros. Ao final da fase *Alinhar designers*, tem-se um texto com informações e palavras-chave que representam a visão dos designers em formação sobre o projeto, como pode ser visto na Figura 7.38.

Figura 7.38 – Alinhar designer em formação

roda de fuxico – alinhar designers – exemplo (*)

(dados reais, para a construção da IV de um candidato a vereador de Natal)

estalos criativos

ideia de usar uma
flor com o nome VV
nas pétalas
fazer o próprio rosto
do VV como mascote
da campanha



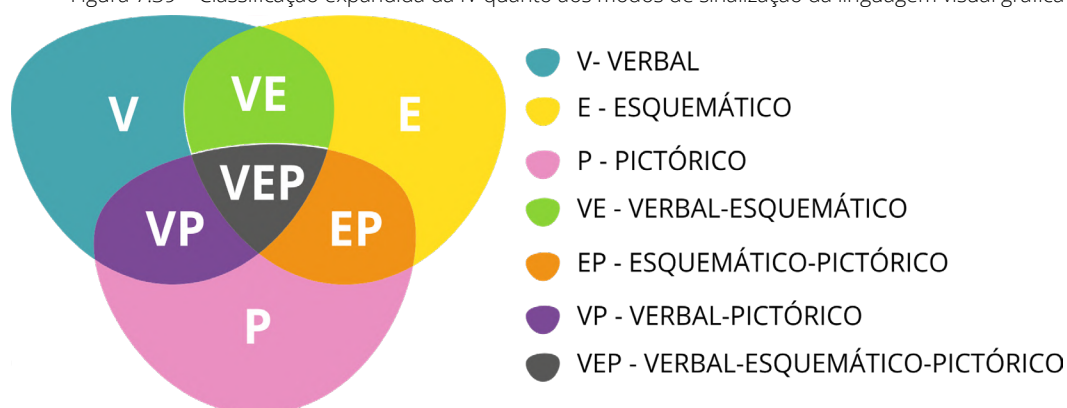
Fonte: a autora (2022)

Critérios para análise de similares²⁴ – Alinhar marcas similares

Para alinhar as marcas similares, utiliza-se os critérios desenvolvidos, a fim de comparar os elementos das marcas gráficas similares, incentivando um olhar mais sistematizado para a análise.

Quanto à linguagem visual gráfica, expandiu-se o esquema proposto por Twyman (1979, 1982, 2004), para classificar os modos de simbolização do signo e logotipo: (V) verbal, (E) esquemático, (P) pictórico, (VE) verbal-esquemático, (VP) verbal-pictórico, (EP) esquemático-pictórico e (VEP) verbal-esquemático-pictórico.

Figura 7.39 – Classificação expandida da IV quanto aos modos de sinalização da linguagem visual gráfica



Fonte: Matos e Coutinho (2021a), a partir de Twyman (1979, 1982, 2004).

Como forma de exemplificação, apresenta-se na Figura 7.40 um exemplo de cada tipo de marca gráfica *quanto ao modo de simbolização da linguagem visual gráfica*.

Figura 7.40 – Exemplos de classificação expandida da identidade visual quanto à linguagem visual gráfica

Quanto à linguagem visual gráfica	Exemplo de marca
VERBAL	
ESQUEMÁTICO	
PICTÓRICO	
VERBAL-ESQUEMÁTICO	
VERBAL-PICTÓRICO	
ESQUEMÁTICO-PICTÓRICO	
VERBAL-ESQUEMÁTICO-PICTÓRICO	

Fonte: Matos e Coutinho (2021a)

²⁴ Os critérios para análise de similares podem ser vistos em Matos e Coutinho (2021a)

Para *analisar as marcas similares quanto à representação da sua função*, desenvolveu-se os critérios a partir da classificação de Peón (2011) para símbolos: figurativo, ideograma, tipográfico e abstrato. Assim, se a marca similar representar sua função de forma explícita ou literal, será considerada figurativa; se representar uma ideia ou conceito vinculados à sua função, será considerada ideograma. Por outro lado, se a marca similar não tiver a intenção de representar sua função ou não significar nada à primeira vista, será considerada abstrata. Por último, se a marca representar a sua função por meio de letras e números, será tipográfica, como pode ser visto na Figura 7.41.

Figura 7.41 – Classificação da marca quanto à representação da sua função

Quanto à representação da sua função	Exemplo de marca	Função da marca
FIGURATIVA OU LITERAL		Oferecer lanches (sanduíches)
IDEOGRAMA		Comercializar hospedagens
ABSTRATA		Fabricar produtos esportivos
TIPOGRÁFICA		Fabricar produtos de higiene pessoal

Fonte: Matos e Coutinho (2021a), a partir de Peón (2011)

O terceiro critério definido para *análise de similares* foi *quanto ao logotipo*. Sugere-se observar nos logotipos a composição tipográfica utilizada: verificar o tipo da letra utilizada (serifada, sem serifa, decorativa ou fantasia, manuscrita ou não latina). Sugere-se ainda comparar os logotipos em relação à sua formatação (caixa alta, caixa baixa, caixa alta e baixa e versalete) e com o tipo de letra utilizado. A Figura 7.42 apresenta os referidos critérios.

Figura 7.42 – Critérios de comparação quanto ao logotipo

Quanto ao logotipo		Quanto ao logotipo	
Quanto ao tipo de letra (em Fonte ou Letreiramento)	Exemplo de marca	Quanto à formatação	Exemplo de marca
SERIFADA		CAIXA ALTA	
SEM SERIFA		CAIXA BAIXA	
DECORATIVA OU FANTASIA		CAIXA ALTA E BAIXA	
MANUSCRITA CURSIVA		VERSAL E VERSALETE	
NÃO LATINA			
VERNACULAR			

Fonte: a partir de Matos e Coutinho (2021a), Rocha (2005) e Wheeler (2012)

O quarto critério definido para *análise de similares* foi *quanto às cores*. Sugeriu-se avaliar a temperatura (quente ou fria) e alguns esquemas de harmonias cromáticas (monocromático, análogo, complementar ou triádico), a partir dos estudos de Fraser e Banks (2011) e Guimarães (2002), além do critério quanto ao brilho e saturação (contém cores claras, escuras, saturadas e dessaturadas).

Figura 7.43 – Critérios de comparação quanto às cores

Quanto à temperatura das cores	Exemplo de marca
POSSUI CORES QUENTES	
POSSUI CORES FRIAS	
Quanto à harmonia das cores	Exemplo de Marca
ACROMÁTICA (OU PB)	
MONOCROMÁTICA	
ANÁLOGA	
COMPLEMENTAR	
TRIÁDICA	
MULTICOLORIDO	
Quanto ao brilho e saturação	Exemplo de Marca
POSSUI CORES ESCURAS	
POSSUI CORES CLARAS	
POSSUI CORES SATURADAS	
POSSUI CORES DESSATURADAS	

Fonte: a partir de Matos e Coutinho (2021a), Guimarães (2002) e Fraser e Banks (2011).

O quinto critério definido para análise de similares foi *quanto aos elementos da identidade visual*. Indicou-se observar se há *linha de conceito*, *suporte*, *grafismos* e *mascotes* associados à marca, a partir de definições vistas em Peón (2011) e Wheeler (2012).

A Figura 7.44 apresenta esses critérios.

Figura 7.44 – Critérios de comparação quanto aos elementos da IV

Quanto aos elementos da IV	Exemplo de marca
POSSUI LINHA DO CONCEITO	
POSSUI SUPORTE	
POSSUI GRAFISMOS	
POSSUI MASCOTE	

Fonte: Matos e Coutinho (2021a), a partir de Peón (2011) e Wheeler (2012).

Após a fase de Experimentação, criou-se o sexto critério para análise de similares: *quanto à linguagem de comunicação*. Se a linguagem é formal, coloquial, vernacular ou universal, a partir de Finizola (2010). A Figura 7.45 apresenta tais critérios.

Figura 7.45 – Critérios de comparação quanto à linguagem de comunicação

Quanto à linguagem de comunicação	Exemplo de marca
FORMAL seriedade	
COLOQUIAL despojado	
VERNACULAR atributos regionais ou locais	
UNIVERSAL atributos universais	

Fonte: a autora (2022), a partir de Finizola (2010)

Como resultado, sugere-se realizar um resumo contendo os atributos (palavras-chave) das marcas similares que o projeto da marca gráfica quer seguir para pertencer ao grupo e que atributos das marcas similares o projeto quer resistir para se diferenciar.

Apreensão e síntese – Alinhavar o contexto

Para **alinhar o contexto histórico-cultural e de aplicação** utiliza-se também as fases de apreensão e síntese de Morse (2003).

As ações desta subfase são de organizar, separar, sintetizar e classificar as informações em palavras-chave a partir dos textos da revisão de literatura sobre a história e a cultura que envolvem a instituição.

Além disso, sugere-se destacar características do local físico de aplicação da marca gráfica, caso exista. Ao final da fase *Alinhavar contextos*, tem-se um texto síntese e palavras-chave que representam o contexto histórico-cultural e de aplicação do projeto.

A Figura 7.46 mostra um exemplo de apreensão e síntese do contexto histórico de uma instituição cujo contexto se refere ao processo de adoção.

Figura 7.46 – Exemplo de alinhar contexto cultural de uma instituição - síntese

roda de fuxico – alinhar contexto histórico-cultural

(exemplo da cultura que envolve processos de adoção)

síntese

(160 palavras)

Apesar da **glamourização atual** e dos avanços das condições e leis que amparam o processo de adoção, este ainda recebe influências histórico-culturais que o associam a **mitos e preconceitos**, como: **caridade, infertilidade, condição de inferioridade** em relação aos filhos biológicos, além dos preconceitos morais relativos aos processos específicos relacionados aos **casais homoafetivos**.

No Brasil, o processo de irrevogabilidade do ato de adotar iniciou para crianças **até 7 anos**, o que pode reforçar a preferência de adoção dentro dessa faixa etária. Além disso, a **adoção à moda brasileira**, ilegal, ainda é prática recorrente, o que reforça a ideia de esconder o ato de adoção, tanto para a sociedade, como para a própria pessoa adotada, com o intuito de **esconder a adoção**, como se fosse motivo de **vergonha ou humilhação**.

A ação de adotar, portanto, ainda está associada muito mais a **resolver problemas de casais** que não têm condição de ter filhos biológicos do que **atender a desejos naturais de realizar adoção**.

Fonte: a autora (2022) e projeto Criatif (2018)

Avaliação por lista de verificação – Alinhar marca atual

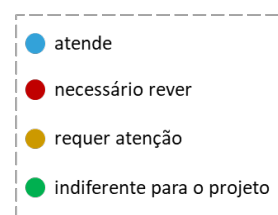
Para **alinhar a marca atual**, nos casos de redesign, sugere-se realizar uma síntese dos pontos positivos e negativos apontados pelo cliente e sujeitos na fase *Reconhecer*. Além disso, sugere-se que os designers em formação realizem uma avaliação da marca atual por meio da técnica avaliação por lista de verificação, vista na Figura 7.47.

Ao final da fase *Alinhar marca atual*, tem-se um texto síntese e palavras-chave que representem a avaliação do cliente, dos sujeitos e do designer sobre a marca atual.

Figura 7.47 – Avaliação por lista de verificação

avaliação por lista de verificação – permitir análise técnica da marca atual

1. A marca é coerente com o conceito que foi definido?
2. A marca é fácil de ser aprendida e identificada, com linguagem clara e simples?
3. A marca tem algum elemento que ajuda a ser inserida ao grupo que pertence?
4. A marca tem alguma originalidade com relação ao mercado no qual se insere?
5. Não se observa conotações negativas na gestalt gerada pela marca?
6. O nome da marca é fácil de ser lido, escrito, pronunciado e lembrado?
7. O nome da marca não tem conotações negativas, ofensivas ou inadequadas?
8. O nome da marca facilita as extensões da marca?
9. O logotipo tem legibilidade e leiturabilidade?
10. O logotipo foi desenvolvido com letramento?
11. O símbolo pode ser usado separadamente do logotipo?
12. O símbolo é reconhecível o para o menor tamanho definido para a marca?
13. As ampliações (até 2m de altura) e reduções (até 1cm de altura) são possíveis?
14. A relação entre símbolo e logotipo obedecem proporções?
15. Os elementos da marca estão opticamente alinhados?
16. A marca funciona em mídias impressas e digitais?
17. É viável sua aplicação em diversos tipos de materiais e processos?
18. A marca funciona para aplicações verticais e horizontais (existem 2 versões)?
19. A marca funciona para policromia, monocromia positiva, negativa e tons de cinza?
20. A marca possui versão em modo traço?
21. Há especificações de uso da marca em fundos claros e escuros?
22. Possui paleta de cor principal e acessória com definições em RGB, HSB, CMYK e hexadecimal?
23. Possui definição de tipografia para texto para uso nas aplicações?
24. Foram desenvolvidos signos para apoio às aplicações?
25. Foram desenvolvidas diversas aplicações que facilitem a repetição nos pontos de contato?
26. A marca contempla ideia de animação?
27. A marca contempla ideia de mutação?
28. A marca permite futuras expansões?



Fonte: apresentação de aula do Roda de Fuxico, a partir de Matos (2017)

7.3.15 Planejamento sugerido para a aula 15/28

AULA	TEMA	RECURSOS DIDÁTICO-PEDAGÓGICOS
15	orientação dos grupos da fase alinhar fase arrematar técnicas e instrumentos para interpretação de dados e desenvolvimento das estratégias do Roda de Fuxico	orientação dos grupos (fase alinhar) apresentação de trabalho de uma amostra dos grupos orientação de dados alinhavados aprendizagem coletiva – os estudantes podem aprender com outros grupos aula dialogada exercício em casa 5 – em grupo – arrematar informações analisadas criar quadro de atributos, costura de atributos, conceitos, decisões projetuais/estratégia, painéis inspirativos apresentar aos clientes os resultados validação dos conceitos e/ou refazer costura com clientes

Para a **aula 15** propõe-se iniciar com orientação da realização da fase *Alinhar*, para acompanhar o desenvolvimento dos projetos e dirimir dúvidas que possam surgir sobre as ações de análise das informações.

Em seguida, sugere-se a exposição da fase *Arrematar*, por meio de aula dialogada, para apresentar suas técnicas e ferramentas.

A fase *Arrematar* é o momento de realizar a interpretação das informações analisadas e tomar partido, escolher caminhos a seguir. Para sua operação, foram destacadas técnicas apresentadas para cada subfase.

As técnicas e ferramentas destacadas para a fase projetual Arrematar

Apresenta-se as técnicas e ferramentas disponíveis para a fase *Arrematar*, exemplificando sua aplicação por meio do projeto de criação de SIV da candidatura a vereador de Natal-RN, coordenado pela pesquisadora em 2018.

Quadro de atributos

Para o arremate das informações, primeiramente preenche-se o instrumento quadro de atributos com palavras-chave advindas da fase *Alinhar*, a partir dos clientes, sujeitos e designers, das marcas similares, contexto histórico-cultural, aplicação e da marca atual. Tais palavras-chave são escolhidas e organizadas no quadro de atributos, como características que representem **similaridade, diferenciação, problemas, desejos, memória afetiva e críticas**.

Costura de atributos

Depois de dispostas as palavras-chave no quadro de atributos, identifica-se relações entre as mesmas, costurando-as para formar conceitos. A Figura 7.48 apresenta o conceito “corrente solidária”, a partir da costura de atributos.

Figura 7.48 – Costura de atributos e conceituação

roda de fuxico – arrematar – exemplo (*)

CONCEITO 2
Corrente solidária

(*) simulação de costura para construção da IV de um candidato a vereador de Natal

ATRIBUTOS	SIMILARIDADE	DIFERENCIAÇÃO	PROBLEMAS	DESEJOS	MEMÓRIA AFETIVA	CRÍTICAS
CLIENTE	todas as cores luta sol	natal terra do sol horizonte nova cara	herança endurecida protagonismo VV	educação pública trabalho digno	vozes	
SUJEITOS	luta jovem	LGBT convivência qualificação	medo de transformarem a cidade em Havana.	combater LGBTfobia	esperança corrente	só pensa nos trabalhadores e não na economia extremistas
DESIGNER		representar horizonte fazer mascote rosto VV retreiramento arredondado		check pronto		
SIMILARES	verbal-pictórico ideograma fonte comercial fonte sem serifa cores quentes monocromático	verbal-esquemático-pictórico figuraativa retreiramento nova tria triádica ou complementar				
CONTEXTO	esquerda	evitar vermelho	opressão exploração			
MARCA ATUAL						

Fonte: apresentação de aula do Roda de Fuxico (2022)

Sugere-se que se defina mais de um conceito, a partir da escolha e costura de atributos diferentes, exercitando a visão de que não há uma única forma de interpretar os atributos percebidos de uma instituição.

Nos casos de redesign, sugere-se ainda, como exercício, criar um conceito para o redesign de 1ª ordem, escolhendo atributos que remetam à resolução de problemas da marca atual (MATOS; COUTINHO, 2019).

Definição de estratégia

Para cada conceito definido, desenvolve-se a estratégia que represente o que se deve fazer para se criar uma identidade visual que se adeque ao conceito e atributos, de acordo com a costura realizada.

A estratégia é construída em forma de texto ou história contada, como nas rodas de fuxico. Os títulos que guiam essa história são: o que a identidade visual pretende resolver (problemas); o que pretende atender (desejos); que atributos pretende fazer pertencer (similaridades); que atributos pretende resistir (diferenciação); que memórias pretende relembrar; e, por fim, as críticas que pretende evitar.

A Figura 7.49 apresenta a estratégia para o conceito “corrente solidária”.

Figura 7.49 – Estratégia para o conceito “corrente solidária”

roda de fuxico – arrematar – exemplo (*)

(*) simulação para construção de conceitos para a IV de um candidato a vereador de Natal

Estratégia – conceito 2 - corrente solidária

O que ele pretende resolver (problemas)

Carregar explicitamente a bandeira LGBT, possuir um letramento que é confortável, se opondo à imagem agressiva que é atribuída aos filiados ao PSOL. Não usar o solzinho do PSOL, dando uma nova cara à candidatura

O que pretende atender (desejos)

Atender ao desejo de renovação da cara das candidaturas pelo letramento arredondado e signo simples. Expressar o diálogo através da corrente que forma o sol que também remete ao check-pronto. Passar pluralidade através das cores, além de abraçar a bandeira LGBT

Que atributos pretendem fazer acomodar (similaridades)

Cores quentes, passar a ideia de união/multidão

Que atributos pretendem fazer resistir (diferenciação)

Letramento arredondado e confortável, com impacto sem tanta agressividade, representar Natal, terra do sol

Que memórias pretende fazer lembrar

Corrente

Que críticas pretende evitar

Não pensa na economia

Fonte: apresentação de aula do Roda de Fuxico (2022)

Decisões projetuais

A partir da estratégia, define-se decisões projetuais, que significam o modo de realizar a estratégia estabelecida, ou como atingi-la. Como exemplo de decisão projetual, pode-se citar a criação de uma paleta de cor bem colorida, como forma de atender desejos e resolver o problema de carregar explicitamente a bandeira LGBT.

Figura 7.50 – Decisões projetuais para o conceito “corrente solidária”

roda de fuxico – arrematar – expressões-chave - exemplo (*)

(*) simulação de costura para construção da IV de um candidato a vereador de Natal **CONCEITO 2 - Corrente solidária**

Decisões Projetuais

Ter logotipo e signo (verbal e pictórico).
Sendo o signo figurativo.

Paleta com cores bem coloridas, mas um pouco diferente da bandeira LGBT.

Criar uma linha do conceito que diga algo como “pluralidade e qualificação” ou “diálogo e pluralidade”

Fazer uma alternativa com o sol no horizonte

Propor uma alternativa com amarelo

Propor uma alternativa para diversidade, como o quadro Operário de Tarsila do Amaral

Pretende resolver o problema de se diferenciar dos demais, mas ser facilmente reconhecido.

Pretende resolver o desejo de expressar causas de diversidade, mas também explicita que não trabalhará apenas para um público reservado.

Pretende resolver o desejo do diálogo e de mudança e qualificação no cenário político.

Pretende resolver o desejo de horizontalidade na campanha e o desejo de se manter uma relação com o PSOL.

Pretende resolver o desejo de se manter uma relação com o PSOL e exclui o vermelho ligado ao PT.

Pretende resolver o desejo de pluralidade e a questão de falta de consenso do protagonismo de Victor.

Fonte: apresentação de aula do Roda de Fuxico, a partir de Matos (2017)

Painel inspirativo

Para a criação do painel inspirativo, sugere-se que se reúna elementos que apresentem a interpretação do conceito elencado, com sua estratégia e decisões projetuais. A Figura 7.51 apresenta um painel inspirativo criado para o conceito “corrente solidária”.

Figura 7.51 – Painel inspirativo para o conceito “corrente solidária”

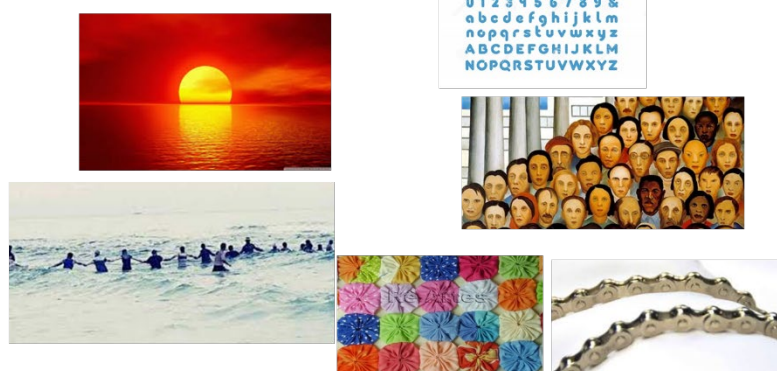
roda de fuxico – arrematar – exemplo (*)

(*) simulação para construção de painel de inspiração a IV de um candidato a vereador de Natal

PAINEL INSPIRATIVO

CONCEITO 2

Corrente solidária



Fonte: apresentação de aula do Roda de Fuxico, a autora e Projeto Criatif (2018)

Ao final do *Arrematar*, indica-se realizar uma **reunião com os clientes**, para apresentar a costura de atributos, os conceitos desenvolvidos, as decisões projetuais e o painel de inspiração de cada conceito.

Na reunião, os clientes verificam se concordam com os caminhos de interpretação e escolhem um ou dois partidos a serem desenvolvidos como alternativa de identidade visual.

Caso não se identifiquem com o arremate realizado, os clientes podem refazê-lo, juntamente com os designers em formação, criando um novo conceito e/ou estratégia e decisões projetuais, durante a própria reunião.

7.3.16 Planejamento sugerido para a aula 16/28

AULA	TEMA	RECURSOS DIDÁTICO-PEDAGÓGICOS
16	aula prática e orientação – fases iniciais	aula prática para reconhecer, alinhar e arrematar apresentação da resposta do cliente aos resultados do arrematar orientação dos grupos aprendizagem coletiva – os estudantes podem aprender com outros grupos

Para a aula 16 propõe-se um encontro para prática e orientação em relação às fases iniciais: *Reconhecer*, *Alinhar* e *Arrematar*.

Sugere-se que uma amostra do grupo de estudantes apresente as três fases projetuais com o objetivo de dirimir dúvidas, reorientar projetos e oferecer sugestões de melhoria. É um momento também de acompanhamento dos estudantes em seus trabalhos e reajuste de prazos e condições, se necessário for.

7.3.17 Planejamento sugerido para a aula 17/28

AULA	TEMA	RECURSOS DIDÁTICO-PEDAGÓGICOS
17	apresentação das fases iniciais do projeto	orientação dos grupos (fases reconhecer, alinhar e arrematar) avaliação e orientação pós apresentação entrega final em data posterior, para reavaliação após ajustes

Para a **aula 17** propõe-se a apresentação das fases iniciais *Reconhecer*, *Alinhar* e *Arrematar* por todos os grupos de trabalho.

Sugere-se que os estudantes apresentem seus trabalhos das fases iniciais, para uma primeira avaliação, e que tenham a oportunidade de reenviar o projeto após a realização das alterações sugeridas durante a apresentação.

Recomenda-se utilizar o instrumento de avaliação disponibilizado pelo Roda de Fuxico, com a intenção de apoiar o processo de valoração dos trabalhos, apontando pontos positivos e negativos de cada projeto.

7.3.18 Planejamento sugerido para a aula 18/28

AULA	TEMA	RECURSOS DIDÁTICO-PEDAGÓGICOS
18	fase desenhar técnicas e instrumentos para auxiliar o desenvolvimento gráfico de alternativas do Roda de Fuxico pesquisa de nomes no INPI registro de marca	aula dialogada e prática da fase desenhar exercício em sala 5 – definir ou criar nome – busca no INPI desenvolvimento de esboços à mão, em grupo orientação dos grupos exercício em casa 6 – desenhar alternativas (1 para cada conceito) desenhar alternativas à mão e em vetor: logotipo, signo e linha de conceito; criar módulo para definir proporção entre elementos, grade de construção, paleta de cor principal e acessória, fonte auxiliar para texto e suporte. se redesign, sugere-se exercitar uma alternativa de 1ª ordem

Para a **aula 18** propõe-se iniciar a apresentação da fase Desenhar, suas técnicas e instrumentos destacados para o desenvolvimento de alternativas, por meio de aula dialogada, além de realizar um momento de prática em sala.

Desenhar é a fase de desenvolver os **elementos** que compõem cada alternativa da identidade visual, sobretudo os primários e secundários, caso existam, e suas relações de composição: **o nome**, para os casos em que não foi definido *a priori* ou que precisa de mudança; **o logotipo**; **o signo**; **a linha do conceito**; **o suporte**; **a proporção entre os elementos**; **a grade de acomodação**; **a paleta de cor principal e a paleta de cor auxiliar**; e **a tipografia auxiliar**. Os elementos complementares podem ser desenvolvidos na fase *Montar*.

Na fase *Desenhar* desenvolve-se uma alternativa para cada conceito definido na fase *Arrematar*. Para os casos de redesign, sugere-se, como exercício, a criação de mais uma alternativa, com redesign de 1ª ordem, onde resolve-se somente os problemas verificados da marca atual, com exceção daqueles casos em que o cliente sinalize a intenção de se distanciar graficamente da marca atual com o projeto de redesign.

Como prática em sala de aula, recomenda-se um exercício em grupo de definição ou criação do nome, além de esboços à mão da identidade visual, para orientação.

Sugere-se, ainda, um exercício para casa de desenvolver alternativas em vetor: logotipo, signo e linha de conceito. Além da definição de módulo de proporção e a grade de acomodação, criação de paletas de cor e tipografia auxiliar.

A partir de Coutinho *et al.* (2008), de Ostrower (1990) e de Wong (2010), entende-se que a fase *Desenhar* tem uma abordagem objetiva, onde orienta-se por seguir estratégias e decisões projetuais definidas no *Arrematar*. Por outro lado, possui ainda uma abordagem intuitiva, onde verte sentimentos e emoções durante o processo, oriundos do inconsciente permeado de incertezas. Ademais, como um sentido do próprio design, para além da expressão objetiva e intuitiva, há aspectos da perspectiva comunicacional, com a intenção de o desenho ser percebido e comunicar conceitos de pertencimento e/ou diferenciação.

As técnicas e ferramentas destacadas para a fase projetual Desenhar

Para a fase *Desenhar* foram escolhidas e desenvolvidas técnica e ferramentas além da recomendação de uso do “caderno de mim”, que sobretudo na fase *Desenhar*, pode ser relevante para acolher estalos criativos, cores, cheiros, dúvidas, descobertas, entre outros.

Criação do nome

Primeiramente, para criação do nome, pode-se utilizar o **quadro de atributos** e costurar atributos que revelam nomes ou mesmo partir deles para utilizar a técnica de **mapa mental** (PAZMINO, 2015) e expandi-los em possíveis nomes.

Sugere-se ainda uma associação à técnica **tempestade de ideias** (PAZMINO, 2015), em que os participantes são estimulados a falar nomes espontaneamente. As ideias de nomes também podem ser organizadas em um **mapa mental** (PAZMINO, 2015), onde novas ideias podem surgir a partir de relações semânticas.

Com base em uma lista de nomes, faz-se a **escolha de um** pelos participantes do processo. Ao escolher, sugere-se realizar **avaliação do mesmo** com sujeitos potenciais, em relação à sonoridade, ao ritmo e à sua funcionalidade.

A **classificação de nomes** de Rodrigues (2013) também pode gerar possibilidades, ao se conhecer tipos diferentes de nomes e combinações. O autor estudou três modelos de classificação (CHAVES, 1990; MOLLERUP, 1998; ROOM, 1987) e definiu nove tipos de nomes, que podem ser vistos na Figura 7.52.

Figura 7.52 - Classificação de nomes por Rodrigues (2013)

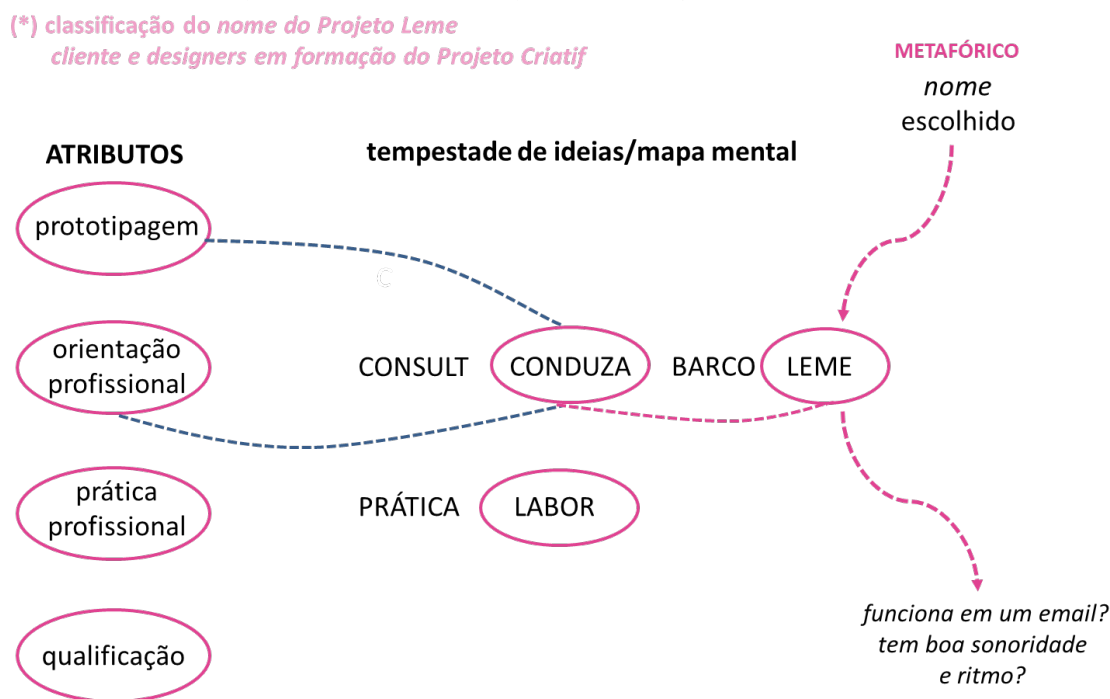
(1) patronímicos	baseados no nome do fundador	
(2) descritivos	descrevem a natureza da instituição (a sua função) de forma direta	
(3) toponímicos	referem-se a um lugar, sem fazer alusão à atividade diretamente	
(4) metafóricos	descrevem a natureza da instituição (a sua função) de forma indireta	
(5) encontrados	nomes existentes, mas que não trazem significado imediato em relação à função da instituição	
(6) artificiais	palavras novas, que não fazem parte do dicionário	

(7) abreviações de iniciais	tais abreviações formam ou não outras palavras	
(8) abreviações de não iniciais	tais abreviações formam ou não outras palavras	
(9) nome de <i>status</i>	remetem à condição de <i>status</i> pelo significado do nome	

Fonte: a autora (2021), a partir de Rodrigues (2013) e de imagens do site Mundo das Marcas – Disponível em: <http://mundodasmarcas.com.br>. Acesso em: 24 mar. 2023.

Um exemplo de processo de criação de nome para uma identidade visual pode ser visto na Figura 7.53.

Figura 7.53 – Processo de criação de um nome para identidade visual



Fonte: apresentação de aula do Roda de Fuxico (2022)

Definição de tipografia para texto

Para definição da tipografia auxiliar para compor textos do sistema de identidade visual, sugere-se a seleção de famílias tipográficas com características que atendam às decisões projetuais. Por exemplo: com ou sem serifa, decorativa, manuscrita, caixa alta ou caixa baixa.

Outro critério para definição de tipografia é de estarem disponíveis para uso gratuito ou terem valores condizentes com as condições financeiras do projeto.

Dessa maneira, adaptou-se os critérios estabelecidos por Meürer (2017) de seleção tipográfica para o contexto editorial, para o contexto das marcas gráficas, como apresentados no Quadro 7.1:

Quadro 7.1 - Critérios para seleção tipográfica para SIV

CRITÉRIOS PARA SELEÇÃO TIPOGRÁFICA	
Fatores formais e funcionais	
Legibilidade	A fonte é legível para as condições em que será utilizada nas aplicações?
Variações e recursos	A fonte faz parte de uma família tipográfica com as variações e recursos necessários para atender às demandas de conteúdo?
Fatores estéticos	
Aspectos histórico-culturais	A fonte faz referência a um contexto histórico ou cultural que corresponda a decisões projetuais definidas para o projeto?
Expressão	A fonte expressa graficamente atributos de personalidade estabelecendo uma relação emocional ou simbólica com o projeto de identidade visual?
Fatores técnicos	
Qualidade	A fonte mantém a unidade de estilo e desenho entre os caracteres, além do ajuste correto das métricas (espacejamento) em diferentes tamanhos?
Suporte	A fonte apresenta boa renderização nos suportes onde será usada?
Fatores legais e econômicos	
Licenciamento	A fonte possui condições de licenciamento adequadas às necessidades do projeto?
Investimento	A fonte é comercializada por um custo compatível com o orçamento do projeto?

Fonte: a autora (20220, a partir de Meürer (2017, p. 121)

Definição da linha de conceito

Para **definição da linha de conceito** pode-se utilizar o **quadro** e a **costura de atributos** para designar uma frase que funcione como uma indicação do conceito da identidade visual ou ainda que funcione como declaração da atividade da instituição (CONSOLO, 2021; WHEELER, 2012).

A linha de conceito pode ser disposta junto ao logotipo da identidade visual, com tamanho e distância proporcional definidos; por isso, para escolha da sua tipografia, também pode-se utilizar os critérios assinalados no Quadro 7.1.

Sugere-se que a linha de conceito seja utilizada como apoio em aplicações, mas que nem toda aplicação deva utilizá-la, por uma questão de adequação a tamanhos e formatos.

Geração de alternativas com desenho à mão

Para iniciar a criação de alternativas sugere-se, primeiramente, a **geração de alternativas à mão, com desenho à mão livre**.

No **desenho à mão livre**, as muitas ideias que surgem são bem-vindas e é mais fácil abandonar algumas delas para a chegada de novos estalos criativos. Entendeu-se com as fuxiqueiras que o desenho no papel é essencial e ajuda a construir uma relação entre o corpo e o instrumento, que proporciona um relaxamento que faz fluir o processo criativo.

Geração da marca gráfica em vetor

Para a **criação de logotipos e signos em vetor** sugere-se a utilização de programas para **vetorização**. O vetor pode permitir expandir a ideia, copiando e colando com rapidez, assim como o desenho vetorial pode aumentar as possibilidades do desenho à mão. Por outro lado, ainda se entende que dispensar o desenho à mão pode fazer com que o designer adapte seus estalos criativos às ferramentas conhecidas do *software* vetorial em questão.

Apesar da facilidade em realizar alterações, sugere-se que se armazene o percurso criativo de cada alternativa, construindo um histórico e permitindo que se volte atrás em alguma decisão. Sugere-se exaurir a quantidade de alternativas em vetor do signo e logotipo. Apresenta-se na Figura 7.54 o percurso criativo de uma marca gráfica do projeto Criatif.

Figura 754 – Percurso de criação de marca gráfica



Fonte: apresentação de aula do Roda de Fuxico e Projeto Criatif (2018)

A criação do logotipo pode ser feita por meio da escolha de uma fonte comercial ou por letreiramento (FINIZOLA, 2010). O letreiramento pode ser a partir da modificação de uma fonte existente ou pela criação de um desenho original para as letras que compõem o logotipo. A Figura 7.55 mostra exemplos de criação de logotipo pelas três maneiras citadas.

Figura 7.55 – Exemplos de logotipos criados com fonte comercial e letreiramento



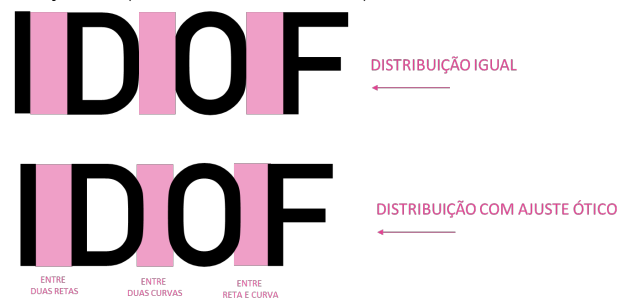
Fonte: apresentação de aula do Roda de Fuxico (2022), restaurante Calypso em João Pessoa-PB e Projeto Criatif

Para a criação de logotipo utilizando fonte comercial, além dos critérios para o processo de escolha, vistos no Quadro 7.1, a partir de Meürer (2017, p.121) sugere-se perceber que algumas características no vetor de algumas fontes merecem ser ajustadas opticamente para funcionarem como logotipo, principalmente para os casos em que precise ser escalonado em tamanhos maiores.

Sugere-se observar a necessidade de ajustes ópticos entre os caracteres (*kerning*, em inglês) que são posicionados juntos. Segundo Spiekermann (2011), às vezes surgem espaços indesejáveis entre e ao redor de combinações específicas de letras, como V, W e Y. E para o professor Leonardo Buggy (2018), o espaço em branco é tão importante quanto o desenho

das letras. Por isso, os ajustes ópticos entre os caracteres devem ser diferentes entre letras que são duas retas (I e D), entre duas curvas (D e O) e entre reta e curva (O e F), como pode ser visto na Figura 7.56.

Figura 7.56 – Ajustes ópticos diferentes entre tipos de letras diferentes -1



Fonte: apresentação de aula do Roda de Fuxico (2022), a partir de Buggy (2018)

Os ajustes ópticos entre os caracteres também devem ser diferentes entre uma letra irregular e uma reta (F e L), entre uma irregular e uma curva (L e C) (BUGGY, 2018), como pode ser verificado na Figura 7.57.

Figura 7.57 – Ajustes ópticos diferentes entre tipos de letras diferentes - 2



Fonte: apresentação de aula do Roda de Fuxico (2022), a partir de Buggy (2018)

Para a criação do logotipo com letreiramento de fontes modificadas, as sugestões para ajustes ópticos podem ser as mesmas do logotipo com fonte comercial, entretanto, a manipulação de fontes comerciais para o uso em logotipos precisa ser realizada com cautela, no sentido de manter a harmonia do desenho tipográfico. A Figura 7.58 apresenta o logotipo de um projeto realizado por estudantes do Criatif, a partir da manipulação de uma fonte.

Figura 7.58 – Logotipo realizado com letreiramento de fonte modificada

(*) construção do letreiramento do logotipo da IV de um candidato a vereador de Natal

conceito – intercessão de vozes

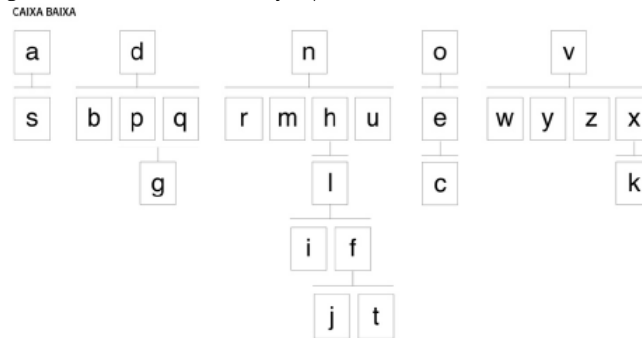


o “i” foi derivado do “t” --- o “e” foi só invertido do “a”
 inverter letras pode ser interessante para logotipos e preocupante para letras de texto

Fonte: apresentação de aula do Roda de Fuxico (2022)

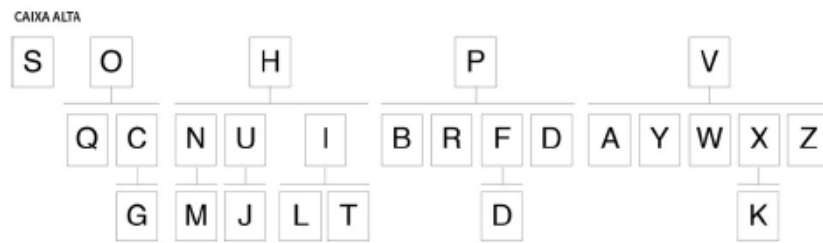
Outra forma para composição de logotipos com modificação de fontes ou desenhos novos é utilizar a proposta de **derivação de orientação para modificação ou desenho das letras e números**, a partir de outros caracteres, como apresentam Cunha (2022), em seus estudos de doutorado, e o professor Leonardo Buggy (2018), em seu livro MECOtipo: Método de Ensino de Desenho Coletivo de Caracteres Tipográficos, como nas Figuras 7.59 a 7.61.

Figura 7.59 – Grade de derivação para letras em caixa baixa



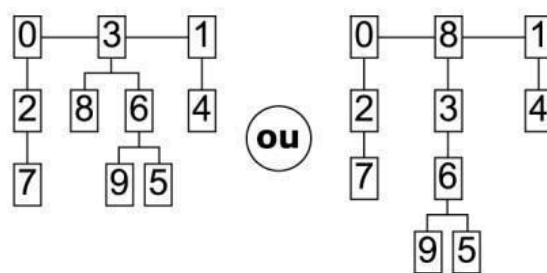
Fonte: Cunha (2022), a partir de Buggy (2018)

Figura 7.60 – Grade de derivação para letras em caixa alta



Fonte: Cunha (2022), a partir de Buggy (2018)

Figura 7.61 – Grade de derivação para números



Fonte: Buggy (2018)

Ainda para a criação de logotipos, pode-se utilizar a grade formada pelas linhas guias de construção de letras, como verificado na Figura 7.62.

Figura 7.62 – Linhas guias para construção de letras



Fonte: Cunha (2022)

Depois de exauridas as alternativas em vetor para signo e logotipo, para cada conceito definido na fase *Arrematar*, recomenda-se realizar uma escolha preliminar para cada conceito aprovado pelos clientes. Com a alternativa escolhida, sugere-se trabalhar seu equilíbrio visual por meio da **criação de módulo e grade de acomodação**.

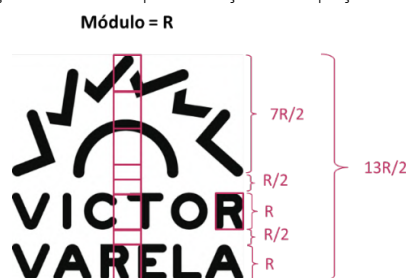
Geração do módulo e grade de acomodação

Para a geração do módulo de construção da identidade visual, sugere-se a utilização de sistemas clássicos de proporção, como a razão áurea, regra dos terços e padrões de harmonia visual, observados pela matemática e na natureza. Tais sistemas devem ser aplicados na construção da identidade visual, a fim de se estabelecer coesão e correspondência visual de cada elemento da marca gráfica (VISCONTI, 2002).

Para o Roda de Fuxico, entende-se que depois da escolha preliminar de uma alternativa, e, portanto, da sua construção mais orgânica, pode-se voltar o olhar para a proporção entre os elementos construídos, a fim de ajudar na composição harmônica do conjunto que os elementos formam.

Assim, a partir de Brockmann (2012), apresenta-se uma maneira de criar **um módulo** para definir os espaços de composição de marcas gráficas. Na Figura 7.63, definindo-se que o módulo é a altura de “R”, todos os outros tamanhos e espaços em branco foram definidos a partir de uma relação proporcional a “R”.

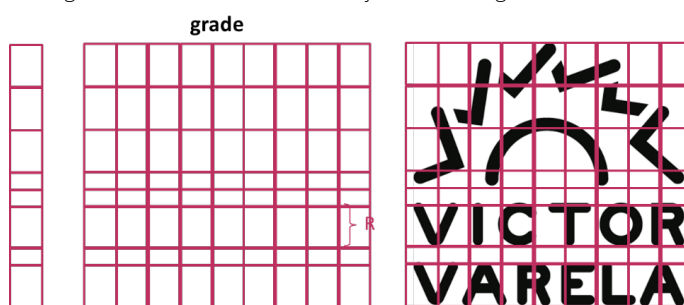
Figura 7.63 – Definição de módulo para criação de espaços de composição



Fonte: apresentação de aula do Roda de Fuxico (2022) e Criatif (2018)

Sobre a **grade de acomodação**, sugere-se que ela seja desenvolvida a partir da coluna formada pelos espaçamentos modulares, como pode ser visto na Figura 7.64. A grade é chamada grade de acomodação, pelo fato de que a mesma é realizada depois da criação preliminar da marca gráfica.

Figura 7.64 – Grade de acomodação da marca gráfica



Fonte: apresentação de aula do Roda de Fuxico (2022) e Projeto Criatif (2018)

Criação de proporção entre elementos da marca gráfica

A relação entre os elementos de uma marca gráfica (signo e logotipo) também pode seguir proporções. Sugere-se, que se faça **experimentações de proporções** a partir daquelas apresentadas pela matemática como harmônicas. A Figura 7.65 apresenta sugestões para relações proporcionais entre signo e logotipo.

Figura 7.65 – Sugestões para relações proporcionais entre signo e logotipo

3 X 1 = regra dos terços

a altura do signo
é 3 X a altura do logotipo



1,5 X 1 = um e meio

a altura do signo
é 1,5 X a altura do logotipo



2 X 1 = dobro

a altura do signo
é 2 X a altura do logotipo



1 X 1 = igual

a altura do signo
é igual à altura do logotipo



Fonte: apresentação de aula do Roda de Fuxico (2022)

A decisão ou escolha pela proporção dependerá do equilíbrio visual percebido, que deve contar tanto quanto a proporção matemática. Um exemplo de experimentação de proporção pode ser visto na Figura 7.66

Figura 7.66 – Exemplos de relações proporcionais entre signo e logotipo

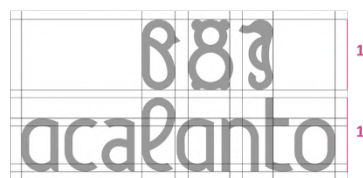
1 X 1 = igual

a altura do signo
é igual à altura do logotipo



1 X 2 = dobro

a altura do signo
é 2 X a altura do logotipo



Fonte: apresentação de aula do Roda de Fuxico (2022) e projeto Criatif (2018)

Corposição - construção e escolha das paletas de cor

Para construção e escolha da **paleta de cor principal** para compor a marca gráfica e da **paleta de cor auxiliar** para compor as alternativas auxiliares e as aplicações, reformulou-se uma técnica chamada **corposição** advinda do modelo experimental (MATOS, 2016)²⁵.

A corposição é uma técnica manual para composição de paletas de cor, por meio do posicionamento de cores em um círculo cromático, com o intuito de permitir a visualização de possíveis combinações harmônicas entre as cores escolhidas.

²⁵ MATOS, S. Corposição: uma técnica de criação de paletas de cor. *In: Anais do II SECITEX – II, Semana de Ciência, Tecnologia e Extensão do IFRN, IV Simpósio de Extensão do IFRN*. Natal, RN, 2016.

Os passos de operacionalização da técnica de composição são os seguintes:

- inserir no painel inspirativo cores que venham do quadro de atributos e, para os projetos de redesign, inserir também as cores da marca atual;
- pixelização das imagens do painel inspirativo: sugere-se a utilização de um filtro com tamanho de célula 70, para separar as cores;
- escolha de cores consonantes com o conceito para formação da paleta original;
- posicionamento das cores da paleta original em um círculo cromático, para prever os tipos de combinação que se poderá realizar e, se necessário, reajustar a quantidade de cores no círculo, para que se tenha pares complementares, cores triádicas, cores claras e escuras;
- definir a paleta de cores principal, consonante com o conceito;
- definir a paleta de cores auxiliar, contendo pares complementares e cores claras e escuras, saturadas e dessaturadas; além dos acromáticos preto, cinza e branco;
- codificação das cores em HTML, RGB, CMKY e Pantone; e
- criação de combinações harmônicas para serem utilizadas nas aplicações.

A Figura 7.67 apresenta as paletas de cor criadas para uma alternativa de identidade visual, seguindo a técnica de composição.

Figura 7.67 - Criação de paletas de cor para uma alternativa de IV, utilizando a composição

PASSO	ILUSTRAÇÃO
Painel Inspirativo	
Pixelização	
Paleta original	
Posicionamento	
Paleta de cores principal	
Paleta de cores auxiliar	
Possibilidades de combinações harmônicas monocromáticas, análogas e complementares	

Fonte: a autora (2022)

A Figura 7.68 apresenta a aplicação da paleta de cor principal na marca gráfica desenvolvida.

Figura 7.68– Aplicação e codificação da paleta de cores na alternativa de IV



Fonte: apresentação de aula do Roda de Fuxico (2022)

Versões da identidade visual

Após a criação da marca gráfica, sugere-se desenvolver versões alternativas para se adaptar a diversas aplicações e processos gráficos: versão horizontal e vertical, modo traço, policromia, versão monocromia colorida, monocromia positiva, negativa e tons de cinza (PEÓN, 2011; WHEELER, 2012).

As alternativas auxiliares, para o caso de identidades visuais mutantes, poderão ser desenvolvidas na fase *Montar*, onde são realizados elementos complementares e novas experimentações.

Apresentação da alternativa

Após a criação dos elementos primários e secundários, sugere-se produzir um texto de apresentação da identidade visual, em formato de história contada, como ocorre nas rodas de fuxico.

O texto dissertativo apresenta as características da identidade visual, os atributos percebidos e escolhidos e a estratégia de criação.

A Figura 7.69 mostra a apresentação das alternativas do projeto de criação de SIV para o candidato a vereador, para o mesmo conceito “corrente solidária”.

Figura 7.69 –Apresentação da alternativa “corrente solidária” para marca gráfica

conceito corrente solidária 	A alternativa apresenta o conceito “corrente solidária”, por meio de um sol construído com letras “v” de “victor varela” e o “check-pronto”. Carrega a bandeira LGBT em suas cores e simulação de movimento, com uma alusão indireta ao sol do PSOL, mas também da terra do um sol Natal. Um sol mais firme e colorido. Renova a cara das candidaturas do partido, com uma imagem mais alinhada e menos agressiva. Entretanto, a corrente também tem o significante de luta e agilidade e passa a ideia de produção. Faz-se similar nas cores quentes e no sol e faz-se diferente no aspecto arredondado, menos agressivo. Traz memória afetiva de uma corrente de gente colorida e pretende evitar a crítica de não pensar na economia.
---	---

Fonte: apresentação de aula do Roda de Fuxico (2022)

7.3.19 Planejamento sugerido para a aula 19/28

AULA	TEMA	RECURSOS DIDÁTICO-PEDAGÓGICOS
19	aula prática e orientação – fase desenhar	aula prática da fase desenhar exercício em sala 6 – desenvolvimento alternativas, em grupo orientação

Para a **aula 19** sugere-se um momento de aula prática e orientação relativa à fase *Desenhar*. Recomenda-se que os designers em formação trabalhem em grupo, desenvolvendo alternativas, e recebam orientação do professor.

7.3.20 Planejamento sugerido para a aula 20/28

AULA	TEMA	RECURSOS DIDÁTICO-PEDAGÓGICOS
20	prática do uso da cor sugestão: oficina de cor pigmento e aplicação em serigrafia oficina de cor para praticar mistura de cor orientação dos grupos da fase desenhar	roteiro da oficina (no drive) tintas em cromia (CMYK), copos de café, colheres de sobremesa, palitos de picolé para mexer a tinta, copos medidores com ml, tabela com codificações CMYK/pantone, círculo cromático CMY

Para a **aula 20** sugere-se um momento para prática do uso da cor, com o intuito de desenvolver com os estudantes suas habilidades para construção e escolha de paletas de cor.

Para a o exercício da prática, disponibiliza-se uma oficina de cor²⁶.

²⁶ O roteiro está disponível no drive https://drive.google.com/drive/folders/1f9KidUJcCi12vhq6T6X3juRH5diBtg_4.

7.3.21 Planejamento sugerido para a aula 21/28

AULA	TEMA	RECURSOS DIDÁTICO-PEDAGÓGICOS
21	fase montar construção dos elementos complementares, do SIV e prototipação	aula dialogada e prática da fase montar exercício em sala 7 – desenvolver um elemento complementar para a marca gráfica orientação exercício em casa 7 – montar alternativas desenvolvidas desenvolver elementos complementares para compor o SIV e simular a aplicação em peças gráficas com modelos digitais

Para a **aula 21** propõe-se realizar a apresentação da fase *Montar*, por meio de aula dialogada, além de realizar um momento de prática.

A fase *Montar* tem o sentido de experimentar e simular. É um momento de criação de elementos complementares, que dão ritmo ao sistema de identidade visual.

Como prática, recomenda-se um exercício em sala para desenvolver um elemento complementar da identidade visual, com orientação dos grupos de trabalho.

E como exercício em casa, sugere-se que os estudantes desenvolvam outros elementos complementares para compor o sistema de identidade visual, além de simular a aplicação em peças gráficas, por meio da prototipação em modelos.

Técnicas e recomendações para a fase projetual Montar

Para esta fase, pode-se experimentar o desenvolvimento de grafismos, mascotes, estampas, signos do senso comum, signos de memória, alternativas auxiliares, ícones favoritos, marca sonora e marca olfativa. Para tanto, foram escolhidas e desenvolvidas técnicas e ferramentas, apresentadas a seguir.

Criação de signos do senso comum

Os signos do senso comum podem ser desenvolvidos em programas vetoriais para ilustrar as aplicações com elementos diferentes daqueles signos constantes na marca gráfica e que remetem à função da instituição ou ao conceito da identidade visual. Tais desenhos podem ser utilizados para compor estampas.

Criação de mascotes

As mascotes geralmente são ilustrações e também são desenvolvidas em programas vetoriais. Sugere-se que sigam atributos constantes no quadro de atributos, para que se aproximem do conceito definido para a identidade visual. Um exemplo de mascote está apresentado na Figura 7.70.

Figura 7.70 – Mascotes criadas para compor o SIV do projeto de criação de SIV da candidatura



Fonte: ilustrador Jorake, de Natal-RN (2018)

Criação de estampas

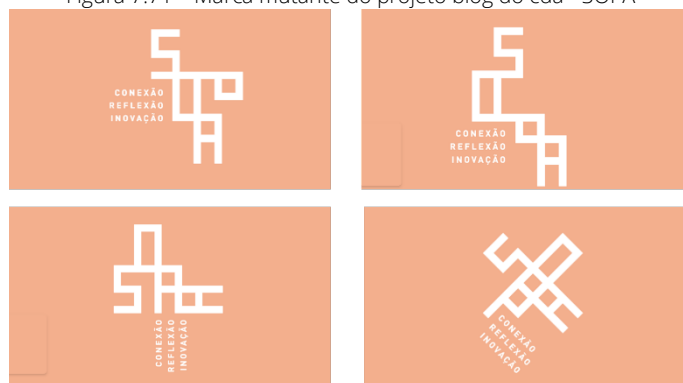
As estampas são padrões de repetição que podem ser desenvolvidas em programas vetoriais e seus elementos podem ser grafismos, elementos da marca gráfica ou padrões de signos, como signos do senso comum e signos de memória.

Criação de alternativas auxiliares

Para as **alternativas auxiliares** da identidade visual, sugere-se que sejam criadas de forma diferente da identidade visual principal, porém que se mantenha um padrão de alguns elementos, para que sejam reconhecidas pelos sujeitos.

Alternativas auxiliares da identidade visual podem funcionar para marcas mutantes (BOCCHESI, 2014; CONSOLO, 2021), que de modo contemporâneo apresentam a instituição de maneira mais fluida e dinâmica. A Figura 7.71 mostra uma marca mutante e suas alternativas auxiliares.

Figura 7.71 – Marca mutante do projeto blog do cda - SOPA



Fonte: SOPA. Disponível em: www.sopa.com.br. Acesso em: 24 mar. 2023.

Ícones favoritos, marcas olfativas, sonoras e táteis

Para os ícones favoritos sugere-se que sejam desenvolvidos como uma simplificação da marca gráfica, em tamanho miniatura, com tamanhos 16X16 pixels ou 32X32 pixels, para que possam ser utilizados em pequenos espaços, como em barras de ferramentas da internet ou em redes sociais (CONSOLO, 2021; JACKSON, 2016).

A marca olfativa, sonora e/ou tátil pode ser revelada a partir do quadro de atributos e fazer parte das decisões projetuais.

Aplicações em modelos

A aplicação em modelos digitais – ou prototipação – pode ajudar os designers em formação a perceber a adequação das alternativas desenvolvidas ou indicar inconsistências.

Para o uso de modelos digitais (*mockups*), sugere-se a utilização de sites apropriados, disponibilizados para uso gratuito, como, entre outros: <https://mockupsbrasil.com.br/> e <https://graphicburger.com/mock-ups/>.

Entende-se que a prototipação também pode ajudar o cliente a visualizar as alternativas aplicadas em futuros produtos ou mídias, facilitando o seu processo de avaliação e escolha. Recomenda-se que os modelos digitais utilizados sejam os mesmos para todas as alternativas de identidade visual apresentadas, para que não influenciem na escolha.

Aliado às aplicações em modelos digitais, recomenda-se a realização de testes de impressão, pois entende-se que tais testes podem ajudar a avaliar tamanhos e proporções, além de auxiliar a verificação de legibilidade – se é possível de ser reconhecido –; leitura – se é fácil de ser lido –; e compreensibilidade – se é fácil de ser compreendido (COUTINHO; ROSSI, 1985).

A Figura 7.72 apresenta alternativas aplicadas em modelos digitais.

Figura 7.72 – Aplicações de alternativas de identidades visuais em modelos digitais



Fonte: Aulas do Roda de Fuxico (2022)

7.3.22 Planejamento sugerido para a aula 22/28

Para a **aula 22** propõe-se realizar a apresentação da fase *Avaliar*, utilizando três técnicas que foram desenvolvidas e reformuladas pela pesquisadora para o Roda de Fuxico.

AULA	TEMA	RECURSOS DIDÁTICO-PEDAGÓGICOS
22	fase avaliar técnicas para avaliação de alternativas sugeridas pelo método Roda de Fuxico (avaliação por lista de verificação, avaliação às cegas e avaliação emocional)	aula dialogada e prática da fase avaliar exercício em sala 8 – avaliação por lista de verificação das alternativas desenvolvidas (designers em formação) orientação simular avaliação emocional com estudantes exercício em casa 8 – avaliar as alternativas desenvolvidas avaliar as alternativas com avaliação às cegas (sujeitos potenciais) e emocional (clientes e sujeitos apoiadores)

A fase *Avaliar* no Roda de Fuxico é o momento de avaliação das alternativas desenvolvidas, de forma participativa: por designers em formação, clientes e sujeitos. O objetivo da avaliação é levantar possíveis sugestões de melhoria, além de possibilitar a escolha de uma alternativa em detrimento de outras. Entretanto, ressalta-se que as técnicas desenvolvidas têm somente a intenção de criar argumentos e incrementar informações para o processo de escolha.

Como exercício em sala, sugere-se realizar a avaliação por lista de verificação, em relação às alternativas desenvolvidas, visto que são os designers em formação os responsáveis pela referida avaliação. Além disso, indica-se simular uma avaliação emocional, que será realizada pelos clientes. Por fim, como exercício em casa, recomenda-se aplicar a avaliação emocional e a avaliação às cegas com sujeitos potenciais.

Técnicas e recomendações para a fase projetual Avaliar

Para a fase *Avaliar* foram remodeladas três técnicas a partir do modelo experimental (MATOS, 2016): (i) **avaliação por lista de verificação**, (ii) **avaliação às cegas** e (iii) **avaliação emocional**.

Avaliação por lista de verificação

A avaliação por lista de verificação se constitui em uma avaliação técnica para ser aplicada por designers em formação, verificando se a identidade visual atende a pressupostos de boas práticas elencados a partir de vinte e oito diretrizes pré-definidas.

A meta da avaliação por lista de verificação é que a identidade visual atenda ao maior número de diretrizes que sejam significativas para o projeto de criação (BENYON, 2011; NIELSEN, 1993; PEÓN, 2011).

A avaliação por lista de verificação é preditiva, pretendendo antecipar problemas em uma determinada alternativa, ao verificar se atende às referidas diretrizes. A lista é uma expansão de uma anterior existente no modelo experimental, desenvolvida a partir de recomendações vistas em Matos (2016), Peón (2011), Rodrigues (2013) e Wheeler (2012).

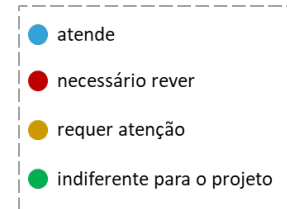
A avaliação por lista de verificação utilizada para avaliar tecnicamente a identidade

visual é a mesma usada para avaliar a marca atual, na fase *Alinhavar*, por isso repete-se a Figura 7.47.

Figura 7.47 – Avaliação por lista de verificação

avaliação por lista de verificação – permitir análise técnica da marca atual

1. A marca é coerente com o conceito que foi definido?
2. A marca é fácil de ser aprendida e identificada, com linguagem clara e simples?
3. A marca tem algum elemento que ajuda a ser inserida ao grupo que pertence?
4. A marca tem alguma originalidade com relação ao mercado no qual se insere?
5. Não se observa conotações negativas na gestalt gerada pela marca?
6. O nome da marca é fácil de ser lido, escrito, pronunciado e lembrado?
7. O nome da marca não tem conotações negativas, ofensivas ou inadequadas?
8. O nome da marca facilita as extensões da marca?
9. O logotipo tem legibilidade e leiturabilidade?
10. O logotipo foi desenvolvido com letreiramento?
11. O símbolo pode ser usado separadamente do logotipo?
12. O símbolo é reconhecível o para o menor tamanho definido para a marca?
13. As ampliações (até 2m de altura) e reduções (até 1cm de altura) são possíveis?
14. A relação entre símbolo e logotipo obedecem proporções?
15. Os elementos da marca estão opticamente alinhados?
16. A marca funciona em mídias impressas e digitais?
17. É viável sua aplicação em diversos tipos de materiais e processos?
18. A marca funciona para aplicações verticais e horizontais (existem 2 versões)?
19. A marca funciona para policromia, monocromia positiva, negativa e tons de cinza?
20. A marca possui versão em modo traço?
21. Há especificações de uso da marca em fundos claros e escuros?
22. Possui paleta de cor principal e acessória com definições em RGB, HSB, CMYK e hexadecimal?
23. Possui definição de tipografia para texto para uso nas aplicações?
24. Foram desenvolvidos signos para apoio às aplicações?
25. Foram desenvolvidas diversas aplicações que facilitem a repetição nos pontos de contato?
26. A marca contempla ideia de animação?
27. A marca contempla ideia de mutação?
28. A marca permite futuras expansões?



Fonte: apresentação de aula do Roda de Fuxico, a partir de Matos (2017)

Recomenda-se que os designers em formação reflitam sobre as diretrizes que a alternativa de identidade visual atende, as que precisam rever, aquelas que indicam atenção e, por fim, as que não se aplicam ao projeto em questão.

Ao final da avaliação por lista de verificação, a identidade visual pode receber alterações, a partir dos problemas encontrados. Se houver alguma diretriz não atendida que não se possa modificar, essa deve ser assinalada para ser apresentada ao cliente.

Avaliação às cegas

A **avaliação às cegas** é empírica e foi desenvolvida para ser aplicada com sujeitos potenciais, ou seja, que nunca tiveram contato com a identidade visual desenvolvida, por meio de entrevistas.

A meta da avaliação às cegas é que a identidade visual tenha a menor rejeição possível. Indica-se apresentar as alternativas para os sujeitos potenciais e fazer algumas perguntas acerca de cada opção de IV, separadamente.

Como a avaliação é “às cegas”, recomenda-se evitar dicas sobre a atividade-fim ou a função da instituição. A seguir, apresenta-se um roteiro com sugestão de perguntas para aplicação da avaliação às cegas:

- 1) O que você lê aqui? (logotipo)?
- 2) O que você vê no “desenho”? O que significa o “desenho” para você?
- 3) Para que negócio ou projeto esta marca serviria?
- 4) Observe detalhadamente. Você vê algum elemento inadequado?
- 5) Você vê algum elemento malicioso?
- 6) O que você gostou na identidade visual?
- 7) O que não gostou?

O objetivo da avaliação às cegas é verificar: a legibilidade do logotipo; a interpretação do signo; uma possível relação inadequada da alternativa com a função da instituição ou com o conceito desenvolvido; a possibilidade de haver leituras inadequadas e/ou maliciosas; e questões de aceitação/rejeição para a alternativa que está sendo avaliada.

Quando se pergunta sobre a associação da alternativa apresentada com a função da instituição, a intenção não é que o sujeito acerte a atividade-fim da instituição, pois, nesse caso, deveria haver o pressuposto de que as identidades visuais fossem figurativas. A intenção é verificar se a interpretação do sujeito sobre a função da instituição não é dissonante ou não representa valores que se afastam consideravelmente do conceito proposto.

Quando se insiste na pergunta sobre algum “elemento malicioso”, a intenção é incentivar os sujeitos a buscarem por desenhos inadequados que se formam no conjunto dos elementos ou até mesmo no espaço vazio entre eles. Ressalta-se aqueles casos em que o objetivo do desenho é mesmo comunicar o que se está considerando como inadequação.

Avaliação emocional

A **avaliação emocional** é também empírica, desenvolvida para ser aplicada com clientes (deliberativamente) e sujeitos apoiadores (consultivamente), a partir da interação com *emojis*, como forma de verificar a aceitação e/ou rejeição das alternativas e ainda acolher sugestões de melhoria.

A meta da avaliação emocional é que a identidade visual tenha a maior aceitação possível dos participantes consultados.

A avaliação emocional é aplicada no momento da apresentação do projeto para os clientes. Naquele momento, os clientes podem escolher uma alternativa de identidade visual. Por isso sugere-se, primeiramente, apresentar a eles os resumos das avaliações por lista de verificação e às cegas, com a intenção de auxiliar seu processo decisório. Dessa maneira, caso optem por uma alternativa, poderão estar cientes de determinadas questões técnicas e/ou do resultado da apreciação daquela alternativa por sujeitos potenciais.

Apresenta-se, a seguir, um exemplo de aplicação dos passos da técnica **avaliação emocional**, simulando a avaliação de alternativas desenvolvidas pelos estudantes do Criatif.

- (1) apresentar o conjunto de alternativas de identidade visual para os clientes e sujeitos apoiadores. Recomenda-se informar que poderão avaliar cada alternativa separadamente, antes de indicar uma preferência;

Figura 7.73 – Exemplo de alternativas de identidade visual



Fonte: Projeto Criatif e apresentações de aula do Roda de Fuxico (2022)

- (2) apresentar as alternativas separadas junto com os *emojis*, sugerindo-se que os participantes escolham um *emoji* que represente sua avaliação e informem o motivo de sua escolha, para uma investigação mais qualitativa.

Figura 7.74 – Simulação de apresentação de alternativa de identidade visual



Fonte: apresentações de aula do Roda de Fuxico (2022) e Criatif (2017)

Resumo das avaliações

Para orientar o processo decisório, indica-se apresentar aos clientes e sujeitos apoiadores um resumo das avaliações em relação à cada alternativa. O resumo se refere as três avaliações: **por lista de verificação, às cegas e emocional.**

Figura 7.75 – Simulação do resumo da tabulação das avaliações do projeto

	• alternativa atende a 23/28 das diretrizes da avaliação por lista de verificação • algumas diretrizes não atendidas são fáceis de resolver, como o aumento do peso do logotipo, a criação de signos para aplicações e a mutação • já a alternativa para uso na vertical precisará ser repensada • na avaliação às cegas, o nome foi lido pelos 10 entrevistados, o signo foi mais associado a livro e pássaro, o que não compromete negativamente • na avaliação emocional, a alternativa não foi apontada como “é esta!” por nenhum dos participantes
	• alternativa atende a 24/28 das diretrizes por lista de verificação • algumas diretrizes não atendidas são fáceis de resolver, como o aumento do peso do logotipo, a criação de signos para as aplicações e a contemplação da ideia de mutação e uma alternativa para uso na horizontal • na avaliação às cegas, o nome foi lido pelos 10 entrevistados, o signo foi associado a outros projetos do IFRN, e os sujeitos não interpretaram elementos inadequados e maliciosos • na avaliação emocional foi escolhida como “é esta” pelos três participantes
	• alternativa atende a 22/28 das diretrizes da avaliação por lista de verificação • algumas diretrizes não atendidas são fáceis de resolver, como a criação de signos para as aplicações e a contemplação da ideia de mutação, além de uma alternativa para uso na horizontal, entretanto, a harmonia entre signo e logotipo devem ser revistos • na avaliação às cegas, o nome foi lido pelos 10 entrevistados, o signo foi associado a várias interpretações positivas, mas também a sofrimento, com uma coroa de espinhos • na avaliação emocional, um participante votou “é esta!” e outro gostou do símbolo, mas não gostou do logotipo.
	• alternativa atende a 20/28 das diretrizes da avaliação profissional • algumas diretrizes não atendidas são fáceis de resolver, como uma versão na horizontal, a criação de signos para as aplicações e a contemplação da ideia de mutação • entretanto, a falta de legibilidade do logotipo com o “E” invertido é uma característica que o singulariza, e a falta de coerência com o conceito é uma diretriz difícil de ser resolvida • na avaliação às cegas, um participante interpretou o signo com um elemento malicioso • na avaliação emocional, nenhum participante escolheu a alternativa como “é esta!”, além de ser associada a uma cruz

Fonte: apresentação de aula do Roda de Fuxico (2022)

O resultado das três avaliações apontou para a escolha da segunda alternativa, pois foi a mais bem avaliada diante das três ferramentas. O que se pretende com as técnicas de avaliação é “sulear” uma discussão acerca desse processo de escolha com o cliente.

7.3.23 Planejamento sugerido para a aula 23/28

AULA	TEMA	RECURSOS DIDÁTICO-PEDAGÓGICOS
23	aula prática – modificações após avaliação	exercício em sala 9 – fazer resumo das avaliações e realizar alterações sugeridas pós avaliação

Para a **aula 23** sugere-se realizar um encontro prático e orientação em relação às atividades da fase *Avaliar*. Primeiramente, recomenda-se que os designers em formação façam um resumo das avaliações e, em grupo, realizem as alterações identificadas e/ou sugeridas.

7.3.24 Planejamento sugerido para a aula 24/28

AULA	TEMA	RECURSOS DIDÁTICO-PEDAGÓGICOS
24	fase entregar recomendações para fechamento de arquivos MIV X Livro da marca roteiro para construção de um MIV contendo elementos do livro da marca	aula dialogada e prática da fase entregar exercício em sala – fechamento de arquivos exercício em casa 9 finalizar arquivos do SIV da alternativa escolhida

Para a **aula 24** propõe-se a apresentação da fase *Entregar*, com aula dialogada sobre recomendações para fechamento de arquivos, diferenças entre um manual de identidade visual (MIV) e um livro da marca, além da apresentação de um roteiro para construção de um manual de identidade visual.

A fase *Entregar* no Roda de Fuxico tem o sentido de passar à posse de outra pessoa, ou seja, disponibilizar o sistema de identidade visual para os clientes.

É o momento de entregar o projeto desenvolvido e aprovado, contendo os arquivos finais, em formato adequado para aplicação impressa e/ou digital e ainda disponibilizar um manual de identidade visual que, para além de orientar o uso da identidade visual desenvolvida, apresenta a alternativa escolhida (e as auxiliares, se existirem).

O roteiro proposto para a construção do manual de identidade visual se aproxima de um livro de marca, pois inclui questões de marcas contemporâneas, como a apresentação da identidade visual e elementos complementares: alternativas acessórias para marca mutante, marca olfativa e marca sonora.

Como exercício em sala, sugere-se a prática de fechamento de arquivos. Por sua vez, como exercício em casa, propõe-se a finalização dos arquivos que compõem o sistema de identidade visual, com as seguintes recomendações:

Recomendações para pré-impressão

A partir de orientações da ABTG – Associação Brasileira de Tecnologias Gráficas e da ABIGRAF²⁷ – Associação Brasileira de Indústrias Gráficas, sugere-se como recomendações para pré-impressão:

- a – desenvolver um arquivo para cada aplicação
- b – revisar as informações
- c – configurar as cores dos arquivos para CMYK e Pantone
- d – definir a cor preto nas figuras e texto em (C0 M0 Y0 K100 ou C40 M0 Y0 K100)
- e – utilizar idealmente imagens *bitmap* de alta resolução (300 dpi) e créditos (se for necessário)
- f – converter os elementos de vetor para contornos, mas mantendo um arquivo com fontes editáveis, como cópia de segurança
- g – utilizar sangrias com 0,55 mm e marcas de corte
- h – apontar onde será aplicado o acabamento
- i – trabalhar imagens em formato .tiff
- i – fechar os arquivos em pdf/x -1a, o arquivo do programa utilizado (.ai, .cdr, .svg) e eps

Recomendações para aplicações digitais

Para a composição de aplicações digitais, sugere-se, a partir de orientações de Guerra e Terce (2000):

- a - desenvolver um arquivo para cada aplicação
- b - revisar as informações
- c - configurar as cores dos arquivos para RGB, HSB e HTML
- d - utilizar as imagens em baixa resolução (150 dpi) com créditos do autor (se necessário), título e legenda, para serem melhor encontradas nas ferramentas de busca
- e - fechar os arquivos estáticos em .jpg e/ou .png (fundo transparente) e os dinâmicos disponibilizar em .mp4

Recomendação de roteiro para o manual da identidade visual

Sugere-se a construção de um Manual de Identidade Visual atualizado para o contexto de sistemas de identidades visuais contemporâneos.

Para tanto, apresenta-se um roteiro que inclui requisitos técnicos e ainda contém elementos do livro da marca (MUNHOZ, 2011; PEÓN, 2011; WHEELER, 2012; BOCCHESI, 2014; CAMEIRA, 2016; CONSOLO, 2021; MATOS; COUTINHO, 2021b).

²⁷ Disponível em: <https://www.rettec.com.br/suporte/abtg.pdf>. Acesso em: 24 mar. 2023.

1.introdução

1.1 capa

1.2 sumário

1.3 apresentação da identidade visual – desenho, conceito e estratégia

2. elementos da identidade visual

2.1 elementos primários da identidade visual

2.1.1 nome

2.1.2 logotipo

2.1.3 símbolo

2.1.4 marca gráfica

2.2 elementos secundários da identidade visual

2.2.1 paleta de cor principal

2.2.2 paleta de cor auxiliar

2.2.3 tipografia auxiliar

2.2.4 linha do conceito

2.2.5 suporte

2.3 elementos complementares da identidade visual

2.3.1 grafismos

2.3.2 mascotes

2.3.3 estampas

2.3.4 signos do senso comum

2.3.5 signos de memória

2.3.6 alternativas auxiliares

2.3.7 ícones favoritos

2.3.8 marca sonora

2.3.9 marca olfativa

3. construção da identidade visual

3.1 módulo e proporção entre elementos

3.2 grade de acomodação

3.3 proporção entre os elementos

4. versões da identidade visual

4.1 versão horizontal e vertical

4.2 versão em modo traço

4.3 versões monocromáticas coloridas

4.4 versões monocromática positiva e negativa

4.5 versão escala de cinza

5. recomendações

5.1 redução máxima permitida (cm e px)

5.2 reserva de integridade

5.3 aplicações em fundos escuros e claros

5.4 aplicações em fundos inconsistentes

5.5 assinatura cooperada

5.6 usos incorretos

6. aplicações

6.1 aplicações impressas

6.2 aplicações digitais

7. ficha técnica

7.3.25 Planejamento sugerido para a aula 25/28

AULA	TEMA	RECURSOS DIDÁTICO-PEDAGÓGICOS
25	fase entregar aula prática e orientação da fase entrega	exercício em sala – desenvolver o Manual de Identidade Visual, utilizando como base o roteiro apresentado

Para a aula 25 propõe-se um encontro prático com orientações para a fase *Entregar*.

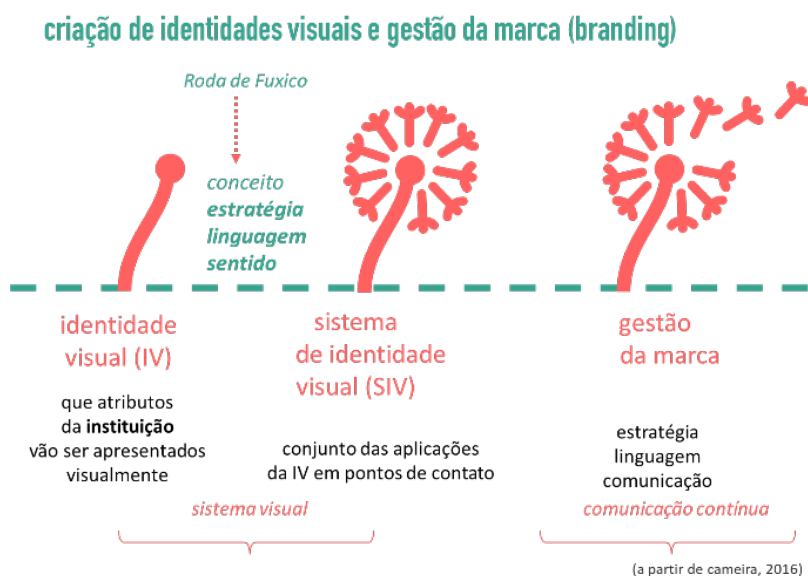
Sugere-se como exercício em sala, o desenvolvimento de um manual de identidade visual, utilizando como base o roteiro apresentado na aula 24.

7.3.26 Planejamento sugerido para a aula 26/28

AULA	TEMA	RECURSOS DIDÁTICO-PEDAGÓGICOS
26	gestão de marca negociações discussão sobre propostas e cobranças	aula dialogada e prática exercício em sala construção de um orçamento

Para a aula 26 propõe-se uma aula dialogada sobre conceitos de gestão de marca ligados à geração de um sistema de acompanhamento contínuo, como pode ser visto na Figura 7.76.

Figura 7.76 – Exemplo de apresentação de conteúdo para a aula 26/28



Fonte: a autora (2022)

Sugere-se discutir o posicionamento do método Roda de Fuxico, que ao apoiar a criação de sistemas de identidades visuais contemporâneas, pretende expandir a criação de identidades visuais e preparar o sistema para a gestão da marca. Posição que pretende ser o pilar da futura marca, incluindo a definição de estratégias e a criação de elementos complementares. Além disso, recomenda-se que se aborde temas sobre negociações com clientes, propostas comerciais e formas de cobranças. Para tanto, indica-se uma discussão sobre tabelas de valoração existentes no mercado, como a Tabela Referencial de Valores²⁸, da Associação dos Designers Gráficos do Distrito Federal.

²⁸ Disponível em: <http://www.adegraf.org.br/wp-content/uploads/2018/12/Tabela-ADEGRAF-2021-2022-WEB-MAR2021-1.pdf>. Acesso em: 26 mar. 2023.

7.3.27 Planejamento sugerido para a aula 27/28

AULA	TEMA	RECURSOS DIDÁTICO-PEDAGÓGICOS
27	apresentação do projeto final – completo	apresentação de trabalho dos grupos orientação dos grupos (todas as fases) aprendizagem coletiva – aprendizagem com outros grupos avaliação e orientação pós apresentação entrega final em data posterior, para reavaliação após ajustes

Para a **aula 27** propõe-se as apresentações do projeto final de todos os grupos, com exposição de uma síntese do resultado de todas as fases projetuais.

Sugere-se que todos os designers em formação estejam presentes, para que a orientação de cada grupo seja, também, um momento de aprendizagem coletiva.

Da mesma maneira que se sugeriu para avaliação de outros trabalhos, indica-se que os grupos apresentem seus resultados e que durante a apresentação recebam observações sobre possibilidades de melhoria. Além disso, que tenham um determinado tempo para aprimorar e entregar o seu trabalho final, para, assim, ser avaliado.

Para apoiar a o processo de avaliação dos trabalhos, disponibiliza-se um instrumento, que será apresentado na Figura 7.77. O formulário também se encontra no drive²⁹ para consulta e utilização. Neste instrumento tem-se campos destinados à exposição do trabalho esperado de todas as fases projetuais do Roda de Fuxico, com pontuação sugerida. Além disso, há campos para serem preenchidos com a nota inicial e a nota após a realização das sugestões apontadas na orientação do professor.

Sugere-se que a avaliação em grupo tenha valor de 120 pontos e a avaliação individual, 10 pontos, totalizando 130 pontos, ao invés dos 100. A sugestão se baseia no fato de que nem todos os elementos primários, secundários e complementares previstos para as identidades visuais serão desenvolvidos em todos os projetos. Por exemplo, há projetos em que poderão ser desenvolvidos estampas, signos do senso comum e mascotes. Por outro lado, há projetos em que poderão ser desenvolvidos signos de memória, alternativas acessórias e ícones favoritos.

Além disso, como foi comentado, a pontuação máxima em 100 pontos não contempla aqueles estudantes que apresentam como resultado mais do que o previsto. Para os 10 pontos de participação individual, orienta-se que sejam pontuados pelos designers em formação, além de se sugerir que o cliente possa ajudar a compor a avaliação individual.

²⁹ https://drive.google.com/drive/folders/1f9KidUJcCi12vhq6T6X3juRH5diBtg_4

7.3.28 Planejamento sugerido para a aula 28/28

AULA	TEMA	RECURSOS DIDÁTICO-PEDAGÓGICOS
28	entrega final dos projetos avaliação da disciplina e da aprendizagem	conversa na roda 8 (1) relatos sobre a relação entre o que esperavam da disciplina e o que vivenciaram (2) relatos sobre a aprendizagem e dificuldades (3) avaliação

Para a **aula 28** propõe-se a entrega final dos projetos e um momento conclusivo de avaliação da disciplina e da aprendizagem.

Sugere-se uma última conversa em roda, incentivando relatos espontâneos sobre a experiência de cada um como fuxiqueiro e como aprendiz. Indica-se, também, colher pontos positivos e negativos sobre a experiência da disciplina, a fim de motivar o aprimoramento contínuo do processo de ensino-aprendizagem.

Neste Capítulo 7, apresentou-se o método de ensino Roda de Fuxico em suas vinte e oito aulas. Pretendeu-se que essa exposição detalhada elucidar os meandros do método em uma situação concreta.

O Método Roda de Fuxico está, portanto, disponível para ser utilizado por outros professores interessados em conhecê-lo e experimentá-lo em suas situações de ensino.

No Capítulo 8, serão apresentadas as reflexões finais e considerações acerca desta pesquisa realizada durante o processo de doutoramento, assim como as questões que ainda não puderam ser resolvidas e que se encaminham como desdobramentos futuros desta tese.

8 CAPÍTULO 8 – REFLEXÕES FINAIS E CONSIDERAÇÕES

Neste Capítulo 8, os relatos foram escritos em primeira pessoa, visto que assumimos nas reflexões finais a forma imersiva e imbricada do estudo realizado, motivada pela metodologia aplicada de aprender-fazendo, típica da pesquisa-ação (O'BRIEN, 1998; RICHARDSON, 2012; THIOLENT, 2011). Ressaltamos que não há nada nesta pesquisa que tivéssemos feito de forma isenta, sem nos mesclar, inundar e transformar para aprender.

Em relação à realização do estudo, contemplamos nas reflexões e considerações a validação das hipóteses, comentamos a metodologia desenvolvida, verificamos se as escolhas metodológicas asseguraram o cumprimento dos objetivos estabelecidos, relatamos o alcance dos resultados e realizamos uma análise crítica sobre aquilo que não conseguimos implementar integralmente no tempo do doutorado. Por fim, trouxemos sugestões do que poderá ser continuado em desdobramentos futuros.

Sobre as reflexões pessoais, realizamos uma ponderação a respeito do contexto que permeou o percurso do desenvolvimento, modificou a pesquisa e igualmente nos modificou.

Em relação à pesquisa realizada

O **problema de pesquisa** de que não haveria na literatura um método de ensino para criação de sistemas de identidades visuais foi atestado ao longo do desenvolvimento: por observação, por revisões de literatura, por entrevistas, por experimentação e, ainda, com as apresentação do método a professores.

Ao pesquisarmos como ocorre o ensino de SIV nas universidades públicas brasileiras, por exemplo, o resultado amostral **referendou a problemática**. Percebemos que para além dos docentes utilizarem métodos essencialmente projetuais com fim de ensino, os professores especialistas entrevistados também não conheciam métodos que pudessem os auxiliar em seus processos.

Ressaltamos, inclusive, uma certa dificuldade dos professores em distinguir um método de ensino de um método projetual para criação de sistemas de identidades visuais. Talvez a ausência constatada dificulte essa distinção imediata. Esses resultados **robusteceram as justificativas** para a transformação de um modelo projetual em método de ensino.

A **hipótese** de que o método poderia ser considerado um apoio a atividades docentes também foi referendada pelos depoimentos dos professores que tiveram contato com o Roda de Fuxico. Os dez professores consultados – duas na Experimentação e oito na Apresentação – se mostraram inclinados em utilizar o Roda de Fuxico, demonstraram, especialmente, interesse para utilizar algumas ferramentas disponibilizadas e receberam com entusiasmo a intenção de dar um passo à decolonização no ensino de design proposta pela pesquisadora. Pela diversidade do perfil dos professores entrevistados, percebemos que independentemente da experiência pregressa do docente, o método Roda de Fuxico foi considerado por todos um apoio inovador ao processo de ensino-aprendizagem.

O Roda de Fuxico, entretanto, para além das expectativas levantadas na hipótese, foi citado como um artefato voltado para o desenvolvimento de competências dos professores, sugerindo uma reflexão sobre o ensino de sistemas de identidades visuais, abrangendo desde conteúdos programáticos até ponderações sobre formas de avaliação.

As **escolhas metodológicas** da pesquisa asseguraram o cumprimento dos **objetivos** estabelecidos para transformar o modelo projetual experimental Fuxico em método de ensino Roda de Fuxico. A divisão didática da metodologia em cinco etapas, de acordo com a abordagem multifásica – Teoria, Imersão, Concepção, Experimentação e Apresentação – foi importante para organizar o planejamento em uma sequência lógica, desenvolvendo novas ações a partir dos resultados obtidos em cada etapa.

Entretanto, percebemos uma discrepância entre a escolha da abordagem pesquisa-ação e o desenho da metodologia concebido em etapas sequenciais. Pois a pesquisa-ação não se constitui de forma linear, ao contrário, promove caminhos inesperados. **O desenho em etapas sequenciais**, portanto, não deu conta de acompanhar um processo mais fluido, onde resultados de uma etapa, por vezes, faziam voltar o processo. Por esse motivo, não seguimos o caminho previsto, consecutivamente. Como exemplo, percebemos que nas últimas fases – Experimentação e Apresentação – nasceu a necessidade de produção de um vídeo com as fuxiqueiras, o que nos fez voltar à fase Imersão para realizar a captação de imagens audiovisuais para esse vídeo. Outro exemplo, foi a nossa própria participação nas rodas de fuxico que fez ocorrer uma reviravolta no planejamento, interferindo em uma reavaliação conceitual da pesquisa, com mudanças significativas nas fases de Imersão e Concepção.

A **experimentação do método** em sala de aula permitiu conferir a sua correta aplicabilidade, assim como corrigir e ajustar problemas e inconsistências percebidos durante o processo. Aliado a isso, as diferenças vivenciadas entre as duas turmas da Experimentação no IFPB em relação ao número de estudantes, experiência da professora e modalidade de ensino favoreceram uma diversidade maior de variáveis de aplicação, proporcionando maior riqueza na avaliação do método Roda de Fuxico. Claro, a diversidade não foi prevista, nem tampouco esperada. Naquele momento, o acaso se mostrou um aliado à pesquisa.

Da mesma maneira, a impossibilidade inicial de aplicar a segunda turma da Experimentação no Instituto Federal de Pernambuco (IFPE) foi superada pela possibilidade de o método de ensino Roda de Fuxico servir de apoio à professora Elaine Feitosa em sua primeira disciplina de SIV, já que o método oferecia um planejamento para a disciplina e instrumentos que poderiam “sulear” a professora naquele momento de estreia. Novamente, essa situação não foi prevista, nem esperada. Mas parece que em pesquisa as dificuldades vão dando lugar a espaços e condições essenciais para que a aprendizagem possa acontecer.

As **apresentações** a professores especialistas em identidade visual foram planejadas com o intuito mais amplo de validar o método Roda de Fuxico. Entretanto, para além da validação, o encontro com aquela amostra de professores, nos fez perceber a receptividade ao método de ensino e ainda proporcionou mais um momento de acolhimento de sugestões de melhoria que geraram atualizações ao Roda de Fuxico. O momento de apresentação a professores especialistas também deu um caráter de desenvolvimento coletivo e participação interinstitucional ao método. Foi precioso sentir o interesse e a prontidão de um professor

especialista de cada região brasileira para conhecer e investir no aperfeiçoamento do método Roda de Fuxico, a partir de sua própria experiência e expertise.

Como **resultados**, realizamos a transformação do modelo experimental em método de ensino, o que envolveu questões epistemológicas a partir das seguintes mudanças: de modelo a método, de modelo projetual a método de ensino e de Fuxico a Roda de Fuxico.

O caminho dessa reformulação trouxe em si algumas entregas que distinguem claramente a evolução do modelo experimental para o método de ensino, que podemos destacar: (1) a disponibilização de material de apoio ao ensino de SIV; (2) a aproximação do artesanato brasileiro, com a importação de nomenclatura, ferramentas e ética para compor o método; (3) a criação de um compêndio contendo definições de termos utilizados; (4) o uso de nomes em português brasileiro para o universo de criação e gestão de marcas; (5) a disponibilização de técnicas para análise e avaliação, definindo critérios para o processo de criação de SIV; (6) a definição de vários atores e fatores que interessam aos processos de criação; (7) a abordagem não-hierárquica no elenco desses atores; (8) a utilização do termo sujeitos para se dirigir ao outro; (9) o desenvolvimento de uma tipificação para sujeitos, entendendo que há diversas maneiras de interação com o projeto de marcas e (10) o acolhimento às memórias afetivas dos participantes para composição do sistema de identidade visual.

E como uma meta-metodologia, percebemos que depois de **reconhecer** diversos fuxiqueiros, **alinhar** as informações apreendidas, fez-se um **arremate** de um conceito para o **Roda de Fuxico: método de ensino brasileiro que pretende apoiar professores na orientação de estudantes para criação de sistemas de identidades visuais participativos**. Este conceito foi **desenhado** e **montado** em forma de planejamento de aulas, **avaliado** em experimentação por professoras do IFPB e apresentado a professores especialistas em sistemas de identidades visuais para ser **entregue**, posteriormente, a quem se interessar pelo método.

Uma pesquisa participativa

Para além da característica participativa do método, a abordagem de pesquisa-ação permitiu ser a própria metodologia uma operação participativa. Destacamos o contato com professores para o reconhecimento do ensino de SIV nas universidades públicas brasileiras, a influência do processo das fuxiqueiras, a experimentação e avaliação por professores especialistas. Dessa confluência de saberes, fazeres e querer, procedemos à transformação do modelo experimental, dando origem ao método de ensino Roda de Fuxico.

A técnica de observação-participante (ANGROSINO, 2009) utilizada em nossa imersão nas rodas de fuxico e observando professoras utilizando o método, a princípio nos pareceu suficiente. Porém, percebemos que o nosso papel nunca foi de observadora. Ao contrário, só o fato de estarmos presentes nas rodas de fuxico e nas salas de aula, isso já modificava o papel por nós desempenhado. Saíamos imediatamente do lugar idealizado de observadora para um papel requerido pela situação de participante ativa. As fuxiqueiras, as professoras e os estudantes que seriam por nós observados idealmente, desde o princípio legitimaram nossa presença e nos solicitaram para intervir, comentar, interagir, avaliar... Do nosso lado, aprendíamos, interferindo. O ato de ensinar também nos ajudava a observar. Como em uma

roda de fuxico, em que todos aprendem e ensinam ativamente, sem saber ao certo onde começa e termina a aprendizagem.

Encontramos no texto da antropóloga Mariana Barros (2015, p.142) a expressão “participação observante” que traduz claramente o que aconteceu em nossa experiência de pesquisa. Para a autora “Mais do que uma observação participante, por vezes, sentia-me numa ‘participação observante’. Não adiantava resguardar-se atrás da máscara do pesquisador (...), pois, a todo momento eu era destituída deste lugar”.

Em relação às fases projetuais desenvolvidas que apoiam o Roda de Fuxico, estas incluem vários tipos de participantes, os fuxiqueiros. Entretanto, mais do que em suas fases projetuais, a abordagem de aplicação do método é participativa. A formação de grupos para a aplicação dos conceitos do método, o desenvolvimento de projetos, a criação das alternativas de forma coletiva, a sugestão de avaliações em grupo, tudo isso confirmou a adequação do método à visão participativa.

A metodologia escolhida para a fase de Experimentação com as professoras do IFPB, inclusive, já continha a participação consultiva de uma amostra de professores – de todas as regiões do Brasil –, o que influenciou diretamente na atualização da revisão de literatura em que se baseou a reformulação. Além disso, antes da fase de Experimentação, absorvemos técnicas com a imersão na artefaria das fuxiqueiras que foram inseridas ao método.

Na fase de Experimentação, aprendemos com o experiente processo de ensino da professora Renata Cadena, com um destaque para o conteúdo sobre tipografia para criação dos logotipos. Por sua vez, o método ganhou leveza ao aprendermos com a professora Elaine Feitosa a importância da aprendizagem coletiva por meio de encontros voltados exclusivamente para a prática. O “parar para praticar” deixava os estudantes mais tranquilos e com maior condição de prosseguir dentro da metodologia empregada.

Aliado a isso, a cooperação interinstitucional, essencialmente participativa, “suleou” o desenvolvimento do método, que foi aprimorado em cada reunião de apresentação.

Todavia, esta construção colaborativa exigiu constantes mudanças no rota de desenvolvimento do método, deixando a metodologia da pesquisa extensa e, consequentemente, este documento de tese volumoso.

Um passo à decolonização do ensino de design

A aproximação ao artesanato brasileiro nos permitiu teorizar os passos de criação nas rodas de fuxico, que foram apreendidos, sintetizados e recontextualizados (MORSE, 2003) para a concepção das fases projetuais de um método de ensino de SIV.

Em decorrência dessa aprendizagem, adotamos uma nomenclatura típica do artesanato brasileiro para nomear as diversas fases do método: *Reconhecer*, *Alinhavar*, *Arrematar*, *Desenhar*, *Montar*, *Avaliar* e *Entregar*.

Para além da nomenclatura, a correspondência realizada com o processo das fuxiqueiras proporcionou uma sensação de conforto, de proximidade e de pertencimento. A

nomenclatura para as fases projetuais próxima do artesanato fez, inclusive, com que percebêssemos com mais clareza a importância de diferenciar o momento de análise de dados daquele de interpretação, no processo de design. Ficou claro: na costura, primeiro é preciso alinhar, passar por toda a superfície, olhar atentamente para o que se tem coletado. Depois, e se o “alinhar” estiver bem realizado, podemos arrematar, para dar forma. Com este aprendizado, entendemos, portanto, que interpretar as informações de uma coleta sem antes analisar as informações cuidadosamente, sem colocá-las na mesa, não é apenas uma precipitação, mas pode facilitar interpretações equivocadas.

Ao aprender com as fuxiqueiras a ferramenta do “caderno de mim”; a estética da aprendizagem via roda de conversa e ao reforçar a decisão de incluir participantes com posições divergentes, a fase *Imersão* tomou uma dimensão maior. Por isso, incluímos também como objetivo da pesquisa a reformulação de um método *que se aproximasse do saber e do fazer artesanal brasileiro*, para além de se constituir em um método de ensino. Entender o novo método como mistura de técnica e intuição; percebê-lo com a flexibilidade de se adaptar ao processo preexistente dos professores; e entender o roda de fuxico como método cooperativo e inclusivo, somente foram possíveis com a nossa imersão naquela comunidade criativa. Segundo Borges (2012, p. 40), na visão de Aloisio Magalhães, deveria ser estimulado o desenvolvimento autônomo do design no Brasil, que surgisse a partir das reais vocações e conhecimentos locais, o que, para ele, configuraria uma “tecnologia patrimonial”.

Ao nos percebermos com a intenção de nos aproximar da cultura do fuxico para aprender, questionamos diretamente a inspiração no estrangeiro como única forma de se construir um método. Conscientemente, refutamos ser essa referência estrangeira, a forma correta de iluminação. Mas ao nos mesclar ao artesanato brasileiro, não nos afastamos, necessariamente, de inspirações estrangeiras. Ao contrário, a influência eurocêntrica continua existindo, inclusive, dentro da nossa formação. Foi eurocêntrica a nossa formação. Foi eurocêntrica a formação dos professores que contribuíram para a pesquisa e, inclusive, daquilo que se chama de brasilidade.

As fases projetuais e as ferramentas destacadas para a operacionalização do método de ensino receberam ativamente a influência das fuxiqueiras. O “caderno de mim”, por exemplo, é uma ferramenta emprestada das artesãs. Mas a interferência de métodos estrangeiros ainda ocupa um lugar importante no Roda de Fuxico. O modelo preliminar, os autores estrangeiros das revisões de literatura – preliminar e expandida – tudo isso torna a iniciativa de decolonização carecida de amadurecimento.

De forma mais aprofundada, a decolonização no ensino de design é um processo de significado complexo. A colonização imbricada na história da formação de professores de design ainda sobrevive e permeia suas próprias referências, autores, publicações, congressos, entre outros. A posição de ensino colonizado se alastrou na formação para criação de sistemas de identidades visuais, por exemplo, em forma de normalização da aceitação da nomenclatura estrangeira, como no caso de: *branding, briefing, tagline, brandbook, mockups, approach, stakeholders*, entre outros. Nomear em inglês, observou-se, parece distinguir tais ações, trazendo aspectos de contemporaneidade aos processos de criação.

Na contramão dessa normalização pela nomenclatura estrangeira, durante a pesquisa também encontramos sugestões de Paulo Freire (1992) em *Pedagogia da esperança*, que incentiva o uso da palavra “sulear”, ao invés de “nortear” os caminhos dos estudantes com o processo de ensino-aprendizagem. Segundo Freire (1992, p. 294), a palavra “sulear”, apesar de não constar nos dicionários da língua portuguesa, alerta sobre a conotação ideológica da palavra “nortear” e seus derivados, como se orientar para o bem fosse orientar para o norte, onde se encontram os países desenvolvidos do mundo. Isso nos fez pensar que “nortear” é também colonizador.

Reforçamos, portanto, o escopo do passo que acreditamos realizar rumo à decolonialidade no ensino de design. Um passo dentro desta pesquisa e um passo na nossa evolução como professoras e pesquisadoras. E isso já se constituiu suficiente para o momento de doutoramento.

Consideramos relevante o passo ao perceber a aceitação e a reflexão que a iniciativa do Roda de Fuxico provocou na amostra de estudantes e professores especialistas pesquisados. Os pontos positivos apontados por todos aqueles participantes tocavam na questão da brasilidade, da reverência à cultura brasileira, da linguagem mais próxima do cotidiano dos estudantes, entre outros. Mesmo para aqueles professores oriundos das regiões do Centro-Oeste, Sudeste e Sul do Brasil, de quem que se esperava, como pressuposto inicial, um estranhamento maior referente à nomenclatura utilizada. Curioso também foi constatar que todos os professores conheciam o artesanato fuxico, referindo-o em suas falas de maneira familiar. A professora Fernanda Martins, por exemplo, que reside e dá aula no Pará, mas é originária de São Paulo, se referiu à linguagem do fuxico como “sobre aquilo que a avó faz”. O que reforçou ainda mais o resultado que obtivemos na Imersão de que o fuxico não é uma técnica do artesanato essencialmente nordestina, mas, sim, brasileira.

A pesquisa permeada pela pandemia do Covid-19

O fato de o doutoramento ter acontecido na época da pandemia do Covid-19 modificou a pesquisa, por isso entendemos necessário registrar esta experiência, inclusive como maneira de ajudar outros pesquisadores que se interessarem por investigar sobre a realização de pesquisas acadêmicas em tempos de pandemia.

Morando em Natal-RN e cursando as disciplinas de forma presencial em Recife-PE, a princípio, o inusitado do processo de doutoramento parecia ser os deslocamentos. Entretanto, houve uma mudança de curso inesperada, a pandemia da Covid-19, que modificou o contexto que envolvia etapas importantes do estudo e fez alterar sua metodologia. Com o início da pandemia no Brasil em 26 de fevereiro de 2020³⁰, significativa parte do doutorado foi realizada de forma remota. Em relação às disciplinas, conseguimos mensurar a diferença de interação nas turmas presenciais e na turma remota, pois a falta de convívio com outras pessoas fez diferença. Ao contexto do isolamento, se somaram um estado de insegurança em relação ao futuro e uma atitude de alerta constante, pelo fato de que uma infecção poderia

³⁰ Dado da Agência Central. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/tags/covid-19>. Acesso em: 27 mar. 2023.

atingir a qualquer um, em qualquer momento, como de fato aconteceu com muitos familiares, amigos e colegas de trabalho.

Esses momentos de incertezas foram compartilhados com adaptações a novas tecnologias. Foi necessário aprender a utilizar aplicativos de conversação, a apresentar trabalhos a distância, compartilhar telas, entre outras aprendizagens que exigiu tempo e flexibilidade de ajustamento a uma realidade até então desconhecida.

Por outro lado, a mesma pandemia proporcionou surpresas e privilégios, como o maior deles, podemos citar as orientações da professora Solange Coutinho à distância que também foram adaptadas para o modelo remoto, o que facilitou um contato sistematizado, contínuo e substancial, sem que precisássemos nos deslocar para Recife-PE.

A fase de *Imersão* da metodologia foi realizada em parte nessa modalidade remota, com exceção de participações em rodas de fuxico na Associação AMJOPAR, que foram realizadas já em 2022. Diante da necessidade de isolamento, a previsão na metodologia foi entrevistar pessoas ligadas ao artesanato fuxico, via contato telefônico. Não imaginamos que seria possível o contato com tais fuxiqueiras via plataformas de reunião remota, ao pressupor uma falta de acesso delas à tecnologia para reuniões virtuais. Surpreendentemente, ao contrário do esperávamos, além de as entrevistas terem sido feitas por meio desse aplicativo – o que deu a sensação de contatos mais “presenciais”, com a possibilidade de enxergá-las em seu lugar de vivência –, ainda foi possível participar de uma roda de fuxico virtual, aprender a fazer fuxico à distância.

A primeira experimentação do método, com a professora Renata Cadena, também foi realizada de forma remota. O momento, em 2022, marcava o início da volta às aulas em modalidade híbrida, mas a disciplina da professora Renata continuou sendo totalmente remota, pois ela era do grupo de risco e, por isso, foi preservada para encontros presenciais. De forma ainda mais particular, os estudantes daquela referida turma, por terem ingressado em 2020, não tinham vivenciado aulas presenciais no curso de design do IFPB; muitos não conheciam o espaço físico do *campus* Cabedelo, nem os colegas de turma, nem os professores pessoalmente. Algumas consequências deste distanciamento foram percebidas e associadas a comportamentos dos estudantes, como dificuldade na escolha de colegas para composição dos grupos de trabalho. Para além de questões de falta de engajamento e de dificuldade de entrosamento, na turma remota percebeu-se também problemas relacionados à conexão, associados à instabilidade do sistema de internet e a dificuldades verificadas em contextos socioeconômicos dos estudantes, que nem sempre se sentiam à vontade para ligar a câmera ou mesmo o áudio, o que gerava um presenteísmo, ou seja, os discentes estavam logados, mas nem sempre atentos ou até mesmo nem sempre presentes.

Uma ideia da professora Renata Cadena de aplicar o trabalho de construção de signos de memória relacionados às memórias do curso de design gráfico do IFPB foi sensivelmente importante para promover àqueles estudantes um contato com as pessoas mais antigas do curso (os entrevistados), dando um sentido de “importância” ao design gráfico do IFPB e de pertencimento aos estudantes, o que pôde ser percebido em suas falas. Além disso, imprimimos tais signos em tela de serigrafia, juntamente com a marca do curso, e abrimos um momento na oficina de cor – que ocorreu presencialmente – para que os estudantes

pudessem ter a possibilidade de marcar suas camisetas ou outros artefatos com o logotipo do curso e com os signos de memória referentes a ele. A resposta foi visivelmente positiva: a surpresa por reconhecer o *Campus* a partir dos signos de memória e a alegria de marcar suas camisetas reverberou em maior envolvimento da turma na disciplina, como foi observado consensualmente pela professora Renata Cadena. Essa experiência nos fez refletir que talvez os signos de memória sejam uma técnica que possa motivar o avivamento de sensações afetivas positivas, não só para os sujeitos utilizadores de uma marca, como pensado a princípio, mas igualmente para aqueles de primeiro contato, como pareceu ser o caso dos “estudantes remotos”.

Somente a segunda experimentação do método aconteceu de forma presencial. A primeira aula, lotada de estudantes, vale registrar, foi emocionante! Os estudantes e as professoras pareciam ávidos por momentos presenciais.

Também foi possível comparar o nível de engajamento e participação daqueles estudantes, em relação à experimentação com a turma remota e presencial. No trabalho final, quando o volume de exercícios em casa aumentou, percebemos, nas duas modalidades, que os estudantes reclamavam por falta de tempo ou excesso de trabalho, com um argumento padrão de que eles trabalham durante o dia, pois o curso de design gráfico é noturno. Entretanto, na modalidade presencial, as conversas para renegociação de prazos, para inserção de encontros de orientação e para retomada do fluxo de trabalho surtiram mais efeito. Naquela turma, todos os grupos entregaram o trabalho final, mesmo um estudante que se desgarrou do grupo inicial e teve que iniciar um novo trabalho durante a disciplina. Ao passo que na disciplina remota, dois grupos desistiram de entregar o trabalho final. O contato físico, a convivência mais próxima, o momento destinado para tirar dúvidas e orientações presenciais e, talvez, a possibilidade maior de demonstrar empatia, quando o contato é direto, sem ser mediado por artefatos tecnológicos, ou mesmo tudo isso junto, tornou a experiência presencial mais proveitosa em relação àquela remota.

Finalmente, a fase Apresentação, que a princípio foi pensada como uma reunião presencial em formato de grupos de foco, foi realizada integralmente de forma remota, com os professores participantes. A possibilidade de apresentação a especialistas foi beneficiada pela tecnologia de reuniões à distância, advinda da condição remota, aproveitando a capilaridade existente de ensino público em design gráfico no Brasil. Por conta das reuniões remotas, pudemos apresentar o método para pelo menos um professor de cada região do país. De forma presencial, entendemos que seria muito improvável conseguir obter as contribuições daquela quantidade de professores, visto que ficaria oneroso deslocar oito especialistas para uma reunião de apresentação.

Ponderando, o atravessar da pandemia da Covid-19 no caminho do doutoramento foi um aprendizado que refletiu no resultado alcançado pelo estudo e também nas questões que deixaram de ser realizadas ou analisadas. Todo o contexto, inclusive, fez atrasar a finalização do doutoramento, que foi prorrogado por seis meses. Mas, por outro lado, aprendemos e experimentamos boas surpresas. Além disso, o objetivo de finalizar uma pesquisa “suleou” o nosso caminhar, que ao termos uma meta de grande dimensão a ser alcançada, nos ocupou

com questões que fizeram diminuir o estado de sentimentos por vezes desoladores que envolvia a pandemia.

O que não conseguimos arrematar com o desfecho do doutorado

“O que não conseguimos arrematar” é uma expressão da consciência daquilo que ainda falta ao método de ensino Roda de Fuxico. Pelo menos daquilo que observamos a partir da interação com os professores, que ainda não conseguimos realizar.

Apesar dessas lacunas, entendemos que houve um significativo aperfeiçoamento do método Roda de Fuxico, a partir das sugestões que acolhemos; e ainda com maior clareza que a pesquisa não parou aqui. Pretendemos aprimorar o método continuamente, inclusive a partir de outros professores que se interessarem por utilizá-lo.

Pretendemos, portanto, implementar futuramente as seguintes sugestões, por ordem de prioridade que por ora estabelecemos: (1) adaptar o Roda de Fuxico para o ensino médio técnico-integrado; (2) propor um caderno de exercícios para fixação, com trabalhos na rua; (3) organizar um curso para treinar professores no Roda de Fuxico; (4) apresentar dois caminhos diferentes para o Roda de Fuxico: um mais simplificado, para criação de marcas e outro mais extenso, para criação de sistemas de identidades visuais; (5) adaptar o método com exercícios manuais; (6) desenvolver técnicas específicas para criação de marcas olfativas, auditivas e gustativas; e (7) incluir o fuxiqueiro “negociador” na lista dos participantes.

Além disso, pretendemos realizar um curso de atualização para os ex-extensionistas do Criatif, que atualmente se intitulam “aposentados Criatif”, para que eles possam reconhecer o Roda de Fuxico. Com essa ação, pretendemos devolver àqueles estudantes a apresentação da reformulação do modelo experimental que eles utilizaram no passado, além de se obter um estudo comparativo entre aquele modelo e o novo método de ensino Roda de Fuxico.

Intencionamos adaptar o conteúdo e a linguagem do método para oferecer à comunidade externa cursos de curta duração sobre metodologia para criação de sistemas de identidades visuais a pessoas que trabalham com criação de SIV, mas que não possuem formação para tal. O método Roda de Fuxico poderá ser trabalhado modularmente, para ajudar e aprender com a prática que envolve essa comunidade externa.

Como reconhecimento às fuxiqueiras, pretendemos realizar um redesign da marca da AMJOPAR, utilizando o método Roda de Fuxico. Assim, desenvolveremos também signos de memória para a cidade de São José de Mipibu-RN, onde se localiza a Associação. A intenção é que elas tenham signos da cidade, que possam ser utilizados para impressão nas suas peças de artesanato, que atualmente usam signos do senso comum da região do Rio Grande do Norte, como os desenhos de caju, cactos, chapéu de couro etc.

Reflexões finais

Para além dos avanços alcançados com a transformação do modelo experimental, percebemos que a imersão no doutoramento levou a mudanças em nossa forma de olhar.

Entendemos hoje uma correspondência entre a identidade visual de uma instituição às questões de identidade do sujeito pós-moderno, que segundo Hall (1997), deixou de ser estática, imutável, e passou a ser móvel, assumindo distintas identidades em diferentes momentos. Nesse sentido, a criação da técnica quadro de atributos e costura de atributos responde a essa questão de entender as identidades das instituições como múltiplas e até contraditórias. Ao possibilitar a interpretação de diversos conceitos para uma mesma identidade visual, a cada mudança da costura de atributos, o uso do método Roda de Fuxico permite uma reflexão sobre o caráter polissêmico das instituições.

Percebemos que os resultados apresentados nesta tese podem ser um ponto de partida para novas pesquisas sobre ensino em design, a partir de uma nova visão para a urgência de se criar **correspondências naturais entre o ensino e a cultura** que permeiam e influenciam os estudantes e os professores de design no Brasil (FREIRE, 1992).

Um estudo recente de Nani da Fonseca e Barbosa (2020) evidenciou questões que colaboram para que o ensino de design no Brasil continue colonizado, racionalista, elitista e subserviente às demandas neoliberais. As autoras apontam para uma falta de repertório cultural, humanístico e crítico: do aluno que ingressa no curso de design, por causa da falta de qualidade da formação em artes no ensino médio; do público consumidor para consumir criações de design; e do professor para exercer uma docência decolonizadora na área. Ao finalizar a lista de referências bibliográficas desta tese, constatou-se que 76,5% das referências utilizadas estão escritas em português (por que não brasileiro?), 18% em inglês, 5% em espanhol e 0,5% em italiano. A escolha por referências escritas em português também apontou para um novo olhar: a rica produção acadêmica brasileira.

Outro redirecionamento do olhar foi para as questões referentes ao respeito e à qualificação das memórias afetivas dos sujeitos relacionados à instituição para a qual se desenvolverá um sistema de identidade visual. Entendemos hoje que memórias remontam, relembram, reescrevem identidades. Por isso, em um projeto de identidade visual, percebemos como necessário entrar em contato com memórias existentes de sujeitos utilizadores de uma marca. De igual modo, entendemos necessário entrar em contato com memórias existentes de sujeitos potenciais, mesmo que suas memórias estejam relacionadas à experiência com marcas similares à da instituição. Essas memórias relacionadas carregam afetos. **Afetos que podem ajudar na geração de pertencimento.**

As vivências de aprendizagens nas rodas de fuxico, a experiência do estágio docência com a professora Solange Coutinho, a criatividade da professora Renata Cadena, a leveza experimentada com a professora Elaine Feitosa a partir dos exercícios práticos, reforçaram o **nosso lugar de aprendiz** e a vontade de diminuir a rigidez de momentos de aulas expositivas no método de ensino. O nosso olhar se moveu para a necessidade de aumentar momentos mais descontraídos de aprendizagem, com a inserção, por exemplo, dos jogos de cartas, das oficinas de desenho manual de letras, além de momentos reservados para a prática coletiva.

Com igual importância, desenvolvemos um novo olhar para a relevância da **pesquisa participativa**, para compor métodos que apoiem processos de ensino. Envolvendo professores com visões, experiências, formações, habilidades diversas e diferentes entre si. Com a sistematização participativa do método Roda de Fuxico, percebemos a possibilidade de

desenvolver pesquisas de cunho colaborativo para criação de métodos de ensino. Pois mesmo que o método Roda de Fuxico tenha sido remodelado durante a fase de Concepção da metodologia, ele foi densamente alterado após a participação com várias pessoas. Recebemos, generosamente, inúmeras sugestões de melhoria, que ao serem por nós acolhidas, edificaram o método.

A aplicação empírica do Roda de Fuxico também nos fez abrir o olhar para perceber que os métodos precisam estar prontos para ser utilizados de forma modular, ou mesmo que suas técnicas possam funcionar de forma independente, desvinculadas do conjunto. Percebemos, na prática, que uso parcial do método de ensino não comprometeu o alcance do objetivo da pesquisa e reforçou a nossa expectativa em relação à sua validade.

Ficaremos honradas, portanto, se ao final dessa pesquisa o método de ensino Roda de Fuxico for experimentado por professores, mesclando sua expertise e/ou experiência com algum instrumento aqui sugerido.

Por fim, entendendo, mais uma vez, que devemos aprender com a cultura originária nacional, integramos a esse novo olhar as falas das fuxiqueiras Eliana e Fatinha: **“é sempre possível melhorar!”**, **“sem as críticas a gente não evolui, quando se olha para os primeiros desenhos é que se vê como a persistência faz melhorar”**.

REFERÊNCIAS

- ANTUNES, A. **As 100 maiores músicas brasileiras**. Rolling Stone Brasil. 2017.
- ARNHEIN, R. **Arte e percepção visual: uma psicologia da visão criadora**. 3ª ed. São Paulo: Pioneira, 1986.
- ABTG, Associação Brasileira de Tecnologia Gráfica. **Como criar arquivos PDF/X-1A**. Disponível em: <https://www.rettec.com.br/suporte/abtg.pdf>. Acesso em: 22 mar. 2023.
- ADG Brasil. **ABC da ADG**. São Paulo: Blucher, 2012.
- AICHER, O. **El mundo como proyecto**. México: Gustavo Gill, 1994.
- AIREY, D. **Design de Logotipos que todos amam**. Um guia para criar identidades visuais. Editora Alta Books: Rio de Janeiro, 2010.
- ALMEIDA F. **Design para quem?** Sobre o conceito de Outro na pesquisa em Design Gráfico no Brasil. 2015. 130p. Dissertação de Mestrado – Departamento de Artes & Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2015.
- ANGROSINO, M. **Etnografia e observação participante**. Porto Alegre: Artmed, 2009.
- ARAÚJO da C.B, L.; GALVÃO COUTINHO, S. **O MECOTipo: Revisão e desenvolvimento de um método de ensino de desenho coletivo de caracteres tipográficos**. 2006. 227 p. Dissertação de Mestrado – Programa de Pós-Graduação em Design, Universidade Federal de Pernambuco. Recife, 2006.
- BALDIN, N.; MUNHOZ, E. Snowball (bola de neve): uma técnica metodológica para pesquisa em educação ambiental comunitária. *In* X Congresso Nacional de Educação (Educere). Curitiba, 2011.
- BAPTISTA, T.A.A.A. **A [trans]formação dos objetos: um estudo sobre a contribuição dos aspectos históricos da Teoria da Atividade para o design**. 2019. 237p. Tese não publicada – Programa de Pós-Graduação em Design. Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), Recife, 2019.
- BARRETO CAMPELLO, S. Aprendizagem mediada por computador. *In* SPINILLO, C., PETRÔNIO, B., PADOVANI, S. (Org) **Selected readings on information design: communication, technology, history and education**. Curitiba: Sociedade Brasileira de Design da informação, 2009.
- BAXTER, M. **Projeto de produto: guia prático para o design de novos produtos**. São Paulo: Editora Blucher, 2000.
- BENYON, D. **Interação Humano-Computador**. São Paulo: Pearson. 2011.
- BESANE, H. The Journey of Brainstorming. *In* Journal of Transformative Innovation , Issue 1, Volume 2, 2016.

BESSA, O. F. M.; PIZZOCARO, S. **Ergonomics as if people really mattered**. /n International Committee of Design History and Studies (ICDHS) 5th conference, incorporating Nordic Forum for Design History Symposia, 2007.

BIERNACKI, P; WALDORF, D. Snowball Sampling: Problems and techniques of Chain Referral Sampling. **Sociological Methods & Research**. vol. nº 2, Novembro, p.141-163,1981.

BOCCHESE, L. E. Caminhos para as identidades visuais contemporâneas: alternativas estáticas e cambiantes. /n **Anais do 11º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design** – Blucher Design Proceedings, v. 1, n. 4. p. 605-616. São Paulo: Blucher, 2014.

BONSIEPE, G. **Design, Cultura e Sociedade**. São Paulo: Blucher, 2011.

BORGES, A. **Design + artesanato: o caminho brasileiro** - São Paulo, SP: Terceiro, 2012.

BORGES, L. As fuxiqueiras no mercado do artesanato no município de Alagoinhas-BA: mulheres, linhas e retalhos insubmissos ao capitalismo patriarcal. /n: **Anais do Seminário Interlinhas**, Fábrica de Letras, 2019.

BOSI, E. **O tempo vivo da memória: ensaios de psicologia social**. São Paulo-SP: Ateliê Editorial, 2003.

BRASIL. **Sinopse Estatística da Educação Superior**. Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira - INEP. Brasília, 2018. Disponível em: <http://portal.inep.gov.br/web/guest/sinopses-estatisticas-da-educacao-superior>. Acesso em: 20 de jan. 2023.

BROCKMANN, J. M. **Sistema de grelhas e retículas: Um manual para designers gráficos**. São Paulo: Editora G. Gilli, 2012.

BUGGY, L. **O MECOTipo: Método de Ensino de Desenho Coletivo de Caracteres Tipográficos**. Brasília: Estereográfica, 2018.

CAMARGO, L.; FAZINI, A. J. Explorando o Design Participativo como Prática de Desenvolvimento de Sistemas de Informação. /n **CID – Revista de Ciência da Informação e Documentação**, v. 5, n. 1, p. 138-150, Ribeirão Preto, 2014.

CAMEIRA, S. R. **Branding+ design: a estratégia na criação de identidades de marca**. Editora Senac São Paulo, 2016.

CARDOSO, R. **Uma introdução à história do design**. São Paulo: Blucher, 2004.

CHAVES, C. H.; BITTENCOURT, J.P.; TRALLI, I.G. Design Centrado no Humano na atual pesquisa brasileira - uma análise através das perspectivas de Klaus Krippendorff e da IDEO. **HOLOS**, Ano 29, v. 6, n. 218, 2013.

CHAVES, N. **La imagen corporativa**. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 1990.

COELHO, L. A. (Org.) **Conceitos-chave em design**. Editora Novas Ideias. Rio de Janeiro, 2008.

CONSOLO, C. **Marcas: design estratégico**. Do símbolo à gestão da identidade corporativa. 2ª ed. São Paulo: Blucher, 2021.

COSTA, J. **A imagem da marca: um fenômeno social**. São Paulo: Rosari, 2008.

COSTA, J. **Imagen global: evolución del Diseño de Identidad**. Barcelona: CEAC, 1995.

COUTINHO, S. **Breve passeio sobre o estudo da linguagem gráfica**. Nota de aula. Disponível em: <https://pt.scribd.com/document/270803651/Introducao-a-Linguagem-Grafica-2008-Aula-2>. Acesso em: 22 fev. 2021.

COUTINHO, S.; FERREIRA, E.; DARRAS, B.; MIRANDA, E. Children's processes of drawing from memory: a trans-cultural study in France and Brazil. *In: International Journal of Education Through Art*, v. 4, p. 57-73, 2008.

COUTINHO, S. G.; ROSSI, L. M. **Curso de Legibilidade, Compreensibilidade e Visibilidade**. Recife: Centro de Artes e Comunicação (UFPE), 1985.

COUTINHO, S. Impactos do Projeto MGB em Pernambuco. *In: VALADARES, Paula (org.). Memória Gráfica do Agreste*. Recife: CEPE, 2018.

CROSSAN, M.; APAYDIN, M. A Multi-Dimensional Framework of Organizational Innovation: A Systematic Review of the Literature. *Journal of Management Studies*, v. 47, n. 6., set. 2010.

CRUZ, C. **A prática decolonial: outras formas de projetar são possíveis**. ArchDaily Brasil. 2020. (Trad. Sbeghen Ghisleni, Camila) Acessado 13 Ago 2022. <<https://www.archdaily.com.br/br/950879/a-pratica-decolonial-outras-formas-de-projetar-sao-possiveis>> ISSN 0719-8906. Acesso em: 10 jan. 2022.

CUNHA, L. F. S. **Recomendações para o ensino do design de tipos de texto nas universidades públicas brasileiras**. 2021. Tese de Doutorado em Design – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2021.

DALMORO, M.; VIEIRA, K. M. Dilemas na construção de escalas tipo Likert: o número de itens e a disposição influenciam nos resultados? *Revista Gestão Organizacional*, v. 6, n. 3, p. 161-174, 2013.

DAMAZIO, V. Design, memória, emoção: uma investigação para o projeto de produtos memoráveis. *Cadernos de Estudo Avançados em Design*, Belo Horizonte. UEMG, p. 43-61, 2013.

DANTAS, V. **Fuxico no Japa em Casa: testando o protótipo do método de criação de identidades visuais**. Natal, 2015. (Trabalho de conclusão de curso) Bacharelado em Design, Departamento de Artes – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, 2015.

DELGADO, L. **História oral e narrativa: tempo, memória e identidades**. Conferência de abertura do VI Encontro Nacional de História Oral (ABHO). PUC-MG. Belo Horizonte, 2003.

D.SCHOOL. **Bootcamp Bootleg**. Escola de Design Thinking – Universidade Stanford, 2011. Disponível em:

<http://dschool.stanford.edu/wpcontent/uploads/2011/03/BootcampBootleg2010v2SLIM.pdf>. Acesso em: 20 abr. 2019.

EASON, K. **Information technology and organizational change**. London: Taylor and Francis, 1987.

ENGESTRÖM, Y. **Learning by expanding**: an activity-theoretical approach to developmental research. Tese de Doutorado - University of Helsinki, 327p., 1987.

ENGESTRÖM, Y. Knotworking to create collaborative intentionality capital in fluid organizational fields. **Collaborative capital**: Creating intangible value. Emerald Group Publishing Limited, 2005.

FALS BORDA, O. Por la praxis: cómo intervenir en la realidad para transformarla. **Crítica y Política en Ciencias Sociales**. Simposio Mundial de Cartagena. Bogotá: Punta de Lanza, 1977.

_____. Aspectos teóricos da pesquisa participante. /n: BRANDÃO, C. R. (Org.). **Pesquisa participante**. São Paulo: Brasiliense, 1982.

FASCIONI, L. **DNA empresarial**: identidade corporativa como referência estratégica. Editora Integrare, 2010.

FERREIRA, A. B. de H. **Mini Aurélio**: o dicionário da língua portuguesa. 8ª edição. Revisão atual. Curitiba: Positivo, 2010.

FINIZOLA, F., COUTINHO, S. G., SANTANA, D. **Abridores de Letras de Pernambuco** – um mapeamento da Gráfica Popular. v.1. São Paulo: Blucher, 2013.

FINIZOLA, F. **Tipografia vernacular urbana**: uma análise dos letreiramentos populares. São Paulo: Editora Blucher, 2010.

FONSECA, L. **Inibição no fuxico de aprender**. Dissertação de Mestrado – Programa de Pesquisa e Pós-graduação em Educação e Contemporaneidade. Universidade do Estado da Bahia. Salvador, 2012.

FORTY, A. **Design e identidade corporativa**. /n: FORTY, A. **Objetos de desejo**. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

FRASCARA, J. **Communication design**: principles, methods, and practice. New York: Allworth Press, 2004.

FRASCARA, J. **Diseño y comunicación visual**. Buenos Aires: Infinito, 1988.

FRASER, T., BANKS, A. **O essencial da cor no design**. São Paulo: Editora Senac, 2011.

FREIRE, P. **Pedagogia da Esperança**: Um reencontro com a pedagogia do oprimido. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

_____. **Pedagogia do Oprimido**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 56ª edição, 2014.

_____. **Pedagogia da Autonomia**: saberes necessários à prática educativa. 66ª ed. Rio de Janeiro/São Paulo: Paz e Terra, 2020.

FRUTIGER, A. **Sinais e Símbolos: desenho, projeto e significado**. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

FUENTES, R. **A prática do design gráfico: uma metodologia criativa**. Rosari, 2006.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2008.

_____. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2019.

GUERRA, F; TERCE, M. **Design digital: conceitos e aplicações para websites, animações, vídeos e webgames**. São Paulo: Senac, 2020.

GUIMARÃES, L. **A cor como informação: a construção biofísica, linguística e cultural da simbologia das cores**. São Paulo: Annablume, 2002.

GUIMARÃES, M. **Retalhos de memória: o resgate de práticas artesanais como resgate da memória**. Rio de Janeiro, 2007. Disponível em: http://www.marianaguimaraes.art.br/wp-content/uploads/2013/08/Retalhos_de_memorias_MarianaGuimaraes.pdf. Acesso em: 10 ago. 2020.

GOLDENBERG, M. **A arte de pesquisar**. Rio de Janeiro: Record, 2005.

GONDIM, S. M. G. **Grupos focais como técnica de investigação qualitativa: desafios metodológicos**. Ribeirão Preto: Paidéia, 2002.

GREIMÁS, A. J.; COURTÉS, J. **Dicionário de Semiótica**. São Paulo: Contexto, 2013.

HALL, S. **Identidades culturais na pós-modernidade**. Trad. por Tomaz T. da Silva e Guacira L. Louro. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 1997.

HEALEY, Matthew. **Design de Logotipos**. São Paulo: Edições Rosari, 2012.

HORN, R. E. **Visual Language**. Washington: Macrovu Inc, 1998.

IBARRA, M. C. **Design entrelaçado com a antropologia: engajamentos com um coletivo de moradores do bairro de Santa Teresa no Rio de Janeiro**. 2018. Tese de Doutorado em Design – Escola Superior de Desenho Industrial, Universidade do Estado do Rio de Janeiro. 233 p. Rio de Janeiro, 2018.

JACKSON, W. HTML5 Referencing: Using External Links and Favicons. **HTML5 Quick Markup Reference**. Apress, Berkeley, CA, 2016. Disponível em: https://doi.org/10.1007/978-1-4302-6536-8_4. Acesso em: 20 jan. 2021.

JOLY, M. **Introdução à análise da imagem**. Campinas: Papirus Editora, 2012.

KRIPPENDORFF, K.; BUTTER, R. **Product semantics – exploring the symbolic qualities of form**. Pensilvânia: Departmental Papers (ASC), 1984.

KRIPPENDORFF, K.; BUTTER, R. Semantics: Meanings and contexts of artifacts. *In*: SCHIFFERSTEIN, H. N. J.; HEKKERT, P. (Org.). **Product experience**, New York, NY: Elsevier, 2007. Disponível em: http://repository.upenn.edu/asc_papers/91. Acesso em: 20 jun. 2021.

KRIPPENDORFF, K. Design centrado no ser humano – human-centered design: uma necessidade cultural = a cultural necessity. **Estudos em Design**, Rio de Janeiro, v. 8, n. 3, p. 97-88, set.-dez. 2000.

LEITE, A. M. Y. **Metodologia TXM Branding aplicada à construção de marca da mind the graph**. 2016. (Monografia) – Departamento de Comunicação e Expressão, Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2016.

LEITE, H. L. de A. **Observações do uso dos emojis**: aspectos sintáticos, semânticos e pragmáticos na retórica visual de mensagens digitais. Dissertação de Mestrado – Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade Federal de Pernambuco. Recife, 2018.

LEONTIEV, A. **Activity, consciousness, and personality**. New Jersey: Prentice-Hall International, 1978.

LEONTYEV, A. N. **Problems of the development of the mind**. Moscow: Progress, 1981.

LIKERT, R. A technique for the measurement of attitudes. **Archives of Psychology**, [S. l.], n. 140, p. 44-53, 1932.

LOGO. **Metodologia**. Laboratório de Orientação da Gênese Organizacional. Florianópolis: 2017. Disponível em: <http://logo.ufsc.br/>. Acesso em: 23 mar. 2023.

LUCKESI, C. **Avaliação da aprendizagem escolar**: estudos e proposições. 14. ed. São Paulo: Cortez, 2011.

LUPTON, E; MILLER, A. **ABC da Bauhaus**: a Bauhaus e a teoria do Design. São Paulo: Cosac Naify, 2008.

LUPTON, E. **Intuição, Ação, Criação**: Graphic Design Thinking. Editora G. Gili, São Paulo, 2013.

MAGALHÃES, M; SOUZA, R. Um olhar sobre as metodologias projetuais de design gráfico. *In*: **Anais do 11º P&D – Gramado/RS**. São Paulo: Editora Blucher, 2014.

MATOS, R. **Liderança Cidadã, um novo modelo de liderança nas organizações**. E-book. São Paulo: Amazon, 2015.

MATOS, S. Composição: uma técnica de criação de paletas de cor. *In*: **Anais do II SECITEX – II, Semana de Ciência, Tecnologia e Extensão do IFRN, IV Simpósio de Extensão do IFRN**. Natal, RN, 2016.

MATOS, S. Operação FUXICO – Costura - Técnica para construção de conceitos em identidades visuais. *In*: ARTIC3. **Anais do Congresso ARTIC3**. Natal, 2017.

MATOS, S.; COUTINHO, S. Tipologia para o redesign de identidades visuais. *In*: **Anais do 9º CIDI | Congresso Internacional de Design da Informação, edição 2019 e do 9º CONGIC | Congresso Nacional de Iniciação Científica em Design da Informação**. São Paulo: Blucher, 2019. p. 36-45.

_____. Critérios para análise de similares em processos de criação de identidades visuais, a partir de classificações advindas do design gráfico e da informação. *In: MIRANDA, E. R.; RANOYA, G.; COUTINHO, S. .G. (Org.). [in]formar novos sentidos*, v. 2. São Paulo: Blucher, 2021a. p. 150 -185.

_____. Signos de memória: criação de signos gráficos a partir de memória afetiva. *In: Anais do 10º CIDI | Congresso Internacional de Design da Informação, edição 2021 e do 10º CONGIC | Congresso Nacional de Iniciação Científica em Design da Informação*. São Paulo: Blucher, 2021b. p. 1371-1383.

_____. Uma proposta de ampliação da diversidade de participantes para as fases projetuais de um método de ensino de criação de sistemas de identidades visuais. *In: Anais do II Seminário de Pesquisa do PPGDesign da Universidade Federal de Pernambuco – Design [em fronteira]*. Recife, 2022.

MATOS, S.; DINIZ, P. Avaliação da técnica de costura na criação da identidade visual da IV SECITEX. *In: Anais do XII Congresso Norte Nordeste de Pesquisa e Inovação (CONNEPI)*, Recife: 2018. Disponível em <https://ifpe.edu.br/código/7a2f5754-290d-4206-a9c2-36a358f31930>. Acesso em: 20 fev. 2022.

MATOS, S.; LEITE, J. R. P; MECYTA, B.; FERNANDES, S.; MENDONÇA, L. F. CRIATIF – Construindo identidades visuais dentro e fora dos muros do IFRN. *In: Anais da II SECITEX - II Semana de Ciência, Tecnologia e Extensão do IFRN*, IV Simpósio de Extensão do IFRN. Natal, 2016.

_____; OLIVEIRA, M. C.; BISPO, C; HOLLANDA, A.L. Criatif nos Bairros: Expressando visualmente a identidade dos Bairros Rocas e Cidade Alta de Natal – RN. *In: Anais da IV SECITEX – IV Semana de Ciência, Tecnologia e Extensão do IFRN*, VI Simpósio de Extensão do IFRN. Natal, 2018.

_____; RODRIGUES, G.; FERREIRA, E. CRIATIF: Linha do Tempo – Aprendendo e Expandindo. *In: Anais da III SECITEX - III Semana de Ciência, Tecnologia e Extensão do IFRN*, V Simpósio de Extensão do IFRN. Natal, 2017.

MATOS, S.; SILVA, A.; MOREIRA. Aplicação de técnicas avaliativas em projetos de identidade visual. *In: Anais do XIII Simpósio de Pesquisa – XIII CONGIC*. Natal-RN, 2018. p. 1119, Natal: 2018. Disponível em: <https://memoria.ifrn.edu.br/handle/1044/1560>. Acesso em: 20 jan. 2022.

MATOS, S.; SOUZA, I. Fuxicando no I.GO: testando o protótipo do método de criação de identidades visuais – Fuxico. *In: Anais do 8º CIDI e 8º CONGIC*. Sociedade Brasileira de Design da Informação – SBDI. Natal, 2017.

MAZZAROTTO FILHO, M. A. Para quem projetamos? Identificação dos termos utilizados nos artigos do Congresso Internacional de Design da Informação. *In: Anais do 10º CIDI | Congresso Internacional de Design da Informação, edição 2021 e do 10º CONGIC | Congresso Nacional de Iniciação Científica em Design da Informação*, p. 1329-1340. São Paulo: Blucher, 2021.

MEDRADO, A. C. Colcha de fuxicos: uma análise das narrativas de “Cabra marcado para morrer”. *In: MEDRADO, A. C. et al. Em busca de um horizonte: narrativas sobre educação, arte e resistência*. Brasília: Edições REDEXP, 2019.

- MEGGS, P. B.; PURVIS, A. W. **História do Design Gráfico**. São Paulo: Cosac Naify, 2009.
- MELO, C. H. **O design gráfico brasileiro: anos 60**. São Paulo: Cosac Naify, 2008.
- MELO, C. H.; RAMOS, E. **Linha do tempo do design gráfico no Brasil**. São Paulo: Cosac Naify, 2011.
- MELO, C. H. **Signofobia**. São Paulo: Rosari, 2005.
- MEÜRER, M. V. **Seleção tipográfica no contexto do design editorial: um modelo de apoio à tomada de decisão**. 2017. Tese de Doutorado – Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Comunicação e Expressão, Programa de Pós-Graduação em Design, Florianópolis, 2017.
- MOLLERUP, P. **Marks of Excellence**. Londres: Phaldon, 1998.
- MONTEIRO, G. C. P.; LIMA, G. C.; VIEIRA, T. A construção do termo “identidade visual”. *In: Anais do 3º Simpósio de Pós-Graduação em Design da ESDI*. Rio de Janeiro, 2017.
- MORSE, J. M. Emerger de los datos: los procesos cognitivos del análisis en investigación cualitativa. *In: MORSE, J. M. Asuntos críticos en los métodos de investigación cualitativa*. Medellín: Universidad de Antioquia, 2003.
- MOSCOVICI, F. **Desenvolvimento Interpessoal: treinamento em grupo**. 7. ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 1997.
- MUNARI, B. **Design e Comunicação Visual: contribuições para uma metodologia didática**. São Paulo: Martins Fontes, 2006.
- MUNHOZ, D. **Manual de Identidade Visual: guia para construção**. Rio de Janeiro: 2AB, 2009.
- NANI DA FONSECA, A.; BARBOSA, A. M. Colonização e Ensino do Design. **DAT Journal**, v. 5, n. 1, p. 220-243, 27 mar. 2020.
- NASCIMENTO, D. G.; SILVA, E. A. A importância do trabalho artesanal: fazendo arte com fuxico. *In: JEPEX 2009* – Universidade Rural de Pernambuco. Recife, 2009. Disponível em: <http://www.eventosufrpe.com.br/jepeX2009/cd/resumos/R1136-2.pdf>. Acesso em 20 ago. 2021.
- NIELSEN, J. **Usability Engineering**. Cambridge: Morgan Kaufmann, 1993.
- NOBLE, I.; BESTLEY, R. **Pesquisa visual: introdução às metodologias de pesquisa em design gráfico**. Porto Alegre: Editora Blucher, 2013.
- NORA, P. **Entre memória e história: a problemática dos lugares**. *In: NORA, P. Les lieux de memoire*. I La Republique., pp. XVIII-XLII. Tradução Yara Aun Khoury. Paris: Editions Galimard, 1994.
- NORMAN, D. **Don Norman at UX Week 2008**. 2008. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=WglcUHC3qJ8>. Acesso em: 23 mar. 2023.

_____. **O design do dia a dia**. Rio de Janeiro: Rocco, 2006.

NORONHA, R.; CAMPOS, L.; PÊGO, K.; SANTOS, A. **Comunidades criativas e saberes locais: design no contexto social e cultura de baixa renda**. Curitiba: Insight Editora, 2022.

NOVAES, M. B.; GIL, A. C. A pesquisa-ação participante como estratégia metodológica para o estudo do empreendedorismo social em administração de empresas. **RAM. Revista de Administração Mackenzie**, v. 10, n. 1. p. 134-160, 2009. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S1678-69712009000100007>. Acesso em: 5 dez. 2022.

NOVAIS, C. E. **Caligrafia e Design de Tipos: estudo sobre os impactos do conhecimento da técnica caligráfica no entendimento do espaçamento e coerência formal de caracteres tipográficos**. Tese de Doutorado – Departamento de Design – Universidade Federal de Pernambuco. Recife, 2022.

OBREGON, R. **Perspectivas de pesquisa em design: estudos com base na Revisão Sistemática de Literatura**. Erechim: Editora Deviant, 2017.

OBREGON, R. F. A.; VANZIN, T.; ULBRICHT, V. R.; **Recomendações para Ambiente Virtual de Aprendizagem Inclusivo na perspectiva do Padrão Arquetípico de Alteridade**. São Paulo: Editora Pimenta Cultural, 2015.

O'BRIEN, R. **An overview of the methodological approach of action research**, Londres: 1988. Disponível em: <http://web.net/~robrien/papers/xx%20ar%20final.html>. Acesso em: 17 out. 2020.

PAIN, R. de S. A educação decolonial e Paulo Freire na perspectiva da avaliação escolar. **Revista Ensaios e Pesquisa em Educação e Cultura**, v. 5, n. 8, p. 51-64, 2020.

PAULA, A.; SEMENSATO, C.; SILVA, P.; PASCHOARELLI, L.; SILVA, D. Breve história e análise crítica do ensino do design no Brasil. **Convergências – Revista de Investigação e Ensino das Artes**, n. 05. Castelo Branco: IPCB, 2010. n. p.

PAZMINO, A. V. **Como se cria: 40 métodos para design de produtos**. São Paulo: Editora Blucher, 2015.

PEÓN, M. L. **Sistemas de identidades visuais**. Rio de Janeiro: 2AB, 2011.

RAND, P. **Pensamentos sobre design**. Tradução de Marcelo Brandão Cipolla. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2015.

RANGEL, M. **Métodos de ensino para a aprendizagem e a dinâmica das aulas**. São Paulo: Editora Papirus, 2014.

RAPOSO, D. **Design de identidade e imagem corporativa**. Rio de Janeiro: Editora 2AB, 2008.

RAPOSO, J.; MOURA, M. Design da Informação e Design de Identidade: busca por convergência para a construção de espaços sensoriais de marca. *In: Anais do 9º CIDI | Congresso Internacional de Design da Informação*, ed. 2019 e do 9º CONGIC | Congresso Nacional de Iniciação Científica em Design da Informação. São Paulo: Blucher, 2019.

RICHARDSON, R. **Pesquisa Social – Métodos e Técnicas**. 3. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2012.

RYAN, B.; SCAPENS, R.; THEOBALD, M. **Reserach method and methodology in finance and accounting** London: Cengage Learning Emea, 2002.

ROCHA, C. S. A Casa do Tipo. Uso tipográfico em design editorial: uma revisão metodológica. *In: Anais do 2º Congresso Internacional de Design da Informação, São Paulo, 2005. Sociedade Brasileira de Design da Informação – SBDI*. São Paulo: SENAC-SP, 2005.

RODRIGUES, D. **Naming: O nome da marca**. 2. ed. Rio de Janeiro: 2ab, 2013.

ROOM, A. History of branding. *In: MURPHY, J. (Org.) Branding: A key marketing tool*. Londres, 1987.

SANDERS, E. B. N. Design Serving People. *In: Cumulus Working Papers – Publication Series G*. University of Art and Design Helsinki, Copenhagen, 2006.

_____. Perspectives on Design in Participation. *In: MAREIS, C.; HELD, M.; JOOST, G. (Org.) Wer Gestaltet die Gestaltung? Praxis, Theorie und Geschichte des Partizipatorischen Designs*, Verlag, 2013.

SANTAELLA, L. **O que é Semiótica**. São Paulo: Editora Brasiliense, 2012.

SANTOS, B. **Introdução a uma ciência pós-moderna**. Rio de Janeiro: Graal, 1989.

SEMPRINI, A. **La marca postmoderna: potere e fragilità della marca nelle società contemporanee**. Franco Angeli, 2006.

SILVA, J. **Análise do processo de criação de marcas através do Esquema de Desenvolvimento Imagético – EDI**. Dissertação de Mestrado – Universidade Federal de Pernambuco. Recife, 2008.

SILVA, O. C. V. **Design de identidade visual participativo: uma proposta metodológica para o design de marcas com usuário**. Dissertação de Mestrado – Universidade Federal de Pernambuco. Recife, 2017.

SOUZA, F.; RANOYA, G.; SILVA JUNIOR, M.; HARADA, R.; MATOS, S. As complexidades do design de experiência. *In: Anais do 9º CIDI | Congresso Internacional de Design da Informação, edição 2019 e do 9º CONGIC | Congresso Nacional de Iniciação Científica em Design da Informação*. São Paulo: Blucher, 2019. p. 1553-1559.

SPIEKERMANN, E. **A Linguagem Invisível da Tipografia**. São Paulo: Editora Blucher, 2011.

STRUNCK, G. **Como criar identidades visuais para marcas de sucesso**. Rio de Janeiro: Editora Rio Books, 2012.

TEIXEIRA, M.; SANTANA, J.; CESAR, S.; KIPERSTOK, A. O artesanato de retalhos da comunidade quilombola de Giral Grande. **Revista Afro-Ásia**, n. 44, p. 219-246, 2011. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=77022104006>. Acesso em: 05 ago. 2021.

THIOLLENT, M. **Metodologia da pesquisa-ação**. São Paulo: Cortez, 2011.

TOURAINÉ, A. **El sujeto**: Un nuevo paradigma para comprender el mundo de hoy. Buenos Aires: Paidós, 2006.

TWYMAN, M. L. A schema for the study of graphic language. *In*: KOLERS, P. A.; WROLSTAD, M. E.; BOUMA, H. (Org.). **Processing of visible language**. v. 1. Nova York and Londres: Plenum Press, 1979. p. 117-150.

_____. Further thoughts on a schema for describing graphic language. **Proceedings of the 1st International Conference on Typography & Visual Communication** – History, Theory, Education. Thessaloniki, 2004. p. 329–350.

_____. The graphic presentation of language. **Information Design Journal**, v. 2, n. 1, p. 2-22, 1982.

VANNUCCI, A.; GADELHA, C.; JACOB, E.; LIRIO, G.; FRIQUES, M. Engendrar fuxicos, tecer saberes. **Revista Latinoamericana do Colégio Internacional de Filosofia**. n. 9 - Laboratório de Investigação da Cena Programa de Pós-Graduação em Artes da Cena Escola de Comunicação/Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2021.

VISCONTI, L. **Slides de aula** (ESDI – EBA – UNIVERCIDADE– ESPM). mar/abr. 2002.

VYGOTSKY, L. S. **Mind and Society**: The development of higher mental processes. Cambridge: Harvard University Press, 1978.

WATZLAWICK, P.; WEAKLAND, J.; FISCH, R. **Mudança**. Editora Cultrix, São Paulo, 1977.

WHEELER, A. **Design de Identidade da Marca**. São Paulo: Bookman, 2012.

WHITAKER, D. C. A. Análise de entrevistas em pesquisas com histórias de vida. **Cadernos CERU**, [S. l.], v. 11, p. 147-158, 2000. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/ceru/article/view/75078>. Acesso em: 26 jun. 2021.

WILKE, R. Grupo Editorial Companhia das letras: transição da arquitetura de marca endossada para a de marca pluralista. *In*: **Anais do 12º P&D** – Belo Horizonte. São Paulo: Editora Blucher, 2016.

WONG, W. **Princípios de forma e desenho**. São Paulo: WFM Martins Fontes, 2010.

ZIMMERMANN, A. **O ensino do desenho na formação em Design Gráfico**: uma abordagem projetual e interdisciplinar. Tese de Doutorado – Universidade Federal de Pernambuco, Centro de Artes e Comunicação. Recife, 2016.

APÊNDICE A - Questionário eletrônico para entrevista com professores



Métodos/metodologias utilizadas por professores de Design para o ensino de criação de identidades visuais.

Levantamento para conhecer as metodologias de ensino utilizadas por professores nos cursos de Design de instituições públicas brasileiras de ensino, para formação dos estudantes na criação de identidades visuais (IV). Os dados adquiridos serão analisados e utilizados para fins acadêmicos, na pesquisa de doutorado Método Fluxico. A referida pesquisa está em desenvolvimento pela doutoranda Sílvia Matos, orientanda da professora Dra. Solange Coutinho, pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). A participação dos professores será realizada de forma voluntária e será mantido o anonimato dos respondentes participante da pesquisa.

Prezado Professor, agradeço sua disponibilidade para responder a este questionário que ajudará a mapear informações essenciais para a minha pesquisa de doutorado. É um questionário sucinto, que pretende tomar apenas um pouco do seu tempo.

 silviamatos.design@gmail.com (não compartilhado)
[Alternar conta](#)

*Obrigatório

Estou ciente das condições da pesquisa, acima referida, da qual livremente participarei. *

☐ Sim, desejo participar.

☐ Não, não desejo participar da pesquisa.

Próxima

Limpar formulário

Perguntas gerais

Nome: *

aa

Email: *

aa@gmail.com.br

Instituição de Ensino na qual é vinculado: *

aa

Curso que leciona: *

Curso que leciona: *

Sua resposta

Disciplina(s) que ministra para o ensino de criação de IV. *

Sua resposta

Há quanto tempo ministra disciplinas para criação de IV? *

☐ Menos de 2 anos

☐ De 2 a 10 anos

☐ Mais de 10 anos

Você utiliza metodologias/métodos para o ensino de criação de IV? *

☐ Sim

☐ Não

Utiliza método

Quais os autores de metodologias/métodos você utiliza para o ensino de criação de SIV? *

Sua resposta

Você tem um método próprio (desenvolvido por você) para ensino para criação de IV? *

☐ Sim.

☐ Não

[Voltar](#) [Próxima](#) [Limpar formulário](#)

APÊNDICE B - Apreensão das entrevistas com as fuxiqueiras

Graça Leal é carioca e mora em Natal há trinta anos. Junto ao SEBRAE-RN, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Rio Grande do Norte, fundou um projeto para resgatar a cultura da Vila de Ponta Negra, em Natal-RN, o Feito na Vila, com um grupo de quarenta mulheres, reunindo várias tipologias de artesanato, inclusive o fuxico. Ela relata que o fuxico é a forma que proporciona a construção da identidade do grupo e que consegue tocar em “coisas guardadas”, particulares, de forma suave, por sua delicadeza. *“O fuxico era uma forma de trazer as mulheres para a roda, para conversar e trabalhar. Eu fazia fuxico quando precisava de cor. A roda de fuxico era um local de reconhecimento, de escuta afetiva, que colocava as pessoas em lugar de igualdade e onde os processos de cada uma se aproximavam”.*

Graça afirmou que o fuxico ensina a perceber a vida como um fluxo contínuo de aprendizagem. *“O fuxico é como a vida; eu vou embaixo, mas eu vou em cima e a gente se encontra no meio para dar o nó. É um exercício de respiração: em cima, embaixo, em cima, embaixo”.*

Ela percebeu que as pessoas tinham preconceito com o artesanato fuxico, porque acreditavam que a técnica teve origem nos escravos. Mas, segundo as memórias de Graça, *“o Fuxico veio da Ásia, não significava remendo, nem fofoca. Ele servia para enfeitar as roupas. Mas eles não faziam do jeito que se faz hoje, que são mais de oitenta tipos de fuxico”.* Tempos depois, ainda segundo Graça, *“na Europa, os camponeses usavam fuxico para fazer mantas de inverno. E por volta de 1800, no Brasil, com o apogeu do algodão, as portuguesas mandavam costurar seus vestidos. E, com as sobras, que nem eram coloridas, as escravas, à noite, se sentavam à luz de velas, com o café no meio da fogueira e faziam fuxico para enfeitar suas roupas e mantas. O fuxico veio do campo e trouxe o estigma de coisa de pobre. Mas fuxico nem sempre é feito de restos. Ele Junta pedaços menores de coisas grandiosas”.*

Ao falar sobre a roda de fuxico, Graça frisou que *“para fazer fuxico primeiro é preciso um trabalho no território do corpo, em seguida o território da casa. Só depois, sentar-se à mesa, escolher os tecidos, cortar e montar os fuxicos. Até que haja uma simbiose entre o corpo e a agulha é difícil. Por isso, no início, elas ficam muito concentradas. Depois, relaxam, e começam a conversar. Aprendem umas com as outras, trocam receitas, histórias, chás, remédios”.*

Leda Sodré trabalha com fuxico há mais de trinta anos, atualmente é coordenadora do grupo de artesãs Feito na Vila. Ela contou que *“na época das rodas de fuxico presenciais, as reuniões eram feitas no Centro de Cultura e que mesmo aquelas para tratar de assuntos burocráticos, eram regadas a fuxico”.* Leda relatou que *“o mais importante do fuxico é que é uma ferramenta para facilitar a convivência em grupo. Uma ferramenta que ajuda quem tem dificuldade de se expressar, pois o fuxico tem memória. É como se fosse o gatilho para descobrir o que incomoda por dentro. O movimento acessa conteúdos internos e profundos, por isso proporciona resgates de sofrimentos... Até da infância. Como se fosse um acesso a fragmentos”.*

Ela frisou que *“o fuxico gera empoderamento, porque uma fuxiqueira dá força para a outra, revelando outras qualidades e possibilidades de cada uma”*.

Ao falar da roda de fuxico, Leda contou que *“as conversas na roda de fuxico são variadas e que às vezes elas são divergentes. Porque cada um fala a sua opinião sobre as coisas e nem sempre é a mesma. Mas que isso é curioso, pois as divergências [de opiniões] ajudam a mudar os pensamentos”*.

Leda também relatou que a roda de fuxico é um lugar de aprendizado. *“É um movimento de sair da mesmice, do lugar de se saber de tudo. Você aprende com todos: com as pessoas mais simples, com aquelas que só trabalham por prazer”*.

Na roda de fuxico, *“primeiro faz-se seleção dos tecidos, geralmente por tipo (tricoline, algodão, malha e aparas que combinam) e logo em seguida, por cor. Selecionados os tecidos, risca-se o pano, corta-se, alinha-se à volta e faz-se o acabamento. O produto que vai ser montado é geralmente decidido depois das florezinhas prontas. Só se decide o produto antes, quando já vem por encomenda. Antes de começar a montagem, um desenho é feito. As decisões sobre o desenho surgem dos próprios fuxiqueiros, que geralmente fazem em conjunto. A avaliação também é feita pelo grupo e este é um momento de crítica, ajuda e autoconhecimento”*.

Leda finalizou a entrevista dizendo que *“o produto finalizado é influenciado completamente pela condição emocional da artesã. Quando a pessoa não está bem, ela fica na roda, conversa, mas não pega no fuxico. Para não passar energia negativa”*.

Eliana Cardoso é presidente da AMJOPAR do município de São José de Mipibu. Para ela, *“o fuxico é um artesanato coletivo. Tudo se faz junto, ninguém trabalha sozinho, diferentemente do croché, que é individual. No fuxico, uma pessoa corta, a outra arremata, outra pessoa forma o fuxico e outras emendam. Além disso, o fuxico é reaproveitamento. Se cada uma fizesse só, individualmente, elas demorariam muito mais. Por isso elas criam juntas. Às vezes eu trago um modelo e elas criam em cima. Uma cria com a outra”*.

Sobre as rodas de fuxico, Eliana relatou que acontecem duas vezes por semana, na própria sede e comentou que para ela, *“o ritual da roda de fuxico começa bem antes de sentar-se à mesa para fazer o artesanato. Primeiro elas limpam a sede e fazem orações. Para ela, o fuxico é um lazer. É fuxico na mão e na fala. O momento é sempre muito rico, de aprendizado e prazer, um momento de esquecer o sofrimento e se sentirem acolhidas umas pelas outras”*.

Eliana disse que primeiro se escolhe a peça que se vai fabricar. E, em seguida, desenha-se o modelo para aquela peça. Ela acha que o desenho no papel é essencial para a criação da peça. *“Na hora do desenho, primeiro eu pinto todas as cores no desenho e construo o padrão, para não desperdiçar o tecido e manter a qualidade”*. Depois, corta-se o tecido e divide o trabalho entre as pessoas que vão trabalhar. Na roda de fuxico tem sempre coisa para contar. Coisas positivas e negativas. *“Quando estão cortando o tecido, já começam a se alongar, parece que liberam...Rsrs”*.

Eliana disse que os assuntos servem como uma terapia coletiva, um refúgio e surgem também muitos conselhos na roda. *“Há sempre conversas com posições diferentes. E, por isso, recebemos opiniões e pessoas bem diferentes, sem discriminação. O fuxico também é assim, todos os tecidos diferentes, convivem bem em um mesmo espaço. Eles [os fuxiqueiros] procuram chegar sempre em acordo”*. Eliana reforçou a importância de se ouvir a opinião de quem não gosta do nosso trabalho: *“é preciso ouvir quem não concorda com você, ele pode te ensinar muita coisa; se não sabe o que estão falando de você, como vai se defender”?*

Eliana finalizou a entrevista dizendo que há os aprendizes de fuxiqueiros na Associação. *“Os aprendizes não trabalham para produtos que vão para a venda final, só treinam e aprendem em produtos que não serão comercializados. Eles só começam a produzir para venda quando são reconhecidos pelo grupo. Precisam antes conhecer o grupo, aprender a técnica, comparar o seu resultado com o de outras pessoas e ser reconhecidos como condutor do padrão de qualidade da AMJOPAR”*.

Maria de Lourdes foi fundadora da AMJOPAR e está na associação desde 2006. O fuxico na vida dela é uma forma de terapia. Segundo Maria de Lourdes, o fuxico é uma atividade que consegue retirar pensamentos da sua cabeça. Se ela chega na roda triste, sai alegre. Se chega com um problema, lá esquece tudo.

Quanto ao ritual da roda de fuxico, Maria de Lourdes informou que primeiro limpa-se e zela-se do lugar, depois faz-se uma oração e só então começam os trabalhos. Para ela, na roda, *“os fuxicos são feitos pela mão e pela boca e a roda de fuxico é um lugar onde acontecem muitas coisas boas”*. Maria de Lourdes também disse que *“fazendo fuxico acontece muitas conversas interessantes (uma risada), que lá saem assuntos do planejamento dos trabalhos, além de outros assuntos particulares”*. Para ela, *“a roda de fuxico é um lugar onde se aprende a conhecer as pessoas e aprender com elas, além de se ensinar o que sabe”*. De acordo com Maria de Lourdes, o que faz o fuxico diferente das outras tipologias de artesanato é a característica de ser um trabalho em grupo: *“uma corta, a outra emenda e outra pessoa costura”*.

Maria da Glória está associada à AMJOPAR há cinco anos e foi na associação que aprendeu a fazer fuxico. Ela relatou que no começo não sabia fazer bem o fuxico e que foi a fuxiqueira Adelma quem a ajudou a aperfeiçoar esse fazer. Para Maria da Glória, elas na associação são um grupo, trabalham sempre juntas. No planejamento, elas decidem o que vão fazer e quantas pessoas serão necessárias para construir cada produto. Por exemplo, para fazer uma colcha de fuxico, são necessárias sete pessoas, para um pano de prato, duas fuxiqueiras e para montar uma cortina, três. Maria da Glória disse que quando recebem uma encomenda, quando podem, vão ao local onde encomenda vai ficar, para escolher as cores. Maria da Glória relatou que se sente muito bem fazendo fuxico e que em certos momentos, *“quando a vida está difícil, é só começar a roda que muda tudo, ela se sente mais estimulada”*.

Ao ser perguntada de como acontece a roda de fuxico, Maria da Glória disse que *“há o momento de se reunir, o de aprender e o de ensinar”*. Ela disse também que *“saem na*

roda conversas variadas (uma risada) e isso depende do dia, das notícias da semana', mas elas sempre se ajudam, elas se orientam umas com as outras. Maria da Glória relatou que "o momento que estão com a agulha [na mão], a mente viaja e os assuntos chegam". Maria da Glória se lembrou que no início, quando ela ainda não fazia bem o fuxico, Adelma a ajudou a aperfeiçoar. "Ela me fazia desmanchar muitas vezes e pegava no meu pé". Quando Maria da Glória está em casa fazendo, ela pensa "era isso mesmo". Ela guardou os seus primeiros fuxicos e se pega pensando "como eu era e como era o meu fuxico... meu fuxico era feio".

Adelma está na AMJOPAR há oito anos, mas começou a fazer fuxico há quinze anos. Para Adelma, *"foi um prazer conhecer as parceiras na associação. Eu era nova no bairro, já sabia fazer o artesanato e foi o fuxico me ajudou a se aproximar das pessoas"*. O fuxico para Adelma *"é aquilo que a distrai dos momentos de angústia. Quando você pega aquele paninho, pequenininho, e uma agulha, você sai de si, você esquece tudo, então, assim... O fuxico para mim é uma maravilha (...) é quase tudo"*. Adelma disse que na roda de fuxico elas botam os assuntos em dia. Como só se encontram duas vezes por semana, acontece muita coisa para elas fuxicarem. *"A roda de fuxico é prazer, é aprendizado, é você sair de si, sem sair do lugar"*.

Dilza é uma artesã e professora de fuxico. Nascida no Rio de Janeiro, mora em Natal há mais de 15 anos. A relação de Dilza com o fuxico aconteceu por meio da sua filha e sua irmã, dentro de uma história de cura emocional vivenciada pela família.

Segundo Dilza, *"o fuxico é um lugar de memória afetiva."* Ela teve três filhos e neste mês de julho de 2021 nasceu sua quarta neta. Há quatorze anos, sua única filha, A*, estudante do último semestre de arquitetura, no Rio de Janeiro, teve um câncer aos vinte e cinco anos de idade e não resistiu às complicações da doença. Durante o período de tratamento, a tia de A* ensinou à jovem a técnica de fuxico, como forma de terapia ocupacional. Segundo Dilza, *"A* fazia fuxico e falava dos seus medos, suas dores e, assim, os dias ficavam mais amenos"*. Os fuxicos de A* eram vendidos para a família e pessoas amigas que passaram a associá-la ao artesanato. Por isso, no dia do seu sepultamento, os presentes receberam um fuxico feito por ela.

Depois da partida de A*, Dilza resolveu aprender fuxico e, como forma de estar em contato com a filha, fazia um ritual de dez florezinhas por dia. O ritual se expandiu e Dilza passou a ensinar pessoas a fazer fuxico, como forma de dissipar alguma dor que estivessem sentindo. Dilza não cobrava pelo curso, mas pedia um compromisso de levar o ritual adiante. E recebeu muitos comentários de pessoas que saíram de processos depressivos e de estados emocionais que acarretavam sofrimento. Para Dilza *"o fuxico tem o poder de cura, de união e de gratidão"*.

Dilza finalizou a entrevista contando que um novo ciclo se abriu em sua vida. Sua quarta se chama A*. Uma nova menina chamada A*. Ela, então, terminou a entrevista, com uma frase que corrobora o fuxico como cura: *"você pega um tecido, alinha, puxa e fecha a flor. E a energia fica ali, fechando um ciclo. Com vários fuxicos, você junta e faz outras coisas. Por isso, ele resgata e ressignifica"*.

APÊNDICE C - Questionário para avaliação do método pela professora Renata Cadena

Prezada Professora Renata Cadena, com muita satisfação, finalizamos o ciclo da primeira experimentação do método de ensino Roda de Fuxico, minha pesquisa de doutorado em andamento, como proposta de metodologia para o ensino de criação de sistemas de identidades visuais (SIV).

Primeiramente, agradeço sua disponibilidade e generosidade em utilizar o método de ensino em sua disciplina, apoiando e aprimorando o seu desenvolvimento, com suas valiosas contribuições. Peço, ainda, que responda mais algumas perguntas, para que eu possa registrar suas impressões acerca da experiência vivenciada.

Sua avaliação geral sobre o de ensino método Roda de Fuxico

1. Utilizando a escala abaixo, assinale o emoji que mais representa como você avalia o Roda de Fuxico? Cite, se puder considerar, um ponto positivo e um negativo do método.



adorei



gostei, mas sugiro...



não gostei



de jeito nenhum!

Primeiro emoji (esquerda).

Ponto positivo: o método tem vários pontos positivos. É bem claro e didático, valorizando as etapas e subetapas da realização de uma identidade visual. Gostei da clareza como se apresentam as técnicas de pesquisa, instruindo como devem ser realizadas e o resultado aguardado delas (diferente de outros livros, que deixam o designer sem tanto lastro). Gostei também do detalhamento das etapas, que são progressivas e minuciosas o suficiente para dar conta dos elementos necessários à produção cautelosa de identidades visuais.

Ponto negativo:

Senti falta de uma maior interação com discussões contemporâneas sobre construção de identidade de marca e sua riqueza. O método, apesar de se dizer para construção de identidade visual, tem muitos aspectos da construção de identidade de marca, mas isso poderia estar mais explícito.

Sobre o conteúdo teórico que antecede as fases projetuais no método de ensino

2. O que achou do conteúdo teórico sobre sistemas de identidades visuais apresentado na fase inicial da disciplina? Você teria algo a acrescentar ou retirar?
Acredito ser rico e bastante adequado. Não creio que há nada a acrescentar, se a ênfase é a de criar identidade visual; neste caso pôde-se tirar apenas o conteúdo sobre naming, que termina servindo a uma abordagem para além da criação de identidade visual.

Sobre os seminários guiados

3. O que achou dos textos que abordam temas de SIV serem discutidos em formato de seminário, utilizando-se perguntas que guiavam as discussões? Há algo que gostaria de propor para melhorar aquela dinâmica realizada? Os conteúdos são ótimos e a abordagem a partir de perguntas é interativa e leva à reflexão sobre temas interessantes ao projeto.

Sobre os exercícios realizados ao final dos conteúdos teóricos

4. O que achou dos exercícios propostos, como: o trabalho prático sobre desenvolvimento de signos de memória e o projeto final, dividido em 2 etapas (primeiro as fases Reconhecer, Alinhar e Arrematar e em um segundo momento, as fases Desenhar, Montar, Avaliar e Entregar)?

Acho que os signos de memória são uma abordagem muito única e interessante. Contudo, acredito ser necessário ressaltar a importância de buscar relatos mais comuns entre usuários, para não se gerar signos muito herméticos, de difícil conexão entre os usuários. Sobre as etapas, são adequadas e interessantes.

Sobre os instrumentos de apoio para avaliar os trabalhos dos estudantes

5. O que achou da planilha construída com você para apoiar o processo de avaliação do projeto final da disciplina?"
Achei bastante interessante e útil, levando em conta não só a entrega, mas o esforço empreendido.

Sobre a nomenclatura utilizada no método Roda de Fuxico

6. Utilizando a escala abaixo, assinale o *emoji* que mais representa seu nível de aprovação **do nome do método** de ensino Roda de Fuxico. Depois informe o porquê escolheu o referido *emoji*.



adorei



gostei, mas sugiro...



não gostei



de jeito nenhum!

Primeiro emoji (esquerda). Faz referência a um artesanato regional relevante e tem a dubiedade interessante com a ideia de conversa.

7. O que você achou da **nomenclatura utilizada para as sete fases do método** Roda de Fuxico serem baseadas no feitiço do artesanato fuxico (*Reconhecer, Alinhar, Arrematar, Desenhar, Montar, Avaliar e Entregar*)? Justifique a escolha do *emoji*.



adorei



gostei, mas sugiro...



não gostei



de jeito nenhum!

Primeiro emoji (esquerda). Achei que ficou didático, uma vez que se conhece como se faz um fuxico. Um vídeo explicativo desse processo seria ótimo 📺

Sobre a estrutura do Método Roda de Fuxico

8. A divisão do método em sete fases facilitou o ensino de metodologias para criação de sistemas de identidades visuais?
(X) sim () não () não sei
9. Classifique o nível de dificuldade/facilidade que você percebeu para ensinar metodologia projetual para SIV, utilizando-se das fases projetuais do método

<i>Reconhecer</i>	(x) achei fácil	() tive pouca dificuldade	() tive muita dificuldade	() não sei
<i>Alinhar</i>	(x) achei fácil	() tive pouca dificuldade	() tive muita dificuldade	() não sei
<i>Arrematar</i>	() achei fácil	(x) tive pouca dificuldade	() tive muita dificuldade	() não sei
<i>Desenhar</i>	(x) achei fácil	() tive pouca dificuldade	() tive muita dificuldade	() não sei
<i>Montar</i>	(x) achei fácil	() tive pouca dificuldade	() tive muita dificuldade	() não sei
<i>Avaliar</i>	() achei fácil	(x) tive pouca dificuldade	() tive muita dificuldade	() não sei
<i>Entregar</i>	(X) achei fácil	() tive pouca dificuldade	() tive muita dificuldade	() não sei

Experiência futura

10. Que técnicas utilizadas no Roda do Fuxico (listadas abaixo) você utilizaria novamente para o ensino de SIV?

Fase	Técnicas ou atividades
<i>Reconhecer</i>	☐ Tipologia para redesign (1ª, 2ª e 3ª ordem) ☐ Questionários para clientes ☐ Questionários para sujeitos (apoiadores, indiferentes e oponentes) ☒ Caderno do designer
<i>Alinhavar</i>	☐ Apreensão e síntese ☐ Critérios para análises de similares ☐ Avaliação profissional da marca atual
<i>Arrematar</i>	☐ Costura de atributos ☐ Painel de Inspiração ☐ Lista de decisões projetuais
<i>Desenhar</i>	☐ Tempestade de ideias ☐ Mapa Mental ☐ Classificação de nomes ☐ Modulação ☒ Regras de proporção ☐ Grade de acomodação ☐ Composição (composição de paletas de cor)
<i>Avaliar</i>	☒ Avaliação Profissional ☒ Avaliação às Cegas ☒ Avaliação Emocional
<i>Montar</i>	☒ Signos de Memória
<i>Entregar</i>	☐ Recomendações de pré-impressão ☒ Recomendação para arquivos digitais ☒ Sugestões de itens para compor um MIV

11. Você utilizaria o método novamente para o ensino de sistemas de identidades visuais?
Justifique.

Sim! Mas naturalmente fazendo adequações a partir de experiências próprias.

12. Você tem alguma sugestão para melhoria do método que ainda não mencionou?

Não. Acredito que seria maravilhoso adequar o método para criação de identidade de marca!

13. Há algo que gostaria de acrescentar?

Apenas que a experiência foi riquíssima! E mesmo que não venha a utilizar o método, certamente o que trabalharei e ensinarei em termos de identidade visual/de marca será cortada pela experiência de ter usado o roda de fuxico em sala!

APÊNDICE D - Questionário para avaliação do método pela professora Elaine Feitosa

João Pessoa, 04/08/2022

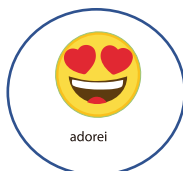
Prezada Professora Elaine,

com muita satisfação, finalizamos o ciclo da segunda experimentação do método de ensino Roda de Fuxico, minha pesquisa de doutorado em andamento, como proposta de metodologia para o ensino de criação de sistemas de identidades visuais (SIV).

Primeiramente, agradeço sua disponibilidade e generosidade em utilizar o método de ensino em sua disciplina, apoiando e aprimorando o seu desenvolvimento, com suas valiosas contribuições. Peço, ainda, que responda mais algumas perguntas, para que eu possa registrar suas impressões acerca da experiência vivenciada.

Sua avaliação geral sobre o de ensino método Roda de Fuxico

1. Utilizando a escala abaixo, assinale o emoji que mais representa como você avalia o Roda de Fuxico? Cite, se puder considerar, um ponto positivo e um negativo do método.



adorei



gostei, mas sugiro...



não gostei



de jeito nenhum!

Ponto positivo:

Achei o método detalhado o bastante para ser utilizado sem a necessidade de auxílio, quando da apresentação em sala de aula ou até mesmo utilização pelo profissional autônomo para desenvolvimento de SIVs.

Ponto negativo:

Não vi nenhum ponto negativo. O que posso destacar é a necessidade de aulas um pouco mais extensas para as etapas mais práticas. Imagino que fazer as atividades em sala de aula com a supervisão do docente será ainda melhor para o aprendizado do método. Embora tenha achado que o método foi bem apreendido por meus alunos em sala de aula, um pouco mais de tempo para a realização da maioria das atividades em sala, acredito que teria melhorado ainda mais a experiência.

Sobre o conteúdo teórico que antecede as fases projetuais no método de ensino

2. O que achou do conteúdo teórico sobre sistemas de identidades visuais apresentado na fase inicial da disciplina? Você teria algo a acrescentar ou retirar?

R: Achei o conteúdo bastante adequado. Não acrescentaria nem retiraria nenhum material.

Sobre os seminários guiados

3. O que achou dos textos que abordam temas de SIV serem discutidos em formato de seminário, utilizando-se perguntas que guiavam as discussões? Há algo que gostaria de propor para melhorar aquela dinâmica realizada?

R: Achei a proposta dos artigos bem pensada e os materiais utilizados ajudaram os alunos na realização das tarefas. Achei a dinâmica muito boa e funcionou bem na prática.

Sobre os exercícios realizados ao final dos conteúdos teóricos

4. O que achou dos exercícios propostos ao final de conteúdos teóricos, como: o jogo de cartas para classificação de tipos de marcas, o exercício para classificação de tipos de redesign, o trabalho prático sobre desenvolvimento de signos de memória e o projeto final, dividido em

2 etapas (primeiro as fases *Reconhecer*, *Alinhavar* e *Arrematar* e em um segundo momento, as fases *Desenhar*, *Montar*, *Avaliar* e *Entregar*)?

R: Acho que funcionaram bastante, pois estimularam os alunos, criando situações inusitadas e fazendo-os interessar-se ainda mais pelo método.

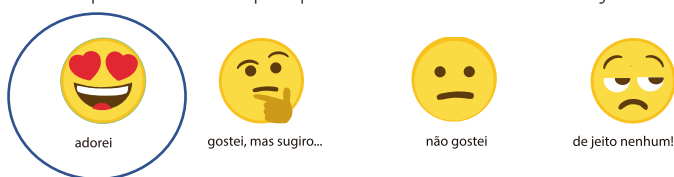
Sobre os instrumentos de apoio para avaliar os trabalhos dos estudantes

5. O que achou das planilhas disponibilizadas para apoiar o processo de avaliação dos trabalhos “construção de signos de memória” e “projeto final da disciplina”?

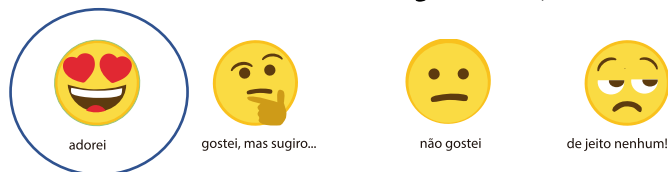
R: Gostei bastante, pois facilitaram muito a correção e a consolidação das notas.

Sobre a nomenclatura utilizada no método Roda de Fuxico

6. Utilizando a escala abaixo, assinale o *emoji* que mais representa seu nível de aprovação **do nome do método** de ensino Roda de Fuxico. Depois informe o porquê escolheu o referido *emoji*.



7. O que você achou da **nomenclatura utilizada para as sete fases do método** Roda de Fuxico serem baseadas no feitiço do artesanato fuxico (*Reconhecer*, *Alinhavar*, *Arrematar*, *Desenhar*, *Montar*, *Avaliar* e *Entregar*)? Justifique a escolha do *emoji*.



Sobre a estrutura do Método Roda de Fuxico

8. A divisão do método em sete fases facilitou o ensino de metodologias para criação de sistemas de identidades visuais?
(X) sim () não () não sei
9. Classifique o nível de dificuldade/facilidade que você percebeu para ensinar metodologia projetual para SIV, utilizando-se das fases projetuais do método

<i>Reconhecer</i>	(X) achei fácil	() tive pouca dificuldade	() tive muita dificuldade	() não sei
<i>Alinhavar</i>	(X) achei fácil	() tive pouca dificuldade	() tive muita dificuldade	() não sei
<i>Arrematar</i>	(X) achei fácil	() tive pouca dificuldade	() tive muita dificuldade	() não sei
<i>Desenhar</i>	() achei fácil	(X) tive pouca dificuldade	() tive muita dificuldade	() não sei
<i>Montar</i>	(X) achei fácil	() tive pouca dificuldade	() tive muita dificuldade	() não sei
<i>Avaliar</i>	(X) achei fácil	() tive pouca dificuldade	() tive muita dificuldade	() não sei
<i>Entregar</i>	(X) achei fácil	() tive pouca dificuldade	() tive muita dificuldade	() não sei

Experiência futura

10. Que técnicas utilizadas no Roda do Fuxico (listadas abaixo) você utilizaria novamente para o ensino de SIV?

Fase	Técnicas ou atividades
<i>Reconhecer</i>	(X) Tipologia para redesign (1ª, 2ª e 3ª ordem) (X) Questionários para clientes (X) Questionários para sujeitos (apoiadores, indiferentes e oponentes) () Caderno do designer
<i>Alinhavar</i>	(X) Apreensão e síntese (X) Critérios para análises de similares (X) Avaliação profissional da marca atual
<i>Arrematar</i>	(X) Costura de atributos (X) Painel de Inspiração (X) Lista de decisões projetuais
<i>Desenhar</i>	(X) Tempestade de ideias (X) Mapa Mental (X) Classificação de nomes (X) Modulação (X) Regras de proporção (X) Grade de acomodação (X) Composição (composição de paletas de cor)
<i>Avaliar</i>	(X) Avaliação Profissional (X) Avaliação às Cegas (X) Avaliação Emocional
<i>Montar</i>	(X) Signos de Memória
<i>Entregar</i>	(X) Recomendações de pré-impressão (X) Recomendação para arquivos digitais (X) Sugestões de itens para compor um MIV

11. Você utilizaria o método novamente para o ensino de sistemas de identidades visuais? Justifique.

R: Utilizaria sim, pois apoio o movimento de Decolonização no Design, propósito ao qual o método busca também apoiar. E não só por isso, gostei bastante do método. Achei bastante pratico e facilitador do trabalho do profissional.

12. Você tem alguma sugestão para melhoria do método que ainda não mencionou?

R: Talvez um tempo mais extenso para o ensino do método com um pouco mais de prática dentro de sala de aula.

13. Há algo que gostaria de acrescentar?

R: Achei a experiência incrível. Utilizarei o método nas minhas próximas experiências como docente e como profissional.

APÊNDICE E - Questionário para avaliação do método pelos estudantes

Questionário de avaliação do método Roda de Fuxico

Experimentação no IFPB – Disciplina Programação Visual I - Docente: Elaine Feitosa

Prezado estudante, é com muita satisfação que finalizamos o ciclo da experimentação do método de ensino Roda de Fuxico no IFPB, um método para criação de sistemas de identidades visuais na disciplina de Programação Visual I, do curso de Design Gráfico do IFPB. Primeiramente agradeço seu consentimento e dedicação para que o método de ensino pudesse ser aplicado, como também seu empenho nas aulas dialogadas, no desenvolvimento dos exercícios e trabalhos propostos.

Peço, ainda, um pouco mais de sua atenção para responder a esse questionário que ajudará a avaliar e incentivar melhorias ao método, para além daqueles avanços que a experiência de assisti-los aplicando o Roda de Fuxico já proporcionou.

Sua avaliação geral sobre o método Roda de Fuxico

14. Como você avalia o Roda de Fuxico? Cite, se puder considerar, um ponto positivo e um negativo do método.



adorei



gostei, mas sugiro...



não gostei



de jeito nenhum!

Ponto positivo:

Ponto negativo:

Sobre a nomenclatura utilizada no método Roda de Fuxico

15. Utilizando a escala abaixo, assinale o emoji que mais representa seu nível de aprovação **do nome do método** de ensino Roda de Fuxico. Depois informe o porquê escolheu o referido emoji.



adorei



gostei, mas sugiro...



não gostei



de jeito nenhum!

16. O que você achou da **nomenclatura utilizada para as sete fases do método** Roda de Fuxico serem baseadas no feitiço do artesanato fuxico (*Reconhecer, Alinhar, Arrematar, Desenhar, Montar, Avaliar e Entregar*)?



adorei



gostei, mas sugiro...



não gostei



de jeito nenhum!

Sobre a estrutura do Método Roda de Fuxico

17. A divisão do método em sete fases facilitou a sua aprendizagem sobre metodologias para criação de sistemas de identidades visuais?
() sim () não () não sei

18. Classifique o nível de dificuldade que percebeu para apreender as fases do método

<i>Reconhecer</i>	() achei fácil	() tive pouca dificuldade	() tive muita dificuldade	() não sei
<i>Alinhavar</i>	() achei fácil	() tive pouca dificuldade	() tive muita dificuldade	() não sei
<i>Arrematar</i>	() achei fácil	() tive pouca dificuldade	() tive muita dificuldade	() não sei
<i>Desenhar</i>	() achei fácil	() tive pouca dificuldade	() tive muita dificuldade	() não sei
<i>Montar</i>	() achei fácil	() tive pouca dificuldade	() tive muita dificuldade	() não sei
<i>Avaliar</i>	() achei fácil	() tive pouca dificuldade	() tive muita dificuldade	() não sei
<i>Entregar</i>	() achei fácil	() tive pouca dificuldade	() tive muita dificuldade	() não sei

Experiência futura

19. Que técnicas apresentadas no Roda do Fuxico (listadas abaixo) você utilizaria novamente?

Fase	Técnicas ou atividades
<i>Reconhecer</i>	() Tipologia para redesign (1ª, 2ª e 3ª ordem) () Questionários para clientes () Questionários para sujeitos () Caderno do designer
<i>Alinhavar</i>	() Apreensão e síntese () Critérios para análises de similares () Avaliação profissional da marca atual
<i>Arrematar</i>	() Costura de atributos () Paineis de Inspiração () Lista de decisões projetuais
<i>Desenhar</i>	() Tempestade de ideias () Mapa Mental () Classificação de nomes () Modulação () Regras de proporção () Grade de acomodação () Composição (composição de paletas de cor)
<i>Montar</i>	() Signos de Memória
<i>Entregar</i>	() Recomendações de pré-impressão () Recomendação para arquivos digitais () Sugestões de itens para MIV

20. Você utilizaria o método novamente para desenvolver sistemas de identidades visuais? Justifique.

21. Você tem alguma sugestão para melhoria do método?

22. Há algo que gostaria de acrescentar?

ANEXO A - Exemplos de TCLE e Autorização de Uso de Imagem pelas fuxiqueiras³¹

CONSENTIMENTO DA PARTICIPAÇÃO DA PESSOA COMO VOLUNTÁRIA

Eu, LEDALÍCIA BARRETO MONIZ SOUZA PEREIRA, CPF 098596757-91, abaixo assinado, após a leitura (ou a escuta da leitura) deste documento e de ter tido a oportunidade de conversar e ter esclarecido as minhas dúvidas com o pesquisador responsável, concordo em participar do estudo *Roda de Fuxico: um método de ensino para criação de sistemas de identidades visuais participativos* como voluntária. Os procedimentos nela envolvidos, assim como os possíveis riscos e benefícios decorrentes de minha participação. Foi-me garantido que posso retirar o meu consentimento a qualquer momento, sem que isto leve a qualquer penalidade.

Tendo em vista os itens acima apresentados, eu, de forma livre e esclarecida, manifesto meu consentimento para participar da pesquisa.

☒ Aceito Participar da pesquisa

☐ Não aceito participar da pesquisa

LEDALÍCIA BARRETO MONIZ SOUZA PEREIRA
(Assinatura do Voluntário)

CONSENTIMENTO DA PARTICIPAÇÃO DA PESSOA COMO VOLUNTÁRIA

Eu, Maria dos Prazeres de Lima, CPF 344.929.907-49, abaixo assinado, após a leitura (ou a escuta da leitura) deste documento e de ter tido a oportunidade de conversar e ter esclarecido as minhas dúvidas com o pesquisador responsável, concordo em participar do estudo *Roda de Fuxico: um método de ensino para criação de sistemas de identidades visuais participativos* como voluntária. Os procedimentos nela envolvidos, assim como os possíveis riscos e benefícios decorrentes de minha participação. Foi-me garantido que posso retirar o meu consentimento a qualquer momento, sem que isto leve a qualquer penalidade.

Tendo em vista os itens acima apresentados, eu, de forma livre e esclarecida, manifesto meu consentimento para participar da pesquisa.

☒ Aceito Participar da pesquisa

☐ Não aceito participar da pesquisa

Maria dos Prazeres de Lima
(Assinatura do Voluntário)

TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM

Eu, CIRO INÁCIO DE OLIVEIRA, portadora da Cédula de Identidade 001.071.721, inscrito no CPF sob nº 043.674.296-53, residente no endereço Rua Mangalvares 610 - Pau-Brasil, na cidade de SÃO JOSÉ DO MIPIBU- RN, AUTORIZO o uso de minha imagem em fotos e vídeos, sem finalidade comercial, para ser utilizada na pesquisa de doutorado intitulada *Roda de Fuxico: um método de ensino para criação de sistemas de identidades visuais participativos*, sob a responsabilidade de Sílvia Aparecida de Oliveira de Alencar Matos, residente a Rua Ceará Mirim, 1140, Torre Flores, Apto 1802, Bairro Tirol, Natal-RN, CEP 59.020-240, telefone para contato (84) 99976-0618 e orientação da professora PhD Solange Galvão Coutinho.

A presente autorização é concedida a título gratuito, abrangendo o uso da imagem acima mencionada em todo território nacional e no exterior. Por esta ser a expressão da minha vontade declaro que autorizo o uso acima descrito sem que nada haja a ser reclamado a título de direitos conexos à minha imagem ou a qualquer outro.

Natal, agosto de 2022.

Ciro Inácio de Oliveira
Assinatura

TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM

Eu, MARIA DOS PRAZERES DE LIMA, portadora da Cédula de Identidade 693.367, inscrito no CPF sob nº 966.180.514-87, residente no endereço Rua das Canaúbas 105 - Pau-Brasil, na cidade de SÃO JOSÉ DO MIPIBU- RN, AUTORIZO o uso de minha imagem em fotos e vídeos, sem finalidade comercial, para ser utilizada na pesquisa de doutorado intitulada *Roda de Fuxico: um método de ensino para criação de sistemas de identidades visuais participativos*, sob a responsabilidade de Sílvia Aparecida de Oliveira de Alencar Matos, residente a Rua Ceará Mirim, 1140, Torre Flores, Apto 1802, Bairro Tirol, Natal-RN, CEP 59.020-240, telefone para contato (84) 99976-0618 e orientação da professora PhD Solange Galvão Coutinho.

A presente autorização é concedida a título gratuito, abrangendo o uso da imagem acima mencionada em todo território nacional e no exterior. Por esta ser a expressão da minha vontade declaro que autorizo o uso acima descrito sem que nada haja a ser reclamado a título de direitos conexos à minha imagem ou a qualquer outro.

Natal, agosto de 2022.

Maria dos Prazeres de Lima
Assinatura

³¹ Junto às fuxiqueiras da AMJOPAR, estava o Sr. Ciro, esposo de Eliana Cardoso, presidente da Associação. Sr. Ciro, por motivo de saúde, acompanha a fuxiqueira Eliana e aparece em fotos e vídeo das rodas de fuxico.

ANEXO B - Parecer consubstanciado CEP-UFPE

**UFPE - UNIVERSIDADE
FEDERAL DE PERNAMBUCO -
CAMPUS RECIFE -
UFPE/RECIFE**

**UFPE - UNIVERSIDADE
FEDERAL DE PERNAMBUCO -
CAMPUS RECIFE -
UFPE/RECIFE**

DADOS DA EMENDA

Título da Pesquisa: Roda de Fuxico: um método de ensino para criação de sistemas de identidades visuais participativas

Pesquisador: SILVIA APARECIDA DE OLIVEIRA DE ALENCAR MATOS

Área Temática:

Versão: 3

CAAE: 48341421.9.0000.5208

Instituição Proponente: Centro de Artes e Comunicação

Patrocinador Principal: Financiamento Próprio

DADOS DO PARECER

Número do Parecer: 5.301.930

Apresentação do Projeto:
Este protocolo corresponde ao projeto de pesquisa da doutoranda Sílvia Aparecida de Oliveira de Alencar Matos, vinculada ao Programa de Pós-graduação em Design da UFPE, sob orientação da professora Solange Galvão Coutinho. Tem como finalidade reformular o Modelo Preliminar Fuxico para um método de ensino para apoiar professores no ensino do processo de criação de sistemas de identidades visuais, com características de ensino-aprendizagem que o distingam daqueles exclusivamente projetuais. O método contempla técnicas participativas para interpretação da imagem institucional dos projetos, por meio da visão de atores e fatores que influenciam o processo interpretativo, e que não atendam apenas seus clientes diretos. A partir de práticas de ensino e extensionistas da doutoranda, anteriores ao doutoramento, teve início o desenvolvimento de um modelo experimental de criação de sistemas de identidades visuais, o Modelo Preliminar Fuxico, que atendeu necessidades pontuais de projeção, como a inserção de mais atores no processo de criação. Diante dessa experiência, apesar de se perceber a importância do caminho trilhado por meio da prática educacional, a pesquisadora verificou que o modelo experimental carecia de orientação acadêmica para ser disponibilizado e, possivelmente, ser reconhecido como um método para o ensino, com características particulares pertinentes ao ensino-aprendizagem, como apresentação

de exercícios e formas de avaliação dos estudantes. Esta compreensão levou a proponente a transformá-lo em um projeto de pesquisa para o doutorado.

A metodologia compreende quatro etapas projetuais: Teoria, Conceção, Experimentação e Apresentação. Durante as fases Experimentação e Apresentação serão realizadas coletas de dados, com envolvimento de estudantes voluntários e professores. Nesta fase será realizada a avaliação empírica do Método de Ensino Fuxico. A avaliação será realizada com professores, durante suas atividades docentes no Instituto Federal da Paraíba (IFPB), ministrando aulas sobre métodos de criação de sistemas de identidades visuais e utilizando o Método Fuxico. Para a observação, serão utilizadas as técnicas de observação participante e aplicação de questionários. As sessões de observação serão realizadas pela doutoranda em treze encontros de 4 horas cada, uma vez por semana, presencialmente ou de forma remota, de acordo com a forma de estudo praticado pelo IFPB, em função da pandemia da Covid 19. O plano de ensino adaptado para a modalidade remota está detalhado no Projeto.

Para realizar a observação participante serão utilizados os recursos de vídeo e anotações em papel, que poderão ser realizados na modalidade presencial ou remota. Ao final da observação, a doutoranda entrevistará o professor e uma amostra dos alunos que participaram da observação, para colher mais informações qualitativas sobre a utilização das etapas iniciais do método.

Objetivo da Pesquisa:
O objetivo geral da pesquisa é reformular o Modelo Preliminar Fuxico para um método de ensino que apresente características de ensino-aprendizagem que o distingam daqueles exclusivamente projetuais e que funcione como apoio ao ensino do processo de criação de sistemas de identidades visuais participativas.

Objetivos específicos: (1) aprofundar teoricamente o método; (2) selecionar ou desenvolver técnicas participativas para apoiar o novo método; (3) reformular o método em método de ensino, com recomendações de conteúdo teórico, exercícios e tipos de avaliação; (3) avaliar o método com professores em atividades de ensino e (4) apresentar o método Fuxico reformulado para o ensino de criação de identidades visuais, em busca de sua credibilidade com professores especialistas.

Avaliação dos Riscos e Benefícios:
Os riscos estão bem avaliados. As medidas para evitar ou amenizar possíveis riscos estão bem definidas.

Endereço: Av. das Engenheiras, s/n, 1º andar, sala 4 - Prédio do Centro de Ciências da Saúde
Bairro: Cidade Universitária
UF: PE **Município:** RECIFE
CEP: 50.740-600
Telefone: (81)2126-8588 **E-mail:** ocephumatos.ufpe@ufpe.br

Endereço: Av. das Engenheiras, s/n, 1º andar, sala 4 - Prédio do Centro de Ciências da Saúde
Bairro: Cidade Universitária
UF: PE **Município:** RECIFE
CEP: 50.740-600
Telefone: (81)2126-8588 **E-mail:** ocephumatos.ufpe@ufpe.br

Em relação aos benefícios diretos, a pesquisadora informou que os voluntários estudantes receberam treinamento para desenvolvimento de SIV e poderão ser orientados a participar da composição de um artigo de iniciação científica para documentar o relato de sua participação como voluntário da pesquisa de doutorado. Os professores participantes receberam uma cópia do Método Fuxico, após a finalização do projeto de doutorado.

Comentários e Considerações sobre a Pesquisa:
Trata-se de uma pesquisa que tem como finalidade aprimorar um modelo já desenvolvido e experimentado pela pesquisadora. Diante disso, supõe-se que trará resultados significativos para o processo de ensino-aprendizagem da respectiva área. A metodologia está bem apresentada e o referencial teórico está atualizado.

Considerações sobre os Termos de apresentação obrigatória:
Os termos anexados encontram-se em conformidade com as exigências do CEP.

Recomendações:
A pesquisa de campo já pode ser iniciada.

Conclusões ou Pendências e Lista de Inadequações:
A emenda apresentada está devidamente justificada, o que assegura a continuidade da realização da pesquisa.

Considerações Finais e critério do CEP:
A emenda foi avaliada e APROVADA pelo colegiado do CEP.

Assentimento / Justificativa de Assentimento s_V2.docx 16/27/20 DE OLIVEIRA DE ALENCAR MATOS Aceito

TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Assentimento TCLE_fase_Experimentacao_Silvia_Matos_V2.docx 16/07/2021 16:27:12 SILVIA APARECIDA DE OLIVEIRA DE ALENCAR MATOS Aceito

Folha de Rosto folhaDeRosto_SilviaMatos_V2_assinada.pdf 16/07/2021 16:00:29 SILVIA APARECIDA DE OLIVEIRA DE ALENCAR MATOS Aceito

Projeto Detalhado / Brochura Investigador Projeto_de_pesquisa_Fuxico_Silvia_Matos_V2.docx 16/07/2021 10:07:39 SILVIA APARECIDA DE OLIVEIRA DE ALENCAR MATOS Aceito

Declaração de Pesquisadores Termo_Confidencialidade_Silvia_Matos_V2.pdf 16/07/2021 17:24:47 SILVIA APARECIDA DE OLIVEIRA DE ALENCAR MATOS Aceito

Declaração de Pesquisadores Historioo_Escolar_Silvia_Matos.pdf 18/08/2021 14:14:33 SILVIA APARECIDA DE OLIVEIRA DE ALENCAR MATOS Aceito

Declaração de Pesquisadores Currículo_Lattes_Solange_Coutinho.pdf 18/08/2021 14:09:47 SILVIA APARECIDA DE OLIVEIRA DE ALENCAR MATOS Aceito

Declaração de Pesquisadores Currículo_Lattes_Silvia_Matos.pdf 18/08/2021 14:09:23 SILVIA APARECIDA DE OLIVEIRA DE ALENCAR MATOS Aceito

Declaração de Instituição e Infraestrutura CartaAnuencia_UFPE_Silvia_Matos.pdf 18/08/2021 14:08:20 SILVIA APARECIDA DE OLIVEIRA DE ALENCAR MATOS Aceito

Declaração de Instituição e Infraestrutura CartaAnuencia_IFPB_Silvia_Matos.pdf 18/08/2021 14:08:08 SILVIA APARECIDA DE OLIVEIRA DE ALENCAR MATOS Aceito

Este parecer foi elaborado baseado nos documentos abaixo relacionados:

Tipo Documento	Arquivo	Postagem	Autor	Situação
Informações Básicas do Projeto	PB_INFORMACOES_BASICAS_191468_8_E1.pdf	16/03/2022 22:34:09	SILVIA APARECIDA DE OLIVEIRA DE ALENCAR MATOS	Aceito
Outros	Justificativa_para_Emenda.docx	16/03/2022 22:31:58	SILVIA APARECIDA DE OLIVEIRA DE ALENCAR MATOS	Aceito
Projeto Detalhado / Brochura Investigador	Projeto_de_pesquisa_Fuxico_Silvia_Matos_V4.docx	16/03/2022 22:29:00	SILVIA APARECIDA DE OLIVEIRA DE ALENCAR MATOS	Aceito
Parecer Anterior	Carta_resposta_as_pendencias_Silvia_Matos.docx	16/07/2021 16:28:24	SILVIA APARECIDA DE OLIVEIRA DE ALENCAR MATOS	Aceito
TCLE / Termos de	TCLE_fase_Apresentacao_Silvia_Matos	16/07/2021	SILVIA APARECIDA DE OLIVEIRA DE ALENCAR MATOS	Aceito

Situação do Parecer:
Aprovado

Necessita Apreciação da CONEP:
Não

RECIFE, 21 de Março de 2022

Assinado por:
LUCIANO TAVARES MONTENEGRO
(Coordenador(a))

Endereço: Av. das Engenheiras, s/n, 1º andar, sala 4 - Prédio do Centro de Ciências da Saúde
Bairro: Cidade Universitária
UF: PE **Município:** RECIFE
CEP: 50.740-600
Telefone: (81)2126-8588 **E-mail:** ocephumatos.ufpe@ufpe.br

Endereço: Av. das Engenheiras, s/n, 1º andar, sala 4 - Prédio do Centro de Ciências da Saúde
Bairro: Cidade Universitária
UF: PE **Município:** RECIFE
CEP: 50.740-600
Telefone: (81)2126-8588 **E-mail:** ocephumatos.ufpe@ufpe.br

ANEXO C - Comprovante de participação no 16º Encontro Regional de Estudantes

CERTIFICADO

16º Encontro Regional dos Estudantes de Design do Norte e Nordeste

R Maré - 20 a 24 de novembro de 2019
CORDe - Comissão Organizadora do R Design



Certificamos que o workshop intitulado **Criatif no Alecrim e Oficina de Cor e Serigrafia** ministrado pela professora mestra **Silvia Matos** (Coordenadora do Projeto de Extensão Criatif), foi realizada no dia 22 de novembro de 2019 no R Maré – 16º Encontro Regional de Estudantes de Design Norte/Nordeste, ocorrido no período de 20 a 24 de novembro de 2019, na cidade de Natal, Rio Grande do Norte.

Carga horária: 6h

Natal – Rio Grande do Norte – Brasil

Rafael Ferreira Almeida

RAFAEL FERREIRA ALMEIDA
Comissão de Gestão Interna do
16º Encontro Regional de Estudantes de Design do Norte e Nordeste
rmarenatal.re@gmail.com

Realização



Apoio



Patrocínio



ANEXO D - Extratos da Apostila de Caligrafia e Design de Tipos – Eduardo Novais



OFICINA DE
CALIGRAFIA
EDUARDO
NOVAIS

DESIGN DE TIPOS (2020.1)

1.1. Universo ferramental da Caligrafia

O universo ferramental da caligrafia pode ser dividido em três grandes categorias: **suporte**, a **substância corante** e a **ferramenta caligráfica** propriamente dita (Lopes, 2009). Cabe ao calígrafo explorar e conhecer cada um desses elementos para obtenção do resultado mais adequado ao projeto.

O suporte

Entende-se como suporte uma "base física na qual se registram informações manuscritas" (Lima, 2009, p.43). O suporte mais comumente utilizado é o papel. Outros suportes historicamente utilizados são o pergaminho e folhas de papíro. Entretanto, o universo de possibilidades é ilimitado.

O suporte pode ser utilizado em caligrafia em dois tipos de processo: o **aditivo** e o **subtrativo**. No aditivo, se adiciona uma substância corante (nosso próximo tópico) para registro da informação do traço caligráfico. No processo subtrativo é a retirada controlada de parte da superfície do suporte que é responsável pelo registro da informação.

Como características, o suporte pode variar com relação à permanência, ou seja, podendo variar entre aqueles que são desenvolvidos para o registro permanente ou efêmero da informação. Outra característica importante para o suporte é relativo à sua textura. Suportes mais rugosos podem oferecer resistência ou soltões durante o contato entre com o suporte. Por outro lado, superfícies mais lisas oferecerão maior precisão no registro caligráfico. Por fim, é necessário observar o nível de absorção da substância corante pelo suporte.

A substância corante

É compreendida como "qualquer espécie de matéria líquida ou pastosa capaz de alterar a superfície de um suporte" (Lima, 2009, p. 46). Ela está presente somente durante o processo aditivo da caligrafia. A substância corante mais comumente utilizada na caligrafia são as tintas líquidas.

Assim como no suporte, são vastas as possibilidades de usos de substâncias corantes na caligrafia. Entretanto, vale ressaltar dois pontos. Primeiro, a viscosidade. Corantes menos viscosos tendem a gerar mais liberdade no movimento da ferramenta (próximo tópico). Por outro lado, a menor viscosidade pode facilitar a absorção por conta do suporte, gerando traços menos precisos.

Outra característica importante a se observar em uma substância corante é a sua base de diluição. Corantes a base de água são mais facilmente laváveis, não precisam de produtos específicos para sua limpeza e manipulação. Por isto mesmo serão recomendados durante nosso curso.

A ferramenta

É o objeto responsável pelo desenvolvimento de traços e letras no processo caligráfico. A ferramenta é o elemento empunhado pelo calígrafo. Pode ser dividida em duas regiões distintas: **ativa** e **passiva**. A região passiva é onde ocorre o manuseio e empunhadura do instrumento. Sua principal influência no resultado final do projeto se dá pela usabilidade do instrumento (Lopes, 2009). Enquanto isso, a região ativa é aquela que entre em contato com o suporte, distribuindo o corante de forma controlada (Lopes, 2009).

Diferentes formas e materiais da região ativa determinam o seu uso e formas resultantes. Quanto aos materiais, eles podem ser divididos entre aqueles que são deliberadamente flexíveis ou não flexíveis. Com relação ao formato, a terminação pode ser chata, em ponta ou redonda (Novais, 2018).

WORKSHOP DE CALIGRAFIA

EDUARDO NOVAIS E SOLANGE COUTINHO

2.1. Os primeiros traços

Como falamos no tópico sobre ferramentas, o traço caligráfico é registrado no processo aditivo através da distribuição de corante no substrato de forma controlada pela ferramenta caligráfica. Tome um tempo, então, para se familiarizar com esse processo. De forma controlada, mergulhe a parte ativa da pena no recipiente com tinta. Não é necessário que ele seja totalmente submerso, cerca de 2mm já é o suficiente. Uma leve batida no canto do recipiente ou um rápido contato em um pano ou papel toalha é o suficiente para retirar o excesso de tinta. Deslize a pena pelo papel, observe a pressão necessária a ser aplicada, verifique o tempo e o tamanho de traços que você consegue realizar até a tinta se esvaír e você precisar reiniciar o processo.

Observou? Pois bem, agora vamos avançar para algo mais coordenado. Neste próximo exercício iremos trabalhar a execução de traços longos e o mais retos possíveis. O objetivo é desenvolver o controle da musculatura antes de partirmos para as letras em si. Siga os passos abaixo.

Traços Verticais

1. Após colher a tinta, faça o contato entre a pena e o papel e deslize-o suavemente para baixo até que a tinta no reservatório acabe. Isso criará uma série de traços verticais, como mostrado abaixo.
2. Caso se deprece com falhas não proposital nas laterais do traço, isso pode significar falta de pressão em um dos lados (01 e 02 da esp. para a direita). Caso isso aconteça, observe seu movimento durante a execução do traço.
3. Vamos tentar agora produzir falhas proposital no traço. Para isso, vamos levantar alternadamente os lados do traço. A movimentação dos dedos indicador e polegar é essencial nesse processo.



Fig. 04: Traços retos desenvolvidos até o final da tinta na pena. Fonte: Desenvolvido pelo autor

Fig. 05: Traços retos desenvolvidos com alteração proposital de pressão. Fonte: Desenvolvido pelo autor

Fig. 06: Traços retos desenvolvidos com alteração proposital de pressão. Fonte: Desenvolvido pelo autor

DESIGN DE TIPOS (2020.1)

3.1. O alfabeto romano

O alfabeto latino deriva-se do alfabeto grego, que, por sua vez, tem suas bases no alfabeto Fenício. Sim, este é uma forma incrivelmente curta de se falar sobre o desenvolvimento do alfabeto romano. Caso queiram ler mais sobre o assunto, recomendo leitura de autores como James Mosley, Ewan Clayton ou Phillip Meggs.

Assim como as primeiras letras gregas, as primeiras letras romanas eram letras monolineares, todas as hastes possuíam a mesma espessura. As primeiras formas datam de 600 anos a.C (Meggs & Purvis, 2013, Clayton, 2013). Localizadas a cerca de 2km do Coliseu Romano e datadas do século III a.C., as inscrições no túmulo de Lúcio Cornélio Cipião são um exemplo mais antigo que se tem do que seria o alfabeto romano. É interessante observar as relações entre as formas e larguras de letras.



Fig. 10: Inscrições no túmulo de Lúcio Cornélio Cipião (7º século em 253 a.C.). Fonte: Wikipedia (2021)

Ass padrões atuais, observam-se o que seriam algumas anomalias, tais como o O circular e bastante largo. O D, C e R relativamente estreitos, além do S levemente inclinado para trás, indicam uma lógica de construção baseada em grupos (Clayton, 2013). Tais deformações, segundo Clayton, servem para observar como o sistema havia sido pensado não individualmente mas como um conjunto de formas interrelacionadas.

Para Clayton (2013), a letra O seria a base do grupo das circulares, com largura plena. C e D, desenvolvido por semi-circulos, seriam representantes de meia largura. De forma equivalente, letras que se utilizam de meio circulo de metade do tamanho, tais como B, P, R e S teriam 1/4 da largura original do O. Letras com traços horizontais, tais como E, F e L, mantinham também a largura pequena em função da compensação ótica, já que traços desse tipo tendem a parecer mais largos do que são. M, N e W eram normalmente criados mais largos que as demais letras, enquanto que A e V eram mais altos que as demais, também em função de ajustes óticos. Voltaremos a sobre proporções de letras mais adiante.

3.2. Maiúsculas Imperiais (Capitulares Romanas)

Apesar da sofisticação observada nas proporções e ajustes óticos das letras romanas rústicas foi na metade do século I d.C. que esse grau de sofisticação alcançou seu ápice. O sistema monolinear herdado dos gregos deu lugar à uma modulação entre hastes em um sistema que até hoje é utilizado como referências de nossas letras maiúsculas.

Roma orgulhava-se das conquistas de seu império. A forma mais comum de registro de tais conquistas eram através de inscrições arquitetônicas (Meggs & Purvis, 2013). Segundo Harris (2013), esta letra era utilizada para proclamar o poder do império. Um dos primeiros e mais notáveis exemplos das Capitais Monumentais, são as inscrições na Coluna de Trajano (construída entre 112-113 d. C.) em Roma.

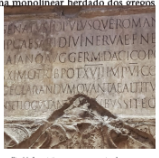
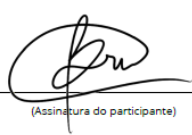
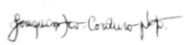


Fig. 11: Inscrições romanas encontradas em uma reprodução da Coluna de Trajano, Local: Vitoriano & Albert Museum. Foto: Eduardo Novais (2018)

ANEXO E - Exemplos de TCLE assinados pelos estudantes da Experimentação

CONSENTIMENTO DA PARTICIPAÇÃO COMO VOLUNTÁRIO (A) Eu, <u>Jucielly Vítor de Lima</u>, CPF 127.061.624-22, abaixo assinado, após a leitura (ou a escuta da leitura) deste documento e de ter tido a oportunidade de conversar e ter esclarecido as minhas dúvidas com o pesquisador responsável, concordo em participar do estudo <i>Roda e Fuxico: um método de ensino para criação de sistemas de identidades visuais participativos</i> como voluntário (a). Fui devidamente informado(a) e esclarecido pela pesquisadora sobre a pesquisa, os procedimentos nela envolvidos, assim como os possíveis riscos e benefícios decorrentes de minha participação. Foi-me garantido que posso retirar o meu consentimento a qualquer momento, sem que isto leve a qualquer penalidade (ou interrupção de meu acompanhamento / assistência / tratamento). Estou ciente que participo de uma pesquisa de doutorado em andamento e que não me é permitida a reprodução ou divulgação do material recebido, como os slides das aulas, sem a autorização da pesquisadora autora, conforme lei para invenções oriundas da pesquisa acadêmica, no. 9.279 de 14 de maio de 1996.  _____ (Assinatura do participante) Presenciamos a solicitação de consentimento, esclarecimentos sobre a pesquisa e o aceite do voluntário em participar. <u>Renata Cadena</u> _____ Renata Amorim Cadena	CONSENTIMENTO DA PARTICIPAÇÃO COMO VOLUNTÁRIO (A) Eu, <u>Brenda Dala Paula Cordeiro</u>, CPF 092.831.894-00, abaixo assinado, após a leitura (ou a escuta da leitura) deste documento e de ter tido a oportunidade de conversar e ter esclarecido as minhas dúvidas com o pesquisador responsável, concordo em participar do estudo <i>Roda e Fuxico: um método de ensino para criação de sistemas de identidades visuais participativos</i> como voluntário (a). Fui devidamente informado(a) e esclarecido pela pesquisadora sobre a pesquisa, os procedimentos nela envolvidos, assim como os possíveis riscos e benefícios decorrentes de minha participação. Foi-me garantido que posso retirar o meu consentimento a qualquer momento, sem que isto leve a qualquer penalidade (ou interrupção de meu acompanhamento / assistência / tratamento). Estou ciente que participo de uma pesquisa de doutorado em andamento e que não me é permitida a reprodução ou divulgação do material recebido, como os slides das aulas, sem a autorização da pesquisadora autora, conforme lei para invenções oriundas da pesquisa acadêmica, no. 9.279 de 14 de maio de 1996. João Pessoa, 02 de dezembro de 2021 Local e data  _____ (Assinatura do participante) Presenciamos a solicitação de consentimento, esclarecimentos sobre a pesquisa e o aceite do voluntário em participar. <u>Renata Cadena</u> _____ Renata Amorim Cadena
Eu, <u>Amanda Lima Kawalesky</u>, CPF 141.962.784-85, abaixo assinado, após a leitura (ou a escuta da leitura) deste documento e de ter tido a oportunidade de conversar e ter esclarecido as minhas dúvidas com o pesquisador responsável, concordo em participar do estudo <i>Roda e Fuxico: um método de ensino para criação de sistemas de identidades visuais participativos</i> como voluntário (a). Fui devidamente informado(a) e esclarecido pela pesquisadora sobre a pesquisa, os procedimentos nela envolvidos, assim como os possíveis riscos e benefícios decorrentes de minha participação. Foi-me garantido que posso retirar o meu consentimento a qualquer momento, sem que isto leve a qualquer penalidade (ou interrupção de meu acompanhamento / assistência / tratamento). Estou ciente que participo de uma pesquisa de doutorado em andamento e que não me é permitida a reprodução ou divulgação do material recebido, como os slides das aulas, sem a autorização da pesquisadora autora, conforme lei para invenções oriundas da pesquisa acadêmica, no. 9.279 de 14 de maio de 1996. _____ Local e data <u>Amanda Kawalesky</u> _____ (Assinatura do participante) Presenciamos a solicitação de consentimento, esclarecimentos sobre a pesquisa e o aceite do voluntário em participar. <u>Rafael Nobrega Severina</u> _____ Nome completo e assinatura da primeira testemunha <u>Elaine Feitosa de Silva</u> _____ Elaine Feitosa - testemunha	CONSENTIMENTO DA PARTICIPAÇÃO COMO VOLUNTÁRIO (A) Eu, <u>Ana Beatriz Fernandes Ribeiro</u>, CPF 120.960.619-31 abaixo assinado, após a leitura (ou a escuta da leitura) deste documento e de ter tido a oportunidade de conversar e ter esclarecido as minhas dúvidas com o pesquisador responsável, concordo em participar do estudo <i>Roda e Fuxico: um método de ensino para criação de sistemas de identidades visuais participativos</i> como voluntário (a). Fui devidamente informado(a) e esclarecido pela pesquisadora sobre a pesquisa, os procedimentos nela envolvidos, assim como os possíveis riscos e benefícios decorrentes de minha participação. Foi-me garantido que posso retirar o meu consentimento a qualquer momento, sem que isto leve a qualquer penalidade (ou interrupção de meu acompanhamento / assistência / tratamento). Estou ciente que participo de uma pesquisa de doutorado em andamento e que não me é permitida a reprodução ou divulgação do material recebido, como os slides das aulas, sem a autorização da pesquisadora autora, conforme lei para invenções oriundas da pesquisa acadêmica, no. 9.279 de 14 de maio de 1996. _____ Local e data <u>Caluêdo - 06/04/22</u> <u>Ana Beatriz Fernandes Ribeiro</u> _____ (Assinatura do participante) Presenciamos a solicitação de consentimento, esclarecimentos sobre a pesquisa e o aceite do voluntário em participar. <u>Paula Fernanda de Oliveira Araújo</u> _____ Nome completo e assinatura da primeira testemunha <u>Elaine Feitosa de Silva</u> _____ Elaine Feitosa - testemunha

ANEXO F - Exemplos de TCLE assinados pelos professores da Apresentação

CONSENTIMENTO DA PARTICIPAÇÃO COMO VOLUNTÁRIO (A) Eu, Evandro Renato Perotto, CPF 244190281-49, abaixo assinado, após a leitura (ou a escuta da leitura) deste documento e de ter tido a oportunidade de conversar e ter esclarecido as minhas dúvidas com o pesquisador responsável, concordo em participar do estudo <i>Roda e Fuxico: um método de ensino para criação de sistemas de identidades visuais participativos</i> como voluntário (a). Fui devidamente informado e esclarecido pela pesquisadora sobre a pesquisa, os procedimentos nela envolvidos, assim como os possíveis riscos e benefícios decorrentes de minha participação. Foi-me garantido que posso retirar o meu consentimento a qualquer momento, sem que isto leve a qualquer penalidade (ou interrupção de meu acompanhamento / assistência / tratamento). Estou ciente que participo de uma pesquisa de doutorado em andamento e que não me é permitida a reprodução ou divulgação do material recebido, como os slides das aulas, sem a autorização da pesquisadora autora, conforme lei para invenções oriundas da pesquisa acadêmica, no. 9.279 de 14 de maio de 1996. Brasília, 09 de novembro de 2022  _____ (Assinatura do participante) Presenciamos a solicitação de consentimento, esclarecimentos sobre a pesquisa e o aceite do voluntário em participar.	TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (PARA MAIORES DE 18 ANOS OU EMANCIPADOS) Eu, Marília Lyra Bergamo, CPF 828.925.631-00 abaixo assinado, após a leitura (ou a escuta da leitura) deste documento e de ter tido a oportunidade de conversar e ter esclarecido as minhas dúvidas com a pesquisadora responsável, concordo em participar do estudo <i>Roda e Fuxico: um método de ensino para criação de sistemas de identidades visuais participativos</i> como voluntária. Fui devidamente informada e esclarecida pela pesquisadora sobre a pesquisa, os procedimentos nela envolvidos, assim como os possíveis riscos e benefícios decorrentes de minha participação. Foi-me garantido que posso retirar o meu consentimento a qualquer momento, sem que isto leve a qualquer penalidade (ou interrupção de meu acompanhamento / assistência / tratamento). Estou ciente que participo de uma pesquisa de doutorado em andamento e que não me é permitida a reprodução ou divulgação do material recebido, como os slides das aulas, sem a autorização da pesquisadora autora, conforme lei para invenções oriundas da pesquisa acadêmica, no. 9.279 de 14 de maio de 1996. Belo Horizonte, 17 de novembro de 2022.  _____ (Assinatura do participante) Presenciamos a solicitação de consentimento, esclarecimentos sobre a pesquisa e o aceite do voluntário em participar. 
CONSENTIMENTO DA PARTICIPAÇÃO COMO VOLUNTÁRIO (A) Eu, Joaquim Francisco Cordeiro Neto, CPF 64272184334, abaixo assinado, após a leitura (ou a escuta da leitura) deste documento e de ter tido a oportunidade de conversar e ter esclarecido as minhas dúvidas com o pesquisador responsável, concordo em participar do estudo <i>Roda e Fuxico: um método de ensino para criação de sistemas de identidades visuais participativos</i> como voluntário (a). Fui devidamente informado e esclarecido pela pesquisadora sobre a pesquisa, os procedimentos nela envolvidos, assim como os possíveis riscos e benefícios decorrentes de minha participação. Foi-me garantido que posso retirar o meu consentimento a qualquer momento, sem que isto leve a qualquer penalidade (ou interrupção de meu acompanhamento / assistência / tratamento). Estou ciente que participo de uma pesquisa de doutorado em andamento e que não me é permitida a reprodução ou divulgação do material recebido, como os slides das aulas, sem a autorização da pesquisadora autora, conforme lei para invenções oriundas da pesquisa acadêmica, no. 9.279 de 14 de maio de 1996. Fortaleza, 31 de outubro de 2022  _____ (Assinatura do participante) Presenciamos a solicitação de consentimento, esclarecimentos sobre a pesquisa e o aceite do voluntário em participar.	CONSENTIMENTO DA PARTICIPAÇÃO COMO VOLUNTÁRIO (A) Eu, Felipe Silva Câmara, CPF 056.223.734-84, abaixo assinado, após a leitura (ou a escuta da leitura) deste documento e de ter tido a oportunidade de conversar e ter esclarecido as minhas dúvidas com o pesquisador responsável, concordo em participar do estudo <i>Roda e Fuxico: um método de ensino para criação de sistemas de identidades visuais participativos</i> como voluntário (a). Fui devidamente informado e esclarecido pela pesquisadora sobre a pesquisa, os procedimentos nela envolvidos, assim como os possíveis riscos e benefícios decorrentes de minha participação. Foi-me garantido que posso retirar o meu consentimento a qualquer momento, sem que isto leve a qualquer penalidade (ou interrupção de meu acompanhamento / assistência / tratamento). Estou ciente que participo de uma pesquisa de doutorado em andamento e que não me é permitida a reprodução ou divulgação do material recebido, como os slides das aulas, sem a autorização da pesquisadora autora, conforme lei para invenções oriundas da pesquisa acadêmica, no. 9.279 de 14 de maio de 1996. Natal/RN, 23 de setembro de 2022.  _____ (Assinatura do participante) Presenciamos a solicitação de consentimento, esclarecimentos sobre a pesquisa e o aceite do voluntário em participar.