

Glifo por glifo – Escrever

& Pensar sobre Design

Helena Carmona

Orientação: prof. Wandyr Hagge

Agradecimentos

Agradeço aos meus pais por todo o apoio, amor e por terem priorizado ativamente na minha educação o desenvolvimento da criatividade e de uma autoestima intelectual saudável. À minha irmã, pelo apoio e trocas intelectuais de sempre. Às minhas amigas e companheiras de Esdi Madu, Maria, Nathália, Luana e Rai; e ao meu amigo Lucas, pela companhia ao longo da jornada.

Resumo

Escrever sobre um determinado assunto pode ajudar quem escreve a organizar os próprios pensamentos, ainda que nem tudo o que se pensa esteja presente no produto final do processo de escrita. Este trabalho tem como objetivo explorar a relação entre Design e Escrita através de uma revisão bibliográfica das áreas de prática crítica do design, aprendizado, escrita e cognição, bem como em entrevistas síncronas com profissionais de design. Além disso, a partir dos dados levantados, busca-se elaborar um workbook composto por exercícios de escrita para designers, propondo a escrita como uma ferramenta para o pensamento projetual. A proposta é não apenas instrumentalizar a escrita no contexto do design, mas também destacar seu potencial como um método reflexivo e criativo, capaz de enriquecer os processos de criação e resolução de problemas dentro da prática projetual.

Palavras-chave: Design e escrita. Pensamento projetual. Prática crítica do design. Processo criativo. Ferramentas reflexivas.

Abstract

Writing about a specific topic can help a writer organize their thoughts, even if not everything they think about makes it into the final product of the writing process. This study aims to explore the relationship between Design and Writing through a literature review of critical design practice, learning, writing, and cognition, as well as through synchronous interviews with design professionals. Based on the collected data, it also seeks to develop a workbook of writing exercises tailored for designers, proposing writing as a tool for design thinking. The goal is not only to utilize writing as an instrument in design but also to emphasize its potential as a reflective and creative method that enriches the processes of creation and problem-solving within design practice.

Keywords: Design and Writing. Design Thinking. Critical Design Practice. Creative Process. Reflective Tools.

1. Introdução.....	5	3.6.1 Motivos para escrever.....	29
1.1 Contextualização do tema.....	5	3.6.2 Motivos para não escrever.....	30
1.1.1 A escrita como exercício de reflexão e crítica.....	5	3.6.3 Principais desafios para a prática da escrita.....	30
1.1.2 Evolução tecnológica e prática crítica em Design.....	6	3.6.4 Sobre a importância da escrita para a prática em Design.....	30
1.2 Objetivos.....	8	3.6.5 Sobre o incentivo à escrita na formação em Design...	30
1.3 Metodologia.....	9	3.6.6 Sugestões de quem escreve.....	31
2. Justificativa.....	11	3.6.7 O que poderia encorajar a prática da escrita.....	31
2.1 Por que designers devem escrever?.....	11	4. Elaboração do workbook.....	31
2.2 Por que designers não escrevem?.....	12	4.1 Fontes.....	31
2.3 O entrave da linguagem e gêneros textuais.....	15	4.2 Projeto Gráfico.....	44
2.3.1 O entrave da língua padrão.....	15	4.2.1 Mídia escolhida.....	44
2.3.2 Características da linguagem acadêmica.....	15	4.2.2 Processo.....	45
2.3.3 Diários e ensaios.....	16	4.2.3 Resultados.....	47
3. Pesquisa com usuários (Entrevistas).....	20	5. Financiamento e distribuição.....	51
3.1 Escolha do método.....	20	5.1 Financiamento coletivo.....	51
3.2 Objetivos.....	21	5.2 Plataforma escolhida.....	51
3.3 Recrutamento de participantes.....	21	5.3 Orçamento.....	52
3.3.1 Designers que não escrevem – perfis selecionados a partir do screener (em ordem alfabética).....	23	5.4 Divulgação.....	52
3.3.2 Designers que escrevem – perfis selecionados a partir do screener (em ordem alfabética).....	25	5.4.1 Descrição do projeto.....	53
3.4 Pauta de perguntas.....	27	5.4.2 Público-alvo.....	56
3.4.1 Perguntas para designers que não escrevem.....	27	5.4.3 Canais.....	57
3.4.2 Perguntas para designers que escrevem.....	28	5.4.4 Conteúdo por canal.....	58
3.5 Realização das entrevistas.....	28	5.4.5 Calendário de ações e progressão da meta.....	59
3.5.1 Ferramentas.....	28	5.5 Resultado.....	61
3.5.2 Processo.....	28	6. Considerações finais.....	62
3.6 Análise de resultados.....	29	7. Referências.....	64

Lista de Figuras

Figura 1 - Dimensão verbal-imagética do estilo cognitivo (adaptado de Riding R. & Rayner S. (2013)).....	14
Figura 2 - Colagens utilizadas no projeto gráfico do livreto. Matriz (esquerda) e aplicação no layout final (direita).....	46
Figura 3 - Caligrafia utilizada no projeto gráfico do livreto. Matriz (esquerda) e aplicação no layout final (direita).....	46
Figura 4 - Carimbos utilizados no projeto gráfico do livreto. Matriz (esquerda) e aplicação no layout final (direita).....	46
Figura 5 - Letraset utilizado no projeto gráfico do livreto. Matriz (esquerda) e aplicação no layout final (direita).....	46
Figura 6 - Ilustrações para o livreto. Maria Mercante.....	47
Figura 7 - Capa e contracapa.....	48
Figura 8 - Detalhe: assinatura.....	48
Figura 9 - Detalhe: capa.....	48
Figura 10 - Detalhe: folha de rosto.....	48
Figura 11 - Detalhe: ficha catalográfica.....	49
Figura 12 - Detalhe.....	49
Figura 13 - Detalhe: ilustração.....	49
Figura 14 - <i>Spread</i> de páginas.....	49
Figura 15 - Poster e capa.....	50
Figura 16 - Detalhe: ilustração.....	50
Figura 17 - <i>Spread</i> de páginas.....	50
Figura 18 - Vários livros.....	50
Figura 19 - Gráfico de arrecadação vs. tempo de campanha (Catarse, 2024).....	59

1. Introdução

1.1 Contextualização do tema

1.1.1 A escrita como exercício de reflexão e crítica

Escrever sobre um determinado assunto pode ajudar quem escreve a organizar os próprios pensamentos, ainda que nem tudo o que se pensa esteja presente no produto final do processo de escrita. Muito frequentemente o ato de escrever é associado a um produto final, como um artigo ou livro publicado; mas o que importa para este trabalho é também tudo o que não é publicado. Conforme escreve Pat Francis em *Inspiring Writing in Art and Design – Taking a Line for a Write*, "escrever pode ser visto como um processo de exploração do pensamento" (Francis, 2009, p. 15).

Em *Writing as a mode of learning* (1977), Janet Emig cita Alexander Luria, psicólogo soviético especialista em psicologia do desenvolvimento, para sustentar sua tese de que o processo de escrever possui muitas semelhanças com o processo de aprender, o que o torna especialmente útil para tal propósito:

"O discurso escrito está ligado à inibição de conexões sinpráticas imediatas. Assume um processo mediador de análise e síntese muito mais lento e repetido, que permite não só desenvolver o pensamento requerido, mas até

mesmo reverter aos seus estágios anteriores, transformando assim a cadeia sequencial de conexões em uma estrutura simultânea e auto-revisiva. O discurso escrito representa, portanto, um novo e poderoso instrumento de pensamento." (A. R. Luria apud Janet Emig, 1977, p. 127)

Outro fator que me causa especial interesse em explorar a escrita como processo de elaboração de pensamento e crítica no campo do design é a minha experiência pessoal. Antes de iniciar a graduação em Design me formei jornalista pela Puc-Rio, em 2020, e em 2022 passei a escrever e publicar ensaios semanais sobre design em uma newsletter. No início, meu objetivo era apenas compartilhar referências interessantes com amigos e conhecidos, mas com o tempo notei que o processo de pesquisa e organização das referências que antecede à publicação me ajudava com os estudos e ao buscar soluções de design em trabalhos como *freelancer*.

Frente à preocupação – pessoal, mas também a de autores como Vilém Flusser, Silvio Lorusso, Francisco Laranjo e outros, que citarei a seguir – sobre como novas formas de automação dos processos criativos podem enfraquecer a prática crítica em Design, espero poder investigar e propor a prática da escrita livre, reflexiva

e não acadêmica como ferramenta de reflexão, crítica e aprendizado na área.

1.1.2 Evolução tecnológica e prática crítica em Design

O ano de 2023 foi marcado pelo lançamento de diversas ferramentas generativas de design que funcionam com base em inteligência artificial. A Adobe incorporou ferramentas de inteligência artificial (Still, 2023) para geração de imagens, vetores e texto nos aplicativos da Creative Cloud, inclusive no Adobe Photoshop, que é utilizado por mais de 90% dos profissionais na indústria criativa (Adobe, 2024). A plataforma Canva lançou um gerador de imagens baseado em texto, além de geradores de vídeos de avatares enunciando texto digitado, áudios para *voice over* e até de trilha sonora para apresentações (Haneef, 2023). Já o Figma adquiriu a *startup* Diagram e anunciou que trabalharia para disponibilizar ferramentas de inteligência artificial para otimizar o fluxo de trabalho de seus usuários (Levin, 2023). Uma consequência da incorporação dessas tecnologias em softwares já presentes no mercado é o aumento em seu uso por profissionais da área, uma vez que se tornam facilmente acessíveis.

Todos os anúncios citados foram feitos nos sites oficiais de cada empresa e vieram acompanhados de um discurso em comum. De acordo com Adobe, Canva e Figma, essas automações e

ferramentas generativas podem otimizar a produção de designers, diminuindo o tempo gasto em cada trabalho e ajudando com soluções e ideias "prontas", dentre as quais os designers humanos poderão escolher a melhor para aplicar.

"Desde novos modelos generativos de IA até novos recursos, melhorias de desempenho e correções de bugs, continuamos a reinventar fluxos de trabalho e a inovar mais rápido do que nunca. Estamos entusiasmados para que você comece a explorar e mal podemos esperar para ver o que você criará!" (Still, 2023)

"Não há dúvidas: estamos no meio de uma revolução digital, alimentada pela rápida adoção mundial da inteligência artificial. A semana passada marcou o início do próximo capítulo do Canva, quando revelamos nosso maior lançamento de produto de IA até o momento, Magic Studio, para trazer todo o poder da IA em um espaço centralizado. Mas a magia não para por aí: o Canva Apps Marketplace abriga um tesouro de aplicativos de IA poderosos (incluindo alguns dos favoritos do mundo!) que usam essa tecnologia interessante para agilizar seu fluxo de trabalho e levar a criatividade a novos patamares." (Haneef, 2023)

"A IA pode nos ajudar a fazer mais – em todas as partes do processo de desenvolvimento de produtos – com mais rapidez. Não é um recurso, mas uma capacidade central; mais do que um produto, é uma plataforma que pode elevar nosso trabalho ao plano da solução de problemas – sem dúvida a principal busca de nosso ofício e a razão pela qual muitos de nós começamos a trabalhar no design e na construção de produtos." (Levin, 2023)

Trabalhar com mais automação e rapidez parece um futuro atraente; mas será que a diminuição no tempo de trabalho e geração de peças e ideias *on demand* não pode mitigar a parte do design que requer dedicação às ideias, algum tempo de reflexão e amadurecimento das soluções propostas?

Apesar de estar sendo realçada pela ascensão da inteligência artificial, a relação entre o desenvolvimento capitalista-tecnológico e a míngua da crítica na prática do design não é uma questão nova. John Thackara pensa que "dado que o design de produto está tão completamente integrado na produção do capitalismo, é desprovido de uma tradição crítica independente na qual basear uma alternativa" (Thackara *apud* Mazé e Redström, 2009, p. 28). Ian Lynam é ainda mais duro em suas críticas no ensaio *Weddings* (2015):

"Quase nada está sendo produzido no momento atual em termos de teoria do design gráfico. Em suma, há um vázio. Não é problemático que o design gráfico se baseie nos discursos da arte e da arquitetura, embora seja preocupante que o discurso local dentro do design gráfico seja tão lento a desenvolver-se. Devido a isso, a literatura ocidental de design gráfico oferece muito menos do que a teoria e a literatura da arte e da arquitetura contemporâneas em termos de amplitude e profundidade nas abordagens da prática em si, bem como na crítica e na teoria. A cultura do design gráfico em geral ainda está focada na satisfação dos clientes e na orientação extrema para objetivos. Isto é evidenciado tanto pela escassez de teoria e crítica como pela aparente falta de interesse por parte dos profissionais nestas atividades." (Lynam, 2015, p. 32)

No ensaio *Delusion & data-driven design*, publicado na revista *Creative Review* em 2017, Francisco Laranjo associa mais especificamente a proliferação de ferramentas de inteligência artificial e a adoção de algoritmos controlados por *big techs* por designers a uma prática passiva da disciplina. Ele analisa a identidade visual da Orquestra Sinfônica de Londres criada pelo

estúdio de design The Partners. A equipe responsável anunciou uma identidade de marca animada, cujo movimento foi baseado nos movimentos da própria orquestra em apresentações musicais, capturado em vídeo e depois transformado em animações abstratas geradas por computador. Laranjo critica o trabalho, argumentando que

"Um desafio crucial para o design é desenvolver formas pelas quais os dados e a tecnologia que os processa não fiquem sem escrutínio. Ou seja, não deixar que os dados tomem decisões. Mas é difícil escapar ao poder sedutor dos dados e da tecnologia. Quando a agência de design The Partners apresentou a sua nova identidade visual para a London Symphony Orchestra (LSO), esta foi anunciada como estando alinhada com o carácter inovador da orquestra. Embora seja mais do que provável que "as comunicações de orquestras em toda a Europa" sejam "muito tradicionais na sua abordagem", os dados renderizaram esta identidade visual precisamente com o efeito genérico que os designers dizem querer evitar. Os designers permitiram que parâmetros de computador, sem nenhuma informação ou conhecimento sobre música, o LSO ou sua história, definissem uma visualização padronizada com base em dados gerados pelo movimento do maestro da

orquestra, auxiliados pela tecnologia de captura de movimento." (Laranjo, 2017)

Para Laranjo (2017), o problema está no carácter sedutor da tecnologia e na ideia de que aplicar automação e geração por computadores em algum projeto o tornará intrinsecamente moderno e inovador; e também na ideia de que "moderno" e "inovador" são características mais importantes do que qualquer outra. Ele finaliza o ensaio escrevendo que "o principal objetivo da tecnologia é agora substituir a inteligência pela inteligência artificial. Para os designers, é hora de escolher entre a indulgência subserviente e a luta crítica" (Laranjo, 2017).

1.2 Objetivos

O objetivo geral deste trabalho é elaborar um livreto de exercícios (*workbook*) de escrita para designers, com a finalidade de (a) incentivar a prática livre da escrita como parte do processo projetual; e (b) auxiliar designers na tarefa de se comunicar verbalmente a respeito de seus próprios projetos e objetivos profissionais.

Os objetivos específicos são:

- Compreender de que forma o exercício da escrita pode contribuir para uma prática mais crítica e menos passiva do Design;
- Compreender como a escrita pode atuar em questões relacionadas à prática crítica do design frente às mudanças acarretadas por novas tecnologias automatizadoras;
- Investigar se estudantes de Design e designers se sentem confortáveis na elaboração do discurso escrito e identificar eventuais limitações e dificuldades na área;
- Conversar com designers que escrevem e compreender como sua prática de escrita se relaciona com sua prática de design;
- Desenvolver (incluindo conteúdo e projeto gráfico) um *workbook* de escrita voltado para profissionais de Design, contendo exercícios de escrita como reflexão e também como forma de expressão final.

1.3 Metodologia

A primeira parte da pesquisa consistiu na leitura de materiais relacionados à escrita como elaboração de pensamento, como *Writing as a mode of learning* (1977), de Janet Emig; e alguns guias de escrita voltados especificamente para profissionais de Design e outras áreas criativas, como *Inspiring Writing in Art and Design* –

Taking a Line for a Write (2009), de Pat Francis e *Writing For the Design Mind* (2019), de Natalia Ilyin.

Para contextualizar o tema, me dediquei à leitura de referências para compreender a relação entre a disciplina do Design e a produção de teoria e crítica; bem como os impactos da automatização crescente dos processos de criação em Design. As principais referências foram os autores Francisco Laranjo, Ian Lynam e Silvio Lorusso. Também procurei verificar como grandes empresas de *softwares* de design se posicionam em relação aos processos de automação em Design, especialmente aqueles relacionados à inteligência artificial generativa, e identificar se seu discurso aponta para um incentivo à prática crítica do Design ou não.

Depois, conduzi entrevistas com designers e estudantes de design, separando-os em dois grupos: os que escrevem e os que não escrevem. Entrevistando os que escrevem, procurei compreender porque o fazem e como sua prática de escrita se relaciona com sua prática projetual em design; já nas entrevistas com designers que não escrevem, busquei as razões pelas quais não o fazem, com foco naquilo que consideram suas principais limitações e dificuldades na área da comunicação escrita.

Concluída a fase de pesquisa, identifiquei que tipo de conteúdo e exercícios seriam relevantes em um *workbook* de escrita para designers que não escrevem e, com base nisso, desenvolvi o conteúdo textual do livro. Depois, com base em produtos editoriais similares – guias práticos e livros de exercícios para designers – desenvolvi um projeto gráfico para o *workbook*, finalizando o produto final deste trabalho.

2. Justificativa

2.1 Por que designers devem escrever?

Por que sugerir a escrita como uma ferramenta para tornar a prática projetual mais crítica entre designers? Há outros tipos de exercícios a serem propostos e explorados, uma vez que não há uma forma única de tornar-se mais crítico. No entanto, há uma série de argumentos em favor da prática da escrita.

De forma mais geral, pode-se dizer que a escrita é um método de aprendizagem em si mesma. Em *Writing as a mode of Learning*, Janet Emig defende que a escrita é "unicamente útil ao aprendizado" porque possui atributos específicos correspondentes a certas estratégias de aprendizagem significativas (Emig, 1977, p. 122). Ela cita o psicólogo Jerome Bruner, cuja teoria sobre a aprendizagem destaca que, no processo de desenvolvimento intelectual, os indivíduos dispõem de três formas de processamento e representação de informações: ativa (manuseio e ação), icônica (organização perceptiva e imagens), e simbólica (uso de símbolos). Para Emig, ao escrever, estamos nos valendo das três formas de assimilação:

"O que é surpreendente na escrita como processo é que, pela sua própria natureza, todas as três formas de lidar com

a realidade são simultaneamente ou quase simultaneamente implementadas. Isto é, a transformação simbólica da experiência através do sistema de símbolos específico da linguagem verbal é moldada num ícone (o produto gráfico) pela mão ativa. Se a aprendizagem mais eficaz ocorre quando a aprendizagem é reforçada, então a escrita através do seu ciclo de reforço inerente envolvendo mão, olho e cérebro marca um modo multi-representacional excepcionalmente poderoso para a aprendizagem." (Emig, 1977, p. 124).

A escrita também configura uma poderosa prática reflexiva, uma vez que o produto gráfico do processo de escrita se torna imediatamente visível e portanto disponível para um reescaneamento e revisão por parte daquele que escreve (Emig, 1977, p. 125). Por fim, Emig reforça o papel da escrita como uma prática de elaboração do pensamento:

"O meio da linguagem verbal escrita requer o estabelecimento de conexões e relacionamentos sistemáticos. A escrita clara, por definição, é aquela escrita que sinaliza sem ambiguidade a natureza das relações conceituais, sejam elas coordenadas, subordinadas, superordenadas, causais ou outras." (Emig, 1977, p. 126).

Natalia Ilyin parte do mesmo princípio – de que a escrita clara é o produto de pensamento claro – em sua argumentação a favor da escrita no livro *Writing for the Design Mind*. Para defender a ideia de que "a escrita é o pensamento organizado colocado sobre a página", ela escreve:

"Se você consegue escrever exatamente o que quer dizer, terá vantagem sobre aqueles que não conseguem. Escrever bem significa que você sabe como estruturar seus pensamentos, escolher suas palavras e levar as pessoas consigo para suas ideias. (...) Muitas pessoas passam a vida sem conseguir definir os pensamentos por si mesmas. Como não aprenderam como fazê-lo, não têm escolha senão deixar o pensamento claro para os outros. Como não conseguem argumentar ou persuadir ao escrever, abdicam do seu poder verbal. Quando você aprende a escrever bem, você entra na vida mais profundamente, porque pode refletir sobre um problema, expor um ponto de vista, traçar uma experiência, inventar um mundo – e comunicá-lo." (Ilyin, 2019, p. XX).

É possível citar ainda outros motivos, mais diretos e menos interessantes, pelos quais a prática da escrita pode ser útil à classe

de designers e profissões adjacentes. Em particular, se um designer escolhe exercer sua profissão de forma autônoma, ele terá de escrever propostas para clientes, *briefings* para colaboradores e até eventuais artigos em revistas ou blogs especializados; além de ser desejável que se comunique bem verbalmente, de maneira geral.

2.2 Por que designers não escrevem?

Muitos designers apresentam uma resistência a se expressar através da linguagem verbal escrita. Em geral, essa resistência vem da percepção de que escrever deve ser fácil (afinal, não somos alfabetizados? Isso não deveria bastar?), e então, diante das primeiras dificuldades para escrever, o indivíduo se frustra e assume que não foi feito para isso. Também podemos atribuir essa resistência a uma crença rasa de que designers são "seres visuais" e que, de alguma forma, ser visual se opõe a ser verbal, tornando designers inerentemente inaptos à escrita.

No livro *Inspiring Writing in Art and Design – Taking a Line for a Write*, Pat Francis explora alguns dos principais motivos pelos quais estudantes de cursos de Artes e Design sentem dificuldade de escrever, seja em relação a requerimentos acadêmicos ou como ferramenta de reflexão pessoal. Contra a ideia de que escrever deveria ser fácil, ela argumenta:

"Não escrevemos instantaneamente de forma profunda e reflexiva; temos que construir gradualmente. Knight e Yorke argumentam que "a aprendizagem complexa é quase invariavelmente uma aprendizagem lenta, demorando mais para crescer do que dura a maioria dos módulos". Assim, a escrita deve fazer parte do processo contínuo: não presa às partes, mas percorrendo o todo." (Francis, 2009, p. 21).

Em *Writing for the Design Mind*, Natalia Ilyin reforça que começar a escrever pode ser intimidador e difícil, mas é justamente por isso que não se deve interromper a prática da escrita; a habilidade de escrever, assim como qualquer outra, deve ser exercitada com frequência e alguma dedicação para que seja bem executada.

"Nunca entendi por que as pessoas presumem que deveriam ser capazes de escrever como Michael Bierut, Gail Anderson ou Kenneth FitzGerald na primeira vez que escrevem alguma coisa. Esses designers conhecidos praticam sua escrita há muito, muito tempo. Seus primeiros esforços foram provavelmente rígidos, prolixos e monótonos. Mas eles continuaram praticando, seguiram em frente e se tornaram escritores maravilhosos." (Ilyin, 2019, p. XXI).

Nos resta, então, desbancar o argumento de que designers seriam seres visuais, cujo raciocínio lógico é incompatível com a elaboração verbal. Nesse ponto, Francis e Ilyin têm abordagens diferentes. Ambas as autoras escreveram livros que têm como principal objetivo instruir e inspirar a escrita entre designers (*Inspiring Writing in Art and Design – Taking a Line for a Write* e *Writing for the Design Mind*, respectivamente), mas argumentam de formas distintas.

Francis (2009) se baseia na matriz de Riding e Rayner de estilos cognitivos, que opõe em um espectro a aprendizagem através da linguagem verbal e a aprendizagem através das imagens. Partindo da ideia de que há uma distância entre os estilos cognitivos, a autora opta por alternar entre eles em seu livro, além de incorporar exercícios considerados mais visuais em suas propostas de exercícios de escrita.

"Esboçar e rabiscar na escrita, não apenas no trabalho visual, e encontrar metáforas visuais para ideias, algo que é proposto ao longo deste livro, está relacionado ao extremo visual da escala de Riding e Rayner, enquanto o trabalho em ensaios e dissertações é geralmente visto como puramente pertencente ao reino do verbal. O extremo verbal da escala é muitas vezes a parte assustadora para muitos escritores

relutantes/medrosos e, portanto, ao abordar as tarefas a partir da forma preferida de absorver o material [visual], espera-se que as estratégias sejam fortalecidas e todas as áreas de trabalho sejam beneficiadas.” (Francis, 2009, p. 19).

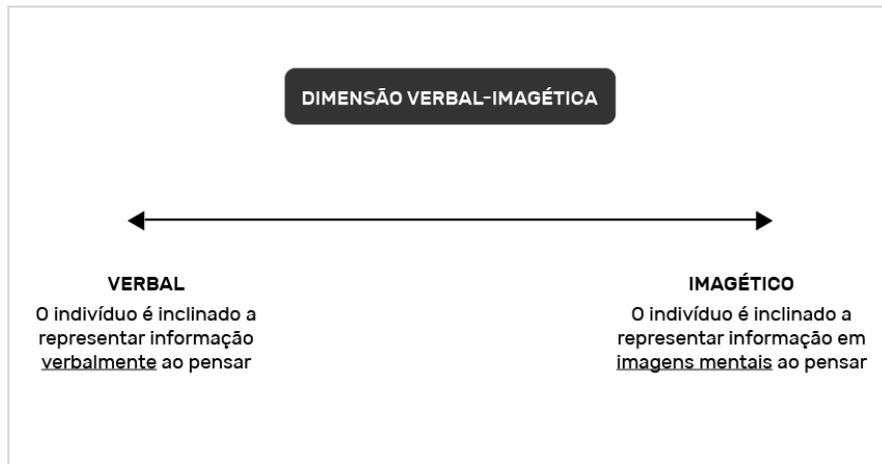


Figura 1: Dimensão verbal-imagética do estilo cognitivo (adaptado de Riding R. & Rayner S. (2013)

Já Ilyin (2019) desconsidera a ideia de oposição entre os modos de aprendizagem visual e verbal, atribuindo a popularização dessa divisão a uma mera tendência na educação escolar há algumas décadas; e argumenta que embora existam estilos cognitivos diversos, a afinidade com um não pode significar completa inaptidão em relação ao outro:

“Acontece que “criaturas visuais” têm muito mais em comum com escritores, físicos teóricos e engenheiros do que muitas pessoas poderiam imaginar. O pensamento sistêmico, uma área de exploração nas ciências e nas humanidades, é mais eficaz para descrever a mente criativa do que abordagens de tudo ou nada, preto e branco. Artistas, designers e escritores possuem mentes afinadas para reconhecer padrões e criar sistemas de significado, e eles entendem esses sistemas de muitas das mesmas maneiras que engenheiros e físicos. Se você é atraído por ser um designer, é provável que tenha uma afinidade pelo pensamento sistêmico e, sem perceber, tenha passado sua vida treinando sua mente para aproveitar essa afinidade. (...) Descrever pessoas como inadequadas para um tipo particular de pensamento desvaloriza elas e suas contribuições para a cultura.” (Ilyin, 2019, p. XXIII).

Seja qual for a abordagem preferida – entender aprendizagem visual e verbal como distintas e opostas, mas se propor a misturá-las; ou então desconsiderar tal oposição – não há um motivo pelo qual a inclinação aos processos criativos visuais deva impedir que se tenha resultados satisfatórios em processos criativos verbais.

2.3 O entrave da linguagem e gêneros textuais

2.3.1 O entrave da língua padrão

No ensaio *A língua*, publicado na coletânea *Ensinando a Transgredir*, bell hooks discute a dicotomia entre o inglês padrão utilizado no ambiente acadêmico e os dialetos de comunidades marginalizadas. Para hooks, empregar o inglês padrão é uma espécie de chancela para "atingir um público mais amplo" ao falar em ambientes acadêmicos e "predominantemente brancos"; e no entanto, sua utilização sufoca outras formas de se expressar que podem ser mais intuitivas e precisas para seus falantes. Isso pode acontecer de forma inconsciente:

"Nos círculos acadêmicos, tanto na esfera do ensino quanto na da produção de textos, pouco esforço foi feito para utilizar o vernáculo dos negros – ou, aliás, qualquer outra língua que não o inglês padrão. Quando, num curso que estava dando sobre escritoras negras, perguntei a um grupo etnicamente diversificado de alunos por que só ouvíamos o inglês padrão na sala de aula, eles ficaram sem palavras por um instante. Embora para muitos deles o inglês padrão fosse a segunda ou a terceira língua, simplesmente não lhes havia ocorrido que era possível dizer algo em outra língua, de outra maneira. Não admira,

portanto, que continuemos pensando: "Esta é a língua do opressor, mas preciso dela para falar com você." (hooks, 2017, p. 228)

É possível traçar um paralelo entre a questão tratada por bell hooks e um dos principais desafios para produção teórica no campo do design. A linguagem acadêmica normativa não é, para a maioria dos designers e estudantes de design, a forma primária ou preferida de expressão. Dessa forma, ainda que em sua prática de design individual eles formulem opiniões, hipóteses e teorias, há a crença de que seu pensamento não é suficientemente refinado e técnico para que seja transcrito para o papel e publicado academicamente. E talvez realmente não seja adequado à academia – o que não quer dizer, de forma alguma, que não tem validade enquanto produção de conhecimento. Nesse ponto, percebo a necessidade de argumentar que a escrita enquanto elaboração de pensamento ainda é útil e importante para uma prática crítica do design, ainda que exercida de formas variadas e contemplando diferentes gêneros textuais, de diários pessoais a ensaios.

2.3.2 Características da linguagem acadêmica

Convém definir algumas características da linguagem acadêmica para que possamos compreender suas limitações. De acordo com

Andréa Kochhann, autora de *A produção acadêmica e a construção do conhecimento científico: concepções, sentidos e construções*, um texto redigido em linguagem acadêmica não apresenta linguagem floreada, gírias, elementos coloquiais ou incorreções gramaticais; não apresenta termos como eu acho, penso que, acredito que, na minha visão, etc, "visto que é preciso constatação ou comprovação por referencial teórico ou análise de dados"; evita ao máximo a subjetividade, priorizando a forma impessoal, com verbos na terceira pessoa, uma vez que "impessoalidade e/ou imparcialidade na escrita remete à seriedade do pesquisador"; e segue imprescindivelmente a ABNT ou outra norma, a depender da área de pesquisa (Kochhann, 2021, p. 26).

Essas características frequentemente são consideradas um desafio na produção de textos (Kochhann, 2021, p. 25), uma vez que ninguém elabora hipóteses em pensamento automaticamente formatadas de acordo com a ABNT. Além disso, a rejeição da subjetividade se choca com o próprio processo cognitivo de percepção e conhecimento do mundo, que é inerentemente subjetivo. Dessa forma, embora a escrita acadêmica tenha suas vantagens específicas e seu valor, sobretudo no que diz respeito à confiabilidade e verificabilidade das informações, ela não é a forma mais intuitiva para a expressão e elaboração do pensamento. Por isso, pode não ser o método mais adequado para designers que

ainda não escrevem regularmente e cujo objetivo com a escrita é tornar sua prática da profissão mais crítica.

2.3.3 Diários e ensaios

"Verbalizar o design é outro ato de design. (...) Por exemplo, suponha que haja um copo aqui. Você pode saber sobre um copo. Mas e se você tiver que projetar um? No momento em que um copo é proposto como um objeto a ser projetado, você começa a pensar sobre que tipo de copo deseja projetar e perde um pouco da sua compreensão de "copo". Diante de vários copos de diferentes profundidades, de "copo" a "tigela", e se for solicitado a esclarecer a exata linha divisória entre um e outro? Diante dos objetos, você fica perdido. E novamente, você fica um pouco menos seguro do seu conhecimento sobre um copo. No entanto, isso não significa que seu conhecimento foi derrubado. Na verdade, é exatamente o oposto. Você se torna mais consciente dos copos do que antes, quando os entendia simplesmente chamando-os inconscientemente de "copo". Agora você realmente entende os copos de forma mais realista." (Hara, 2017, p. 19).

Retomemos o objetivo deste trabalho: "elaborar um livreto de exercícios (*workbook*) de escrita para designers, com a finalidade

de (a) incentivar a prática livre da escrita como parte do processo projetual; e (b) auxiliar designers na tarefa de se comunicar verbalmente a respeito de seus próprios projetos e objetivos profissionais". Quando falo em "escrita livre", o que quero dizer é que há formas de escrever mais adequadas ao pensamento e ao aprendizado do que a linguagem acadêmica, em particular para designers que não estão familiarizados com a escrita e podem se sentir intimidados pelos motivos já apontados (ver seção 2.3.2). São elas a escrita reflexiva (na forma de diários reflexivos) e o ensaio.

Em "*Inspiring Writing in Art and Design – Taking a Line for a Write*", Pat Francis sugere a prática da escrita por estudantes de Artes e Design através de um método chamado *Reflective Learning Journal*, ou diário reflexivo de aprendizado. Essa é uma prática pessoal de escrita e, embora o que se escreve possa ser publicado eventualmente, o objetivo principal é promover a reflexão pela organização de pensamentos soltos, seja durante a prática de design ou depois dela em forma de avaliação do processo. Francis escreve:

"Reflexão durante a ação e sobre como e o que você está trabalhando ajuda a jornada a progredir e encoraja a exploração de rotas alternativas que podem ser tentadas. Reflexão após a ação, explicando (para si mesmo e para os

outros) através da escrita, escrevendo em diferentes vozes e considerando uma variedade de perspectivas e pontos de vista, são os principais componentes da reflexão secundária. Isso nos permite aprender com o passado e desenvolver habilidades e técnicas que utilizamos no futuro. Escrever como uma forma de cristalizar pensamentos é a tentativa de tornar físicas as ideias aleatórias em nossa mente. Praticar a captura desses pensamentos fugazes é o que nos ajuda a crescer como pessoas e profissionais." (Francis, 2009, p. 36).

Sendo assim, a escrita reflexiva se dá a partir de três estágios mais ou menos sequenciais. Escrevo "mais ou menos" porque Francis reforça ao longo de toda a sua obra que nenhum dos métodos apresentados deve ser compreendido como um esquema inflexível, mas orientar a prática pessoal, que pode ter particularidades de acordo com as preferências daquele que escreve. O primeiro estágio é definido pelas palavras-chave "explorar, experimentar e avaliar"; o segundo, "definir, desenvolver e detalhar"; e o terceiro e último, "personalizar, profissionalizar e polir".

Aqui, é interessante notar que os estágios da escrita reflexiva de Francis são compostos de verbos tradicionalmente empregados em métodos clássicos de design. Isso reforça a tese da

autora de que as similaridades entre design e escrita podem ser aproveitadas mutuamente, de forma que o conhecimento em design contribua para a escrita e a prática da escrita contribua para a prática do design. Alguns métodos que se aproximam dos estágios do diário reflexivo de aprendizado são:

- Metodologia Projetual de Gui Bonsiepe: (1) Problematização, (2) Análise, (3) Definição do Problema, (4) Anteprojeto/Geração de Alternativas e (5) Projeto
- Metodologia de Lobach: (1) Definição e Análise do problema, (2) Geração de alternativas, (3) Avaliação das alternativas e (4) Realização e avaliação da Solução
- Duplo Diamante: (1) Descoberta, (2) Definição, (3) Desenvolvimento e (4) Entrega

Como o nome sugere, o objetivo de manter um diário reflexivo de aprendizado conforme proposto por Francis é utilizar a escrita como uma forma de organização dos pensamentos e aprendizados ao longo do processo de criação, seja nas artes ou no design. Mais especificamente, que

"desde os estágios iniciais do curso, os estudantes registrem seus processos de pensamento, desenvolvam habilidades de análise desses processos e os vinculem à

variedade de influências e assuntos apresentados, desenvolvendo assim habilidades de contextualização. O diário incentiva a prática da articulação através da escrita, começando com seus sentimentos sobre o material pesquisado, explorando recursos primários e secundários, e respondendo a conselhos de tutores e colegas." (Francis, 2009, p. 38)

A principal vantagem dessa prática é que ela não compartilha com a escrita acadêmica a pressão formal e nem as exigências técnicas. Assim, ela é mais convidativa para escritores iniciantes, já que gramática e estrutura são menos importantes do que o conteúdo. No entanto, Francis nos lembra: "outro propósito do diário é proporcionar prática na escrita e, portanto, à medida que o diário progride, devem surgir melhorias no vocabulário e na estrutura" (Francis, 2009, p. 38).

Uma vez mais confiante com a escrita, outro gênero interessante a ser explorado pelo designer que deseja desenvolver uma prática profissional mais crítica é o ensaio. Na verdade, o ensaio pode ser considerado um desdobramento da escrita reflexiva: o gênero foi inaugurado pelos *Ensaio*s de Montaigne, de 1580, que "dizia escrever para si mesmo, com a intenção de

investigar e conhecer a si mesmo, e para seus amigos” (Auerbach apud Gatti, 2014, p. 167).

Trata-se de um gênero híbrido que transita entre a academia e a imprensa, resistindo aos enquadramentos da ciência, da arte ou do jornalismo (Gatti, 2014, p. 162). Apesar dessa falta de definição, podemos entender, a partir de *O ensaio como forma*, de Theodor W. Adorno, porque o ensaio é um gênero apropriado ao desenvolvimento do pensamento crítico. Para o autor, o ensaio se encontra fora da antítese entre arte (tida como irracional) e ciência (tida como completamente racional); não tem a pretensão de dar conta de tudo, de esgotar o assunto de que trata ou de chegar a uma verdade absoluta. Adorno escreve ainda que

“O ensaio não segue as regras do jogo da ciência e da teoria organizadas, segundo as quais, como diz a formulação de Spinoza, a ordem das coisas seria o mesmo que a ordem das ideias. Como a ordem dos conceitos, uma ordem sem lacunas, não equivale ao que existe, o ensaio não almeja uma construção fechada, dedutiva ou indutiva. Ele se revolta sobretudo contra a doutrina, arraigada desde Platão, segundo a qual o mutável e o efêmero não seriam dignos da filosofia.” (Adorno, 2003, p. 25).

A afinidade com o transitório e o efêmero aproxima o gênero ensaístico da estrutura do pensamento humano (as “ideias aleatórias” mencionadas por Francis), tornando o processo de escrita mais intuitivo, sem que isso se oponha ao aprofundamento das ideias. Para Max Bense, citado por Adorno,

“Escreve ensaisticamente quem compõe experimentando; quem vira e revira o seu objeto, quem o questiona e o apalpa, quem o prova e o submete à reflexão; quem o ataca de diversos lados e reúne no olhar de seu espírito aquilo que vê, pondo em palavras o que o objeto permite vislumbrar sob as condições geradas pelo ato de escrever.” (Bense apud Adorno, 2003, p. 35)

A visão de Bense corrobora a do designer Kenya Hara, cuja citação abre este subcapítulo. A escrita e o desafio de enunciar o que se pensa sobre um objeto nos leva a explorá-lo de maneira mais minuciosa e, dessa forma, expande nossa compreensão a respeito dele: “verbalizar o design é outro ato de design” (Hara, 2017, p. 19).

3. Pesquisa com usuários (Entrevistas)

3.1 Escolha do método

O objetivo deste trabalho é produzir um *workbook* de escrita para designers, composto por exercícios que contribuam para a produção de um texto autoral reflexivo ou ensaístico. Sendo mais específica, a ideia é que seja um *workbook* para designers que ainda não escrevem (ou não se sentem seguros ao escrever), e no entanto, eu escrevo. Além da graduação em Comunicação Social/Jornalismo, tenho experiência na produção de artigos acadêmicos e ensaios pessoais sobre design, com cerca de 70 ensaios publicados ao longo de um ano e meio na newsletter *makers gonna make*. É evidente que não sou parte do público alvo deste *workbook*.

Para conhecer melhor o público alvo – designers que não escrevem – optei pela realização de entrevistas síncronas. No livro *Research for Designers: A Guide to Methods and Practice* (2016), Gjoko Muratovski define entrevista como

"um método que você pode usar para descobrir as ideias, opiniões e atitudes das pessoas. Existem diferentes tipos de entrevistas, mas, para fins de pesquisa, 'entrevista' pode ser definida como uma forma de conversa entre um

pesquisador e um participante, geralmente guiada por uma sessão de perguntas formais." (Muratovski, 2016, p. 61).

Entrevistas qualitativas com usuários em potencial são uma forma de reunir informações para apoiar a criação de produtos, serviços e mais (Portugal, 2013, p. 3), e podem ser empregadas no processo de design como método primário de pesquisa ou em conjunto com outras técnicas (Muratovski, 2016, p. 61). No caso deste trabalho, a entrevista será utilizada como um método complementar à revisão bibliográfica (ver capítulo 2). Escolhi conduzir entrevistas semi-estruturadas, uma vez que esse modelo segue uma pauta fixa, mas que contém algumas perguntas abertas, deixando o participante livre para responder de forma mais extensa. Ainda de acordo com Muratovski, a entrevista semi-estruturada fornece ao entrevistador a oportunidade de alcançar questões sobre as quais ainda não havia pensado:

"Frequentemente, você precisará fazer perguntas abertas e solicitar esclarecimentos conforme a entrevista avança, mas também precisa estar ciente de que a conversa pode facilmente se desviar. Por outro lado, deixar a conversa se desviar pode, às vezes, informá-lo sobre certos assuntos dos quais você não estava ciente anteriormente." (Muratovski, 2016, p. 60).

A princípio, a entrevista como método de pesquisa em design pode ser segmentada em quatro estágios: seleção de participantes, elaboração da pauta, realização das entrevistas e análise dos resultados. Para estruturar esses estágios, o referencial teórico escolhido foi o livro *Interviewing Users: How to Uncover Compelling Insights*, de Steve Portigal.

3.2 Objetivos

De acordo com Portigal, antes de iniciar o processo de pesquisa com entrevistas, é essencial que se estabeleça um objetivo, isto é, que se articule o que se quer aprender sobre os usuários a partir das entrevistas realizadas. É importante ter um objetivo principal, mas este pode ser subdividido em objetivos mais específicos. Para este trabalho, entende-se que:

- O objetivo principal é entender por que os usuários não escrevem; e mais especificamente:
- Se eles têm interesse, necessidade ou oportunidades de escrever sobre design;
- Quais dificuldades e limitações encontram ao escrever;
- E o que poderia encorajá-los ou ajudá-los a escrever.

No capítulo 3, *Getting Ready to Conduct Your Interviews*, Steve Portigal discorre sobre o processo de recrutamento de

participantes, e escreve que é útil analisar várias partes do processo que se deseja explorar (nesse caso, a escrita realizada por designers), afirmando que "mesmo que estejamos projetando apenas uma parte da experiência, podemos obter uma compreensão mais profunda ao observá-la de múltiplos pontos de vista" (Portigal, 2013, p. 36). Sendo assim, optei por entrevistar um segundo grupo – designers que escrevem. Para este outro segmento de usuários, entende-se que:

- O objetivo principal é entender por que os usuários escrevem; e mais especificamente:
- Como surgiu seu interesse, necessidade ou oportunidade de escrever sobre design;
- Quais dificuldades e limitações encontraram ao começar a escrever, e como puderam mitigá-las;
- E o que os motiva a continuar escrevendo.

3.3 Recrutamento de participantes

Com os objetivos definidos, elaborei um documento que Portigal chama de *screenner*, que é definido como "uma pesquisa usada para qualificar participantes potenciais, que inclui uma mistura de tipos de perguntas (incluindo sim/não, múltipla escolha e abertas)". Decidi incluir no mesmo documento algumas perguntas que

poderiam me ajudar a diversificar a amostra escolhida, embora não sejam eliminatórias, como idade e nível de formação.

Pesquisa: Designers & Escrita, parte 1

Olá :) Eu sou Hele Carmona e esse formulário é parte da pesquisa para o meu TCC em Design na Esdi/Uerj. Estou investigando a relação entre a prática do design e o hábito de escrever (ou a falta dele). Meu objetivo é realizar entrevistas síncronas via Google Meets, mas antes estou fazendo uma triagem de participantes através desse formulário.

Agradeço desde já a todos que responderem. Em caso de dúvida, fique a vontade para enviar um e-mail para contato@helecarmona.com.

1. Nome
2. Seu melhor e-mail
3. Qual é a sua idade?
4. Em qual estado do Brasil você reside?
5. Qual é a sua formação profissional em design? (Ex: "autodidata", "cursando a graduação na UFRJ" ou "formado em técnico de design gráfico digital pelo Senac")
6. Fale um pouco sobre o seu trabalho. Qual é o seu cargo atual e quais são suas principais responsabilidades no dia a dia profissional? Caso não esteja trabalhando, fale sobre sua experiência profissional mais recente.

7. Com que frequência você lê? Pode ser qualquer tipo de leitura - notícias, blogs, livros de ficção e não ficção, etc.
 - Nunca
 - Raramente
 - Às vezes
 - Frequentemente
 - Sempre
8. Que tipo de texto você costuma ler?
9. Você lê sobre design? Se sim, você tem algum autor, livro, revista ou portal preferido?
10. Você utiliza ou já utilizou ferramentas de Inteligência Artificial em alguma tarefa profissional? Se sim, em quais situações?
11. Você utiliza ferramentas geradoras de texto (ChatGPT e similares)? Por que?
12. Você escreve ou já escreveu sobre design? Se sim, que tipo de texto você escreveu?
13. Você tem disponibilidade para participar de uma entrevista síncrona via Google Meets de até 30 minutos de duração com foco no tema Design & Escrita?
 - Sim
 - Não
 - Talvez

O objetivo das perguntas presentes no *screener* não é primariamente eliminar participantes em potencial, uma vez que o único critério obrigatório para a minha pesquisa é que os entrevistados sejam designers ou estudantes de design (se escrevem ou não, isso apenas os colocará em um grupo de pesquisa diferente); mas sim permitir a escolha de perfis diversos nos seguintes aspectos: nível de formação, hábitos de leitura e relação com ferramentas de automação baseadas em inteligência artificial.

O questionário (*screener*) foi divulgado através de redes sociais por mim e foi republicado e compartilhado por colegas designers em suas respectivas redes. Após um período de 97 dias, recebeu 63 respostas, e uma planilha com todos os dados coletados pode ser encontrada em anexo (o e-mail para contato foi removido para preservar a privacidade dos respondentes). Dentre os respondentes, escolhi os seguintes perfis para realizar a entrevista principal, sendo sete participantes pertencentes ao grupo dos designers que não escrevem e cinco pertencentes ao grupo dos designers que escrevem. Realizei ainda três entrevistas com designers que escrevem aos quais fiz o convite diretamente, por e-mail. Flávia Zimbardi, Tereza Bettinardi e Rafael Bessa foram nomes indicados por Cadu Carvalho, Flávia Zimbardi e Flávia Zimbardi, respectivamente.

3.3.1 Designers que não escrevem – perfis selecionados a partir do *screener* (em ordem alfabética)

Antônia Morgenstern, 25 anos, Santa Catarina

Designer Pleno em uma empresa de software

Autodidata

✗ Não lê sobre Design

✓ Utiliza ferramentas como o ChatGPT para "apara otimizar o texto"

✗ Não costuma escrever sobre Design, apenas em situações de trabalho que exigem a justificativa de escolhas de Design

Beatriz Rocha, 26 anos, Rio de Janeiro

Creative Designer/Designer pleno

Bacharel em design com linha de formação em animação pela ESPM-RJ

- ✗ Não lê muito sobre design além de projetos no Behance
- ✓ Usa ChatGPT para correção gramatical e para gerar textos alternativos ao Lorem Ipsum
- ✗ Não costuma escrever sobre design

Giovanni Vieira, 19 anos, Rio de Janeiro

Bacharelado em design (em andamento) - ESDI

Atua em iniciativas estudantis (CAPO e Pavão 2024)

- ✓ Lê artigos, notícias e blogs sobre design por conta da faculdade
- ✓ Usa ChatGPT para criar legendas e publicações para redes sociais
- ✗ Tem vontade de escrever, mas sente que não tem tempo

Maicon Moura, 28 anos, São Paulo

Diretor de Arte e Designer Gráfico independente

Autodidata, cursando graduação EAD

- ✓ Lê alguns livros técnicos sobre design, além de artigos e newsletters
- ✓ Utiliza o ChatGPT para organizar ideias e realizar pesquisa
- ✓ Escreve ficção (crônicas e contos)
- ✗ Não escreve sobre design por medo de "falar algo errado na parte mais técnica"

Natan Prima, 23 anos, Rio de Janeiro

Bacharelado em design (em andamento) - ESDI

Designer em um órgão público (PGE)

- ✗ Não costuma ler sobre design
- ✓ Usa ChatGPT para criar legendas e publicações para redes sociais
- ✗ Não costuma escrever sobre design além de demandas da faculdade

Nathália Moreira de Abreu, 22 anos, Rio de Janeiro
Estagiária de UX/UI
Cursando graduação em Design na Esdi/Uerj

- ✗ Lê sobre design com pouca frequência
- ✓ Utiliza ferramentas como o ChatGPT "para otimizar seu tempo e pela praticidade"
- ✗ Só escreve sobre design se for uma demanda da faculdade

Thales Vinieri Ramos, 30 anos, São Paulo
Designer/Especialista em Branding
Formado em Design pela Universidade São Judas Tadeu e Pós graduado em Branding pelo SENAC

- ✗ Não lê tanto sobre Design, mas acompanha newsletters de Branding
- ✓ Utiliza ferramentas como o ChatGPT para "ajuda com insights para roteiros e correção de escrita" e "ajudar nas ideias iniciais de um projeto, quase como um debate"
- ✗ Não costuma escrever sobre Design, mas tem se interessado pela área

3.3.2 Designers que escrevem – perfis selecionados a partir do screener (em ordem alfabética)

Cadu Carvalho, 37 anos, Ontario (Canadá)
UX Engineer
Bacharel em Design pela UnB

- ✓ Lê frequentemente sobre design, especialmente sobre UX e tipografia
- ✓ Usa ferramentas de IA para gerar pedaços de algoritmos em Javascript, resumir e sintetizar textos e obter respostas sobre assuntos variados
- ✓ Escreve uma newsletter sobre tipografia desde 2019, e artigos para outros sites, como a Revista Recorte

Flavia Zimbardi, Berlim
Designer de tipos e artista visual premiada do Rio de Janeiro.
Apaixonada por promover a igualdade de gênero e celebrar a diversidade dos movimentos artísticos na América Latina, ela colabora ativamente com outras designers e incorpora referências culturais brasileiras em seus projetos independentes.
Autora da newsletter Contraforma.

Giovanni Castelucci, 36 anos, São Paulo

Sócio e Designer em um estúdio de design

Tecnólogo em design de mídia digital, especializado em design gráfico e cidade, mestrando em design

- ✓ Lê de tudo, ficção, não ficção e bastante para o mestrado
- ✗ Não usa ChatGPT pra gerar textos porque não confia nos critérios do algoritmo
- ✓ Escreve reflexões pessoais e já publicou na revista Recorte

Guilherme Vieira, 35 anos, São Paulo

Sócio e Designer em um estúdio de design com foco em Identidade Visual e Design Editorial

Técnico em Artes Gráficas pelo SENAI e Design gráfico com ênfase em tipografia pela Anhembí Morumbi

- ✓ Às vezes lê textos sobre arte, design e tecnologia em newsletters e blogs
- ✓ Já utilizou o ChatGPT traduzir ou gerar bases para textos
- ✓ Escreve reflexões pessoais que com alguma frequência tangenciam os temas arte, design, tecnologia e prática profissional

Rafael Bessa, Nova Iorque

Designer brasileiro baseado em Brooklyn, NY

Atualmente, Senior Designer na BUCK

Editor convidado na Revista Recorte e colunista no Design Ativista

Rafael Frota, 30 anos, São Paulo

Pós-graduado em UX Research, Operações de Pesquisa e Liderança em Design pela UNIFATEC

Product Designer Specialist no Ton (Grupo Stone)

- ✓ Lê frequentemente sobre design, principalmente em newsletters e blogs
- ✗ Acha que ferramentas de Inteligência Artificial generativa "mais atrapalham do que ajudam"
- ✓ É editor no UX Collective Brasil e escreve semanalmente sobre design (críticas e reflexões sobre a área)

Raquel Leal, 24 anos, Rio de Janeiro
Bacharel em design e mestranda em design (ESDI)
Designer na FioCruz

- ✓ Lê frequentemente sobre design, tanto livros e artigos para o mestrado quanto blogs e newsletters
- ✓ Usa ChatGPT para transcrição de entrevistas, organizar listas grandes em ordem alfabética, colocar referências em ABNT, identificar erros gramaticais e sintetizar textos longos
- ✓ Escreve artigos científicos sobre design

Tereza Bettinardi, São Paulo
Designer premiada com mais de 15 anos de experiência nas áreas de design editorial, comunicação visual, design gráfico, branding e design ambiental. Tereza também é fundadora e editora do Clube do Livro do Design, um clube de leitura virtual que se transformou em uma editora dedicada a ampliar a oferta de livros de design disponíveis em português.

3.4 Pauta de perguntas

Foram elaboradas duas pautas de perguntas diferentes, uma para cada grupo de entrevistados, mantendo sempre em mente os objetivos listados no item 3.2. As perguntas são as mesmas para

todos os participantes de um mesmo grupo, independente de suas respostas ao questionário *screener*. Vale ressaltar que, por se tratarem de entrevistas semi-estruturadas, novas perguntas podem surgir a partir da interação com os entrevistados, como forma de clarificação ou aprofundamento de alguma questão. As entrevistas completas estão transcritas e anexadas a este trabalho.

3.4.1 Perguntas para designers que não escrevem

1. Você disse no questionário *screener* que não escreve com frequência. Apesar disso, você consegue se lembrar da última vez que precisou escrever algo relacionado a Design? Como foi essa experiência?
2. Você acredita que a escrita é importante para a sua profissão? Por quê?
3. Quais são os principais motivos que fazem você não escrever com frequência? (Por exemplo: falta de tempo, bloqueio criativo, medo de críticas, etc.)
4. Você sente que tem as habilidades necessárias para escrever um texto argumentativo sobre design? Se não, quais habilidades você acha que precisa desenvolver?
5. Existem momentos específicos em que você sente vontade de escrever, mas acaba não escrevendo? O que te impede nesses momentos?

6. De modo geral, você se sente confiante ao expressar argumentos e pensamentos verbalmente (fala ou escrita)?
7. O que você acha que poderia te motivar a escrever mais? (Por exemplo: treinamento, feedback positivo, necessidade profissional, etc.)

7. Você publica o que escreve? Como é a sua relação com feedbacks?
8. O que te motiva a continuar escrevendo?
9. Que conselhos você daria para designers que querem começar a escrever?

3.4.2 Perguntas para designers que escrevem

1. Quando você começou a escrever sobre design? O que te motivou a começar?
2. Algum evento, texto ou pessoa influenciou sua decisão de começar a escrever?
3. Qual é o seu objetivo ao escrever sobre design? (Por exemplo: compartilhar conhecimento, refletir sobre práticas, autopromoção, etc.)
4. Você sente que escrever influencia sua prática em Design? De que forma?
 - a. Pode dar um exemplo de um projeto em que a escrita teve um impacto significativo?
5. Como é o seu processo de escrita?
6. Quais são os maiores desafios que você enfrenta ao escrever? (Por exemplo: falta de tempo, bloqueio criativo, receio de críticas, etc.)

3.5 Realização das entrevistas

3.5.1 Ferramentas

Para a realização das entrevistas foi escolhida a plataforma de videoconferências Zoom, por permitir a gravação de reuniões de até 40 minutos de forma gratuita. Para a transcrição das entrevistas, devido ao alto volume de arquivos para transcrição – cerca de 375 minutos ou 6h25 no total – optei por assinar a plataforma Escriba. Dessa forma, as transcrições foram realizadas de forma automática e depois revisadas manualmente para conferência das informações.

3.5.2 Processo

Para facilitar o tratamento das informações coletadas, precisei seguir alguns passos: (1) transcrever as entrevistas assim que possível, sem demorar muito entre a realização e transcrição, para que as informações ainda estivessem frescas na minha mente, além de tomar cuidado para não acumular entrevistas demais para

transcrever de uma vez; (2) marcar pontos relevantes – que respondem mais especificamente aos objetivos definidos na seção 3.2 – durante a transcrição; e (3) escrever um resumo em tópicos dos pontos mais relevantes da entrevista. Eis um exemplo de quadro resumo:

Guilherme Vieira (entrevista em 10 de junho de 2024)

- Guilherme pratica uma escrita pessoal, não acadêmica, reflexiva, "num clima de blog". Gosta de registrar o próprio processo de trabalho e às vezes quer compartilhar com outras pessoas.
- Começou a escrever criando tutoriais para o uso de *Photoshop*, e com o amadurecimento, passou a temas que considera mais críticos. Escreve sobre incômodos relacionados à profissão.
- Sente que a prática da escrita influencia no seu processo de design porque permite uma racionalização do processo, fornecendo "quase que um olhar externo" do que faz
- Seus principais desafios são encontrar tempo para escrever, encontrar uma audiência no ambiente digital e lidar com as limitações de formato das plataformas de publicação (Instagram)
- Sente que sua formação em design não contribuiu muito para as habilidades de escrita

- Para designers que gostariam de começar a escrever, ele dá os seguintes conselhos: nem tudo precisa ser perfeito de cara e nem tudo que é escrito precisa ser publicado.

3.6 Análise de resultados

Todas as entrevistas estão transcritas individualmente na íntegra (em anexo) e acompanham um quadro resumo no início. Nessa seção, agrupo as informações coletadas separadas por tema, pensando em responder aos objetivos principais definidos para as entrevistas (ver seção 3.2).

3.6.1 Motivos para escrever

As motivações para escrever sobre design mais citadas foram: aprender sobre design, desenvolver uma linha de raciocínio sobre um determinado assunto, compartilhar conhecimento, fomentar a própria visão crítica sobre a área, manter uma prática de pesquisa constante, posicionar-se política e socialmente e registrar processos projetuais.

3.6.2 Motivos para não escrever

As motivações para não escrever sobre design mais citadas foram insegurança, medo de errar, falta de prática, falta de incentivo por parte do mercado, falta de tempo e bloqueio criativo.

Aqui, é interessante notar que enquanto designers que não costumam escrever tem medo de não saber o suficiente ou de escrever algo considerado incorreto, designers com uma prática de escrita estabelecida *não sentem o contrário*. Eles não sentem que tudo o que escrevem está correto, mas que estão aprendendo e explorando teses com o processo de escrita em si. Portanto, o antídoto ao sentimento de insegurança não precisa ser a confiança plena, mas um deslocamento do objetivo: não acertar, mas aprender.

3.6.3 Principais desafios para a prática da escrita

Entre designers que já escrevem, as principais dificuldades citadas foram encontrar tempo para escrever, a escassez de outras referências na área e as limitações de audiência e formato proporcionadas pelo ambiente de publicação digital. Também foram citadas dificuldades relacionadas ao processo de escrita em si, como a edição. Para designers que ainda não escrevem, a falta de incentivo na formação, a falta de tempo e a insegurança.

3.6.4 Sobre a importância da escrita para a prática em Design

Designers que escrevem regularmente citam que a escrita contribui para os processos de pesquisa e aprendizado, além de promover o pensamento crítico autoral. Já designers que não costumam escrever concordam que a escrita é importante para a área, mas citam razões mais orientadas para o mercado, como a comunicação com clientes, elaboração de briefings e propostas; alguns também citaram a importância da escrita para promover e atualizar discussões teóricas sobre design. Outro ponto que merece destaque é que parece haver uma relação entre o processo de escrita e o processo de design: os entrevistados relataram que costumam escrever de forma semelhante à forma que projetam, o que reforça a hipótese de que as práticas podem se influenciar mutuamente.

3.6.5 Sobre o incentivo à escrita na formação em Design

Designers que escrevem e que não escrevem, formados em Design em modelos e épocas diferentes, concordam que a formação em Design não contribui para ou estimula o desenvolvimento de uma prática de escrita.

3.6.6 Sugestões de quem escreve

Designers que escrevem sobre design dão os seguintes conselhos para aqueles que gostariam de começar a escrever: (1) comece devagar, explorando seus pensamentos, e não se preocupe em publicar de imediato; (2) escrever bem acontece a partir da prática, então escrever mais de uma vez é importante; (3) manter notas sobre tudo pode ajudar com repertório; (4) manter uma prática regular de leitura constrói repertório e incentiva a escrita de ideias autorais.

3.6.7 O que poderia encorajar a prática da escrita

Designers que não escrevem citaram que se sentiriam mais encorajados a escrever sobre design se pudessem ter acesso a treinamentos em escrita, mais tempo para escrever, mais contato com leituras sobre design, cobrança ou obrigatoriedade externa e um propósito claro ao escrever.

4. Elaboração do workbook

4.1 Fontes

A elaboração do *workbook* pode ser dividida em duas partes complementares: o conteúdo textual e a forma (projeto gráfico e diagramação).

Para a elaboração do conteúdo textual foram utilizados três tipos de fonte. O primeiro tipo foram as entrevistas com usuários, já previamente documentadas. A partir delas, pude identificar os principais entraves para a prática da escrita por parte de designers e elaborar exercícios com foco em resolvê-los; além de ter reunido diversas recomendações de outros profissionais com uma prática de escrita já estabelecida, que também foram incorporadas ao conteúdo textual. A análise completa das entrevistas pode ser encontrada dividida por eixos temáticos no capítulo 3.

O segundo tipo de fonte foram alguns livros semelhantes ao projeto em desenvolvimento: (a) compostos por exercícios práticos (b) para designers ou outros profissionais criativos. Os títulos escolhidos foram *Aprender de coração* (2023), de Corita Kent; *Exercices d'observation* (2022), de Nicolas Nova; e *Graphic Design Play Book* (2019), de Aurélien Farina e Sophie Cure. O objetivo ao analisar essas publicações foi identificar a natureza e a linguagem

predominante nos exercícios. Entre outros detalhes, pude observar que os exercícios são escritos na voz verbal imperativa e as instruções são curtas, com aproximadamente 150 palavras, e são acompanhados de comentários que justificam sua relevância. Esses parâmetros foram levados em consideração na elaboração dos exercícios de escrita.

O terceiro tipo de fonte foi a minha experiência pessoal com a escrita enquanto estudante e praticante de Design. Qualquer guia de escrita (e mesmo outros tipos de publicação) é atravessado pela subjetividade do autor. *Como escrever bem*, publicado em 1976 por William Zinsser, é considerado um dos melhores e mais completos guias sobre escrita de não ficção¹. Apesar da linguagem objetiva, é possível identificar diversos pontos no livro em que a vida e o contexto pessoal de Zinsser transparecem. Em duas passagens ele desencoraja o uso de palavras derivadas do latim, considerando-as "mais complicadas" do que as de origem anglo-saxônica (ZINSSER, 2001, p. 167; p. 240); isso acontece porque Zinsser escreve em inglês, e esse elemento de sua biografia molda sua percepção sobre a língua de forma diferente de um falante nativo de português, por exemplo. Ele também utiliza narrativas pessoais para introduzir suas instruções sobre escrita, como na abertura do capítulo 11: "Em

¹ Considerado pelo *The New York Times* "a bíblia de uma geração de escritores à procura de dicas para uma prosa límpida e atrativa".

um fim de semana, há alguns anos, fui a Buffalo para falar em uma conferência de escritores organizada por um grupo de escritoras daquela cidade" (Zinsser, 2001, p. 95). Da mesma forma, *Inspiring Writing in Art and Design – Taking a Line for a Write* (2009) de Pat Francis e *Writing For the Design Mind* (2019) de Natalia Ilyin tem sua estrutura e linguagem marcadas pela prática pedagógica das duas autoras, que atuam como professoras de design e têm como objetivo principal instruir seus alunos a respeito da prática escrita. A partir dessas constatações, é mais prudente e transparente admitir que minha subjetividade e meus valores em relação à escrita, ao Design e à educação serão incorporados ao meu *workbook* do que tentar ignorá-los.

Apresento uma tabela a seguir, para facilitar o entendimento a respeito da contribuição de cada fonte para o conteúdo final do *workbook*.

Conteúdo do workbook [na íntegra]	Fontes/Referências
1 Por que designers devem escrever? PODER DA PALAVRAS	Revisão bibliográfica ILYIN, N. <i>Writing for the design</i>

<p><i>“Se você consegue escrever exatamente o que quer dizer, terá vantagem sobre aqueles que não conseguem. Escrever bem significa que você sabe como estruturar seus pensamentos, escolher suas palavras e levar as pessoas consigo para suas ideias.”</i></p> <p>Natalia Ilyin</p>	<p>mind. London; New York: Bloomsbury Visual Arts, Bloomsbury Publishing Plc, 2019.</p>
<p>Escrever é uma forma de se posicionar no mundo, refletir sobre a própria prática e compartilhar conhecimento e ideias. Diálogo é uma via de mão dupla. Se desejamos resgatar a coletividade no campo do Design, devemos ouvir e ler, mas também precisamos encontrar nossa própria voz e participar da conversa.</p>	<p>Entrevistas com Tereza Bettinardi, Guilherme Vieira e Cadu Carvalho</p>
<p>APRENDER & SEDIMENTAR O CONHECIMENTO</p> <p>Quando escrevemos sobre um determinado assunto, estamos nos valendo de três formas de assimilação do conhecimento: ativa (através da mão que escreve), icônica (ao representar nossas ideias</p>	<p>Revisão bibliográfica</p> <p>EMIG, J. Writing as a Mode of</p>

<p>através do alfabeto), e simbólica (porque é necessário decodificar as ideias em símbolos gráficos, as palavras).</p> <p>ESCREVER = PENSAR</p> <p>A escrita é uma poderosa prática reflexiva. Quando escrevemos, as palavras que ficam gravadas no papel podem ser reescaneadas imediatamente por nossos olhos. Podemos editar e revisar as ideias em tempo real – e o mesmo não acontece quando estamos apenas pensando ou falando.</p> <p>Além disso, a escrita é uma forma de elaboração do pensamento, porque nos leva a entender como os elementos e ideias sobre os quais estamos escrevendo se relacionam.</p> <p><i>“O meio da linguagem verbal escrita requer o estabelecimento de conexões e relacionamentos sistemáticos. A escrita clara, por definição, é aquela escrita que sinaliza sem ambiguidade a natureza das relações conceituais, sejam elas coordenadas,</i></p>	<p>Learning. College Composition and Communication, v. 28, n. 2, p. 122, maio 1977.</p> <p>Entrevistas com Cadu Carvalho e Rafael Frota</p>
---	---

<p><i>subordinadas, superordenadas, causais ou outras."</i></p> <p>Janet Emig</p>	
<p>2 Escrever pode ser visual</p> <p>Não há qualquer motivo plausível para acreditar que a afinidade com um pensamento ou expressão mais alinhado ao campo visual seja incompatível ou oposta à afinidade com o verbal.</p> <p>No entanto, saiba que se você se sente mais confortável ao se expressar visualmente, a escrita ainda permite fazê-lo. Você não precisa escrever linha por linha da forma em linha reta - você pode organizar palavras que quiser. Além disso, pode usar analogias e metáforas (elas se chamam FIGURAS de linguagem por um motivo :), esboçar e rabiscar seu texto.</p>	<p>Revisão bibliográfica</p> <p>FRANCIS, P. Inspiring Writing in Art and Design Education : Taking a Line for a Write. Bristol: Intellect Books Ltd, 2009.</p> <p>Entrevistas com Rafael Bessa</p>

<p>Escrita livre deve ser LIVRE.</p>	
<p>3 O texto é um projeto</p> <p>"Verbalizar design é outro ato de design" Kenya Hara</p> <p>Se você não faz ideia de como começar um texto, pense um pouco sobre como você inicia um projeto de Design. Que informações você busca? Como você se inspira? Que ferramentas e métodos você gosta de usar?</p> <p>Conversei com designers que escrevem e a maioria relatou que seu processo preferido de design costuma ser também seu processo preferido de escrita. Alguns são mais organizados e gostam de seguir esquemas como o Duplo Diamante (descobrir, definir, desenvolver e entregar); outros gostam de se sentir mais livres e "despejam" tudo o que tem em mente num documento em branco e depois organizam, editam e adaptam.</p> <p>Escreva como você projeta - crie suas próprias ferramentas ou aproveite as que existem.</p>	<p>Revisão bibliográfica</p> <p>HARA, K. Designing design. Baden, Suíça: Lars Müller, 2017.</p> <p>Entrevistas com Flavia Zimbardi, Giovanni Castelucci e Rafael Frota</p>

<p>Antes de escrever, experimente estabelecer relações espaciais entre as suas ideias através de esquemas e diagramas.</p> <p style="text-align: center;">Hands on! #1</p> <p>Identifique e descreva seu processo de design. Você pode tentar fazer isso a partir da sua memória ou esperar o seu próximo projeto para registrar cada etapa de maneira mais detalhada. Inclua na sua descrição também as etapas pré-projeto (como organizar seu espaço de trabalho) e pós-projeto (se você comemora ou compartilha o resultado, por exemplo).</p>	
<p>4 Escrever é Pensar</p> <p>"Escrever" é muito mais do que o tempo que se passa sentado escrevendo. Se escrever é uma forma de pensar, então outras atividades são parte do trabalho, como arrumar sua mesa e ir ao cinema. Você pode começar a escrever a qualquer momento, porque os textos nascem a partir das ideias. Se o último filme que você viu te levou a uma reflexão, metade do caminho já foi - agora só falta tirar as ideias da cabeça e colocá-las no papel.</p>	<p>Revisão bibliográfica</p> <p>KENT, C.</p> <p>Aprender de Coração.</p> <p>Tradução: Lívia de Azevedo Lima.</p> <p>São Paulo: Clube</p>

<p>Até mesmo não conseguir escrever é parte do trabalho.</p> <p>Sentar-se com o próprio desconforto de não saber por onde começar é parte do trabalho.</p> <p>É por isso que <u>ler</u> e <u>registrar</u> (pensamentos, processos, experiências) é tão útil: te ajuda a conectar coisas, elaborar pensamentos. Talvez você não comece a escrever imediatamente após ter uma ideia ou fazer uma associação. Por isso, guarde-as para o futuro.</p> <p style="text-align: center;">Hands on! #2</p> <p>Saia para passear e registre a experiência em palavras. Aonde você foi e o que você viu? Que tipos de pensamento teve? Presenciou algo extraordinário ou inesperado? Faça dois relatos sobre o mesmo passeio: um mais curto, com ~50 palavras, e outro mais detalhado, com ~250 palavras.</p>	<p>do Livro do Design, 2023.</p> <p>Experiência pessoal/exercício autoral</p>
<p>5 Abra espaço na sua vida para escrever</p> <p>Escrever sobre Design pode te recompensar de muitas formas, mas não financeiramente. No capitalismo tardio, não há interesse em remunerar o</p>	<p>Entrevistas com Tereza Bettinardi e Guilherme Vieira</p>

<p>pensamento que não esteja diretamente ligado ao lucro. Enfrentando cargas de trabalho cada vez mais longas e remunerações que não acompanham, é compreensível que muitos designers sintam que não têm tempo para escrever.</p> <p>Uma vez consciente de que o sistema econômico não está a nosso favor, se a vontade de escrever persiste, é preciso abrir espaço na sua vida para escrever. Escrever leva tempo, mas se ficar esperando surgir um tempo livre, você vai acabar nunca escrevendo.</p> <p>Seja diminuindo o tempo nas redes sociais, trocando um dia de treino por uma sessão de escrita ou acordando uma hora mais cedo no domingo, separe um bloco de tempo na sua agenda para escrever. Quando chegar o dia marcado, cumpra seu compromisso consigo mesmo.</p> <p>Dica de leitura: Manual de Sobrevivência na Escrita, de Ana Rusche e George Amaral</p>		<p>dialetos marginalizados. Empregar o inglês padrão é uma espécie de chancela ao falar em ambientes acadêmicos; mas sua utilização sufoca outras formas de se expressar que podem ser mais intuitivas.</p> <p>A linguagem acadêmica normativa não é, para a maioria das pessoas, a forma primária ou preferida de expressão. Dessa forma, ainda que em sua prática de design individual elas formulem opiniões, hipóteses e teorias, há a crença de que seu pensamento não é suficientemente refinado e técnico para que seja transcrito para o papel e publicado academicamente. E talvez realmente não seja adequado à academia – o que não quer dizer que não tem validade enquanto produção de conhecimento.</p> <p>Por isso, esqueça a linguagem acadêmica por enquanto. É mais proveitoso explorar outros gêneros textuais, como diários e ensaios. Embora a escrita acadêmica tenha seu valor (sobretudo na confiabilidade e verificabilidade das informações), ela não é a forma mais intuitiva para a expressão e elaboração do pensamento.</p>	<p>HOOKS, b. Ensinando a transgredir: a educação como prática da liberdade. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2017.</p> <p>KOCHHANN, A. A produção acadêmica e a construção do conhecimento científico: concepções, sentidos e construções. Goiânia: Editora Kelps, 2021.</p> <p>Entrevistas com Nathalia Moreira e Natan Prima</p>
<p>6 Linguagem</p> <p>No ensaio <i>A língua</i>, bell hooks discute a dicotomia entre o inglês padrão do ambiente acadêmico e os</p>	<p>Revisão bibliográfica</p>		

<p>Pat Francis sugere a prática da escrita por estudantes de Artes e Design através do Diário Reflexivo de Aprendizado. Essa é uma prática pessoal de escrita e, embora o que se escreve possa ser publicado eventualmente, o objetivo principal é promover a reflexão pela organização de pensamentos soltos, seja durante a prática de design ou depois dela em forma de avaliação do processo.</p> <p>A principal vantagem dessa prática é que ela não compartilha com a escrita acadêmica a pressão formal e nem as exigências técnicas. Ela é mais convidativa para escritores iniciantes, já que gramática e estrutura são menos importantes do que o conteúdo. No entanto, à medida que o diário progride, devem surgir melhorias.</p>	<p>Revisão bibliográfica</p> <p>FRANCIS, P. Inspiring Writing in Art and Design Education : Taking a Line for a Write. Bristol: Intellect Books Ltd, 2009.</p> <p>Experiência pessoal/exercício autoral</p>
<p>Uma vez mais confiante com a escrita, outro gênero interessante a ser explorado é o ensaio, um gênero que podemos descrever como "argumentativo com alguma licença poética". Sem o compromisso de chegar a uma verdade absoluta, ele possui uma afinidade com o efêmero que o aproxima da estrutura do pensamento humano, tornando o</p>	<p>Revisão bibliográfica</p> <p>ADORNO, T. W. O ensaio como forma. In: Notas de literatura I.</p>

<p>processo de escrita mais intuitivo, sem que isso se oponha ao aprofundamento das ideias.</p> <p><i>"Escreve ensaisticamente quem compõe experimentando; quem vira e revira o seu objeto, quem o questiona e o apalpa, quem o prova e o submete à reflexão; quem o ataca de diversos lados e reúne no olhar de seu espírito aquilo que vê, pondo em palavras o que o objeto permite vislumbrar sob as condições geradas pelo ato de escrever."</i> (Bense <i>apud</i> Adorno, 2003, p. 35)</p>	<p>São Paulo: Editora 34, 2003.</p> <p>GATTI, L. Como escrever? Ensaio e experiência a partir de Adorno. v. 23, n. 35, p. 169–196, 1 dez. 2014.</p> <p>Experiência pessoal/exercício autoral</p>
<p>7 Aquecimento</p> <p>Todos os designers com quem conversei e que tinham uma prática recorrente de escrita fizeram a mesma recomendação para aqueles que querem começar: Apenas escreva. Não se preocupe em acertar de primeira, mas saiba que a única forma de melhorar é praticando. Você vai precisar aprender a trabalhar a sua matéria prima, as ideias - como um ourives trabalha o ouro. É uma técnica.</p>	<p>Entrevistas com Cadu Carvalho, Guilherme Vieira, Giovanni Castelucci, Flavia Zimbardi, Rafael Bessa</p> <p>Experiência pessoal/exercício autoral</p>

<p style="text-align: center;">Hands on! #3</p> <p>Ideias práticas para começar a escrever - tente ficar entre 50 e 150 palavras</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Escolha um objeto e descreva-o. Pode ser um livro, uma caneca ou qualquer outra coisa. Atente-se aos detalhes! 2. Resuma um texto sobre design que você gostou de ler, identificando a mensagem principal do autor. 3. Explique um conceito de design com suas próprias palavras. Algumas dicas: Tipografia, Hierarquia visual ou Modularidade. 4. Pesquise e conte com suas palavras a história de algum objeto de design. Algumas dicas: luminária Anglepoise, fonte Garamond ou caneta Bic. 5. Conte um pouco sobre um projeto autoral de design. Pense sobre seu interlocutor: você contaria para a sua mãe e para um professor de design usando as mesmas palavras? 	
<p>6 Sua mensagem</p> <p>Escrever é muito mais fácil quando você sabe onde está tentando chegar. Encontre seu ponto - aquilo</p>	<p>Experiência pessoal/exercício autoral</p>

<p>que você quer dizer. Se você não tem nada a dizer, espere mais um pouco até ter.</p> <p>Se você está se perguntando "Mas que sou eu para escrever sobre design?", esse é um ótimo ponto de partida: quem são as pessoas que escrevem sobre design, e por que você sente que não pertence a esse grupo?</p> <p>Não se preocupe em escrever algo novo ou que ninguém nunca escreveu.</p> <p>William Morris escreveu "O livro ideal" em 1893, e essa publicação não impediu Jan van Toorn de escrever os ensaios que compõem "A forma do livro" ao longo do século XX e nem Ellen Lupton de publicar "Pensar com Tipos" em 2006. As três são obras respeitadas sobre um mesmo tema, moldadas pelo contexto sociocultural e estilo de cada autor.</p>	
<p style="text-align: center;">Hands on! #4</p> <p>Antes de partir para o texto em si, escreva um resumo do seu texto. Tente trilhar um caminho: a partir do ponto A quero chegar no ponto B, e há diversos caminhos (argumentos) possíveis, mas você deve escolher os seus.</p>	

<p>7 Rinha de Designers</p> <p>O mundo já foi um lugar mais animado - designers costumavam brigar publicamente.</p> <p>Em 1972, Wim Crouwel e Jan van Toorn protagonizaram um debate público no museu Fodor, na Holanda. Crouwel defendia uma abordagem "objetiva" e ""neutra"" no Design, enquanto van Toorn acreditava que o valor do trabalho estava justamente na subjetividade do designer. Não é tão importante qual dos dois levou a melhor - é incrível que eles se dispuseram a discutir para uma plateia, difundindo o debate e incentivando o pensamento.</p> <p>Na década de 1980, Edward Tufte criticava duramente o trabalho de Nigel Holmes. Ambos atuavam na visualização de dados e tinham estilos radicalmente diferentes: Tufte chamava a ornamentação dos gráficos de Holmes de "LIXO", com todas as letras. E o que mudou? Nada. Há quem goste de um, há quem goste de outro, mas ninguém morreu por isso.</p> <p>Discordar é bom e saudável, e demonstra que as pessoas estão prestando atenção no que é dito. A</p>	<p>Entrevistas com Rafael Bessa</p> <p>Experiência pessoal/exercício autoral</p>
--	--

<p>discordância é inerente ao pensamento - e isso não quer dizer hostilidade e intimidação. O Design enquanto disciplina pode se beneficiar muito da exposição de pontos de vista plurais, se conseguirmos deixar de lado o medo de conflito ou de desagradar uma audiência imaginária.</p> <p>Discorde de qualquer um. De um colega de trabalho que está no mesmo nível hierárquico que você, mas também de alguns professores, de alguns teóricos clássicos.</p> <p>Certo e errado são conceitos tão rasos.</p> <p>Aprenda, absorva, mas ouse criticar e convide mais pessoas para o debate.</p> <p style="text-align: center;">Hands on! #5</p> <p style="text-align: center;">Escreva sobre algo que você ama, mas também sobre algo que você odeia. Você pode comparar as duas coisas ou não. Não se preocupe com a forma, apenas expresse seus sentimentos de forma genuína. Tente alcançar a marca de 300 palavras.</p>	
<p>8 Limites</p>	<p>Revisão bibliográfica</p>

"Para não hesitar tentando fazer tudo - ou se perguntando o que fazer -, o ideal é que você aprenda a construir sua própria estrutura ou limites. Toda boa estrutura, como os andaimes, pode ser desmontada depois que o prédio é construído. Os andaimes serão remontados em formatos diferentes para um outro edifício. Desse modo, você está sempre criando novas estruturas."

Corita Kent

Os limites são a estrutura de qualquer trabalho. No caso de um texto, o primeiro limite a se estabelecer é o tema ou a mensagem principal.

O segundo é o público - você precisa saber quais referências intelectuais essas pessoas compartilham para adequar a sua linguagem. Você quer escrever sobre design para outros designers? Para universitários? Autodidatas? Para leigos?

Depois, estabeleça um limite de palavras. Esse é um limite que pode ser ajustado, mas é muito importante. Sem uma meta de palavras a alcançar, algumas pessoas ficam intimidadas e não desenvolvem seus argumentos o suficiente. Ao mesmo tempo, sem saber quando parar, é possível

KENT, C.

Aprender de
Coração.

Tradução: Lívia
de Azevedo Lima.
São Paulo: Clube
do Livro do
Design, 2023.

Entrevistas
com Giovanni
Castelucci

Experiência
pessoal/exercíci
o autoral

que você torne o texto prolixo e procrastine o término do trabalho, pensando que sempre pode acrescentar alguma coisa.

Para referência: uma página preenchida em Times New Roman, 12pt com espaçamento 1,5 e margens padrão tem cerca de 370 palavras.

Outro limite bastante útil é o limite de tempo. Estipule um prazo final para ter seu texto finalizado. Mesmo com o limite de palavras, é fácil cair na armadilha de ficar editando o texto pra sempre, sem conseguir finalizar. Você já deve ter passado por isso em algum projeto de design. Monte um cronograma: estipule prazos para pesquisa, escrita, edição, diagramação, etc. Se precisar, invente datas e descubra pelo caminho se elas funcionam pra você.

Hands on! #6

Antes de começar a escrever, responda a essas perguntas:

1. Qual é sua mensagem principal?
2. Com quem você quer falar?
3. O quanto longo vai ser o seu texto?
4. Quando você vai finalizar o seu texto?

<p>9 Pesquisa</p> <p>Existem dois tipos de pesquisa: uma é específica para um tema, como no Hands on #3; outra é menos formal e acontece o tempo todo.</p> <p>Trabalhe para criar um hábito de leitura sobre os temas que são interessantes pra você. Pode ser ler um livro por mês, um artigo de blog por semana ou uma notícia por dia - o que importa é que seja constante, que faça parte da sua rotina de trabalho. Dessa forma você sempre estará em contato com algum tipo de conhecimento, e vai ser muito menos difícil encontrar material quando precisar fazer uma pesquisa específica.</p> <p>Não recomendo confiar na sua memória. Tome notas do que acha mais relevante, ou escreva pequenos resumos sobre os livros que leu - isso pode encurtar seu caminho de volta para as suas fontes quando precisar delas.</p> <p>Fale com outras pessoas. Mande e-mails para especialistas e peça para que respondam suas perguntas. Escute o que seus colegas têm a dizer. Busque respostas na internet, em livros ou em</p>	<p>Revisão bibliográfica</p> <p>KENT, C. Aprender de Coração. Tradução: Lívia de Azevedo Lima. São Paulo: Clube do Livro do Design, 2023.</p> <p>Entrevistas com Giovanni Castelucci, Flavia Zimbardi, Tereza Bettinardi</p> <p>Experiência pessoal/exercício autoral</p>
---	---

<p>conversas cotidianas: o mais importante é sair da sua própria mente.</p>	
<p>Hands on! #7</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Faça uma lista dos assuntos que você precisa compreender para fazer valer o seu ponto. Se você quer falar sobre machismo na tipografia, precisa saber o mínimo sobre machismo e o mínimo sobre tipografia. 2. Seja curioso e faça perguntas sobre um tema até que ele se esgote ou você se canse. Aqui vai um exemplo, partindo de um objeto banal, uma caneta Bic. <ol style="list-style-type: none"> a. Quem a inventou? Para a Bic, foi Marcel Bich. Ele foi o primeiro a pensar numa caneta esferográfica? Não, ele licenciou uma patente de László Biró, jornalista frustrado com canetas tinteiro. Biró, por sua vez, trabalhou a partir da <i>ballpoint</i> inventada por John J. Loud. E por que a caneta de Bich se popularizou e a de seus antecessores não? Porque era barata. Por que era barata? Era feita de plástico, em massa, comprada e recomprada 	<p>Experiência pessoal/exercício autoral</p>

<p>várias vezes pelas mesmas pessoas. Por que? Porque depois da Segunda Guerra Mundial, no apogeu do o modelo fordista de maximização do lucro, cada produto descartado era uma oportunidade de produzir e vender um novo produto - logo, era interesse da indústria que as canetas fossem descartadas e não recarregadas.</p> <p>b. Essa narrativa foi resumida e simplificada, mas veja em quantos fatores podemos chegar apenas fazendo a pergunta "Por quê?".</p> <p>3. Encontre um especialista sobre o tema que você está escrevendo e faça uma pergunta para ele. Você pode perguntar pessoalmente em um evento, mandar um e-mail ou pedir para marcar uma reunião em vídeo. Não se intimide pela especialidade dos outros, inspire-se e ajude a compartilhar o conhecimento - sempre com os devidos créditos, é claro.</p>	
<p>Hands on! #8 AGORA, ESCREVA.</p>	<p>Entrevistas</p>

<p>Você já sabe o que quer dizer e pra quem; quanto tempo deve levar e quantas páginas gostaria de escrever. Fez sua pesquisa. Não há mais nada a fazer, exceto escrever.</p>	<p>com Cadu Carvalho, Guilherme Vieira, Giovanni Castelucci, Flavia Zimbardi, Rafael Bessa</p> <p>Experiência pessoal/exercício autoral</p>
<p>10 Edição</p> <p>Escrever um texto é só o começo: a mágica está na edição. O primeiro passo para editar um texto é parar de escrevê-lo. Encerre sua sessão de escrita e vá fazer outra coisa. Siga seu dia. À noite, durma. Só volte ao seu texto no dia seguinte.</p> <p>Então leia o seu trabalho. Tome notas se quiser, mas não edite ainda. Tenha um pouco de calma. Leia uma vez e depois outra, em voz alta. Suas palavras soam bem?</p>	<p>Entrevistas com Giovanni Castelucci, Maicon Moura, Raquel Leal</p> <p>Experiência pessoal/exercício autoral</p>

Faça os ajustes que sentir vontade de fazer, mas tenha um prazo para finalizar a edição. Aproveite esse momento para checar citações e informações. Eu gosto de tentar encontrar a mesma informação em duas ou mais fontes diferentes (que não se referenciem entre si, claro), só pra ter certeza.

Busque feedback apropriado. Peça para alguém de confiança ler o seu texto e compartilhar suas impressões. Pode ser um amigo, um professor ou até mais de uma pessoa. Você pode pedir uma ajuda mais específica (um professor de história do Design pode avaliar a força dos seus argumentos) ou mais geral (se sua irmã gosta de ler, ela vai saber dizer a leitura está agradável, mesmo que não saiba muito sobre design).

Hands on! #9

1. Leia o seu texto em voz alta e tome notas sobre as melhorias que podem ser feitas.
Quando vocalizamos o que escrevemos, saímos um pouco da nossa própria mente.
Fica mais fácil identificar construções confusas ou argumentos fracos.
2. Mostre seu texto para duas pessoas diferentes e considere os comentários delas.
Seja humilde, mas lembre-se que você não

precisa ajustar tudo o que elas apontarem - decidir quais críticas fazem sentido faz parte de escrever.

11 Publicar

Escrever para si mesmo já traz muitos benefícios. Você não precisa se preocupar tanto com a forma do texto, mas com o tempo e a prática a tendência é o progresso.

Se te interessa publicar o que você escreveu, há muitos caminhos para isso. Eu sou uma entusiasta da autopublicação - eu escrevi, imprimi e distribui os exemplares de Glifo por Glifo de forma independente. Eu montei cada página e paguei pela impressão delas. Mas antes disso, passei dois anos publicando na internet de forma gratuita e muito mais simples através de uma newsletter. Basta uma pesquisa simples sobre blogs ou newsletters para encontrar plataformas fáceis de usar e gratuitas.

Encontrar uma audiência pode ser desafiador. Compartilhe o que se sentir confortável com amigos, colegas de classe e de trabalho e continue escrevendo.

Entrevistas com Guilherme Vieira e Rafael Frota
Experiência pessoal/exercício autoral

<p>Outra opção é procurar veículos colaborativos, como o UX Collective ou a Revista Recorte. Nesse tipo de ambiente, o texto precisa ser mais trabalhado, mas as principais vantagens são contar com uma edição externa e uma audiência previamente construída.</p>	
<p>12 Siga em frente</p> <p>Escrever <u>um</u> texto - o primeiro - já é muita coisa. Mas a diversão está em continuar escrevendo.</p> <p>Nunca pare. Quando acabar um texto, comece outro. Revise o que escreveu depois de um dia e novamente depois de um ano. Discorde de si mesmo. Reescreva.</p> <p>O trabalho nunca acaba. E nem os frutos. ;)</p>	<p>Experiência pessoal/exercício autoral</p>

4.2 Projeto Gráfico

4.2.1 Mídia escolhida

Desde o início da faculdade me interessei por impressos – acredito que isso tem origem na minha primeira graduação, jornalismo. Ao longo do curso de Design desenvolvi diversos projetos pessoais em design gráfico e impressão, como zines e um projeto editorial de

livro completo. Nesses projetos fui responsável por todas as etapas de criação: diagramação, compra de insumos como papel e tinta, impressão (em uma impressora doméstica, digital), montagem e confecção (costura, grampeamento, etc) dos impressos e distribuição e venda dos exemplares.

A partir dessa afinidade, nutri o interesse em não apenas escrever um *workbook* de escrita, mas também de diagramar, imprimir e confeccionar o projeto completo. Me pareceu mais interessante trabalhar com alguma técnica de impressão com a qual ainda não havia trabalhado, como uma forma de expandir meu conhecimento e portfólio; o Trabalho de Conclusão de Curso não precisa ser um resumo dos conhecimentos adquiridos ao longo da graduação, mas pode ser parte do processo de aprendizado.

Além do desejo pessoal de entrar em contato com uma nova forma de fazer, também considerei quais meios de produção estavam disponíveis para o meu trabalho. Surgiu a ideia de desenvolver o livreto na oficina gráfica da Esdi, que abriga uma coleção de tipos móveis metálicos e prensas tipográficas que, apesar de subutilizados e bastante empoeirados, estão em perfeitas condições de uso. No entanto, devido a ausência de um técnico ou professor com disponibilidade de tempo para me ensinar a técnica da tipografia tradicional, precisei pensar em alternativas.

A preferência por processos de impressão manuais pode parecer anacrônica ou puramente estilística; mas há argumentos intelectuais em seu favor. O Design enquanto disciplina frequentemente se apresenta como uma dicotomia entre o projetar e o fazer: o designer projeta, e as máquinas ou os trabalhadores não-intelectuais realizam. Essa separação me incomoda, não só pelo seu caráter elitista, mas também pela desvalorização do fazer manual. Em *A Lasting Impression: The Value of Connecting with Letterpress*, David Meaney oferece um panorama sobre a contribuição dos processos manuais para o ofício do designer:

"A impressão tipográfica, com seu processo básico, oferece a oportunidade de se envolver completamente com o trabalho e contribuir em todas as etapas da produção. Embora produzir o próprio trabalho manualmente possa ser mais demorado, permite ao designer criar uma conexão mais valiosa com o que está criando e desfrutar do processo. (...) Comparado ao ritmo acelerado do design digital, o trabalho de tipografia 'lenta' permite ao designer tomar decisões mais deliberadas. (...) O uso da impressão tipográfica nas instituições de design pode proporcionar aos estudantes uma melhor compreensão dos princípios da tipografia e composição, bem como das origens da

tipografia e da impressão, o que, em última análise, leva a uma educação mais completa." (Meaney, p. 10, 2015)

Apesar disso, a tipografia tradicional não era uma opção tecnicamente viável. Então em outubro surgiu a oportunidade de participar da oficina "Cartazes tipográficos risográficos analógicos gigantes", na Risotrip, ministrada por Daniel Bicho e Peu Lima. A proposta era montar uma matriz, feita a partir de técnicas analógicas como letraset, carimbos, caligrafia e recortes, e depois imprimir a peça em risografia.

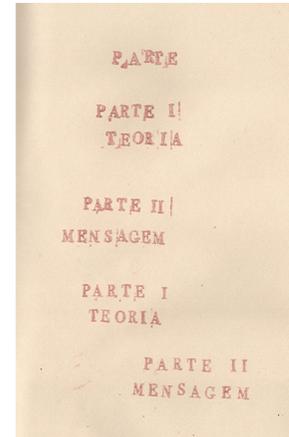
4.2.2 Processo

Durante a oficina, ao trabalhar com esses materiais e técnicas, me senti verdadeiramente conectada ao fazer do design do meu cartaz. Isso me inspirou a fazer o mesmo no projeto gráfico do *workbook*. Dessa forma, eu confeccionei alguns layouts em letraset, carimbos, caligrafia e colagem, tudo manualmente; depois escaneei as peças e juntei a um layout diagramado de forma digital no Adobe Illustrator.



hands ON *1

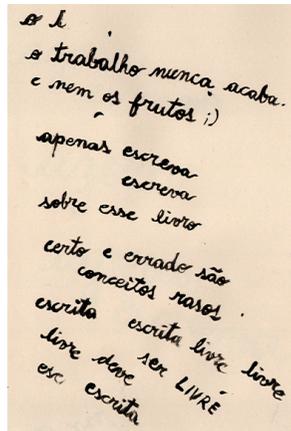
Identifique e descreva seu processo de design. Você pode tentar fazer isso a partir da sua memória ou esperar o seu próximo projeto para registrar cada etapa de maneira mais detalhada. Inclua na sua descrição também as etapas pré-projeto (como organizar seu espaço de trabalho) e pós-projeto (se você comemora ou compartilha o resultado, por exemplo).



PARTE I
TEORIA

Figura 2: Colagens utilizadas no projeto gráfico do livreto. Matriz (esquerda) e aplicação no layout final (direita).

Figura 4: Carimbos utilizados no projeto gráfico do livreto. Matriz (esquerda) e aplicação no layout final (direita).



sobre esse livro

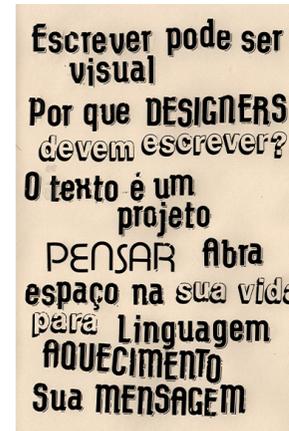
"O principal objetivo da tecnologia é agora substituir a inteligência pela inteligência artificial. Para os designers, é hora de escolher entre a indulgência subserviente e a luta crítica."

Francisco Laranjo

Por que esse livro existe?

Estamos presenciando uma aceleração dos processos produtivos e criativos que nosso cérebro não acompanha. Trabalhar com mais automação e rapidez parece um futuro atraente; mas se o tempo está cada vez mais escasso, quando é que vamos parar pra pensar sobre o que estamos fazendo?

Pensar é resistir, e pensar leva tempo. Desacelerar é essencial para praticar Design de forma crítica.



Por que DESIGNERS
devem escrever?

PODER DAS PALAVRAS

"Se você consegue escrever exatamente o que quer dizer, terá vantagem sobre aqueles que não conseguem. Escrever bem significa que você sabe como estruturar seus pensamentos, escolher suas palavras e levar as pessoas consigo para suas ideias."

Natalia Ilyin

Escrever é uma forma de se posicionar no mundo. refletir

Figura 3: Caligrafia utilizada no projeto gráfico do livreto. Matriz (esquerda) e aplicação no layout final (direita).

Figura 5: Letraset utilizado no projeto gráfico do livreto. Matriz (esquerda) e aplicação no layout final (direita).

Com o esqueleto do layout pronto, passei o projeto para minha colega e amiga Maria Mercante, responsável por ilustrar o livreto. Ela desenvolveu quatro ilustrações grandes, de página inteira, e cinco ilustrações menores e mais simples, para aplicar em páginas com texto. A artista optou por desenvolver as imagens a partir do tema “cavaleiro medieval”, remetendo à ideia de que escrever é uma *quest*, uma desafiadora missão a ser cumprida pelo designer. Ela misturou técnicas digitais e analógicas para trazer diferentes texturas e reforçar o caráter analógico que outros elementos do projeto gráfico (títulos e frases em destaque) trazem.

4.2.3 Resultados

Uma vez finalizado, o livreto foi impresso em risografia pela Risotrip nas cores Rosa flúor, Sea Foam e Flat Gold. A tiragem foi de 100 livretos em tamanho A5 e 100 prints tamanho em A4, oferecidos como brindes na pré-venda.



Figura 6: Ilustrações para o livreto. Maria Mercante.



Figura 7: Capa e contracapa. Da autora.



Figura 9: Detalhe: capa. Da autora.



Figura 8: Detalhe: assinatura. Da autora.

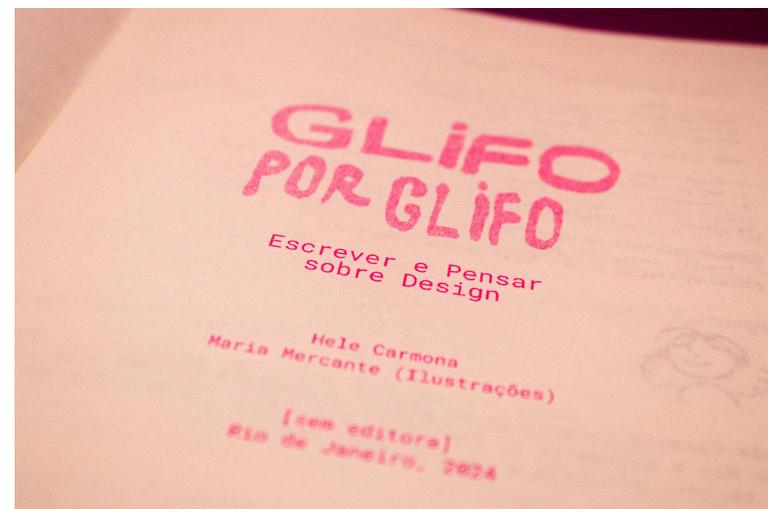


Figura 10: Detalhe: folha de rosto. Da autora.

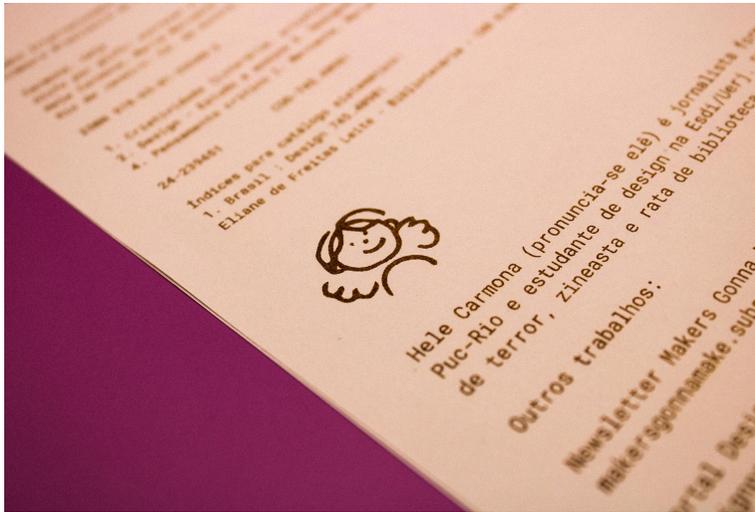


Figura 11: Detalhe: ficha catalográfica. Da autora.



Figura 13: Detalhe: ilustração. Da autora.

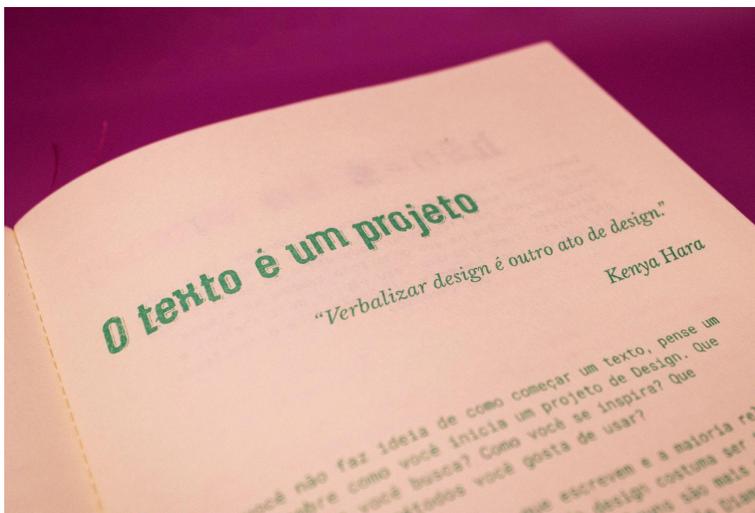


Figura 12: Detalhe. Da autora.



Figura 14: Spread de páginas. Da autora.



Figura 15: Poster e capa. Da autora.

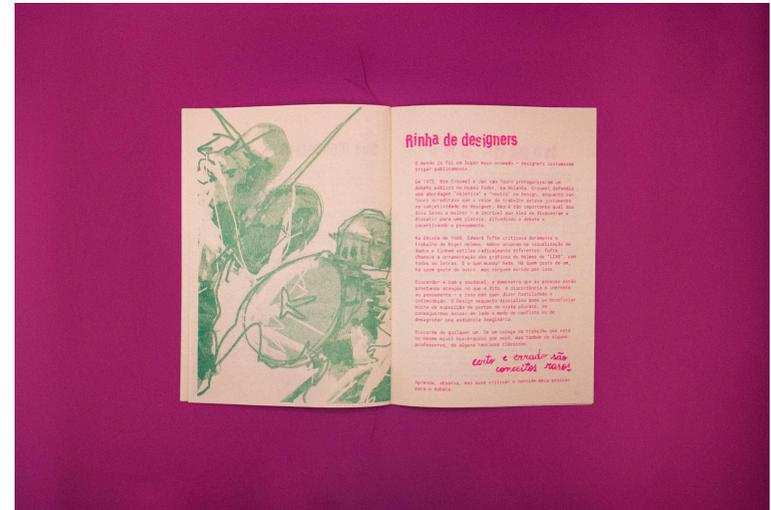


Figura 17: Spread de páginas. Da autora.

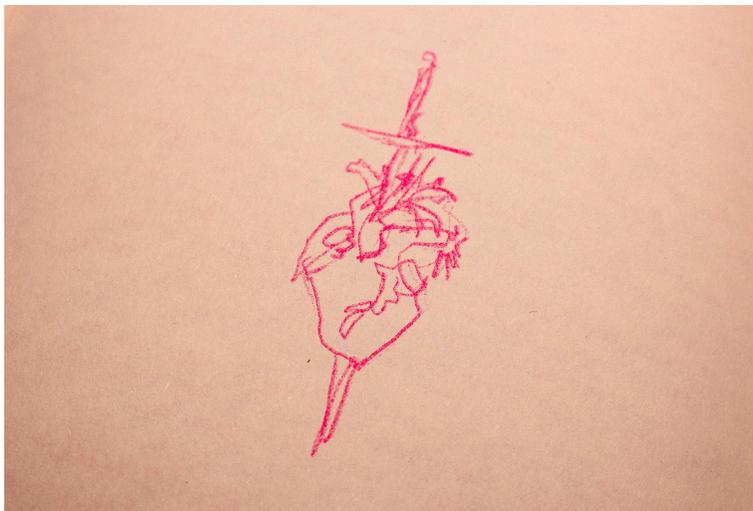


Figura 16: Detalhe: ilustração. Da autora.



Figura 18: Vários livros. Da autora.

5. Financiamento e distribuição

5.1 Financiamento coletivo

O produto final deste trabalho só é útil e relevante se for devidamente distribuído entre designers, estudantes e outros criativos, de forma que possa contribuir para aumentar ou tornar mais confortável a prática da escrita. Sendo assim, além da idealização do conteúdo e do projeto gráfico, foi necessário pensar em formas de financiamento e distribuição do livro. Escolhi o modelo *crowdfunding*, ou financiamento coletivo, definido por Valiati e Tietzmann como:

(...) financiamento pela multidão (crowd), em que, através de doações via internet, é possível que se atinja o montante necessário para realizar um projeto - que pode ser desde a gravação de um CD até o financiamento de campanhas políticas, passando pela realização de trabalhos fotográficos, reportagens, livros, exposições, shows e uma infinidade de outras criações. (Valiati, Tietzmann, 2012, p. 2)

Eu decidi fazer um financiamento na modalidade flexível, na qual o proprietário da campanha se compromete em arcar com a parcela do orçamento que não for atingida durante o período de arrecadação, para garantir que as recompensas da campanha -

nesse caso, os livros - sejam entregues àqueles que contribuíram. É possível criar uma espécie de pré-venda através de uma campanha como essa, oferecendo os exemplares finais como recompensa para apoiadores a partir de uma determinada faixa monetária.

Em relação à logística, plataformas de financiamento coletivo coletam e organizam dados dos apoiadores para o envio de recompensas, além de arrecadar e repassar o valor do financiamento. Ao optar por uma plataforma de financiamento coletivo, não preciso me preocupar em oferecer diferentes formas de pagamento, como crédito ou débito; e nem em coletar os endereços individualmente. Ao final da campanha, basta sacar o dinheiro arrecadado (descontadas as taxas administrativas), embalar os pedidos e enviá-los aos endereços já fornecidos à plataforma mediadora.

5.2 Plataforma escolhida

A plataforma escolhida para a realização da campanha de financiamento coletivo foi o Catarse (www.catarse.me). Me inspirei em campanhas na mesma plataforma para projetos similares, como "A Maçã", de Aline Haluch (livro baseado na tese de mestrado em Design da autora); "Jogo do Bicho no Latin American Design Awards 2023", de Pedro Melo (jogo de cartas produzido no TCC do

designer); e “Erra uma vez”, de Thiago Henriques (livro sobre processo criativo).

5.3 Orçamento

O método de impressão escolhido foi a risografia (ver capítulo 4). Essa é uma opção mais econômica do que a impressão *offset* para uma tiragem pequena de 100 unidades (informação verbal)², e o orçamento para a impressão de 100 livretos de 32 páginas utilizando três cores diferentes foi de 2.130 reais. Aqui, vale ressaltar um detalhe: na risografia, quanto mais cores, mais cara a impressão fica. Portanto, apenas a capa do livreto é impressa em três cores (3x0), enquanto as páginas internas são impressas em uma cor por vez (1x1).

Deve-se considerar também os custos de distribuição do livro, que inclui embalagens apropriadas (envelopes, etiquetas para endereços e papel paraná para proteger o impresso de amassar no envio) e envios para todo o Brasil via carta simples, a modalidade mais barata dos Correios. Somando esses elementos e considerando o peso de cada livro (já que essa é a única variável

² Dado obtido na oficina “Cartazes tipográficos risográficos analógicos gigantes”, na Risotrip, ministrada por Daniel Bicho e Peu Lima: em uma tiragem de 50 a 10 mil cópias, a risografia costuma ser mais econômica do que a impressão colorida em *offset*.

que muda o valor do envio via carta simples), o custo total de distribuição dos exemplares em território nacional é de 1.143 reais.

A mão-de-obra envolvida no projeto é, a princípio, voluntária. No entanto, a partir do momento que foi decidido que o financiamento se daria através de uma campanha de financiamento coletivo, foi incluído no orçamento o valor simbólico de 2.000 reais, sendo 1.000 reais referente ao serviço de ilustração de Maria Mercante e 1.000 reais referente ao meu trabalho de confecção e montagem dos exemplares.

O Catarse cobra uma taxa fixa de 13% do valor arrecadado na campanha. Somando os custos listados a essa taxa, o orçamento final e meta da campanha de financiamento é de 6.150 reais.

5.4 Divulgação

O Catarse possui um braço de educação chamado Escola do Financiamento Coletivo, que conta com “e-books, vídeo-aulas, entrevistas com realizadores e guias ilustrados que irão te ajudar a planejar sua campanha”. Para planejar minhas ações de divulgação do projeto, consultei os e-books “Guia do Financiamento Coletivo”, “5 dicas para a primeira semana da sua campanha de financiamento coletivo” e “6 Canais para promover o seu projeto”. Além disso, relatos de dois escritores independentes sobre o

lançamento de suas obras me trouxeram uma visão mais ampla dos processos de divulgação e visibilidade: “Os custos, serviços e resultados da auto-publicação de um livro de ficção no Brasil”, publicado por Rodrigo Pontes no blog Manual do Usuário, e “Mega-post de marketing para autores”, de Giu Domingues.

5.4.1 Descrição do projeto

De acordo com a pesquisa Retrato do Financiamento Coletivo no Brasil (Catarse, 2014), a apresentação do projeto é um dos fatores mais importantes na hora de decidir sobre um apoio. No Guia do Financiamento Coletivo (Catarse, 2024), a plataforma recomenda que a descrição do projeto que consta na página da campanha seja um texto para “tirar possíveis dúvidas, dar informações sobre recompensas, colocar imagens, gifs e links externos que sejam relevantes”.

Giu Domingues, que conseguiu vender mais de 100 cópias de seu livro independente nas primeiras 24 horas de pré-venda, ressalta em seu “Mega-post de marketing para autores” (Domingues, 2021) que é importante ter alguns textos básicos sobre o seu livro de antemão: “sobre o que é o seu livro? Quais os temas que ele aborda, e quais são os pontos principais?” e “algumas sinopses (uma versão longa e uma curta, com variações que focam em elementos distintos), uma lista de atributos do seu livro,

descrição básica dos seus diferenciais”. Essas informações devem estar redigidas de forma clara para que possam ser facilmente assimiladas e compartilhadas por aqueles que vão apoiar o seu projeto, seja financeiramente ou com divulgação.

Considerando esses pontos, esse foi o texto base que escrevi para a divulgação da pré-venda de Glifo por Glifo. É um texto longo e que cobre todos os pontos mais importantes sobre a publicação, do qual eu pude selecionar trechos para utilizar de forma independente também:

O projeto

Por que comprar o Glifo por Glifo na pré-venda?
"Glifo por Glifo - Escrever e Pensar sobre Design" é um livro para designers e outros profissionais criativos que desejam explorar a escrita como uma extensão do próprio processo de criação. Em 32 páginas impressas em risografia, o livro oferece teoria, reflexões e exercícios práticos para desenvolver a escrita livre e autoral, especialmente para quem está começando.

Informações importantes:

1. *Estoque limitado*: serão impressos apenas 100 exemplares físicos, sem previsão de reimpressão. Desses, 25 estão reservados para a participação em feiras e eventos presenciais. A única forma de garantir o seu exemplar é contribuindo para essa campanha de acordo com as faixas de recompensa.

2. *Previsão de início dos envios das recompensas: segunda metade de Dezembro/2024*
3. *Os livros são artesanais, e isso quer dizer que podem apresentar leves variações de tamanho, montagem e costura. Faz parte :)*

Durante a pré-venda, você pode adquirir:

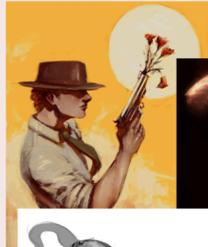
- A partir de R\$ 68: Livro físico + print risográfico A4 (envio para todo o Brasil incluso, via carta simples) [Limite de 53 apoios]
- A partir de R\$ 38: Livro virtual [Sem limite de apoios]
- A partir de R\$ 125: 2 Livros físicos + 2 prints risográfico A4 (envio para todo o Brasil incluso, via carta simples) [Limite de 5 apoios]
- A partir de R\$ 180: 3 Livros físicos (envio para todo o Brasil incluso, via carta simples) [Limite de 5 apoios]

*É importante ressaltar que o livro virtual é um fac símile do livro físico, ou seja, um escaneamento, e não um arquivo digital. Por isso, só estará disponível após a impressão e montagem dos exemplares físicos.

Ainda não temos fotos dos livros prontos, mas...



spoiler * projeto gráfico * Glifo por glifo spoiler * projeto gráfico * Glifo por glifo



ilustrações de Maria Mercante



montagem artesanal

spoiler * projeto gráfico * Glifo por glifo spoiler * projeto gráfico * Glifo por glifo

Sobre a autora

Hele Carmona (pronuncia-se Elê) é jornalista formada pela PUC-Rio e estudante de design na Esdi/UERJ, com uma trajetória dedicada a conectar design e comunicação. Autora de mais de 70 ensaios sobre design, publicados na newsletter Makers Gonna Make, Hele desenvolveu Glifo por Glifo a partir de sua pesquisa de conclusão de curso, pensando em formas práticas de ajudar profissionais criativos a se expressarem melhor por meio da escrita. [[instagram](#)] [[newsletter](#)] [[site](#)]

Colaboradores

Orientação: Wandyr Hagge [[sobre](#)]

Ilustração: Maria Mercante [[instagram](#)] [[portfolio](#)]

Impressão: Risotrip [[instagram](#)] [[site](#)]

Por que esse projeto importa?



Oi, Hele! só aproveitando pra contar que comprei um caderno pra escrever pensamentos pensantes sobre design dps de ler a makers 71 🙌

Oie Hele, tudo bom?

Passando aqui para te dar um feedback dos exercícios hands on do 70 e vic enovo. Ainda não tive tempo de acabar todos, mas estou amando a experiência

Realmente eu sinto que, como designer, não temos estímulo ou "necessidade" o suficiente para escrever ao longo da graduação ou na vida profissional. Vai de encontro com o que você disse sobre o capitalismo tardio não remunerar o pensamento que não resulta de imediato em uma resposta puramente financeira, acaba sendo uma maré que empurra a prática da escrita em um limbo que temos que resgatar eticamente

Escrevi alguns textos baseados nos exercícios e me espantei o gosto e tempo por escrever narrativas, algo que eu fazia com certa frequência na adolescência mas que fui perdendo a prática, assim como o desenho, tragicamente 😭😭😭. Vou seguir com os exercícios e mandar mais feedbacks sempre, parabéns pelo projeto, quero acompanhar o progresso dele!

HELE!!!

Quero a versão física do Glifo por glifo na minha mesa pra orientar!

Jul 11 · [Liked by hele carmona](#)

hele, fiquei encantada com essa edição da news -- que já sou fã de carteirinha há algum tempo. sou uma dessas "pessoas que escrevem" que acabou migrando meio sem querer pra área de design, e puxa, SIM PRA TUDO O QUE VOCÊ DISSE! hehe! eu ainda me pego surpresa com como as "habilidades com o texto" são restritas, ao mesmo tempo em que uma comunicação clara é considerada uma "soft skill" (risos das mais importantes... essa migração foi super difícil pra mim, que de repente me vi num mundo onde eu não conhecia NADA, ferramentas, métodos, processos, linguagem etc, mas que ao mesmo tempo, dominei com alguma rapidez e facilidade por isso também: saber me expressar.

eu amei também as conexões que você trouxe entre os "tipos de pensamento" e a maneira que entendemos e transitamos no mundo; no final, é isso aí que me importa.

muito obrigada por compartilhar teu processo com a gente e arrasa no TCC! se puder, adoraria ter acesso ao workbook depois, fiquei super curiosa -- e super disposta a trocar mais também, viu? :)

[Liked](#) [Reply](#) [Share](#)

Adorei ler o Glifo por Glifo em PDF e fiquei morrendo de vontade de lê-lo na versão física. Sempre fico me perguntando se escrever em livros é certo ou não, e nunca cheguei a uma conclusão sobre isso. Mas, durante as atividades propostas, confesso que me deu vontade de "colocar a mão na massa" e responder às perguntas nos espaços em branco do livro (no estilo daqueles livros tipo Destrua Este Diário), não sei se essa foi a intenção, mas, se foi, foi cumprida com louvor!

No mais, achei a leitura super fluida e nada cansativa. Li bem rapidamente, e acho que só demorei um pouco mais porque, no início, tentei fazer as atividades junto com a leitura, o que não consegui, mas pretendo fazer todas em breve.

Jul 11 · [Liked by hele carmona](#)

Ontem mesmo, viajando nas minhas ideias, pensei que eu deveria escrever sobre qualquer coisa, só para voltar com o hábito. Sou jornalista de formação (não praticante) e designer autodidata. Sinto que tenho muito a escrever! Seria a melhor forma de colocar pra fora meus pensamentos de maneira organizada, sinto que isso poderia gerar mais ideias e textos que podem ser interessantes a alguém.

Recaber seu email fez toda a diferença... Obrigada!

[Liked](#) [Reply](#) [Share](#)

Jul 11 · [Liked by hele carmona](#)

Nunca tinha me atentado ao fato de que designers não são escritores, e agora tenho um loft alugado na minha cabeça.

Eu sou designer, e uma das coisas que mais me auxilia no processo de criação é a verbalização da estrutura. Eu tenho a escrita, a fotografia, o desenho em mídia tradicional (rascunho em papel mesmo) como partes integrals da minha rotina de transformação de ideias.

Talvez a escrita geral seja uma fronteira porque a leitura é uma fronteira cultural brasileira. Isso é meu achismo empírico mas eu conheço muita figurinha carimbada do meio que não é muito fã da literatura ficcional ou técnica.

E as vezes é isso né: os tutoriais e as automações tomaram conta do processo de aprendizado tradicional. Livro de referência e anuário são agora o behance/tribbble e o youtube.

Oi, Hele. Tudo bem? Eu assinei a newsletter recentemente e fui surpreendida com o seu texto. Tenho muita vontade de começar a escrever e fazer conteúdo sobre design, quero de verdade contribuir para esse cenário! O problema é que, me sinto num limbo de por onde começar e como abordar os temas. Sinto que temos poucas referências aqui no Brasil. Quería te perguntar se você não poderia compartilhar e falar um pouco sobre como foi esse processo para você, como encontrou o melhor formato de fazer suas publicações e se poderia indicar referências. Quero tirar meu projeto da gaveta e me identificar com o seu trabalho. Obrigada pelo texto incrível na edição 71, saiba que tem uma nova apoiadora 🙌

oi hele!

eu sou [\[nome\]](#) me inscreei na sua newsletter vindo do instagram. sou designer gráfico e artista visual e também trilho meu caminho pela via do pensamento crítico e da pesquisa, inclusive buscando cada vez mais acompanhar outras pessoas da área que estejam engajadas no pensar design e pensar o mundo - e criar a partir disso :)

seus temas são muito interessantes, estou começando a vasculhar os textos agora mesmo. espero que trocemos figurinhas!

abraço,

Oi, Hele! Tudo bem?

Meu nome é [\[nome\]](#) e sou estudante de Design na [\[universidade\]](#). Estou entrando em contato porque, para uma aula, preciso fazer entrevistas com designers que atuam em áreas que me interessam. Assim que o professor passou essa proposta, logo pensei em você.

Sou uma leitora assídua da makers! Já compartilhei seus textos com vários amigos designers da faculdade, e todos nós achamos que seria incrível discutir mais os temas que você aborda. Acho que a escrita e a leitura são super importantes no design, e sinto falta de um espaço para explorar isso com mais profundidade.

Você gostaria de conversar comigo? Pode ser online ou presencialmente, como for mais conveniente para você.

Essas são algumas das mensagens que já recebi sobre design, pensamento crítico e escrita. Há muitos designers por aí prontos para colocar suas ideias no papel e que não sabem por onde começar, e esse projeto é dedicado a eles :-)

Saiba mais sobre o projeto:

Pesquisa teórica/revisão bibliográfica:

<https://makersgonnamake.substack.com/p/71-por-que-...>

Elaboração do conteúdo do workbook:

<https://open.substack.com/pub/makersgonnamake/p/72...>

Elaboração do projeto gráfico do workbook:

<https://open.substack.com/pub/makersgonnamake/p/73...>

Obrigada por ter lido até aqui <3 Caso você não possa ou queira adquirir o livro Glifo por Glifo, você ainda pode ajudar compartilhando o projeto com outras pessoas que podem se interessar!

Orçamento / Transparência de custos

A meta de R\$ 6.150 cobre:

- Impressão de 100 exemplares + 100 prints: R\$ 2.200
- Envio para todo o Brasil e materiais de embalagem: R\$ 1.143 (incluindo envelopes, etiquetas, papel protetor e custo de envio)
- Mão de obra - Ilustração: R\$ 1.000
- Mão de obra - Costura e montagem manual: R\$ 1.000
- Taxas da plataforma: R\$ 800 (13% do valor total arrecadado)

Com esse valor, alcançamos uma produção completa e justa para todos os envolvidos.

5.4.2 Público-alvo

Conforme venho repetindo de maneira quase exaustiva, o objetivo deste trabalho é produzir um *workbook* de escrita para designers, composto por exercícios que contribuam para a produção de um texto autoral reflexivo ou ensaístico. Sendo assim, o público-alvo do projeto são designers com trajetórias profissionais diversas que têm dificuldade com a expressão escrita ou que gostariam de desenvolver uma prática autoral e livre. Saber o seu público-alvo é muito importante na hora de planejar as ações de divulgação do projeto, uma vez que permite que se concentre tempo e energia na comunicação com pessoas que realmente vão se interessar por ele e, portanto, têm mais chance de decidir comprar o livro na pré-venda (Domingues, 2021).

De acordo com o Guia do Financiamento Coletivo (Catarse, 2024), o público-alvo de uma campanha de *crowdfunding* é levemente diferente do público do projeto em si. Isso acontece porque pessoas próximas do autor do projeto como família e amigos costumam ser peças chave no apoio e divulgação da campanha. Dessa forma, é importante dedicar uma parcela dos esforços de divulgação para essas pessoas, mesmo que elas não sejam designers.

5.4.3 Canais

Os canais escolhidos para divulgação têm uma ligação direta com o público-alvo definido e com as fases do funil de vendas, no qual os leitores vão conhecer o livro (consciência), entender do que ele se trata e pensar em comprá-lo (consideração), comprar (conversão) e falar dele pros outros (evangelismo) (Domingues, 2021). Um dos canais com maior potencial dentro das minhas possibilidades é a *newsletter makers gonna make*, que publico desde 2022 e conta com mais de 2.700 inscritos, em sua maioria designers e profissionais criativos. Na tabela abaixo, apresento os canais escolhidos para diferentes ações na divulgação, visando diferentes parcelas de público:

Canal	Parcela do público	Objetivo da mensagem
E-mail (pessoal)	(1) Pessoas que participaram da fase de pesquisa do projeto (ver capítulo 3) e (2) Professores da Esdi/Uerj	Consciência (1) Atualizar os participantes sobre o projeto e anunciar a data da pré-venda e (2) anunciar o projeto para a comunidade de professores
E-mail (newsletter)	Designers e outros profissionais criativos	Consciência Anunciar o projeto
E-mail (newsletter)	Designers e outros profissionais criativos	Consideração Contar sobre a pesquisa, o propósito do projeto e

		os bastidores Conversão Enviar um formulário de interesse para coletar números de telefone, visando a fase de conversão
Instagram	(1) Amigos e família e (2) Designers e outros profissionais criativos	Consideração Contar sobre o projeto de forma leve, mostrar bastidores e gerar curiosidade
LinkedIn	Colegas de área/Designers e outros profissionais criativos	Consciência Anunciar o projeto
WhatsApp	(1) Amigos e família e (2) leitores da newsletter que sinalizaram interesse	Conversão Enviar o link da pré-venda via Catarse de forma individual e personalizada, visando a conversão Evangelismo Compartilhar e comemorar o projeto com amigos e família, visando que eles compartilhem o projeto e amplifiquem o alcance

Além desses disparos de divulgação, seguindo as recomendações do guia 6 “Canais para promover o seu projeto” (Catarse, 2024), fiz uma lista de possíveis parceiros que, além de

apoiar o projeto financeiramente, podem contribuir com a divulgação da campanha. São eles: Flora de Carvalho, editora da Revista Recorte; Rafael Frota, editor do UX Collective; Cadu Carvalho, Bruna Leão e Natalia, das newsletters Tipo Aquilo, Brew e Vi por aí; Diogo Maduell e Bárbara Assumpção, que foram meus professores na graduação em Jornalismo na Puc-Rio e se interessam por design; e Paula Cruz, designer e ilustradora que conta com mais de 40 mil seguidores na rede social Instagram. Para esses atores enviei mensagens individuais, uma vez que todos são conhecidos e uma mensagem personalizada tem mais apelo do que uma mensagem automática (Catarse, 2024).

5.4.4 Conteúdo por canal

Para o meu canal de maior alcance, a newsletter makers gonna make, escrevi três edições contando sobre o processo de produção do *workbook*, incluindo trechos na íntegra deste trabalho. Textos em que compartilho processos criativos costumam performar muito bem, então segmentei o conteúdo em três partes: pesquisa teórica, elaboração do conteúdo do *workbook* e elaboração do projeto gráfico. O resultado foram as edições #71 por que designers devem escrever?; #72 glifo por glifo ou a jornada do designer na escrita e #73 glifo por glifo: processo criativo, publicadas em 11 de julho de 2024, 12 de novembro de 2024 e 19 de novembro de 2024, respectivamente. Na edição #72, inclui um formulário de interesse

para coletar os números de telefones de quem quisesse ser notificado sobre a pré-venda com 24h de antecedência, para aumentar meu alcance no canal WhatsApp. A edição #73 foi enviada no dia da data oficial de abertura da pré-venda, e incluía o link direto para apoiar a campanha.

Através do meu e-mail pessoal, enviei mensagens para todos que participaram da fase de pesquisa deste trabalho (ver capítulo 3), atualizando-os sobre o andamento do projeto, conforme combinado previamente. Também enviei um e-mail coletivo para o quadro de professores da Esdi, uma vez que acredito que é de interesse do corpo docente da faculdade apoiar e divulgar um projeto prático de TCC desenvolvido na escola.

No Instagram, por se tratar de uma rede social focada em fotos e vídeos, compartilhei conteúdos mais descontraídos, como vídeos em *time-lapse* dos processos manuais do projeto gráfico e prévias de conteúdo e da capa do livro, com foco apenas em aumentar a consciência sobre o projeto.

No LinkedIn fiz uma publicação em tom formal, que combina com o ambiente da rede social voltada para relações de trabalho, na qual compartilhei o link da campanha e agradeci nominalmente a outros profissionais que contribuiriam com o meu projeto.

Por fim, no WhatsApp compartilhei a campanha através de mensagens pessoais e individualizadas. Contatei amigos, família, colegas de trabalho e também os interessados no projeto que sinalizaram interesse e autorizaram o contato direto por esse canal.

5.4.5 Calendário de ações e progressão da meta

Conforme especificado no orçamento, a meta da campanha foi de 6.150 reais. Sobre a fase inicial da campanha, sobretudo a primeira semana, o guia do Catarse recomenda: “Aproveite a visibilidade de lançamento e não meça esforços para garantir apoios: projetos que garantem mais de 20% da arrecadação na primeira semana de campanha têm 80% de chance de bater sua meta” (Catarse, 2024). Por isso, preparei ações mais robustas para os primeiros dias. Para o meio da campanha, a plataforma recomenda que se “trabalhe parcerias, atinja novas redes” e “celebre metas parciais”, então incluí ambas ações no calendário de divulgação. Já para os últimos dias de campanha, a recomendação é que se reative amigos e familiares que não contribuíram no começo, além de ressaltar que a campanha está para acabar, criando um senso de urgência.

ARRECADAÇÃO DE PROJETOS BEM-SUCEDIDOS* POR TEMPO DE CAMPANHA

*desconsiderados projetos que ultrapassaram 1200% da meta

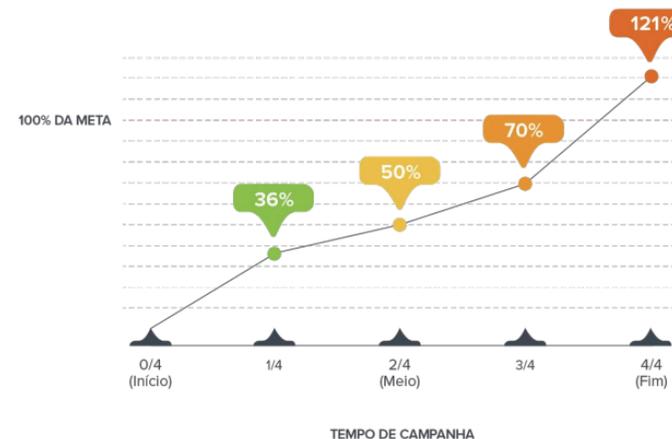


Figura 19: Gráfico de arrecadação vs. tempo de campanha. Fonte: Catarse.

11 de julho	<ul style="list-style-type: none"> • Publicação do texto “Por que designers devem escrever?” na newsletter, na época com 2.040 inscritos. Embora o <i>workbook</i> ainda nem existisse, foi uma forma de compartilhar um pouco sobre a minha pesquisa com os inscritos e gerar uma expectativa sobre o projeto final
semana de 03 a 10 de novembro	<ul style="list-style-type: none"> • Criação de todos os textos e peças gráficas que seriam utilizados na divulgação
12 de novembro	<ul style="list-style-type: none"> • Publicação do texto “Glifo por glifo ou a jornada do designer na escrita” na newsletter, na época

	<p>com 2.660 inscritos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Divulgação do link de um formulário de interesse para captar contatos de WhatsApp de pessoas mais interessadas em adquirir o <i>workbook</i>. <p>O formulário obteve 41 respostas até o dia 18 de novembro, quando foi fechado.</p>
18 de novembro	<ul style="list-style-type: none"> • Envio de mensagens individuais no WhatsApp para quem preencheu o formulário de interesse • Compartilhamento da campanha com amigos e colegas via WhatsApp <p>No primeiro dia, considerado um “acesso antecipado” à campanha, o projeto teve 15 apoios, totalizando 17% da meta total.</p>
19 de novembro	<ul style="list-style-type: none"> • Data oficial de abertura da pré-venda • Publicação do texto “Glifo por glifo: processo criativo” na newsletter, na época com 2.740 inscritos, que inclui o link direto para a campanha do Catarse • Divulgação da abertura da pré-venda em redes sociais (Linkedin e Instagram) • Publicação de um <i>reels</i> no Instagram sobre o livro • Envio de e-mail coletivo para professores da Esdi • Compartilhamento da campanha com familiares via WhatsApp <p>No segundo dia, o projeto teve 9 apoios, totalizando 29% da meta total.</p>
20 de novembro	<ul style="list-style-type: none"> • Publicação de stories no Instagram • Contato com outras publicações de design e apoiadores que pudessem ser amplificadores do projeto (ver seção 5.4.3)

	<p>De acordo com o Catarse, as contribuições caem bastante em feriados e fins de semana, então preferi adiar as possíveis ações até o dia seguinte. Mesmo assim, algumas pessoas que foram contatadas no dia 18 ou 19 acabaram contribuindo, e o terceiro dia fechou com mais 9 apoios e 40% da meta total.</p>
21 de novembro	<ul style="list-style-type: none"> • Publicação de um post no <i>feed</i> do Instagram no formato carrossel com mais detalhes sobre o projeto e a campanha no Catarse • Envio de mensagens individuais no WhatsApp para professores da Esdi • Colagem de cartazes na Esdi com uma pequena descrição do projeto e um QR code para a campanha. Essa foi uma ideia de última hora. <p>No quarto dia foram recebidos 14 apoios, alcançando 55% da meta total.</p>
22 de novembro	<ul style="list-style-type: none"> • Envio de e-mail individual para participantes da fase de entrevistas que ainda não haviam apoiado o projeto • Envio de mensagens individuais no WhatsApp para pessoas que preencheram o formulário de interesse, mas ainda não haviam apoiado o projeto <p>No quinto dia de campanha houve 12 apoios, alcançando 72% da meta. Aos 62% (ou 3.842 reais), os custos de produção estão pagos. A partir desse ponto, o restante do orçamento é dedicado à remuneração de mão de obra envolvida no projeto.</p>
23 e 24 de novembro	<ul style="list-style-type: none"> • Publicação de stories no Instagram falando sobre a tiragem do livro e ressaltando que mais da metade das cópias já haviam sido vendidas. <p>De acordo com o Catarse, as contribuições caem</p>

	bastante em feriados e fins de semana, então não programei grandes ações. Houve 5 apoios durante o fim de semana, alcançando 78% da meta.
25 de novembro	<ul style="list-style-type: none"> • Publicação de stories no Instagram com um mapa mostrando todos os estados onde o livro já foi comprado, ressaltando que restam poucas unidades. • Publicação no LinkedIn ressaltando que restam poucas unidades. <p>No oitavo dia de campanha houve 7 apoios, alcançando 87% da meta.</p>
26 de novembro	<ul style="list-style-type: none"> • Publicação do texto "Uma casa organizada ou Guia de como aumentar seu repertório em design" na newsletter, na época com 2.760 inscritos, que inclui o link direto para a campanha do Catarse. <p>No nono dia de campanha houve 5 apoios, alcançando 93% da meta.</p>
27 de novembro	<ul style="list-style-type: none"> • Publicação de stories no Instagram mostrando o processo de impressão e ressaltando que restam poucas unidades. <p>No décimo dia de campanha houve 5 apoios, alcançando 98% da meta.</p>
28 de novembro	<ul style="list-style-type: none"> • Publicação de stories no Instagram divulgando a última unidade disponível no Catarse. • <p>No décimo primeiro dia de campanha houve 2 apoios, chegando em 102% da meta (6.267 reais). Todas as recompensas físicas foram esgotadas.</p>

5.5 Resultado

Após 11 dias de campanha, o projeto foi financiado. A campanha ficou no ar do dia 18 ao dia 28 de novembro, ou seja, enquanto duraram os estoques das recompensas oferecidas (59 recompensas de 1 exemplar do livro, 5 recompensas de 2 exemplares e 3 recompensas de 3 exemplares, totalizando 78 exemplares). A arrecadação ultrapassou levemente a meta inicialmente estabelecida.

As recompensas serão enviadas a partir da segunda semana de dezembro, após a apresentação deste trabalho para a banca; portanto, não constam informações sobre os envios e recepção do *workbook*.

6. Considerações finais

O resultado deste projeto atende aos objetivos traçados no item 1.2. Foi produzido um livreto de exercícios (*workbook*) de escrita para designers, com 32 páginas, impresso em risografia nas cores *sea foam*, *rosa fluor* e *flat gold*. O conteúdo do livro une teoria, reflexões e nove exercícios práticos de elaboração do pensamento, pesquisa, escrita e edição para incentivar a prática livre da escrita como parte do processo projetual e auxiliar designers na tarefa de se comunicar verbalmente a respeito de seus próprios projetos e objetivos profissionais. A tiragem foi de 100 cópias, das quais 78 foram adquiridas no período de pré-venda. As outras 22 foram reservadas para doações e participação em eventos presenciais, como feiras e exposições.

A pesquisa foi pautada em uma extensa revisão bibliográfica das áreas de prática crítica do design, aprendizado, escrita e cognição, bem como em entrevistas síncronas com profissionais de design buscando compreender mais profundamente a relação entre design e escrita. A partir dos dados coletados, foi possível identificar que os fatores que mais afastam designers da prática da escrita são a falta de incentivo e a falta de confiança. Dessa forma, houve atenção especial para que os exercícios do *workbook* fossem convidativos e agradáveis, e não apenas tecnicamente embasados.

Ao compartilhar o processo de pesquisa, elaboração e financiamento do *workbook* em minha newsletter *makers gonna make* e redes sociais pessoais, consegui envolver o público no processo de forma bastante proveitosa. As pessoas puderam fazer perguntas sobre o projeto, oferecer *feedback* (principalmente as que participaram mais de perto, como os entrevistados) e compartilhar a iniciativa com amigos e colegas, o que contribuiu muito para a etapa de financiamento, onde a exposição do projeto é essencial.

Muitas ideias deixam de ir ao mundo devido a falta de orçamento. Nesse sentido, me senti muito honrada de ter conduzido um processo bem-sucedido de financiamento coletivo. Acredito que esse projeto demonstra o potencial da modalidade para financiar iniciativas criativas e relacionadas à educação, bem como a importância de um orçamento bem definido, transparente e realista para a execução de projetos de design.

Embora esse TCC seja um trabalho assinado individualmente, não consigo deixar de sentir que foi um projeto coletivo. Tantas pessoas me ajudaram: meu orientador Wandyr Hagge e os professores Daniel Portugal (Esdi) e Eduardo Souza (Ufpe) na parte acadêmica; minha amiga e chefe Yasmin Kobayashi no planejamento da campanha de financiamento, oferecendo uma

consultoria e insights valiosos sobre precificação, público e estratégia de divulgação; Daniel Bicho da Risotrip, responsável pelo processo de impressão do *workbook* e que ofereceu apoio técnico e material; Maria Mercante, minha amiga que embarcou no projeto para ilustrar o livro sem saber se receberia um centavo pelo trabalho; Lucas, meu melhor amigo, mestrando em Direito se interessou pelo meu projeto desde o início e me fez recomendações valiosas de bibliografia que enriqueceram a parte teórica; Madu, que me acompanhou numa viagem pela Europa de duas semanas no meio do período letivo, na qual eu não escrevi uma linha, mas visitei tantos museus e lugares inspiradores que tenho certeza que esses dias contaram como qualquer outro dia sentada na frente do computador lendo e digitando; e às minhas amigas Raiane, Nathália e Luana, que opinaram e me apoiaram ao longo de todo o ano. Glifo por glifo: Escrever e Pensar sobre Design foi um projeto bastante bem-sucedido, que foi comprado (nos sentidos literal e figurativo) pelo público antes mesmo de estar finalizado. Isso me orgulha, mas só foi possível com a contribuição de cada uma dessas pessoas. É por isso que não acho que essa parte deve constar nos agradecimentos: não foram favores, foi trabalho.

Seria muito proveitoso trabalhar em uma etapa adicional: registrar a recepção do *workbook* e a aplicação dos exercícios. No entanto, não há tempo para isso no ano letivo. Os próximos passos

são enviar os exemplares e aguardar os comentários. Penso em criar um formulário de feedback, pensando no meu desenvolvimento pessoal e profissional.

Outro objetivo para o próximo ano é inscrever o *workbook* em prêmios de design nas categorias de estudante e projeto editorial. Também penso em vender o livro para uma editora, brasileira ou internacional, com o objetivo de ampliar o alcance do projeto, dessa vez com outra proposta de financiamento.

7. Referências

ADORNO, T. W. **O ensaio como forma**. In: Notas de literatura I. São Paulo: Editora 34, 2003.

Catarse. **5 dicas para a primeira semana da sua campanha de financiamento coletivo**. Disponível em:

<<https://catarse.attach.io/Syyc-6wn>>. Acesso em: 17 nov. 2023.

Catarse. **6 Canais para promover o seu projeto**. Disponível em:

<<https://catarse.attach.io/r1e-tPn>>. Acesso em: 17 nov. 2023.

Catarse. **Guia de Financiamento Coletivo**. Disponível em:

<<https://drive.google.com/file/d/1JvkaZAx6igt7aiZI38wJogGn8luRTaDj/vi>>. Acesso em: 17 nov. 2023.

DOMINGUES, G. **Mega-post de marketing para autores**. Disponível em:

<<https://www.giudomingues.com/post/mega-post-de-marketing-para-autores>>. Acesso em: 9 nov 2024.

EMIG, J. **Writing as a Mode of Learning**. College Composition and Communication, v. 28, n. 2, p. 122, maio 1977.

Fatos importantes da Adobe. Disponível em:

<<https://www.adobe.com/br/about-adobe/fast-facts.html>>. Acesso em: 24 abr. 2023.

FRANCIS, P. **Inspiring Writing in Art and Design Education : Taking a Line for a Write**. Bristol: Intellect Books Ltd, 2009.

GATTI, L. **Como escrever? Ensaio e experiência a partir de Adorno**. v. 23, n. 35, p. 169-196, 1 dez. 2014.

HANEEF, A. **Elevate your designs with AI-powered apps in Canva**.

Disponível em:

<<https://www.canva.com/newsroom/news/canva-ai-apps/>>. Acesso em: 24 abr. 2023.

HARA, K. **Designing design**. Baden, Suíça: Lars Müller, 2017.

HOOKS, b. **Ensinando a transgredir: a educação como prática da liberdade**. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2017.

ILYIN, N. **Writing for the design mind**. London; New York: Bloomsbury Visual Arts, Bloomsbury Publishing Plc, 2019.

KOCHHANN, A. **A produção acadêmica e a construção do conhecimento científico: concepções, sentidos e construções**. Goiânia: Editora Kelps, 2021.

LARANJO, F. **Delusion & data-driven design**. Disponível em:

<<https://www.creativereview.co.uk/delusion-data-driven-design/>>. Acesso em: 29 abr. 2024.

LEVIN, N. AI: **The Next Chapter in Design | Figma Blog**. Disponível em:

<<https://www.figma.com/blog/ai-the-next-chapter-in-design/>>. Acesso em: 24 abr. 2023.

LYNAM, I. **Weddings | Modes of Criticism**. Disponível em:

<<https://modesofcriticism.org/weddings/>>. Acesso em: 29 abr. 2024.

MEANEY, David. **A Lasting Impression: The Value of Connecting with Letterpress**. Dublin School of Creative Arts, 2015.

MURATOVSKI, G. **Research for designers : a guide to methods and practice**. Los Angeles: Sage, 2016.

PONTES, R. **Os custos, serviços e resultados da auto-publicação de um livro de ficção no Brasil**. Disponível em:

<<https://manualdousuario.net/custos-autopublicar-livro-brasil/>>. Acesso em: 7 nov 2024.

PORTIGAL, S. **Interviewing Users : how to uncover compelling insights**.

Brooklyn, Ny: Rosenfeld Media, 2013.

RAMIA MAZÉ; JOHAN REDSTRÖM. **DIFFICULT FORMS: Critical practices of design and research.** v. 1, p. 28–39, 1 jan. 2009.

RIDING, R.; RAYNER, S. **Cognitive Styles and Learning Strategies : Understanding Style Differences in Learning and Behavior.** Hoboken: Taylor and Francis, 2013.

STILL, A. **Adobe MAX 2023: Introducing the next generation of creativity, powered by AI | Adobe Blog.** Disponível em: <<https://blog.adobe.com/en/publish/2023/10/10/next-gen-of-creativity-powered-by-ai>>. Acesso em: 24 abr. 2023.

VALIATI, V. A. D.; TIETZMANN, R. **Crowdfunding: O financiamento coletivo como mecanismo de fomento à produção audiovisual.** In: Intercom-XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul-Chapecó-SC-31/05 a. [S.l.: s.n.], 2012. v. 2, n. 06.

ZINSSER, William Knowlton. **On Writing Well: The Classic Guide to Writing Nonfiction.** 25th anniversary ed. Nova Iorque: HarperResource Quill, 2001.