



UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
FACULDADE DE ARQUITETURA, URBANISMO E DESIGN

JÚLIA CONSOLINI TEODORO

**Brainstorm do Português:
proposta de comunicação visual
sobre o uso da Língua Portuguesa
por estudantes e profissionais
do Design Gráfico**

UBERLÂNDIA - MG
2021

JÚLIA CONSOLINI TEODORO

Brainstorm do Português: proposta de comunicação visual sobre o uso da Língua Portuguesa por estudantes e profissionais do Design Gráfico

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Arquitetura e Urbanismo e Design da Universidade Federal de Uberlândia, como exigência para a obtenção do título de Bacharel em Design.

Orientador: Prof. Dr. Lucas Farinelli Pantaleão

UBERLÂNDIA - MG
2021



JÚLIA CONSOLINI TEODORO

Brainstorm do Português: proposta de comunicação visual sobre o uso da Língua Portuguesa por estudantes e profissionais do Design Gráfico

Monografia aprovada para a obtenção do título de Bacharel no Curso de Graduação em Design da Universidade Federal de Uberlândia.

Uberlândia, ____ de _____ de _____ .

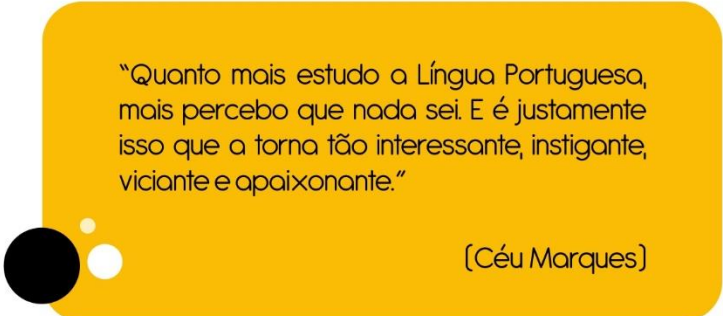
BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Lucas Farinelli Pantaleão, FAUeD/UFU

Prof.ª Dr.ª Cristiane Pereira de Alcântara, FAUeD/UFU

Me. Hugo Teixeira Guimarães Ribeiro Resende





“Quanto mais estudo a Língua Portuguesa, mais percebo que nada sei. E é justamente isso que a torna tão interessante, instigante, viciante e apaixonante.”

[Céu Marques]

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho ao meu pai, Francisco Teodoro, de quem herdei a habilidade para o Design Gráfico, como também a valorização e admiração pela nossa Língua Portuguesa.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus e à Nossa Senhora das Graças por estarem sempre comigo me abençoando e iluminando, sendo refúgio nas horas difíceis e motivo de gratidão por todas as conquistas.

Aos meus pais, Francisco e Marilza, por tudo. Especialmente pela minha formação como pessoa, por me apoiarem desde a escolha pelo curso de Design e por tudo o que sempre fizeram por mim sem medir esforços.

À minha irmã, Marília, pelos ensinamentos e companheirismo de sempre, pela força, incentivo, apoio e contribuição não só neste trabalho, mas em todo o tempo de faculdade.

Ao meu namorado, Igor, agradeço por estar sempre presente em cada passo meu, mesmo com a grande distância física em todo esse tempo. Obrigada pelo carinho, paciência, incentivo e amor que foram fundamentais para o meu crescimento.

Aos familiares, em especial Matheus, Bruna, Tiago, Márcio e Talita. Obrigada por desde o início acreditarem em mim, pelo apoio e incentivo no aperfeiçoamento desta profissão que escolhi seguir. Agradeço por me possibilitarem oportunidades e crescimento profissional, que me proporcionaram a conquista de experiência e bagagem na área do Design Gráfico.

Ao professor Lucas pela disponibilidade, orientação, solicitude e por ter me acolhido como orientanda neste projeto de conclusão do curso.

RESUMO

A partir do contexto proporcionado pela WEB 2.0, a mídia social “Instagram” tem se destacado por oferecer um ambiente de interação, divulgação e venda de marcas, perfis pessoais, produtos e serviços. O profissional Designer, atuando ao lado do Publicitário, passa então a oferecer um novo tipo de serviço: o desenvolvimento de logotipos, perfis, e publicações exclusivos para o Instagram. Nesse ramo de atuação, o domínio da Língua Portuguesa é um fator importante para garantir uma boa imagem do cliente e/ou de sua marca. Articulando as ferramentas do Design Instrucional aos formatos da plataforma Instagram, este trabalho desenvolveu uma proposta de comunicação visual voltada à criação de conteúdo digital para esclarecimento de dúvidas a respeito do uso correto da Língua Portuguesa, tendo como público-alvo estudantes e profissionais da área do Design Gráfico. O modelo ADDIE (Análise, Design, Desenvolvimento, Implementação e Avaliação) foi utilizado como metodologia para o desenvolvimento do perfil, intitulado “Brainstorm do Português”. Com foco em regras básicas da escrita correta da Língua Portuguesa como ortografia, acentuação e gramática, a proposta procura fornecer uma alternativa criativa para profissionais e estudantes de Design atuarem de modo apropriado ao elaborar conteúdos para o Instagram.

Palavras-chave: Design Gráfico; Design Instrucional; Língua Portuguesa; Metodologia ADDIE; Instagram.



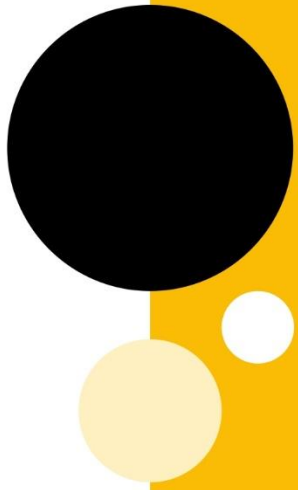
ABSTRACT

From the context provided by WEB 2.0, social media "Instagram" has stood out for offering an environment for interaction, dissemination and sale of brands, personal profiles, products and services. The professional Designer, working alongside the Advertiser, now offers a new type of service: the development of logos, profiles, and exclusive publications for Instagram. In this field of activity, mastering the Portuguese language is an important factor to ensure a good image of the client and/or its brand. Linking Instructional Design tools to Instagram platform formats, this work developed a proposal for visual communication aimed at creating digital content to clarify doubts about the correct use of the Portuguese language, having as target audience students and professionals in the field of Graphic design. The ADDIE model (Analysis, Design, Development, Implementation and Evaluation) was used as a methodology for developing the profile, entitled "Brainstorm do Português". Focusing on basic rules of correct writing in the Portuguese language such as spelling, accentuation and grammar, the proposal seeks to provide a creative alternative for design professionals and students to act in an appropriate way when preparing content for Instagram.

Keywords: Graphic Design; Instructional Design; Portuguese language; ADDIE Methodology; Instagram.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
2 OBJETIVO GERAL	12
2.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	14
3 JUSTIFICATIVA	15
4 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	17
4.1 ANÁLISE DE SIMILARES.....	20
5 PROJETO	24
5.1 METODOLOGIA E PROCESSO CRIATIVO.....	25
5.1.1 Análise.....	26
5.1.2 Design.....	29
5.1.3 Desenvolvimento.....	30
5.1.4 Implementação.....	40
5.1.5 Avaliação.....	41
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	42
REFERÊNCIAS	44



1 INTRODUÇÃO

A WEB 2.0 é o nome dado ao período tecnológico da segunda geração de serviços online. Se antes a relação com o usuário era através de um site ou um e-mail, nesse período o objetivo passou a ser o oferecimento de uma experiência de conteúdo, experiência esta que deve ser dinâmica e permitir a interação entre os participantes (PRIMO, 2007). Tellería (2012) descreve bem esse processo ao explicar que

na imprensa, no rádio e na TV, a função do suporte estava ligada a uma ação principal: ser lido, escutado ou assistido, enquanto na internet tal função engloba várias outras: ser visto, escutado, comentado, compartilhado, enviado, interatuado e navegado, em suportes de diferentes características, tanto fixos como móveis (p. 271).

Seguindo uma rápida evolução, chegou-se ao que é conhecido como WEB 3.0. Conhecida também como WEB Inteligente, essa terceira onda amplia o alcance da WEB 2.0 e caracteriza-se por maior personalização da experiência e automatização da interação. Com esses avanços e sinais de chegada de uma WEB 4.0, os profissionais Designers são cobrados a se adaptarem para oferecer um serviço neste novo ambiente. Como relata Gomes (2009), os Designers são chamados a responder aos desafios que o mercado lhes apresenta continuamente, confrontando-se com exigências profissionais cada vez mais elevadas. A modernidade e a evolução dos períodos, desde a WEB 1.0, passaram a exigir experiências e competências que fossem além do usual. De acordo com Gomes (2009), era previsto que os Designers se confrontassem com o aumento significativo das exigências sobre as competências que possuísem, visto que mudanças significativas passariam a acontecer. Tellería (2012) ressalta como uma das mudanças a aproximação do uso da linguagem multimídia e hipertextual com a linguagem iconográfica, oferecendo ao usuário mais de uma possibilidade de leitura.

Exemplo claro dessas mudanças e inovações é a plataforma Instagram. De acordo com Piza (2012), o Instagram surgiu em 2010 como resultado da ideia de dois engenheiros para resgatar o conceito do instantâneo, baseado na funcionalidade dos retratos Polaroid e com foco, portanto, na fotografia. Hoje, essa ferramenta passou de uma plataforma de relacionamento para uma ferramenta ampla de interação entre o público, divulgação de pessoas, marcas e conteúdos, venda de bens e produtos como cursos, aulas sobre diversos temas, entre outros. De acordo com a Statista, Plataforma Global de Dados de Negócios, o Instagram, desde Julho de 2021, é uma das redes sociais mais populares do mundo, especialmente entre os jovens adultos. A plataforma reportou um bilhão de usuários ativos mensais em 2020. Em termos de usuários por país, o Brasil ficou em terceiro lugar com 110

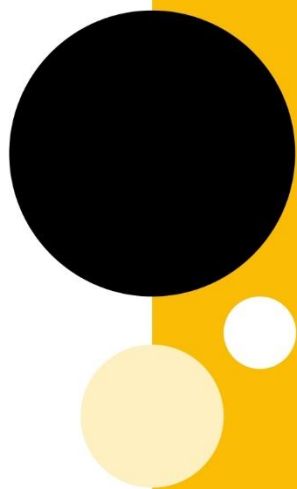
milhões de usuários do Instagram em Julho de 2021, após os Estados Unidos, com 170 milhões de usuários e a Índia, país líder, com 180 milhões de usuários.

Considerando isso, o Design Gráfico passa a ser aplicado a essa nova interface, na qual o profissional Designer passa a ter também responsabilidades, como surpreender constantemente o usuário e assim manter sua fidelidade, provocar interações do perfil com o público e gerar conteúdos exclusivos, dinâmicos e frequentes (TELLERÍA, 2012). No conjunto dessas responsabilidades, algumas competências passam a ser essenciais para garantir o sucesso do trabalho realizado. O conhecimento da Língua Portuguesa em geral – domínio da escrita, ortografia e gramática – é uma das competências essenciais, já que é um dos componentes que compõem um perfil e/ou publicação na plataforma em questão. Se há uma baixa habilidade dessa competência, portanto, pode haver impacto na imagem e/ou produto divulgado pela ferramenta, bem como impacto na imagem do profissional Designer responsável por aquele conteúdo.

O ensino da Língua Portuguesa e o desenvolvimento dessa importante habilidade também se adaptou ao contexto do movimento WEB. A utilização do Instagram como recurso de ensino e aprendizagem da Língua Portuguesa Brasileira, portanto, não é inédita. O estudo de Cláudia Barbosa, Jailma Bulhões, Yuxiong Zhang y António Moreira (2017) investigou os benefícios da utilização do Instagram para ensino da Língua Portuguesa a chineses na Universidade de Aveiro e apresentou resultados satisfatórios. Os autores mostraram que o Instagram contribuiu para o desenvolvimento de competências de produção e compreensão textual, bem como competências culturais.

Por outro lado, mesmo com a importância cada vez maior de profissionais com habilidades que vão além do domínio de recursos tradicionais do Design, ainda não há disponível nenhum recurso que relacione os 5 seguintes pontos: ensino da Língua Portuguesa; plataforma Instagram; público de profissionais Designers; recursos da área do Design e WEB 3.0.

Nesse sentido, este trabalho visa expor a demanda atual relacionada à competência do domínio da Língua Portuguesa por esses profissionais, bem como oferecer uma solução para suprir essa lacuna através do ensino dessa competência. Tudo isso com a utilização de recursos já existentes na área, como o Design Instrucional e a metodologia ADDIE, dentro do contexto da WEB 3.0 a partir da utilização da plataforma Instagram.



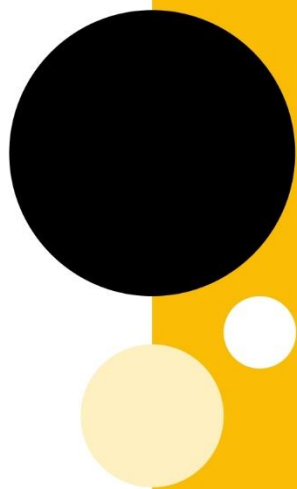
2 OBJETIVO GERAL

Desenvolver uma proposta de comunicação visual voltada à criação de conteúdo gráfico-instrucional para uma página no Instagram, gerenciada pela autora deste trabalho. A página terá como público-alvo estudantes e profissionais da área do Design Gráfico, possibilitando o esclarecimento de dúvidas a respeito do uso correto da Língua Portuguesa no desenvolvimento de seus trabalhos.



2.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Entender os principais erros de Português cometidos na criação de conteúdos e peças gráficas;
- Instruir, de forma clara e objetiva, os principais temas da Língua Portuguesa que geram mais dúvidas e erros por parte dos Designers;
- Combinar ferramentas do Design Instrucional com os principais temas da Língua Portuguesa, no contexto online;
- Desenvolver conteúdo gráfico-instrucional didático sobre dúvidas frequentes a respeito do uso da Língua Portuguesa;
- Demonstrar graficamente como o perfil seria construído, suas características específicas de representação, exposição de conteúdos e justificativa do design escolhido.



3 JUSTIFICATIVA

O Design Gráfico, quando utilizado em divulgações de produtos e serviços, faz uso de elementos textuais em seu projeto. Dentro disso, encontramos a Língua Portuguesa sendo colocada em uso. Infelizmente tal uso tem sido negligenciado por muitos profissionais da área, o que acaba por comprometer a eficácia do produto/serviço, do cliente e/ou da imagem tanto da empresa/vendedor, bem como a do Designer responsável pelo trabalho em questão. Pensando na importância de se criar um trabalho de qualidade tanto na questão visual como textual, mas principalmente pelo fato do trabalho do Designer aliado ao marketing e à publicidade ter aumentado nas mídias sociais, surgiu a ideia de unir o Design Gráfico ao bom e devido uso da Língua Portuguesa. Tal proposta visa justamente apresentar uma comunicação visual para um perfil educativo na plataforma Instagram, que tem como público-alvo estudantes e profissionais da área do Design Gráfico. Tal proposta justifica-se pela intenção de agregar valor instrucional à formação dos estudantes de Design, bem como aos profissionais da área.



4 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

No processo de ensino e aprendizagem, o conceito de instrução aparece como ferramenta importante para atender objetivos de forma mais prática e eficiente. Dentro do contexto do Design, o Design Instrucional é o ramo que oferece uma visão ampla sobre como a aprendizagem pode ser facilitada. Com utilidade em diversos contextos – desde produtores de materiais didáticos até profissionais de desenvolvimento de projetos de gestão – o Design Instrucional lança mão de princípios e suposições básicas que fundamentam o processo de criação (GAGNÉ, WAGNER, GOLASE KELLER, 2004).

No rol das metodologias do Design Instrucional, a metodologia ADDIE destaca-se por ser uma abordagem sistemática com o objetivo de fornecer uma aprendizagem rica e eficaz, na qual há a liberdade do autor para a escolha de métodos a serem utilizados, amparado pela experiência pessoal, contexto e instruções de cada etapa (OLIVEIRA, JAIME, ALMEIDA & CARMONA, 2021). Projetado em 1975 pela Universidade Estadual da Flórida, a metodologia ADDIE foi originalmente desenvolvida para o Exército dos EUA, para treinamento de tarefas repetitivas, e depois implementado em todos os ramos das forças armadas (KURT, 2017). Com um nome abreviado, essa metodologia passa pelas 5 etapas que formam seu acrônimo, quais sejam: *Analysis* (análise), *Design* (design), *Development* (desenvolvimento), *Implementation* (implementação) e *Evaluation* (avaliação).

No campo educacional – foco do Design Instrucional – o ensino e aprendizagem da Língua Portuguesa remonta do século XIX, quando, de acordo com Malfacini (2015), a disciplina “Português” passou a fazer parte do currículo das escolas brasileiras. Antes disso, havia o ensino da alfabetização seguido do ensino de latim, marcado pela presença dos jesuítas. A escolarização apenas das classes altas, a mistura de línguas faladas no país na época – inclusive a indígena – bem como por não ser vista ainda como uma área de conhecimento, tardaram a aplicação da Língua Portuguesa como disciplina. Segundo Malfacini (2015), Antônio Verney foi um autor que fomentou essa mudança, defendendo a alfabetização aliada ao ensino e estudo também da gramática, e precedente ao ensino do latim. Nesse processo, dois marcos foram as publicações de livros de gramáticas feitos por professores a seus alunos e a publicação da Imprensa Régia, em 1808. A partir daí, o ensino dessa disciplina foi se aperfeiçoando através de metodologias pedagógicas e recursos inesgotáveis para se adaptar a cada contexto histórico. O ingresso de alunos de classes mais baixas nas escolas pode ter sido o primeiro experimento do Design Instrucional nesse contexto, pois levou os professores a repensarem o ensino do Português a fim de atender a demanda desse novo público-alvo, resultando em inclusão de aulas e exercícios aos manuais de gramática

[MALFACINI, 2015]. Dessa época até hoje, o ensino da Língua Portuguesa sofreu interferências governamentais, sociais e tecnológicas, que impactaram nos resultados desse ensino com consequências que perpassam o âmbito escolar.

Além disso, ao falar de ensino e aprendizagem, deve-se levar em conta que o contexto social e qualquer ambiente educativo não ficam alheios às mudanças tecnológicas que já ganharam espaço no país e no mundo. Nesse sentido, a junção do ambiente de ensino e aprendizagem com os recursos tecnológicos pode suscitar melhorias na qualidade de aprendizagem [CAETANO E NASCIMENTO, 2018]. Dessa maneira, o Design Instrucional passa a ter um campo de atuação cada vez mais presente: o ambiente virtual, através de ensino a distância, aulas online e também através de mídias sociais, como o Instagram, que passaram a ser utilizadas também como ambiente de aprendizagem.

4.1 ANÁLISE DE SIMILARES

Dentro do contexto de aprendizagem e especificamente do ensino do Português através do Instagram, já existem algumas páginas que oferecem esse tipo de trabalho. Um exemplo é a página “Português Dicas” (@portuguesdicas), gerenciada pelo professor Marcelo Rolim que, além dos ensinamentos divulgados na rede social mencionada, possui também livros que auxiliam em concursos e vestibulares, com temas gramaticais, dicas para escrita e orientações para o desenvolvimento de redações.

A página mencionada possui excelente conteúdo compartilhado, esclarecendo dúvidas que muitas pessoas têm em relação à fala e à escrita de acordo com a norma padrão da Língua Portuguesa, como no exemplo abaixo.



Figura 1 – Exemplo de conteúdo Instrucional sobre a Língua Portuguesa. Fonte: Instagram (@portuguesdicas).

Porém, apesar de seu excelente conteúdo, a página não apresenta uma comunicação visual adequada. Há grande mistura no estilo de publicações pelo *feed*, embora demonstre um certo padrão no design das publicações escritas, trata-se de um estilo bastante simples e com características obsoletas, o que resulta em uma possível falta de interesse do público no conteúdo apresentado.

Outro aspecto importante a ser observado nesse perfil é o modo como a temática é exposta. Tratam-se de publicações objetivas e tópicos apresentados de forma clara e acessível a um público generalizado, possibilitando a compreensão do conteúdo sem dificuldades.

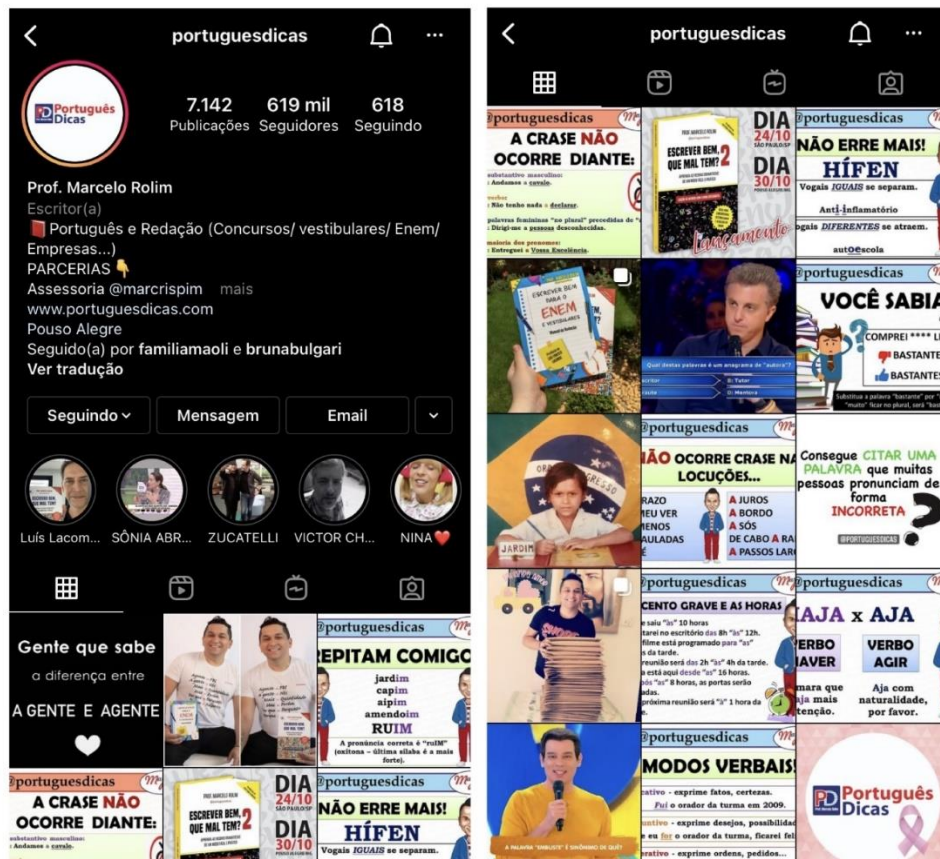


Figura 2 – Perfil e *feed* da página “Português Dicas”. Fonte: Instagram (@portuguesdicas).

@portuguesdicas	Marcelo Rolim professor
HAVIA	EMIGRAR
OU	Sair do país.
HAVIAM	Oito milhões de libaneses <i>emigraram</i> para a América.
	IMIGRAR
O verbo HAVER , no sentido de EXISTIR , é usado no singular.	Entrar no país.
Havia muitas pessoas na aula de português.	Seis milhões <i>imigraram</i> para o Brasil.
	MIGRAR
	Movimentar-se.
	Durante o inverno, certas espécies de pássaros <i>migram</i> para o norte.

Figura 3 – Exemplo de conteúdo apresentado de forma simples e objetiva. Fonte: Instagram (@portuguesdicas).

Ainda no contexto do ensino do Português de forma online, temos outro exemplo, também na plataforma Instagram, que é o perfil “Língua Portuguesa” (@linguaportuguesa_), gerenciado pela professora Céu Marques. Trata-se de uma profissional da área que compartilha seu conhecimento através da rede social mencionada, bem como vídeos no YouTube com aulas sobre os conteúdos mais pertinentes dentro da nossa língua e também apostilas digitais, desenvolvidas por ela mesma, com exercícios sobre cada tema abordado nas aulas disponibilizadas em seu canal.

Analisando o perfil do Instagram mencionado, podemos perceber um certo padrão – não contínuo – no estilo da maioria das publicações. São utilizadas cores claras e combinações suaves, dando uma sensação tranquila ao observar o perfil. Um ponto que talvez não seja tão favorável ao intuito da página é a forma como o conteúdo é apresentado e ensinado. Utiliza-se uma linguagem pouco convidativa, deixando o conteúdo maçante e cansativo, principalmente para aqueles que possuem certa dificuldade em absorver os conteúdos dessa área. Pode-se mencionar também o excesso de elementos textuais em uma única publicação, fato que pode causar desinteresse por parte do público ao ler aquela publicação.

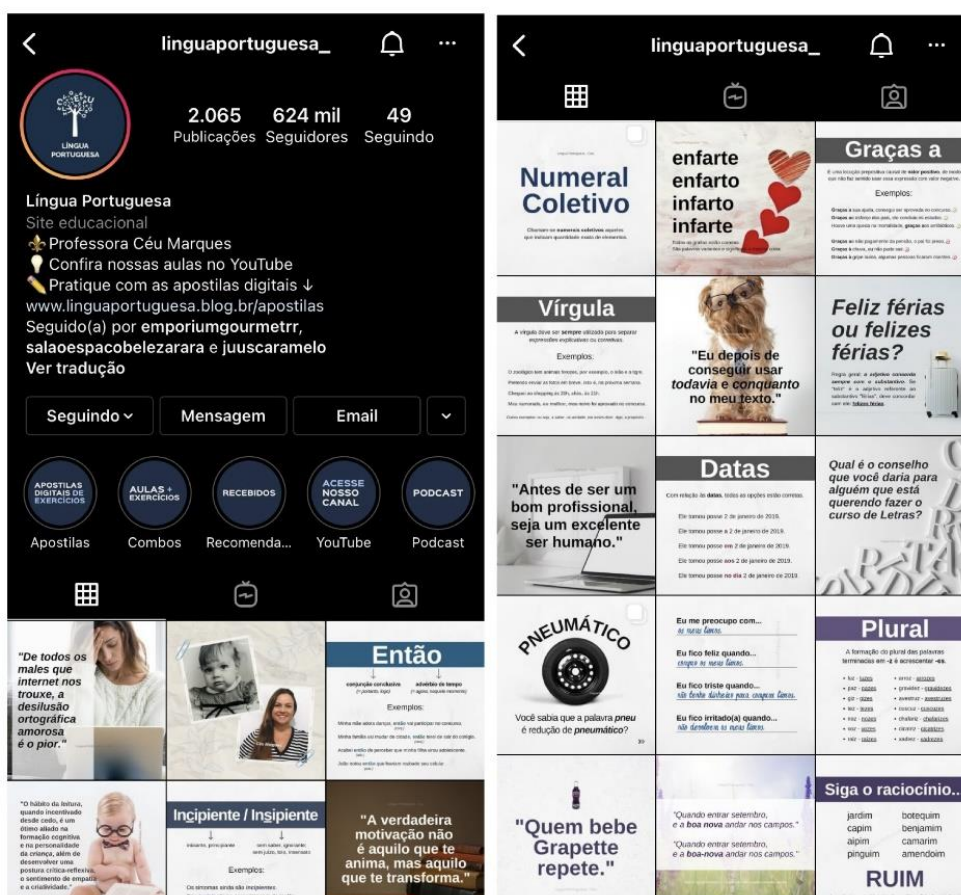


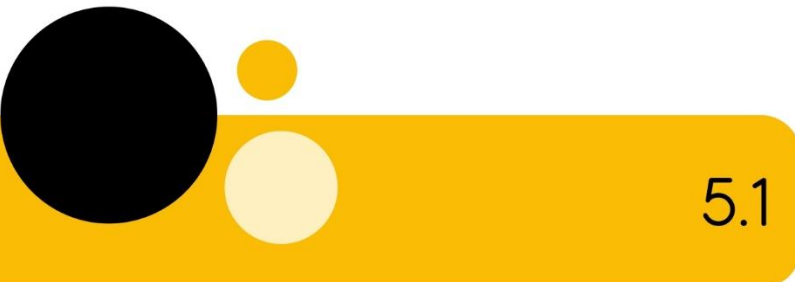
Figura 4 – Perfil e *feed* da página “Língua Portuguesa”. Fonte: Instagram (@linguaportuguesa_).

<h3>A domicílio / Em domicílio</h3> <p>A forma a ser escolhida dependerá da regência do verbo. Se eles exigirem a preposição "a", usa-se a domicílio; se não exigirem preposição, usa-se em domicílio.</p> <p>Exemplos:</p> <p>Levam-se encomendas a domicílio. (levar-se algo a algum lugar) Vamos a domicílio realizar o orçamento. (ir a algum lugar)</p> <p>Atende-se em domicílio. (atender-se alguém em algum lugar) Corta-se cabelo em domicílio. (cortar algo em algum lugar) Fazemos entrega em domicílio. (fazer algo em algum lugar) Faz-se atendimento em domicílio. (fazer algo em algum lugar)</p>	<h3>Exemplos de Antítese</h3> <p>Antítese é uma figura de linguagem caracterizada pela apresentação de palavras de sentidos opostos.</p> <p>A sina dos médicos é conviver com a doença e a saúde. De um lado há pobreza, do outro lado há riqueza. Ele estava entre a vida e a morte. Um dia a gente ri e no outro a gente chora. Alegrias e tristezas são constantes da vida. A educação é luz sobre trevas. Bonito para alguns, feio para outros. O soldado contava suas derrotas e vitórias. Vivemos num paraíso ou num inferno? Faça sol ou faça chuva, estarei no teatro. O céu e a terra se fundem como uma pintura. A luz e a escuridão estavam presentes em sua obra. O amor e o ódio são sentimentos bem próximos. Viver e morrer são as coisas mais naturais do mundo. Uma linha tênue separava a verdade da mentira.</p>	<h3>Espectador x Expectador</h3> <p>↓ Pessoa que assiste a um espetáculo ou presencia algo.</p> <p>↓ Alguém que está na expectativa de algo.</p> <p>Exemplos:</p> <p>Os espectadores gostaram muito da peça de teatro. O filme já foi visto por milhares de espectadores. A atriz comoveu os espectadores com sua atuação.</p> <p>Somos expectadores de mudanças no país. As crianças são grandes expectadoras do Natal. Todos são expectadores para que o bebê nasça com saúde.</p>												
<h3>Diminutivo</h3> <p>Por que o diminutivo de casa é casinha (com -s) e o diminutivo de bar é barzinho (com -z)?</p> <p>A regra diz:</p> <p>Se a palavra original for escrita com -s, o diminutivo deverá ser escrito com -s também. Se não for escrita com -s, o diminutivo deverá ser escrito com -z.</p> <table border="0"> <tr> <td>casa - casinha</td> <td>flor - florzinha</td> </tr> <tr> <td>curso - cursinho</td> <td>cão - cãozinho</td> </tr> <tr> <td>bolsa - bolsinho</td> <td>bar - barzinho</td> </tr> <tr> <td>lápis - lapisinho</td> <td>vinho - vinhozinho</td> </tr> <tr> <td>pires - piresinho</td> <td>café - cafezinho</td> </tr> <tr> <td>país - paisinho</td> <td>pai - paizinho</td> </tr> </table> <p>A mesma regra se aplica para o aumentativo. Ex: casa - casarão / pai - paizão</p>	casa - casinha	flor - florzinha	curso - cursinho	cão - cãozinho	bolsa - bolsinho	bar - barzinho	lápis - lapisinho	vinho - vinhozinho	pires - piresinho	café - cafezinho	país - paisinho	pai - paizinho	<h3>Presente do Indicativo</h3> <ul style="list-style-type: none"> Indica um fato que ocorre no momento em que se fala. Ex: <i>Admiro um pássaro colorido na árvore.</i> Indica um fato habitual, corriqueiro, frequente. Ex: <i>Meus cachorros sempre latem pela manhã.</i> Indica um fato atemporal, uma verdade absoluta ou tomada como tal. Ex: <i>"Saio da vida para entrar na história."</i> Indica um fato que já se iniciou e dura até o presente momento da declaração. Ex: <i>Os cientistas ainda estudam as vacinas contra Covid-19.</i> 	<h3>Classe Gramatical</h3> <p>A importância de analisar sempre o contexto.</p> <p>Ele faz tudo às claras. / As claras do ovo estão separadas.</p> <p>Às vezes eles caminham juntos na praia. As vezes que você faltou foram anotadas.</p> <p>Ele prefere dirigir à noite. / A noite parece estrelada.</p> <p>Entre e fique à vontade. / A vontade de comer é imensa.</p> <p>As caixas estavam à distância de 200m do público. A distância entre nós dois é constante.</p> <p><small>Os termos em destaque nas primeiras frases são locuções adverbiais e, nas segundas, são artigo + substantivo.</small></p>
casa - casinha	flor - florzinha													
curso - cursinho	cão - cãozinho													
bolsa - bolsinho	bar - barzinho													
lápis - lapisinho	vinho - vinhozinho													
pires - piresinho	café - cafezinho													
país - paisinho	pai - paizinho													

Figura 5 – Exemplos conteúdo instrucional sobre a Língua Portuguesa. Fonte: Instagram (@linguaportuguesa_).



5 PROJETO



5.1 METODOLOGIA E PROCESSO CRIATIVO

Como estratégia de validação para o desenvolvimento deste projeto, foi utilizado o modelo ADDIE como metodologia para organizar o planejamento. O nome do modelo é um acrônimo da sequência de suas fases de desenvolvimento, cuja finalidade é identificar e solucionar uma necessidade didática de um material instrucional. ADDIE é a abreviatura, em inglês, de *Analysis, Design, Development, Implementation e Evaluation* (Análise, Design, Desenvolvimento, Implementação e Avaliação).

A fase de análise consiste basicamente em entender o problema e determinar as necessidades para as quais se busca a solução com o projeto. Em seguida, define-se o público-alvo.

A segunda fase, denominada design, inicia-se após a avaliação do problema. É feito então um planejamento e, a partir disso, são definidas as estratégias de instrução, o conteúdo a ser ensinado, a(s) mídia(s) que será(ão) utilizada(s), as metas e os objetivos a serem cumpridos com o projeto.

A fase de desenvolvimento compreende a produção dos materiais planejados na fase de design.

Já a quarta fase, como o próprio nome diz, trata-se da implementação do material desenvolvido. Essa fase permite que o Designer teste todos os materiais para determinar se estão funcionando e se são adequados ao público-alvo.

A última fase é aquela em que ocorre a avaliação. São analisados os resultados da instrução frente aos objetivos propostos, de forma que os materiais produzidos possam ser revisados e melhorados. De acordo com Filatro (2008), essa fase inclui considerações sobre a efetividade da solução proposta, bem como a revisão das estratégias implementadas. É importante lembrar que nessa fase avalia-se tanto a solução educacional quanto os resultados de aprendizagem do público-alvo, que, em última instância, refletirá a adequação do Design Instrucional.

5.1.1 Análise

O Design Gráfico, por abranger a área de comunicação, marketing e publicidade, deve ser muito bem analisado e revisado em sua parte textual. Tal preocupação com o uso correto da Língua Portuguesa nessa área deve ser estimulada desde o início da faculdade, para que o aluno iniciante não se perca em vícios comuns de linguagem, prejudicando assim o seu futuro trabalho.

O pouco domínio da Língua Portuguesa pelos estudantes é observado desde o desenvolvimento de trabalhos acadêmicos, com diversos erros básicos que muitas vezes são passados despercebidamente. Em decorrência disso, os Designers dão início à carreira com o pouco conhecimento que têm de conteúdos básicos para o trabalho com comunicação visual. Assim, a probabilidade de erros em criações gráficas para futuros clientes só aumenta, pois não há o estímulo para esse aprendizado em momento algum.

Tal fato pode ser observado em perfis e páginas de mídias sociais que possuem conteúdos criados por Designers, sejam eles terceirizados ou pessoais. Abaixo são apresentados e comentados alguns exemplos de erros gramaticais comumente cometidos nessa área.

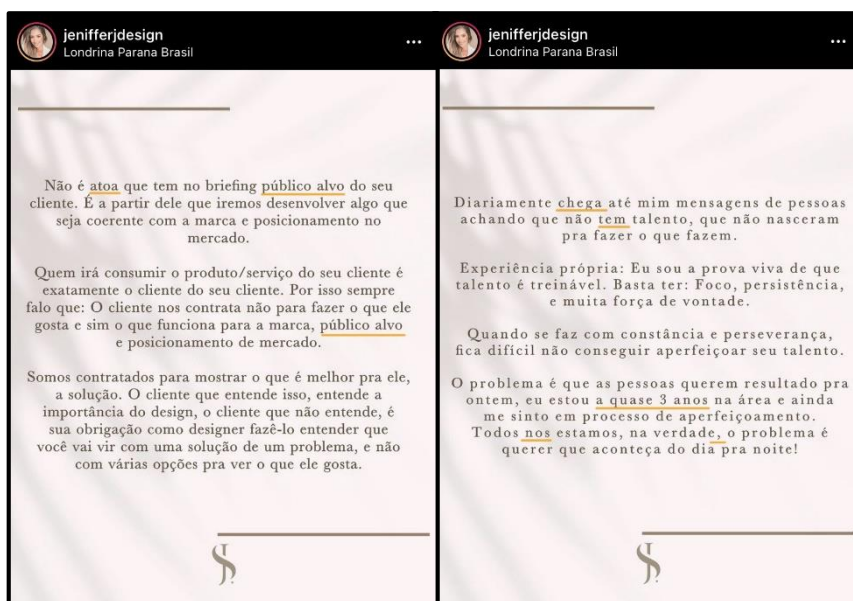


Figura 6 – Exemplos de erros de Português em perfil de Designer. Fonte: Instagram (@jenniferjdesign).

No exemplo acima, pode-se observar a grafia errada do termo “à toa” no primeiro *post*, que foi escrito sem separação e sem uso da crase, que é obrigatória nesse caso. Também temos o termo “público-alvo” escrito sem o uso do hífen, caracterizando outro erro. Já no segundo *post* apresentado, temos problemas de concordância no início da frase, além da falta de acentuação em “têm”, que deveria estar no plural. Outro erro observado – que infelizmente é muito comum atualmente – é a utilização do “a” em vez de “há” na frase que indica passado. Por fim, temos ainda a falta de acentuação em “nós” e também o uso indevido da vírgula na frase.



Figura 7 – Exemplos de erros de Português em perfil de agência de Design. Fonte: Instagram (@checkdsgn).

Já nesse outro exemplo apresentado, a publicação foi feita em um perfil de uma agência de Design. Nesse caso, tanto no *post* quanto na legenda, houve utilização incorreta dos “porquês”. O “porquê” apresenta 4 formas diferentes de escrita, sendo cada uma delas utilizada em situações diferentes. Além desse erro, também pode ser observado o termo “afim” utilizado incorretamente. Nesse caso, deveria ser escrito separadamente: “a fim”, pois significa “com a finalidade de”.



Figura 8 – Exemplos de erros de Português em perfil de Design. Fonte: Instagram (@faculdadedodesign).

Na primeira publicação acima, pode-se observar um erro talvez imperceptível para muitas pessoas. Trata-se da abreviatura de “horas”. A utilização correta é a letra “h”, sempre minúscula. O “H” maiúsculo representa o símbolo do elemento químico Hidrogênio. É muito comum observar tal erro em divulgações que contém horários especificados. Já no segundo *post*, foi utilizado o verbo “haver” em vez do termo comparativo “a ver”, erro também bastante cometido de forma geral.

Após as análises, foi definido o público-alvo para este projeto, qual seja preferencialmente estudantes e profissionais da área do Design Gráfico, apesar do conteúdo ser de grande valia e muito útil para todas as áreas que lidam com publicidade, marketing e comunicação visual.



5.1.2 Design

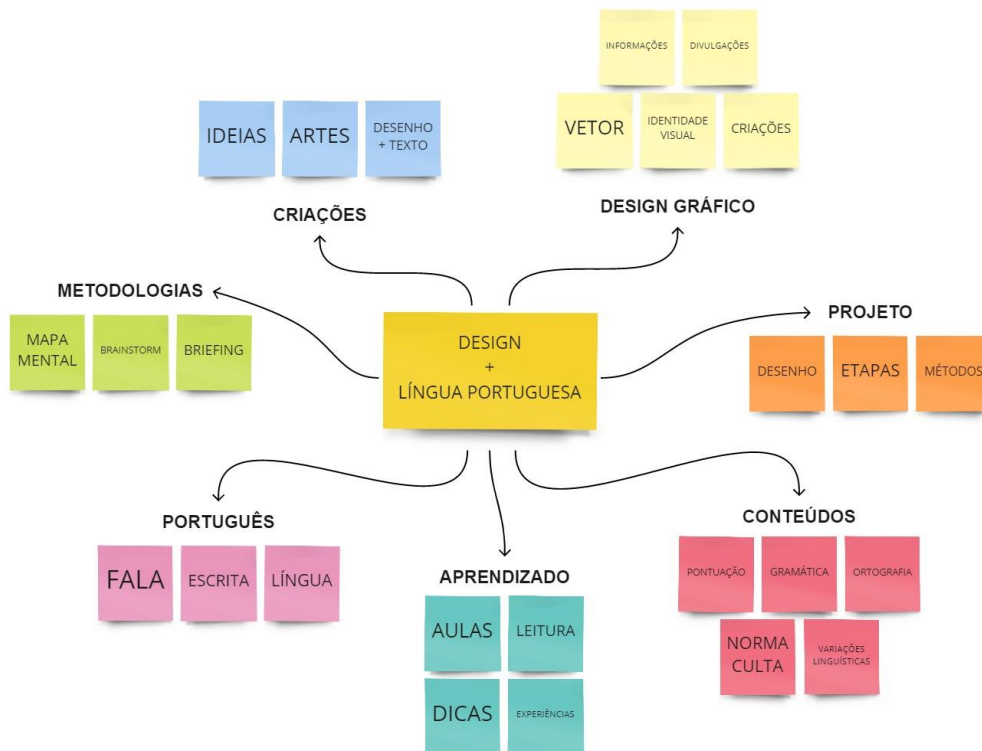
Tem-se como meta do projeto auxiliar no domínio de conteúdos básicos da Língua Portuguesa, utilizando o Design Gráfico, de uma forma rápida, prática e objetiva, facilitando o aprendizado por parte dos estudantes e profissionais do Design. Com isso, pretende-se agregar mais valor e qualidade ao trabalho realizado por Designers Gráficos ao instruir o bom e correto uso da Língua Portuguesa em suas criações.

O conteúdo foi disponibilizado através de um perfil na rede social Instagram, uma das mídias mais utilizadas atualmente. Trata-se de uma página pública, de livre acesso, com publicações sobre as regras básicas e dicas rápidas para evitar os erros mais comuns ao criar elementos textuais nas criações gráficas. Dessa forma, utilizando uma didática simples e prática, o público-alvo terá mais interesse em adquirir aquele conhecimento, que muitas vezes é visto como entediante. Além disso, foram utilizados os recursos interativos que a própria plataforma oferece, como enquetes, perguntas e testes para enfatizar e avaliar o conhecimento do que já foi ensinado na página.

5.1.3

Desenvolvimento

Para dar início, foi feito um mapa mental com o intuito de definir o nome a ser utilizado na página. A ideia inicial era fazer a junção da Língua Portuguesa com o Design. Com isso, foram pensados diversos termos relacionados a cada um dos assuntos mencionados, resultando no seguinte esquema:



miro

Figura 9 – Mapa Mental de conteúdos. Fonte: a autora.

Após simulações e testes com os termos, chegou-se ao nome definitivo: “Brainstorm do Português” (@brainstormdoportugues). A escolha se deu devido ao significado do termo “brainstorm”, que é uma ferramenta associada à criatividade e geralmente utilizada na fase de planejamento de um projeto, na busca de soluções para um determinado problema. O método foi criado em 1939 por Alex Osborn, que define o termo brainstorm como o ato de “usar o cérebro para tumultuar um problema” (OSBORN, 1987). O termo é também comumente

conhecido como “tempestade de ideias” e, relacionando-o ao objetivo da página, seu conteúdo e público-alvo, foi definido o nome final.

Já para a criação do símbolo da página, a partir da definição do nome, foi feito um segundo Mapa Mental – dessa vez com possíveis símbolos que pudessem representar o nome e seu significado:

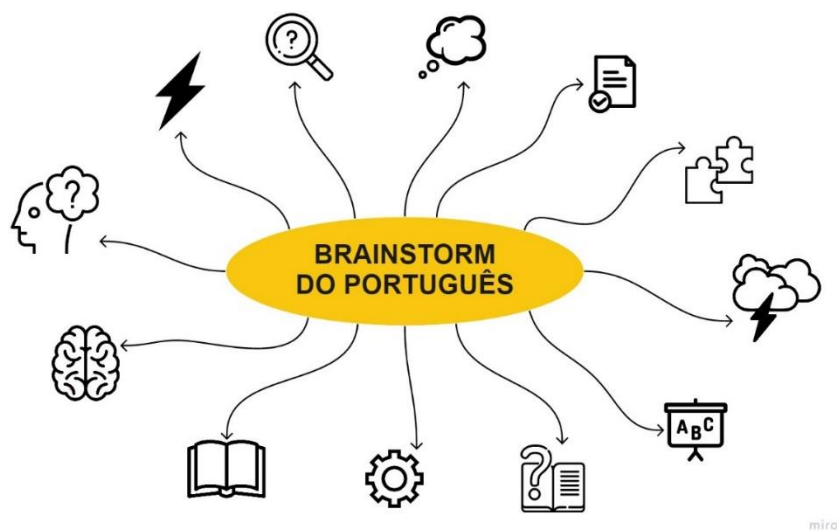


Figura 10 – Mapa Mental de símbolos/ícones. Fonte: a autora.

Após a análise do significado de cada símbolo e ao unir os aspectos mais importantes, chegou-se ao símbolo final para a identidade da página:



Figura 11 – Símbolo criado para o perfil “Brainstorm do Português”. Fonte: a autora.

Criou-se o símbolo de um cérebro, que ao mesmo tempo representa uma nuvem, da qual sai um raio simbolizando uma tempestade. Tal fenômeno se direciona ao livro, que traz consigo o significado da Língua Portuguesa, do estudo, do aprendizado. De uma forma geral, o símbolo representa uma tempestade de ideias/dicas relacionadas ao uso correto da nossa língua, fazendo jus ao nome escolhido: “Brainstorm do Português”.

Em relação às cores escolhidas, temos o amarelo e o branco como as principais no símbolo do perfil criado, além da cor preta que foi utilizada como complementar na composição gráfica para as publicações do *feed* e um tom mais claro de amarelo para harmonizar com o conteúdo. O resultado foi a seguinte paleta:

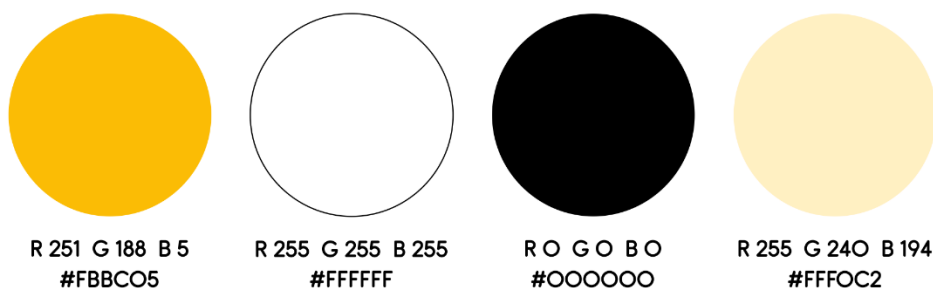


Figura 12 – Paleta de cores utilizada no projeto. **Fonte:** a autora.

Segundo Heller (2014), o amarelo é a cor da inteligência, representa a luz e a iluminação. Quando usado em tom chamativo, representa advertência. Apesar de sua extrema ambiguidade, é uma cor que simboliza o entendimento e a criatividade. Já a cor preta é definida como a mais objetiva das cores, sendo a predileta dos Designers e dos jovens. Além disso, é uma cor que facilmente se combina às outras, evitando possíveis problemas de contraste. Por último, temos a cor branca. Ela representa o bem, a perfeição, a inocência e a pureza.

A preferência pela fonte arredondada e sem serifa, juntamente à escolha das formas que caracterizam o padrão das publicações no perfil do Instagram, deram-se principalmente pelo fato de que:

o arredondamento tem como característica perceptiva marcante a suavidade, a brandura, a delicadeza e a maciez que as formas orgânicas geralmente transmitem. É um dos fatores que conduz, favorece e facilita a leitura visual, sobretudo, por causa da presença de tais formas na natureza (FILHO, 2008, p. 85).

O arredondamento também representa uma boa continuidade, ou seja, a configuração do objeto normalmente é percorrida de uma forma tranquila, sem dificuldades, sobressaltos visuais ou quebras (FILHO, 2008).



Figura 13 – Representação de publicações contínuas. Fonte: a autora.

Ainda sobre a escolha da tipografia, Ambrose e Harris (2011) caracterizam as fontes sem serifa como amigáveis, com um teor informal e descontraído, de uma maneira direta e objetiva. Quando mais grossa, a tipografia transmite certa segurança e confiança. Os cantos arredondados conferem uma sensação mais relaxada e visualmente atraente ao leitor, gerando um conforto. Tipografias com essas características geralmente são mais chamativas e legíveis, enquanto fontes angulares parecem muito formais.

A família tipográfica escolhida para este projeto foi “Antipasto”, bem como suas variações em espessura mais grossa. Trata-se de uma fonte geométrica sem serifa, projetada por Cosimo Lorenzo Pancini. É considerada uma tipografia ideal para designs divertidos, além de possuir uma boa legibilidade.

Antipasto

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

No desenvolvimento do conteúdo visual publicado no perfil, além das características estéticas já mencionadas, optou-se por um *feed* que ficasse chamativo ao público logo em sua primeira visita à página. A composição das publicações é feita de forma harmônica, dando continuidade visual uma à outra na sequência em que são publicadas, de forma que o desenho se encaixe quando visto de forma geral no perfil. Alguns *posts* também possuem mais de um elemento, necessitando do prosseguimento da leitura em uma segunda imagem, que também foi pensada de forma que houvesse a continuidade visual – os chamados *posts* em carrossel.

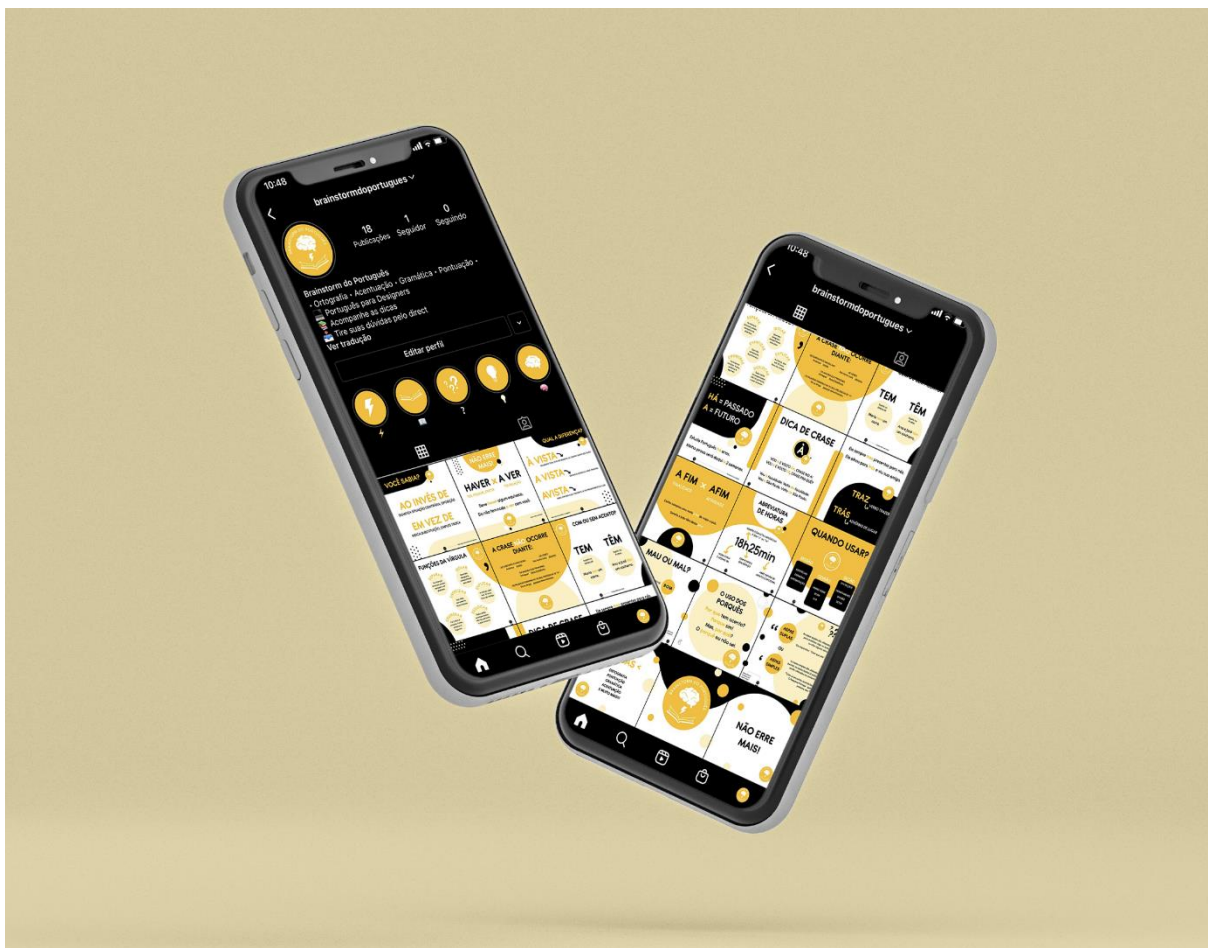


Figura 14 - Representação do *feed* com publicações contínuas e harmônicas. Fonte: a autora.

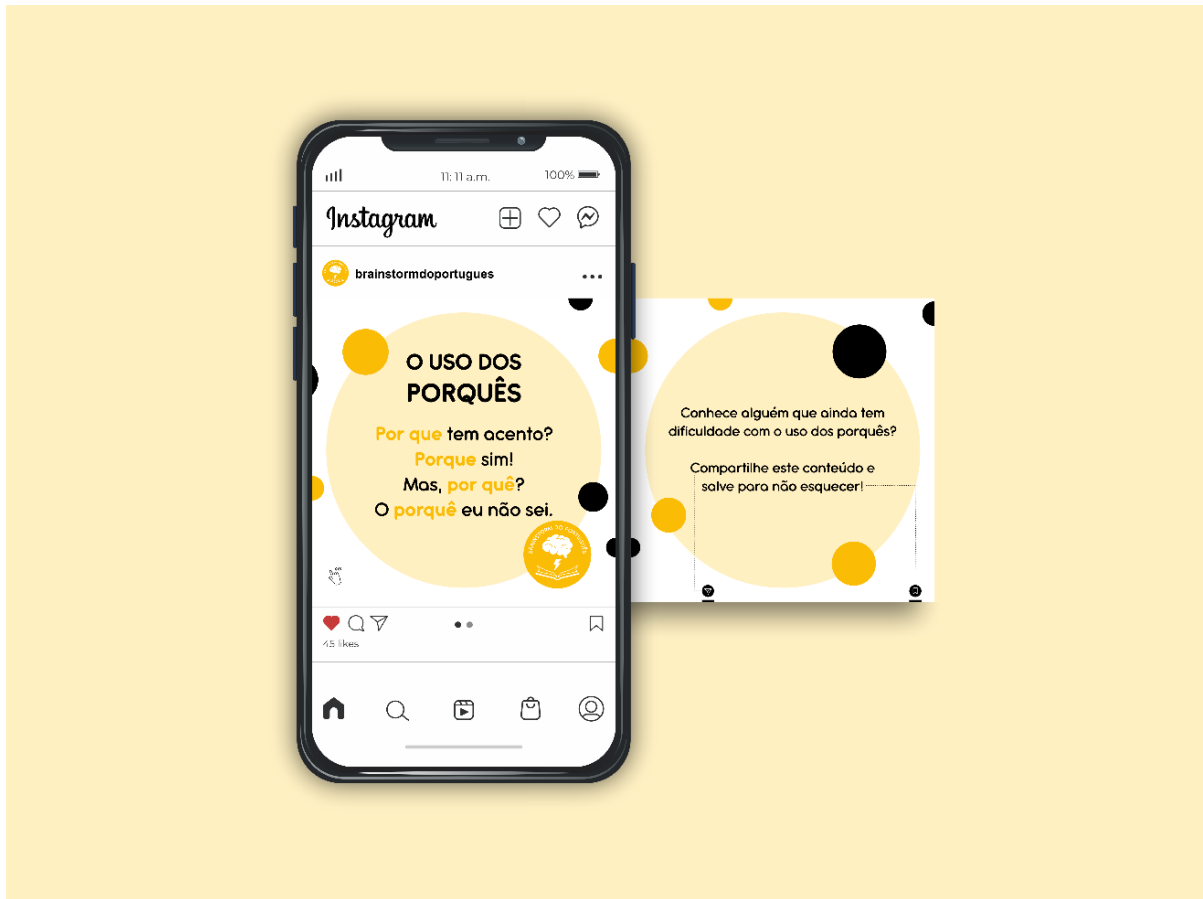


Figura 15 – Representação de um *post* em carrossel. Fonte: a autora.

Em relação ao conteúdo abordado pela página criada, teve-se como base a norma padrão da Língua Portuguesa, incluindo ortografia, acentuação, gramática, entre outros. Como referencial, foi utilizada a Nova Gramática do Português Contemporâneo, de Celso Cunha e Lindrey Cintra. Ademais, serão feitas interações e testes rápidos com os usuários utilizando as próprias ferramentas do Instagram, para que o público pratique os conhecimentos adquiridos através da página, reforçando o aprendizado.

Além das características mencionadas, pode-se observar também que a montagem do conteúdo foi feita de forma simples, prática, objetiva e divertida, para que o leitor não perca o interesse em se informar sobre o assunto ali apresentado. Optou-se pela menor quantidade possível de texto e pela organização descontraída dos elementos na imagem. Alguns *posts* necessitam que o conteúdo seja complementado na legenda para facilitar o entendimento. Já outros temas mais simples e de fácil explicação são totalmente expostos na imagem do *post*, sendo reforçados apenas com exemplos na legenda.

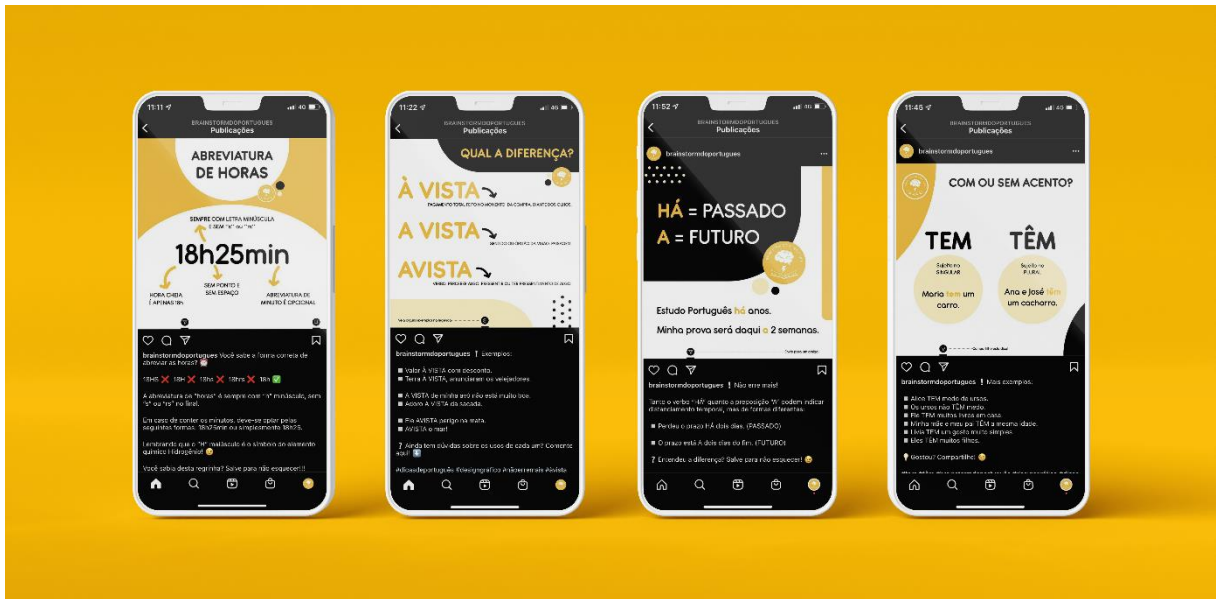


Figura 16 – Exemplos de publicações da página. Fonte: a autora.

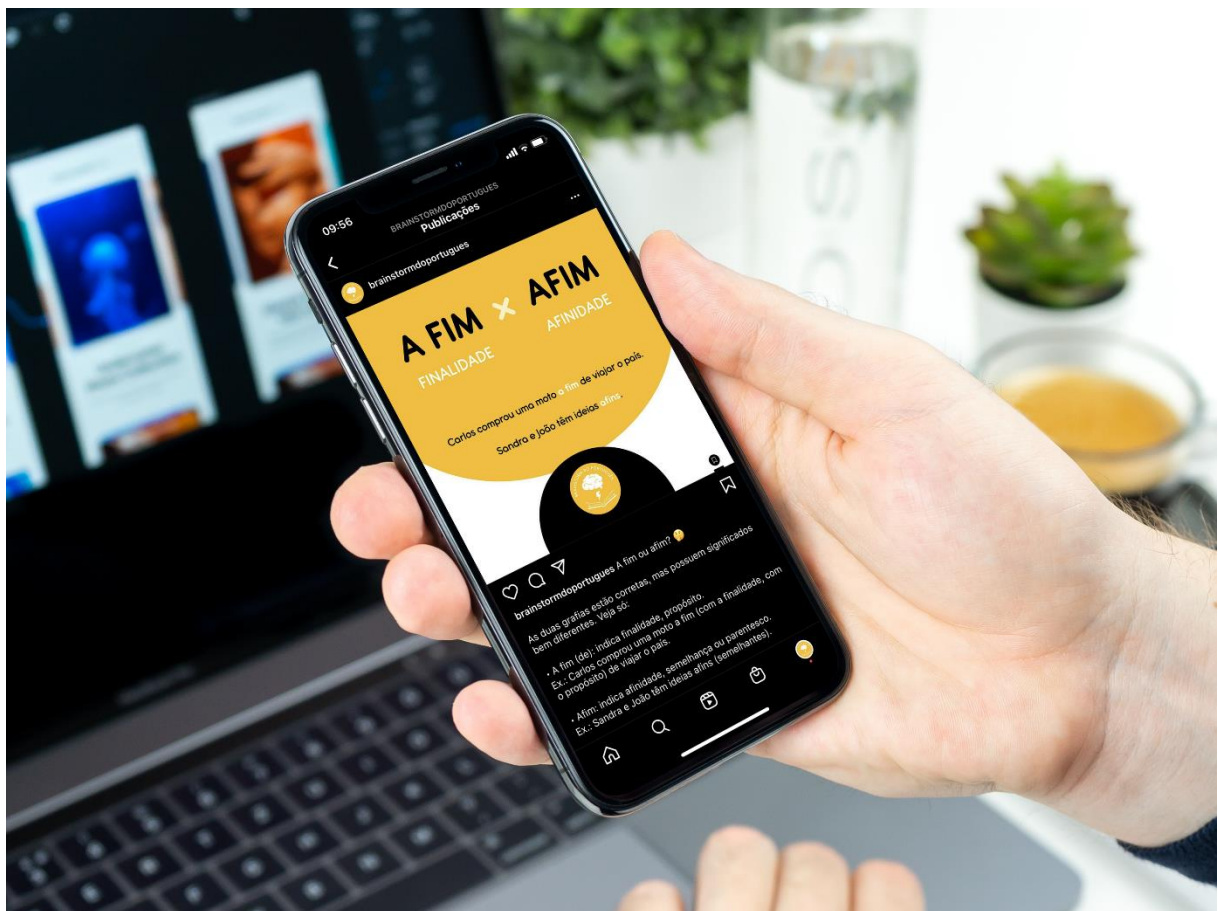


Figura 17 – Post explicativo sobre o uso de “a fim” e “afim”. Fonte: a autora.

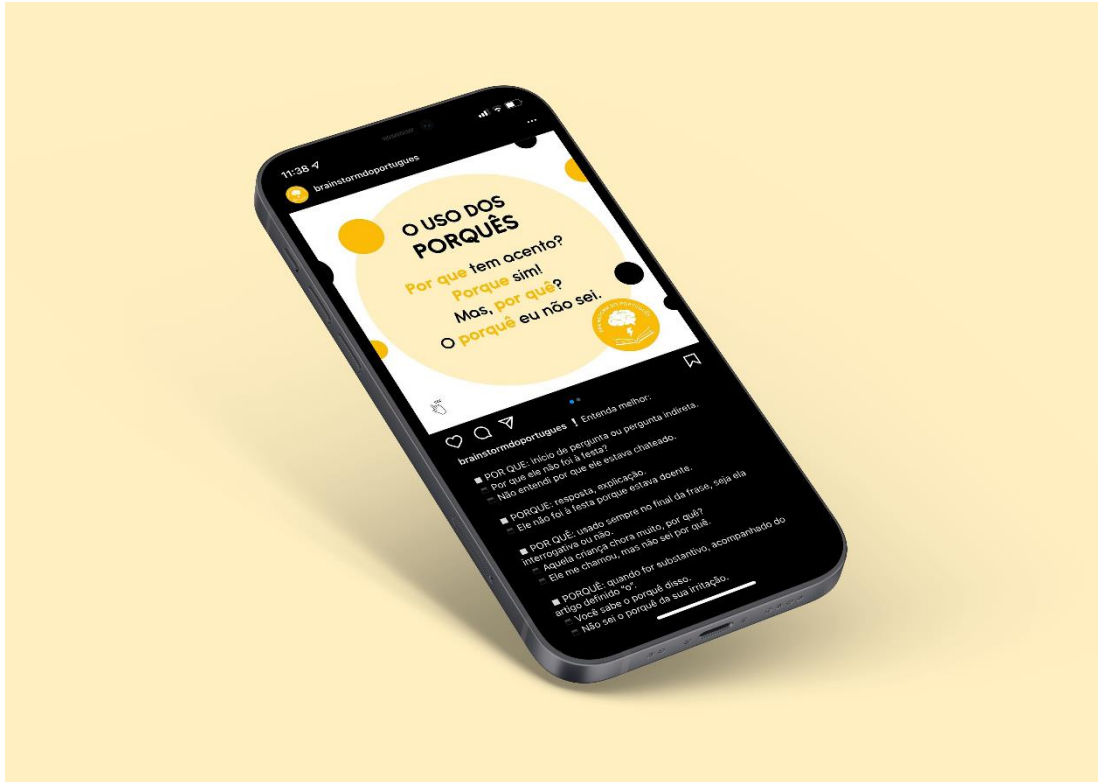


Figura 18 – Post explicativo sobre o uso dos “porquês”. Fonte: a autora.

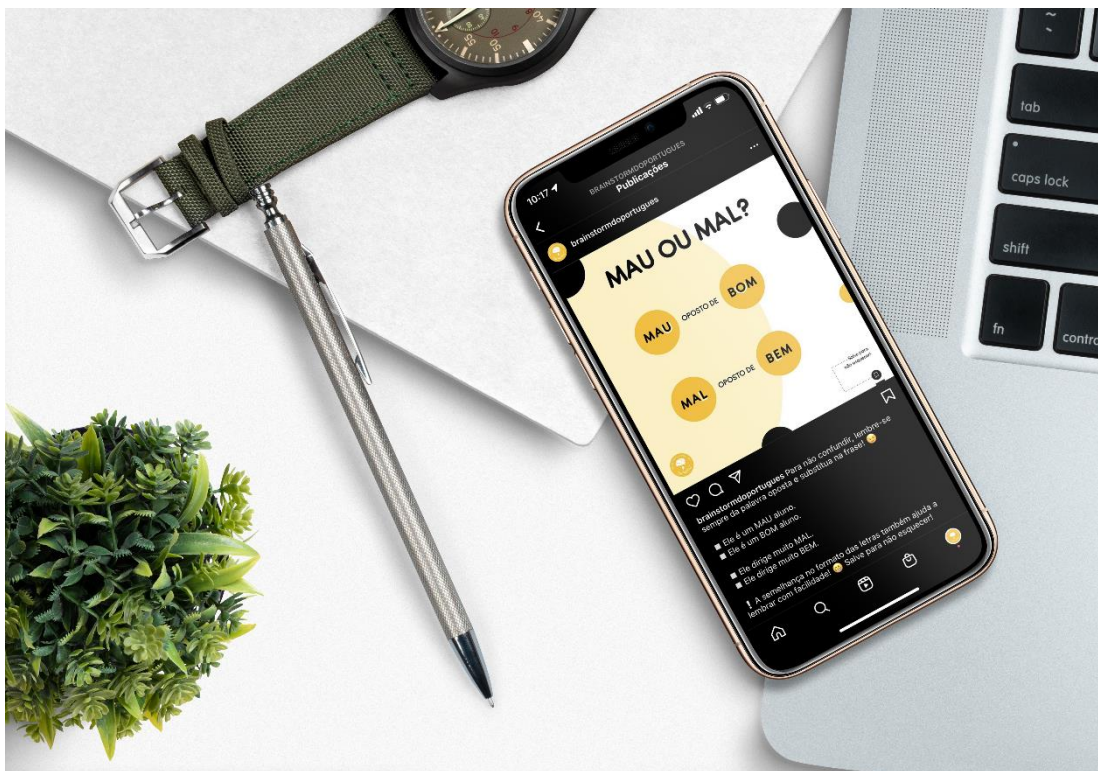


Figura 19 – Post explicativo sobre a diferença entre “mau” e “mal”. Fonte: a autora.

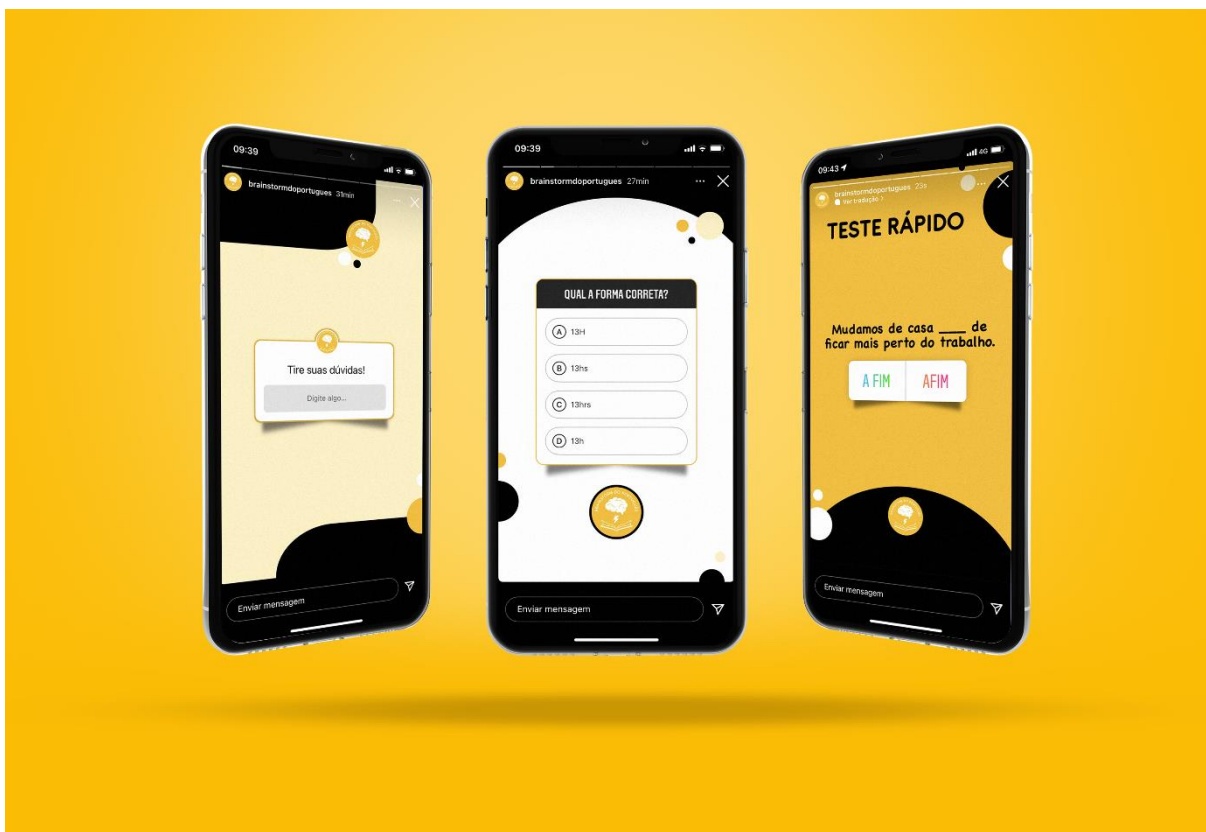


Figura 20 – Exemplos de conteúdos interativos nos *stories*. Fonte: a autora.

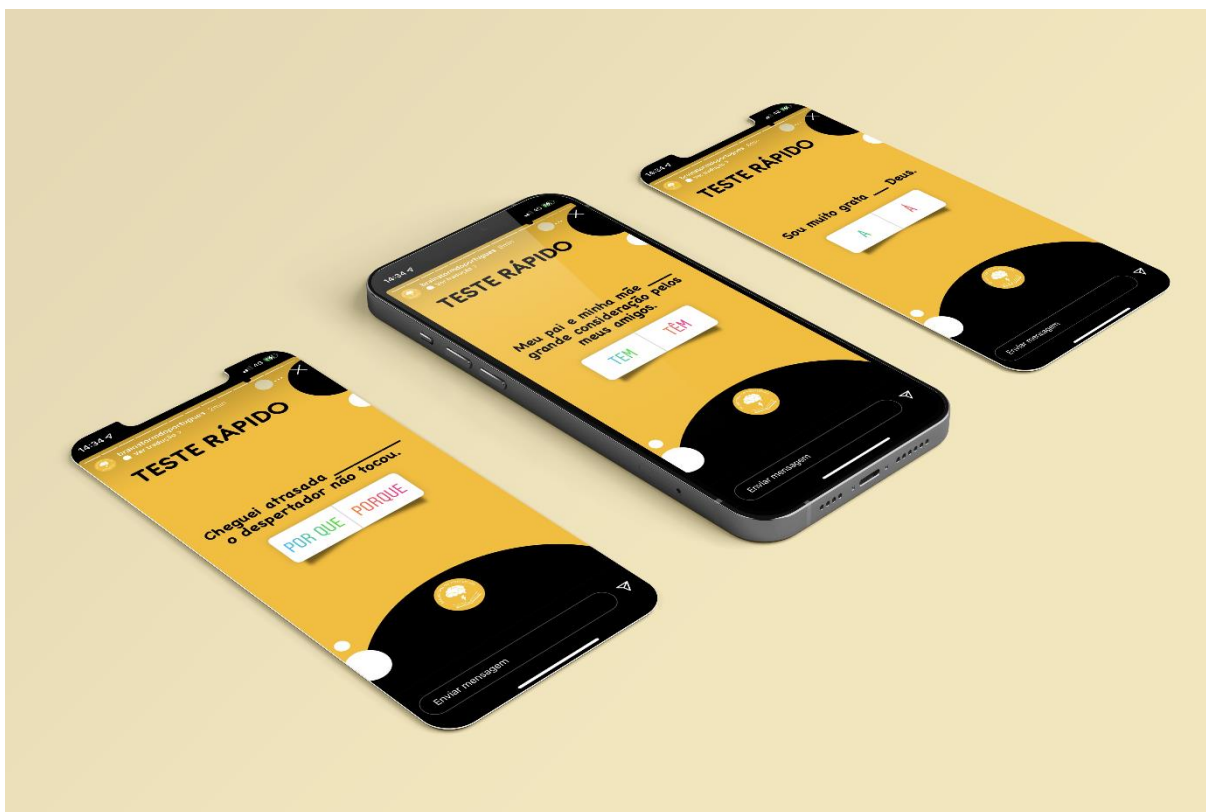


Figura 21 – Exemplos de testes rápidos feitos nos *stories*. Fonte: a autora.



Figura 22 – Exemplos de perguntas para testar o conhecimento adquirido. Fonte: a autora.



5.1.4

Implementação

Como próximos passos, prevê-se a disseminação do projeto realizado através da divulgação do perfil no Instagram.



5.1.5

Avaliação

Para avaliação, prevê-se a realização de enquetes (a partir de próprios recursos da plataforma Instagram) para que os usuários possam avaliar e dar feedbacks curtos sobre o trabalho realizado.

Além disso, será disponibilizado e divulgado, no próprio perfil, um link com direcionamento para um formulário mais amplo, visando uma avaliação mais completa e análise de resultados.



6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Aliar Língua Portuguesa e Design Gráfico pode parecer, num primeiro momento, pouco usual. Porém, pode-se dizer que hoje são áreas extremamente próximas, principalmente a partir do surgimento do período WEB 2.0. Nesse sentido, o presente trabalho apresentou uma proposta de inter-relação entre essas duas áreas, de modo a evidenciar a importância da utilização apropriada da Língua Portuguesa pelo profissional Designer Gráfico. A proposta apresentada procurou criar um ambiente digital com intuito de desenvolver a habilidade do uso da Língua Portuguesa por profissionais e estudantes de Design. Esta proposta foi elaborada considerando o contexto do movimento WEB 2.0 e WEB 3.0, e, portanto, lançando mão de um recurso atual e com grande número de usuários: o Instagram. Além disso, a proposta fez uso de recursos tradicionais do Design, como o Design Instrucional e a metodologia ADDIE, bem como habilidades profissionais desenvolvidas ao longo da graduação como o uso prático de softwares gráficos e o conhecimento teórico sobre recursos digitais como tipografia, paleta de cores, formatos de imagem, etc. Nesse sentido, considera-se que o resultado apresentado foi satisfatório ao conseguir expor uma proposta de comunicação visual capaz de auxiliar estudantes e profissionais da área do Design, ao passo que ressalta a valorização da Língua Portuguesa Brasileira. Não obstante, foi possível destacar as competências gerais do Designer como um profissional que deve estar constantemente atualizado para se consolidar cada vez mais no mercado de trabalho.

REFERÊNCIAS

- AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. **Tipografia**. 1ª. ed. [S. l.]: Bookman Editora, 2011. 184 p.
- BARBOSA, Claudia et al. **Utilização do Instagram no ensino e aprendizagem de português língua estrangeira por alunos chineses na Universidade de Aveiro**. Revista Latinoamericana de Tecnología Educativa-RELATEC, v. 16, n. 1, p. 21-33, 2017.
- CAETANO, L. M. D.; NASCIMENTO, M. M. N. **Tecnologia e pedagogia: caminhos para o sucesso**. In: Marcelo Vieira Pustilnik. [Org.]. **Robótica Educacional e Aprendizagem: o lúdico e o aprender fazendo em sala de aula**. 1ed. Curitiba: CRV, 2018, v. 1, p. 23-38.
- Dafont. **Antipasto font**. Dafont, 2021. Disponível em: <<https://www.dafont.com/pt/antipasto.font>>. Acesso em: set. 2021.
- FILATRO, Andrea. **Design instrucional na prática**. 1ª. ed. [S. l.]: Editora Pearson, 2008.
- FILHO, João Gomes. **Gestalt do objeto: Sistema de leitura visual da forma**. 8ª. ed. rev. São Paulo: Escrituras Editora, 2008.
- GAGNÉ, Robert M.; WAGNER, Walter W.; GOLAS, Katharine C.; KELLER, John M. **Principles of Instructional Design**. 5ª. ed. [S. l.]: Editora Wadsworth, 2004.
- GOMES, Alexandra Isabel Cruchicho Barreiros; DA GRAÇA GUEDES, Maria. **Design: a construção contínua de competências**. 2009. Tese de Doutorado. Universidade do Minho [Portugal].
- H. SILVA, Thiago et al. **Uma Fotografia do Instagram: Caracterização e Aplicação**. Revista Brasileira de Redes de Computadores e Sistemas Distribuídos, [S. l.], june 2017.
- HELLER, Eva. **A psicologia das cores: Como as cores afetam a emoção e a razão**. 1ª. ed. [S. l.]: Editora Olhares, 2014.
- KURT, S. "**ADDIE Model: Instructional Design**," in Educational Technology, August 29, 2017. Disponível em: <<https://educationaltechnology.net/the-addie-model-instructional-design/>>
- MALFACINI, Ana Cristina dos S. **Breve Histórico do Ensino de Língua Portuguesa no Brasil**. CATALOGAÇÃO NA FONTE UERJ/REDE SIRIUS/NPROTEC, p. 45. IDIOMA, Rio de Janeiro, nº. 28, p. 45-59, 1ª. Sem. 2015.
- OLIVEIRA, AS de; JAYME, L de R; ALMEIDA, F; CARMONA, F. **Arquitetar para ensinar: design instrucional no ensino remoto**. Medicina (Ribeirão Preto) [Internet]. 23 de agosto de 2021, 54(Supl 1):e-184766. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/rmrp/article/view/184766>>.
- OLIVEIRA, Yuri Rafael de. **O Instagram como uma nova ferramenta para estratégias publicitárias**. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORDESTE. 16., 15 a 17 maio 2014, João Pessoa. Anais. São Paulo: Intercom, 2014.

OSBORN, A., 1987. **O Poder Criador da Mente**: princípios e processos do pensamento criador e do “brainstorming”. Traduzido por E. Jacy Monteiro. São Paulo: Ibrasa editora.

PIZA, Mariana Vassallo. **O fenômeno Instagram**: considerações sob a perspectiva tecnológica. 2012. 48 f., il. Monografia (Bacharelado em Ciências Sociais)–Universidade de Brasília, Brasília, 2012.

PRIMO, A. (2007). **O aspecto relacional das interações na Web 2.0**. *E-Compós*, 9. Disponível em: <<https://doi.org/10.30962/ec.153>>.

Statista. **Number of Instagram users worldwide from 2016 to 2023**(in millions). Statista, 2021. Disponível em: <<https://www.statista.com/statistics/183585/instagram-number-of-global-users/>>. Acesso em: set. 2021.

TELLERÍA, Ana S. **Design ciberjornalístico**: evolução, critérios e desafios. Matrizes [en linea]. 2012, 5(2), 269–285 [acessado em 15 de Outubro de 2021]. Disponível em: <<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=143023787014>>.