



## Linguagem simples associada ao Design da Informação com foco na comunicação ambiental e na sustentabilidade

*Plain language associated with the Information Design with a focus on environmental communication and sustainability*

Meiriédna Queiroz Mota e Hans da Nóbrega Waechter

*linguagem simples, sustentabilidade, design da informação, representações sociais*

*O foco deste artigo é propor que a linguagem simples aliada ao design da informação pode gerar maior entendimento das peças comunicacionais de educação ambiental e sustentabilidade. A partir de um levantamento teórico que faz parte de uma pesquisa, a proposta é pensar as articulações que circundam conceitos como: representações sociais de Serge Moscovici, linguagem simples e design da informação. A hipótese deste artigo é que com a aplicação da linguagem simples no design da informação em materiais comunicacionais voltados para públicos diversos poderá ser aprimorada a compreensão da mensagem.*

*plain language, sustainability, information design, social representations*

*The focus of this paper is to propose that the plain language allied to information design can generate greater understanding of communication pieces of environmental education and sustainability. From a theoretical survey that is part of a search, the proposal is to think the joints surrounding concepts such as social representations of Serge Moscovici, simple language and information design. The hypothesis of this paper is that in the application of simple language in the design information communication materials aimed at different audiences may be enhanced understanding of the message.*

### 1 Introdução

A questão ambiental está tão inserida em nosso cotidiano que não há mais espaço para a ignorância de seus processos e de suas consequências. A relação meio ambiente e produção industrial chegou em uma fase que suas estruturas sistêmicas já estão entrelaçadas por vieses institucionais e legais.

Mas diante desse cenário percebe-se ainda um atraso na educação ambiental, no diálogo com as comunidades e a consciência de como fazer um projeto de gestão ambiental por parte dos designers em prol da sustentabilidade.

Saber que é importante a responsabilidade ambiental é um fato. Saber da necessidade da produção industrial ser sustentável é um fato. Mas as pessoas, de forma ampla e heterogênea, estão conseguindo entender isso? Além de todas as outras informações do cotidiano delas alie-se às questões de comportamentos, identidade e de formação das representações sociais.

A ideia deste artigo é justamente ampliar a associação da linguagem simples no design da informação aliada à teoria da Representação Social de Serge Moscovici a partir dos aspectos simbólicos envolvendo a construção midiática e a comunicacional do tema sustentabilidade. A partir do cerne das representações e como esta construção pode influenciar em todo o discurso da educação ambiental e da sustentabilidade na contemporaneidade.

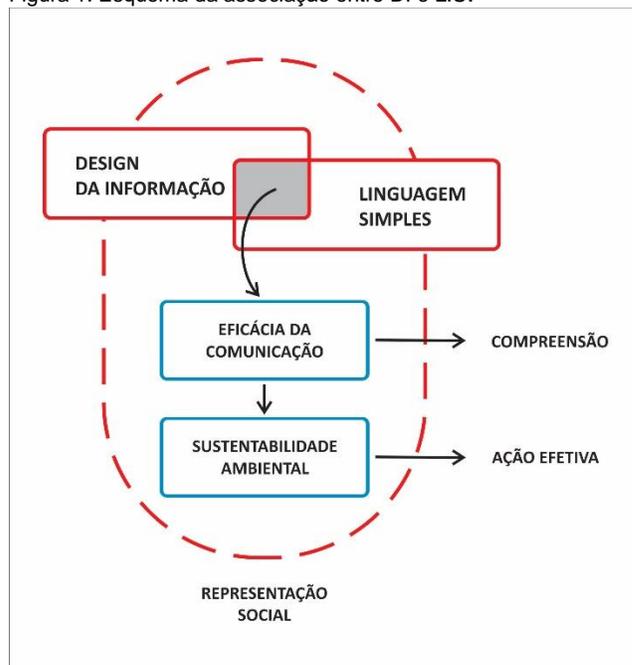
No Brasil, já se pesquisa o termo linguagem simples associado ao design da informação na Escola de Comunicação e Artes da USP (ECA-USP) desde 1988. E, desde então, vem se ampliando para pesquisas na pós-graduação com o intuito da informação ser reconhecida pelo público a que a informação se destina.

O grupo de pesquisa da ECA tem em comum pesquisa e produção de materiais comunicacionais com o propósito de informar o público adulto da cidade e do campo entre eles municípios e cidades paulistas, funcionários e clientes de empresas e órgãos públicos, participantes de movimentos sociais, mulheres rurais e outros.

Neste artigo, o propósito é focar na importância destes estudos com ênfase na comunicação da educação ambiental e sustentabilidade para públicos diversos incluindo crianças. Este artigo é parte do levantamento teórico de uma pesquisa em prol do esclarecimento do estado da arte de termos, tais como: linguagem simples, representações sociais, saber ambiental, design da informação e gestão ambiental.

A figura a seguir apresenta graficamente a proposta do artigo: a associação entre design da informação (DI) entre linguagem simples (L.S.) para a eficácia na comunicação.

Figura 1: Esquema da associação entre DI e L.S.



## 2 Linguagem Simples

A partir dos conceitos dos designers e pensadores do design da informação percebe-se uma relação estreita em buscar a compreensão de quem ver ou ler o artefato de design. O design da informação assim, também, teria a preocupação de ser compreensível não apenas para uma

fatia de usuários, mas para a maioria deles. Teria uma obrigação de ser entendido na forma de se apresentar. Para pensarmos mais sobre isso é importante fazer um mapeamento de instituições e pensadores que já registraram esta mesma relação tais como o Isotype, Gui Bonsiepe, Jorge Frascara, Rob Waller, Lívio Oliveira e Maria Otília Bocchini.

Esta relação vem desde o conceito do IIDD, Instituto Internacional do Design da Informação, quando afirma que design da informação é “a definição, planejamento e modelagem dos conteúdos de uma mensagem e do ambiente em que ela é apresentada, com a intenção de satisfazer às necessidades de informação dos destinatários”. Esta satisfação citada na definição seria a compreensão da informação?

O Isotype, Sistema Internacional de educação tipográfica, foi um método para criar, configurar e divulgar informações e estatísticas através de meios pictóricos. A história do Isotype revela um método pioneiro de comunicação visual que tem exercido uma influência inegável no design da informação. Seu início foi em Viena em 1920 e logo se espalhou pela Europa, Estados Unidos e União Soviética. Na década de 1960 já era utilizado em vários projetos onde se buscava a comunicação com pessoas de todas as idades e nacionalidades. O método caracteriza-se “pela coerência na utilização de elementos gráficos. Os elementos básicos são pictogramas - fotos simplificadas de pessoas ou coisas, destinadas a funcionar como unidades repetitivas.” (Isotype, 2012)

No mesmo caminho, mas não necessariamente se utilizando deste modelo de construção da informação construído pelo Isotype, mas tendo uma análise com dados de instituições públicas é o trabalho do Lívio de Oliveira e da Maria Otília Bocchini. A relação é no foco da linguagem de produção de entendimento do design da informação. No artigo apresentado, os autores analisam materiais comunicacionais produzidos por três prefeituras onde o foco era o público geral destas cidades. O que eles consideraram é que: “Para esses públicos amplos, quase sempre com grandes parcelas de leitores pouco proficientes, é particularmente importante que as publicações associem design da informação e linguagem simples.” (Oliveira; Bocchini, 2014).

A informação precisa ser apreendida por usuários de diversas faixas etárias e níveis de formação educacional quando se trata de informações de instituições públicas e, principalmente, quando se trata de informações com dados estatísticos. A função deste designer da informação é equilibrar, ou até traduzir, o texto, a informação numérica e a imagem.

Seguindo com esta reflexão, Gui Bonsiepe em seu livro *Design, Cultura e Sociedade*, apresenta esta relação quando afirma que a comunicação eficiente se dá no uso de um componente estético. Ele lembra que os recursos linguísticos pertencem à retórica e que esta tem a ver com a construção estética do discurso, com o objetivo de chamar a atenção do público e prevenir o aborrecimento. Para ele, o design da informação se assemelha a compreensão tradicional da retórica: “sua contribuição consiste em reduzir complexidade cognitiva, produzir clareza e, dessa maneira, contribuir para uma melhor compreensão. Isso se consegue mediante uma aplicação equilibrada dos recursos audiovisuais.” (2011: 88)

No mesmo sentido de interpretação do conceito de Design da Informação, vamos ter em Jorge Frascara outro teórico que vai ao encontro destas questões levantadas anteriormente. Para ele, o design da informação consiste em dois campos diferentes de atuação: a organização da informação e o planejamento da apresentação visual. Estes dois campos se configuram em duas tarefas distintas que requerem habilidades para processar, organizar e apresentar formas verbais e não verbais de informações. A organização da informação requer uma boa proximidade da estrutura lógica e do processo cognitivo. A apresentação visual da informação requer conhecimento sólido da legibilidade dos símbolos, letras, palavras, sentenças e textos. Ela também requer um conhecimento profundo da capacidade informacional das imagens e de suas efetivas articulações com textos. (2004:147)

Frascara vai além das questões de conteúdo e forma do design quando afirma que o design da informação pode ser visto a partir de três diferentes objetivos: ele pode ajudar a fazer a vida mais segura (em relação à saúde e a segurança), ele pode ajudar a fazer a vida mais fácil (como o design instrucional e a administração de documentos), e pode ajudar a fazer a vida melhor (fazer a informação pública mais clara, sociedade mais justa, e lidar com informações prazerosas). Design da Informação pode ser muito útil para facilitar as necessidades diárias na vida, prover assistência para viagens, ajudar a entender documentos legais, ou uma forma de arquivar um imposto. E lista alguns dos artefatos que o design da informação pode ajudar na vida cotidiana das pessoas: uma folha de jornal, o tempo da estação de trem, o protocolo de procedimento do hospital, as placas de sinalização na rua, ou a conta de energia. Para ele, a clareza nas coisas cotidianas pode ser uma contribuição substancial na inclusão social, onde todos se sentem bem e respeitados, salvos independentes. (IIID, 2011)

O design da informação amplia a possibilidade de ser cada vez mais um processo factível a partir do conhecimento do profissional de disciplinas como percepção e cognição humanas. Como confirma Robert Jacobson “o design da informação, qualquer que seja seu rótulo, irá reforçar a capacidade da nossa sociedade para coletar, processar e difundir informações e para produzir entendimento.” (2000: 11)

Não há um consenso para o conceito de design da informação e muito menos em relação a associação do design da informação e linguagem simples, mas é importante apontar que este pode ser um caminho para o entendimento de informações complexas com o foco em um público mais amplo com diferentes níveis escolares.

A possibilidade do design da informação ajudar na compreensão destas mensagens é muito maior porque desde sua concepção há uma preocupação com ela. Mas há muito o que pesquisar e o que entender da percepção e da compreensão humana. Saber o caminho da satisfação da necessidade de compreensão e de comunicação do ser humano é um desafio para os designers da informação e requer conhecimento inter e multidisciplinar. Precisa se entender o contexto, a cultura e a identidades deste público.

### **3 Representações sociais e sua estreita relação com a compreensão da informação**

A partir desta proposta inter e multidisciplinar propomos uma pesquisa aprofundada nas questões levantadas por Serge Moscovici (2012) e na teoria, por ele cunhada, das representações sociais. Para ele, as representações sociais podem levar a um entendimento maior do público em relação às mensagens comunicacionais.

A ideia de simbologia de Moscovici como construção de um senso comum, que é a origem das representações sociais, tem uma articulação com as construções do discurso muito relevantes a comunicação. As representações sociais carregam em si os sentidos que damos ao mundo, tem em si o objetivo de abstrair sentido deste mundo e incluir ordem e percepções. No processo de criação do discurso comunicativo as representações sociais servem como uma maneira de ajudar ao entendimento do que está sendo comunicado. Segundo Moscovici, as representações vão possuir sempre duas faces, que estão em interdependência, uma face icônica e outra simbólica. Ele afirma que a representação iguala toda imagem a uma ideia e toda ideia a uma imagem. (2012:46)

Nesta relação imagética (face icônica) de produção do sentido em relação às representações sociais, a comunicação vai dizer aquilo que as pessoas comuns já sabem e querem ouvir e ver. E assim entender o que está sendo dito. Estas pessoas tendem a perceber e considerar o mundo de forma semelhante até porque o mundo em que vivemos é social.

Para Moscovici, a linguagem, excluída da esfera da realidade material, re-emerge na esfera da realidade histórica e convencional; e, se ela perdeu sua relação com a teoria, ela conserva sua relação com a representação, que é tudo o que ela deixou. (idem: 47)

A linguagem para a proposta da educação ambiental bebe na fonte desta possibilidade. Da possibilidade da maioria das pessoas entenderem este discurso e, em consequência, seguirem este “conselho” ou este “hábito”. Mas este discurso precisa já ser uma representação, já ser um mito, já estar inserida na cultura daquela comunidade. Seria hoje o comportamento socialmente responsável um mito? O conceito da sustentabilidade seria hoje uma esfera da representação social? As pessoas que consomem de forma a respeitar o meio ambiente já se tornaram um estereótipo? E a linguagem simples, neste caso, seria uma forma de cruzamento entre estas representações já “conhecidas” e a melhor forma de representá-las?

Para entender melhor estes questionamentos precisa-se aprofundar em dois conceitos que Moscovici levanta tratando destas questões relacionadas às relações culturais e imagéticas das representações como forma de entender e explicar o mundo em que vivemos: o conceito de ancoragem e o da objetivação.

A ancoragem é o conceito de transformar o novo em algo que já existe, a partir de classificação ou contextualização, coisas que não são classificadas e que não possuem nome são estranhas, não existentes e ao mesmo tempo são ameaçadoras. Esse seria o primeiro passo para superar a resistência que temos instintivamente ao novo. Para ele, pela classificação do que é inclassificável, pelo fato de se dar um nome ao que não tinha nome, nós somos capazes de imaginá-lo, representá-lo.

Classificar é organizar em limites de linguagem, geográficos e de hábitos, é escolher a partir das referências que temos e, assim, estabelecer o que é positivo ou negativo. Quando é positivo, aceitamos, quando é negativo, rejeitamos.

Para Moscovici, a classificação acontece a partir das analogias que fazemos entre pessoas e protótipos, estes já foram aceitos como representantes de uma categoria, assim as pessoas são definidas através da aproximação, ou da coincidência com o protótipo. “Desse modo, não podemos nunca dizer que conhecemos um indivíduo, nem que nós tentamos reconhecê-lo, isto é, descobrir que tipo de pessoas ele é, a que categoria pertence e assim por diante”. (idem: 64)

Todavia, a necessidade de definir a não familiaridade reflete uma atitude específica para com o objeto, um desejo de defini-lo como algo comum ou incomum. Contudo, os nossos preconceitos só podem ser superados através da mudança de nossas representações sociais, da cultura e da nossa natureza humana.

Além disso, as representações excluem o pensamento ou a visão que não possuem ancoragem, o ponto de vista tem que ser baseado no senso comum, porque o principal objetivo da classificação é facilitar a interpretação de características que são subjacentes às ações das pessoas, é formar opinião.

O outro conceito, o da objetivação, tem como fundamento a descoberta da qualidade icônica de um conceito, ou do ser impreciso; é reproduzir o conceito em uma imagem. A partir do momento que se estabelece que se fala sobre algo é porque existe um sentido para tal, se aceita que as palavras falam sobre alguma coisa ou fato e que se precisa ligá-las a este algo, neste instante que se precisa encontrar equivalentes não verbais para elas acontece a objetivação.

Mas nem todas as palavras podem ser conectadas a imagens, ou por falta de acesso ou por serem consideradas tabus na sociedade. Um exemplo seriam as dualidades mais comuns, tais como involuntário-voluntário, alma-corpo e interno-externo que se encontram um sobre o outro no espaço.

No primeiro momento, ele destaca que a sociedade seleciona o que pode ser figurativo, a partir das tradições ou de imagens vistas anteriormente. A aceitação de um protótipo acontece pelo fato de ele possuir um forte referencial, mas esse protótipo precisa se adequar a modelos atuais. Com isso, fica fácil falar sobre tudo o que se relacione a esse modelo. Surgem, assim,

clichês que o reduzem a imagens, que anteriormente eram diferentes, mas que anexando semelhanças tornam-se mais fáceis de serem entendidas.

Em um segundo momento a imagem é totalmente assimilada e o que é visto substitui o que é pensado. "Se existem imagens, se elas são essenciais para a comunicação e para a compreensão social, isso é porque elas não existem sem realidade (e não podem permanecer sem ela), do mesmo modo que não existe fumaça sem fogo". (idem: 74)

Cada cultura possui instrumentos próprios para transformar suas representações em realidade. Em algumas foram pessoas, em outras foram animais e, desde o século XV, as máquinas ao invés de criaturas vivas. As sociedades não só imaginam um objeto como também, criam em geral uma imagem a partir do objeto com o qual se identificam.

É através dessa soma de conhecimentos e lembranças comuns que tiramos as imagens e a linguagem para tornar o não familiar em familiar. Assim, a ancoragem e a objetivação são formas de lidar com a memória. A primeira, a ancoragem, mantém a memória em atividade, de forma interna, inserindo e excluindo pessoas e acontecimentos que ela classifica de acordo com um tipo e a rotula com um nome. A segunda, a objetivação, sendo mais direcionada para os outros, tira daí ideias e imagens para juntá-los e reproduzi-los no mundo exterior, fazendo coisas comuns a partir do que já é comum.

A partir destes conceitos percebe-se que as relações com memória, cultura e linguagem influenciam no que pensamos e no que decidimos fazer. Para Moscovici, as representações sociais são impostas sobre nós, transmitidas e são o produto de uma sequência completa de elaborações e mudanças que ocorrem no decurso do tempo e são o resultado de sucessivas gerações. (idem: 37)

Estas representações estão sendo construídas, a todo o momento, na mídia e nos espaços públicos, a partir de peças comunicacionais. Para Moscovici, a função das representações sociais está exatamente em tornar a comunicação inteligível. Para ele, as representações reduzem o 'vago' através de certo grau de consenso entre seus membros. Sendo que esse é o cerne da complexidade, as representações não podem ser conseguidas através do estudo de alguma crença ou conhecimento explícito, nem serem criadas através de alguma deliberação específica. Mas sim, elas são formadas através de influências recíprocas, através de negociações implícitas no curso das conversações, onde as pessoas se orientam para modelos simbólicos, imagens e valores compartilhados específicos. À medida que a comunicação se amplia e se populariza as representações vão crescendo ininterruptamente

Assim sendo, aceitando a ideia de que os conteúdos e sentidos representados variam dentro da mesma sociedade, da mesma cultura, como acontece também com seus meios de expressão linguística precisamos aceitar, também, que essas diferenças no sentido e conteúdo devem ser julgadas de acordo com as diferenças na maneira de pensar e compreender, em síntese, de acordo com os princípios de racionalidade distintos.

Para a construção do discurso ambiental e sustentável é necessário um planejamento dentro do design da informação com o foco no entendimento destes diversos públicos. A partir do que foi levantando este artigo se propõe a fazer uma articulação desse ferramental teórico com a facilitação da comunicação, a partir da linguagem simples aplicada ao design da informação em relação à sustentabilidade e ao meio ambiente.

#### **4 Saber Ambiental**

Percebe-se nas relações sociais que os conceitos como sustentabilidade e meio ambiente se tornaram assunto do senso comum. As pessoas se apropriaram destes conceitos via processo comunicacional e midiático, mas não sabem exatamente o que fazer nem o que são exatamente. A psicologia social já vem tratando destas questões e tentando explicar as relações amplas entre

estes conceitos com um novo olhar para entender todas estas relações. Diante disso, vamos revisitar alguns teóricos que explicam este novo cenário tais como Enrique Leff, Moreno e Pol.

Para Enrique Leff, o princípio da sustentabilidade surge a partir do contexto da globalização. Para ele, a sustentabilidade surge como “a marca de um limite e o sinal que reorienta o processo civilizatório da humanidade. A crise ambiental veio questionar a racionalidade e os paradigmas teóricos que impulsionaram e legitimaram o crescimento econômico, negando a natureza.” (2001:15)

Para Moreno e Pol, o modelo de relações conceituais de natureza psicossocial que ao nosso entender subjaz na intervenção e gestão ambiental sobrepassa amplamente a visão mais restritiva que, frequentemente, se associa aos conceitos de gestão ambiental. É muito mais ampla e abarca percepções, vivências, representações sociais, valores, estrutura social, etc. que constituem o universo vital das pessoas e dos coletivos sociais. (Moreno e Pol: 17)

Um conceito que está atrelado a este universo vital é o de qualidade de vida. Este conceito é mutável e em cada época e cultura vai se adaptando. Para a contemporaneidade ocidental industrializada, qualidade de vida tem sido sinônimo de progresso. Mas pode ser visto por outro ângulo: se associado a uma insustentável manutenção do bem estar privilegiado ele será um fator regressivo. Segundo Moreno e Pol, a qualidade de vida é vista a partir da sustentabilidade. Para eles, eles os conceitos de ‘qualidade de vida’ e de ‘bem estar’ “se vulgarizaram a partir dos anos 1960 e 1970 em contraposição aos critérios vigentes dos estudos de nível de vida, que seguiam critérios quantitativos e econômicos, ainda que estes já houvessem sido usados anteriormente.” (Moreno & Pol:31)

Todos estes elementos relatados acima tem relação direta com a identidade desta comunidade com o sentimento de pertença e apropriação deste espaço. Neste sentido, a paisagem e seu universo simbólico partilhado entre as pessoas desta comunidade tornam a mesma mais coesa, pois, partilham as mesmas normas de qualidade de vida. A paisagem é a expressão concreta da atividade destas pessoas e se configura como herança e memória, fazendo parte da construção da identidade desta comunidade.

As relações são muito estreitas e correlacionadas. As pessoas se veem nos outros e no seu entorno. As representações sociais são formadas a partir dessa relação simbólica familiar ancorada nas articulações culturais, comunicacionais, midiáticas e afetivas.

A questão da sustentabilidade tem a ver com a responsabilidade desta comunidade com sua geração e as que estão por vir. É uma relação estreita com estas normas de qualidade de vida e a segurança na apropriação cultural com a comunidade em que pertença.

O desenvolvimento sustentável, segundo a definição do relatório Brundtland (1987 apud Moreno & Pol: 21) é aquele que satisfaz as necessidades das gerações atuais sem comprometer a capacidade e os recursos das futuras gerações para satisfazer as suas. O conceito de desenvolvimento sustentável aparece como um conceito global que pretende integrar a gestão ambiental e o desenvolvimento econômico.

Entende-se hoje que a sustentabilidade não é uma marca similar à questão do meio ambiente. A sustentabilidade amplia estas barreiras e inclui a questão ambiental. Comporta e exige a inclusão de procedimentos sistêmicos de várias dimensões de comportamentos individuais e sociais, com seus valores, estilos de vida, formas de produção, tecnologias, simbologias, identidades e políticas.

Diante disso, se percebe a importância de aliarmos conhecimento de gestão em meio ambiente, representações sociais e design com o intuito de pensar racionalmente no futuro das próximas gerações e no futuro da sociedade de consumo. Para isso, é preciso entender as relações possíveis entre o que dizer e o como dizer para estes consumidores de informação.

## 5 A linguagem simples como fonte de entendimento

A sustentabilidade precisa ser vista com um novo olhar: o olhar do forasteiro que tudo se encanta e tudo quer conhecer. Neste quesito, o desconhecimento proporciona uma investigação mais aprofundada de cada fenômeno.

Como a possibilidade de ser sustentável envolve muitas questões como vistas anteriormente, neste artigo nos indica que esta questão precisa estar nas agendas governamentais e privadas. Mas não se pode esquecer dos próprios indivíduos que, com seus comportamentos individuais e com sua leitura da comunicação, podem reforçar determinados comportamentos dependendo das representações sociais que estes desenvolvem.

Se a linguagem de um material como, por exemplo, uma cartilha escolar com informações sobre educação ambiental for preparada para o público infantil com uma linguagem clara, acessível, com a relação de codificação e decodificação rápida faz com que todo o projeto da cartilha tenha efetividade. Se neste projeto o designer da informação tenha conhecimento das representações sociais daquela comunidade irá usar palavras e imagens que serão de fácil reconhecimento.

A informação sobre a gestão ambiental constrói uma representação social do comportamento responsável. Confirma a imagem de cidadão responsável em seu entorno e com seu papel social.

Só que para isso, estas mesmas pessoas precisam estar inseridas nessa comunidade, sentindo que pertencem a ela. Neste sentido, participando de suas decisões, de suas consequências e de seus benefícios. Não podem estar deslocadas, mas, sim, inseridas. O sentimento de pertença constrói a identidade do indivíduo e também da comunidade como um todo, tornando-a redefinida em seu papel social, criando uma cultura própria a partir da necessidade da sustentabilidade dos insumos ambientais.

Para Leff, a sustentabilidade é um conceito de uma complexidade emergente onde se reencontram o pensamento e o mundo, a sociedade e a natureza, a biologia e a tecnologia, a vida e a linguagem. Uma reflexão sobre o mundo atual, sobre um saber que é atravessado por estratégias de poder em torno da reapropriação (filosófica, epistemológica, econômica, tecnológica e cultural) da natureza.(2001)

Então, são muitas variáveis sendo articuladas, tais como: comunicação, linguagem simples, design da informação, saber ambiental, imagens simbólicas e representações sociais; para ter a possibilidade de poder ter, a partir disso, um entendimento do que é o saber ambiental e a sustentabilidade da sociedade.

## 6 Considerações finais

A busca do entendimento ainda está para ser alcançada. Vários estudos e pesquisas estão por vir. A linguagem simples é um dos recursos a ser aplicado no design da informação como forma de auxílio ao entendimento das pessoas para questões que não estão familiarizadas. Neste sentido, a amplitude teórica possibilita ao designer estruturar o planejamento do material com base nestas relações complexas.

A questão proposta é enfatizar as variáveis que precisam ser pensadas juntas e, como uma teia, umas questões se articulam com outras. O saber ambiental de cada comunidade reflete nas imagens que as pessoas destas comunidades vão decodificar os códigos formadores dessas imagens; o design da informação precisa conhecer quais são estas imagens familiares para construir os materiais comunicacionais; a identidade cultural possibilita entender a apropriação do espaço e sua conseqüente responsabilidade com este; e, esta identidade possui uma relação estreita com as representações sociais construídas pelo discurso comunicacional e

mediático. Sendo assim, um ciclo de observação, diagnóstico, análise, criação, implementação e entendimento.

Diante do exposto, há uma necessidade de articulação com outros saberes: o saber do design da informação, o saber ambiental, o saber comunicacional, o saber das representações sociais, e outros que estão por vir em prol da compreensão do cenário que o mundo nos oferece.

## Referências

- BONSIEPE, G. 2011. Design, cultura e sociedade. São Paulo: Blucher.
- FRASCARA, J. 2004. Communication design: principles, methods, and practice. New York: Allworth Press.
- . 2011. In Home: IIID. <<http://www.iiid.net/home/25th-anniversary/>>. 15/04/2015.
- IIID. In Home:< <http://www.iiid.net/home/definitions/>>. 15/04/2015.
- ISOTYPE. In Home: Isopyterevisited. <<http://isotyperevisited.org/2012/08/introduction.html>>. 15/04/2015.
- JACOBSON, R. (ed.). 2000. Information design. Cambridge (MA): The MIT Press.
- KAZAZIAN, T. 2005. Haverá a idade das coisas leves: design e desenvolvimento sustentável. São Paulo: Editora Senac.
- LEFF, E. 2001. Saber ambiental: sustentabilidade, racionalidade, complexidade, poder. Tradução de Lucia Mathilde Enlich Orth. Petrópolis, RJ: Vozes.
- MORENO, E.; POL, E. Nosciones psicossociales para La intervención y La gestión ambiental- (Monografía sócio/ambiental:14). Barcelona: Universitat de Barcelona.
- MOSCOVICI, S. 2012. Representações sociais: investigação em psicologia social. Rio de Janeiro: Vozes.
- Oliveira, Livio Lima de; Bocchini, Maria Otilia; "Information design and plain language in information printed materials in the municipalities of São Paulo (1990), Campinas (2000) and Várzea Paulista (2009)", p. 38-51 . In: In Coutinho, Solange G.; Moura, Monica; Campello, Silvio Barreto; Cadena, Renata A.; Almeida, Swanne (orgs.). Proceedings of the 6th Information Design International Conference, 5th InfoDesign, 6th CONGIC [= Blucher Design Proceedings, num.2, vol.1]. São Paulo: Blucher, 2014. ISSN 2318-6968, ISBN: 978-85-212-0824-2 DOI 10.5151/designpro-CIDI-4
- SHEDROFF, N. 2000. Information interaction design: a unified field theory of design. In: JACOBSON, Robert (ed.). Information design. Cambridge (MA): The MIT Press.
- WALLER, R. 1995. In Home: Information design: how the disciplines work together. <<https://www.reading.ac.uk/web/FILES/simplification/SC14DisciplinesTogether-7.pdf>>. 15/04/2015.
- \_\_\_\_\_. 2015. In Home: Information Design 3.0. <<http://qwertyrob.blogspot.com.br/>>. 15/04/2015.

## Sobre os autores

Meiriédna Queiroz Mota, Doutoranda, UFPE, Brasil < [meiriedna.mota@ufpe.br](mailto:meiriedna.mota@ufpe.br) >

Hans da Nóbrega Waechter, Doutor, UFPE, Brasil <hnwaechter@terra.com.br>