



PGDESIGN | Programa de Pós-Graduação
Mestrado | Doutorado



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
ESCOLA DE ENGENHARIA
FACULDADE DE ARQUITETURA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN

Cristiano da Cunha Pereira

**DESIGN PARA EXPERIÊNCIA EM MUSEUS: diretrizes para o projeto de
comunicação acessível direcionado ao público idoso**

Tese de Doutorado

Porto Alegre

2023

CRISTIANO DA CUNHA PEREIRA

**Design para experiência em museus: diretrizes para o projeto de comunicação
acessível direcionado ao público idoso**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito parcial à obtenção do título de Doutor em Design.

Orientadora: Profa. Dra. Tânia Luisa Koltermann da Silva

Coorientador: Prof. Dr. Eduardo Cardoso

Porto Alegre

2023

CIP - Catalogação na Publicação

Pereira, Cristiano da Cunha

Design para experiência em museus: diretrizes para o projeto de comunicação acessível direcionado ao público idoso / Cristiano da Cunha Pereira. -- 2023. 316 f.

Orientadora: Tânia Luisa Koltermann da Silva.

Coorientador: Eduardo Cardoso.

Tese (Doutorado) -- Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Arquitetura, Programa de Pós-Graduação em Design, Porto Alegre, BR-RS, 2023.

1. Museu. 2. Linguagem Simples. 3. Design. 4. Idoso. 5. Experiência. I. da Silva, Tânia Luisa Koltermann, orient. II. Cardoso, Eduardo, coorient. III. Título.

Cristiano da Cunha Pereira

DESIGN PARA EXPERIÊNCIA EM MUSEUS: diretrizes para o projeto de comunicação acessível direcionado ao público idoso

Esta Tese foi julgada adequada para a obtenção do Título de Doutor em Design, e aprovada em sua forma final pelo Programa de Pós-Graduação em Design da UFRGS.

Porto Alegre, 27 de junho de 2023.

Prof. Dr. Fabio Pinto da Silva

Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Design da UFRGS

Banca Examinadora:

Orientadora: **Profa. Dra. Tânia Luisa Koltermann da Silva**

Programa de Pós-Graduação em Design - PGDesign/UFRGS

Coorientador: **Prof. Dr. Eduardo Cardoso**

Programa de Pós-Graduação em Design - PGDesign/UFRGS

Profa. Dra. Célia Maria Adão de Oliveira Aguiar de Sousa

Escola Superior de Educação e Ciências Sociais do Politécnico de Leiria - ESECS/IPLeiria - Portugal – Examinadora Externa

Profa. Dra. Jeniffer Alves Cuty

Departamento de Ciências da Informação da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação - DCI/UFRGS – Examinadora Externa

Prof. Dr. Fabiano Vargas Scherer

Programa de Pós-Graduação em Design - PGDesign/UFRGS – Examinador Interno

AGRADECIMENTOS

À Universidade Federal do Rio Grande do Sul e ao Programa de Pós-Graduação em Design (PGDesign) pela oportunidade de fazer parte desse programa, proporcionando assim, a realização dessa pesquisa.

Agradeço imensamente a minha orientadora, professora Dra. Tânia Luisa Koltermann da Silva, por auxiliar-me com competência e serenidade nesta complexa caminhada do doutorado.

Também, de forma especial, agradeço ao meu coorientador, professor Dr. Eduardo Cardoso, pelo apoio, incentivo e conhecimentos. Teus questionamentos e contribuições foram fundamentais para o desenvolvimento desse estudo.

À professora Dra. Léia Miotto Bruscato pelos conhecimentos adquiridos na disciplina de Processos de Fabricação Digital e pelas conversas que tivemos, mesmo que à distância.

Aos demais docentes do PGDesign, que contribuíram para a minha formação.

Aos colegas do PGDesign pela troca de experiências e momentos que vivenciamos juntos.

Ao meu irmão Charles, pelo exemplo de dedicação na sua formação como pesquisador e docente.

Ao meu marido Rodrigo, pelo companheirismo incondicional.

À minha mãe Carmen, pelo apoio e amor eternos.

“O design é um conflito entre forma e conteúdo”
Paul Rand

RESUMO

PEREIRA, C. C. **Design para experiência em museus:** diretrizes para o projeto de comunicação acessível direcionado ao público idoso. 2023. 316 f. Tese (Doutorado em Design) – Escola de Engenharia / Faculdade de Arquitetura, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2023.

Instituições museais vêm desenvolvendo iniciativas para promover o compartilhamento de experiências, o conhecimento e o convívio social, tornando esses espaços destinos ideais para o público idoso. Nesse contexto, a Linguagem Simples vem sendo utilizada como um recurso de base para a elaboração da acessibilidade comunicacional. O objetivo dessa pesquisa é propor diretrizes de Linguagem Simples para apoio à tomada de decisão no processo de projeto de comunicação acessível para fins de promover a experiência do público idoso em museus. Para tanto, busca-se referências em áreas como Museologia, Acessibilidade, Linguagem Simples, Design para Experiência e Design Emocional, entre outras. A pesquisa caracteriza-se como um estudo aplicado, a partir da coleta e análise de dados referente à avaliação e verificação da experiência do usuário em museus, por meio da leitura dos textos expositivos. Neste contexto, foram empregadas as técnicas de observação direta, entrevistas semiestruturadas, escala Likert e *Emocards* para caracterizar e compreender a relação do sujeito (idoso) – meio (museu) – objeto (texto expositivo). A avaliação e verificação das diretrizes de Linguagem Simples, pelos idosos, ocorreu por meio dos textos expositivos do Memorial do Rio Grande do Sul em Porto Alegre/RS. O uso de diretrizes de Linguagem Simples para apoio à tomada de decisão no projeto de comunicação acessível em museus, validaram a hipótese elencada em resposta ao problema de pesquisa. Além das diretrizes de Linguagem Simples, obteve-se como resultados novos instrumentos para o desenvolvimento de projetos de comunicação acessíveis, tal como: instrumentos para avaliação e verificação da legibilidade e legibilidade de textos expositivos por meio de escalas Likert; e, instrumentos para avaliação e verificação da experiência do usuário por meio de *Emocards*.

Palavras-chave: Museu. Linguagem Simples. Design. Idoso. Experiência.

ABSTRACT

PEREIRA, C. C. **Design for museum experience:** guidelines for accessible communication design aimed at the elderly public. 2023. 316 p. Thesis (Doctorate in Design) – Engineering School / Faculty of Architecture, Federal University of Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2023.

Museum institutions have been developing initiatives to promote the sharing of experiences, knowledge and social interaction, making these spaces ideal destinations for the elderly. In this context, Plain Language has been used as a base resource for the elaboration of communicational accessibility. The objective of this research is to propose Plain Language guidelines to support decision-making in the process of accessible communication design in order to promote the experience of the elderly public in museums. To this end, references are sought in areas such as Museology, Accessibility, Plain Language, Design for Experience and Emotional Design, among others. The research is characterized as an applied study, based on the collection and analysis of data regarding the evaluation and verification of the user's experience in museums, through the reading of expository texts. In this context, direct observation techniques, semi-structured interviews, Likert scale and Emocards were used to characterize and understand the relationship between subject (elderly) – environment (museum) – object (expository text). The evaluation and verification of the Plain Language guidelines, by the elderly, took place through the expository texts of the Memorial do Rio Grande do Sul in Porto Alegre/RS. The use of Plain Language guidelines to support decision-making in the accessible communication project in museums validated the hypothesis listed in response to the research problem. In addition to the Plain Language guidelines, new instruments were obtained as results for the development of accessible communication projects, such as: instruments for evaluating and verifying the readability and readability of expository texts through Likert scales; and instruments for evaluating and verifying the user's experience through Emocards.

Keywords: Museum. Plain Language. Design. Elderly. Experience.

Resumo em Linguagem Simples

Museus vêm desenvolvendo ações para compartilhar informação, conhecimento e experiências, transformando-se em locais ideais para os idosos.

O objetivo da pesquisa, é estudar diretrizes de Linguagem Simples para a criação de uma comunicação simples, que amplie a experiência do idoso em museus.

Foram feitos estudos em Linguagem Simples, museus, acessibilidade, experiência e emoção. Também foram feitas visitas, entrevista com idosos, gestores de museus e especialista em comunicação acessível.

Os idosos avaliaram as diretrizes de Linguagem Simples através dos textos da exposição do Memorial do Rio Grande do Sul. O uso de diretrizes de Linguagem Simples, comprovou que a comunicação mais fácil contribui para uma experiência positiva dos idosos no museu.

Além das diretrizes de Linguagem Simples, a pesquisa apresenta ferramentas para avaliar e verificar a emoção e a facilidade de entender e ler os textos da exposição

Palavras-chave: Museu. Linguagem Simples. Design. Idoso. Experiência.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Exposição Tarsila Popular - MASP	20
Figura 2 - Delimitação da Pesquisa.....	31
Figura 3 - Pirâmides etárias absolutas	33
Figura 4 - População absoluta e relativa de idosos de 60 anos e mais, 65 e mais e 80 anos e mais no Mundo: 1950 - 2100	34
Figura 5 - População absoluta e relativa de idosos de 60 anos e mais, 65 e mais e 80 anos e mais no Brasil: 1950 - 2100	34
Figura 6 - A mensagem Visual	40
Figura 7 - Imagem de texto não interpretativo: Etiqueta de identificação (MARGS) .	51
Figura 8 - Imagem de texto interpretativo: Texto de seção ou grupo (Memorial do RS)	52
Figura 9 - Contrates Recomendados	73
Figura 10 - Legibilidade de palavras e símbolos em relação à distância do usuário em pé	76
Figura 11 - Legibilidade de palavras e símbolos em relação à distância do usuário em cadeira de rodas.....	77
Figura 12 - Reconhecimento de cores, símbolos e palavras por meio do campo de visão binocular horizontal	78
Figura 13 - Reconhecimento de cores por meio do campo de visão vertical	79
Figura 14 - Reconhecimento de cores por meio do campo de visão monocular horizontal.....	79
Figura 15 - Legibilidade de palavras e símbolos em relação à distância do usuário em pé	80
Figura 16 - Legibilidade de palavras e símbolos em relação à distância do usuário em cadeira de rodas.....	81
Figura 17 - Posição correta para a iluminação de objetos bidimensionais.....	82
Figura 18 - <i>Framework</i> da experiência com produtos	85
Figura 19 - Modelo Básico de Emoções do Produto	89
Figura 20 - Modelo de Emoções do Produto.....	90
Figura 21 - Três níveis de processamento: Visceral, Comportamental e Reflexivo ..	94
Figura 22 - <i>Eight emotional categories and Emocards</i>	97
Figura 23 - Estrutura da triangulação metodológica	109

Figura 24 - Dimensões baseadas no “prazer” e “excitação” (desagradável/médio) .	120
Figura 25 - Fachada principal do Memorial do Rio Grande do Sul.....	123
Figura 26 - Painel 1 de imagens do Memorial da Resistência de São Paulo	129
Figura 27 - Painel 2 de imagens do Memorial da Resistência de São Paulo	131
Figura 28 - Painel 1 de imagens do Memorial do Rio Grande do Sul.....	132
Figura 29 - Painel 2 de imagens do Memorial do Rio Grande do Sul.....	133
Figura 30 - Resultados das avaliações individuais pelos <i>Emocards</i> , quanto às metas.	158
Figura 31 - Resultados das avaliações individuais pelos <i>Emocards</i> , quanto aos padrões.	159
Figura 32 - Resultados das avaliações individuais pelos <i>Emocards</i> , quanto às atitudes.....	159
Figura 33 - Resultados das avaliações individuais pelo <i>Emocards</i> , quanto ao contexto geral.....	160
Figura 34 - Resultados das avaliações individuais pelos <i>Emocards</i> , quanto às metas.	160
Figura 35 - Resultados das avaliações individuais pelos <i>Emocards</i> , quanto aos padrões.	161
Figura 36 - Resultados das avaliações individuais pelos <i>Emocards</i> , quanto às atitudes.....	162
Figura 37 - Resultados das avaliações individuais pelo <i>Emocards</i> , quanto ao contexto geral.....	162
Figura 38 - Painel 1682/1750	190
Figura 39 - Painel 1835	190
Figura 40 - Geração de alternativa 1: painel 1 e 2	194
Figura 41 - Geração de alternativa 2: painel 1 e 2	195
Figura 42 - Protótipo digital final: painel 1 e 2	196
Figura 43 - Detalhe do texto expositivo	197
Figura 44 - Detalhe do texto expositivo secundário – Painel 2.....	197
Figura 45 - Painéis fixados no Memorial do Rio Grande do Sul - 1	198
Figura 46 - Painéis fixados no Memorial do Rio Grande do Sul - 2.....	198
Figura 47 - Resultado das verificações individuais pelos <i>Emocards</i> , quanto às metas.	203

Figura 48 - Resultados das verificações individuais pelos <i>Emocards</i> , quanto aos padrões.	203
Figura 49 - Resultados das verificações individuais pelos <i>Emocards</i> , quanto às atitudes.	204
Figura 50 - Resultados das verificações individuais pelo <i>Emocards</i> , quanto ao contexto geral.	204
Figura 51 - Resultados das verificações individuais pelos <i>Emocards</i> , quanto às metas.	205
Figura 52 - Resultados das verificações individuais pelos <i>Emocards</i> , quanto aos padrões.	205
Figura 53 - Resultados das verificações individuais pelos <i>Emocards</i> , quanto às atitudes.	206
Figura 54 - Resultados das verificações individuais pelo <i>Emocards</i> , quanto ao contexto geral.	206
Figura 55 - Resultados obtidos quanto às metas relacionadas ao texto expositivo 1.	210
Figura 56 - Resultados obtidos quanto aos padrões relacionados ao texto expositivo 1.	211
Figura 57 - Resultados obtidos quanto as atitudes relacionadas ao texto expositivo 1.	211
Figura 58 - Resultados obtidos quanto ao contexto geral.	212
Figura 59 - Resultados obtidos quanto às metas relacionadas ao texto expositivo 2.	213
Figura 60 - Resultados obtidos quanto aos padrões relacionados ao texto expositivo 2.	213
Figura 61 - Resultados obtidos quanto as atitudes relacionadas ao texto expositivo 2.	214
Figura 62 - Resultados obtidos quanto ao contexto geral.	214
Figura 63 - Protótipo digital com alterações finais após a etapa de verificação216	
Figura 64 - <i>Mockups</i> do Guia de Linguagem Simples.	223

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Tipos de Acessibilidade em Ambientes Culturais.....	57
Quadro 2 - Regras e parâmetros para se escrever com Linguagem Simples, conforme Sousa (2017).....	65
Quadro 3 - Regras e parâmetros para se escrever com Linguagem Simples, conforme Método Ekarv	66
Quadro 4 - Critérios de qualidade	70
Quadro 5 - Tipos prazeres que os produtos podem proporcionar ao usuário conforme Jordan (1999).....	88
Quadro 6 - Avaliação da relação do usuário com o produto conforme a presença de determinados estímulos segundo Desmet e Hekkert (2000).....	91
Quadro 7 - Avaliação da relação do usuário com o produto conforme a presença de preocupações.....	91
Quadro 8 - Modelo Multicamadas de Emoções em Produtos segundo Desmet (2003)	92
Quadro 9 - Relação entre os objetivos específicos e os procedimentos metodológicos	111
Quadro 10 - Procedimentos para realização de entrevistas.....	114
Quadro 11 - Escala Likert para avaliação da leiturabilidade	118
Quadro 12 - Escala Likert para avaliação da legibilidade.....	119
Quadro 13 - Avaliação da Emoção conforme os três tipos distintos de preocupação	121
Quadro 14 - Fases da proposição de diretrizes e seus procedimentos.....	121
Quadro 15 - Etapas do projeto de comunicação	124
Quadro 16 - Observação e levantamento de textos expositivos e seus fatores	135
Quadro 17 - Estrutura do instrumento de entrevista.....	137
Quadro 18 - Perfil dos entrevistados	138
Quadro 19 - Conceitos chave da pesquisa	138
Quadro 20 - Caracterização e perfil dos entrevistados	142
Quadro 21 - Conceito de acessibilidade.....	143
Quadro 22 - Ocorrências da questão sobre os tipos de acessibilidade ambientes culturais.....	144
Quadro 23 - Conceito de experiência.....	145

Quadro 24 - Ocorrências da questão sobre os tipos de experiência, conforme os níveis propostos para a análise de conteúdo	146
Quadro 25 - Ocorrências sobre as barreiras encontradas em museus que podem interferir na experiência do público, conforme os níveis propostos para a análise de conteúdo	147
Quadro 26 - Recursos para acessibilidade	148
Quadro 27 - Capacidade de compreensão e identificação dos textos nas exposições	149
Quadro 28 - Fatores relacionados à leitura e legibilidade	149
Quadro 29 - Influência na experiência durante a leitura dos textos expositivos	150
Quadro 30 - Ocorrências sobre a influência na experiência durante a leitura dos textos expositivos	150
Quadro 31 - Perfil da entrevistada.....	151
Quadro 32 - Resultado das avaliações individuais pelas Escalas Likert referente à leitura dos textos expositivos	154
Quadro 33 - Resultado das avaliações individuais pelas Escalas Likert referente à Legibilidade dos textos expositivos	156
Quadro 34 - Conjuntos de orientações selecionadas.....	165
Quadro 35 - Conjuntos de orientações listadas.....	170
Quadro 36 - Conjuntos de orientações agrupadas.....	175
Quadro 37 - Normalização das orientações em diretrizes.....	179
Quadro 38 - Agrupamento e seleção das diretrizes	184
Quadro 39 - Lista de diretrizes preliminares.....	188
Quadro 40 - Textos reescritos em linguagem simples, conforme à linguagem e estrutura	191
Quadro 41 - Resultados das verificações individuais pelas Escalas Likert referente à leitura dos textos expositivos	199
Quadro 42 - Resultados das verificações individuais pelas Escalas Likert referente à legibilidade dos textos expositivos	201
Quadro 43 - Análise dos resultados obtidos pelas Escalas Likert para Leitura	207
Quadro 44 - Análise dos resultados obtidos pelas Escalas Likert para Legibilidade	208
Quadro 45 - Alterações realizadas nas diretrizes preliminares de Linguagem Simples	217

Quadro 46 - Diretrizes de Linguagem Simples.....	219
Quadro 47 - Fatores ambientais que afetam a leituraabilidade e legibilidade de textos expositivos.....	222

LISTA DE ABREVIATURAS

ABNT	Associação Brasileira de Normas Técnicas
AIGA	<i>American Institute of Graphic Arts</i>
CAA	Comunicação Aumentativa Alternativa
EIDD	<i>European Institute for Design and Disability</i>
ESM	<i>Experience Sampling Method</i>
FLF	Facilidade de Leitura Flesch
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IBRAM	Instituto Brasileiro de Museus
ICOFON	Comitê da Teoria Museológica do ICOM
ICOM	<i>International Council of Museums</i>
MASP	Museu de Artes de São Paulo
MIS	Museu da Imagem e do Som de São Paulo
MNAV	<i>Museo Nacional de Artes Visuales</i>
MoMA	<i>Museum of Modern Art</i>
ONU	Organização das Nações Unidas
PLAIN	<i>Plain Language Association International</i>
PNAD	Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio
TCLE	Termo de Consentimento Livre e Esclarecido
UFRGS	Universidade Federal do Rio Grande do Sul
UFSM	Universidade Federal de Santa Maria
UX	<i>User Experience</i>

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	20
1 INTRODUÇÃO.....	22
1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO	22
1.2 DELIMITAÇÃO DO TEMA.....	30
1.3 PROBLEMA DE PESQUISA.....	31
1.4 HIPÓTESE DA PESQUISA.....	31
1.5 OBJETIVOS	31
1.5.1 Objetivo geral	32
1.5.2 Objetivos específicos	32
1.6 JUSTIFICATIVA DA PESQUISA	32
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	39
2.1 COMUNICAÇÃO VISUAL.....	40
2.1.1 Decomposição da mensagem visual	41
2.2 COMUNICAÇÃO MUSEOLÓGICA.....	45
2.2.1 Textos expositivos como dispositivos de comunicação	49
2.3 ACESSIBILIDADE.....	54
2.3.1 Acessibilidade cultural.....	56
2.3.2 Design inclusivo, Design para Todos e Design Universal	58
2.3.3 Comunicação acessível	61
2.4 LINGUAGEM SIMPLES	63
2.4.1 Leiturabilidade e legibilidade como critérios de qualidade.....	69
2.4.2 Aspectos que afetam a leiturabilidade e a legibilidade de textos expositivos	71
2.4.3 Aspectos ambientais que afetam a leiturabilidade e a legibilidade de textos expositivos	75
2.5 DESIGN, EXPERIÊNCIA E EMOÇÃO	83
2.5.1 Design e emoção.....	87
2.5.2 Experiência do Usuário (UX)	95
2.5.3 Métodos para avaliação da Experiência do Usuário (UX)	96
2.5.3.1 <i>Emocards</i>	97
2.6 PROCESSOS DE PROJETO.....	98
2.6.1 Etapas do projeto.....	99

2.7 PÚBLICO IDOSO	101
3 METODOLOGIA DA PESQUISA	106
3.1 PROCESSO DE INVESTIGAÇÃO.....	107
3.1.1 Amostragem da pesquisa.....	110
3.1.2 Procedimento de coleta de dados	110
3.1.2.1 Observação direta	112
3.1.2.2 Entrevistas	113
3.2 PROCESSO DE AVALIAÇÃO COM O USUÁRIO: SITUAÇÃO EXISTENTE	116
3.2.1 Leiturabilidade	118
3.2.2 Legibilidade	119
3.2.3 Emoção: <i>Emocards</i>	119
3.2.4 Proposição das diretrizes.....	121
3.3 PROCESSO DE INTERVENÇÃO	122
3.3.1 O sujeito: público idoso.....	122
3.3.2 O meio: Memorial do Rio Grande do Sul	122
3.3.3 O objeto: desenvolvimento dos textos expositivos.....	124
3.3.4 Projeto de Comunicação	124
4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS E ANÁLISE DOS DADOS	128
4.1 OBSERVAÇÃO DIRETA.....	128
4.2 ENTREVISTAS	136
4.2.1 Entrevistas com gestores.....	138
4.2.2 Entrevistas com idosos	142
4.2.3 Entrevistas com especialista em comunicação acessível.....	151
4.2.4 Grupo Focal	153
4.3 LEVANTAMENTO DE DIRETRIZES.....	163
4.3.1 Levantamento das orientações de Linguagem Simples.....	163
4.3.2 Normalização das orientações em diretrizes	178
4.2.3 Listagem das diretrizes preliminares.....	183
4.4 INTERVENÇÃO	190
4.4.1 Fabricação.....	191
4.4.2 Implantação	197
4.5 VERIFICAÇÃO	198
4.5.1 Análise e discussão dos resultados	207
4.5.2 Alterações finais no protótipo digital	215

4.5.3 Diretrizes finais de Linguagem Simples	216
4.5.4 Resultados obtidos acerca dos fatores ambientais que podem afetar a leitura e legibilidade de textos expositivos	222
4.5.5 Guia de Diretrizes para Projeto de Comunicação Acessível	223
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	225
5.1 CONCLUSÕES.....	225
5.2 LIMITAÇÕES DA PESQUISA E SUGESTÕES DE TRABALHOS FUTURO.....	228
REFERÊNCIAS.....	231
APÊNDICE A – MODELO DE CONVITE PARA PARTICIPAÇÃO DO MEMORIAL DO RIO GRANDE DO SUL.....	243
APÊNDICE B – MODELO DE CONVITE PARA PARTICIPAÇÃO DO MEMORIAL DA RESISTÊNCIA	244
APÊNDICE C – MODELO DE CONVITE PARA PARTICIPAÇÃO DE GESTORES E PROFISSIONAIS DE MUSEUS/MEMORIAIS.....	245
APÊNDICE D – MODELO DE CONVITE PARA PARTICIPAÇÃO DE ESPECIALISTA EM COMUNICAÇÃO ACESSÍVEL.....	246
APÊNDICE E – MODELO DE CONVITE PARA PARTICIPAÇÃO DOS IDOSOS ..	247
APÊNDICE F – ROTEIRO PARA OBSERVAÇÃO DIRETA - AVALIAÇÃO DE PLANEJAMENTO.....	248
APÊNDICE G – ROTEIRO PARA ENTREVISTA COM GESTORES E PROFISSIONAIS.....	249
APÊNDICE H – ROTEIRO PARA ENTREVISTA COM ESPECIALISTA EM COMUNICAÇÃO ACESSÍVEL.....	251
APÊNDICE I – ROTEIRO PARA ENTREVISTA IDOSOS	252
APÊNDICE J – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO GESTORES E PROFISSIONAIS DE MUSEUS/MEMORIAIS.....	253
APÊNDICE K – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO ESPECIALISTA EM COMUNICAÇÃO ACESSÍVEL.....	255
APÊNDICE L – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO PARA IDOSOS.....	257
APÊNDICE M – CARTA DE ANUÊNCIA MEMORIAL DA RESISTÊNCIA.....	259
APÊNDICE N – CARTA DE ANUÊNCIA MEMORIAL DO RIO GRANDE DO SUL	260
APÊNDICE O – OITO CATEGORIAS EMOCIONAIS E EMOCARDS	261
APÊNDICE P – PAINEL 1 (1682/1750 – OS SETE POVOS DAS MISSÕES)	262

APÊNDICE Q – PAINEL 2 (1835 – INICIA-SE A GUERRA DOS FARRAPOS).....	263
APÊNDICE R – RELATÓRIOS DAS VISITAS DE OBSERVAÇÃO DIRETA.....	264
APÊNDICE S – PAINEL COM REGISTROS FOTOGRÁFICOS DA AVALIAÇÃO REALIZADA NO MEMORIAL DO RIO GRANDE DO SUL, PELO GRUPO FOCAL	288
APÊNDICE T – PAINEL COM REGISTROS FOTOGRÁFICOS DA VERIFICAÇÃO REALIZADA NO MEMORIAL DO RIO GRANDE DO SUL, PELO GRUPO FOCAL	290
APÊNDICE U – PAINEL 1 REESCRITO EM LINGUAGEM SIMPLES (1682/1750 – OS SETE POVOS DAS MISSÕES)	292
APÊNDICE V – PAINEL 2 REESCRITO (1835 – INICIA-SE A GUERRA DOS FARRAPOS)	292
APÊNDICE X – PAINEL FINAL EM LINGUAGEM SIMPLES (1682/1750 – OS SETE POVOS DAS MISSÕES)	293
APÊNDICE Y – PAINEL EM LINGUAGEM SIMPLES (1835 – INICIA-SE A GUERRA DOS FARRAPOS).....	294
APÊNDICE Z – GUIA DE DIRETRIZES DE LINGUAGEM SIMPLES	296
ANEXO A – PARECER CONSUBSTANCIADO	305

APRESENTAÇÃO

O conhecimento gerado pelas experiências, suposições e vivências nos conduz a familiaridade que temos com alguma coisa. “Coisa” essa que não foi suficientemente refletida como modelo ou método no campo científico.

Nesse estudo, o pesquisador apresentará, no terceiro parágrafo, como o conhecimento popular sobre o fenômeno o conduziu para a realização dessa pesquisa. Por esse motivo, a escrita apresenta-se em primeira pessoa, pois traça um breve relato das experiências pessoais que vislumbraram a necessidade de observar as particularidades do fenômeno em estudo através dos métodos científicos. Como justificar a pertinência de uma pesquisa de 4 anos se não pela existência de vínculos que foram construídos ao longo da trajetória profissional, acadêmica e pessoal?

Atuo no campo das artes e do design há vinte anos, desde a graduação em Desenho e Plástica na Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) até a especialização em Museologia na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Fora da academia, acompanhei mais de dez exposições trabalhando na Ação Educativa do Santander Cultural em Porto Alegre/RS. Há mais de dez anos trabalho longe do ofício realizado dentro dos espaços museais, mas atuo como docente em diferentes cursos de graduação e no Clube CICLOS 50+, do qual sou cofundador. No ano de 2018 passei a elaborar roteiros para viagens culturais, destinadas exclusivamente ao idoso. Dentre as exposições e museus visitados estão: Instituto Inhotim, Picasso en Uruguay - MNAV, Tarsila Popular - MASP (Figura 1) e Leonardo da Vinci: 500 Anos de um Gênio - MIS.

Figura 1 - Exposição Tarsila Popular - MASP



Fonte: acervo do autor (2019).

Desde então, tenho observado restrições e dificuldades que os idosos vivenciam ao acesso à informação nos espaços museais. Restrições identificadas na quantidade excessiva e na complexidade do conteúdo informativo, no tamanho do corpo e no estilo da tipografia dos textos expositivos, até mesmo na iluminação inadequada para conforto e visualização mínima para quem já possui redução da acuidade visual. Como fazer com que estes espaços construam estratégias de comunicação acessível para o público idoso?

1 INTRODUÇÃO

Esta pesquisa trata da temática do acesso à informação em museus para o público idoso, na perspectiva da Linguagem Simples e do Design Universal.

Neste primeiro capítulo, o tema é contextualizado de forma a apresentar as principais ocorrências objetivas que circunscrevem o fenômeno e, a partir das inter-relações existentes, demarcar as variáveis implicadas para fins de delimitação do tema, formulação do problema e hipótese da pesquisa. Por fim, é apresentada a justificativa da pesquisa.

1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO

O contexto da temática traz consigo o espaço em que se estabelecem as relações entre o sujeito e os objetos museais. O museu surge a partir da necessidade de exibição das primeiras coleções particulares que, ao longo do tempo, deram origem aos primeiros espaços museais institucionalizados, perdurando como espaços de sabedoria e pesquisa até o início do século XX. Segundo Gonçalves (2004), a história do museu está ligada à própria história humana, dando testemunhos fundamentais da cultura da humanidade. “O Museu de que falo não é o lugar, o templo das musas que gerou a conceituação de museu-depósito de coisas. O Museu de que falo pensa no sentido das coisas no mundo e na vida e (re)elabora constantemente a sua missão poética” (CURY, 2005, p. 22).

Para Martins (2017), as transformações por que passam os museus hoje, são decorrentes da necessidade de permanecerem relevantes para o seu visitante e para a sociedade. “Tais museus são fundamentalmente centrados no desenvolvimento de novos públicos e na participação regular dos públicos existentes” (MARTINS, 2017, p. 90).

Conforme o Conselho Internacional de Museus (ICOM), em 2022 foi aprovada uma nova definição para museu, com mudanças significativas relacionadas aos desafios contemporâneos, como sustentabilidade, diversidade, comunidade e inclusão. A nova definição em português, traduzida pelos comitês nacionais dos países de língua portuguesa, se apresenta como:

Um museu é uma instituição permanente, sem fins lucrativos, ao serviço da sociedade, que pesquisa, coleciona, conserva, interpreta e expõe o

patrimônio material e imaterial. Os museus, abertos ao público, acessíveis e inclusivos, fomentam a diversidade e a sustentabilidade. Os museus funcionam e comunicam ética, profissionalmente e, com a participação das comunidades, proporcionam experiências diversas para educação, fruição, reflexão e partilha de conhecimento (ICOM, 2022).

Uma das asserções da museologia atual é a consciência da diversidade dos públicos que frequentam os museus, ancorada no objetivo de conseguir a maior democratização no contexto atual da sociedade. O encontro de públicos tão diversos, que frequentam os museus, desafiam estas instituições e os profissionais que nela trabalham a corresponder às suas expectativas e, antes de tudo, às suas necessidades (CARDOSO, 2016). Para o Instituto Brasileiro de Museus (IBRAM) (2011), saber exatamente qual é o perfil do público visitante regular do museu e daqueles que não são seus frequentadores é fundamental para a análise e o debate sobre a democratização das instituições museológicas.

Para Beites (2011), os primeiros estudos relativos ao perfil do público e do não público visitante nos museus tem início nas décadas de 1980 e 1990 nos EUA, Canadá, Austrália e no Reino Unido. Segundo Beites (2011), os primeiros estudos avaliaram que, para um melhor entendimento do fenômeno, haveria de se produzir um trabalho que diferenciasse os “públicos de museus” dos “não públicos”, utilizando dados sociodemográficos e geográficos, enfoque utilizado até hoje. Beites (2011) afirma que a segunda fase da evolução dos “estudos de públicos” manteve a abordagem dos primeiros estudos, utilizando a mesma estratégia do enfoque socioeconômico, com ênfase na segmentação desses. Beites (2011) refere que o terceiro momento da história dos “estudos de público” decorre da introdução de métodos de análise de dados qualitativos, visando, quase sempre, a satisfação pelo serviço prestado, através do levantamento das expectativas e necessidades, bem como das motivações dos respectivos públicos, tendo como critérios: conforto, orientação espacial, pertencimento, entretenimento, socialização, respeito, comunicação, aprendizagem, autonomia, confiança para explorar conteúdos e revitalização pessoal.

Cândido (2020) afirma que os museus contemporâneos estão cada vez mais informados dos desafios que possuem em relação à diversidade e à inclusão. Para Cândido (2020), é necessário admitir que não se pode ter a pretensão da totalidade ou da unanimidade. “É um desafio, portanto, pensar inclusão em um contexto que é inteiramente permeado pela consciência da incompletude, da seleção e da exclusão,

como o universo dos museus” (CÂNDIDO, 2020, s./p.). Para Correa e Micheleon (2013), é possível identificar grupos que acabam sendo excluídos da experiência museal, porque não conseguem ingressar ou porque, se ingressarem, não conseguem ter compreensão do conteúdo da exposição.

Segundo o relatório da Oi Futuro (2019), os museus apresentam um conjunto de informações em suas exposições, sendo que o público valorizará, cada vez mais, estratégias que colaborem para a absorção do conteúdo que os museus disponibilizam. Para Beites (2011), a missão de comunicar, na museologia, ocorrerá ao se compreender que a instituição é, em si mesma, um agente de gestão de informação e mais importante que tudo, quando esta incentivar um diálogo franco e de igual perspectiva com a sua comunidade.

Conforme Guarita (2017), o acesso igualitário aos museus deve ser garantido mesmo com a existência de diversas barreiras, que não são somente físicas, mas também, intelectuais, financeiras e culturais. Para Martins (2017), se os museus estão abertos a todas as pessoas, independente do seu meio cultural e social, é necessário que os museus atendam a pelo menos três níveis de acessibilidade: barreiras físicas, barreiras sensoriais e barreiras atitudinais. Para Martins (2017), as barreiras sensoriais impossibilitam o acesso informativo e comunicativo, como também a compreensão dos objetos em exposição. Para acesso ao conhecimento e a informação, busca-se base no Design Universal, mais especificamente em seus sete princípios para a concretização da acessibilidade e, por extensão, para a promoção da inclusão social nos museus. No contexto desta pesquisa, destacam-se dois princípios:

- Princípio nº 3 - Uso simples e intuitivo: fácil de compreender, independentemente da experiência, conhecimentos, competências linguísticas ou nível de concentração dos utilizadores;
- Princípio nº 4 - Informação perceptível: comunica de maneira eficaz, apresentando a informação em diferentes formatos (pictográfico, verbal, tátil) (GUIA DE BOAS PRÁTICAS DE ACESSIBILIDADE COMUNICAÇÃO INCLUSIVA EM MONUMENTOS, PALÁCIOS E MUSEUS DE PORTUGAL, 2017, p. 11).

Segundo o Guia de Boas Práticas de Acessibilidade para Comunicação Inclusiva em Monumentos, Palácios e Museus de Portugal (2017), o conceito de Design Universal encontra nos museus um território rico para a concepção não só de objetos, equipamentos e estruturas arquitetônicas, mas também, de espaços

para idealizar formas de comunicação e de informação que possam ser utilizadas sem adaptações específicas. Conforme Correa e Micheleon (2013), o museu deve abrigar a diversidade e promover a cidadania a partir do acesso à informação, independentemente dos níveis de inteligência e cognição e das limitações físicas dos seus usuários.

Segundo Sarraf (2018), o Desenho Universal pode ser um parâmetro para o desenvolvimento de medidas que garantam o acesso para todos os públicos, e que permite que as adequações físicas, comunicacionais, atitudinais, de fruição e a criação de novas estratégias de atração de público sejam adequadas para todas as pessoas, independente de suas características pessoais, idade ou habilidades. Conforme Sarraf (2018), os princípios do Desenho Universal consideram uma escala larga de preferências e de habilidades individuais e sensoriais dos usuários para que qualquer ambiente ou produto possa ser alcançado, manipulado e usado, independentemente do corpo, postura, mobilidade, aptidões sensoriais e intelectuais do indivíduo.

A expressão Desenho Universal foi usada pela primeira vez nos Estados Unidos, em 1985, pelo arquiteto Ron Mace, que influenciou a mudança de paradigma no desenvolvimento de projetos urbanos, de arquitetura e design, inclusive de produtos. Para Mace, Hardie e Place (1991), o Desenho Universal, aplicado a um projeto, consiste na criação de ambientes e produtos que possam ser usados por todas as pessoas, na sua máxima extensão possível. No entanto, Santos (2015) refere que o “universal” do Desenho Universal não significa uma solução única para todos, ao contrário, ele reflete uma consciência sobre a natureza única de cada aprendiz e a necessidade de se acomodar as diferenças, criando experiências de aprendizagem que maximizem suas habilidades para progredir.

No contexto da relação ensino-aprendizagem, a Linguagem Simples, conforme Sousa (2017), une linguagem, estrutura e formatação. Vincula áreas como linguística e design, uma vez que deve conciliar decisões acerca do texto com opções de design acessíveis ao público. Para Fischer (2018), a Linguagem Simples é um conjunto de práticas que facilitam a leitura e a compreensão de textos, considerando o público a quem a comunicação se destina, escolhendo as palavras mais familiares, a estrutura das frases e determinando o design.

A Linguagem Simples está na base de todas as estratégias de comunicação, apresentando conteúdos de forma clara e de fácil compreensão, usando uma

linguagem próxima da linguagem falada sem que, com isso, se minimize a carga informativa; ela potencializa a leitura por parte de todas as pessoas, mas é particularmente útil a quem tem um menor domínio da língua portuguesa, como as crianças e as pessoas com surdez ou deficiência intelectual (GUIA DE BOAS PRÁTICAS DE ACESSIBILIDADE PARA COMUNICAÇÃO INCLUSIVA EM MONUMENTOS, PALÁCIOS E MUSEUS DE PORTUGAL, 2017).

Este gênero de acessibilidade importa ser analisado à luz dos processos de comunicação museológica da sociedade contemporânea. Segundo Lima (2007), diversas são as características que tornam um texto fácil e agradável de ser lido, e a sua informação acessível ao leitor. Lima (2007) afirma que, pesquisas desenvolvidas sobre conteúdos acessíveis costumam utilizar o termo *leiturabilidade* (em inglês, *readability*) ao analisar, em determinada peça gráfica, a facilidade com que o texto é compreendido por seus leitores. Para Pillière (2018), a forma geral e a organização de um texto desempenham um papel fundamental para facilitar a compreensão dos visitantes e engajar seus interesses.

Pesquisadores, em especial na língua inglesa, deram origem a diferentes definições de *leiturabilidade*. Em seu livro *The Principles of Readability*, DuBay (2004) apresenta uma compilação de estudos clássicos, como os índices de *leiturabilidade* de Flesch, Dale e Chall e Gunning. Para DuBay (2004), os criadores desses índices levaram a questão da complexidade textual à atenção pública, estimulando uma nova demanda do consumidor por documentos que apresentem facilidade na leitura. Flesch (1946) estima que o grau de *leiturabilidade* é fundamentada na relação entre o tamanho de frase e o tamanho da palavra, variáveis essas que podem afetar a facilidade de leitura dos textos. Edgar Dale e Jeanne Chall (1995) definem *leiturabilidade* como a totalidade dos elementos presentes em determinado material impresso e que influencia no entendimento, velocidade de leitura e interesse do leitor. Para George Klare (1963), *leiturabilidade* é a facilidade de entendimento ou compreensão de acordo com a sua redação. McLaughlin (1968) descreve *leiturabilidade* como o grau que determinado grupo de pessoas considera certa leitura estimulante e compreensível.

Conforme Lima (2007), fatores que estão associados à visão e a percepção visual, portanto, a fisiologia da leitura, formam um subgrupo denominado *legibilidade*, ou seja, características como contraste, foco e campo de visão, que interferem na leitura de um texto, fazem parte deste grupo. McLaughlin (1968) define

legibilidade como a eficiência e velocidade com a qual um grupo de caracteres em um texto pode ser reconhecido.

No contexto museológico, Neto (2010) afirma que entre os métodos existentes para uma melhor legibilidade está o método idealizado pela escritora e pesquisadora sueca Margareta Ekarv, na década de 1990. O “Método Ekarv” utiliza textos simples e atrativos para apreciação e a aprendizagem dos visitantes nos museus a partir do uso adequado de palavras, com o intuito de proporcionar uma melhor experiência visual. Para Neto (2010), as avaliações realizadas com textos escritos segundo o “Método de Ekarv” confirmaram que os visitantes compreenderam facilmente os respectivos conteúdos, considerando a leitura fácil e positiva.

Trench (2018) refere que a escrita dos textos museográficos pode ser feita com o auxílio da Linguagem Simples para a produção de conteúdos acessíveis. Para Trench (2018), escrever um texto expositivo, que seja interessante, envolvente e acessível para um público amplo é difícil, mas não impossível, demarcando que é necessário reconhecer as necessidades e os interesses do público e usar os dispositivos de boa escrita para comunicar o conteúdo desejado. Pillière (2018) afirma que, nos últimos anos, a escrita de textos de museus, como muitos outros tipos de textos técnicos, como manuais de instrução, documentos legais e assim por diante, foi influenciada pelo movimento da Linguagem Simples (em inglês, *Plain English*). De acordo com Fischer (2018), não existe uma definição única de Linguagem Simples, nem de suas regras de uso. É mais comum apresentar a Linguagem Simples em contraponto ao que ela não é, ou seja, em oposição a textos complexos, que exigem grande esforço de leitura e tendem a confundir os leitores.

Kjeldsen e Jensen (2015) afirmam que, nos últimos anos, a demanda por comunicação acessível levou à introdução generalizada de mídias sociais, plataformas de comunicação interativas e diferenciadas em museus em todo o mundo, no entanto, muitos visitantes, ainda hoje, são atraídos por meios de comunicação mais tradicionais, especialmente pelo texto da exposição. É nele que encontramos a interface entre os profissionais do museu e o público e, portanto, onde a acessibilidade - ou a falta dela - se materializará. Para Kjeldsen e Jensen (2015), se o texto museográfico apresentar muitos desafios, a confiança do sujeito corre o risco de ser rompida, resultando em formas e conteúdo sem sentido. Kjeldsen e Jensen (2015) atestam que a complexidade da produção textual também

está ligada ao fato de ser comunicada em massa a um público heterogêneo e deve transmitir informações através de um alinhamento entre o curador, artista, etc., e o receptor leigo, sendo que fatores devem ser levados em consideração para garantir a acessibilidade da exibição, como o texto está relacionado aos objetos da exibição, como o texto interage com a museografia e como o texto se apresenta como conteúdo. Martins (2017) explana que, no pensamento museológico contemporâneo, o acesso à informação torna-se fundamental, dado que a sua inexistência acaba por criar uma barreira ao nível da comunicação. Segundo Martins (2017), o museu deverá encontrar estratégias e instrumentos de comunicação que enriqueçam e facilitem tanto a experiência quanto a aprendizagem.

Dentre os diversos públicos que encontram inúmeras barreiras quanto à acessibilidade aos museus e que nem sempre são contemplados pelos projetos museográficos estão os idosos. De acordo com Bernardo e Carvalho (2020), no âmbito cultural, o museu aparece como o espaço mais procurado pelos idosos.

Conforme dados do Ministério da Saúde (2006), o envelhecimento faz parte da realidade da maioria das sociedades, sinais de um planeta em envelhecimento, cuja estimativa, para o ano de 2050, é que existam cerca de dois bilhões de pessoas com sessenta anos ou mais, a maioria delas vivendo em países em desenvolvimento.

Para Araujo (2016), a definição de grupo idoso tem camuflada uma diversidade de atores sociais e culturais que remete para as especificidades que influenciam a produção do enunciador/emissor da comunicação museológica, bem como a mensagem, isto significa que a própria relação de participação do público idoso com o museu vai influenciar a abordagem do resultado final. Para Roe et al. (2016), diversas instituições culturais vêm desenvolvendo e financiando programas para promover o compartilhamento de experiências, o conhecimento e o convívio social, tornando esses espaços destinos ideais para a estimulação mental dos idosos.

Farias, Landim e Rodrigues (2016) afirmam que a velhice não é somente uma fase da vida, mas um processo complexo, marcado por mudanças físicas, sensoriais e cognitivas. Tais mudanças podem interferir nos reflexos, nas funções fisiológicas, nos órgãos dos sentidos, na memória e na atenção.

No entanto, muitos autores criticam a ausência do discurso social no processo de envelhecimento, afirmando que o envelhecimento também é uma categoria social e assim como se pensa a inclusão nos aspectos fisiológicos também pode-se planejar projetos inclusivos socialmente (FARIAS; LANDIM; RODRIGUES, 2016, p. 31).

Conforme Farias, Landim e Rodrigues (2016), entre os efeitos do envelhecimento está a progressiva perda da visão, que diminui a acuidade visual, aumentando a probabilidade de ruídos que dificultam a leitura e a compreensão de textos, além de impactar na aquisição de informações e na qualidade de vida. A legibilidade, nesse sentido, é selecionar fontes que forneçam pistas e compensem as dificuldades visuais do processo de envelhecimento. Vieira (2011, apud FARIAS; LANDIM, 2019) afirma que é comum muitos idosos se sentirem analfabetos em decorrência de problemas de visão, sendo assim, deve-se valorizar o planejamento de artefatos gráficos, considerando as necessidades desse público, pensando em estratégias visuais para compensar os problemas provenientes do processo de envelhecimento.

Para Cohen, Duarte e Brasileiro (2012), a percepção dos textos também é influenciada pela distância da visão, pela posição, pela visibilidade, pela caligrafia e pelo suporte no qual está inscrito. Cohen, Duarte e Brasileiro (2012) afirmam que a leitura de placas informativas e notas dependem, em parte, das condições de visibilidade, nesse sentido, o nível de iluminação deve ser da mesma ordem que o das obras e objetos expostos aos quais elas se referem, ela precisa ser constante, sem zonas de sombras ou reflexos.

Conforme Nakamura e Almeida (2018), a demanda cognitiva imposta por um material educativo pode ocorrer em função de fatores intrínsecos (dificuldade conceitual, por exemplo), ou de fatores extrínsecos (formato apresentado, tipo de letra, escolha das palavras), ou seja, quanto melhor a leiturabilidade e legibilidade do material proposto, menor a demanda cognitiva.

Os benefícios da Linguagem Simples configuram um avanço na concepção da acessibilidade no design de exposição, uma vez que as formas de aplicar os recursos que garantam a inclusão cultural envolvem múltiplas estratégias, de natureza bastante diferenciadas em espaços museais, que, para além de atuar nas mais diversas formas de comunicação aplicada, também se configuram como meios de comunicação, principalmente na prática de sua linguagem (SARRAF, 2015).

1.2 DELIMITAÇÃO DO TEMA

A comunicação museológica, cuja denominação é dada às diversas formas de geração do conhecimento em museus, encontra nos textos expositivos o vínculo mais próximo entre o museu e o visitante (KJELDSEN; JENSEN, 2015).

Os museus possuem um desafio diário no que tange à diversidade e à inclusão. Nesse contexto, a comunicação museológica acessível, através de um conjunto de adequações, medidas e atitudes, pode proporcionar o bem-estar, o acolhimento e o acesso à fruição cultural, beneficiando públicos diversos (SARRAF, 2018).

Para fins de delimitação desse estudo, a comunicação acessível busca o conceito da Linguagem Simples, por meio da leitura e legibilidade dos textos. Verifica-se que, nos últimos anos, a escrita de textos de museus foi influenciada pelo movimento da Linguagem Simples (PILLIÈRE, 2018).

Diante desse contexto, serão explorados, nessa pesquisa, os textos expositivos introdutórios e os de seções, os quais serão descritos e exemplificados na fundamentação teórica. Para Dean (1996), o texto introdutório apresenta ao visitante os principais conceitos da exposição, enquanto os textos de seções são utilizados para introduzir, identificar ou interpretar um grupo particular de objetos ou uma seção. Para esse estudo serão analisados os textos expositivos introdutórios e os de seções do Memorial do Rio Grande do Sul em Porto Alegre/RS, onde será realizada, posteriormente, a intervenção e a verificação desse estudo.

Nessa perspectiva, delimita-se, para o estudo dos visitantes de museus, idosos moradores na cidade de Porto Alegre/RS, com 75 anos ou mais. Justifica-se a delimitação da faixa etária, pois, conforme a Pesquisa Nacional de Saúde (PNS, 2019), 50,1% dos idosos com 75 anos ou mais apresentavam limitação funcional para realizar suas atividades diárias.

Por fim, o design para experiência abarca todos os itens delimitados nessa pesquisa, visto que o objetivo trata acerca da experiência do público idoso em museus por meio da Linguagem Simples.

Diante dos pontos demarcados, a Figura 2 apresenta a estrutura esquemática da delimitação dessa pesquisa.

Figura 2 - Delimitação da Pesquisa



Fonte: o autor (2022).

O tópico seguinte apresentará o problema de pesquisa, hipótese da pesquisa, objetivo (geral e específicos) e a justificativa da pesquisa.

1.3 PROBLEMA DE PESQUISA

Diante do contexto e delimitação apresentados, tem-se o seguinte problema de pesquisa: **Como o processo de projeto de comunicação acessível em museus pode ser conduzido de modo a promover a experiência pelo público idoso?**

1.4 HIPÓTESE DA PESQUISA

A partir do problema de pesquisa tem-se como hipótese que:

- O processo de projeto de comunicação acessível em museus pode-se beneficiar de diretrizes de Linguagem Simples para apoio à tomada de decisão no projeto, visando promover a experiência do público idoso.

1.5 OBJETIVOS

Os objetivos estabelecidos para esta pesquisa são apresentados a seguir, sendo classificados em geral e específicos.

1.5.1 Objetivo geral

Propor diretrizes de Linguagem Simples para apoio à tomada de decisão no processo de projeto de comunicação acessível para fins de promover a experiência do público idoso em museus.

1.5.2 Objetivos específicos

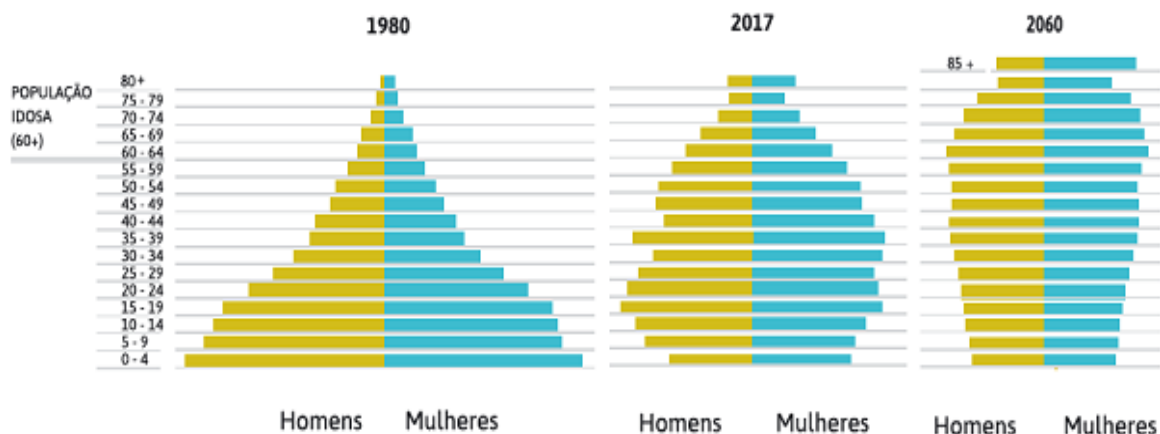
- a. Conhecer os dispositivos de comunicação utilizados pelos museus, para fins de levantar quais são as práticas correntes;
- b. Compreender e caracterizar as especificidades do público idoso com relação às suas necessidades e expectativas em suas experiências com dispositivos de comunicação em museus;
- c. Compreender e caracterizar as dimensões da experiência do usuário, para relacionar com a experiência do público idoso em museus;
- d. Identificar parâmetros vinculados à Linguagem Simples, em termos de legibilidade e legibilidade, para auxiliar o processo de projeto de comunicação acessível;
- e. Relacionar os parâmetros da Linguagem Simples com as dimensões da experiência do público idoso em museus;
- f. Definir diretrizes preliminares de Linguagem Simples para o projeto de comunicação acessível, visando promover a experiência do público idoso em museus;
- g. Aplicar as diretrizes preliminares no contexto museal, mais particularmente no Memorial do Rio Grande do Sul, para fins de verificação quanto à sua utilização no processo de projeto de comunicação acessível e voltado a promover a experiência do público idoso.

1.6 JUSTIFICATIVA DA PESQUISA

Essa pesquisa se justifica tendo em vista uma nova configuração social, que projeta, para o Brasil de 2060, 1/3 da população com mais de sessenta anos. Informações publicadas pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) mostram que o aumento da população idosa tem mudado o formato da pirâmide

etária em relação ao ano de 1980. A partir dos dados do Censo de 2010, o IBGE estimou um incremento médio de mais de 1 milhão de pessoas idosas a cada ano, nos 10 anos seguintes. O avanço dos números ultrapassou a previsão do IBGE, uma vez que a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD Contínua) de 2017 (Figura 3) aponta que, 14,6% da população brasileira têm 60 anos ou mais de idade, correspondendo a 30,3 milhões de pessoas.

Figura 3 - Pirâmides etárias absolutas

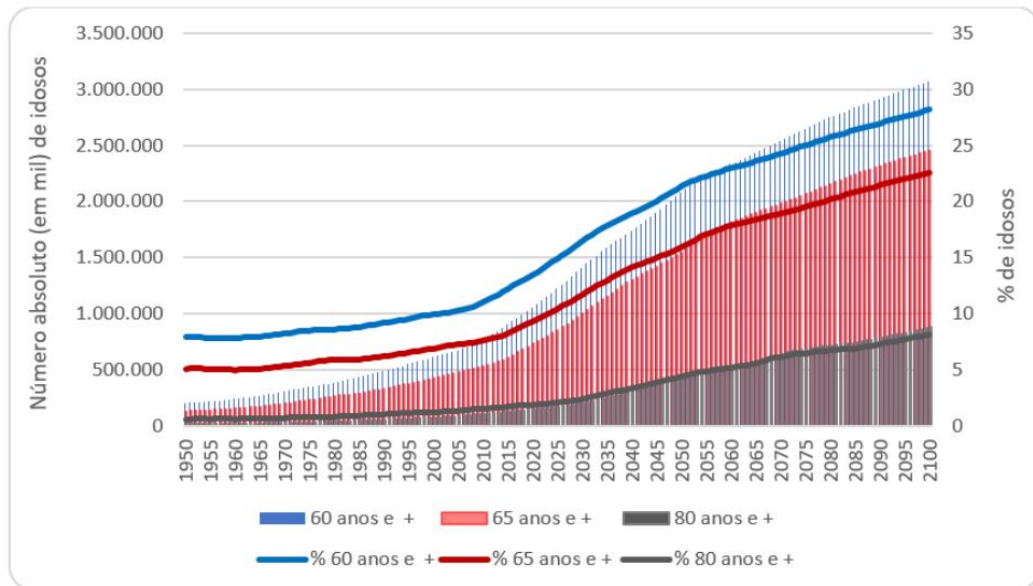


Fonte: IBGE (2017).

Segundo Guarita (2017), é possível identificar as principais causas para este contexto: melhor assistência médica; evolução científica e tecnológica; melhoria das condições higiênico-sanitárias; nova perspectiva sobre o sentido de qualidade de vida, etc. Segundo Prado, Besse e Lemos (2010), este contexto exige um novo olhar sobre a população idosa, visto que são significativamente visíveis na conjuntura social, o que exige uma mudança de conceitos e posturas com vistas a uma essencial adaptação a uma expressiva população envelhecida.

Dados publicados pela Divisão de População da ONU, em 2019, apontaram as projeções populacionais para todos os países e para o total mundial. A Figura 4 exhibe o crescimento absoluto (barras e eixo esquerdo) e o crescimento percentual (linhas e eixo direito) dos idosos em três categorias: 60 anos e mais, 65 anos e mais e 80 anos e mais. Observa-se que o aumento registrado e projetado é crescente no período de 150 anos, mas o ritmo do envelhecimento na segunda metade do século XX, que ainda se mantinha de forma lenta, torna-se acelerado ao longo do século XXI.

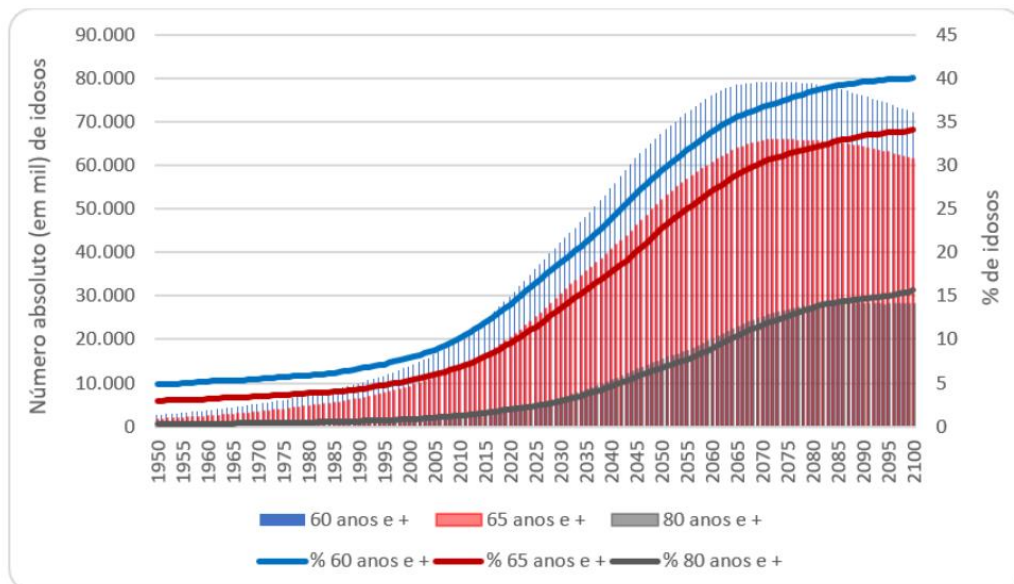
Figura 4 - População absoluta e relativa de idosos de 60 anos e mais, 65 e mais e 80 anos e mais no Mundo: 1950 - 2100



Fonte: Divisão de População da ONU (2019).

O Brasil segue a tendência global, mas o processo de envelhecimento populacional é ainda mais expressivo, conforme pode ser observado na Figura 5, que exibe os percentuais de idosos bem acima dos percentuais globais.

Figura 5 - População absoluta e relativa de idosos de 60 anos e mais, 65 e mais e 80 anos e mais no Brasil: 1950 - 2100



Fonte: Divisão de População da ONU (2019).

Anjos e Contijo (2015) afirmam que o envelhecimento é considerado um conjunto de processos que provocam alterações físicas e fisiológicas em todos os

seres vivos, provocando perda da capacidade de adaptação e redução da funcionalidade. Para Ferreira et al. (2012), o termo envelhecimento refere-se a um processo dinâmico e progressivo, no qual há modificações morfológicas, funcionais, bioquímicas e psicológicas. Malloy-Diniz, Fluentes e Cosenza (2013) apontam que compreender melhor o campo de estudo do envelhecimento é fundamental para a proposição de novos projetos e políticas públicas que auxiliem na solução de múltiplos problemas médicos, psicossociais e econômicos.

À medida que as pessoas envelhecem, ocorrem inúmeras alterações nos sistemas sensoriais, podendo “[...] ocorrer alterações como: diminuição da acuidade visual, do campo visual periférico, da noção de profundidade e na discriminação de cores, da capacidade de adaptação ao claro e escuro [...]” (ANJOS; CONTIJO, 2015, p. 796).

No Brasil, segundo a Pesquisa Nacional de Saúde (PNS) de 2019, 9,5% (ou 3,3 milhões) das pessoas de 60 anos ou mais de idade tinham limitação funcional para realizar suas atividades diárias. Em relação à idade, quanto mais avançados os grupos de idade, maiores foram as estimativas. O percentual do grupo de 60 a 64 anos de idade foi de 10,1%, o de 65 a 74 foi de 18,0% e o de 75 ou mais registrou 50,1%.

Com relação à deficiência visual, a PNS (2019) aponta que a população masculina representa 2,7%, enquanto a população feminina representa 4,0%. Com relação às faixas etárias, a população com 60 anos ou mais de idade atinge 9,2% de pessoas com deficiência visual, ou seja, o dobro do percentual de pessoas com 40 a 59 anos, que representam 4,4% da população.

Para Guarita (2017), é necessário que os museus compreendam o processo de envelhecimento e que atendam o público idoso e produzam saberes que se enquadrem na realidade demográfica. Para isso, é necessário obter informações a respeito desse público tão específico, mas ao mesmo tempo tão diverso. Conforme o Guia de Boas Práticas de Acessibilidade - Comunicação Inclusiva em Monumentos, Palácios e Museus de Portugal (2017), qualquer intervenção, no sentido de promover a inclusão em espaços patrimoniais, só será possível se for feita uma avaliação diagnóstica, que identificará as forças e as fragilidades do contexto em que se quer implementar uma estratégia de comunicação inclusiva, dando conta daquilo que torna cada museu singular.

Conforme pesquisa realizada por Todd et al. (2017), com uma amostra de 20 participantes de programas alocados em sete museus no centro de Londres e Kent, um condado semirural da Inglaterra, verificou-se que as visitas regulares aos museus reduziram o isolamento social das pessoas idosas, determinando como eles interagiram para criar um ambiente social e físico que melhorasse o bem-estar psicológico. Em 2014, o Museu de Arte Moderna de Nova York (MoMA) deu início ao projeto de pesquisa *Prime Time*, analisando como os museus poderiam apoiar o envelhecimento ativo a partir de programas destinados ao visitante idoso, desenvolvendo atividades para atender as demandas e necessidades desse público. Conforme Coates (2019), o estudo realizado no MoMA reuniu um grupo de 11 nova-iorquinos, com idades entre 61 e 94 anos, e foi denominado de *Prime Time Collective*, o qual, por meio de avaliações escritas, grupos focais e entrevistas em vídeo, verificou que as experiências envolventes, inclusivas, sociais e programadas regularmente são as mais procuradas pelos visitantes idosos. Coates (2019) afirma que projetos como o *Prime Time Collective* mostram que, quando os idosos são incluídos em determinados sistemas, eles compartilham conhecimentos e experiências relevantes para todas as demais gerações. Sentir-se acolhido por essas instituições os ajuda a permanecer ativos, trazendo uma série de benefícios mentais e físicos (COATES, 2019). Nesse contexto, garantir uma experiência de vida positiva para os idosos é promover sua saúde e capacidade funcional, sua participação social e segurança, o que contribui para a qualidade de vida e bem-estar geral (OMS, 2005).

Segundo Cardoso e Cuty (2012), possibilitar o acesso mínimo e satisfatório ao patrimônio cultural e à informação é a melhor forma de fazer com que o museu cumpra o seu principal sentido com a sociedade, legitimando a identidade e autoidentificação com aquilo que a compõe.

Araujo (2016) afirma que para a museologia é pertinente focar no grupo idoso, mas é necessário posicionar-se de modo a ultrapassar a categorização de grupo único e trabalhar categorias reais, derivadas de um processo de envelhecimento com padrões de desenvolvimento diversos, projetando que todos os públicos irão gradualmente envelhecer. Considerando características relevantes que surgem no processo de envelhecimento, como a perda da acuidade visual, *déficit* cognitivo na apreensão das informações (captação e processamento) e demais necessidades que levam a adotar a Linguagem Simples como estratégia na comunicação.

Considerando o idoso como sujeito desta pesquisa, os estudos realizados por Carr (1988) indicam que muitas das diretrizes baseadas em evidências sobre como escrever para pessoas mais velhas, produzem textos que também agradam a outras pessoas. Conforme a autora, essas diretrizes têm muito em comum com o estilo comumente conhecido como “Linguagem Simples”. Tanto os idosos quanto as organizações têm muito a ganhar com a remoção dessas barreiras relacionadas à linguagem e ao design.

Introdução em Linguagem Simples

Os museus de hoje estão cada vez mais informados dos desafios que possuem em relação à diversidade e à inclusão.

Foi possível identificar públicos que são excluídos da experiência em museus, porque não conseguem ter acesso ou não conseguem compreender o conteúdo da exposição. O idoso faz parte do público que encontra dificuldade e pouco é lembrado no projeto da exposição.

É importante que os museus conheçam mais sobre o envelhecimento. Para isso, é necessário saber mais informações sobre o idoso. Estudos indicam que utilizar diretrizes de como escrever para pessoas idosas, produz textos que também agradam e auxiliam outras pessoas.

A escrita do texto da exposição pode utilizar a Linguagem Simples para produzir conteúdo fáceis de entender e ler. A Linguagem Simples analisa o público, escolhe as palavras mais familiares, a estrutura das frases e determina os elementos gráficos.

Tanto os idosos quanto os museus, têm muito a ganhar com a retirada das barreiras relacionadas à comunicação dos textos da exposição.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O capítulo, dividido em sete tópicos, contextualiza o tema da pesquisa para subsidiar a compreensão da análise dos resultados e discussão do estudo através do conhecimento, da compreensão e da identificação do sujeito (idoso), do meio (museu) e do objeto (textos expositivos) dessa pesquisa.

No primeiro tópico apresentam-se a comunicação visual e os elementos que compõem a mensagem visual. O processo de comunicação entre o emissor, o ambiente e o receptor.

O segundo tópico discorre sobre a comunicação museológica, abordando o contexto histórico das coleções museais e a relação que se estabelece entre o Museu-Homem-Sociedade. São definidos, neste tópico, os conceitos de museologia, museografia e expografia. O tópico categoriza os tipos de textos utilizados em exposições.

Posteriormente, no terceiro tópico, apresentam-se as definições e conceitos de acessibilidade e acessibilidade cultural, definindo termos como: Design Inclusivo, Design para Todos e Design Universal. Por fim, o tópico descreve a importância do acesso à informação e a necessidade da implementação de estratégias de comunicação acessíveis ao público de museus.

O quarto tópico discorre sobre o uso da Linguagem Simples e as definições de legibilidade e de leitura fácil.

Na sequência, o quinto tópico discorre sobre como a experiência e a emoção podem servir de subsídio para profissionais na prática do design. O tópico discorre também sobre a experiência do usuário, bem como os métodos de avaliação da experiência.

O sexto tópico discorre sobre processos de projeto em design, com ênfase na experiência do usuário.

Por fim, no sétimo tópico apresentam-se definições de termos como: idoso, terceira idade, velhice e envelhecimento. O tópico finaliza com a apresentação de dados sociodemográficos, ambientais, e psicofisiológicos do envelhecimento.

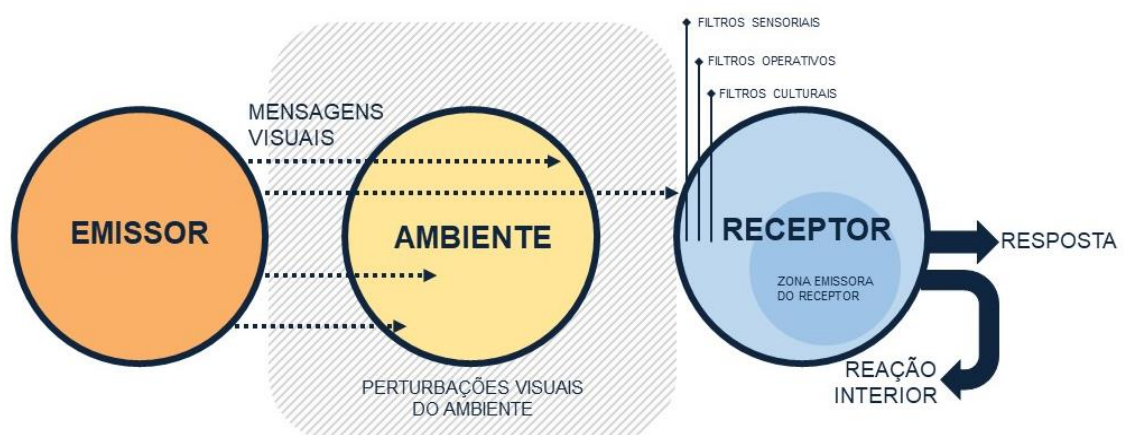
2.1 COMUNICAÇÃO VISUAL

Praticamente tudo o que os nossos olhos veem é comunicação visual; uma nuvem, uma flor, um desenho técnico, um sapato, um cartaz, uma libélula, um telegrama (excluindo o conteúdo), uma bandeira. Imagens que, como todas as outras, têm um valor diferente segundo o contexto em que são inseridas, dando informações diferentes (MUNARI, 2006, p. 65).

Conforme Panizza (2004), a comunicação visual transcende fronteiras, ultrapassa os limites da língua, do tempo e do espaço. É o meio insubstituível de transmitir informações, sentimentos e ordens do emissor para o receptor (PANIZZA, 2004). Entretanto, esse objetivo só será atingido se ambos possuírem o conhecimento instrumental necessário para codificação e decodificação da mensagem. “Os resultados do design devem ser capazes de se comunicar com seus usuários com eficácia, com objetivos de passar mensagens, gerando significados” (TAI HSUAN-AN, 2017, p. 116).

Para Munari (2006), as mensagens captadas pelos nossos olhos podem ser categorizadas como comunicação visual casual ou intencional. A comunicação visual casual pode ser livremente interpretada por quem a recebe, já a comunicação visual intencional deve ser percebida na totalidade do significado pretendido pela intenção do emissor (MUNARI, 2006). Munari (2006) aponta que a comunicação visual ocorre por meio de mensagens visuais que fazem parte da grande família das mensagens que atingem os nossos sentidos. Munari (2006) pressupõem que, o emissor, ao emitir mensagens, as terá recebidas na sua integralidade pelo receptor (Figura 6).

Figura 6 - A mensagem Visual



Fonte: adaptado de Munari (2006).

Entretanto, o receptor estará imerso em um ambiente cheio de perturbações visuais, que podem alterar, ou mesmo anular certas mensagens (MUNARI, 2006).

De acordo com Munari (2006), suponha-se que a mensagem visual seja bem projetada, de tal modo que consiga evitar qualquer “deformação” durante a sua emissão, ao chegar ao receptor ainda encontrará outros obstáculos, definidos como filtros, que deverão ser rompidos para que a mensagem seja percebida na sua totalidade (MUNARI, 2006). Os filtros são categorizados como: (1) filtros sensoriais: capacidade que o nosso aparelho óptico tem de captar as mensagens visuais; (2) filtros funcionais: dependem das características psicofisiológicas constitutivas do receptor; e (3) filtros culturais: deixam passar as mensagens que fazem parte do universo cultural do receptor (MUNARI, 2006).

Segundo Munari (2006), esses filtros não são rigorosamente distintos e não apresentam uma ordem pré-definida, podendo ter inversões ou contaminações recíprocas. Por fim, conforme esse autor, a mensagem que rompe com a zona de perturbações visuais e ultrapassa os filtros, chega ao interior do receptor, ao qual denomina-se zona receptora do emissor, capaz de emitir respostas a mensagem recebida.

2.1.1 Decomposição da mensagem visual

Conforme Tai Hsuan-An (2017), com design, somos capazes de estabelecer a comunicação entre o usuário e o objeto. O autor afirma que todo objeto ou produto tem uma aparência visual que carrega mensagens ou informações por meio de elementos visuais e sígnicos. Para D’Agostini (2017), escolher as formas adequadas para a apresentação da informação em um ambiente pode assegurar o bom resultado de um projeto gráfico.

Para Dondis (1997), é por meio dos elementos visuais que obtemos matéria-prima para todos os níveis de inteligência visual, e que se expressam todas as variedades de manifestações visuais, objetos, ambientes e experiências (DONDIS, 1997).

A mensagem, conforme Munari (2006), pode ser dividida em duas partes: (1) informação e (2) suporte visual. Para Munari (2006, p. 69), “suporte visual é o conjunto de elementos que tornam visível a mensagem, todas aquelas partes que devem ser consideradas e aprofundadas para poderem ser utilizadas com máxima

coerência em relação à informação”. Munari (2006) elenca as seguintes partes: Textura; Forma; Estrutura; Módulo; Movimento. Já os autores Lupton e Phillips (2008) destacam: Ponto, linha e plano; Ritmo e Equilíbrio; Escala; Textura; Cor; Figura/Fundo; Enquadramento; Hierarquia; Camadas; Transparência, Modularidade; Grid; Padronagem; Diagrama; Tempo e Movimento. Enquanto Dondis (1997) decompõem a mensagem visual nos seguintes elementos: Ponto; Linha; Forma; Direção; Tom; Cor; Textura; Escala; Dimensão; Movimento.

Segundo Dean (1996), um estudo bem fundamentado dos elementos visuais pode promover uma abordagem adequada ao design de exposições. Conhecer esses elementos é útil para entender por que alguns arranjos funcionam, isto é, se eles cumprem a função pretendida, enquanto outros não (DEAN, 1996). Conforme o autor, quando uma composição de elementos visuais está adequada aos princípios do design, geralmente é confortável para os olhos, mesmo que o assunto não seja de interesse do público. No entanto, quando o design está em discordância, o público reage negativamente, independentemente de quão importante e interessante seja o conteúdo. Conforme Dean (1996), existem seis elementos principais: Valor; Cor; Textura; Equilíbrio; Linha; Forma.

Para essa pesquisa, destacamos sete elementos que serão utilizados para posterior análise dos textos expositivos, conforme critérios apontados no tópico 2.4.

Os sete elementos definidos são: **(1) ritmo e equilíbrio; (2) escala; (3) textura; (4) cor; (5) figura/fundo; (6) hierarquia; (7) grid.**

De acordo com Lupton e Phillips (2008, p. 29), “o equilíbrio é uma condição humana fundamental”. Já para Dean (1996), o **equilíbrio** é a qualidade da distribuição visual do peso. Os autores apontam que o equilíbrio visual acontece quando o peso de um ou mais elementos está distribuído igualmente ou proporcionalmente no espaço. Um projeto simétrico, que possua os mesmos elementos em pelo menos dois lados de um eixo comum, é naturalmente estável, no entanto, a simetria não é o único meio de se atingir o equilíbrio. Projetos assimétricos são geralmente mais ativos que os simétricos, quando “os designers atingem o equilíbrio ao colocar elementos contrastantes em contraponto um com o outro, produzindo composições que permitem ao olho perambular dentro de uma estabilidade geral” (LUPTON; PHILLIPS, 2008, p. 30).

Segundo Dean (1996), outra maneira é equilibrar um objeto (um elemento positivo) contra um não-objeto (um elemento negativo – espaço). O uso adequado

do espaço negativo pode aumentar, drasticamente, o interesse visual de uma composição, ao mesmo tempo em que produz um equilíbrio confortável. O equilíbrio visual pode ser obtido por: deslocamento do centro de equilíbrio; uso de espaço negativo; emprego de elementos múltiplos *versus* elementos únicos; valores e volumes de compensação (DEAN, 1996).

De acordo com Lupton e Phillips (2008), desenvolver uma sensibilidade para a **escala** é um processo constante para qualquer designer. Os autores explanam que, um projeto, cujos elementos tem todos o mesmo tamanho, provoca uma sensação estática ou sem contraste.

Lupton e Phillips (2008) e Dondis (1997) afirmam que a escala é relativa, ou seja, um elemento gráfico pode ser maior ou menor, dependendo do contexto onde se insere e pelos elementos que o compõe. Quando os elementos têm todos o mesmo tamanho, o projeto fica monótono, nesse contexto, o contraste no tamanho pode criar uma tensão, bem como uma sensação de profundidade e movimento (LUPTON; PHILLIPS, 2008). Conforme Hughes (2015), é importante que os elementos visuais possam ser lidos e compreendidos à distância e sejam suficientemente arrojados e perceptíveis para serem vistos em áreas lotadas.

Lupton e Phillips (2008) afirmam que **texturas** palpáveis afetam a maneira como uma peça é sentida pelo tato, além de modificar seu aspecto visual. Para Dondis (1997), a textura reflete as características de uma superfície. Uma superfície lisa ou brilhante, por exemplo, reflete a luz de modo diferente de uma superfície porosa ou fosca (LUPTON; PHILLIPS, 2008).

Para Dean (1996), a textura é a rugosidade visual, ou suavidade de uma superfície. O autor afirma que em imagens bidimensionais não existem variações reais da superfície, mas, ao variar a densidade dos pigmentos, a qualidade da linha e a força, ou fraqueza dos tons, a superfície pode parecer texturizada.

De acordo com Dondis (1997), a **cor**, dentre os elementos visuais, é a que possui maior expressividade e apelo emocional. Para Dondis (1997), ela é composta por três dimensões: (1) matiz ou croma (azul, vermelho, verde, etc.); (2) saturação (pureza da cor); (3) luminosidade (componente tonal da cor).

Para Lupton e Phillips (2008), a cor existe, literalmente, no olho do observador, pois só podemos percebê-la quando a luz é refletida por um objeto ou emitida por uma fonte. Conforme Lupton e Phillips (2008, p. 71), “nossa percepção

da cor depende não apenas da pigmentação das superfícies em si como também da intensidade e do tipo da luz ambiente”.

Lupton e Phillips (2008) apontam que o disco cromático é uma ferramenta útil para o designer, pois nele estão distribuídas as cores primárias, secundárias e terciárias que o compõem. As cores vizinhas, no disco cromático (análogas), produzem um contraste mínimo e uma harmonia com pouca vibração visual, já que possuem uma temperatura de cor equivalente, já as cores opostas, no disco cromático (complementares), possuem temperaturas discordantes. De acordo com Lupton e Phillips (2008, p. 72), “a decisão de utilizar cores análogas ou contrastantes afeta a energia visual e a atmosfera de qualquer composição”.

Segundo Lupton e Phillips (2008, p. 97), as “relações de **figura/fundo** definem a percepção visual. Uma figura (forma) é sempre vista em relação ao que a rodeia (fundo)”. Designers frequentemente buscam equilíbrio entre figura e fundo, proporcionando assim, ordem em relação à forma e ao espaço.

Para Lupton e Phillips (2008, p. 98), “uma relação estável de figura/fundo existe quando uma forma ou figura se destaca claramente o seu fundo”. A relação figura/fundo reversível ocorre quando elementos positivos e negativos atraem nossa atenção alternadamente, à medida que nossos olhos percebem como dominantes e, em seguida, subordinados. Composições com figura/fundo ambíguos desafiam o observador a encontrar um ponto focal, pois a figura encontra-se imbricada com fundo, sem que o observador consiga discernir sobre sua predominância.

A **hierarquia visual** controla a transmissão e o impacto da mensagem, ou seja, sem hierarquia a comunicação gráfica fica confusa, dificulta a navegação (D’AGOSTINI, 2017). O projeto que utiliza a hierarquia como elemento compositivo pode ser simples ou complexo, rigoroso e flexível, raso ou extremamente articulado, distinguindo mudanças que devem ocorrer de um nível a outro (LUPTON; PHILLIPS, 2008). Lupton e Phillips (2008, p. 115) afirmam que, “expressar uma ordem é tarefa primordial do designer”.

De acordo com Lupton e Phillips (2008), o **grid** é uma rede de linhas, que geralmente cortam um plano horizontal e verticalmente com incrementos ritmados, mas um grid pode também ser anguloso, irregular, ou ainda circular. Para os autores, o grid tem como objetivo organizar textos e imagens, além de estruturar os espaços brancos que passam a participar do ritmo do conjunto geral, oferecendo um ponto de partida racional para cada composição, convertendo uma área vazia num

campo estruturado, auxiliando os designers na criação de composições ativas e assimétricas em vez de estáticas e centradas. Dividindo o espaço em unidades menores (módulos), estimulando o designer a deixar alguns espaços vazios (LUPTON; PHILLIPS, 2008).

Para Araújo e Mager (2014), o grid determina o número de colunas na qual se dividirá o espaço, de acordo com as dimensões das mesmas (largura, altura e espessura do intervalo entre elas). Considerando a legibilidade do conteúdo, a definição do modelo e do formato do grid, é feita ou avaliada sua forte dependência em relação a tipografia escolhida, seu corpo e sua entrelinha (ARAÚJO; MAGER, 2014). Para D'Agostini (2017), é por meio das malhas construtivas, ou grids, que o designer poderá planejar a disposição de elementos gráficos em uma construção modular que promova a boa composição das mensagens visuais, além da hierarquia das informações.

2.2 COMUNICAÇÃO MUSEOLÓGICA

Segundo Sarraf (2013), foi a prática do colecionismo na Europa que deu origem ao que denominamos hoje de espaços culturais e museais. De acordo com Sarraf (2013), este fenômeno foi consolidado a partir da ampliação dos territórios físicos e culturais realizado pelos burgueses, nobres e eclesiásticos, ficando essas coleções restritas, por séculos, às residências, palácios e igrejas, que a partir do século XVIII começaram a ser difundidas entre as regiões, causando curiosidade e desejo de conhecimento para diversas populações.

Para Sarraf (2013), os primeiros museus e espaços de cultura eram chamados de “Gabinetes de Curiosidades”, assim definidos:

[...] essas coleções particularidades continham um pouco de tudo. Aos poucos esses gabinetes foram se configurando de acordo com o gosto desenvolvido por seus donos: gabinetes de pintura, gabinetes de escultura, gabinetes botânicos e outras variações. O que caracteriza todos os gabinetes, entretanto, era a exposição da coleção completa que ocorria em vitrines, em mesas, no chão e pendurada nas paredes inteiras, do chão ao teto. Isto é, tudo precisava estar exposto às vistas do dono e seus visitantes como um deleite para a visão (SARRAF, 2013, p. 37).

Conforme Guarnieri (1979 apud BRUNO, 2010), mesmo que o museu não seja o local “original” daqueles objetos, nenhum outro lugar ou instituição se

compara quanto a eficiência potencial da comunicação. Para Guarnieri (1979 apud BRUNO, 2010), os museus são potencialmente o meio mais adequado para uma relação “religiosa” entre o homem e o objeto.

Os Estatutos do *International Council of Museums* (ICOM), adotados pela 22ª Assembleia Geral em Viena, Áustria, em 24 de agosto de 2007, definem museu como:

[...] uma instituição sem fins lucrativos, permanente, ao serviço da sociedade e do seu desenvolvimento, aberta ao público, que adquire, conserva, pesquisa, comunica e expõe o património tangível e imaterial da humanidade e do seu meio ambiente para fins educativos, estudo e diversão (ICOM, 2021).

Para ampliar o entendimento dos processos e das relações que se estabelecem nos espaços expositivos, é necessário que sejam definidos alguns conceitos. Segundo Desvallées e Mairesse (2013), todo espaço expositivo é conferido ao estado de espaço museal quando fruto do processo de musealização, sendo esta a operação de extração física e conceitual de uma coisa do seu meio natural, ou cultural de origem.

Tudo aquilo que toca o espaço museal, conforme Desvallées e Mairesse (2013), pode ser aplicado amplamente ao termo “museologia”. Sendo esta a primeira e a mais disseminada definição, ou seja, tudo aquilo que toca ao museu e que remete, geralmente, no dicionário, ao termo “museal”, define-se como museologia. Mensch (1994 apud CURY, 2005) define a museologia como o estudo da relação específica do homem e sua relação com a realidade.

A definição de museologia que influenciou os museólogos brasileiros, enfatizada por Cury (2005), parte das ideias da autora Waldisa Rússio Guarnieri, apresentada no encontro do ICOFOM/ICOM (Comitê da Teoria Museológica do ICOM) em Estocolmo, em 1981, que define a museologia como o estudo do fato museal, ou seja, “[...] relação profunda entre o Homem, sujeito que conhece, e o Objeto, parte da Realidade à qual “o Homem também pertence e sobre o qual tem poder de agir”, relação esta que se processa “num cenário institucionalizado, ou no museu” (GUARNIERI, 1990, p. 58 apud CURY, 2005).

Guarnieri (2010) explana que a Museologia é a ciência do Museu e das suas relações com a sociedade; é, também, a ciência que estuda a relação entre o Homem e o Objeto, ou o Artefato, tendo o Museu como cenário desse

relacionamento. Ciência em construção, a museologia vai se libertando da mera observação e descrição de fenômenos para considerar o fato museológico, desde a sistematização do objeto exposto dentro de uma semântica que o torna inteligível em si e dentro de um contexto, passando pela relação “Homem-Objeto” e chegando à mais profunda reflexão sobre o relacionamento “Museu-Homem-Sociedade” (GUARNIERI, 2010).

Santos (1997) anuncia que, nos últimos trinta anos, foi possível produzir e provocar visíveis transformações no campo da museologia. Considerando que o fazer museológico é o resultado das relações humanas em cada momento histórico, em relação com as demais práticas sociais globais, pode-se afirmar que a museologia é resultado de um mundo em transformação (SANTOS, 1997).

Segundo Santos (1997), a comunicação entre o objeto e o espectador se constitui dentro dos espaços museais a partir da montagem das exposições, a qual pode ser denominada de experimentações museográficas, expográficas e cenográficas.

Museografia é o termo que engloba todas as ações práticas de um museu: planejamento, arquitetura e acessibilidade, documentação, conservação, exposição e educação, conforme conceitualização de Cury (2005). Já Gonçalves (2004) alarga este conceito, afirmando que é por meio da museografia que se cumpre a função primordial da exposição, a de aproximar o objeto mostrado e o visitante. A estrutura de apresentação da mostra se torna o canal para a realização do encontro vivo com o objeto exposto, sendo, portanto, condição decisiva do seu processo comunicativo (CURY, 2005). Para Cury (2005), os artifícios utilizados pela museografia têm como objetivo estabelecer uma experiência cognitiva entre o espectador e o objeto museal exposto.

A expografia, como parte da museografia, “visa à pesquisa de uma linguagem e de uma expressão fiel na tradução de programas científicos de uma exposição” (DESVALLÉES, 1998, p. 221 apud CURY, 2005, p. 27). Cury (2005) afirma que a expografia é a forma da exposição de acordo com os princípios museológicos, comunicacionais e educacionais de uma exposição, e a sua base fundante. Para Cury (2005), são utilizados instrumentos expográficos para conceituar e apresentar estes objetos, utilizando cores, ambientação, sonorização, iluminação, temperatura e demais dispositivos multisensoriais. Segundo Cury (2005), também fazem parte dos elementos expográficos os demais recursos visuais, como textos institucionais,

textos curatoriais, etiquetas de identificação, imagens fotográficas, etc. Todos os recursos visuais são de extrema importância na construção da narrativa expositiva, transmitindo ideias, acontecimentos e conceitos, inserindo assim, um conjunto de elementos enriquecedores à experiência do público, na medida em que potencializam a interação entre o público e o patrimônio cultural, servindo para consolidar o discurso museológico estruturado na articulação entre os objetos expostos e os demais recursos do museu (CURY, 2005).

De acordo com Guarnieri (2010), o museu é responsável por registrar a trajetória do Homem como agente da sua História. O que variará no Museu são os seus recursos de comunicação adaptados ao Homem de sua época; assim, o Museu será variável quanto à sua forma e aos seus meios, de acordo com a sociedade (GUARNIERI, 2010).

Sarraf (2013) afirma que, durante o século XX, os espaços culturais, formados em grande parte por museus a partir das grandes coleções reais, eclesiais e particulares, começaram a enfrentar uma concorrência de preferências de seus públicos com os meios de comunicação em massa, integrantes de grandes corporações de difusão da informação. Para Dean (1996), ainda que os objetos tangíveis sejam o meio principal, o valor essencial das coleções é o conteúdo que elas possuem e o que isso significa para a comunidade global. Outras instituições também lidam com informações, mas somente os museus coletam, preservam, pesquisam e exibem publicamente objetos como função essencial de sua existência (DEAN, 1996). Segundo Cury (2005), a comunicação museológica é a denominação genérica que é dada às diversas formas de extroversão do conhecimento em museus, uma vez que há um trabalho de introversão.

Para Guarnieri (2010), a relação profunda entre sujeito e objeto museal depende não somente da comunicação das evidências do objeto, mas também do recinto do museu como agente da troca museológica. Guarnieri (2010) afirma que a exposição museológica vai além de dar ênfase nos aspectos físicos do objeto exposto, ela indaga e explicita os seus conteúdos, mensagens, significados.

Uma exposição é uma mensagem (de alguém para outrem) transmitida através dos objetos. Uma exposição é um discurso e, portanto, pode assumir caráter narrativo, descritivo, interpretativo ou explicativo; sendo discurso, pode ser predominantemente científica, estética ou poética. Uma exposição é uma linguagem, na medida em que se constitui em uma expressão inteligível da realidade (GUARNIERI, 2010, p. 139).

Sarraff (2013) aponta que o campo da comunicação em espaços culturais tem sido um vasto objeto de estudo dentro da grande área de comunicação, que possui como objetivo realizar pesquisas na tentativa de mensurar a recepção de informações para visitantes diversos. Conforme Sarraf (2013), os espaços culturais pesquisam, desenvolvem e produzem produtos, serviços e meios essenciais aos processos de comunicação.

A partir do final do século XX e início do século XXI, os espaços culturais começaram a desenvolver projetos e programas visando a inclusão social de pessoas com deficiência, com base no Movimento Internacional de Inclusão Social, e, posteriormente, com a inclusão de outros públicos para os quais esses espaços ainda representavam dificuldades físicas e cognitivas: as crianças pequenas, os idosos e as populações com acesso restrito à cultura (SARRAF, 2013).

Considerando a nova realidade enfrentada pelos espaços culturais, é possível compreender a origem de algumas das estratégias atuais investidas para garantir a presença qualificada do público, que tem como características principais: o acesso, a interação e a mudança na linguagem das exposições e produtos culturais.

2.2.1 Textos expositivos como dispositivos de comunicação

Conforme Fernández e Fernández (2007), o conjunto formado por textos, imagens, ilustrações, sistemas audiovisuais e programas de computador são considerados elementos de comunicação da exposição. Os autores afirmam que a comunicação deverá ser concebida de maneira em que o visitante descubra e questione, tirando suas próprias conclusões durante a visita.

Fernández e Fernández (2007) afirmam que o tempo médio de um visitante em frente ao objeto expositivo é de 20 ou 30 segundos, sendo que não são todos os objetos que recebem a mesma atenção. Conforme os autores, foi possível observar que a maior parte do tempo que um visitante passa em uma exposição é gasto lendo e não olhando objetos, justificando a importância dos textos serem claros e concisos.

Para Dean (1996), os textos expositivos são pesquisados e escritos pela equipe curatorial da exposição e incluem informações extraídas da pesquisa realizada no desenvolvimento da narrativa expositiva. O autor aponta que o

desenvolvimento da narrativa, devido à natureza da pesquisa, necessita de muito tempo para ser elaborada. Durante a elaboração da narrativa expositiva, o curador está em processo de descoberta de novas informações, estabelecendo associações não realizadas anteriormente. A narrativa é o primeiro e fundamental documento que norteará os demais textos da exposição (DEAN, 1996).

Dean (1996) afirma que, após a elaboração da narrativa, deve-se definir o “Esquema da Exposição”. Este documento é formulado pelo curador, pelo núcleo educativo e pelo designer da equipe, munidos da narrativa, de uma lista preliminar de objetos a serem incluídos e os objetivos educacionais propostos. De acordo com Dean (1996), o “Esquema da Exposição” é elaborado em forma de esboço, listando os principais tópicos e subtópicos contidos no tema da exposição. Este documento é tão detalhado quanto necessário para comunicar claramente o tipo e os níveis de informação e a direção de fluxo dos visitantes no espaço, que será refletida no design da exposição.

Segundo Dean (1996), para que de fato a comunicação ocorra nos espaços museais, é necessário que os textos expositivos sejam pertinentes e objetivos. É fundamental que o conteúdo dos materiais textuais responda a perguntas e proponha novos questionamentos ao público.

Nesse cenário, o modelo *attention-value*, de Bitgood (2013), aponta que o público visitante de uma exposição faz, a todo instante, decisões de custo/benefício. De acordo com Bitgood (2013), o conteúdo de um determinado texto da exposição pode despertar interesse do público (possível benefício), que é capaz de avaliar se o texto é longo e técnico demais em comparação com o curto tempo para a visita (possível custo). Assim, segundo o autor, o visitante ponderou que os custos associados à leitura eram superiores ao benefício percebido. Neste caso, o exemplo combinou tanto fatores pessoais (tempo de visita, interesse, nível de conhecimento) quanto ambientais (número de palavras, vocabulário técnico). O modelo *attention-value* aplica tanto princípios da psicologia, relacionados com os processos de atenção, como os de design de exposições, elencando assim, quais são os fatores que afetam a relação entre os visitantes e as exposições (BITGOOD, 2013).

Neste contexto, faz-se importante esclarecer a diferença entre os textos não interpretativos e os textos interpretativos utilizados nas exposições. Conforme Serrell (1996), são textos não interpretativos: (1) etiquetas de identificação; (2) informações sobre o proprietário da obra/objeto; (3) informações relativas aos patrocinadores,

fundadores; (4) créditos operacionais (permite o reconhecimento de todas as pessoas que trabalharam na exposição); (5) sinalização de orientação; (6) sinalização de proibição. A Figura 7 exibe um exemplo de texto não interpretativo.

Figura 7 - Imagem de texto não interpretativo: Etiqueta de identificação (MARGS)



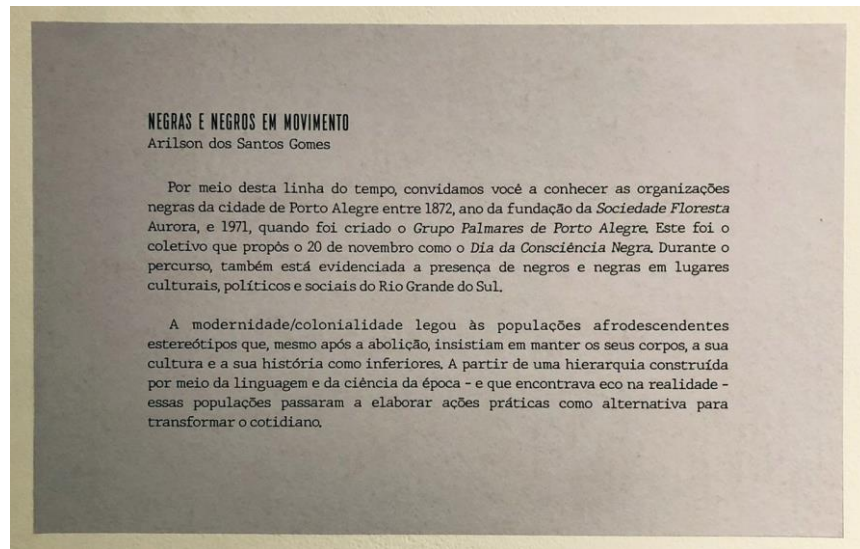
Fonte: o autor (2018).

Já textos interpretativos são aqueles que servem para explicar, guiar, questionar, informar, provocar, ou seja, todo o texto que convida a participação do leitor (SERREL 1996). Conforme o autor, os textos interpretativos são aqueles que permitem que o leitor saiba qual é o tema da exposição, entenda as razões da exposição, obtenha informações sobre o contexto geral de um grupo de obras/objetos, interprete um objeto específico, entre outras ações.

Bons textos interpretativos permitem a mudança de atitude, desconstruem pré-conceitos, despertam o pensamento crítico, constroem narrativas e instigam a curiosidade (SERRELL, 1996).

Dean (1996) e Serrell (1996), em seus estudos, destacam os seguintes tipos de textos interpretativos: **(1) título; (2) subtítulo; (3) textos introdutórios; (4) textos de seções ou grupos; (5) legenda.** A Figura 8 exibe um exemplo de texto interpretativo.

Figura 8 - Imagem de texto interpretativo: Texto de seção ou grupo (Memorial do RS)



Fonte: o autor (2022).

O **título** é o nome da exposição e tem como objetivo atrair a atenção do visitante, despertando o interesse pela temática exposta e normalmente tem menos de dez palavras (DEAN, 1996). Segundo Locker (2011), o título também forma o cabeçalho de uma seção e constitui o primeiro nível de informação.

O **subtítulo** conta, em poucas palavras, sobre a essência do texto (DEAN, 1996). Conforme Dean (1996), normalmente apresenta-se em letras menores que os títulos e podem apresentar até 20 palavras. Para Locker (2011), deve ser um breve resumo dos pontos-chave do discurso, e funciona da mesma forma que o parágrafo em negrito no início de um artigo de jornal.

Para Dean (1996), os **textos introdutórios** apresentam ao visitante o primeiro conjunto de informações que definem o padrão de apresentação textual, bem como os principais conceitos da exposição, desempenhando um papel significativo na compreensão da narrativa expositiva.

Segundo Fernández e Fernández (2007), o texto introdutório é o primeiro conjunto de informações que o visitante recebe. Para os autores, esse tipo de texto exige um esforço cuidadoso na escrita e produção, tendo em conta que esse conjunto de informações determinará a forma como os textos serão apresentados no decorrer da exposição. O seu conteúdo deve ser cuidadosamente estruturado tendo em conta o seu carácter explicativo e a sua função introdutória (FERNÁNDEZ; FERNÁNDEZ, 2007).

Segundo Dean (1996), blocos de textos introdutórios não devem ter mais de 75 palavras, no entanto, dependerá de quão claro e simples o texto está escrito e quão legível ele aparece. Para o autor, podem ser incluídas 200 palavras em textos limitados a parágrafos curtos e concisos, já em textos de parágrafos múltiplos, a regra geral é de 75 palavras, que deverá ser aplicada ao comprimento do parágrafo. O espaçamento entre os parágrafos deve ser suficiente para dar uma aparência aberta e organizada, proporcionando assim, o aumento do seu apelo visual (DEAN, 1996).

Dean (1996) afirma que deve-se considerar o tamanho da fonte, que precisará ser grande o suficiente para facilitar a leitura (18 a 36 pontos¹); o tipo de letra deve ser altamente legível; tipografia sem serifa (*Helvética, Futura e Avant Garde*) ou tipografia com serifa (*Times-Roman e Garamond*); texto preto sobre fundo branco (aconselhável para rótulos mais longos).

Assim como os textos introdutórios, **os textos de seções ou grupos** possuem muitas informações, uma vez que estes são utilizados para introduzir, identificar ou interpretar um grupo particular de objetos, ou uma seção (DEAN, 1996).

Para Dean (1996), a distinção é que os textos de seções ou grupos são usados para introduzir e interpretar segmentos dentro da exposição, e tem como objetivo unificar conceitualmente um determinado grupo de objetos ou dados. Como apresentam conteúdo mais interpretativo do que os demais textos, geralmente exigem maior esforço para serem lidos, sua concepção necessita ser redigida de forma sucinta, atraindo assim, a atenção do visitante. Para este grupo de textos se aplica a regra geral de 75 palavras, podendo ser empregadas até 150 palavras se forem utilizadas quebras de parágrafo e o tamanho e o estilo do texto for propício para uma leitura fácil (DEAN, 1996).

Segundo Locker (2011), os textos de seções ou grupos formam o corpo principal do texto e contém informações mais detalhadas. O corpo do texto deve ser organizado em parágrafos curtos, intercalados com imagens ou exemplos, podendo ser alinhado à esquerda (é mais fácil de ler) ou à direita. Para Locker (2011), os parágrafos não devem conter mais de duas ou três frases curtas.

¹ “O sistema de medição com pontos foi desenvolvido no século XIX por Pierre Fournier e François Didot. O ponto britânico/americano (anglo-saxão) moderno tem 1/72 de polegada (cerca de 0,35 mm)” (AMBROSE; HARRIS, 2017, p. 30).

De acordo com Dean (1996), a **legenda** é um pequeno bloco de texto referente a um objeto específico (ou objetos correlacionados), que apresenta informações detalhadas sobre o objeto exposto. Utiliza-se a regra de 75 palavras com 12 e 24 pontos de altura para permitir que o texto seja lido facilmente (DEAN, 1996).

2.3 ACESSIBILIDADE

Como membros da família humana, somos simultaneamente únicos e diferentes em gênero, cor, raça ou etnia, estilos de vida, constituição física, classe social, idade, religião, orientação sexual, identidade de gênero, presença de deficiência, entre tantas outras possibilidades de ser (ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO TRABALHO, 2020, p. 16).

De acordo com Sarraf (2013), o termo inclusão, atualmente utilizado para demonstrar ações nas quais novos públicos passam a ser beneficiados em diferentes serviços, começou a ser defendido na década de 1980 durante a criação do Movimento Internacional de Inclusão Social, que ocorreu internacionalmente, com a participação de lideranças com deficiência de países integrantes da ONU e da Unesco. O ano de 1981, considerado como o “Ano Internacional da Pessoa com Deficiência”, foi fenômeno de união e reivindicação das pessoas com deficiência de diversos países, transpondo dificuldades de comunicação e fronteiras em busca de direitos (SARRAF, 2013).

Segundo Sarraf (2013), foi durante este período que ocorreu a mudança do termo “integração”, que pressupunha que a pessoa excluída precisava se adequar aos parâmetros sociais para ser aceita socialmente, para o termo “inclusão”, que passou a ser considerado o mais adequado para defender as necessidades de modificar os ambientes e parâmetros sociais excludentes. Para essa necessidade de mudança, o termo “acessibilidade” se tornou um conceito e passou a ser utilizado (SARRAF, 2019).

Para a Organização Internacional do Trabalho (2020), é a acessibilidade que permite desfrutar, com autonomia, facilidade e dignidade, dos produtos e serviços que a sociedade oferece em todas as áreas. “[...] acessibilidade é a eliminação de barreiras (físicas, arquitetônicas e de comunicação) com adaptações que possibilitam o acesso de pessoas com diferenças funcionais a locais, produtos e

serviços” (GOMES; QUARESMA, 2018, p. 20). Conforme Sasaki (2006), acessibilidade é despertar uma consciência social.

No Brasil, cabe aos órgãos e às entidades do poder público e da iniciativa privada assegurarem que a pessoa portadora de deficiência² tenha o pleno exercício desses direitos, conforme especificados na Lei nº 10.098, de 19 de dezembro de 2000, que estabelece normas gerais e critérios básicos para a promoção da acessibilidade das pessoas portadoras de deficiência ou com mobilidade reduzida (BRASIL, 2000). Os artigos e incisos dos capítulos I, II, III e IV da Lei nº 10.098 estão vigentes na Lei nº 13.146, de 06 de julho de 2015 - Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (Estatuto da Pessoa com Deficiência) que, no seu Art. 3º, considera:

I - acessibilidade: possibilidade e condição de alcance para utilização, com segurança e autonomia, de espaços, mobiliários, equipamentos urbanos, edificações, transportes, informação e comunicação, inclusive seus sistemas e tecnologias, bem como de outros serviços e instalações abertos ao público, de uso público ou privados de uso coletivo, tanto na zona urbana como na rural, por pessoa com deficiência ou com mobilidade reduzida (BRASIL, 2015).

De acordo com o artigo 53 da Lei 13.146 (BRASIL, 2015), acessibilidade é um direito que garante à pessoa com deficiência ou com mobilidade reduzida viver de forma independente e exercer seus direitos de cidadania e de participação social. O artigo 54 da Lei 13.146 (BRASIL, 2015) estabelece que são sujeitas ao cumprimento das disposições desta Lei, e de outras normas relativas à acessibilidade, sempre que houver interação com a matéria nela regulada. O artigo 55, da mesma Lei, refere que a concepção e a implantação de projetos que tratem do meio físico, de transporte, de informação e comunicação, inclusive de sistemas e tecnologias da informação e comunicação devem atender aos princípios do desenho universal, tendo como referência as normas de acessibilidade.

A Norma Brasileira (NBR 9050) da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) trata da acessibilidade a edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos, estabelecendo critérios e parâmetros técnicos a serem observados quanto ao projeto, construção, instalação e adaptação do meio urbano e rural, e de edificações às condições de acessibilidade (ABNT, 2015).

² Termo utilizado na Lei nº 10.098.

Para Sasaki (2004, p. 2), “a acessibilidade não mais se restringe ao espaço físico, ou seja, à dimensão arquitetônica”. Conforme o autor, podemos classificar o conceito de acessibilidade em seis dimensões: arquitetônicas, comunicacionais, atitudinais, programáticas, metodológicas e instrumentais.

Segundo Sasaki (2007), a acessibilidade comunicacional constitui em eliminar as barreiras na comunicação interpessoal, na comunicação escrita e na comunicação virtual. Os benefícios universais da comunicação acessível configuram avanço na concepção da acessibilidade no Brasil, uma vez que as formas de aplicar os recursos que garantem a inclusão cultural envolvem múltiplos serviços de naturezas bastante diferenciadas, como é o caso dos espaços culturais, que se configuram como meios de comunicação, principalmente na prática de sua linguagem: as exposições (SARRAF, 2015).

2.3.1 Acessibilidade cultural

Acessibilidade Cultural pode ser definida como “um conjunto de adequações, medidas e atitudes que visam proporcionar bem-estar, acolhimento e acesso a fruição cultural para pessoas com deficiência beneficiando públicos diversos” (LOURENÇO et al., 2016, p. 93).

Nesse contexto, a acessibilidade aplicada aos espaços culturais indica que todos os âmbitos que possuem uma relação com o acesso ao patrimônio cultural, isto é, as exposições e os demais serviços ofertados aos visitantes, devem estar ao alcance de todos, sendo perceptíveis a todas as formas de comunicação, possibilitando a autonomia dos usuários (SARRAF, 2015). “Isso significa que os espaços culturais precisam mudar sua linguagem em todas as formas de relacionamento com o público para se tornar acessíveis” (SARRAF, 2015, p. 66).

Conforme Negreiros (2017), os museus, na contemporaneidade, constituem-se como espaços de criação, de reflexão, de ação e de referências identitárias e simbólicas, onde todas as pessoas podem ter acesso à cultura. A autora afirma que os museus compõem espaços democráticos, de transformação social e são potencializadores da participação e da contribuição cultural, educacional e social para os mais diversos públicos. Nesse contexto, conforme Pillière (2018), os motivos que levam as pessoas a visitar os museus podem diferir consideravelmente de

acordo com as suas origens socioculturais, seu conhecimento e experiências anteriores em museus.

Para Sarraf (2015), o desenvolvimento de estratégias de comunicação e mediações acessíveis em espaços culturais, que considerem as diferenças dos indivíduos, passa pela necessidade da inclusão cultural daqueles que são considerados públicos não usuais desses espaços. De acordo com a autora, tornar os espaços culturais locais acessíveis inclui outros públicos que se beneficiam dos recursos de comunicação e mediação acessíveis e sensoriais. Entre eles estão os idosos, as crianças com suas famílias e os visitantes de “primeira viagem”.

Sarraf (2013) afirma que, no âmbito dos espaços culturais, ocorreram mudanças substanciais nas teorias e práticas de ação cultural que passaram a proporcionar a aproximação com públicos tão diversos, efetuando mudanças nas estratégias de comunicação, nas ferramentas de acesso à informação, na linguagem cultural, nas propostas educativas e no atendimento acessível para a promoção da inclusão cultural.

Para Cardoso et al. (2010), ações de acessibilidade estão ligadas ao Desenho Universal e à Ergonomia e, no contexto dos Ambientes Culturais, a acessibilidade pode ser conceituada em oito tipos (Quadro 1).

Quadro 1 - Tipos de Acessibilidade em Ambientes Culturais

Deve garantir que não existam barreiras arquitetônicas.	Acesso físico
Deve contemplar visitantes com limitações visuais, auditivas e na fala.	Acesso sensorial
Deve considerar o público sem conhecimentos prévios sobre o tema do evento ou com dificuldades de aprendizagem.	Acesso intelectual
Deve considerar as condições financeiras dos visitantes para definir as cobranças.	Acesso econômico
Deve considerar se o local é acolhedor a novos visitantes e se os funcionários lidam com a diferença e a deficiência.	Acesso emocional
Deve considerar a opinião de especialistas e potenciais visitantes na tomada de decisões.	Acesso à esfera das decisões
Deve garantir que a divulgação das atividades atinja novos públicos.	Acesso à informação
Deve considerar o interesse que as atividades despertam em certos públicos.	Acesso cultural

Fonte: adaptado de NDGA – UFRGS.

Sarraf (2018) afirma que, no universo cultural, a existência de um conceito de Acessibilidade Cultural pressupõe que os espaços públicos e privados, que abrigam diferentes tipos de produção cultural, “devem oferecer um conjunto de adequações, medidas e atitudes que proporcionem bem-estar, acolhimento e acesso à fruição

cultural para pessoas com deficiência, beneficiando públicos diversos” (SARRAF, 2018, p. 25).

Para Pillière (2018), à medida que os museus se tornam mais conscientes da necessidade de desempenhar um papel social e de serem mais inclusivos socialmente, eles se tornam mais conscientes da necessidade de convergir também com as vozes dos grupos minoritários.

2.3.2 Design inclusivo, Design para Todos e Design Universal

Fomentar a igualdade social de modo plausível, por meio dos métodos multidisciplinares do design, além de ser uma maneira responsável de corroborar a cidadania é, também, uma forma de justificar a sua contribuição para um mundo menor (GOMES; QUARESMA, 2018, p. 22).

Gomes e Quaresma (2018) explanam que o conceito de projeto inclusivo sugere a simplicidade no uso, concebendo produtos, comunicações e ambientes construídos que sejam usáveis pelo máximo de pessoas de todas as idades e habilidades. Para isso, devemos considerar, desde o início de um projeto, a diversidade das necessidades humanas, sendo de expressa congruência que se conheçam as necessidades específicas advindas das diferenças funcionais.

Para Sarraf (2018), no contexto dos espaços culturais, a acessibilidade deve ser considerada de forma universal para que as pessoas com deficiência e demais públicos sejam beneficiados por estratégias que melhorem o acesso físico, comunicativo, informacional, atitudinal e a fruição para garantir experiências inclusivas. Conforme a autora, as adaptações realizadas pelo conceito de acessibilidade não estão restritas as necessidades exclusivas das pessoas com deficiência física, visual, auditiva, múltipla e intelectual, pelo contrário, elas promovem benefícios para toda a comunidade. O conceito de acessibilidade universal está relacionado ao desenvolvimento de ambientes, serviços e produtos que considerem o uso de todos os indivíduos, independentemente de suas limitações físicas, sensoriais e intelectuais (SARRAF, 2018).

Segundo Gomes e Quaresma (2018), no campo do Design, alternativas similares para solucionar problemas são exploradas para a inclusão de pessoas com diferenças funcionais de forma participativa na sociedade. Tais alternativas são denominadas de: Design Inclusivo, *Design for All* e Design Universal (GOMES; QUARESMA, 2018).

De acordo com Clarkson e Coleman (2015), a expressão Design Inclusivo foi utilizada pela primeira vez em 1994 devido as implicações mundiais geradas pelo envelhecimento da população, pela deficiência, pelo desafio apresentado ao “design tradicional” e pelas oportunidades de mercado.

O Design Inclusivo, também conhecido como ‘Design para todos’ e ‘Design Universal’, procura evitar a necessidade de ambientes e produtos exclusivos para as pessoas com diferenças funcionais, no sentido de assegurar que todos possam utilizar todos os componentes do ambiente e todos os produtos. A proposta é ampliar o público destinatário do projeto, considerando características, vivências e necessidades tanto dos grupos dominantes como dos minoritários, ou seja, favorecendo a diversidade funcional humana natural e contribuindo para melhorias da qualidade de vida para todos (GOMES; QUARESMA, 2018, p. 22).

Gomes e Quaresma (2018) afirmam que o termo *Design for All*, ou seja, “Design para Todos”, é mencionado na Declaração do *European Institute for Design and Disability* (EIDD) em Estocolmo, aprovada em 9 de maio de 2004 na Assembleia Geral Ordinária do Instituto Europeu para o Design Inclusivo. Segundo o EIDD, o Design Inclusivo tem raízes no funcionalismo escandinavo da década de 1950 e no design ergonômico de 1960, sendo também influenciado pelas políticas socioeconômicas desses países. Ainda conforme o EIDD, o Design para Todos tem como objetivo permitir que todas as pessoas tenham oportunidades iguais de participação em todos os aspectos da sociedade.

Já o conceito de Design Universal, segundo Sarraf (2018), foi criado na década de 1970, nos EUA, por um grupo de engenheiros e arquitetos liderados por Ron Mace. Mace propôs que os produtos e ambientes fossem criados e adequados para serem utilizados por todos os indivíduos sem necessidade de adaptação ou recurso exclusivo para pessoas com deficiência.

Para Norman (2008), a filosofia do “Design Universal” defende que não há desculpa para não conceber produtos que todos possam usar. De acordo com Gomes e Quaresma (2018), no Brasil, a expressão Desenho Universal surge pela primeira vez em 2004, por Decreto Federal nº 5.296, que, no seu artigo 8º, inciso IX, define:

Desenho Universal: concepção de espaços, artefatos e produtos que visam atender simultaneamente todas as pessoas, com diferentes características antropométricas e sensoriais, de forma autônoma, segura e confortável, constituindo-se nos elementos ou soluções que compõem a acessibilidade (BRASIL, 2004).

Gomes e Quaresma (2018) ressaltam que é importante perceber que além das diferentes nomenclaturas, há também diferentes formas de abordagem, de acordo com o local de aplicação.

De acordo com Gomes e Quaresma (2018, p. 45), “o Design Inclusivo gera projetos que possibilitam às pessoas que se encontram excluídas, permanente ou temporariamente, pertencerem ao grupo em atividade, sem segregação”. Abordagem essa que está intimamente relacionada com a inclusão social, através da compreensão das reais necessidades de grupos minoritários, que buscam, constantemente, rogar pelos direitos como cidadãos pertencentes à grande massa.

Segundo Sarraf (2018), o Desenho Universal, como critério para o desenvolvimento de ações que assegurem o acesso para todos os públicos dos espaços culturais, permite que as adequações físicas, comunicacionais, atitudinais, de fruição e a criação de novas estratégias de atração de público sejam adequadas para todas as pessoas, independentemente de suas características pessoais, idade ou habilidades, incluindo as pessoas com deficiências. De acordo com Carletto e Cambiaghi (2008), durante a década de 90, o próprio Ron Mace criou um grupo com arquitetos e defensores destes ideais para estabelecer os sete princípios do Desenho Universal.

Para Sarraf (2018), os princípios desse conceito ponderam a ampla escala de habilidades individuais e sensoriais dos usuários, para que qualquer ambiente ou produto possa ser alcançado, manipulado e usado, independentemente do corpo, postura, mobilidade, aptidões sensoriais e intelectuais do indivíduo. Conforme Carletto e Cambiaghi (2008), os princípios são assim definidos:

1. Uso Equiparável - São espaços, objetos e produtos que podem ser utilizados por pessoas com diferentes capacidades, tornando os ambientes iguais para todos.
2. Uso Adaptável - Design de produtos ou espaços que atendem pessoas com diferentes habilidades e diversas preferências, sendo adaptáveis para qualquer uso.
3. Uso Simples e Intuitivo - De fácil entendimento para que uma pessoa possa compreender, independentemente de sua experiência, conhecimento, habilidades de linguagem, ou nível de concentração.
4. Informação de Fácil Percepção - Quando a informação necessária é transmitida de forma a atender as necessidades do receptor, seja ela uma pessoa estrangeira, com dificuldade de visão ou audição.
5. Tolerante ao Erro - Previsto para minimizar os riscos e possíveis consequências de ações acidentais ou não intencionais.
6. Baixo Esforço Físico - Para ser usado eficientemente, com conforto e com o mínimo de fadiga.

7. Abrangente - Que estabelece dimensões e espaços apropriados para o acesso, o alcance, a manipulação e o uso, independentemente do tamanho do corpo (obesos, anões etc.), da postura ou mobilidade do usuário (pessoas em cadeira de rodas, com carrinhos de bebê, bengalas etc.) (CARLETTO; CAMBIAGHI, 2008, p. 13-16).

Sarraf (2018) exemplifica modelos práticos em que os princípios do Desenho Universal são utilizados na adequação de ambientes, produtos e serviços culturais, para beneficiar pessoas com deficiência, idosos, crianças e outros indivíduos. As adequações de comunicação, como legendas em português em filmes e vídeos, audiodescrição, materiais de mediação multissensoriais, guias de visitação auditivos e multimídia melhoram as visitas de crianças em fase de alfabetização, de imigrantes que ainda não são fluentes na língua portuguesa e de pessoas que possuem diferentes formas de conhecer o patrimônio cultural (SARRAF, 2018).

2.3.3 Comunicação acessível

Conforme Sarraf (2013), ainda no século XXI, os espaços culturais necessitam implementar estratégias de comunicação acessíveis para muitos visitantes. Dentre eles estão:

[...] os idosos que, por sua longevidade contemporânea, adquirem perdas sensoriais e físicas significativas; as crianças que estão em fase de formação e, por essa razão, suas capacidades visuais e intelectivas não correspondem à propostas de comunicação cultural praticadas na maior parte desses espaços; os indivíduos que estão excluídos dos programas de formação de público desses espaços, representados em grande parte por famílias, indivíduos de baixa renda e moderadores de bairros periféricos; as pessoas que não dominam a língua ou linguagem praticada nesses espaços, entre elas os povos indígenas de diferentes etnias, imigrantes, turistas e por fim todas as pessoas que se sentem excluídas do códigos de comunicação e mensagens comunicadas pelos espaços culturais, o que inclui pessoas de todas as idades, condições sociais, financeiras, educativas e culturais (SARRAF, 2013, p. 49-50).

Para Finatto e Motta (2019), hoje se entende que a noção de acessibilidade não é algo apenas associado a espaços físicos, mas está que também está ligada a capacidade compreender uma informação.

Kjeldsen e Jensen (2015) afirmam que, nos últimos anos, os espaços culturais têm desenvolvido novas estratégias de comunicação acessível, utilizando recursos digitais, porém, ainda assim é possível perceber que muitos visitantes utilizam os textos que estão presentes nos espaços expositivos. De acordo com

Kjeldsen e Jensen (2015), os textos expositivos estabelecem uma conexão entre os profissionais do museu e o público e, portanto, são um demarcado importante para averiguar se os museus, de hoje, conseguem ser acessíveis a todos os tipos de público. Por esse motivo, escrever textos acessíveis deve ser um processo priorizado.

Os mesmos autores afirmam que, um bom texto pode levar o visitante a uma experiência excelente, ou pode deixá-lo incapaz, com dúvidas e alienado em relação ao contexto em que se encontra (KJELDSEN; JENSEN, 2015). Segundo Trench (2018), uma boa escrita não quer dizer apenas clareza e gramática correta, mas personalidade, vida e ritmo. De acordo com Kjeldsen e Jensen (2015), o texto deve fazer com que o leitor tenha certeza de sua capacidade de lê-lo e entendê-lo. No entanto, o leitor corre o risco de se sentir excessivamente desafiado se a forma e o conteúdo não forem compreendidos e as ferramentas para que essa compreensão ocorra não sejam disponibilizadas (KJELDSEN; JENSEN, 2015).

Ekarv (1999) aponta que o texto expositivo “compete” com vários materiais e tende a ser a última coisa a chamar a atenção do público quando eles se aproximam em frente aos objetos expostos. Ekarv (1999) afirma que muitas vezes a leitura é realizada em pé, provavelmente depois de uma caminhada cansativa; a luz é fraca em comparação com suas lâmpadas de leitura em casa; sendo impossível variar o ângulo de leitura como em um livro ou jornal.

Martins (2017) explana que, no pensamento museológico contemporâneo, o acesso à informação torna-se fundamental, dado que a sua existência acaba por criar uma barreira ao nível da comunicação, que implica na interação recíproca entre o emissor, que envia a mensagem, e o destinatário, que a recebe. Se a mensagem, seja ela qual for (folders, textos curatoriais, etiquetas de identificação, etc.), não for adequada em relação a sua compreensão, teremos um bloqueio que impedirá o diálogo entre público e o espaço museal (MARTINS, 2017). Sendo assim, o museu deverá encontrar estratégias e instrumentos para todos os públicos, que enriqueçam e facilitem tanto a experiência quanto a aprendizagem (MARTINS, 2017).

De acordo com Pillière (2018), em termos de modelos de comunicação, não há a mesma interação entre o museu e o público, o que ocorreria normalmente em uma conversa “face a face”. Para Pillière (2018), os visitantes raramente “respondem” diretamente ao museu, com exceção de depoimentos deixados no livro de visitantes (Livro de Ouro) ou em exposições mais interativas.

Conforme Trench (2018), a escrita dos textos museográficos é um estudo que pode ser feito com o auxílio de uma linguagem simples na produção de conteúdos acessíveis. De acordo com Lima (2007), diversas são as características que tornam um texto fácil e agradável de ser lido, e a sua informação acessível ao leitor. Para Serrel (1996), os textos devem ser escritos levando em consideração que a maioria dos visitantes não está familiarizada com o vocabulário da temática das exposições.

2.4 LINGUAGEM SIMPLES

A leitura ocorre em um processo ativo, levando o leitor a construir e perceber os signos gráficos expressos por meio da escrita (VITORIO, 2014). Conforme Amorim (2014), a escrita, a mais importante invenção da humanidade, ultrapassa a capacidade de memória humana, pois tem a capacidade de armazenar e transmitir informações e conhecimentos por diversas épocas, possibilitando que o homem registre sua própria história e reformule o conhecimento em um constante processo de evolução cultural.

Para que a informação e o conhecimento sejam absorvidos, é necessário que sejam compreendidos. Conforme Fischer (2018), estudos no campo da linguagem mostram que textos com estrutura sintática complexa, vocabulário pouco familiar, entre outras características podem prejudicar a compreensão, mesmo de leitores hábeis.

Nesse contexto, estudiosos, preocupados com o uso de uma linguagem mais clara e compreensível, estruturaram em torno do conceito de *plain language* (Linguagem Simples) um movimento mundial que ganhou força a partir dos anos 1970/1980, especialmente em países de língua inglesa (FISCHER, 2018).

Para Salasar e Michelon (2020), o termo Linguagem Simples vem do movimento internacional *Plain Language*. No Brasil, a tradução de *Plain Language* vem se consolidando como Linguagem Simples. De acordo com Salasar e Michelon (2020), outro termo também associado ao movimento *Plain Language* é Linguagem Cidadã, utilizado pelo governo brasileiro e associado à administração pública. Em Portugal usa-se a tradução Linguagem Clara (SALASAR; MICHELON, 2020). Conforme Mont'Alvão, Esteves e Dias (2021), no Brasil, a tradução Linguagem Clara foi substituída por Linguagem Simples.

Para a *Plain Language Association International–PLAIN* (Associação Internacional de Linguagem Clara–PLAIN), entidade com sede no Canadá, uma comunicação está em Linguagem Clara quando os textos são fáceis de ler, compreender e de utilizar a informação obtida.

A Linguagem Simples é a soma de práticas que facilitam a leitura e a compreensão de textos, considerando o público a quem a comunicação se destina, escolhendo as palavras mais familiares, a estrutura das frases e determinando o design (FISCHER, 2018). De acordo com Lima (2007), estudos para conteúdos mais compreensíveis costumam utilizar o termo leiturabilidade (em inglês, *readability*). O termo legibilidade, conforme Vitorio (2014), é etimologicamente originado de dois termos do inglês: *legibility* e *readability*, que dizem respeito às características físicas do texto. Para Stolfi (2002), *legibility* é a designação das propriedades e da capacidade de reconhecimento de uma forma de letra; já o termo *readability* diz respeito às propriedades e à composição de um texto impresso.

Para este estudo, adotaremos o termo Linguagem Simples e a definição de DuBay (2004), que delimita simultaneamente os dois conceitos – leiturabilidade e legibilidade. Segundo Dubay (2004), leiturabilidade é o que faz alguns textos mais fáceis de serem lidos do que outros, no que tange ao seu conteúdo e estrutura, e legibilidade diz respeito à tipografia e *layout*.

Para Martins (2008), o uso do termo “legível” é comumente utilizado entre produtores e leitores de textos, visto que muitos defendem a importância de um texto “legível” para que ele possa ser compreendido. Martins (2008) expõe algumas características que são responsáveis por uma boa leitura, tais como: o interesse pelo texto, o conhecimento prévio da informação, a forma das letras, o tamanho das letras, a largura da linha, o espaço entre palavras, entre letras, entre linhas, o *layout* da página, o contraste figura fundo, a qualidade de impressão, etc. Conforme Tai Hsuan-An (2017), na área de design de comunicação a busca do máximo esforço à leitura é a primeira necessidade do usuário, e a legibilidade talvez seja o primeiro requisito para a comunicabilidade do produto.

Amorim et al. (2015) explicam que a verificação e a análise de compreensão de um texto podem ser realizadas através de métricas, ou seja, de variáveis traduzidas em fórmulas matemáticas. Segundo o autor, as métricas de compreensibilidade desenvolvidas por Rudolf Flesch (1946) e J. Peter Kincaid, Fishburne, Rogers e Chissom (1975) foram adaptadas para a língua portuguesa por

Martins et al. (1996), as quais permitem categorizar a legibilidade dos textos em muito fáceis, fáceis, difíceis e muitos difíceis, podendo também, determinar o ano de escolaridade compatível com cada nível de dificuldade do texto.

A *PLAIN* recomenda algumas diretrizes para o uso da Linguagem Simples: texto dialógico, com uso de pronome pessoal (nós, você); uso de palavras mais simples; evitar o uso de jargões e minimizar o uso de termos técnicos; tamanho de frase com a extensão média entre 15 e 20 palavras (recomenda-se não exceder 30 a 35 palavras); usar, preferencialmente, frases na voz ativa.

Gomes et al. (2021) apontam, conforme estudos de Sousa (2017), uma relação com parâmetros a serem seguidos para utilizar a Linguagem Simples (Quadro 2).

Quadro 2 - Regras e parâmetros para se escrever com Linguagem Simples, conforme Sousa (2017)

Linguagem	Estrutura	Formatação
<ul style="list-style-type: none"> - Fazer um resumo da história dando prioridade à linha narrativa; - Simplificar a linguagem no vocabulário e sintaxe, mantendo o máximo do original; - Quando necessário, substituir alguns termos, ou expressões, suprimir algumas partes do texto ou acrescentar outras; - Usar estrutura simples, com a ordem natural das palavras; - Evitar frases subordinadas, adjetivos rebuscados e advérbios; - Dar preferência à voz ativa. 	<ul style="list-style-type: none"> - Utilizar frases curtas; - Colocar vírgulas nas pausas naturais da frase; - Dividir o texto por linhas, com no máximo 45 caracteres por linha; - Fazer coincidir o fim natural da frase com o fim da linha; - Utilizar parágrafos de no máximo 10 linhas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Alinhar o texto à esquerda; - Utilizar espaços entre parágrafos; - Utilizar espaço entre linhas de 1,5; - Utilizar letras sem serifa; - Utilizar letras com corpo não inferior a 12 pontos.

Fonte: adaptado de Gomes et al. (2021).

Heloisa Fischer aponta vinte diretrizes para a Linguagem Simples a partir do Método de Escrita Comunica Simples. No minicurso disponível no canal Comunica Simples (*YouTube*) a autora apresenta sete vídeos contendo as seguintes diretrizes: (1) empatia; (2) hierarquia; (3) palavra conhecida; (4) palavra concreta; (5) frase curta; (6) frase na ordem direta; (7) diagnóstico.

No contexto desta pesquisa, segundo Neto (2010), a escritora sueca Margareta Ekarv afirma que é possível escrever textos informativos para museus de forma fácil e atrativa para os visitantes, contribuindo para ampliar o conhecimento e a aprendizagem. Neto (2010) explana que Margareta Ekarv desenvolveu o seu método enquanto escritora de textos para o *Swedish Postal Museum* a partir da sua

experiência com a produção de livros para alfabetização de adultos. Conforme Neto (2010), o Quadro 3 apresenta o “Método de Ekarv”, cujos parâmetros estão divididos conforme Sousa (2017).

Quadro 3 - Regras e parâmetros para se escrever com Linguagem Simples, conforme Método Ekarv

Linguagem	Estrutura	Formatação
<ul style="list-style-type: none"> - Utilização de linguagem simples para exprimir as ideias; - Uso da ordem natural do discurso oral; - Apresentação de uma ideia por parágrafo, abordando o assunto principal logo no seu início; - Recurso à forma ativa dos verbos; - Evitar orações complexas e subordinadas, advérbios desnecessários e palavras hifenizadas no fim de cada linha; - Discutir os textos com outras pessoas e ter em consideração as suas opiniões; - Imprimir ao texto um certo sentido poético. 	<ul style="list-style-type: none"> - Redação de parágrafos curtos, com cerca de 45 palavras, distribuídas por 4 ou 5 linhas, pois torna-se mais difícil de processar muita informação ao mesmo tempo; - Assegurar pausas durante a leitura do texto; - Ajustar a pontuação ao ritmo de leitura. - Rever, continuamente, a construção dos textos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Adequar o desenho gráfico do texto ao aspecto final dos painéis; - Posicionar o texto na sua forma final para verificar o efeito visual.

Fonte: adaptado de Neto (2010).

Trench (2018), no Guia para o *Victoria & Albert Museum*, apresenta diretrizes com dez pontos a serem seguidos para escrever um texto convidativo, esclarecedor e intrigante: (1) conheça seu público; (2) escreva como você falaria; (3) seja ativo, não passivo; (4) seja curto e rápido; (5) organize suas informações; (6) envolva-se com o objeto; (7) traga o elemento humano; (8) contextualize o objeto; (9) admita a incerteza; (10) lembre-se das seis regras de Orwell.

Como diretrizes para uma boa escrita, Trench (2018) menciona, no guia do V&A, a lista de George Orwell, presente no ensaio *Politics and the English Language*. Orwell (2000) apresenta seis regras: (1) nunca use uma metáfora, símile ou outra figura de linguagem que você está acostumado a ver impressa; (2) nunca use uma palavra longa onde uma palavra curta servirá; (3) se for possível cortar uma palavra, sempre a corte; (4) nunca use o passivo quando você pode usar o ativo; (5) nunca use uma frase estrangeira, uma palavra científica ou um jargão se você puder

pensar em um equivalente do dia a dia; (6) quebre qualquer uma dessas regras antes de dizer qualquer coisa completamente absurda.

Já os estudos realizados por Stephen Bitgood a partir do modelo *Attention-Value*, trazem mais elementos da Psicologia e do Design do que da Educação. Conforme Bitgood, Dukes e Abbey (2006), a abordagem do modelo teórico de Bitgood relaciona as características do visitante com o design da exposição.

Bitgood (2013) afirma que ler textos em exposições demanda tempo e esforço para processar informações, o que muitas vezes não é identificado por quem desenvolve este material. Para o autor, entre esses fatores estão: a quantidade de leitura (tempo e esforço necessários para processar as informações); facilidade de processamento de informações (vocabulário e frases difíceis tornam o processamento cognitivo mais difícil); fixação e posicionamento do texto (proximidade do texto ao objeto descrito); codificação (sistemas que requerem traduzir a relação entre objetos e texto); layout dos elementos da exposição (como os elementos são organizados dentro da exposição). Percebe-se que os benefícios da leitura estão intimamente relacionados ao interesse e satisfação pessoal obtido a partir da compreensão do texto, como: satisfazer a curiosidade em relação a informações sobre um tópico de grande interesse; aprender algo novo, dando sentido a um objeto de exposição ou confirmando algo que você pensou que sabia; ser provocado por uma pergunta ou afirmação para querer saber mais.

Bitgood (2013), em 2006, conduziu estudos em laboratório, onde vinte imagens de obras de artistas famosos foram apresentadas para quarenta e três estudantes recrutados em aulas introdutórias de psicologia na *Jacksonville State University*.

De acordo com Bitgood (2013), as impressões com as imagens das obras selecionadas foram apresentadas separadamente, sendo o participante instruído a examinar a imagem e dar uma nota de 1 (mais baixa) a 10 (mais alta), indicando seu nível de interesse em ver mais informações sobre a obra e o artista. Conforme Bitgood (2013), após o registro e a classificação de interesse do participante, foi revelado o texto impresso (mínimo 49 e no máximo 315 palavras) no verso.

Segundo Bitgood (2013), os estudos apresentaram três resultados: (1) leitura de todo o texto (*read all*); (2) leitura de parte do texto (*read some*); (3) não realizou a leitura (*read none*) (Tabela 1).

Tabela 1 - Relação entre Leitura, número de palavras e interesse

Obras de Arte (Artistas)	Palavras	Interesse	Leitura de todo o texto	Leitura de parte do texto	Não realizou a leitura
			Percentual de Leitura		
Degas-1	49	4.83	43.9%	9.8%	46.3%
Ernest	50	4.95	44,2%	9.3%	46.5%
Cot	723	5.78	32.6%	37.2%	30.2%
Hicks	74	5.68	37.2%	34.9%	27.9%
Picasso-1	88	4.50	25.6%	34.9%	27.9%
Seurat	91	4.53	11.6%	34.9%	53.5%
Wood	99	5.60	27.9%	37.2%	34.9%
TOTAL		5.12	31.9%	33.9%	34.2%
Degas-2	115	5.65	24.9%	43,9%	31,4%
Gerome	120	6.25	14.09%	41,9%	44.2%
Miró-1	160	3.58	04.9%	26.8%	68.3%
Picasso-2	192	4.40	04.7%	25.6%	69.8%
TOTAL		4.97	12.0%	34.6%	53.4%
Picasso-3	204	5.05	0%	488%	51.2%
Renoir-1	216	4.62	4.8%	45.2%	50.0%
Monet	220	5.38	2.3%	51.2%	46.5%
Picasso-4	228	5.13	2.3%	53.5%	44.2%
Picasso-5	228	5.55	2.5%	62.5%	35.0%
Picasso-6	240	5.35	9.8%	61.0%	29.2%
Renoir-2	260	5.38	9.5%	35.7%	54.8%
Miró-2	276	3.75	2.4%	40.5%	57.1%
Da Vinci	315	7.08	7.1%	66.7%	26.2%
TOTAL		5.25	4.5%	51.7%	43.8%

Fonte: adaptado de Bitgood (2013).

A leitura de toda a passagem está associada ao número de palavras (31,9% dos participantes leram todo o texto quando tinha menos de 100 palavras, 12% quando o texto continha entre 100 e 199 palavras, e apenas 4,5% quando tinha mais de 200 palavras). O resultado aponta que houve pouca relação entre o interesse da obra (somente) e a leitura de toda a passagem, e uma correlação maior entre porcentagem de quem leu algo e o interesse que possuíam na matéria (BITGOOD, 2013).

A partir do estudo realizado, Bitgood (2013) estabeleceu as seguintes considerações: a chance de leitura engajada aumenta quando os visitantes podem processar o conteúdo exposto rapidamente; deve-se considerar outros aspectos do design (além do número de palavras) que requerem mais tempo e esforço para serem processados; concretude *versus* abstração do conteúdo da exposição pode contribuir tanto para a facilidade de compreensão quanto para o prazer de assistir as exposições (depois que os visitantes são atraídos por objetos concretos, eles podem estar mais abertos a ideias abstratas); classificações de benefício com pré-

conhecimento e familiaridade também podem fornecer uma leitura mais satisfatória do que a classificação de interesse por si só.

De acordo com Pettersson (2013a), o conceito “legibilidade do texto” refere-se às propriedades externas de um texto. São elas: tamanho da letra, distância entre linhas, comprimento da linha, distância entre letras, número de letras por linha, distância entre palavras, títulos, subdivisão em parágrafos, títulos na margem, layout, cor da tinta de impressão e papel, a qualidade do papel e muito mais.

Hughes (2015) afirma que a “legibilidade do texto” é um dos aspectos do design gráfico sobre o qual os designers têm mais controle durante as etapas do projeto. Para o autor, em muitos países, incluindo os Estados Unidos e os da União Européia, a legislação sobre deficiência significa que os designers também têm a responsabilidade de projetar informações textuais que sejam legíveis para o público visitante mais amplo.

Conforme Locker (2011), a legibilidade refere-se à relativa clareza da forma das letras, tanto individualmente quanto quando reunidas para formar palavras; a facilidade de compreensão de um texto pelo tamanho da fonte, pelo comprimento das linhas do texto e pelo espaçamento entre as mesmas. Para Locker (2011), comprimentos de linha com cerca de 10 palavras permitem que o leitor volte confortavelmente para o início da próxima linha. Quando o espaçamento entre linhas do texto é pequeno, as letras parecem colidir umas com as outras; quando o espaçamento é grande, o texto perde sua identidade como elemento gráfico.

Segundo Frascara (2004), para atingir o propósito comunicacional é necessário que a mensagem seja facilmente percebida e compreendida. Frascara (2011) aponta que os princípios fundamentais na leitura de uma mensagem são sua legibilidade - um problema perceptivo, e leiturabilidade - um problema cognitivo.

De acordo com Pettersson (2013a), o parâmetro que indica um alto grau de legibilidade em um gráfico é sua **clareza**, já o parâmetro que indica alto grau de leiturabilidade de um gráfico é sua **simplicidade**.

2.4.1 Leiturabilidade e legibilidade como critérios de qualidade

Segundo Simlinger (2007), a qualidade da informação ocorre na medida em que ela amplia o conhecimento existente para que se possa tomar decisões

confiáveis ao realizar determinadas tarefas; sua execução gráfica permite que os usuários encontrem e compreendam rapidamente as informações necessárias.

Conforme Pettersson (2013a), não existe um consenso universal sobre qualidade. Para esse autor, uma imagem de qualidade deve conter a informação que pretende transmitir; deve provocar uma resposta, percepção e, possivelmente, aprendizado; e, de forma geral, deve otimizar a percepção.

Segundo Pettersson (2013a), a qualidade e, conseqüentemente, o desempenho dessas funções, estão diretamente relacionados ao conceito de valor de leitura. Para Viaro (2015), o valor de leitura é composto pelo valor estético, pela legibilidade e leiturabilidade. O valor estético refere-se à beleza de uma mensagem, enquanto a leiturabilidade e a legibilidade dizem respeito à compreensão e a percepção da mensagem (VIARO, 2015).

Nesse estudo serão considerados como critérios de qualidade a leiturabilidade e a legibilidade dos textos expositivos. De acordo com Pettersson (2013a), o parâmetro que indica alto grau de **leiturabilidade** é a **simplicidade**, enquanto que, o alto grau de **legibilidade** é definido pela **clareza**.

Por meio dos parâmetros de simplicidade e clareza, Pettersson (2013a) aponta cinco critérios de qualidade (Quadro 4).

Quadro 4 - Critérios de qualidade

Parâmetro	Critérios de qualidade	Descrição
Simplicidade	Contém somente informações essenciais.	Não existem informações supérfluas na imagem.
	Estilo da imagem é reconhecível pelo leitor.	Os elementos gráficos e palavra escolhidas fazem parte do repertório do leitor.
	Elementos gráficos visualmente organizados, ordenados.	Estrutura clara que facilita a compreensão do conteúdo.
	Detalhamento ideal.	O detalhamento utilizado não é excessivo nem faltam detalhes para compreender o conteúdo.
	Conteúdo objetivo.	O conteúdo é compreendido sem ambigüidades.
Clareza	Tamanho adequado dos elementos.	Os elementos, incluindo a tipografia, têm um tamanho legível.
	Impacto/força dos elementos gráficos.	Os elementos são percebidos de forma vigorosa.
	Distinção entre as partes da imagem.	Todos os elementos são claramente discerníveis.
	Distinção entre figura e fundo.	A figura (parte do conteúdo) do gráfico destaca-se com facilidade do fundo.
	Tipografia de fácil leitura.	A tipografia utilizada é familiar e tem um tamanho legível.

Fonte: adaptado de Pettersson (2013a).

Por meio deste tópico, observou-se que a qualidade de um texto pode-se ser definida pelos parâmetros de simplicidade e clareza. Nesta pesquisa, será utilizado o conceito de simplicidade para definir a leiturabilidade, e a clareza para definir a legibilidade de um texto.

O próximo tópico apresenta fatores que são capazes de afetar a leiturabilidade e a legibilidade de textos expositivos.

2.4.2 Aspectos que afetam a leiturabilidade e a legibilidade de textos expositivos

Serrell (1996), sobre o processo de desenvolvimento de textos para exposições, aponta dez tópicos que caracterizam textos sem sucesso:

1. Textos que não estão relacionados com uma grande ideia, que divagam sem foco ou objetivos;
2. Textos que têm demasiada ênfase na instrução (apresentação de informações) em vez de interpretação (que oferece provocação);
3. Textos que não levam em conta os conhecimentos prévios, interesses e/ou equívocos dos visitantes - que não sabem quem é o público;
4. Textos com nenhum sistema aparente de design e conteúdo para organizar as mensagens, códigos ou contexto;
5. Textos escritos com um vocabulário que está fora do alcance para a maioria dos visitantes;
6. Textos que são muito longos e prolixos;
7. Textos que fazem perguntas que não são as perguntas dos visitantes;
8. Textos para objetos interativos que não têm instrução ou interpretações localizadas de maneiras lógica e integrada;
9. Textos que não começam com o concreto, referências visuais;
10. Textos que são difíceis de ler por causa da má tipografia (má escolha de tipografia, *design*, iluminação, materiais, ou da posição) (SERRELL, 1996, p. 233, tradução nossa).

Por meio dos estudos de Carr (1988), Dean (1996), Serrell (1996), Locker (2011), Bitgood (2013), Pettersson (2013a e 2013b), Hughes (2015), NBR9050 (2015) e D'Agostini (2017), foi possível elencar fatores que são capazes de influenciar a leiturabilidade e a legibilidade de textos expositivos. São eles: **(1) posição vertical do texto; (2) posição relacional do texto; (3) tamanho da letra; (5) contraste com o fundo; (6) tipografia; (7) cor; (8) hierarquia da informação.**

A **posição vertical do texto** se refere à localização dos textos em relação ao nível do piso. Estudos realizados por Bitgood (2013) apontam que os visitantes tendem a não perceber facilmente textos fixados em pontos altos, pois estão condicionados a olhar mais para os lados, depois para baixo, do que para cima.

Todos os estudos demonstram, de um modo ou outro, que textos posicionados no alto, frequentemente, são menos lidos. No entanto, deve-se considerar a posição do leitor (BITGOOD, 2013).

A **posição relacional do texto** faz referência à posição em relação a outros textos, objetos e elementos arquitetônicos. Bitgood (2013) assinala, em seus estudos, que, textos posicionados próximos aos objetos expostos são passíveis de serem lidos quando: (1) posicionados perto dos objetos da exposição; (2) posicionados na linha de visão; e (3) posicionados logo abaixo de elementos apresentados. Conforme o autor, os textos posicionados fora do caminho dos visitantes foram lidos com menos frequência do que os textos encontrados no caminho.

De acordo com Dean (1996) e Locker (2011), o **tamanho da letra** está diretamente relacionado com a distância entre o visitante e o texto da exposição, ou seja, ele é medido pelo ponto determinado pela distância de visualização do público em relação ao texto expositivo. Considerando distâncias entre 60 a 90 cm, deve-se utilizar tipos de 14 a 24 pontos para etiquetas e 24 a 36 pontos para os demais textos (DEAN, 1996). Serrell (1996) afirma que etiquetas devem apresentar tipos com tamanhos entre 20 e 24 pontos. Para textos introdutórios, textos de grupos ou textos que serão lidos em uma distância de até 46 cm, o tamanho deve estar entre 28 a 48 pontos, dependendo das condições de cor, espaço, iluminação e tipo de letra (SERRELL, 1996).

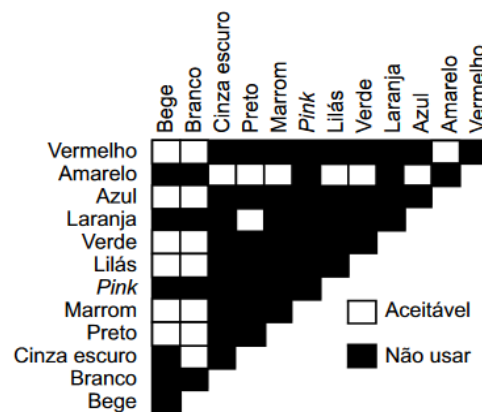
Conforme Hughes (2015), a legislação de acessibilidade não estabelece diretrizes rígidas, mas é difícil imaginar uma situação, em uma exposição, em que um tamanho de tipo possa ser menor que 18 pontos. Para o autor, isso não significa necessariamente que o texto de 18 pontos será automaticamente aceitável para visitantes com deficiência visual; em muitos casos, não será legível se a iluminação for fraca ou o texto estiver muito distante. O designer sempre pode verificar a legibilidade do texto imprimindo uma amostra e fixando-a em uma parede à distância pretendida do visitante (HUGHES, 2015). Os estudos de Bitgood (2013), relacionados ao tamanho da letra dos textos expositivos, indicam que o aumento do tamanho da letra resultou em alta porcentagem de leitura de textos e foram lidas com mais frequência que letras pequenas.

Hughes (2015) afirma que a legibilidade do texto é influenciada pelo **contraste** entre a cor do texto e a cor do fundo. Segundo Dean (1996), para maior

legibilidade do texto em contraste com o fundo, o uso de letras pretas em fundo branco é o mais indicado. Estudos de Serrell (1996) apontam que, para o uso de letras brancas em fundo preto, é recomendável a utilização de tipos *sans serif* (sem serifa), devido a deformação óptica que o fundo preto pode ocasionar nas letras brancas. Para Carr (1988), deve-se evitar fundos padronizados ou sombreados, incluindo texto impresso sobre fotografias.

A Figura 9, segundo a NBR9050 (2015), apresenta os contrastes recomendados entre as cores da sinalização tátil e do piso adjacente, uma vez que, a mesma regra pode ser usada nas diversas sinalizações.

Figura 9 - Contrastes Recomendados



Fonte: NBR9050 (2015).

De acordo com Petterson (2013b), devemos evitar o uso de uma **tipografia** incomum, muito pequena ou muito grande. Para o autor, vemos as palavras em um texto como “imagens”, não letra por letra. Uma mensagem tem boa legibilidade se for fácil de ler e se o leitor puder ver e distinguir facilmente todas as diferentes partes da mensagem (PETTERSSON, 2013a).

Para Dean (1996), os tipos de letra *sans serif* são melhores para a legibilidade do que os tipos *serif*. No entanto, de acordo com Serrell (1996), saber se o tipo *sans serif* é mais legível que o *serif* não é tão importante quanto saber se o visitante consegue deslizar os olhos suavemente pelo texto e encontrar facilmente o início de cada linha. Neste sentido, Serrell (1996) destaca que características como letras alongadas, apertadas, achatadas e com grande espaço entre si estão entre os fatores que mais dificultam a legibilidade. Tipos de letras com exagero de serifas e

arabescos também dificultam a leitura, portanto, a escolha entre *serif* ou *sans serif* tem maior relação com o uso apropriado do estilo.

Serrell (1996) sugere condutas para uma boa legibilidade em relação a tipografia, sendo estas:

- Use letras maiúsculas e minúsculas no corpo do texto, em vez de todas em letras maiúsculas. Todas as letras em maiúsculas na maioria dos tipos de letras são menos legíveis;
- Use itálico com moderação, não mais que três linhas no corpo do texto. Itálico são menos legíveis em alguns tipos de letras que outros;
- Use alinhamento de margens à direita (não centralizado, não justificado, não à esquerda). Alinhamento da margem à direita não vai exigir ajustes para o espaçamento entre as palavras e evita "rios" de espaço que correm verticalmente ente os parágrafos. Margens à esquerda dificultam o olho encontrar o seu caminho para o início da próxima linha;
- Evite hifenizar palavras no final das linhas. Isso faz a leitura instável. Isto é especialmente verdadeiro para os comprimentos de linha maiores que 50 a 60 caracteres e tipo de letras de tamanhos maiores;
- Quanto mais textos em uma exposição, mais preocupação há em seguir as orientações, tomar uma atitude conservadora, e torná-los fáceis de ler. Em exposições com poucos textos, as questões de legibilidade podem ser de menor preocupação, embora eu nunca recomendaria a criação de uma situação em que a maioria dos visitantes sentem que têm que se esforçar bastante para ler (SERRELL, 1996, p. 1999, tradução nossa).

Dean (1996) explana que a escolha dos tipos também sugere características emocionais para os textos. De acordo com o autor, tipos *sans serif* são frios, sem emoção, sendo úteis para a apresentação de informações factuais. *Serif* e tipos cursivos são mais amigáveis e familiares e os tipos simples de *serif*, como aqueles utilizados em jornais e livros, evocam a resposta emocional de familiaridade. Nesse contexto, o autor sugere o uso de no máximo 02 (dois) ou 03 (três) modelos de tipos de letras em um mesmo bloco.

As **cores** possuem papel importante na transmissão de uma mensagem, porém, deve-se utilizá-las afim de evitar problemas de legibilidade dentro de um ambiente (D'AGOSTINI, 2017). Conforme o autor, a avaliação do contraste entre as cores deve determinar o nível de legibilidade entre elas quando sobrepostas umas às outras. Para Locker (2011), o contraste tonal entre o tipo e o fundo deve ser 70%.

Conforme Carr (1988), caso o texto seja impresso, deve-se utilizar papel fosco, com espessura suficiente para que a escrita não fique visível no verso do papel. Papéis brilhantes geram reflexos, tornando difícil a visualização para pessoas idosas.

De acordo com D'Agostini (2017), para que as mensagens se apresentem com maior ou menor relevância aos usuários que circulam por um local, é preciso organizá-las, estabelecendo, para isso, uma **hierarquia** entre as informações. “Para isso, é fundamental que o designer utilize recursos como contraste de tamanhos, cores ou formas” (D'AGOSTINI, 2017, p. 112).

Locker (2011) sinaliza que além dos fatores que estão diretamente relacionados no conteúdo e na forma do texto, pode-se observar também a influência dos fatores ambientais na leiturabilidade e a legibilidade dos textos expositivos.

2.4.3 Aspectos ambientais que afetam a leiturabilidade e a legibilidade de textos expositivos

Conforme D'Agostini (2017), qualquer espaço construído deve ser pensado em função dos usuários, englobando não só suas necessidades de locomoção, como também as de comunicação. A diversidade de pessoas que fazem uso dos ambientes reflete, proporcionalmente, os desafios de um projeto de comunicação (D'AGOSTINI, 2017).

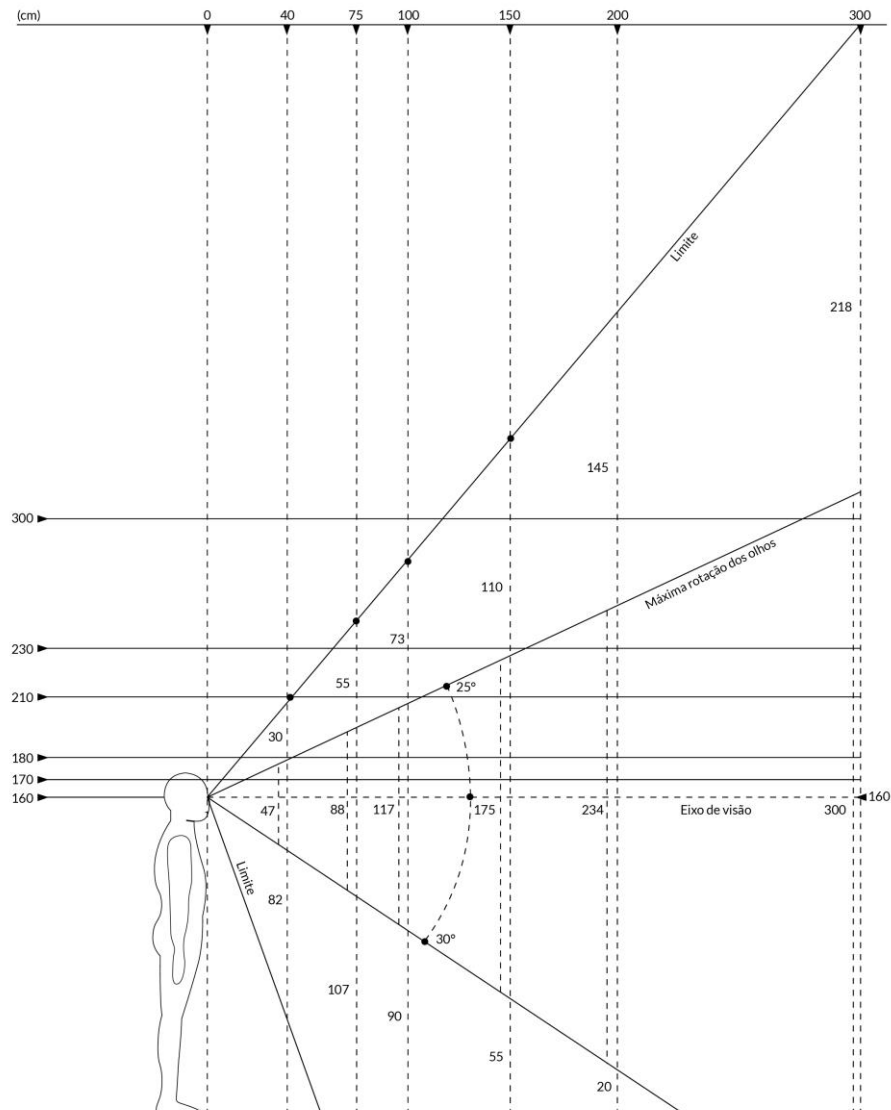
D'Agostini (2017) destaca a relevância do conhecimento de padrões biométricos do público visitante de determinado ambiente. Para o autor, determinados dados ergonômicos possuem maior relevância para orientação do projeto de comunicação e devem ser tomados como ponto de partida para adaptação das informações aos usuários. D'Agostini (2017) destaca três fatores: **(1) eixo de visão; (2) campo de visão; (3) alcance de visualização.**

De acordo com D'Agostini (2017), para que possamos definir o **eixo de visão** para visualização das mensagens, é preciso estabelecer primeiro a altura média dos usuários e as circunstâncias em que visualizam essas informações.

Conforme estudos de D'Agostini (2017), o brasileiro adulto, com idade entre 30 e 34 anos, possui uma estatura média de 1,71 m; brasileiras da mesma faixa etária possuem uma estatura média de 1,6 m. Para cada uma dessas estaturas existe uma altura média de visualização correspondente que é definida pela distância entre o chão e o eixo visual dos olhos.

Para D'Agostini (2017), para os homens, essa distância corresponde à altura de 1,6 m; para as mulheres com 1,5 m (Figura 10).

Figura 10 - Legibilidade de palavras e símbolos em relação à distância do usuário em pé



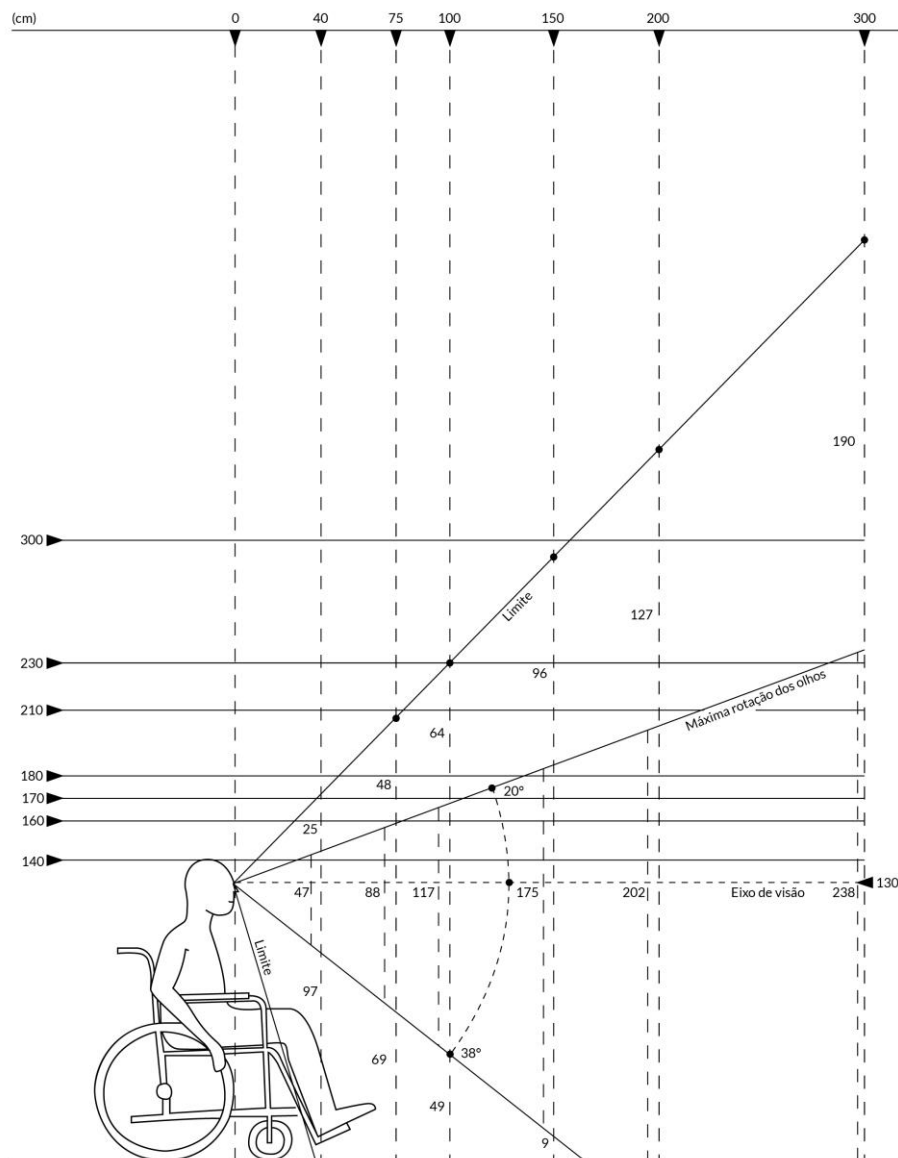
Fonte: adaptado de D'Agostini (2017).

D'Agostini (2017) afirma que, ao observarmos as alturas médias de pessoas adultas sentadas, percebe-se que as linhas de visualização das mensagens sofrem alterações, dependendo da circunstância em que se encontram, sendo que a altura média de um adulto sentado é de 1,3 m, e seu eixo de visão de 1,2 m. O autor aponta que o usuário adulto em cadeiras de rodas pode atingir 1,4 m de altura, e seu eixo de visão corresponde a 1,3 m, em média (Figura 11).

D'Agostini (2017) explica que o **campo de visão** total de uma pessoa é formado pela soma dos campos de visão horizontal e vertical, onde o campo de visão horizontal é definido por dois campos de visão monoculares de 156° , que se sobrepõem para formar o campo de visão binocular de 124° . Segundo o autor, o

campo total de visão horizontal possui um ângulo de 188° , com pelo menos três áreas com ângulos distintos que partem de uma linha central entre os olhos e que definem o que é visualizado. O campo total de visão vertical tem entre 180° e 195° e é formado pela soma de ângulos máximos de rotação dos olhos para cima (25°) e para baixo (35°), além dos campos periféricos.

Figura 11 - Legibilidade de palavras e símbolos em relação à distância do usuário em cadeira de rodas



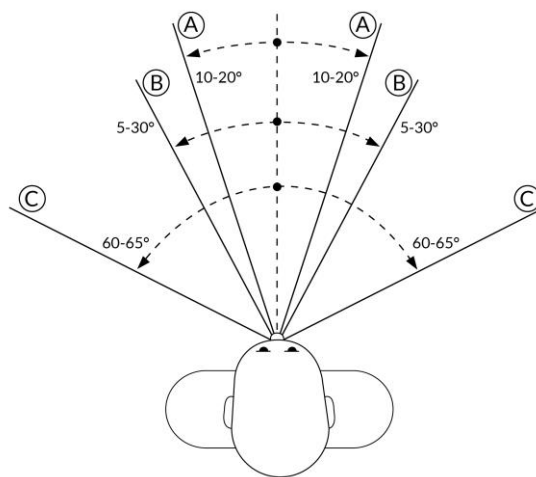
Fonte: adaptado de D'Agostini (2017).

Para Fernández e Fernández (2007), é necessário o uso de medidas aplicáveis a exposições para que se possa acomodar diferentes tipos de público. Em seus estudos os autores utilizam as seguintes dimensões: média da altura em 1,78m

para os homens e 1,63 m para as mulheres em pé; 1,7 m para homens e 1,50 m para as mulheres para linha de visão horizontal. Os autores consideram as alturas de 1,4 m para homens e 1,2 m para mulheres, ambos sentados; 1,24 m para homens e 1,12 m de altura da linha de visão em cadeiras de rodas.

A Figura 12, ordenada por Dreyfuss (1993) e Panero (1979) demonstra que dentro do campo de visão binocular horizontal existem ângulos de limite para a percepção de algumas cores (A), símbolos (B) e palavras (C) (D'AGOSTINI, 2017).

Figura 12 - Reconhecimento de cores, símbolos e palavras por meio do campo de visão binocular horizontal

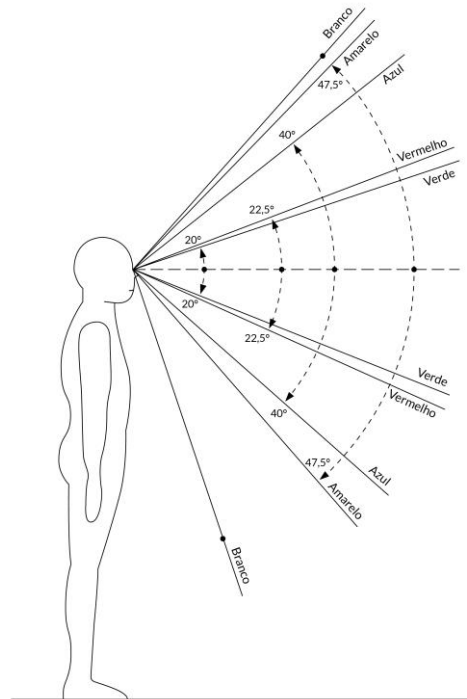


Fonte: D'Agostini (2017), conforme Dreyfuss (1993) e Panero (1979).

D'Agostini (2017) afirma que, no campo de visão vertical, as cores são percebidas de acordo com o campo de visão da linha central. As tonalidades de verde podem ser percebidas até 40°; vermelhos são visualizados até 45°; azuis são percebidos até 80° e amarelos até 95°. Após esse ângulo, somente a cor branca é percebida em um ângulo de 100 a 110° (Figura 13).

Para D'Agostini (2017), no campo de visão binocular horizontal, as tonalidades de verde são percebidas em um ângulo de 47°; os vermelhos em um ângulo de 54°; amarelos até o limite de 75° e as tonalidades de azul possuem um ângulo maior de visualização que pode chegar até 98°. A Figura 14 apresenta as tonalidades percebidas conforme o campo de visão monocular horizontal.

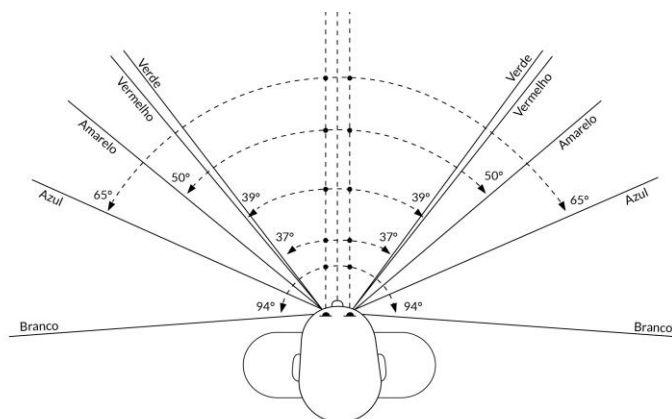
Figura 13 - Reconhecimento de cores por meio do campo de visão vertical



Fonte: D'Agostini (2017).

Por meio dos campos de visão horizontal e vertical de uma pessoa, pode-se definir o **alcance de visualização** das informações em um ambiente (Figura 13 e Figura 14) (D'AGOSTINI, 2017).

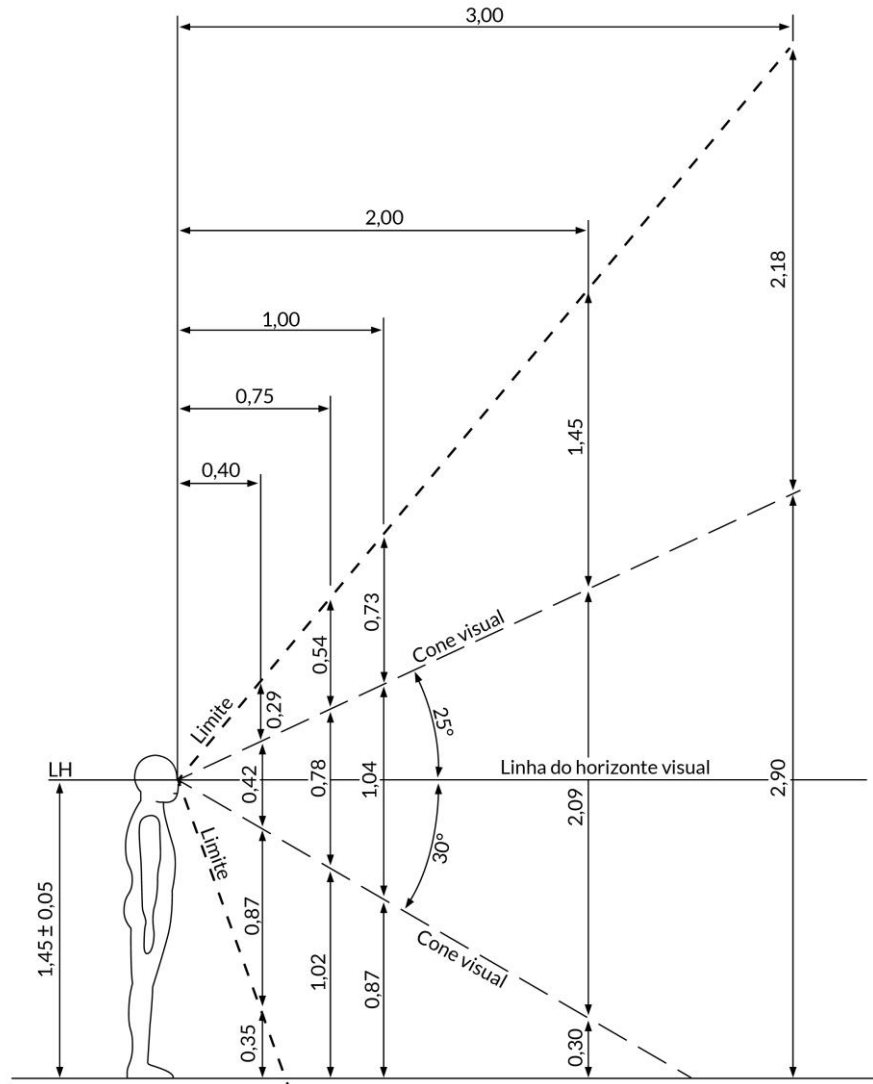
Figura 14 - Reconhecimento de cores por meio do campo de visão monocular horizontal



Fonte: D'Agostini (2017).

A NBR 9050 (2015) apresenta índices para o **alcance de visualização** das informações em diferentes distâncias e posições. As Figuras 15 e 16 demonstram, em diferentes distâncias horizontais, a aplicação dos ângulos de alcance visual para pessoas em pé, sentadas e em cadeiras de rodas.

Figura 15 - Legibilidade de palavras e símbolos em relação à distância do usuário em pé

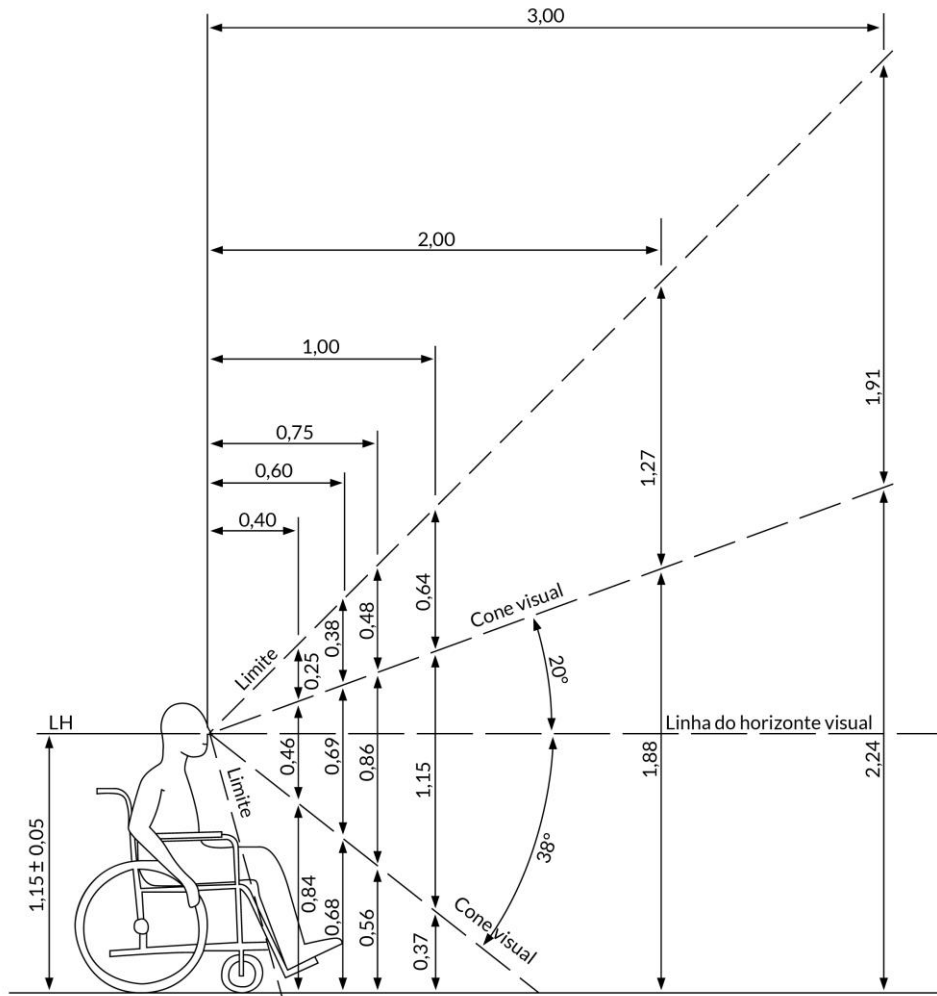


Fonte: NBR 9050 (2015).

A norma considerou a variação de Linha do Horizonte (Eixo de visão) para pessoa em pé entre: 1,40 m e 1,50 m; para pessoa sentada entre: 1,05 m e 1,15 m; para pessoa em cadeira de rodas entre: 1,10 m e 1,20 m.

Segundo a NBR 9050 (2015), para uma pessoa em pé cria-se um eixo visual que divide o campo de visão vertical em ângulos distintos: um ângulo superior, com cerca de 25° acima desse eixo visual, e um ângulo inferior, com cerca de 30° abaixo do eixo de visão central. Para pessoas em cadeiras de roda, a NBR 9050 cria um eixo visual que divide o campo de visão vertical em ângulos distintos: um ângulo superior, com cerca de 20° acima desse eixo visual, e um ângulo inferior, com cerca de 38° abaixo do eixo de visão central.

Figura 16 - Legibilidade de palavras e símbolos em relação à distância do usuário em cadeira de rodas



Fonte: NBR 9050 (2015).

Conforme D'Agostini (2017), a medida que o usuário se distancia da peça gráfica, seu campo de visão (cone visual) aumenta. Para o autor, é preciso considerar que a legibilidade de palavras ou símbolos não depende somente do ângulo de visão, mas do ajuste de proporção da mensagem com relação à distância em que esta está do usuário.

Nesse estudo é importante observar os aspectos que refletem os dados biométricos da população brasileira idosa.

Segundo Guccione (2002), em homens e mulheres entre 60 e 80 anos, a taxa média de diminuição na altura é de cerca de 2 cm por década, podendo atingir até 12 cm nos casos mais extremos de perda óssea.

Conforme dados da Pesquisa de Orçamentos Familiares (IBGE, 2019), o brasileiro adulto, com idade entre 55 a 64 anos, possui uma estatura média de 1,68

m; brasileiras da mesma faixa etária possuem uma estatura média de 1,57 m. Com idade entre 65 a 74 anos, o homem possui uma estatura média de 1,67 m e mulheres da mesma faixa etária possuem uma estatura média de 1,55 m. Na faixa de 75 e mais, homens possuem 1,66 m e mulheres 1,53 m de média de estatura.

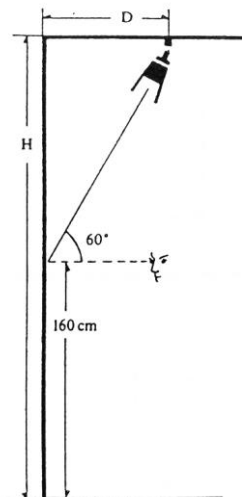
Outro importante fator que deve-se considerar em um ambiente é a iluminação. Para Locker (2011), a iluminação é essencial para uma boa legibilidade.

De acordo com Fernández e Fernández (2007), seis princípios básicos de iluminação podem ser aplicáveis a todos os tipos de projeto de exposições. São eles:

1. O ângulo de reflexão é igual ao ângulo de incidência;
2. Todo objeto iluminado se torna uma fonte de luz e sua imagem é refletida proporcionalmente à iluminação relativa do objeto e da superfície refletora;
3. Quanto mais escuro for o tom da superfície refletora, mais iluminação você precisará;
4. A intensidade da luz diminui em proporção inversa ao quadrado da distância de sua fonte;
5. Raios de luz, se não bloqueados, irradiam de sua fonte igualmente em todas as direções;
6. As cores escuras absorvem a luz enquanto as cores claras e as superfícies polidas a refletem (FERNÁNDEZ; FERNÁNDEZ, 2007, p. 88, tradução nossa).

Para Fernández e Fernández (2007), a luz deve incidir em um ângulo de 60° em relação à linha horizontal que sinaliza a visão média de um visitante adulto, mantendo a largura adequada do campo de visão, cujo ângulo normal é de 54° (Figura 17).

Figura 17 - Posição correta para a iluminação de objetos bidimensionais



Fonte: Fernández e Fernández (2007).

Para Locker (2011), o objetivo principal da iluminação é garantir as condições necessárias para que o visitante possa observar um elemento exposto. Para o autor, não se trata apenas de iluminar as exposições em si, mas também de garantir que o visitante tenha condições visuais que facilitem o movimento e a adaptação na passagem de um elemento exposto para outro.

2.5 DESIGN, EXPERIÊNCIA E EMOÇÃO

Para Mülling (2010), no contexto epistemológico, a experiência está ligada a uma fonte cognitiva de informações, como percepção, memória, imaginação, sensações e percepções, ou seja, a experiência está diretamente relacionada ao conhecimento. Piaget (1967) aponta que a origem da construção do conhecimento inicia a partir da interação do sujeito com o objeto e nesse processo, determinadas estruturas cognitivas são construídas e reconstruídas à medida que o conhecimento vai sendo elaborado.

Para Forlizzi, Disalvo e Hanington (2003), o Design Experiencial pode servir de subsídio para profissionais na prática do design, que busca atender às necessidades imediatas e objetivas do usuário, no intuito de procurar entender as motivações e aspirações humanas em relação ao produto. O Design Experiencial busca entender e preencher as motivações humanas e emocionais dos usuários, além das preocupações racionalistas exploradas pelo design tradicional (BUCCINI; PADOVANI, 2005).

Buccini (2008) conceitua experiência como: “[...] um fenômeno individual que ocorre na mente de um indivíduo, resultado do processamento de um complexo conjunto de estímulos – externos e internos – e dependente das interpretações subjetivas inerentes de cada pessoa” (BUCCINI, 2008, p. 8). Para Cardoso (2016), o design para experiência não é movido por uma única disciplina, pelo contrário, exige uma perspectiva interdisciplinar que considere vários aspectos dos campos disciplinares anteriormente referidos. Para Ellwanger, Rocha e Silva (2015), projetar experiências não é uma tarefa simples, pois elas se estabelecem no indivíduo de forma única e variam em situações diversas.

Para Jääskö, Mattelmäki e Ylirisku (2003), o design para a experiência busca entender e atender as motivações mais profundas desses usuários e também as pequenas experiências prazerosas na vida. Conforme Jääskö, Mattelmäki e Ylirisku

(2003), as experiências acontecem de acordo com vários aspectos dinâmicos da vida, como: experiências passadas; qualidades sociais e culturais; etc. O grupo de estudo de *Experience Design* do *American Institute of Graphic Arts* (AIGA) (2001) define as seguintes características do Design Experiencial:

- Possui uma abordagem mais ampla que o design tradicional e que se esforça para criar experiências, ao invés de simplesmente produtos e serviços;
- Visualiza todo o ciclo de vida da relação de um produto com o seu consumidor;
- Cria uma relação com indivíduos e não com uma massa de consumidores;
- Preocupa-se em criar um ambiente que conecte o usuário emocionalmente, agregando valores às experiências de compra e uso;
- Baseia-se tanto nas disciplinas tradicionais do design, como também em disciplinas pouco utilizadas na criação de produtos, serviços e ambientes (AIGA, 2001).

Forlizzi (1997) identificou dois tipos de experiência nas interações usuário-produto: experiências satisfatórias e experiências ricas. Conforme Forlizzi (1997), uma experiência satisfatória é um ato orientado por processo que é realizado de maneira bem-sucedida; uma experiência rica tem uma sensação de continuidade e interação imersiva, que pode ser composta por uma série de experiências.

Para projetar para uma experiência rica, segundo Forlizzi (1997), é necessário que os designers entendam o usuário como um ser inteligente, único, perceptivo, curioso e emotivo e com pontos de vista subjetivos que mudam com frequência e aprimoram as informações que os definem como indivíduos quando interagem com os produtos. De acordo com Forlizzi e Ford (2000), os designers precisam ter a compreensão do que é experiência; como ela é composta; como é possível projetá-la, facilitá-la ou impedi-la. Ainda é preciso compreender melhor como as pessoas interagem com vários tipos de artefatos e como essas interações afetam as experiências que as pessoas têm (FORLIZZI; FORD, 2000).

Conforme Russo e Hekkert (2008), duas perspectivas sobre experiências são abordadas na área de design: (1) experiência de usuários (*user experience*), mais focada nas demandas cognitivas dos usuários na interação humano-computador; e (2) experiência com produtos (*product experience*) que é relacionada a todas as possíveis experiências afetivas envolvidas na interação humano-produto.

Quando o objetivo principal de um produto é prover experiência, considerando suas qualidades formais e valores específicos para o público devem ser considerados. Neste momento, as referências narrativas do

produto/sistemas/eventos testam as crenças e experiências passadas dos usuários por meio de um processo comunicativo profundamente envolvente. Muitas vezes, essa história se passa em uma estética particular e é dirigida a um público específico assegurando suas especificidades, cultura, entendimento e experiências anteriores (CARDOSO, 2016, p. 111-112).

Segundo Hekkert (2006), conseguimos distinguir três componentes, ou níveis de experiência do produto: **prazer estético, atribuição de significado e resposta emocional**. Assim, definimos a experiência do produto como:

[...] todo o conjunto de afetos que é eliciado pela interação entre um usuário e um produto, incluindo o grau em que todos os nossos sentidos são gratificados (experiência estética), os significados que atribuímos ao produto (experiência de significado) e os sentimentos e emoções que são eliciados (experiência emocional) (HEKKERT, 2006, p. 160).

Para Desmet e Hekkert (2007), esses três componentes, ou níveis de experiência podem ser distinguidos por terem seus próprios processos subjacentes legais, embora altamente relacionados. Desmet e Hekkert (2007) propuseram o *framework* da experiência com produtos (Figura 18) para ilustrar as respostas afetivas que podem ocorrer na interação humano-produto.

Figura 18 - *Framework* da experiência com produtos



Fonte: traduzido e adaptado de Desmet e Hekkert (2007).

Conforme Desmet e Hekkert (2007), na experiência estética consideramos a capacidade de um produto de encantar uma ou mais de nossas modalidades sensoriais; na experiência de significado, a cognição entra em jogo e por meio de processos cognitivos, como interpretação, recuperação de memória e associações, somos capazes de reconhecer metáforas, atribuir personalidade ou outras características expressivas e avaliar o significado pessoal ou simbólico dos

produtos; na experiência emocional, nos referimos àqueles fenômenos afetivos tipicamente considerados na psicologia da emoção e na linguagem cotidiana sobre emoções (amor e nojo, medo e desejo, orgulho e desespero).

Para Desmet e Hekkert (2007), este princípio básico se aplica a todas as emoções, das emoções mais intensas que podemos experimentar em uma situação que ameaça a nossa sobrevivência e das emoções mais sutis que experimentamos em resposta à interação humano-produto.

Portanto, pode-se concluir que o Design para Experiência trata-se de uma abordagem holística do design de produtos/serviços/eventos, buscando gerar valores e impressões dignos de lembranças, por meio da compreensão dos usuários, do contexto, cultura, entre outros, e estimulando, sempre que possível, o maior número de sentidos para promoção da interação produto e usuário (CARDOSO, 2016, p. 113).

No contexto museal, conforme Bitgood (2013), a chave para entender os visitantes de museus é descobrir como os processos de atenção funcionam junto com a exposição e como os ambientes proporcionam uma experiência. Para Bitgood (2013), é de suma importância entender porque, quando e como as pessoas são motivadas a prestar atenção às exposições.

Bitgood (2013) afirma que qualquer projeto de exposição deverá conter um modelo para gerenciar a atenção do visitante. Segundo Bitgood (2013), fatores relacionados ao visitante, bem como do ambiente da exposição, desempenham o papel fundamental na atenção, ou seja, uma compreensão tanto do visitante quanto do ambiente, bem como de sua interação, é necessária para atingir verdadeiramente o interesse. Bitgood (2013), através dos seus estudos com visitantes pelo viés da psicologia, afirma que colocar muita ênfase na pessoa ou nos fatores de configuração da exposição, por si só, fornece uma compreensão incompleta e inconsistente.

Na compreensão de Bitgood (2013), para gerenciar a atenção do visitante, é necessário que os produtores e designers de exposições compreendam como a atenção é capturada e focada, como é motivada e quais fatores impedem os visitantes de prestar atenção. “Acredito que o conhecimento psicológico de como a atenção funciona é fundamental para exposições de sucesso” (BITGOOD, 2013, p. 11).

Conforme já afirmado por Bitgood (2013), a experiência adquirida pelos visitantes está diretamente relacionada à atenção gerada junto aos ambientes expositivos. Nesse contexto, Forlizzi, Disalvo e Hanington (2003) destacam que uma rica experiência é aquela que proporciona uma sensação de continuidade imersiva e permite a interação das informações internas (vivências do visitante) com o ambiente externo (ambiente expositivo), proporcionando uma série de experiências satisfatórias.

2.5.1 Design e emoção

Para Damazio e Mont'Alvão (2008 apud NORMAN, 2008, p. 12), a emoção é objeto de reflexão há milênios e vem despertando especial interesse nas últimas décadas e manifestando-se em inúmeras publicações assinadas por neurocientistas, psicólogos, filósofos, antropólogos e sociólogos, dirigidas ao meio acadêmico e para o público em geral.

Segundo Damazio e Mont'Alvão (2008 apud NORMAN, 2008), a relação entre “Emoção” e “Design” já existe há muito tempo, mas recentemente esta união foi registrada oficialmente com o nome de “Design Emocional”. Para Tonetto e Costa (2011), o Design Emocional emergiu na década de 1990, a partir dos estudos e abordagens desenvolvidas por diversos pesquisadores, entre os quais destacam-se, no cenário internacional: Jordan (1999), Norman (2008) e Desmet (2002).

Os termos em inglês *Emotional Design* e *Design and Emotion*, usados respectivamente por Norman (2008) e Green (1999), são os mais utilizados. No Brasil, é possível encontrarmos referências ao tema que utilizam derivações dos termos em inglês como *Emotion Design* (BUCCINI; PADOVANI, 2005), e termos em português, como Design Emocional (IIDA, 2005) e Design e Emoção (DAMASIO, 2006).

Tonetto e Costa (2011) explanam que esta atividade sempre foi exercida pelos designers sem mesmo que seus intuitos projetuais tivessem realmente o impacto desejado sobre os usuários. Os mesmos autores afirmam que designers não são normalmente os usuários finais de sua própria produção, ou seja, seus projetos têm como base suas próprias crenças e experiências, e que muitas vezes são distintas dos usuários.

Tonetto e Costa (2011) destacam que a experiência emocional é uma das dimensões da experiência, o que inclui todo o conteúdo afetivo que é causado pela interação entre usuário e produto, abrangendo os sentimentos contemplados nos três componentes ou níveis de experiência do produto: prazer estético, atribuição de significado e resposta emocional (HEKKERT, 2006).

Provavelmente o design emocional, ao contrário do que o nome pode sugerir, é uma das áreas do design mais facilmente caracterizáveis como científicas, na medida em que trabalha com teoria, método e resultados de pesquisa que permitem a elaboração de afirmações sobre a experiência. O que caracteriza esse caráter científico é a sequência projeto/pesquisa, que permite ao designer a observação, na realidade, da efetividade da aplicação de suas teorias (de base psicológica) e de *insights*, aplicados em forma de projeto (TONETTO; COSTA, 2011, p. 133).

As teorias que integram pesquisas na área de Design Emocional estão relacionadas à forma com que se pode investigar a associação emocional dos seres humanos e o design de produto (TONETTO; COSTA, 2011).

Conforme Tonetto e Costa (2011), os estudos de Patrick Jordan (1999) afirmam que os seres humanos estão sempre na busca por prazer, e que o prazer com produtos pode ser entendido como o resultado dos benefícios emocionais, hedônicos e práticos associados a este.

De acordo com Tonetto e Costa (2011), Jordan (1999) organizou hierarquicamente as necessidades dos usuários como: funcionalidade, usabilidade e prazer que os produtos podem proporcionar ao usuário que, conforme Jordan (1999), divide-se em quatro tipos (Quadro 5).

Quadro 5 - Tipos prazeres que os produtos podem proporcionar ao usuário conforme Jordan (1999)

Prazeres	Relação com o usuário
Prazer Fisiológico	Está relacionado ao corpo e aos sentidos. Tato, olfato, audição, visão e gustação, incluindo o prazer sensual, são fontes de prazer fisiológico.
Prazer Social	Refere-se ao prazer derivado das relações/interações com outras pessoas, incluindo o reconhecimento social, ou <i>status</i> .
Prazer Psicológico	Refere-se aos prazeres da mente, incluindo aqueles advindos de executar ou finalizar tarefas, assim como aqueles relacionados a estados particulares, como excitação ou relaxamento.
Prazer Ideológico	Provenientes da combinação entre os valores da pessoa com os valores embutidos no produto. Inclui uma dimensão estética – sobre o que é atrativo ou não, bem como valores morais.

Fonte: adaptado de Tonetto e Costa (2011).

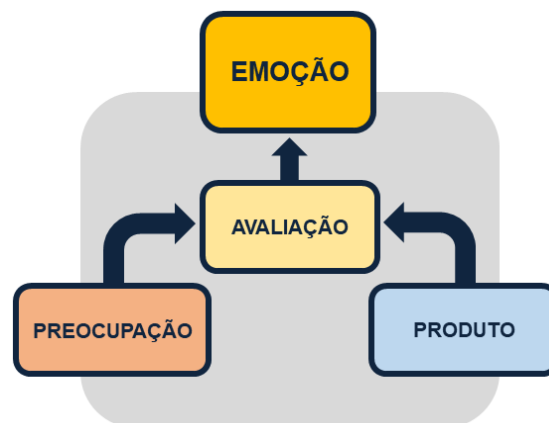
Conforme Tonetto e Costa (2011), o objetivo de Jordan (1999) com o desenvolvimento da abordagem foi munir os designers de uma ferramenta projetual.

Os estudos realizados por Pieter Desmet (2002) propõem um modelo para compreender a relação emocional das pessoas com produtos, baseado em uma teoria cognitiva das emoções, denominada *Appraisal Theory* (Teoria da Avaliação).

Para Tonetto e Costa (2011), os estudos realizados por Desmet (2002) afirmam que componentes avaliados como colaboradores para o bem-estar de um usuário tendem a despertar emoções prazerosas, em contrapartida, aqueles considerados ameaçadores podem despertar emoções desagradáveis. Em termos projetuais, o designer inicia o projeto elencando qual emoção deseja como resultado de seu projeto. Para isso, conforme Desmet (2002), deve-se realizar uma investigação direta com usuários para compreender as avaliações (*appraisals*) que despertam a respectiva emoção.

Segundo Desmet (2002), o Modelo Básico de Emoções do Produto (Figura 19) é básico porque se aplica a todas as possíveis respostas emocionais provocadas pela interação humano-produto e identifica as três chaves universais variáveis no processo de reação de emoções: preocupação, produto e avaliação (DESMET; HEKKERT, 2007).

Figura 19 - Modelo Básico de Emoções do Produto



Fonte: traduzido e adaptado de Desmet (2002).

De acordo com Desmet, Overbeeke e Tax (2001), as emoções são essencialmente pessoais, pois ocorrem com pessoas diferentes, que experimentarão emoções diferentes em relação ao mesmo produto. No entanto, embora as pessoas diverjam em suas respostas emocionais aos produtos, as regras gerais podem ser identificadas no processo subjacente de eliciação de emoções (DESMET; OVERBEEKE; TAX, 2001).

O modelo proposto por Desmet e Hekkert (2007) (Figura 20) indica que um estímulo eliciará uma emoção somente quando o indivíduo avaliar esse estímulo como tendo consequências importantes para a realização de uma preocupação, em suma, para entender como os produtos provocam emoções, deve-se saber quais preocupações específicas as pessoas têm em relação aos produtos. Conforme Desmet e Hekkert (2007), as preocupações são as disposições que trazemos para o processo emocional, sendo os produtos construídos como emocionalmente relevantes no contexto das preocupações de cada indivíduo. Para entender as respostas emocionais à interação humano-produto, é preciso entender as preocupações dos usuários, dado o contexto em que ele interage com o produto (DESMET; HEKKERT, 2007).

Figura 20 - Modelo de Emoções do Produto



Fonte: traduzido e adaptado de Desmet e Hekkert (2000).

Desmet e Hekkert (2000) distinguem que as emoções estão relacionadas a um tipo distinto de preocupação, definidas como: **(1) metas, (2) padrões e (3) atitudes.**

Conforme Desmet e Hekkert (2000), as **Metas** são coisas que queremos ver acontecer, ou seja, são os objetivos em relação a produtos, como objetivos utilitários, sociais e hedonistas. Avaliamos os produtos como desejáveis quando prevemos que facilitarão nossos objetivos, mas são indesejáveis quando interferem em nossos objetivos (DESMET; HEKKERT, 2000).

Os **Padrões** são nossas crenças, normas, ou convenções de como pensamos que as coisas deveriam ser (DESMET; HEKKERT, 2000). De acordo com Desmet e Hekkert (2000), os produtos que estão em conformidade com nossos padrões provocarão emoções agradáveis, enquanto os produtos que conflitam com nossos

padrões provocarão emoções desagradáveis. **Atitudes** são nossos gostos ou desgostos próprios (DESMET; HEKKERT, 2000).

Conforme Desmet, Overbeeke e Tax (2001), nossas respostas emocionais em relação a um produto são determinadas pela forma como o avaliamos para corresponder ao nosso conjunto de metas, padrões e atitudes. Como esse conjunto interativo de metas, padrões e atitudes é extenso, a maioria dos produtos provoca uma mistura de emoções, porque ressoam com muitas preocupações diferentes (DESMET; OVERBEEKE; TAX, 2001).

De acordo com Desmet e Hekkert (2000), no modelo básico de emoções os produtos podem ser interpretados de três formas (Quadro 6).

Quadro 6 - Avaliação da relação do usuário com o produto conforme a presença de determinados estímulos segundo Desmet e Hekkert (2000)

Estímulo	Avaliação
Produtos como Objetos	Os produtos são avaliados em termos de sua Atração . Esta, por sua vez, é computada com referência às atitudes, ou gostos.
Produtos como Agentes	Os produtos são interpretados em função do impacto presumido que têm nas pessoas ou sociedades. Os agentes são avaliados em termos de Louvor , que faz referência aos padrões. Estes, por sua vez, constituem-se dos credos, normas ou convenções que uma pessoa tem. Aprova-se o que obedece a estes padrões e desaprova-se o que os conflitam.
Produtos como Eventos	Os produtos são avaliados em termos de Desejo . Avalia-se em desejáveis quando se antecipa que os produtos irão facilitar suas metas e indesejáveis quando irão interferir.

Fonte: adaptado de Scolari (2008).

Tonetto e Costa (2011) afirmam que, segundo os estudos de Desmet (2002), as avaliações são descritas em termos de diversas preocupações (Quadro 7), cada uma relacionada a um aspecto particular de uma situação.

Quadro 7 - Avaliação da relação do usuário com o produto conforme a presença de preocupações

(continua)

Preocupações	Avaliação
Consistência do Motivo	Avaliação da consistência ou eficácia de um produto em responder ao que a pessoa quer, seus motivos para a aquisição. Essa questão não se refere apenas ao caráter instrumental, ou seja, se o produto cumpre com suas funções, mas também a questões não instrumentais, como autoexpressão ou expressão social.
Prazer Intrínseco	Avaliação relacionada à extensão em que um produto é prazeroso em termos sensoriais.

Quadro 7 - Avaliação da relação do usuário com o produto conforme a presença de preocupações

(conclusão)	
Confirmação das Expectativas	Avaliação refere-se à confirmação ou à violação da expectativa da pessoa em relação a uma lista infinita de possibilidades, que vai desde a presença de elementos inesperados em um produto, até as consequências de uma ação desempenhada pelo usuário.
Agência	Avalia o agente (causa) de algo, positivo ou negativo. A agência pode ser o produto, o usuário ou a situação, cuja resposta é dada pelo usuário.
Conformidade com Padrões	Avaliação do produto em comparação com seus equivalentes no mercado.
Certeza	Avalia qual a extensão da segurança em relação ao produto.
Potencial de Coping	O <i>coping</i> refere-se à extensão em que o usuário consegue lidar com dada situação, com o que é real ou esperado de ruim em relação a ela. Refere-se às habilidades reais ou percebidas das pessoas em solucionar problemas.

Fonte: adaptado de Tonetto e Costa (2011).

Desmet (2003), partindo do modelo básico de emoções em produtos, apresenta uma base teórica para o processo subjacente às respostas emocionais aos produtos de consumo, dividindo as emoções em cinco classes distintas, apresentando um Modelo Multicamadas de Emoções em Produtos (Quadro 8).

Conforme Desmet (2003), a principal proposta deste modelo é que as reações emocionais resultam de um processo de avaliação em que o indivíduo avalia um produto como (potencialmente) prejudicial, ou benéfico para uma ou várias de suas preocupações. Nessa perspectiva, a preocupação e a avaliação são consideradas parâmetros-chave que determinam se um produto evoca uma emoção e, em caso afirmativo, qual emoção é evocada.

Quadro 8 - Modelo Multicamadas de Emoções em Produtos segundo Desmet (2003)

(continua)	
Emoções	Avaliação/Referências
Emoções Instrumentais	Produtos são vistos como instrumentos que prometem facilitar ou obstruir as Metas. Cada vez que se vê um produto, seu uso ou posse é antecipado, as experiências de uso e consequências de possuí-lo são previstas. Estas antecipações são baseadas nas informações transportadas pelo produto.
Emoções Sociais	Produtos são julgados com os mesmos Padrões e normas sociais que se aplicam às pessoas. Neste sentido, eles são avaliados em termos de sua legitimidade.
Emoções Estéticas	Produtos são avaliados por suas características físicas como aparência, gosto, cheiro, tato e sons. Estes aspectos dos produtos podem encantar ou ofender os sentidos. Eles são avaliados em termos de sua atração, cujas referências são as Atitudes.

Quadro 8 - Modelo Multicamadas de Emoções em Produtos segundo Desmet (2003)

(conclusão)	
Emoções de Surpresa	São originadas quando qualquer produto, ou aspecto do produto, é avaliado como não habitual, repentino ou inesperado. Porém, uma vez familiarizado com o aspecto insólito do produto, ele não mais irá evocar surpresa. Assim, estas emoções geralmente acontecem apenas uma vez. Esta categoria difere-se das anteriores por não ser relacionada com um tipo particular de referência. Ao invés disso, a surpresa ocorre quando há um (des)emparelhamento de qualquer referência, seja uma Meta, Padrão ou Atitude.
Emoções de Interesse	Envolve aspectos relacionados à falta/presença de estímulos. Os produtos que evocam emoções de interesse são avaliados em termos de desafio e promessa. Eles fazem rir, estimulam, motivam a alguma ação ou pensamento criativo, trazem alguma pergunta ou necessitam de uma exploração mais aprofundada.

Fonte: adaptado de Scolari (2008).

Segundo Scolari (2008), o modelo multicamadas de emoções em produtos de Desmet (2003) pode ser usado para explicar a natureza complexa e muitas vezes pessoal das emoções do produto, auxiliando designers em seus esforços para projetar para a emoção.

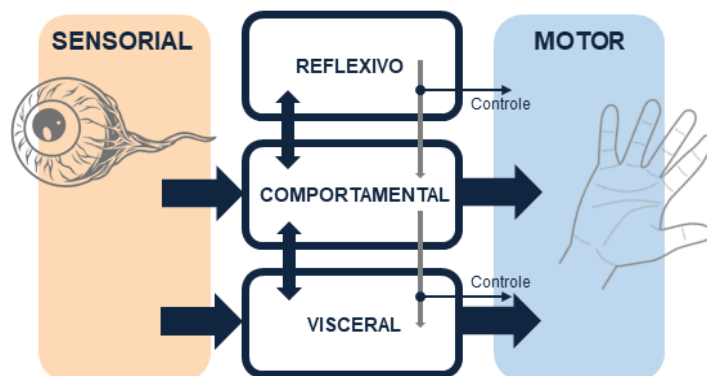
Segundo Buccini (2008), todas as ações possuem um componente cognitivo e um emocional. O primeiro atribui significado e o segundo valor. Desta forma, a emoção ajuda a cognição à medida que facilita a escolha entre o que é bom ou ruim, seguro ou perigoso. Conforme Norman (2008), a cognição interpreta e compreende o mundo ao seu redor, enquanto as emoções permitem que você tome decisões rápidas a respeito dele, ou seja, normalmente reagimos emocionalmente a uma situação antes de avaliá-la cognitivamente.

Para Norman (2008), tanto a cognição quanto o afeto são sistemas de processamento de informações, mas possuem funções diferentes.

O sistema afetivo faz julgamentos e rapidamente ajuda você a determinar as coisas no ambiente que são perigosas ou seguras, boas ou más. O sistema cognitivo interpreta e explica o sentido lógico do mundo. Afeto é o termo genérico que se aplica ao sistema de julgamentos, quer sejam conscientes ou inconscientes. Emoção é a experiência consciente do afeto, completa com a atribuição de sua causa e identificação de seu objeto (NORMAN, 2008, p. 31).

Estudos sobre emoção, conduzidos por Norman (2008) junto ao departamento de *Psicologia na Northwestern University*, sugerem que os atributos humanos que utilizamos para aprender, criar, e para lidar com nossas atividades corriqueiras e ainda refletir sobre experiências passadas, derivam de três diferentes níveis de estruturas do cérebro: a camada automática, pré-programada, chamada de nível visceral; a parte que contém os processos cerebrais que controlam o comportamento cotidiano, conhecida como nível comportamental e a parte contemplativa do cérebro, ou nível reflexivo. Cada nível desempenha um papel diferente no funcionamento integral das pessoas (Figura 21).

Figura 21 - Três níveis de processamento: Visceral, Comportamental e Reflexivo



Fonte: adaptado de Norman (2008).

Conforme Norman (2008), o nível visceral faz julgamentos rápidos do que é bom ou ruim, seguro ou perigoso, e envia os sinais apropriados para os músculos (o sistema motor), que fazem o alerta ao nosso cérebro, sendo considerado o princípio do processamento afetivo. Para Norman (2008), o nível comportamental é onde se localiza a maior parte do comportamento humano, sendo o nível onde as ações podem ser aperfeiçoadas ou inibidas pela camada reflexiva que, por sua vez, pode aperfeiçoar ou inibir a camada visceral. A camada mais alta é a de pensamento reflexivo, que não tem acesso direto nem às informações sensoriais nem ao controle do comportamento (NORMAN, 2008).

De acordo com Norman (2008), no campo do design, os três níveis podem ser mapeados em termos de características de produto: Design Visceral (aparência); Design Comportamental (prazer e efetividade do uso) e Design Reflexivo (autoimagem, satisfação pessoal, lembranças). Cada um dos três níveis de design desempenha seu papel para dar forma à nossa experiência. Cada um é tão

importante quanto os outros, mas cada um requer uma abordagem diferente por parte dos designers (NORMAN, 2008).

Norman (2008) afirma que os princípios do Design Visceral são predeterminados, devendo o designer conceber o design de acordo com essas regras para que permaneça sempre atraente, mesmo que um tanto simples. Para Norman (2008), é no nível visceral que os aspectos físicos dominam. O Design Visceral pode ser estudado de maneira muito simples, ou seja, expondo o design para as pessoas e esperando as reações iniciais (NORMAN, 2008).

O Design Comportamental, para Norman (2008), é o aspecto do design que os profissionais da usabilidade enfocam. “O bom Design Comportamental deve centrar-se no ser humano, concentrando-se em compreender e satisfazer as necessidades das pessoas que realmente usam o produto” (NORMAN, 2008, p. 104).

Para Norman (2008), o Design Reflexivo diz respeito à mensagem, à cultura, tudo diz respeito ao significado das coisas, às lembranças pessoais que os produtos evocam. “O valor reflexivo supera as dificuldades comportamentais” (NORMAN, 2008, p. 108).

2.5.2 Experiência do Usuário (UX)

De acordo com a ISO 9241-210 (2010), a Experiência do Usuário (UX) inclui todas as emoções, crenças, preferências, percepções, respostas físicas e psicológicas, comportamentos e realizações do usuário que ocorrem antes, durante e após o uso. Conforme Tullis e Albert (2008), a experiência do usuário é vista como complemento à usabilidade, sendo uma visão mais ampla, focando na interação individual, como sentimentos, percepções e intenções resultantes desta interação.

Conforme Merizi et al. (2018), Experiência do Usuário (EU), do inglês *User Experience* (UX), compreende os sentimentos e percepções que resultam da interação entre um usuário e determinado produto, sistema ou serviço. Mensurar a experiência do usuário de um determinado produto é entender como e o quê o usuário sente enquanto interage com o produto em questão (MERIZI et al., 2018).

A ISO 9241-210 (2010) define UX como as percepções e respostas de uma pessoa que resultam do uso e/ou do uso antecipado de um produto, sistema ou serviço. Já a usabilidade é definida pela ISO 9241-11 (1998) como sendo a medida

pela qual um produto pode ser usado por usuários específicos para alcançar objetivos específicos, com eficácia, eficiência e satisfação em um contexto específico de uso.

Desmet, Overbeeke e Tax (2001) afirmam que, a partir de nossas experiências pessoais, os produtos podem provocar fortes respostas emocionais. Segundo Desmet et al. (2001), para o designer é importante que o projeto esteja de acordo com as emoções que o usuário gostaria de experimentar. Pouco se sabe sobre como as pessoas respondem emocionalmente aos produtos e quais aspectos do design do produto provocam uma reação emocional (DESMET; OVERBEEKE; TAX, 2001).

Para Desmet, Overbeeke e Tax (2001), parece ser difícil, se não impossível, encontrar relações entre características de design e respostas emocionais. As emoções, na maioria dos casos, não são eliciadas pelo produto como tal (atributos tangíveis), mas por significados derivados do produto (interpretações intangíveis) (DESMET; OVERBEEKE; TAX, 2001). Um designer não pode depender apenas de suas próprias criações, pois não há absolutamente nenhuma garantia de que elas se assemelhem às construções dos usuários. Portanto, conforme Desmet, Overbeeke e Tax (2001), o designer, para criar o ajuste emocional necessário, deverá ser capaz de discutir o impacto emocional de seu design com os usuários pretendidos.

Os estudos e conceitos apresentados neste tópico são fundamentais para as relações explicitadas nesta pesquisa no capítulo 4, por meio da avaliação com os usuários (idosos), a partir do instrumento apresentado no próximo tópico.

2.5.3 Métodos para avaliação da Experiência do Usuário (UX)

Teixeira (2014) aponta que as experiências dos usuários são de natureza subjetiva, pois a percepção e o pensamento são individuais e cada pessoa tem uma experiência diferente ao usar determinado produto, que pode ser influenciada por fatores humanos (habilidade, sentidos, capacidade de compreensão, humor, etc.) e por fatores externos (horário, ambiente, situação, etc.). Ainda que sejam subjetivas, essas experiências são projetadas, pensadas e desenhadas a fim de encontrar a melhor solução para os usuários (TEIXEIRA, 2014).

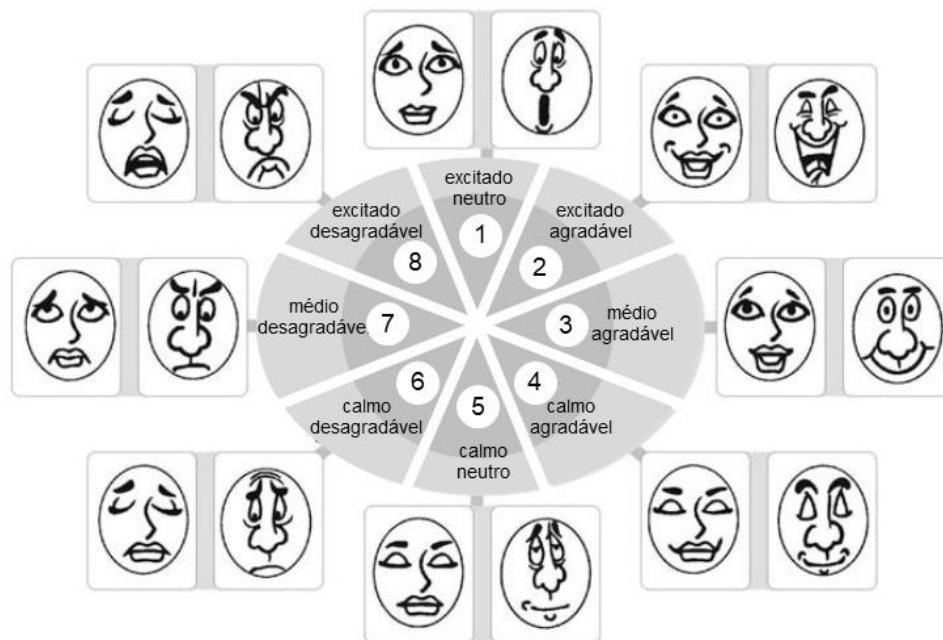
Como forma de auxiliar o desenvolvimento de projetos, existem diversos métodos complementares para avaliar a experiência do usuário de um produto. O

método mais apropriado vai depender da complexidade e finalidade do produto, bem como da identificação da fase de Processo de Desenvolvimento de Produto (PDP) na qual a avaliação será realizada (ARAUJO, 2014).

2.5.3.1 *Emocards*

Estudos realizados por Desmet, Overbeeke e Tax (2001) para a *KPN Research*, instituto de pesquisa da *The Dutch Telecommunications Company*, surgiram a partir da percepção da *KPN Research* em relação ao grande potencial de evocação de emoções dos telefones celulares. Para tanto, conforme Desmet, Overbeeke e Tax (2001), foi desenvolvida uma ferramenta para auxiliar os usuários a expressarem suas respostas emocionais sem o uso de palavras: os “*Emocards*” (Figura 22). De acordo com esses autores, as emoções são difíceis de verbalizar, especialmente o tipo de emoções sutis e de baixa intensidade eliciadas por produtos.

Figura 22 - *Eight emotional categories and Emocards*



Fonte: Desmet et al. (2001).

A ferramenta é composta por 16 *Emocards* que retratam rostos de desenhos com oito expressões emocionais distintas (oito rostos masculinos e oito rostos femininos), que variam com base nas dimensões “prazer” e “excitação” (estado físico

de ativação). O “Prazer” e a “excitação”, na psicologia, são as duas dimensões mais aceitas da emoção, pois cada emoção pode ser descrita em termos do nível de prazer e excitação (DESMET; OVERBEEKE; TAX, 2011). Para esta pesquisa, os *Emocards* foram redesenhados para posterior impressão e uso (Apêndice O).

Desmet, Overbeeke e Tax (2001) apontam que, no modelo em questão, cada emoção tem uma localização específica no circumplex (Figura 22), representando um octante do circumplex.

Como o modelo em que se baseia essa abordagem tem suas raízes na psicologia emocional (e não em um produto específico), basicamente pode ser aplicado a qualquer produto (DESMET; OVERBEEK; TAX, 2001). De acordo com esses autores, as respostas emocionais são sempre baseadas nas preocupações emocionais do sujeito específico. Portanto, desde que um designer entenda os padrões, objetivos e atitudes específicos do grupo-alvo, ele pode influenciar o valor emocional de seus projetos.

2.6 PROCESSOS DE PROJETO

De acordo com Oliveira (2016), a atividade projetual em Design requer uma ação criativa, conhecimento, acúmulo de informação e experiência para enfrentar desafios complexos, como definir com precisão as atividades dos usuários e prever suas consequências sociais e psicológicas. O ato de projetar demanda do uso de métodos de projeto, sendo que, para o Design, o uso destes fundamenta a própria existência da atividade (OLIVEIRA, 2016).

Para Tonetto e Costa (2011), estudos realizados nos últimos vinte anos indicam que o casamento entre a Psicologia e o Design possibilitou o desenvolvimento de metodologias utilizadas como base para a certificação de que as emoções, que se desejava provocar no usuário, poderiam ser obtidas por meio de projetos. Esse campo de estudo é fortemente baseado em pesquisa direta com os usuários, de modo que, a única forma de certificação de que o projeto realmente atingiria seu êxito, com foco na emoção, é a aproximação do designer com o usuário e, portanto, com a atividade de pesquisa (TONETTO; COSTA, 2011).

Desmet e Hekkert (2009) apontam que, em nível projetual, há quatro formas de se trabalhar o design com foco nas emoções: (1) com foco no usuário: envolve o usuário no projeto, e suas emoções são o foco do processo de design. Técnicas

exploratórias são comumente empregadas, inclusive colagens, *mockups*, entre outras; (2) com foco no designer: designers atuam como autores e, mais que gratificar usuários, esses profissionais desafiam os consumidores, apresentando algo diferenciado; (3) com foco em pesquisa: as diretrizes projetuais são frutos de pesquisa e/ou são testadas com usuários, comumente empregando técnicas de mensuração; e (4) com foco em teoria: a teoria auxilia a qualificar o design em termos de impacto emocional. Nessa visão, *insights* teóricos ajudam a desenvolver conceitos.

Cardoso (2016) afirma que para encontrar as necessidades dos usuários é necessária uma observação cautelosa, pois, nem sempre as necessidades são conscientes e declaradas. Cardoso (2016) reforça que tão importante quanto a função é a compressão de determinado produto/sistema (seu uso). Para Cardoso (2016, p. 116), “o seu segredo é estabelecer um modelo conceitual apropriado e o único modo de descobrir e avaliar este aspecto é por testes, protótipos e observação de uso, sendo o *feedback* um componente importante da compreensão”. Conforme Norman (2008, p. 98), “depois da função vem a compreensão. Se você não consegue compreender um produto, não pode usá-lo – ou, pelo menos não muito bem”.

De acordo com Norman (2008), os aperfeiçoamentos de um produto surgem, principalmente, da observação de como as pessoas os usam, para descobrir as dificuldades e então superá-las. Norman (2008) afirma que mesmo assim pode ser difícil determinar as reais necessidades do usuário, pois as pessoas têm dificuldade de descrever em palavras seus problemas reais, mesmo quando tem consciência de um problema.

No contexto desta pesquisa, o tópico seguinte apresenta as etapas de projeto utilizadas no desenvolvimento dos painéis expositivos reescritos em linguagem simplificada.

2.6.1 Etapas do projeto

De acordo com D’Agostini (2017), todo projeto de sinalização necessita de um conjunto organizado e sistemático de procedimentos para construir com sucesso um trabalho, desde seus momentos iniciais até a sua conclusão. Conforme esse autor, um método pode ser compreendido como a reunião desses procedimentos que,

organizados em uma sequência de etapas, auxilia no acompanhamento e na evolução do projeto.

Segundo D'Agostini (2017), o projeto de sinalização divide-se em seis etapas. São elas: **(1) planejamento; (2) projeto; (3) fabricação; (4) implantação; (5) verificação; (6) documentação.**

D'Agostini (2017) afirma que o **planejamento** é a etapa destinada ao contato com o problema, ao conhecimento da demanda de trabalho para definição do escopo do projeto. Para o autor, a etapa do **projeto** contempla as análises das informações coletadas e as abordagens que melhor atendem à demanda de comunicação do ambiente. Nesta fase também são definidos formatos, linguagens gráficas e tecnologias empregadas (D'AGOSTINI, 2017). A etapa de **fabricação** acompanha a produção dos suportes de comunicação, bem como a observação e o desempenho dos protótipos (materiais e acabamentos). A **implantação**, segundo D'Agostini (2017), consiste na etapa de acompanhamento e supervisão da instalação do material produzido. Posteriormente é realizada a **verificação**, onde ocorre a avaliação do desempenho dos suportes no ambiente e da observação das possíveis falhas na comunicação. D'Agostini (2017) afirma que, nesta fase, é importante avaliar a efetividade do que foi implantado e proceder a correções e ajustes no projeto. Segundo o autor, a sexta e última etapa, trata da **documentação**, que consiste no registro do projeto por meio de um manual que reúne os padrões gráficos e detalhamentos técnicos para a fabricação dos suportes de comunicação.

Para D'Agostini (2017), em virtude da complexidade e quantidade de informações, os projetos de sinalização acabam utilizando métodos bastante específicos, diferentes da grande maioria dos trabalhos desenvolvidos em outras áreas do design. Conforme o autor, talvez ele seja o único que permite reunir inúmeros conhecimentos advindos de outras áreas, como a arquitetura, a engenharia, a psicologia, a antropologia, a publicidade, a ergonomia, etc., pois sua essência é ser multidisciplinar.

Identificar as necessidades dos mais diversos públicos que frequentam os museus é fundamental para o desenvolvimento de projetos de comunicação mais acessíveis. Com o objetivo de conhecer melhor o sujeito dessa pesquisa, o tópico seguinte apresenta dados sociodemográficos, ambientais, e psicofisiológicos do público idoso.

2.7 PÚBLICO IDOSO

O envelhecimento populacional que caracterizou o século XX é importante evento sócio demográfico, com repercussões políticas, econômicas e sociais para indivíduos e instituições dos países desenvolvidos em desenvolvimento (CUPERTINO; BASTITONI, 2009, p. 54).

Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia Estatística (IBGE, 2008), em 2008, para cada grupo de 100 crianças de zero a 14 anos, haviam 24,7 idosos de 65 anos ou mais; em 2050, a estimativa é de que o quadro mude, e, para cada 100 crianças de zero a 14 anos, haverá 172,7 idosos. Além disso, segundo Organização Mundial da Saúde (OMS), até 2025, o Brasil será o sexto país do mundo em número de pessoas idosas. A expectativa da OMS é que, durante a década de 2050, 69% das pessoas muito idosas estarão vivendo em países em desenvolvimento, como o Brasil. A faixa etária que mais cresce é a de indivíduos com mais de 80 anos, sendo 1,3% da população mundial e 3% da população em regiões desenvolvidas (OMS, 2005).

Idosos, de acordo com Neri, conforme citado por Malloy-Diniz, Fluentes e Cosenza (2013, p. 19), “são indivíduos assim denominados em um dado contexto sociocultural, em virtude das diferenças que exibem em aparência, força, funcionalidade, produtividade e desempenho de papéis sociais primários em comparação com adultos não idosos”.

Com o intuito de atribuir direitos e deveres sociais aos idosos, a idade que define o início da velhice é determinada com base em dados demográficos que levam em conta a relação entre o número de idosos sobreviventes de pessoas nascidas a 50 ou 60 anos, o número de crianças e jovens em idade não produtiva e o número de adultos em idade ativa (MALLOY-DINIZ; FLUENTES; COSENZA, 2013). Neste contexto, podemos conceituar a velhice e o envelhecimento como:

[...] a última fase do ciclo vital de um produto da ação concorrente do processo de desenvolvimento envelhecimento. Biologicamente, o desenvolvimento incluir processo de crescimento ou maturação, organização e diferenciação, tendo como aparece a capacidade de reproduzir a espécie. Ao contrário, envelhecimento biológico é um processo gradual de declínio em estrutura, função, organização e diferenciação, cujo ponto final é a morte (MALLOY-DINIZ; FLUENTES; COSENZA, 2013, p. 20).

De acordo com Malloy-Diniz, Fluentes e Cosenza (2013), o envelhecimento humano é um processo variável que depende diretamente do nível de desenvolvimento biológico, dos recursos sociais, econômicos, médicos, tecnológicos e psicológicos.

Outra terminação designada para definir o idoso é o termo ‘terceira idade’, que surgiu na Universidade de Toulouse, França, como estratégia de divulgação dos cursos livres ofertados pela universidade ao público idoso. O termo foi associado então a uma “nova velhice”, marcada pela produtividade na ocupação de um tempo livre cada vez mais extenso (MALLOY-DINIZ; FLUENTES; COSENZA, 2013).

Para Malloy-Diniz, Fluentes e Cosenza (2013), existem duas formas de envelhecimento: 1. Normal: no qual os fatores extrínsecos (hábitos de vida, fatores psicossociais, dieta e sedentarismo) exercem importância e influência sobre o organismo; 2. Bem-sucedido: no qual existem mínimas perdas das funções fisiológicas.

De acordo com Malloy-Diniz, Fluentes e Cosenza (2013), durante o envelhecimento ocorrem diversas alterações nos órgãos dos sentidos, determinando privações sensoriais e contribuindo para o declínio cognitivo, o isolamento social e transtornos depressivos. Para Guarita (2017), algumas das características naturais do envelhecimento são:

- Lentificação na aprendizagem e diminuição da memória espontânea;
- Lentificação no tempo de reação (reflexos e respostas a estímulos);
- Alterações na percepção que temos dos movimentos;
- Alteração nos sentidos.

Considerado o mais importante recurso dos nossos sentidos, a visão sofre diversas alterações durante o envelhecimento (perda da elasticidade das lentes do olho, modificações nos músculos da íris, etc.). Após 85 anos, a perda visual ocorre em 32% dos idosos, observado na dificuldade de adaptação em ambientes com pouco luminosidade (MALLOY-DINIZ; FLUENTES; COSENZA, 2013).

Conforme Malloy-Diniz, Fluentes e Cosenza (2013), podemos observar as seguintes alterações:

- Capacidade de adaptação ao escuro também se torna mais lenta depois de 60 anos;
- Dificuldades com a sensibilidade ao contraste, o que pode tornar difícil a visão de bordas;
- Alterações na sensibilidade da luminância e de contraste e textura;
- A velocidade de processamento visual é geralmente afetada, os idosos podem necessitar de mais tempo para identificar ou discriminar objetos pela visão;
- Redução na percepção de movimento.

Paschoarelli e Menezes (2019) afirmam que o uso correto dos elementos visuais em uma imagem/mensagem pode contribuir para minimizar os efeitos do processo de envelhecimento. O cuidado com a escolha das fontes e com os elementos cromáticos dos textos podem auxiliar na minimização de erros, na aprendizagem e memorização, bem como diminuir a dependência do outro e assegurar a autonomia (PASCHOARELLI; MENEZES, 2019).

De acordo com Lima-Silva (2019), o envelhecimento populacional tem estimulado a realização de novas pesquisas sobre as alterações cognitivas que surgem com o decorrer dos anos, como preveni-las e tratá-las. Para Malloy-Diniz, Fluentes e Cosenza (2013), estudos atuais indicam que, conforme envelhecemos, perdemos capacidades cognitivas, incluindo aprendizagem e memória.

Uma das alterações que mais chama a atenção em idosos é a cognitiva, tornando recorrente os relatos das dificuldades para recordar acontecimentos recentes (LIMA-SILVA, 2017). Lima-Silva (2017) aponta que, quando se trata de eventos ocorridos no passado, muitas vezes na infância, o fato é recordado. Isso ocorre devido a carga emocional que está associada aos acontecimentos (LIMA-SILVA, 2017).

Lima-Silva (2019) afirma que o desempenho em tarefas de memória e cognitivas na velhice é modulado por muitos fatores, como variáveis de saúde, ambientais e de estilo de vida. Para Lima-Silva (2019), pesquisas realizadas nos últimos vinte anos têm demonstrado que o envelhecimento cognitivo bem-sucedido pode ser favorecido pela prática de atividades físicas, pela adoção de uma dieta saudável e pela prática de atividades intelectuais e sociais. Yassuda e Abreu (2016)

também apresentam um conjunto de estudos sobre os fatores protetores da preservação cognitiva, apontando em seus resultados que a adoção de um estilo de vida saudável e com envolvimento social pode favorecer a neuroproteção e levar ao envelhecimento saudável do ponto de vista cognitivo.

Nas últimas duas décadas as pesquisas têm gradualmente apontado que as mudanças não são iguais para as diferentes faixas etárias, pois somente a idade cronológica usada como variável (independente) não ajuda a explicar o processo de envelhecimento (LIMA-SILVA, 2017). Malloy-Diniz, Fuentes e Cosenza (2013) documentam que as investigações avaliam a extensão que variáveis intervenientes, como fatores sociodemográficos, ambientais, psicossociais, biopsicológicos ou de estilo de vida, estão associadas às alterações observadas com a idade.

Cachioni e Falcão (2011) apontam que, mesmo na presença de perdas e mudanças físicas, psicológicas e sociais, é possível a vivência de uma velhice bem-sucedida, associada a uma boa saúde física e mental. Os mesmos autores apontam que os idosos podem apresentar uma grande capacidade de se adaptar a novas situações, ou seja, são indivíduos resilientes (CACHIONI; FALCÃO, 2011). De acordo com Lima-Silva (2019), o comportamento adaptativo, caracterizado como potencial para mudança, constitui fatores indispensáveis para um envelhecimento bem-sucedido.

Para Guarita (2017), com a mudança do estereótipo que associava o idoso a um ser frágil e inválido, esperando passivamente a morte, a nova geração de idosos mostra-se cada vez mais ativa na procura de saberes, diversão, ócio e prática da cidadania.

Segundo Guarita (2017), a inclusão e inserção do público idoso no meio social e cultural é de suma importância, pois pode promover a sua capacitação social e cultural, independentemente da idade. Quer-se que, através da educação, a capacidade cognitiva seja estimulada de uma forma implícita, contínua e fluída, admitindo assim, a aquisição e melhoramento de conhecimentos, faculdades, capacidades, bem como o proveito nas expectativas em que surja uma interação ao nível social e uma possível exposição à arte que estimule o crescimento cultural.

Fundamentação Teórica em Linguagem Simples

Com a comunicação visual, é possível transmitir informações e sentimentos do emissor para o receptor. Nos museus, a comunicação entre o objeto e o público, ocorre dentro das exposições. Textos, imagens, ilustrações, audiovisual, etc., são elementos de comunicação da exposição.

Para que a comunicação ocorra nos museus, é necessário que os textos expositivos sejam adequados e objetivos para os diversos públicos. Com a Linguagem Simples é possível escrever textos para museus de forma fácil e atrativa, contribuindo para ampliar o conhecimento e a aprendizagem.

Os fatores como, a posição do texto, a luminosidade do local, também podem afetar a compreensão e a leitura dos textos da exposição.

A experiência adquirida pelo público nos museus, está diretamente relacionada à atenção gerada pela exposição. A emoção é uma parte da experiência, que inclui todo o conteúdo sentimental causado pela relação entre o público e a exposição.

Todo projeto de comunicação necessita de um conjunto organizado de etapas para construir com sucesso um trabalho, do início até o final.

Entender as necessidades do público idoso nos museus, é pensar o projeto de comunicação acessível para todos.

3 METODOLOGIA DA PESQUISA

Este capítulo aborda a metodologia e os procedimentos utilizados para o desenvolvimento desse estudo. Para Prodanov e Freitas (2013), a pesquisa científica é a realização de um estudo planejado, sendo o método de abordagem do problema o que caracteriza o aspecto científico da investigação.

O capítulo está organizado de forma sistemática, buscando responder ao problema de pesquisa: **como o processo de projeto de comunicação acessível em museus pode ser conduzido de modo a promover a experiência do público idoso?**

E, conforme anteriormente apresentado, o objetivo geral é: **propor diretrizes de Linguagem Simples para apoio à tomada de decisão no processo de projeto de comunicação acessível para fins de promover a experiência do público idoso em museus.**

Quanto à natureza do presente estudo, trata-se de uma pesquisa aplicada. Conforme Prodanov e Freitas (2013, p. 51), “a pesquisa aplicada objetiva gerar conhecimentos para aplicação prática, dirigidos à solução de problemas específicos”, com foco na intervenção, para fins de verificação da hipótese: **o processo de projeto de comunicação acessível em museus pode-se beneficiar de diretrizes de Linguagem Simples para apoio à tomada de decisão no projeto, visando promover a experiência do público idoso.**

A abordagem aplicada, que, por meio de processos de intervenção, tem como razão produzir conhecimento e aplicar seus resultados com fins práticos, visando assim a solução de um problema observado na realidade (VILAÇA, 2010).

Sob o ponto de vista dos objetivos, esta pesquisa está classificada como exploratória, pois possui planejamento flexível, o que permite o estudo do tema sob diversos ângulos e aspectos, visando contemplar os conceitos discutidos nas reflexões acerca do problema de pesquisa (PRODANOV; FREITAS, 2013).

Do ponto de vista dos procedimentos técnicos, neste estudo realizou-se pesquisa bibliográfica, a partir do levantamento bibliográfico do referencial teórico e metodológico e visitas em campo, realizadas no Memorial da Resistência, localizado na cidade de São Paulo/SP e no Memorial do Rio Grande do Sul em Porto Alegre/RS, onde foi realizada a avaliação, intervenção e a verificação desse estudo.

Em um projeto de pesquisa, os procedimentos técnicos visam “a maneira pela qual obtemos os dados necessários para a elaboração da pesquisa, torna-se necessário traçar um modelo conceitual e operativo dessa, denominado de design, que pode ser traduzido como delineamento” (PRODANOV; FREITAS, 2013, p. 54).

Este estudo, quanto à abordagem, está caracterizado como qualitativo. Bauer e Gaskell (2008) indicam que o objetivo da pesquisa qualitativa é apresentar uma amostra do espectro a partir dos pontos de vista. Segundo Prodanov e Freitas (2013), a observação/interpretação do fenômeno e a atribuição de significados são as premissas na pesquisa qualitativa, que não requerem uso de técnicas de estatística, sendo, por sua vez, uma pesquisa descritiva, e que tem o pesquisador como seu principal instrumento. Conforme Stake (2015), o estudo qualitativo é interpretativo, fixa-se nos significados das relações humanas a partir de diferentes pontos de vista. Para Flick (2009), nesse tipo de pesquisa, o processo pode ser habilmente organizado em uma sequência linear de etapas conceituais, metodológicas e empíricas. Cada etapa pode ser tomada e considerada uma após a outra e separadamente e, se o pesquisador desejar fazer pesquisa qualitativa, precisará levar em consideração que há uma interdependência mútua das etapas isoladas do processo de pesquisa para interpretação e análise (FLICK, 2009).

Nessa pesquisa a abordagem contribuiu para caracterizar, identificar, aferir e descrever o comportamento e as emoções implicadas na experiência dos idosos, com o objetivo de propor diretrizes de Linguagem Simples para o processo de projeto de comunicação acessível em museus. A metodologia da pesquisa divide-se nos processos de: investigação; avaliação; intervenção e verificação.

3.1 PROCESSO DE INVESTIGAÇÃO

Esse tópico descreve os procedimentos metodológicos que atendem aos quatro primeiros objetivos específicos dessa pesquisa, conforme descritos no Quadro 9.

De acordo com Prodanov e Freitas (2013), os procedimentos metodológicos são as etapas da investigação e estão relacionados com os procedimentos técnicos a serem seguidos pelo pesquisador dentro de determinada área de conhecimento. Segundo Prodanov e Freitas (2013, p. 36), “o(s) método(s) escolhido(s)

determinará(ão) os procedimentos a serem utilizados, tanto na coleta de dados e informações quanto na análise”.

Conforme Stake (2015), quando o estudo qualitativo é bem conduzido, também é passível que seja bem triangulado. De acordo com Azevedo, Oliveira e Abdala (2013), a triangulação significa olhar para o mesmo fenômeno, ou questão de pesquisa, a partir de mais de uma fonte de dados, oriundos de diferentes ângulos, que podem ser usadas para corroborar, elaborar ou iluminar o problema de pesquisa.

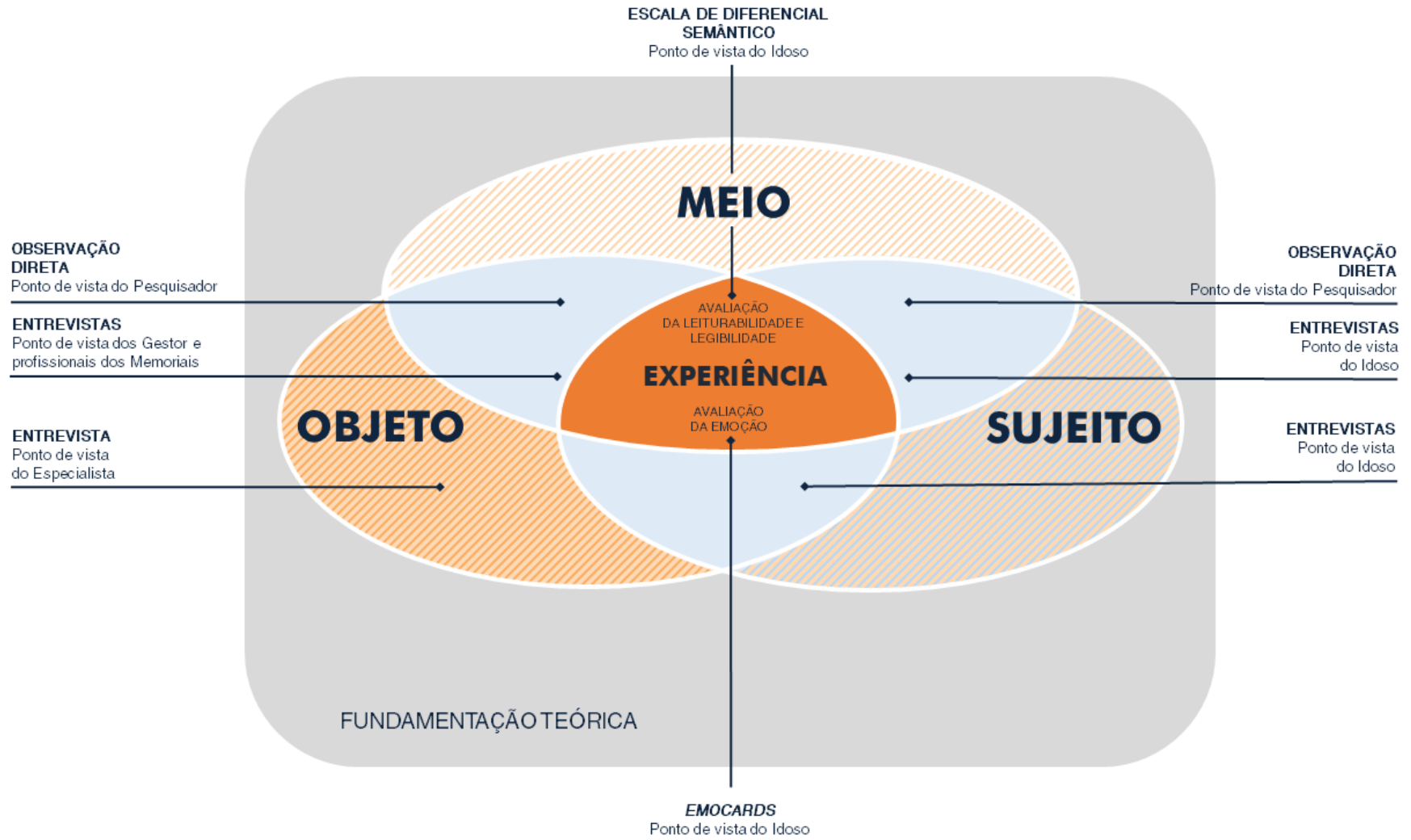
A triangulação pode combinar métodos e fontes de coleta de dados qualitativos e quantitativos (entrevistas, questionários, observação e notas de campo, documentos, além de outras), assim como diferentes métodos de análise dos dados: análise de conteúdo, análise de discurso, métodos e técnicas estatísticas descritivas e/ou inferenciais, etc. Seu objetivo é contribuir não apenas para o exame do fenômeno sob o olhar de múltiplas perspectivas, mas também enriquecer a nossa compreensão, permitindo emergir novas ou mais profundas dimensões. Ela contribui para estimular a criação de métodos inventivos, novas maneiras de capturar um problema para equilibrar com os métodos convencionais de coleta de dados (AZEVEDO; OLIVEIRA; ABDALA, 2013, p. 4).

Os procedimentos e seus respectivos instrumentos de coleta de dados foram embasados na fundamentação teórica e são descritos na estrutura da triangulação metodológica.

A estrutura da triangulação metodológica (Figura 23) estabelece as relações e intersecções entre o sujeito – meio – objeto. No contexto deste estudo, podemos constituir a seguinte relação: o sujeito como receptor (idoso); o meio como ambiente (museu); o objeto como a mensagem (textos expositivos).

Conforme demonstra a Figura 23, a fundamentação teórica alicerça o trabalho de investigação em todas as áreas. Ao conhecer, compreender e identificar cada área busca-se promover a experiência do público idoso nos museus a partir da Linguagem Simples para posterior intervenção e verificação da proposta.

Figura 23 - Estrutura da triangulação metodológica



Fonte: o autor (2022).

3.1.1 Amostragem da pesquisa

Para Prodanov e Freitas (2013, p. 98), “amostra é parte da população ou do universo, selecionada de acordo com uma regra ou um plano. [...] por meio do qual estabelecemos ou estimamos as características desse universo ou dessa população”. Conforme Cardoso (2016), considera-se uma amostra ideal quando esta reflete as múltiplas dimensões do objeto de estudo. Outro ponto importante para definição da amostragem é saber quais são os sujeitos com vinculação mais significativa para a pesquisa, acreditando-se que o melhor momento para a definição dos sujeitos e de sua quantidade seja durante o próprio processo (CARDOSO, 2016).

Segundo Prodanov e Freitas (2013), a amostra intencional, ou de seleção racional, constitui um tipo de amostragem não probabilística, que consiste em selecionar um subgrupo da população que, com base nas informações disponíveis, possa ser considerado representativo de toda a população. No contexto dessa pesquisa, a amostra contempla os idosos, os gestores e profissionais que estejam envolvidos na elaboração de textos expositivos nos museus/memoriais já citados e o profissional especialista em comunicação acessível.

Foram considerados os seguintes critérios de inclusão dos sujeitos dessa pesquisa: (1) idosos (com 75 anos ou mais), com, no mínimo, segundo grau de escolaridade, com experiência prévia em museus/memoriais; (2) gestores ou profissionais envolvidos na elaboração de textos expositivos no Memorial do Rio Grande do Sul e Memorial da Resistência; (3) especialista com experiência acadêmica e/ou profissional em comunicação acessível, que não trabalhe em museus/memoriais. Esses critérios de inclusão refletem a delimitação proposta.

Conforme os critérios de exclusão, não são sujeitos da pesquisa: idosos com idade inferior a 75 anos; gestores ou profissionais não envolvidos na elaboração de textos expositivos nos museus/memoriais; especialista sem experiência acadêmica e/ou profissional em comunicação acessível, ou que trabalhe em museus/memoriais.

3.1.2 Procedimento de coleta de dados

Conforme Prodanov e Freitas (2013), chamamos de “coleta de dados” a fase do método de pesquisa cujo objetivo é obter informações da realidade. Nessa etapa

definimos onde e como será realizada a pesquisa. É a fase da pesquisa em que reunimos dados através de técnicas específicas.

Para Gil (2021), a coleta de dados implica a definição clara dos objetivos que se pretende alcançar e a determinação das questões que vão orientar a pesquisa. Implica também a identificação dos procedimentos mais adequados para a obtenção dos dados, a definição da estratégia apropriada de amostragem, a obtenção de permissões, a preparação dos meios para registrar as informações, a antecipação das estratégias de análise dos dados, a consideração das implicações éticas e, principalmente, o reconhecimento da capacitação do pesquisador, já que na pesquisa qualitativa ele mesmo é considerado instrumento de coleta de dados (GIL, 2021).

O Quadro 9 apresenta a relação entre os objetivos específicos desse estudo e os procedimentos metodológicos que serão utilizados.

Quadro 9 - Relação entre os objetivos específicos e os procedimentos metodológicos

(continua)

Objetivos Específicos	Procedimentos Metodológicos	
a. Conhecer os dispositivos de comunicação utilizados pelos museus, para fins de levantar quais são as práticas correntes.	<ul style="list-style-type: none"> • A Observação Direta realizada nos Memorial do Rio Grande do Sul (Porto Alegre/RS), Memorial da Resistência (São Paulo/SP). • Entrevista semiestruturada com gestores ou profissionais envolvidos na elaboração de textos expositivos do Memorial do Rio Grande do Sul (Porto Alegre/RS), Memorial da Resistência (São Paulo/SP). 	Investigação
b. Compreender e caracterizar as especificidades do público idoso com relação às suas necessidades e expectativas em suas experiências com dispositivos de comunicação em museus.	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevista semiestruturada com idosos. 	Investigação
c. Compreender e caracterizar as dimensões da experiência do usuário, para fins de relacionar com a experiência do público idoso em museus.	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevista semiestruturada com idosos. 	Investigação
d. Identificar parâmetros vinculados à Linguagem Simples, em termos de leitura e legibilidade, para fins de auxiliar o processo de projeto de comunicação acessível.	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevista semiestruturada com especialista em comunicação acessível. 	Investigação

Quadro 9 - Relação entre os objetivos específicos e os procedimentos metodológicos

(conclusão)		
e. Relacionar os parâmetros da Linguagem Simples com as dimensões da experiência do público idoso em museus.	<ul style="list-style-type: none"> • Grupo Focal. • Avaliação da legibilidade e legibilidade. • Avaliação da Emoção. 	Avaliação
f. Definir diretrizes preliminares de Linguagem Simples para o projeto de comunicação acessível, para fins de promover a experiência do público idoso em museus.	<ul style="list-style-type: none"> • Etapas de Projeto. 	Intervenção
g. Aplicar as diretrizes preliminares no contexto museal, mais particularmente no Memorial do Rio Grande do Sul, para fins de verificação quanto à sua utilização no processo de projeto de comunicação acessível e voltado a promover a experiência do público idoso.	<ul style="list-style-type: none"> • Grupo Focal. • Verificação da legibilidade e legibilidade. • Verificação da Emoção. 	Verificação

Fonte: elaborado pelo autor (2022).

Os tópicos seguintes apresentam o detalhamento dos procedimentos metodológicos utilizados para a coleta de dados.

3.1.2.1 Observação direta

Para Gil (2021), a observação direta possibilita que o pesquisador tenha acesso direto ao fenômeno, ou seja, entra em contato direto com as situações habituais em que os membros do grupo estão envolvidos. Os dados são obtidos no momento em que as atividades estão acontecendo, desta forma, o pesquisador observa diretamente o que as pessoas fazem, e não o que dizem que fizeram (GIL, 2021).

Segundo Gil (2021), a observação direta independe da disposição das pessoas para fornecer informações; auxilia na familiarização com o tema e na construção de hipóteses; é mais flexível; pode ser mais ou menos estruturada e mais ou menos participante; reduz os efeitos do pesquisador sobre as pessoas; o viés do pesquisador é minimizado na observação, quando comparada à entrevista.

É uma modalidade de observação que se mostra valiosa, porque possibilita estudar o comportamento das pessoas sem interferir no mesmo, pois há hábitos que precisam ser observados no momento em que naturalmente ocorrem, desta forma, é possível obter uma melhor compreensão dos fatores que determinam suas reações ou atitudes (GIL, 2021).

Para fins da investigação, o procedimento da observação direta foi realizado em duas instituições, selecionadas de acordo com os critérios de relevância no contexto nacional de museus/memoriais e por ir ao encontro da delimitação dessa pesquisa. São elas: Memorial da Resistência, localizado na cidade de São Paulo/SP e Memorial do Rio Grande do Sul em Porto Alegre/RS. Para solicitação da participação das instituições supracitadas, foi encaminhado o Modelo de Convite (Apêndices A e B) por e-mail, para posterior envio e assinatura da Carta de Anuência (Apêndices M e N). A participação era facultativa e a recusa não resultaria em nenhum prejuízo em relação ao pesquisador responsável e sua instituição.

A observação direta foi realizada, conforme a proposta do trabalho, nas dependências do Memorial da Resistência e no Memorial do Rio Grande do Sul, com duração de 1 dia. Registros (documentais e fotográficos do espaço físico) foram realizados *in loco*, conforme o roteiro de observação (Apêndice F), para análise de acordo com os parâmetros e critérios definidos conforme o embasamento teórico da pesquisa.

3.1.2.2 Entrevistas

Gil (2021) afirma que, a ampla utilização da entrevista, não apenas nas pesquisas qualitativas, mas no âmbito das ciências sociais, deve-se principalmente às suas vantagens, que são muitas: (1) acesso a temas de difícil observação; (2) reconstrução dos eventos; (3) obtenção de dados em profundidade; (4) observação das características do entrevistado; (5) acesso à realidade interna dos indivíduos; (6) flexibilidade; (7) menor nível de intrusão na vida das pessoas.

Conforme Flick (2012), os pesquisadores qualitativos escolhem os participantes propositalmente e integram pequenos números de casos segundo sua relevância. Para Bauer e Gaskell (2008), a compreensão dos mundos da vida dos entrevistados e de grupos sociais especificados é a condição *sine qua non* da entrevista qualitativa. De acordo com Gil (2021), na pesquisa qualitativa o problema e as questões de pesquisa são formulados de forma bem mais ampla e o interesse maior está na compreensão do fenômeno sob a perspectiva dos entrevistados, o que requer um mínimo de estruturação. São frequentes nas pesquisas qualitativas situações em que novas ideias vão surgindo à medida que a entrevista avança, requerendo ajustamentos em sua condução.

Para Flick (2012), as questões e respostas são definidas antecipadamente; havendo um uso maior de questões abertas, espera-se que os participantes respondam a essas questões espontaneamente e com suas próprias palavras.

O roteiro de entrevista foi elaborado a partir da fundamentação teórica, considerando as áreas apresentadas. Para cada um dos três grupos dos critérios de inclusão: (1) idosos; (2) gestores ou profissionais; (3) especialistas em comunicação acessível, foram criados blocos de perguntas desencadeadoras (as que convidam a fazer descrições), perguntas para levar a conversa adiante e as perguntas para encerrar a conversa (Apêndices I, G e H).

As entrevistas foram realizadas conforme os procedimentos descritos no Quadro 10.

Quadro 10 - Procedimentos para realização de entrevistas

(continua)

Sujeito	Procedimento	Instrumentos
Idosos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Contato por e-mail (cópia oculta, para sigilo e segurança de contatos) para envio do Modelo de Convite (Apêndice E). Apresentação do termo de consentimento livre e esclarecido (TCLE) com proposta e consulta sobre a disponibilidade em participar do estudo (Apêndice L). 2. Realização da entrevista <i>in loco</i>. 	Entrevista semiestruturada conforme roteiro predeterminado (Apêndice I).
Gestores ou profissionais	<ol style="list-style-type: none"> 1. Contato por e-mail (cópia oculta, para sigilo e segurança de contatos) para envio do Modelo de Convite (Apêndice C). Apresentação do termo de consentimento livre e esclarecido (TCLE) com proposta e consulta sobre a disponibilidade em participar do estudo (Apêndice J). 2. Realização da entrevista <i>in loco</i> ou pela plataforma ZOOM Meeting. 	Entrevista semiestruturada conforme roteiro predeterminado (Apêndice G).

Quadro 10 - Procedimentos para realização de entrevistas

(conclusão)		
Especialista em comunicação acessível	<ol style="list-style-type: none"> 1. Contato por e-mail (cópia oculta, para sigilo e segurança de contatos) para envio do Modelo de Convite (Apêndice D). Apresentação do termo de consentimento livre e esclarecido (TCLE) com proposta e consulta sobre a disponibilidade em participar do estudo (Apêndice K). 2. Realização da entrevista pela plataforma ZOOM Meeting. 	Entrevista semiestruturada conforme roteiro predeterminado (Apêndice H).

Fonte: elaborado pelo autor (2022).

Para a realização das entrevistas, foi utilizado um termo de consentimento livre e esclarecido (Apêndices J, K e L). Nesse termo constavam as informações dos entrevistados e da entrevista, com o nome do participante, data e local de realização. Por meio deste documento, apresentou-se a pesquisa e convidou-se a participar de forma voluntária de uma coleta de dados.

Os voluntários estavam cientes dos riscos potenciais envolvidos com a participação em pesquisas, tais como questões de privacidade, proteção de imagem, estigmatização e perda de compromissos em função de horários. No entanto, é objetivo desta pesquisa manter ao mínimo os riscos potenciais provenientes de sua participação. Para tal propósito, são realizadas as seguintes medidas por parte do pesquisador:

- sua participação na pesquisa não acarretará em quaisquer ônus financeiros assim como sem quaisquer restrições quanto aos seus efeitos patrimoniais e financeiros, a plena propriedade e os direitos autorais do depoimento de caráter histórico e documental;
- assegura-se o sigilo acerca da identidade dos participantes, identificando sua fala com nome fictício ou símbolo não relacionados à verdadeira identidade, assegurando privacidade, confiabilidade, proteção da imagem e não estigmatização;

- as informações obtidas por sua participação servirão exclusivamente para fins de pesquisa com publicação em relatório e artigos relacionados, sendo armazenadas por cinco anos e, posteriormente, destruídas;
- a participação da pesquisa é facultativa, podendo-se retirar o consentimento ou desistir da atividade quando desejado;
- o participante recebe uma via do termo de consentimento assinado como garantia legal.
- Lembrando que a recusa não resultará em nenhum prejuízo em relação ao pesquisador responsável e sua instituição.

Por meio desta etapa é possível conhecer os dispositivos de comunicação utilizados pelos memoriais, levantamento das práticas correntes realizadas; identificar parâmetros vinculados à Linguagem Simples, em termos de leitura e legibilidade, beneficiando diretamente o desenvolvimento de diretrizes de Linguagem Simples para o projeto de comunicação acessível, para promoção da experiência do público idoso em museus.

3.2 PROCESSO DE AVALIAÇÃO COM O USUÁRIO: SITUAÇÃO EXISTENTE

Esse tópico descreve os métodos de avaliação que atendem ao quinto objetivo específico dessa pesquisa (Quadro 9), que relaciona os parâmetros da Linguagem Simples com as dimensões da experiência do público idoso em museus.

Para esta etapa foi utilizada a técnica de grupo focal, composto por 6 (seis) idosos, selecionados conforme critérios descritos no tópico 3.1 deste capítulo. Morgan (1997) define grupos focais como uma técnica de pesquisa qualitativa, derivada das entrevistas grupais, que coleta informações por meio das interações grupais. Segundo Gaskell (2002), os grupos focais propiciam um debate aberto e acessível em torno de um tema de interesse comum aos participantes.

A etapa ocorreu após a visualização e leitura de 2 textos expositivos pertencentes à exposição de longa duração do Memorial do Rio Grande do Sul, localizado na cidade de Porto Alegre/RS. Nesta etapa, são utilizados os seguintes instrumentos, conforme a seguinte ordem: (1) Escala Likert, para avaliação da leitura e legibilidade; (2) Escala Likert, para avaliação da legibilidade; (3) *Emocards* (cartões), para avaliação da emoção. A etapa tem duração de 2 horas.

Para a avaliação foi utilizado um termo de consentimento livre e esclarecido (Apêndice L). Nesse termo estão presentes o nome do participante, data e local de realização. Por meio deste documento, apresenta-se a pesquisa e convida-se a participar de forma voluntária de uma coleta de dados.

Os voluntários estão cientes dos riscos potenciais envolvidos com a participação em pesquisas, tais como questões de privacidade, proteção de imagem, estigmatização e perda de compromissos em função de horários. No entanto, é objetivo desta pesquisa manter ao mínimo os riscos potenciais provenientes de sua participação. Para tal propósito, são realizadas as seguintes medidas por parte do pesquisador:

- sua participação na pesquisa não acarretará em quaisquer ônus financeiros assim como sem quaisquer restrições quanto aos seus efeitos patrimoniais e financeiros, a plena propriedade e os direitos autorais do depoimento de caráter histórico e documental;
- assegura-se o sigilo acerca da identidade dos participantes, identificando sua fala com nome fictício ou símbolo não relacionados à verdadeira identidade, assegurando privacidade, confiabilidade, proteção da imagem e não estigmatização;
- as informações obtidas por sua participação servirão exclusivamente para fins de pesquisa com publicação em relatório e artigos relacionados, sendo armazenadas por cinco anos e, posteriormente, destruídas;
- a participação da pesquisa é facultativa, podendo-se retirar o consentimento ou desistir da atividade quando desejado;
- o participante recebe uma via do termo de consentimento assinado como garantia legal.

Lembrando que a recusa não resultará em nenhum prejuízo em relação ao pesquisador responsável e sua instituição.

Por meio desta etapa é possível compreender e caracterizar as especificidades do público idoso com relação às suas necessidades e expectativas em suas experiências com dispositivos de comunicação em museus, beneficiando diretamente o desenvolvimento de diretrizes de Linguagem Simples para o projeto

de comunicação acessível, para fins de promover a experiência do público idoso em museus.

Os instrumentos utilizados, bem como seus procedimentos, são descritos nos tópicos seguintes.

3.2.1 Leiturabilidade

O objetivo dessa etapa é explorar como os usuários (idosos) avaliam a leiturabilidade dos textos expositivos existente no Memorial do Rio Grande do Sul. São avaliados 2 textos expositivos (Apêndice P; Apêndice Q).

Para essa avaliação foi utilizada a Escala Likert (Quadro 11), composta por 5 critérios de qualidade que indicam um alto grau de leiturabilidade, conforme o parâmetro de **simplicidade**, definido por Pettersson (2013a).

A seleção dos usuários (idosos) para compor o grupo focal foi realizada conforme descrito no tópico 3.1 deste capítulo.

Para utilização do instrumento, o pesquisador seguiu os seguintes procedimentos:

1. Apresentação do instrumento;
2. Apresentação dos 2 textos expositivos, selecionados previamente pelo pesquisador;
3. Aplicação do instrumento.

Quadro 11 - Escala Likert para avaliação da leiturabilidade

AVALIAÇÃO DA LEITURABILIDADE TÉXTO EXPOSITIVO 1						
Instruções: - Avalie os textos expositivos, marcando a escala no quadro abaixo. - Cada linha apresenta um critério para avaliação. - A avaliação vai de 01 a 05, sendo 01 a pior avaliação e 05 a melhor avaliação.						
Critérios:	Descrição:					
Contém somente informações essenciais.	Não existem informações desnecessárias na imagem.	01	02	03	04	05
Estilo da imagem é reconhecível pelo leitor.	Os elementos gráficos e palavras escolhidas fazem parte do repertório do leitor.	01	02	03	04	05
Elementos gráficos visualmente organizados, ordenados.	Estrutura clara que facilita a compreensão do conteúdo.	01	02	03	04	05
Detalhamento ideal.	O detalhamento utilizado não é excessivo nem faltam detalhes para compreender o conteúdo.	01	02	03	04	05
Conteúdo objetivo.	O conteúdo é compreendido sem dúvidas.	01	02	03	04	05

Fonte: elaborado pelo autor (2022).

3.2.2 Legibilidade

O objetivo dessa etapa é explorar como os usuários (idosos) avaliam a legibilidade dos textos expositivos existente no Memorial do Rio Grande do Sul. Serão avaliados 2 textos expositivos (Apêndice P; Apêndice Q).

Para essa avaliação foi utilizada a Escala Likert (Quadro 12), composta por 5 critérios de qualidade que indicam um alto grau de legibilidade, conforme o parâmetro de **clareza**, definido por Pettersson (2013a).

A seleção dos usuários (idosos) para compor o grupo focal foi realizada conforme descrito no tópico 3.1 deste capítulo.

Para utilização do instrumento, o pesquisador seguiu os seguintes procedimentos:

1. Apresentação do instrumento;
2. Apresentação dos 2 textos expositivos, selecionados previamente pelo pesquisador;
3. Aplicação do instrumento.

Quadro 12 - Escala Likert para avaliação da legibilidade

AVALIAÇÃO DA LEGIBILIDADE TEXTO EXPOSITIVO 1						
Instruções: - Avalie os textos expositivos, marcando a escala no quadro abaixo. - Cada linha apresenta um critério para avaliação. - A avaliação vai de 01 a 05, sendo 01 a pior avaliação e 05 a melhor avaliação.						
Critérios:	Descrição:					
Tamanho adequado dos elementos.	Os elementos, incluindo a tipografia, têm um tamanho legível.	01	02	03	04	05
Impacto/força dos elementos gráficos.	Os elementos são facilmente identificados.	01	02	03	04	05
Distinção entre as partes da imagem.	Todos os elementos são claramente discerníveis.	01	02	03	04	05
Distinção entre figura e fundo.	A figura (parte do conteúdo) do gráfico destaca-se com facilidade do fundo.	01	02	03	04	05
Tipografia de fácil leitura.	A tipografia utilizada é familiar e tem um tamanho legível.	01	02	03	04	05

Fonte: elaborado pelo autor (2022).

3.2.3 Emoção: *Emocards*

O estudo realizado por Desmet, Overbeeke e Tax (2001) foi utilizado como método de avaliação da experiência dos idosos em relação a situação existente no

Memorial do Rio Grande do Sul no que tange aos textos expositivos. Desmet, Overbeeke e Tax (2001) desenvolveram uma ferramenta para auxiliar os usuários a expressarem suas respostas emocionais sem o uso de palavras: os *Emocards*.

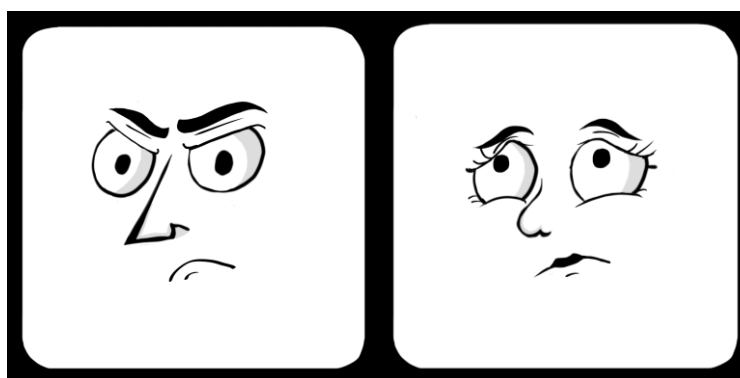
O objetivo dessa avaliação será explorar como os usuários (idosos) respondem emocionalmente aos textos expositivos existentes no Memorial do Rio Grande do Sul. Desmet e Hekkert (2000) distinguem que as emoções estão relacionadas a um tipo distinto de preocupação, definidas como: **metas, padrões e atitudes**.

A seleção dos usuários (idosos) para compor o grupo focal foi realizada conforme descrito no tópico 3.1. deste capítulo.

Para utilização do instrumento, o pesquisador seguiu os seguintes procedimentos:

1. Apresentação do instrumento;
2. Apresentação dos 2 textos expositivos, selecionados previamente pelo pesquisador (Apêndice P; Apêndice Q).
3. Distribuição dos *Emocards* (cards impressos em papel, conforme exemplificado na Figura 24) sobre uma mesa.
4. Aplicação do instrumento, solicitando a indicação de um *Emocard* para cada uma das 3 perguntas relacionadas a um tipo distinto de preocupação, definidas como: **metas, padrões e atitudes** (Quadro 13).
5. Registro, pelo pesquisador, dos *Emocards* indicados.

Figura 24 - Dimensões baseadas no “prazer” e “excitação” (desagradável/médio)



Fonte: o autor (2022).

O Quadro 13 apresenta o instrumento utilizado pelo pesquisador para a coleta dos dados referente às respostas dos usuários. Individualmente, os usuários, após a leitura de cada texto, elegeram um *Emocard* para cada uma das 3 perguntas.

Quadro 13 - Avaliação da Emoção conforme os três tipos distintos de preocupação

AVALIAÇÃO DA EMOÇÃO TEXTO EXPOSITIVO	
Instruções: - Responda as perguntas conforme as três dimensões da experiência para o usuário, apresentando um <i>Emocard</i> .	
METAS (Avaliam-se em desejáveis quando se antecipa que os produtos irão facilitar as Metas e indesejáveis quando irão interferir)	Para preenchimento do pesquisador
O texto expositivo atendeu o seu objetivo?	
PADRÕES (Aprova-se o que obedece a estes padrões e desaprova-se o que os conflitam)	Para preenchimento do pesquisador
O texto está de acordo com o que você esperava?	
ATITUDES (Avaliam-se às características/attitudes do produto em si, tal como, tamanho, forma, cores, etc.)	Para preenchimento do pesquisador
Formalmente, como você avalia o texto?	
	Para preenchimento do pesquisador
Qual <i>Emocard</i> corresponde ao texto expositivo?	

Fonte: elaborado pelo autor (2022).

O tópico seguinte apresenta a proposição para obtenção das diretrizes preliminares de Linguagem Simples.

3.2.4 Proposição das diretrizes

Este tópico descreve a proposição para o levantamento das diretrizes conforme os objetivos específicos deste estudo. Esse procedimento será realizado em três fases, conforme descrito no Quadro 14.

Quadro 14 - Fases da proposição de diretrizes e seus procedimentos

(continua)

Fases	Procedimentos	
	O que fazer?	Como fazer?
Levantamento de diretrizes preliminares: conforme objetivos específicos (a); (b); (c); (d); (e).	Levantar orientações para projeto de comunicação acessível.	1) Levantamento de orientações (princípios, diretrizes e características) relativas à Linguagem Simples presentes na literatura sobre o tema. 2) Tradução de orientações levantadas em diretrizes, afim de padronizar essas orientações (princípios, diretrizes e características) no nível de diretrizes, conforme estudos realizados por Viaro (2015). 3) Listagem de diretrizes preliminares de Linguagem Simples, por meio de um processo de organização, agrupamento, seleção e ordenação, afim de se obter um conjunto prático e conciso de diretrizes (VIARO, 2015).

Quadro 14 - Fases da proposição de diretrizes e seus procedimentos

(conclusão)		
Verificação e aplicação de diretrizes preliminares: corresponde ao último objetivo específico (g).	Verificar a exequibilidade das diretrizes.	1) Aplicar as diretrizes junto aos textos expositivos do Memorial do Rio Grande do Sul para verificação pelo Grupo Focal. - Verificação da leitura e legibilidade. - Verificação da Emoção.

Fonte: adaptado de Viaro (2015).

O próximo tópico exibe os três elementos desta pesquisa: o sujeito (idoso), o meio (museu) e o objeto (texto expositivo).

3.3 PROCESSO DE INTERVENÇÃO

O processo de intervenção atende ao sexto objetivo específico elencado, conforme o Quadro 9: definir diretrizes preliminares de Linguagem Simples para o projeto de comunicação acessível, para fins de promover a experiência do público idoso em museus.

3.3.1 O sujeito: público idoso

Público idoso (com 75 anos ou mais), com, no mínimo, segundo grau de escolaridade, com experiência prévia em museus/memorials.

3.3.2 O meio: Memorial do Rio Grande do Sul

De acordo com Sosa e Tedesco (2018), foi na década de 1990 que historiadores vinculados à Secretaria de Estado da Cultura (SEDAC) apresentaram o projeto para a constituição de uma instituição de História e Memória Política no Rio Grande do Sul.

O Memorial do Rio Grande do Sul, instituição da Secretaria de Estado da Cultura (SEDAC), foi criado através do Decreto nº 39.986, de 18 de fevereiro de 2000. De acordo com a SEDAC, entre as atividades promovidas pela instituição estão o apoio a realização de pesquisas, ações e exposições com a temática relacionada à história e à cultura do Rio Grande do Sul, como forma de promover a reflexão sobre a identidade e as realidades da sociedade gaúcha.

Na década de 1990, historiadores vinculados à Secretaria de Estado da Cultura apresentaram um projeto para a constituição de uma instituição de História e Memória Política no Rio Grande do Sul. Na esteira das proposições feitas no projeto citado, o Governador do Estado, por meio do Decreto nº 39.986/2000, cria o Memorial do Rio Grande do Sul. Implementado por meio de parceria que enlaçou o Governo do Estado com a Fundação Roberto Marinho, a Rede Brasil Sul (RBS) e o Banco Real, o Memorial abre suas portas em 26 de junho de 2000 (SOSA; TEDESCO, 2018).

Figura 25 - Fachada principal do Memorial do Rio Grande do Sul



Fonte: acervo do autor (2022).

Segundo a SEDAC, sua sede foi implantada no antigo prédio central dos Correios e Telégrafos, localizado na Praça da Alfândega, no coração do Centro Histórico de Porto Alegre, e foi construído entre os anos de 1910 e 1914, sendo tombado pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional em 1980 (Figura 25).

A escolha do Memorial do Rio Grande do Sul como local de investigação, avaliação, intervenção e verificação justifica-se a por: (1) ser uma instituição pública

e gratuita; (2) estar localizada na cidade de Porto Alegre/RS; (3) possuir uma exposição permanente.

A descrição do projeto museográfico, bem como da exposição de longa duração, é apresentada no relatório realizado pela observação direta, conforme descrito no item 4.1 da pesquisa e no Apêndice R.

3.3.3 O objeto: desenvolvimento dos textos expositivos

Após a realização dos procedimentos de coleta de dados, os resultados obtidos são relacionados e analisados, afim de propor diretrizes preliminares de Linguagem Simples. O processo de intervenção segue o embasamento teórico de D'Agostini (2017) para o desenvolvimento de 02 painéis contendo textos expositivos para o Memorial do Rio Grande do Sul.

Os novos painéis serão elaborados a partir da escolha de 02 painéis já existentes da exposição de longa duração do Memorial (Apêndice P; Apêndice Q). Justifica-se a escolha desses painéis por: (1) complexidade textual; (2) design; (3) dimensões; (4) fatores ambientais;

3.3.4 Projeto de Comunicação

Nesse estudo, o uso do método utilizado por D'Agostini (2017) tem como objetivo desenvolver modelos e protótipos dos textos expositivos reescritos a partir das diretrizes preliminares de Linguagem Simples, para posterior verificação no Memorial do Rio Grande do Sul. Buscou-se a metodologia utilizada em sinalização de exposições, por ser área correlata, e devido à proximidade da temática dessa pesquisa. O projeto de comunicação está dividido em seis etapas, conforme descrito no Quadro 15. São elas: (1) planejamento; (2) projeto; (3) fabricação; (4) implantação; (5) verificação; (6) documentação.

Quadro 15 - Etapas do projeto de comunicação

(continua)

ETAPAS	O QUE É?	O QUE FAZER?	COMO FAZER?
1. Planejamento	Etapa destinada ao contato com o problema, ao conhecimento da demanda de trabalho para definir o escopo do projeto e o seu cronograma.	<ul style="list-style-type: none"> Desenvolver projeto de comunicação acessível na perspectiva da Linguagem Simples. 	<ul style="list-style-type: none"> Identificar a problemática no contexto dos museus/memoriais na cidade de Porto Alegre/RS;

Quadro 15 - Etapas do projeto de comunicação

(continuação)

		<ul style="list-style-type: none"> Identificar, nos museus/memoriais de Porto Alegre/RS, oportunidades para proposição das diretrizes para o projeto de comunicação acessível. 	<ul style="list-style-type: none"> Oportunizar a parceria da SEDAC – Memorial do Rio Grande do Sul - com a UFRGS a partir de projetos de acessibilidade para o local.
2. Projeto	<p>Etapa que contempla as análises das informações coletadas para o projeto. Nesta fase são elaboradas estratégias, bem como definidas as abordagens que melhor atendam à demanda de comunicação do ambiente. Aqui são definidos formatos, linguagens gráficas e tecnologias que serão empregadas no projeto.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Levantar as orientações (princípios, diretrizes e características) relativas à Linguagem Simples; Sintetizar o conjunto de diretrizes preliminares de Linguagem Simples. 	<ul style="list-style-type: none"> Revisão de literatura.
3. Fabricação	<p>Etapa de acompanhamento da produção dos suportes de comunicação. Observação do desempenho de protótipos a partir dos materiais e acabamentos definidos. Aqui poderão ser redefinidos materiais e processos de fabricação para que melhor atendam ao orçamento do projeto.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Criação de alternativas e geração de protótipos digitais e impressos dos textos expositivos. 	<ul style="list-style-type: none"> Utilizar softwares gráficos para a elaboração de modelos digitais; Confeccionar modelos impressos.
4. Implantação	<p>Etapa de monitoria da instalação dos suportes de comunicação no ambiente. Nesta etapa, a supervisão das equipes de instaladores é fundamental para garantir a correta posição das alturas, distâncias e fixações dos suportes conforme o projeto.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Teste e ajustes. 	<ul style="list-style-type: none"> Fixação e montagem dos textos expositivos.
5. Verificação	<p>Etapa de avaliação do desempenho dos suportes. Trata-se de uma etapa que visa a observação de possíveis falhas na comunicação e na disposição de suportes. Importante avaliar a efetividade do que foi implantado e proceder correções no projeto.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Coletar resultados; Apontar novas oportunidades; Indicar possibilidades de melhoria. 	<ul style="list-style-type: none"> Verificação das diretrizes preliminares - Memorial do Rio Grande do Sul; Grupo Focal; Verificação da legibilidade e leiturabilidade; Verificação da Emoção.

Quadro 15 - Etapas do projeto de comunicação

			(conclusão)
6. Documentação	Etapa de registro do projeto por meio de um manual que reúna os padrões gráficos e detalhes técnicos para a fabricação dos suportes de comunicação. Aqui, são organizados os documentos que definem o padrão de implementação do projeto.	<ul style="list-style-type: none"> Desenvolvimento de um guia com as diretrizes de Linguagem Simples. 	<ul style="list-style-type: none"> Utilizar softwares gráficos para a elaboração do guia.

Fonte: adaptado de D'Agostini (2017).

O próximo capítulo apresenta a aplicação dos procedimentos metodológicos utilizados nesta pesquisa, bem como os resultados parciais da análise de dados.

Metodologia da Pesquisa em Linguagem Simples

A metodologia da pesquisa está dividida em: investigação, avaliação, intervenção e verificação.

Investigação:

Os métodos utilizados foram criados por meio da fundamentação teórica e da relação entre o idoso, o museu e os textos da exposição.

Foram feitas visitas no Memorial do Rio Grande do Sul e no Memorial da Resistência de São Paulo, entrevistas com gestores, idosos e especialista em comunicação acessível.

Avaliação:

O grupo de idosos avaliou a emoção e a facilidade de entender os textos de dois painéis da exposição do Memorial do Rio Grande do Sul.

Intervenção:

Foram escritos novos textos para os painéis da exposição do Memorial do Rio Grande do Sul, utilizando as diretrizes iniciais de Linguagem Simples.

Verificação:

O grupo de idosos verificou a emoção e a facilidade de entender os novos textos dos painéis.

4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS E ANÁLISE DOS DADOS

Neste capítulo são apresentadas as análises realizadas a partir dos dados coletados com os procedimentos metodológicos. A análise dos dados coletados em campo foi realizada a partir do embasamento teórico-metodológico da pesquisa.

4.1 OBSERVAÇÃO DIRETA

Este tópico tem como finalidade atender ao primeiro objetivo específico desta pesquisa: conhecer os dispositivos de comunicação utilizados pelos museus, para fins de levantar quais são as práticas correntes.

A observação direta ocorreu nas dependências do Memorial da Resistência de São Paulo, localizado na cidade de São Paulo/SP, e do Memorial do Rio Grande do Sul, localizado em Porto Alegre/RS. Foram realizados, *in loco*, registros documentais e fotográficos do espaço físico.

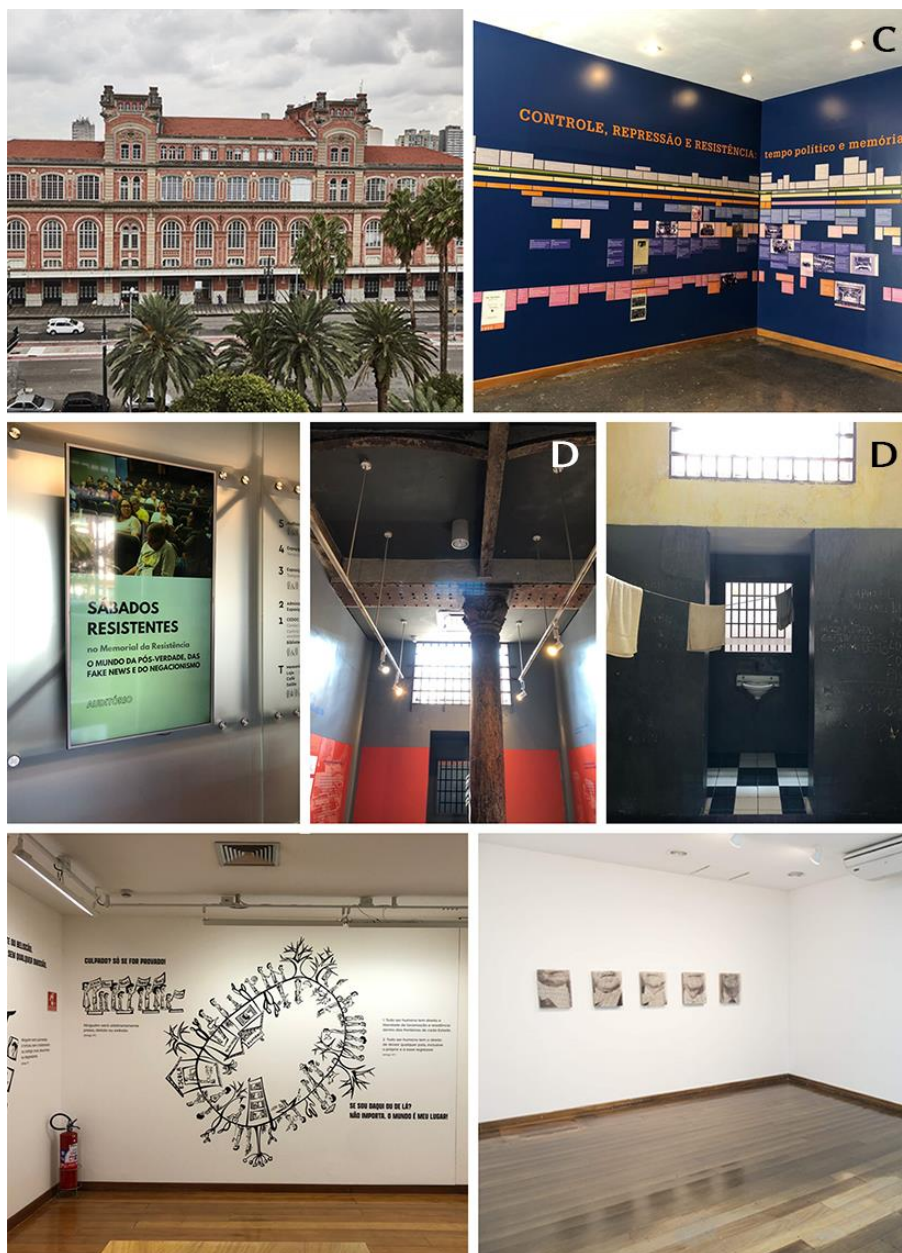
Os relatórios das visitas, assim como as análises detalhadas da observação direta realizada em cada memorial, encontram-se no Apêndice R desta pesquisa.

Este tópico apresenta imagens e os principais apontamentos sobre cada memorial observado.

O primeiro museu observado foi o Memorial da Resistência de São Paulo (Figuras 26 e 27). No contexto desta pesquisa, foi realizada a observação direta da exposição de longa duração e da exposição temporária, localizadas no andar térreo, e também da sala do Núcleo Educativo – “Lugar de Encontro”, localizada no primeiro andar.

Acerca dos textos expositivos, conforme definição de Serrell (1996), observam-se a presença dos seguintes textos não interpretativos: etiquetas de identificação e sinalização de orientação. Foi observado também, a existência, segundo Dean (1996) e Serrell (1996), dos seguintes tipos de textos interpretativos: título; subtítulos; textos introdutórios; textos de seções, ou grupos; e, legenda.

Figura 26 - Paineis 1 de imagens do Memorial da Resistência de São Paulo



Fonte: o autor (2022).

A respeito dos textos interpretativos, conforme estudos descritos nos itens 2.2.1 desta pesquisa, analisou-se: o tamanho da letra; o contraste com o fundo; tipografia; cor; e, hierarquia da informação.

Observa-se que o tamanho da letra está relacionado à quantidade de texto em cada espaço expositivo. Verificou-se uma variedade de tamanho de letras nos textos expositivos dos seis espaços observados. A variação de tamanho relaciona-se também à diagramação de cada espaço, bem como das condições de cor, espaço, iluminação e tipo de letra (SERRELL, 1996).

Nos textos expositivos, localizados nos espaços A e C da exposição de longa duração, observa-se maior contraste entre texto e fundo, quando utilizado texto branco e/ou laranja sobre fundo azul escuro. O alto contraste entre texto e fundo é observado também na exposição temporária e na sala “Lugar de Encontro”, onde observam-se textos em preto sobre fundo branco e vice-versa.

Sobre o uso da tipografia, nos textos expositivos localizados nos espaços A, B C e D da exposição de longa duração, observa-se a predominância de tipografia com serifa para títulos e subtítulos e tipografia sem serifa para textos introdutórios e demais textos. A tipografia dos textos localizados na exposição temporária e do “Lugar de Encontro” não possuem serifa. Esta observação vai ao encontro dos estudos realizados por Dean (1966), que afirma que os tipos de letra sem serifa são melhores para a legibilidade do que os tipos com serifa.

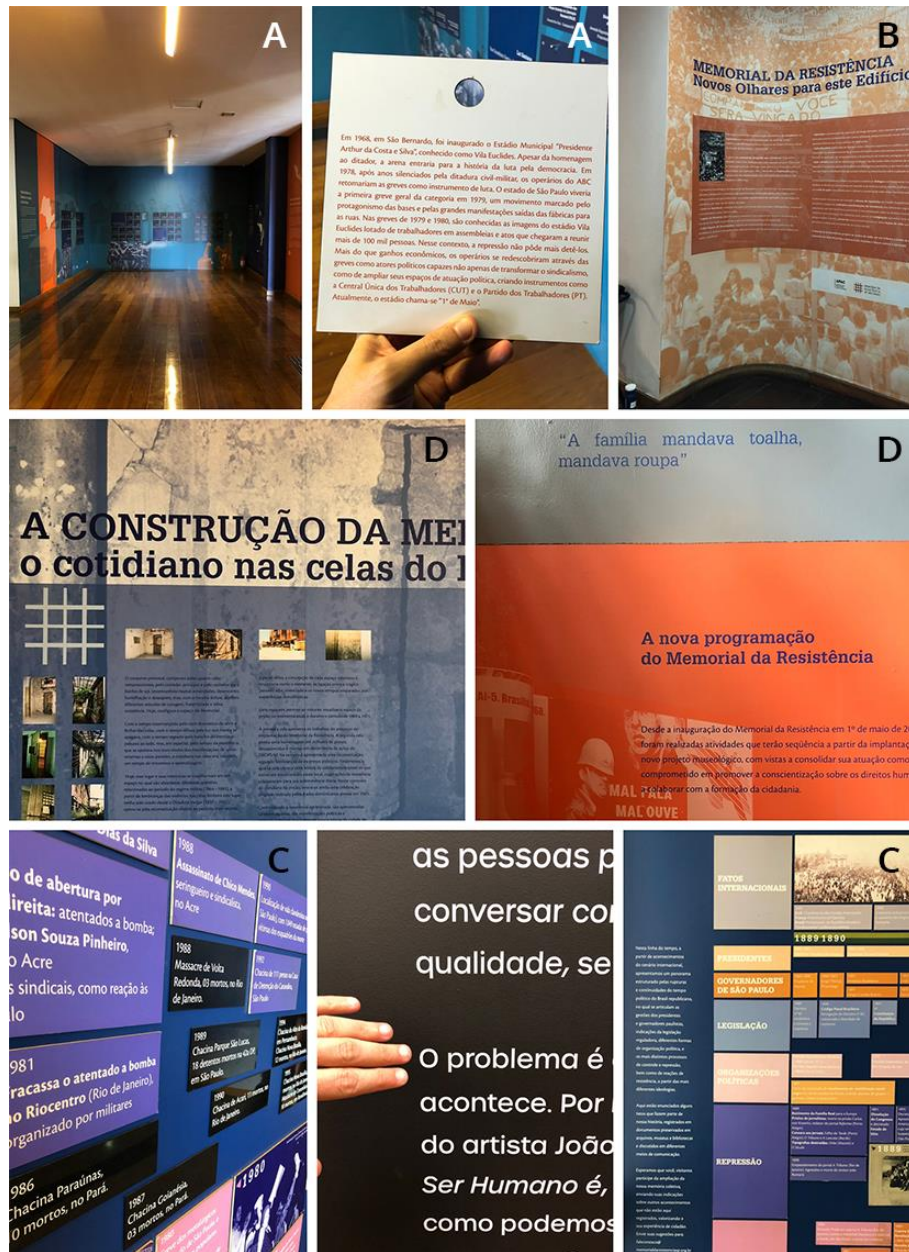
Quanto à cor utilizada nos textos expositivos da exposição de longa duração, percebe-se o uso de um esquema cromático complementar, composto predominantemente por tons de azul e tons de laranja (claros e escuros, saturados e dessaturados). Conforme D’Agostini (2017), a avaliação do contraste entre as cores deve determinar o nível de legibilidade entre elas quando sobrepostas umas às outras. Na exposição temporária e no “Lugar de Encontro”, o preto e o branco alternam-se nos textos e nas paredes, o que evidencia ainda mais o contraste entre forma (texto) e fundo (parede).

Observa-se, nos espaços da exposição de longa duração, a seguinte hierarquia da informação dos textos expositivos: (1) título; (2) subtítulo, quando existente; (3) texto introdutório; (4) texto de seção, ou grupo, quando existente; (5) legenda, quando existente.

No que tange aos fatores ergonômicos e ambientais para orientação do projeto de comunicação acessível, que interferem na leiturabilidade e legibilidade dos textos expositivos, foi possível observar que fatores relacionados ao eixo de visão, campo de visão e alcance de visualização nos espaços A, B e D, da exposição de longa duração foram definidos conforme os índices estabelecidos na NBR 9050 (2015).

No espaço C, considerando os índices estabelecidos pela NBR 9050 (2015), os textos expositivos, que complementam a “Linha do Tempo”, estão na área de limite do campo de visão vertical.

Figura 27 - Paineis 2 de imagens do Memorial da Resistência de São Paulo



Fonte: o autor (2022).

O segundo Memorial observado foi o Memorial do Rio Grande do Sul (Figura 28 e 29). No contexto desta pesquisa, foi realizada a observação direta da exposição de longa duração, sendo esta localizada no andar térreo.

Sobre os textos expositivos, conforme definição de Serrell (1996), observa-se a presença dos seguintes textos não interpretativos: etiquetas de identificação e sinalização de orientação. Foi observada a existência, conforme Dean (1996) e Serrell (1996), dos seguintes tipos de textos interpretativos: título; subtítulos; textos introdutórios; textos de seções, ou grupos; e, legenda.

Figura 28 - Paineis de imagens do Memorial do Rio Grande do Sul



Fonte: o autor (2022).

Acerca dos textos interpretativos, conforme estudos descritos no item 2.2.1 desta pesquisa, analisamos: posição dos textos; o tamanho da letra; o contraste com o fundo; tipografia; cor; e, hierarquia da informação.

Em relação à posição dos textos, que se refere à localização em relação ao nível do piso, observou-se que, nos painéis da “Linha do Tempo”, foram definidos conforme os índices estabelecidos na NBR 9050 (2015).

Observa-se que o tamanho da letra está relacionado à quantidade de texto interpretativo em cada painel. Verificou-se a existência de alternância de tamanho de

letras nos textos expositivos dos painéis. A variação de tamanho está relacionada à diagramação, considerando o tamanho e a relevância de cada texto no contexto do assunto.

Nos painéis, observam-se pontos com maior contraste entre texto e fundo, quando utilizado texto preto sobre fundo bege e texto branco sobre fundo azul escuro.

Figura 29 - Paineis 2 de imagens do Memorial do Rio Grande do Sul



Fonte: o autor (2022).

Acerca do uso da tipografia, observa-se a predominância de tipografia com serifa para datas, títulos e subtítulos e tipografia sem serifa para textos longos.

Quanto à cor utilizada, percebe-se o uso de uma cartela de cores padrão em todos os painéis. Visualiza-se um esquema cromático complementar, composto, predominantemente, por tons alaranjados, poucos tons de azul (claros e escuros, saturados e dessaturados) e variações de cinzas.

Observa-se, nos textos dos painéis, a seguinte hierarquia da informação dos textos expositivos: (1) título; (2) subtítulo, quando existente; (3) texto introdutório; (4) textos de seção, ou grupo.

Sobre os fatores ergonômicos e ambientais para orientação do projeto de comunicação acessível, que interferem na leitura e legibilidade dos textos expositivos, observa-se que fatores relacionados ao eixo de visão e alcance de visualização dos painéis foram definidos conforme os índices estabelecidos na NBR 9050 (2015).

No que tange ao campo de visão, conforme a NBR 9050 (2015), os textos expositivos estão localizados consoantes aos limites estabelecidos, considerando o campo visual total de uma pessoa em pé, sentada ou em cadeiras de rodas.

O Quadro 16 apresenta o levantamento realizado nos memoriais por meio dos fatores que afetam a leitura e legibilidade dos textos expositivos, conforme os estudos realizados pelos principais autores citados nos tópicos 2.4.1 e 2.4.2 da fundamentação teórica.

Para este levantamento foram verificados os seguintes tipos de textos: títulos; subtítulos; textos introdutórios; textos de seções ou grupos; etiquetas de identificação.

Conforme apresentado no Quadro 16, os espaços sinalizados em vermelho representam os fatores que não atendem a determinada característica recomendável; os espaços em amarelo indicam que a característica foi parcialmente atendida; os espaços sinalizados em verde indicam o atendimento à característica recomendável; os espaços em branco indicam que determinado fator/característica não se aplica ao respectivo texto.

Quadro 16 - Observação e levantamento de textos expositivos e seus fatores

Memorial da Resistência de São Paulo						
Fatores	Características recomendáveis	Título	Subtítulo	Textos introdutórios	Textos de seções/grupos	Legenda
Posição vertical do texto	Texto posicionado de acordo com o eixo de visão do público.					
Posição relacional do texto	Texto próximo ao objeto exposto.					
Tamanho da letra	Tamanho da letra relacionado com a distância entre o público e o texto.					
Contraste	O texto contrasta com o fundo.					
Tipografia	A tipografia tem um tamanho legível.					
	Uso de tipos sem serifa.					
Cor	Contraste entre a cor do texto e a cor do fundo.					
Hierarquia	Hierarquia na informação dos conteúdos.					
Memorial do Rio Grande do Sul						
Fatores	Características recomendáveis	Título	Subtítulo	Textos introdutórios	Textos de seções/grupos	Legenda
Posição vertical do texto	Texto posicionado de acordo com o eixo de visão do público.					
Posição relacional do texto	Texto próximo ao objeto exposto.					
Tamanho da letra	Tamanho da letra relacionado com a distância entre o público e o texto.					
Contraste	O texto contrasta com o fundo.					
Tipografia	A tipografia tem um tamanho legível.					
	Uso de tipos sem serifa.					
Cor	Contraste entre a cor do texto e a cor do fundo.					
Hierarquia	Hierarquia na informação dos conteúdos.					

Fonte: elaborado pelo autor (2023).

A estrutura para o preenchimento do Quadro 16 poderá ser utilizada para trabalhos futuros, acerca do levantamento de fatores que afetam a leiturabilidade e legibilidade dos textos expositivos.

A seguir, são apresentadas as entrevistas com os sujeitos da pesquisa, conforme descrito nos procedimentos metodológicos.

4.2 ENTREVISTAS

Este tópico apresenta as análises das entrevistas realizadas com os sujeitos da pesquisa, e tem como finalidade atender aos seguintes objetivos específicos: (a) conhecer os dispositivos de comunicação utilizados pelos museus, para fins de levantar quais são as práticas correntes; (b) compreender e caracterizar as especificidades do público idoso com relação às suas necessidades e expectativas em suas experiências com dispositivos de comunicação em museus; (c) compreender e caracterizar as dimensões da experiência do usuário, para fins de relacionar com a experiência do público idoso em museus; (d) identificar parâmetros vinculados à Linguagem Simples, em termos de leitura e legibilidade, para fins de auxiliar o processo de projeto de comunicação acessível.

A análise de conteúdo tomou como base os estudos realizados por Laurence Bardin. Segundo Bardin (2009), a análise de conteúdo é um conjunto de técnicas que visam obter, das mensagens, indicadores que permitam a inferência de conhecimentos relativos às variáveis em questão.

A análise de conteúdo defendida por Bardin (2009) se estrutura em: pré-análise; exploração do material, categorização ou codificação; tratamento dos resultados, inferências e interpretação.

A pré-análise é a primeira etapa da organização da análise de conteúdo. É por meio dela que o pesquisador começa a organizar o material para que se torne útil à pesquisa (BARDIN, 2009). No contexto desta pesquisa, as gravações com as entrevistas foram revistas e identificadas de acordo com os sujeitos da pesquisa.

Segundo Bardin (2009), tratar o material é codificá-lo, e essa codificação corresponde a uma transformação dos dados brutos do texto por recorte, agregação e enumeração, permitindo atingir uma representação do conteúdo, afim de expor as características do texto. Assim, a repetição de palavras e termos pode ser adotada no processo de codificação para criação de categorias de análise iniciais (BARDIN, 2009).

Nesta pesquisa, em virtude da heterogeneidade das respostas, busca-se construir um discurso que considere tanto os traços comuns de cada entrevista como as suas diferenças. Os dados coletados são apresentados de modo descritivo, organizados de acordo com os sujeitos da pesquisa e com os agrupamentos das

questões de cada bloco das entrevistas. Também são criadas sínteses e descrições dos relatos por questão para redução dos dados coletados.

A terceira fase diz respeito ao tratamento dos resultados, inferência e interpretação (BARDIN, 2009). É o momento da intuição, da análise reflexiva e crítica. Nesta fase, de análise de conteúdo, são apresentados os dados referentes a cada pergunta e/ou bloco de perguntas, e posterior análise preliminar de acordo com as categorias propostas e, por fim, uma síntese conclusiva, compatibilizando os dados coletados, o contexto da pesquisa e os objetivos do referido procedimento metodológico.

Antes da análise, é apresentado o quadro da estrutura do instrumento utilizado como roteiro para as entrevistas (Quadro 17).

Quadro 17 - Estrutura do instrumento de entrevista

Objetivos da Pesquisa		
Conhecer os dispositivos de comunicação utilizados pelos museus, para fins de levantar quais são as práticas correntes.		
Compreender e caracterizar as especificidades do público idoso com relação às suas necessidades e expectativas em suas experiências com dispositivos de comunicação em museus.		
Compreender e caracterizar as dimensões da experiência do usuário, para fins de relacionar com a experiência do público idoso em museus.		
Identificar parâmetros vinculados à Linguagem Simples, em termos de legibilidade e legibilidade, para fins de auxiliar o processo de projeto de comunicação acessível.		
Sujeitos da Pesquisa		
1. Gestores e/ou profissionais de museus;		
2. Idosos;		
3. Especialista em Comunicação Acessível.		
Blocos de Entrevista		
1. Perfil do entrevistado;		
2. Conceitos chave da pesquisa: - Acessibilidade; - Legibilidade; - Legibilidade.		
3. Recomendações/Observações.		
Dados das Entrevistas		
Entrevistador: Cristiano da Cunha Pereira		
Período de realização das entrevistas: 18 de novembro a 14 de dezembro de 2022.		
Número de entrevistados: 08 entrevistados		
06 idosos	02 Gestores ou profissionais de museus	01 Especialista em Comunicação Acessível
Média de duração das entrevistas: 1h		

Fonte: elaborado pelo autor (2022).

As denominações e objetivos dos blocos da entrevista se mantiveram os mesmos para os sujeitos entrevistados, porém, com diferentes questões de acordo com o objetivo traçado para cada sujeito.

4.2.1 Entrevistas com gestores

Conforme mencionado anteriormente, foram realizadas duas entrevistas com gestores ou profissionais de museus/memoriais, uma no âmbito nacional e outra no âmbito regional. A primeira entrevista ocorreu pela plataforma ZOOM, em 18 de novembro de 2022, com o gestor do Memorial da Resistência de São Paulo, e a seguinte, presencialmente, em 28 de novembro de 2022, com a gestora do Memorial do Rio Grande do Sul – Porto Alegre/RS. A seguir apresentam-se os dados obtidos e suas respectivas análises, sendo que o primeiro quadro (Quadro 18) exhibe o perfil dos entrevistados.

Quadro 18 - Perfil dos entrevistados

Entrevistado	Sexo	Formação	Cargo na Instituição	Há quanto tempo trabalha no museu/memorial?
A	Masc.	História	Analista de Educação Programa de Ação Educativa	Há 8 anos.
B	Fem.	Relações Públicas História da Arte	Diretora	Há 5 meses.

Fonte: dados da pesquisa (2022).

O Quadro 19 apresenta as respostas dos gestores³ sobre dois dos conceitos chave da pesquisa: acessibilidade e experiência.

Quadro 19 - Conceitos chave da pesquisa

(continua)

Entrevistado	O que entende por acessibilidade?	O que você entende por experiência?
A	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Trabalho específico para pessoas com deficiência.</i> • <i>Facilitação de acesso às pessoas.</i> • <i>Acessibilidade ela é muito importante para permitir uma experiência mais completa, mais ampla, do que você está vivenciando.</i> • <i>Comunhão entre diferentes.</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Vivência com algo. • Vivência que você tem utilizando todos os sentidos.

³ As citações diretas dos entrevistados são destacadas em itálico e os pontos mais importantes foram destacados em negrito.

Quadro 19 - Conceitos chave da pesquisa

(conclusão)		
B	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Um conceito que podemos empregar de uma maneira muito ampla. Acessibilidade é a democratização de acesso.</i> • <i>Acesso universal...</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>A experiência é uma forma muito forte de nós aprendermos. Não tenho dúvida nesse aspecto.</i> • <i>Essa experiência coordena e ordena todo o nosso aprendizado...</i> • <i>Nas questões da memória e do patrimônio é maneira que nós temos como aprender.</i>

Fonte: dados da pesquisa (2022).

Segundo o gestor entrevistado (A), a acessibilidade nos permite uma experiência mais completa, mais ampla. Para a gestora (B), a acessibilidade é a democratização e a universalidade do acesso.

Para o gestor (A), a experiência ocorre quando a vivência utiliza todos os sentidos. Enquanto que, para a gestora (B), a experiência otimiza e coordena nosso aprendizado. Ambas as respostas corroboram os estudos realizados por Piaget (1967). Podemos apontar que a construção do conhecimento inicia por meio da interação/vivência do sujeito. É por meio dessas interações/vivências que determinadas estruturas de aprendizado são construídas (PIAGET, 1967).

Sobre a definição de experiência nos museus/memoriais, o gestor entrevistado (A) afirma que o museu é a experiência do corpo com o objeto que está exposto. Conforme o mesmo gestor, o museu nunca poderá ser online, justamente por conta da experiência física.

Você está em uma relação direta com o que está sendo exposto, seja um quadro, um móvel, múmia, enfim [...]
(Gestor A)

Segundo relata a gestora (B), todos necessitam ter uma experiência diferente.

Não consigo conceber hoje, exposições, principalmente em relação ao patrimônio imaterial, que sejam só visuais [...] todo o mundo tem que ter uma experiência diferente. [...] uma ida ao museu, ela nunca poderia ser somente uma apreciação de quadros. [...] tem que ter alguns elementos que te provoquem mais, que te agucem nesse aspecto. Quando pensamos em uma exposição, precisamos ter uma lógica...uma reflexão, um debate, uma palestra [...]. (Gestora B)

Em relação à política de acessibilidade nos museus/memoriais, o gestor (A) afirma que o Memorial possui ações de acessibilidade. O projeto foi elaborado pelo

próprio gestor, tendo como base as diretrizes nacionais de acessibilidade e posto em prática pelo Memorial. Segundo relato da gestora (B), não há política de acessibilidade no Memorial, salientando que a política de acessibilidade está no planejamento de 2023, com a intenção de que as ações que envolvam acessibilidade fiquem dentro da proposta do educativo.

A respeito dos dispositivos de comunicação que são disponibilizados pelo Memorial, o gestor (A) destaca a presença de texto expositivos, vídeo explicativo com audiodescrição, legenda e janela de Libras. O gestor (A) afirma que há uma maquete tátil do espaço, para pessoas com deficiência visual e diretório tátil em Braille. O Memorial disponibiliza folder em português, inglês, espanhol, em Braille e Alto Contraste. O gestor (A) relata que além dos dispositivos disponíveis no espaço expositivo, o Memorial possui o site acessível, com ferramenta de Libras para transcrição em português, inglês e espanhol, além de disponibilizar os arquivos em Comunicação Aumentativa e Alternativa. A gestora (B) afirma que o Memorial disponibiliza, como dispositivos de comunicação, somente textos expositivos.

Acerca de como foram desenvolvidos os textos expositivos da exposição de longa duração, o gestor (A) não trabalhava no Memorial, sendo assim, não sabe precisar. O mesmo gestor relata que os textos de parede, localizados na sala do Núcleo Educativo – “Lugar de Encontro”, foram desenvolvidos pelos profissionais do educativo. A equipe é composta por um grupo multidisciplinar, formado por arquitetas, museólogas e historiadores. A gestora (B) relata que a produção e desenvolvimento dos textos expositivos depende das instituições envolvidas em cada exposição, pois as propostas para exposições temporárias são apresentadas com o projeto museográfico já finalizado. Em relação à exposição de longa duração, a gestora (B) não tem informações precisas, pois não estava no Memorial nesse período.

Sobre a acessibilidade dos textos expositivos, no que tange a facilidade de compreensão e leitura, o gestor (A) afirma que os textos de parede do Memorial não são tão complexos e acadêmicos, mas considera-os longos demais.

O tempo vai passando e as pessoas vão tendo cada vez menos paciência de ler (Gestor A).

Para a gestora (B), os textos do Memorial não são acessíveis, pois são da década de 1990, e na época não havia essa preocupação.

Em relação à existência de um material para elaboração dos textos expositivos no Memorial, o gestor (A) afirma que não há nenhum material que auxilie na elaboração dos textos. A gestora (B) relata que não há nenhum guia/manual, mas que a padronização dos textos está em processo de desenvolvimento.

Sobre a existência de recursos oferecidos ao público idoso nos museus/memorials, conforme o gestor (A), não há recursos específicos para a população idosa. Existem as ferramentas de acessibilidade que são destinadas à todos. Segundo o mesmo gestor, o que existe destinado ao público idoso são os bancos, que foram retirados durante a pandemia e inseridos novamente nos espaços. Existem também duas cadeiras motorizadas e duas cadeiras que são carrinhos e cadeiras de roda.

Segunda a gestora (B), não há nenhum recurso destinado ao idoso. Existe somente a acessibilidade física do prédio.

Em relação à participação de idosos na equipe de desenvolvimento dos textos expositivos, o gestor (A) afirma que existem colaboradores idosos no Memorial, mas que não trabalham diretamente com a produção de textos expositivos. Segundo a gestora (B), no momento não há nenhum idoso na equipe. Ambos gestores relatam a inexistência de testes de verificação/validação com idosos antes da elaboração dos textos expositivos.

Acerca da avaliação da experiência do usuário/público após a visita, o gestor entrevistado (A) afirma a existência de um totem para pesquisa de opinião, mas que o mesmo foi retirado devido à pandemia e passa por reformulação. Além do totem, o Memorial possui um “Livro de Ouro” para registro/críticas do usuário/público. A gestora (B) relata que não há nenhum dispositivo para avaliação da experiência. A gestora menciona que a avaliação da visita à exposição, quando ocorre, é por meio de e-mails encaminhados à direção.

A respeito da recomendação de visita à outro museu/memorial de referência na área de acessibilidade, o gestor (A) menciona o Museu do Ipiranga, localizado na cidade de São Paulo/SP. A gestora (B) não possui nenhuma recomendação.

As entrevistas com os gestores foram relevantes acerca da questão de pesquisa sobre conhecer os dispositivos de comunicação utilizados pelos museus, para fins de levantar quais são as práticas correntes.

Cada gestor, dentro do seu contexto e da disponibilidade de recursos técnicos e humanos, desenvolveu estratégias e dispositivos para atender o maior número de

peças, com as mais diferentes necessidades. É possível reiterar a importância da atuação de grupos multidisciplinares no planejamento, elaboração e execução do projeto de comunicação acessível. Enquanto aproximação à área do Design, o relato dos gestores demonstra forte relação aos processos participativos e de co-criação.

No que tange ao público idoso, em ambos memoriais não há nenhum recurso de comunicação acessível destinada especificamente para a pessoa idosa. Pode-se perceber a existência de alguns dispositivos de acessibilidade para o público geral. Não há também nenhuma política de acessibilidade específica para este público.

Acerca da comunicação acessível, não há nenhum guia ou documento que oriente as equipes dos memoriais na concepção dos textos expositivos, ainda que, a equipe do Memorial do Gestor (A) já venha utilizando o conceito de Linguagem Simples.

4.2.2 Entrevistas com idosos

Foram entrevistados seis idosos (com 75 anos ou mais), com, no mínimo, segundo grau de escolaridade, com experiência prévia em museus/memoriais, no período de 05/12/22 a 14/12/22. Com este número e perfil de entrevistados encontrou-se a saturação relativa às questões levantadas pela repetição nas ocorrências. O Quadro 20 apresenta a caracterização e o perfil dos entrevistados.

Quadro 20 - Caracterização e perfil dos entrevistados

(continua)

Entrevistado	Sexo	Idade	Formação	Frequência com que visita museus/memoriais
A	Fem.	84	Pedagogia Especialização em Orientação Educativa	<ul style="list-style-type: none"> • Sempre que eu viajo... E que tem a oportunidade de conhecer museus e galerias de arte...A gente aproveita a oportunidade.
B	Fem.	82	Magistério	<ul style="list-style-type: none"> • Uma vez por ano...quando tem alguns eventos esporádicos também. • No período de férias, que a gente sempre vai há algum lugar, e visita algum museu...isso é tradicional.
C	Masc.	81	Segundo grau completo	<ul style="list-style-type: none"> • Quando viajo, sim. • Geralmente quando é Bienal do Mercosul...mais específica, eu vou.
D	Fem.	78	Letras	<ul style="list-style-type: none"> • Tendo a oportunidade de viagens que tem museu, eu gosto muito.
E	Masc.	80	Ciências Contábeis	<ul style="list-style-type: none"> • De duas a três vezes por ano. • Quando viajo...depende da programação.

Quadro 20 - Caracterização e perfil dos entrevistados

(conclusão)

F	Fem.	80	Ciências Sociais Direito	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Sempre que eu viajo. A gente vai à museus e dá uma olhada.</i>
---	------	----	--------------------------------	---

Fonte: dados da pesquisa (2022).

No que tange aos conceitos chave desta pesquisa, o Quadro 21 apresenta as respostas dos entrevistados sobre a compreensão do conceito de acessibilidade.

Quadro 21 - Conceito de acessibilidade

(continua)

Entrevistado	O que entende por acessibilidade?	Como você enxerga a acessibilidade no museu/memorial?
A	<ul style="list-style-type: none"> • Acessibilidade física é importante, porque oportuniza as pessoas...que tem algum tipo de deficiência...ou pela idade...ou pela incapacidade física, necessita de condições especiais para frequentar determinados ambientes. • Existe a acessibilidade de informações...Ter possibilidade de receber essa informação de uma forma acessível... Que seja tangível, entendível, que seja uma informação que enriqueça... Dê uma sensação de prazer. 	<ul style="list-style-type: none"> • A física. Acessibilidade nesse sentido...Que tenham rampas...elevadores. Que oportunizem as pessoas a chegarem naquelas exposições que tenham interesse. • Acessibilidade no sentido de entender. • Essa informação precisa ser muito bem orientada. • Essa informação não pode interferir na tua interpretação.
B	<ul style="list-style-type: none"> • Acessibilidade é tudo aquilo que tu podes acessar com mais naturalidade. • Sem esforço da tua parte. • Que tu possas fazer sozinho. 	<ul style="list-style-type: none"> • Sempre a gente teve acesso aos elevadores, escadaria boa... • Eu nunca senti dificuldade nesse tipo de acessibilidade nos museus que visitei.
C	<ul style="list-style-type: none"> • Acessibilidade é a facilidade de um maior número de pessoas chegarem em algum local. 	<ul style="list-style-type: none"> • A disposição que estão os materiais que podem ser visitados. Então, às vezes, estão em uma ordem mais simples. Em uma sequência. • (...) baratear os ingressos em atividades culturais.
D	<ul style="list-style-type: none"> • Principalmente na locomoção. De mobilidade. 	<ul style="list-style-type: none"> • Acho [que] em outros países se preocupam mais...fica mais evidente.

Quadro 21 - Conceito de acessibilidade

(conclusão)

E	<ul style="list-style-type: none"> • <i>É como chegar à determinados locais.</i> • <i>O termo mais usado hoje para pessoas com mais idade ou deficiência.</i> • <i>A falta de acesso à informação também.</i> • 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Até o momento não me preocupei com isso.</i>
F	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Que a gente tenha acesso a chegar, circular, tenha um espaço. Elevador, nada de escada.</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Sempre tem aquelas escadarias, que inclusive são muito bonitas. Tem que ter o elevador.</i> • <i>Que a maneira da gente circular. Que tenha um caminho. Que tu sigas aquele caminho.</i> •

Fonte: dados da pesquisa (2022).

Na primeira questão sobre os conceitos chave da pesquisa, no que tange ao conceito de acessibilidade, os relatos exprimem, em sua maioria, uma percepção sobre as questões de mobilidade, autonomia e sobre as possibilidades de acesso a à informação.

A respeito da acessibilidade em museus/memoriais foram encontrados marcadores relativos a 4 tipos de acessibilidade no contexto dos ambientes culturais, conforme estudos de Cardoso et al. (2010), sinalizados no Quadro 22.

Segundo os entrevistados, dentre os tipos de acessibilidade, as barreiras mais encontradas estão relacionadas ao acesso intelectual, ao físico, à informação e ao acesso econômico.

Quadro 22 - Ocorrências da questão sobre os tipos de acessibilidade ambientes culturais

Acesso físico	Acesso intelectual	Acesso econômico	Acesso à informação
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Que oportunizem as pessoas a chegarem naquelas exposições que tenham interesse.</i> • <i>[..] acesso aos elevadores.</i> • <i>Tem que ter o elevador.</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Acessibilidade no sentido de entender.</i> • <i>[...] informação não pode interferir na tua interpretação.</i> • <i>[...] informação precisa ser muito bem orientada.</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>[...] baratear os ingressos...</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>A disposição que estão os materiais que podem ser visitados.</i>

Fonte: dados da pesquisa (2022).

Acerca dos conceitos chave desta pesquisa, o Quadro 23 apresenta as respostas dos entrevistados sobre o seu entendimento acerca da experiência.

Quadro 23 - Conceito de experiência

(continua)

Entrevistado	Que experiência você busca nos museus/memoriais?	Que barreiras você encontra em sua experiência em museus?
A	<ul style="list-style-type: none"> • [...] o sentimento... Quando tu entra no museu, tu estás buscando uma experiência sensorial, uma experiência assim... visual. • Acho que a visual é a mais forte. Porque é através dessa experiência visual que vai vir a tua experiência emocional... 	<ul style="list-style-type: none"> • A informação muito explicativa, ela acaba com a tua expectativa. Se ela está te dizendo tanta coisa, lá no fim, quando tu chegas na frente da obra, o que me resta para interpretar? • A informação muito específica, eu acho que ela tira o prazer, a tua surpresa. • Textos muito longos... para serem lidos em uma visita que não se tem muito tempo. • Existe alguns museus que os títulos das obras são tão pequeninhos...
B	<ul style="list-style-type: none"> • A melhor experiência é na área cultural. Da curiosidade que eu tenho...por tudo que tem de diferente... por tudo que é produzido por artistas... • Essa curiosidade que eu tenho pelas coisas novas que eu vou aprender dentro do museu. • É sempre uma curiosidade entrar em um museu... eu sei que sempre vai ter alguma coisa nova para eu ver ali. 	<ul style="list-style-type: none"> • As barreiras físicas que eu acho... é justamente isso... é um lugar para descanso... porque a gente, uma pessoa um pouquinho mais velha vai visitar, é muito cansativo. Porque a pessoa tem que passar rápido...a experiência não é a mesma... Isso é uma coisa bem importante. Eu sempre noto isso.
C	<ul style="list-style-type: none"> • É o passado...a história de uma sociedade...do conhecimento científico. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ter alguém que é da área... Um monitor vamos dizer assim, que chega lá e da uma orientação mais geral, porque às vezes tu entra e vê uma porção de obras de arte. • Na exposição de obra de arte, tua percepção fica muito reduzida. Quando tem alguém que te orienta, facilita muito.
D	<ul style="list-style-type: none"> • De aprender, de lazer. • Eu gosto do que tem no museu. 	<ul style="list-style-type: none"> • Gosto que tenha sempre um mediador. • Contribui muito para a minha experiência.

Quadro 23 - Conceito de experiência

(conclusão)

E	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Eu gosto muito de história, de genealogia.</i> • <i>Museu é o que foi, é o passado.</i> • <i>Ela me traz um pouco da minha lembrança de vida.</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Não sei.</i>
F	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Ver aquilo que eu já conheço, é um reforço. Ver a novidade e ver o que ter a mais.</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Às vezes a gente tem a falta de informação. É interessante assim que tenha uma pessoa guiando.</i>

Fonte: dados da pesquisa (2022).

Encontra-se, nas respostas da questão anterior, a relação com o conceito de experiência, de acordo com os componentes ou níveis de experiência do produto: prazer estético, resposta emocional e atribuição de significado. Assim, segundo estudos de Desmet e Hekkert (2007), o Quadro 24 apresenta os marcadores relativos à experiência estética, experiência emocional e experiência de significado.

Todavia, algumas das associações do conceito de experiência, podem ser relacionadas a mais de um nível de experiência nos museus/memorais.

Quadro 24 - Ocorrências da questão sobre os tipos de experiência, conforme os níveis propostos para a análise de conteúdo

Experiência Estética	Experiência Emocional	Experiência de significado
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Quando tu entras no museu, tu estás buscando uma experiência sensorial, uma experiência assim... visual.</i> • <i>Acho que a visual é a mais forte.</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Essa curiosidade que eu tenho pelas coisas novas que eu vou aprender dentro do museu.</i> • <i>Eu gosto do que tem no museu.</i> • <i>Ela me traz um pouco da minha lembrança de vida.</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>É o passado... a história de uma sociedade... do conhecimento científico.</i>

Fonte: dados da pesquisa (2022).

Conforme os entrevistados, dentre as barreiras que interferem na experiência em museus destacam-se:

- Informação muito explicativa;
- Textos muito longos;
- Tamanho do texto muito pequeno;
- Falta de lugar para repouso/descanso;

- Orientação geral para uma compreensão do que está exposto.

Novamente, são encontradas ocorrências relativas às três categorias de experiência, conforme o Quadro 25.

Quadro 25 - Ocorrências sobre as barreiras encontradas em museus que podem interferir na experiência do público, conforme os níveis propostos para a análise de conteúdo

Experiência Estética	Experiência Emocional	Experiência de significado
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Textos muito longos...</i> • <i>[...] títulos das obras são tão pequeninhos...</i> • <i>[...] um lugar para descanso...</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>A informação muito específica, eu acho que ela tira o prazer, a tua surpresa.</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>A informação muito explicativa, ela acaba com a tua expectativa.</i> • <i>[...] uma orientação mais geral, porque às vezes tu entra e vê uma porção de obras de arte.</i> • <i>[...] alguém que te orienta, facilita muito.</i> • <i>[...] que tenha sempre um mediador.</i> • <i>Às vezes a gente tem a falta de informação.</i>

Fonte: dados da pesquisa.

Acerca das atividades e ações direcionadas ao público idoso nos museus/memoriais, de acordo com o grupo de entrevistados, observa-se que a maioria dos idosos não detectam estas ações. Conforme relatos, os entrevistados C, D e F, desconhecem qualquer ação destinada ao público idoso. A entrevistada (B) compreende que o ingresso mais barato é um diferencial para o público idoso. A entrevista (A) considera que os museus mais famosos estão bem aparelhados. Ainda conforme a entrevistada (A), esses museus possuem bastante acessibilidade, bancos para sentar e audioguia.

Sobre o contexto do idoso nos museus/memoriais, o Quadro 26 apresenta os meios de comunicação mais utilizados nos museus, e quais os recursos oferecidos ao público idoso que facilitam esta visita.

Observa-se que o **folder** e o **audioguia** são os meios de comunicação mais citados pelo grupo de entrevistados (A, B, C, D, E, F).

Quadro 26 - Recursos para acessibilidade

Entrevistado	Quais os meios de comunicação você utiliza no museu/memorial? Como funcionam?	Quais os recursos/serviços oferecidos para o público idoso nos museus/memoriais que facilitam a visita?
A	<ul style="list-style-type: none"> • Os textos. • Sempre na entrada do museu tu pega um folder né... ele já te dá um norte... • [...] audioguia eu acho bem interessante. 	<ul style="list-style-type: none"> • O folder é bem importante.
B	<ul style="list-style-type: none"> • Eu gosto de utilizar tudo o que tem. • Eu pego o folder para já ir lendo. • Tento ler aqueles pequeninhos que eles botam ali... Tem que botar o óculos... fichinha bem pequeninha do lado de cada obra. • E quando [tem] audioguia, aí eu uso esse... mais claro, melhor. 	<ul style="list-style-type: none"> • Nada... a única coisa que sei que tem é o ingresso. • Nunca encontrei.
C	<ul style="list-style-type: none"> • Audioguia sim. • Depende do espaço, e da disponibilidade que tem... dos serviços. • Eu vejo a obra e depois dou uma olhada na ficha. Se eu estou sozinho e não tem ninguém. • Folder em casa, quando chega com calma... vou dar uma revisão. 	<ul style="list-style-type: none"> • Desconhece.
D	<ul style="list-style-type: none"> • O folder e se tem o audioguia. • O folder eu leio no museu. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mais mediadores.
E	<ul style="list-style-type: none"> • Eu procuro ler a identificação. Nem sempre a minha memória grava. • Mas eu procuro ver para saber algum detalhe daquilo que está sendo exposto. • O folder eu leio antes e leio depois. E guardo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Audioguia.
F	<ul style="list-style-type: none"> • Audioguia eu acho interessante. Ficha técnica é importantíssimo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Banco é muito importante.

Fonte: dados da pesquisa (2022).

Acerca dos textos expositivos, o Quadro 27 apresenta as respostas dos entrevistados referentes a capacidade de compreensão e identificação destes.

Quadro 27 - Capacidade de compreensão e identificação dos textos nas exposições

Entrevistado	Consegue ler e compreender os textos nas exposições?	Consegue enxergar e identificar os textos nas exposições?
A	<ul style="list-style-type: none"> Nesse aspecto eu não lembro de ter tido de dificuldade em ler e compreender. 	<ul style="list-style-type: none"> Eu acho que sim...figura e fundo as vezes...oferecem algum tipo de dificuldade.
B	<ul style="list-style-type: none"> Quando tem, eu acho que sim. Não tenho dificuldade nesse sentido. 	<ul style="list-style-type: none"> Tem que buscar os óculos... eu não uso os óculos normalmente assim. Normalmente tem que botar os óculos para ler... Uma, que tu fica mal acomodada para tu ler...não tem uma luz específica ali, a luz tá mais na obra... As vezes tem que colocar a luzinha do telefone para poder ler. A posição eu acho ruim. Eles sempre colocam na parte de baixo ali. A posição podia melhorar. Para tudo isso melhorar, teria que ser um tamanho de letra melhor.
C	<ul style="list-style-type: none"> Sim. 	<ul style="list-style-type: none"> Nas etiquetas de identificação tive que me aproximar um pouco mais para poder compreender.
D	<ul style="list-style-type: none"> Eu gosto de ler e entendo um pouco. 	<ul style="list-style-type: none"> Às vezes... dependendo do lugar a letra é pequena.
E	<ul style="list-style-type: none"> Sim, estando em português. 	<ul style="list-style-type: none"> A dificuldade pode se tornar no tamanho da fonte.
F	<ul style="list-style-type: none"> Sim. 	<ul style="list-style-type: none"> Nem sempre... Às vezes é uma coisa que está bem longe e pequenininha.

Fonte: Dados da pesquisa (2022).

No que tange a compreensão e identificação dos textos nas exposições, foram encontrados marcadores relativos aos conceitos definidos por DuBay (2004), que delimita leitura e legibilidade textual. O Quadro 28 apresenta os marcadores relativos aos fatores relacionados à leitura e legibilidade dos textos expositivos.

Quadro 28 - Fatores relacionados à leitura e legibilidade

Leiturabilidade	Legibilidade
Lê e compreende; Entende um pouco.	Relação figura e fundo; Tamanho da letra; Tamanho da fonte; Posição relacional do texto.

Fonte: dados da pesquisa (2022).

Observa-se que a maioria dos entrevistados não encontram dificuldade de leitabilidade dos textos das exposições. No que tange à legibilidade, observa-se que o marcador referente ao tamanho da fonte/letra foi citado por três entrevistados. Os demais marcadores de legibilidade estão relacionados à relação entre figura e fundo, a posição do texto e a iluminação específica para o texto expositivo.

O Quadro 29 apresenta as respostas dos entrevistados sobre o que influencia a experiência do público durante a leitura dos textos expositivos.

Quadro 29 - Influência na experiência durante a leitura dos textos expositivos

Entrevistado	O que influencia a sua experiência durante a leitura dos textos expositivos?
A	<ul style="list-style-type: none"> • <i>O que emociona mesmo é a obra... é aquilo que tu sentes quando tu te vês frente a ela né...essa experiência do objeto. O que ela me diz...</i> • <i>O texto sempre vai ser um complemento. O principal é a obra. Aquilo que tu observas na obra. O sentimento que tu tens frente a obra. O texto é uma ajuda. É um auxílio.</i>
B	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Eu gosto de entender o texto para entender a obra. O que eu vou ler ali está conectado à obra que eu vou visitar.</i> • <i>Depois desse texto, que vai me falar sobre a obra, eu vou conseguir interpretar melhor a obra.</i> • <i>O texto é importante para mim.</i>
C	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Acho que é muito importante, pois eu enriqueço as informações que eu tinha.</i> • <i>Eu enriqueço o meu conhecimento teórico que eu tinha sobre um fato histórico. Acho muito importante.</i>
D	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Eu fico mais confiante e consigo entender melhor.</i>
E	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Normalmente eles me satisfazem.</i>
F	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Ver mais uma informação além do que a gente já sabia.</i>

Fonte: dados da pesquisa.

Observa-se, nas respostas dos entrevistados, que a leitura dos textos expositivos está relacionada diretamente aos três níveis de experiência do usuário. Novamente, são encontradas ocorrências relativas as três categorias de experiência, conforme o Quadro 30.

Quadro 30 - Ocorrências sobre a influência na experiência durante a leitura dos textos expositivos

(continua)

Experiência Estética	Experiência Emocional	Experiência de significado
<ul style="list-style-type: none"> • <i>O texto sempre vai ser um complemento. O principal é a obra.</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Eu fico mais confiante e consigo entender melhor.</i> • <i>Normalmente eles me satisfazem.</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Eu gosto de entender o texto para entender a obra.</i> • <i>Acho que é muito importante, pois eu enriqueço as informações que eu tinha.</i>

Quadro 30 - Ocorrências sobre a influência na experiência durante a leitura dos textos expositivos

(conclusão)

		<ul style="list-style-type: none"> • <i>Eu enriqueço o meu conhecimento teórico que eu tinha sobre um fato histórico.</i> • <i>Ver mais uma informação além do que a gente já sabia.</i>
--	--	--

Fonte: dados da pesquisa.

Acerca da recomendação para visitar outro museu/memorial de referência na área de acessibilidade, a entrevistada (A) citou o Museu Guggenheim Bilbao, localizado na cidade portuária de Bilbao/Espanha, como um museu acessível. A mesma entrevistada relata que o museu encanta em todos os sentidos, seja pela arquitetura ou pelas obras.

Acho que a visita ao museu é sempre... ele te causa assim... sentimentos de todas as tuas emoções. Todas as emoções são mexidas. Aquele sentimento de satisfação de tu poder estar ali. (Entrevistada A)

A entrevistada (B) destaca o Museu Sissi, na Áustria, pois a experiência com o audioguia foi muito boa. A entrevistada (C) cita o Museu do Prado como referência para acessibilidade, pois apesar de ter muitas obras, possui vários bancos para repouso. A National Gallery em Londres e o Museu d'Orsay em Paris também foram citados como museus acessíveis. O entrevistado (E) não soube informar.

4.2.3 Entrevistas com especialista em comunicação acessível

A entrevista com 01 especialista em comunicação acessível foi realizada pela plataforma ZOOM, em 09 de dezembro de 2022. A seguir apresentam-se os dados obtidos e suas respectivas análises, sendo que o primeiro quadro exibe o perfil da entrevistada (Quadro 31).

Quadro 31 - Perfil da entrevistada

Entrevistada	Sexo	Formação	Há quanto tempo atua na área?
A	Fem.	Graduada em Jornalismo; Mestre em Design e Sociedade	Há 20 anos.

Fonte: dados da pesquisa.

Acerca do entendimento de projeto de comunicação acessível no contexto dos museus/memoriais, a entrevistada relata que “só é acessível se der para entender”. Na compreensão da entrevistada, o museu tem a missão de intermediação do diálogo do museu com o público. Neste contexto: “o texto tem que se adequar ao usuário, e não o usuário que tem que se adequar ao texto”. E que existem ruídos nessa comunicação. Conforme a entrevistada, quem escreve textos “não consegue sair do seu lugar de saber e entrar no lugar de saber de alguém”. Quem escreve os textos, segundo a especialista, tem dificuldade de aceitar que ele está falando com alguém que não conhece o assunto: “você tem que se colocar no lugar da pessoa que está chegando”. No entendimento da especialista:

A gente quer um sonho... um texto que de conta de todo mundo. Um bom caminho seriam várias versões do texto original. Um texto especialista no assunto, um texto mais genérico de entendimento da população e um texto que atendam às particularidades de cada grupo – cegos, autistas, etc. (Entrevistada A).

No que tange aos dispositivos de comunicação acessível que devem ser disponibilizados nos museus/memoriais, a entrevistada afirma que quanto mais saídas de informação, melhor: “quando falamos de acessibilidade, falamos de todos os recursos disponíveis”. De acordo com a entrevistada, o ideal é que os museus disponibilizem um texto base em linguagem simplificada e para os demais textos, versões em Braille, audiodescrição, etc.

A respeito do uso da Linguagem Simples na elaboração dos textos expositivos, a entrevistada não observa isso nos museus brasileiros. “[...] observo isso quando eu viajo. Você percebe, nos museus da Europa, mais especificadamente no Reino Unido, que os textos são completamente diferentes. Eles têm uma abordagem convidativa” (Entrevistada A).

Acerca de como a Linguagem Simples (em termos de leitura) pode promover a compreensão dos textos expositivos pelo público, a especialista ressalta a importância do conhecimento do escopo total da Linguagem Simples.

[...] muitas vezes quando se fala em Linguagem Simples, se pensa em substituir palavras mais raras em palavras mais frequentes. É muitas vezes você colocar uma informação que você não colocou ali, e ela é importante para aquela compreensão. Este escopo amplo da Linguagem Simples tem muito a beneficiar a produção textual de exposições (Entrevistada A).

No que tange ao conceito de legibilidade, a entrevistada afirma que a compreensão se consegue por meio do design.

Considerando a Linguagem Simples, e os elementos que devem ser considerados para a elaboração de textos expositivos direcionado ao público idoso, a entrevistada não identifica muitas mudanças no uso da técnica, mas enfatiza que os museus e projetistas devem ficar atentos as questões de saúde do idoso, e como elas interferem na compreensibilidade. “Qual o estado cognitivo do público que fará a leitura? O projeto expositivo deve considerar a noção de acessibilidade expositiva. Deve começar pela estrutura de curadoria” (Entrevistada A).

Sobre como podemos relacionar a Linguagem Simples com a experiência dos visitantes nos museus, a especialista explana que a metodologia utilizada na simplificação textual contribui para que o texto seja um facilitador da experiência e não uma barreira.

A respeito de algum guia ou manual para elaboração dos textos expositivos em museus/memoriais, a entrevistada relata os estudos realizados por Margareta Ekarv, enquanto escritora de textos para o *Swedish Postal Museum*, conforme citado no capítulo 2.4 desta pesquisa.

Como referência no uso da Linguagem Simples em textos expositivos, a entrevistada recomenda à visita ao *National Maritime Museum – Royal Museums Greenwich*.

4.2.4 Grupo Focal

Neste tópico serão apresentados os resultados da avaliação da **leitabilidade**, da **legibilidade** e da **emoção**, no que se referem aos textos expositivos do Memorial do Rio Grande do Sul, anterior à aplicação das diretrizes preliminares de Linguagem Simples.

Para esta avaliação foi empregada a técnica de grupo focal, composto por seis idosos (com 75 anos ou mais), com, no mínimo, segundo grau de escolaridade, com experiência prévia em museus/memoriais.

Os participantes do grupo focal utilizaram os seguintes instrumentos, conforme a subsequente ordem: (1) Escala Likert para avaliação da **leitabilidade**; (2) Escala Likert para avaliação da **legibilidade**; (3) *Emocards* para avaliação da **emoção**.

Quadro 32 - Resultado das avaliações individuais pelas Escalas Likert referente à leiturabilidade dos textos expositivos

(conclusão)

Escala Likert para avaliação da LEITURABILIDADE TEXTO EXPOSITIVO 2								
Critérios:	Descrição:							
Contém somente informações essenciais.	Não existem informações desnecessárias na imagem.	2	5	5	4	4	4	4,0
Estilo da imagem é reconhecível pelo leitor.	Os elementos gráficos e palavras escolhidas fazem parte do repertório do leitor.	5	5	5	3	3	5	4,4
Elementos gráficos visualmente organizados, ordenados.	Estrutura clara que facilita a compreensão do conteúdo.	4	3	5	4	5	4	4,2
Detalhamento ideal.	O detalhamento utilizado não é excessivo nem faltam detalhes para compreender o conteúdo.	3	5	5	3	4	5	4,2
Conteúdo objetivo.	O conteúdo é compreendido sem dúvidas.	4	5	5	4	4	5	4,5
								4,3

Fonte: dados da pesquisa (2022).

Acerca da avaliação de leiturabilidade do texto expositivo 1, é possível observar o atendimento parcial as expectativas dos idosos, visto que, dos cinco critérios avaliados, dois atingiram 5 pontos de média. Em dois critérios pode-se observar notas acima de 4,0 pontos de média, indicando que o detalhamento do texto não é excessivo e o conteúdo é compreendido sem dúvidas. O critério que avalia se os elementos gráficos estão visualmente organizados e ordenados ficou com a menor pontuação (3,9 pontos de média).

No que tange à avaliação do texto expositivo 2, observa-se que não há média com nota máxima em nenhum dos critérios avaliados. A média geral é menor do que no texto expositivo 1, com uma pequena diferença. As médias por critério mais baixas estão relacionadas à presença de informações essenciais, à organização dos elementos gráficos e ao detalhamento utilizado na elaboração do texto.

b) Avaliação da legibilidade

O objetivo dessa etapa foi avaliar, por meio de grupo focal, a legibilidade de dois textos expositivos (Apêndice P; Apêndice Q) do Memorial do Rio Grande do Sul.

Para essa avaliação foi utilizada a Escala Likert (Quadro 12), composta por 5 critérios de qualidade que indicam um alto grau de legibilidade, conforme o parâmetro de **clareza**, definido por Pettersson (2013a). O Quadro 33 apresenta os

resultados das avaliações individuais, bem como as médias finais de cada critério e a média geral.

Quadro 33 - Resultado das avaliações individuais pelas Escalas Likert referente à Legibilidade dos textos expositivos

		Usuário 1	Usuário 2	Usuário 3	Usuário 4	Usuário 5	Usuário 6	
Escala Likert para avaliação da LEGIBILIDADE TEXTO EXPOSITIVO 1								
Critérios:	Descrição:							
Tamanho adequado dos elementos.	Os elementos, incluindo a tipografia, têm um tamanho legível.	5	3	5	4	3	3	3,9
Impacto/força dos elementos gráficos.	Os elementos são facilmente identificados.	4	2	4	4	4	3	3,5
Distinção entre as partes da imagem.	Todos os elementos são claramente discerníveis.	3	2	5	3	4	2	3,2
Distinção entre figura e fundo.	A figura (parte do conteúdo) do gráfico destaca-se com facilidade do fundo.	5	2	5	5	5	4	4,2
Tipografia de fácil leitura.	A tipografia utilizada é familiar e tem um tamanho legível.	3	3	5	4	3	3	3,5
								3,7
Escala Likert para avaliação da LEGIBILIDADE TEXTO EXPOSITIVO 2								
Critérios:	Descrição:							
Tamanho adequado dos elementos.	Os elementos, incluindo a tipografia, têm um tamanho legível.	5	3	5	5	5	4	4,5
Impacto/força dos elementos gráficos.	Os elementos são facilmente identificados.	4	4	4	4	4	3	3,9
Distinção entre as partes da imagem.	Todos os elementos são claramente discerníveis.	3	4	5	3	3	4	3,7
Distinção entre figura e fundo.	A figura (parte do conteúdo) do gráfico destaca-se com facilidade do fundo.	5	3	5	4	5	4	4,4
Tipografia de fácil leitura.	A tipografia utilizada é familiar e tem um tamanho legível.	5	3	5	5	4	5	4,5
								4,2

Fonte: dados da pesquisa (2022).

Acerca do texto expositivo 1, quatro, dos cinco critérios ficaram com médias abaixo de 4,0 pontos. Apenas o critério de distinção em figura e fundo obteve a média de 4,2 pontos, sendo a maior média. A menor média, 3,2 pontos, está relacionada a capacidade de discernir claramente os elementos. Neste contexto, observa-se que todos os idosos do grupo focal possuem alguma dificuldade na legibilidade dos elementos que compõem o texto expositivo 1.

Quanto ao texto expositivo 2, percebe-se que as médias dos critérios foram superiores ao Texto Expositivo 1, bem como a média geral (4,2 pontos de média).

Dos cinco critérios, dois ficaram abaixo de 4,0 pontos, e estão relacionados a capacidade de discernir e perceber claramente os elementos. Estes critérios, são os mesmos critérios que obtiveram a menor pontuação no texto expositivo 1. As maiores médias estão relacionadas a legibilidade do tipo e do tamanho da tipografia.

No que tange a legibilidade, em ambos os textos, a média final geral foi inferior à avaliação de leitura.

Pode-se observar que os textos expositivos apresentam simplicidade na apresentação do conteúdo, ainda que a estrutura esteja complexa e com informações desnecessárias ao leitor.

Verificou-se também, que a legibilidade, ou seja, a clareza do texto, apresenta elementos que não são facilmente identificados e que não são claramente reconhecíveis. Tendo a legibilidade mais relação com a forma e de como os elementos são dispostos e se apresentam ao leitor, sua deficiência também pode afetar a compreensão dos textos.

c) Avaliação da emoção

Esta avaliação investigou como os idosos, pertencentes ao grupo focal, responderam emocionalmente à leitura de dois textos expositivos (Apêndice P; Apêndice Q) do Memorial do Rio Grande do Sul, por meio da relação das emoções a um tipo distinto de preocupação, definidas, segundo Desmet e Hekkert (2000), como: **metas, padrões e atitudes**.

Para esta avaliação foram utilizados 16 *Emocards* (Apêndice O). Os 16 *Emocards* retratam rostos de desenhos animados com oito expressões emocionais distintas (oito rostos masculinos e oito rostos femininos). Conforme Desmet e Hekkert (2000), essas expressões variam de acordo com as dimensões de “**prazer**” e “**excitação**”, ou seja, cada emoção pode ser descrita em termos do nível de prazer (agradável, neutro, desagradável) e excitação (calmo, médio, excitado).

Cada usuário respondeu a três perguntas conforme as dimensões da experiência, apontando para um dentre os 16 *Emocards* que estavam dispostos sobre uma mesa (Apêndice S). Posteriormente, foi-lhes pedido que apontassem o *Emocard* que melhor expressava a sua resposta emocional para cada texto. Cada resposta, a partir da indicação do usuário, foi registrada, pelo pesquisador, no instrumento de avaliação da emoção (Quadro 13).

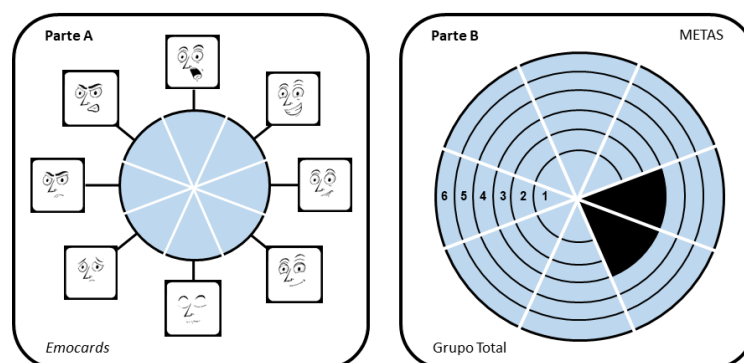
Este tópico apresenta um compilado dos resultados obtidos, dividido quanto as **metas, padrões, atitudes e contexto geral** de cada texto expositivo. A relação completa das imagens produzidas por meio da aplicação deste instrumento estão no Apêndice Z desta pesquisa.

O tamanho das “fatias” pretas é a medida da quantidade de usuários que preferem aquela resposta emocional específica (escala de 1 a 6 usuários). O

A primeira pergunta do instrumento, que avalia as três dimensões da experiência do usuário, está relacionada às **metas**. A Figura 30 apresenta os resultados obtidos.

De acordo com os resultados, três usuários preferiram a resposta “calmo-agradável” e os demais, a resposta “médio-agradável”. Portanto, o grupo será referido na dimensão da excitação como “calmo” e “médio”, acerca dos objetivos alcançados por meio do texto expositivo 1. Observa-se que, no tocante a dimensão do prazer, os resultados apontam para emoções “agradáveis” frente aos objetivos do texto.

Figura 30 - Resultados das avaliações individuais pelos *Emocards*, quanto às **metas**.
O texto expositivo atendeu o seu objetivo?



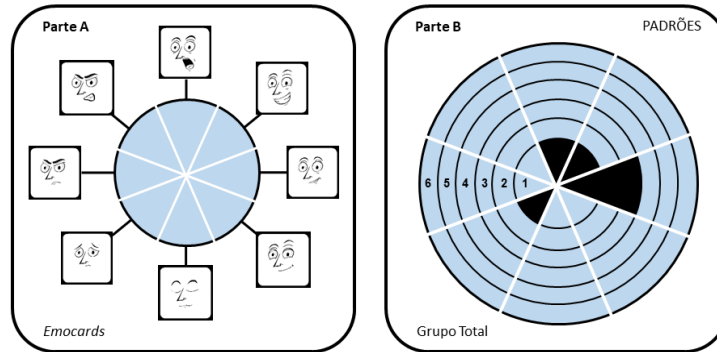
Fonte: dados da pesquisa (2022).

A Figura 31, apresenta os resultados obtidos em relação à segunda dimensão da experiência do usuário. Os **padrões** estão relacionados às expectativas, ou seja, se o texto está de acordo com o que o usuário esperava.

Conforme os resultados apresentados, um usuário preferiu a resposta “calmo-desagradável”; três usuários preferiram a resposta “médio-agradável”; um usuário a resposta “excitado-agradável”; e, um usuário a resposta “excitado-neutro”. Portanto, o grupo será referido na dimensão da excitação como “calmo”, “médio” e “excitado”

no que se refere ao nível de excitação referente às expectativas da leitura dos textos.

Figura 31 - Resultados das avaliações individuais pelos *Emocards*, quanto aos **padrões**.
O texto está de acordo com o que você esperava?

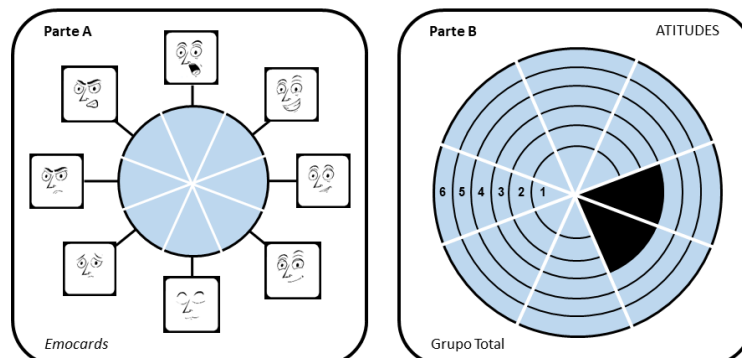


Fonte: dados da pesquisa (2022).

No que tange as expectativas em relação à dimensão de prazer, um dos usuários considera que o texto não atingiu plenamente suas expectativas, ou seja, a experiência emocional foi “desagradável”; quatro usuários apontam como “agradável” e apenas um como “neutra”, ou seja, nem agradável e nem desagradável.

A Figura 32, apresenta os resultados obtidos em relação à terceira dimensão da experiência do usuário. As **atitudes** estão relacionadas às características do produto em si, tal como, tamanho, forma, cores, etc.

Figura 32 - Resultados das avaliações individuais pelos *Emocards*, quanto às **atitudes**.
Formalmente, como você avalia o texto?



Fonte: dados da pesquisa (2022).

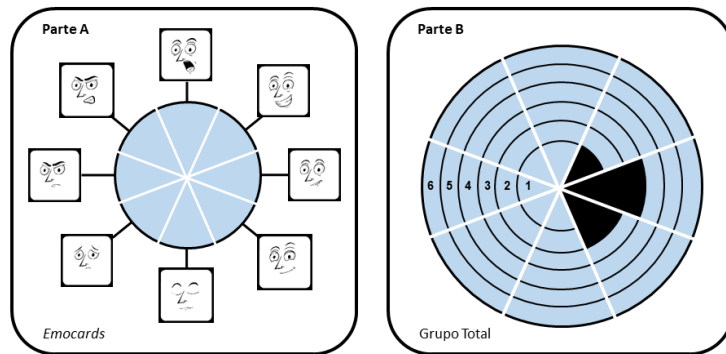
De acordo com os resultados, três usuários preferiram a resposta “calmo-agradável” e os demais “médio-agradável”. Portanto, o grupo será referido, conforme as dimensões da excitação, como “calmo” e “médio Na dimensão do prazer, os

usuários descrevem como “agradáveis” as emoções que estão relacionadas às atitudes.

A Figura 33 apresenta os resultados obtidos em relação ao **contexto geral** do texto expositivo 1.

Conforme os resultados apresentados, um usuário preferiu a resposta “calmo-agradável”; três usuários “médio-agradável”; e, um usuário a resposta “excitado-agradável”. O grupo será referido como “calmo”, “médio” e “excitado”, frente à dimensão da excitação. Observa-se que, no **contexto geral**, os usuários consideram “agradável” o texto expositivo 1.

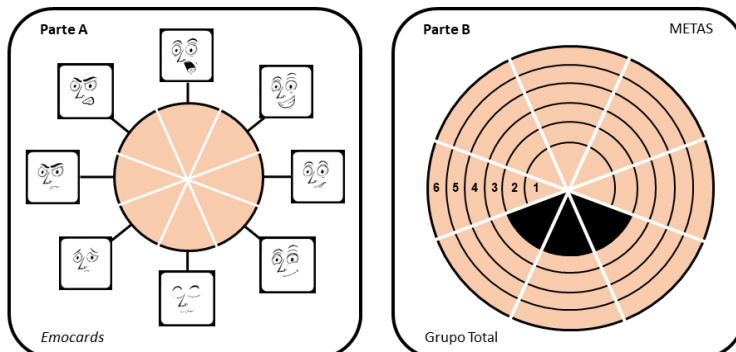
Figura 33 - Resultados das avaliações individuais pelo *Emocards*, quanto ao **contexto geral**.
Qual *Emocard* corresponde ao texto expositivo?



Fonte: dados da pesquisa (2022).

As Figuras 34, 35, 36 e 37 apresentam os resultados obtidos pela avaliação do texto expositivo 2.

Figura 34 - Resultados das avaliações individuais pelos *Emocards*, quanto às **metas**.
O texto expositivo atendeu o seu objetivo?



Fonte: dados da pesquisa (2022).

Segundo os resultados obtidos, dois usuários escolheram a resposta “calmo-desagradável”; dois usuários preferiram a resposta “calmo-neutro”; e, dois usuários a

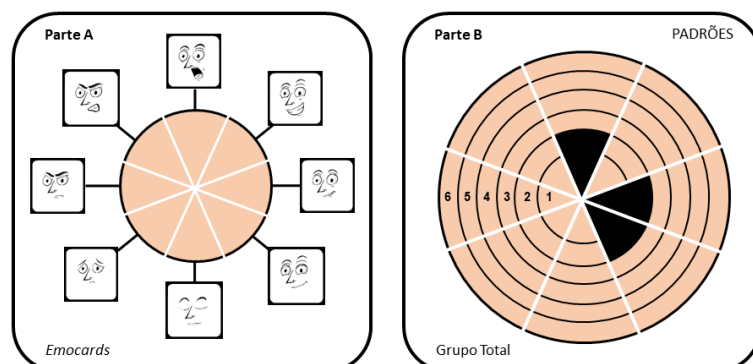
resposta “calmo-agradável”. Portanto, o grupo será referido apenas como “calmo”, acerca das **metas**. No que tange à dimensão do prazer, dois usuários consideram suas emoções “desagradáveis” em relação ao objetivo atendido pelo texto; dois usuários apontam como “agradáveis” as emoções; e, dois como “neutras”, ou seja, nem agradáveis e nem desagradáveis.

A Figura 35 apresenta os resultados obtidos frente aos **padrões**.

Acerca dos resultados apresentados, dois usuários escolheram a resposta “calmo-agradável”; dois preferiram a resposta “médio-agradável”; e, dois usuários a resposta “excitado-agradável”. Portanto, o grupo será referido como “calmo”, “médio” e “excitado” no que se refere ao nível de excitação referente à expectativa da leitura do texto. No que tange a expectativa em relação à dimensão de prazer, cinco usuários elencaram emoções “agradáveis” e apenas um como “neutra”, ou seja, nem agradável e nem desagradável.

Figura 35 - Resultados das avaliações individuais pelos *Emocards*, quanto aos **padrões**.

O texto está de acordo com o que você esperava?

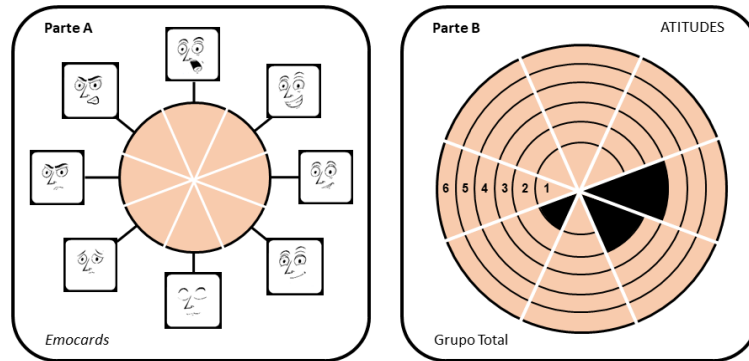


Fonte: dados da pesquisa (2022).

A Figura 36, apresenta os resultados obtidos em relação à terceira dimensão da experiência do usuário, as **atitudes**.

De acordo com os resultados, dois usuários elegeram a resposta “calmo-agradável”; três “médio-agradável”; e, um “calmo-desagradável. Desse modo, o grupo será referido, de acordo com as dimensões da excitação, como “calmo” e “médio”. Na dimensão do prazer, cinco usuários descreveram como “agradáveis” as emoções que estão relacionadas às atitudes, e apenas um associou o texto à uma emoção “desagradável”.

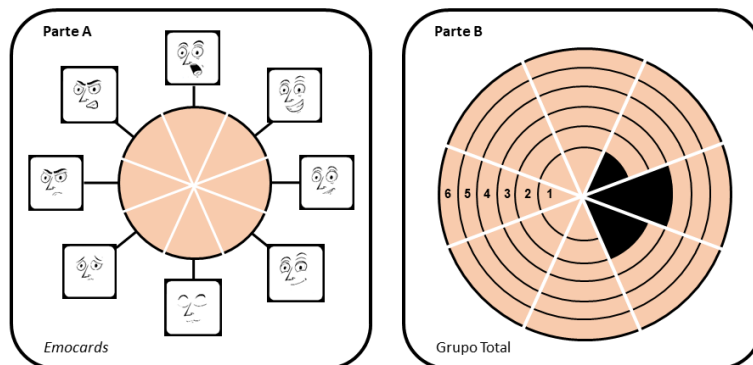
Figura 36 - Resultados das avaliações individuais pelos *Emocards*, quanto às **atitudes**.
Formalmente, como você avalia o texto?



Fonte: dados da pesquisa (2022).

A Figura 37, apresenta os resultados obtidos em relação ao **contexto geral** do texto expositivo 2.

Figura 37 - Resultados das avaliações individuais pelo *Emocards*, quanto ao contexto geral.
Qual *Emocard* corresponde ao texto expositivo?



Fonte: dados da pesquisa (2022).

Conforme os resultados apresentados, dois usuários elegeram a resposta “calmo-agradável”; três usuários “médio-agradável”; e, um usuário a resposta “excitado-agradável”. Portanto, o grupo será referido como “calmo”, “médio” e “excitado”, acerca da dimensão da excitação. Observa-se que, no contexto geral, os usuários consideram agradável o texto expositivo 2, conforme os três níveis de excitação apresentados anteriormente.

4.3 LEVANTAMENTO DE DIRETRIZES

Esta fase foi processada em três etapas, baseada nos estudos realizados por Viaro (2015): **(1) levantamento das orientações; (2) normalização das orientações em diretrizes; (3) listagem das diretrizes preliminares.**

4.3.1 Levantamento das orientações de Linguagem Simples

A primeira etapa consiste no levantamento das orientações (princípios, diretrizes e características) relativas à Linguagem Simples por meio de revisão de literatura sobre o tema.

O processo de levantamento de orientações foi realizado de acordo com os seguintes procedimentos: (1) listagem de todos os conjuntos de orientações em Linguagem Simples; (2) seleção de conjuntos de acordo com os conceitos de leitura e legibilidade; (3) listagem de todas as orientações contidas nesses conjuntos; e, (4) identificação das orientações que se adequam aos mesmos requisitos.

A listagem dos conjuntos de orientações tomou como base os objetivos específicos (d) e (e), desta pesquisa, para o delineamento da *String* de busca. Para criar a *String* de busca foi necessário identificar os descritores referente ao tema de pesquisa, que trata da acessibilidade em museus, por meio do uso da Linguagem Simples para a tomada de decisão no processo de projeto de comunicação acessível para fins de promover a experiência do público idoso.

Nesta busca foram identificados e utilizados cinco conjuntos de descritores: (1) *Museum, Art, Older People*; (2) *Plain Language, Inclusivity, Museum*; (3) *Older People, Readability, Museum*; (4) *Museu, Idoso, Linguagem Simples*; (5) *Idoso, Leiturabilidade, Legibilidade*.

A partir dos conjuntos de descritores, realizou-se uma busca na base de dados Periódicos da CAPES (www.periodicos.capes.gov.br) e SciELO (www.scielo.org), por fontes publicadas no período de 2000 a 2021. O período foi assim demarcado considerando os estudos realizados por DuBay (2004) na primeira década de 2000 até o momento da pesquisa. Para apoiar a discussão e análise dos resultados obtidos pela *String* de busca, foram incorporadas publicações de outras fontes que abordam os conceitos de museu, acessibilidade, Linguagem Simples,

legibilidade, leiturabilidade e público idoso. A partir da análise dos resultados buscou-se sistematizar parâmetros iniciais que facilitam a leiturabilidade e legibilidade dos textos expositivos em museus, direcionado ao público idoso.

A *String* de busca foi utilizada na base de dados, assim como os critérios de inclusão e exclusão, para seleção de periódicos que se julgaram passíveis de responder às questões de pesquisa. Para tanto, foram definidos os seguintes critérios de **inclusão**: filtragem, disponíveis na própria busca, com os termos e palavras-chave elencadas das questões de pesquisa; artigos disponíveis para acesso; artigos revisados por pares; artigos publicados no período de 2000 até o momento da pesquisa. Para os critérios de **exclusão** foram definidos: a indisponibilidade do trabalho em sua íntegra; trabalhos que não apresentem indícios de relação com o foco desta pesquisa, identificáveis pelo título e palavras-chave; trabalhos de um mesmo autor que apresentem títulos diferentes, mas com conteúdo igual.

A pesquisa obteve, inicialmente, através da *String* de busca no Portal de periódicos da CAPES e no Portal SciELO, o total de 8.166 artigos. Após o uso dos filtros, utilizados nas próprias ferramentas de busca, obteve-se 1.044 artigos. Destes, aplicados os critérios de exclusão, foram selecionados 07 artigos para leitura na íntegra. Dos 07 artigos finais, 2 artigos foram resultantes da busca por *Museum, Art, Older People*; nenhum artigo por meio dos descritores *Plain Language, Inclusivity, Museum*; 1 artigo da busca por *Older People, Readability, Museum*; 2 artigos resultantes da busca por *Museu, Idoso, Linguagem Simples*; 2 artigos da busca por *Idoso, Leiturabilidade, Legibilidade*.

Para a segunda etapa, que trata da seleção de conjuntos de acordo com os conceitos de leiturabilidade e legibilidade, foi adotada a definição de DuBay (2004), que delimita Linguagem Simples em dois conceitos - leiturabilidade e legibilidade, e cujos parâmetros estão divididos conforme Sousa (2017). Ao total, foram levantados 3 conjuntos de orientações:

- a. **Orientações de leiturabilidade, referente à linguagem dos textos**
- b. **Orientações de leiturabilidade, referente à estrutura dos textos**
- c. **Orientações de legibilidade, referente à formatação dos textos**

Em leiturabilidade, referente à linguagem dos textos, foram levantadas 52 orientações; em leiturabilidade, referente à estrutura dos textos, foram 22 orientações; em legibilidade, referente à formatação dos textos, foram levantadas 27 orientações. Portanto, 3 conjuntos e 102 orientações totalizaram esta listagem inicial, categorizados em princípios, diretrizes e características.

Quadro 34 - Conjuntos de orientações selecionadas

(continua)

Orientações de LEITURABILIDADE, referente à LINGUAGEM dos textos				
Autor(es)	Tipos de orientação			Orientação
	Princípios	Diretrizes	Características	
Dean (1996)				É necessário que os textos expositivos sejam pertinentes e objetivos.
				O conteúdo dos materiais textuais deve perguntar e propor novos questionamentos ao público.
				O título deve atrair a atenção do visitante, despertando o interesse pela temática exposta.
				O subtítulo conta, em poucas palavras, sobre a essência do texto.
				Os textos introdutórios apresentam o primeiro conjunto de informações, bem como os principais conceitos da exposição.
				Os textos de seções, ou grupos, são utilizados para introduzir, identificar ou interpretar um grupo particular de objetos ou uma seção.
				Os textos de seções, ou grupos, exigem maior esforço para serem lidos, sua concepção necessita ser redigida de forma sucinta, atraindo assim, a atenção do visitante.
				A legenda é um pequeno bloco de texto referente a um objeto específico, que apresenta informações detalhadas sobre o objeto exposto.
Ekarv (1996)				Utilização de linguagem simples para exprimir as ideias.
				Uso da ordem natural do discurso oral.
				Apresentação de uma ideia por parágrafo, abordando o assunto principal logo no seu início.
				Recurso à forma ativa dos verbos.
				Evitar orações complexas e subordinadas, advérbios desnecessários e palavras hifenizadas no fim de cada linha.
				Discutir os textos com outras pessoas e ter em consideração as suas opiniões.
				Imprimir ao texto um certo sentido poético.
Serrell (1996)				Bons textos interpretativos permitem a mudança de atitude, desconstruem pré-conceitos, despertam o pensamento crítico, constroem narrativas e instigam a curiosidade.
				Não utilizar textos que não estão relacionados com uma grande ideia, que divagam, sem foco ou objetivos.
				Não utilizar textos que têm demasiada ênfase na instrução (apresentação de informações) em vez de interpretação (que oferece provocação).
				Não utilizar textos que não levam em conta os conhecimentos prévios, interesses e/ou equívocos dos visitantes - que não sabem quem é o público.
				Não utilizar textos com nenhum sistema aparente de design e conteúdo para organizar as mensagens, códigos ou contexto.

Quadro 34 - Conjuntos de orientações selecionadas

(continuação)

				Não utilizar textos escritos com um vocabulário que está fora do alcance para a maioria dos visitantes.
				Não utilizar textos que sejam muito longos e prolixos.
				Não utilizar textos que façam perguntas que não sejam as perguntas dos visitantes.
				Não utilizar textos para objetos interativos que não têm instrução ou interpretações localizadas de maneiras lógica e integrada.
				Evite hifenizar palavras no final das linhas, principalmente para os comprimentos de linha maiores que 50 a 60 caracteres e tipo de letras de tamanhos maiores.
Orwell (2000)				Nunca use metáfora, símile ou outra figura de linguagem.
				Nunca use uma palavra longa onde uma palavra curta servirá.
				Se for possível cortar uma palavra, sempre a corte.
				Nunca use o passivo quando você pode usar o ativo.
				Nunca use uma frase estrangeira, uma palavra científica ou um jargão se você puder pensar em um equivalente do dia a dia.
				Quebre qualquer uma dessas regras antes de dizer qualquer coisa completamente absurda.
Fernández e Fernández (2007)				O conteúdo do texto introdutório deve ser cuidadosamente estruturado, tendo em conta o seu carácter explicativo e a sua função introdutória.
Locker (2011)				O subtítulo deve ser um breve resumo dos pontos-chave do discurso.
				Os textos de seções ou grupos formam o corpo principal do texto e contém informações mais detalhadas.
Bitggod (2013)				O conteúdo de um determinado texto da exposição pode despertar interesse do público, que é capaz de avaliar se o texto é longo e técnico demais em comparação com o curto tempo para a visitação.
Sousa (2017)				Fazer um resumo da história dando prioridade à linha narrativa.
				Simplificar a linguagem no vocabulário e sintaxe, mantendo o máximo do original.
				Quando necessário, substituir alguns termos, ou expressões.
				Suprimir algumas partes do texto ou acrescentar outras.
				Usar estrutura simples, com a ordem natural das palavras.
				Evitar frases subordinadas, adjetivos rebuscados e advérbios.
Fischer (2018)				Dar preferência à voz ativa.
				Estudos no campo da linguagem mostram que textos com estrutura sintática complexa, vocabulário pouco familiar, entre outras características, podem prejudicar a compreensão, mesmo de leitores hábeis.
Trench (2018)				Escreva como você falaria.
				Seja ativo, não passivo.
				Seja curto e rápido.
				Organize suas informações.
				Admita a incerteza.
Plain Language Association International - PLAIN				Lembre-se das seis regras de Orwell.
				Utilizar texto dialógico, com uso de pronome pessoal (nós, você).
				Uso de palavras mais simples.
				Evitar o uso de jargões e minimizar o uso de termos técnicos.
				Usar, preferencialmente, frases na voz ativa.

Quadro 34 - Conjuntos de orientações selecionadas

(continuação)

Orientações de LEITURABILIDADE, referente à ESTRUTURA dos textos			
Tipos de orientação			
Autor(es)	Princípios	Diretrizes	Características
			Orientação
Dean (1996)			O título deve possuir menos de 10 palavras.
			O subtítulo normalmente apresenta-se em letras menores que os títulos e pode apresentar até 20 palavras.
			Blocos de textos introdutórios não devem ter mais que 75 palavras.
			O texto introdutório é limitado a parágrafos curtos e concisos, podendo serem incluídas até 200 palavras.
			Os textos introdutórios devem utilizar textos de parágrafos múltiplos, com a regra geral de 75 palavras para cada parágrafo.
			Para textos introdutórios, o espaçamento entre os parágrafos deve ser suficiente para dar uma aparência aberta e organizada, proporcionando assim, o aumento do seu apelo visual.
			Utiliza-se a regra de 75 palavras com 12 a 24 pontos de altura para permitir que o texto seja lido facilmente.
Ekarv (1996)			Para textos de seções, ou grupos, se aplica a regra geral de 75 palavras, podendo serem empregadas até 150 palavras se forem utilizadas quebras de parágrafo e o tamanho e o estilo do texto for propício para uma leitura fácil.
			Redação de parágrafos curtos, com cerca de 45 palavras, distribuídas por 4 ou 5 linhas, pois torna-se mais difícil de processar muita informação ao mesmo tempo.
			Assegurar pausas durante a leitura do texto.
			Ajustar a pontuação ao ritmo de leitura.
Locker (2011)			Rever, continuamente, a construção dos textos.
			Os parágrafos não devem conter mais de duas ou três frases curtas.
			Comprimentos de linha com cerca de 10 palavras permitem que o leitor volte confortavelmente para o início da próxima linha.
Sousa (2017)			O corpo do texto deve ser organizado em parágrafos curtos, intercalados com imagens ou exemplos, podendo ser alinhado à esquerda (é mais fácil de ler) ou à direita.
			Utilizar frases curtas.
			Colocar vírgula nas pausas naturais da frase.
			Dividir o texto por linhas, com no máximo 45 caracteres por linha.
D'Agostini (2017)			Fazer coincidir o fim natural da frase com o fim da linha.
			Utilizar parágrafos de no máximo 10 linhas.
Plain Language Association International – PLAIN			É preciso organizar o texto, estabelecendo, para isso, uma hierarquia entre as informações.
			Tamanho de frase deve ter extensão média entre 15 e 20 palavras (recomenda-se não exceder 30 a 35 palavras).

Quadro 34 - Conjuntos de orientações selecionadas

(continuação)

Orientações de LEGIBILIDADE referente à FORMATAÇÃO dos textos				
Tipos de orientação				Orientação
Autor(es)	Princípios	Diretrizes	Características	
Dean (1996)				Para maior legibilidade do texto, em contraste com o fundo, o uso de letras pretas em fundo branco é o mais indicado.
				Os tipos de letra <i>sans serif</i> são melhores para a legibilidade do que os tipos <i>serif</i> .
				Tipos <i>sans serif</i> são frios, sem emoção, sendo úteis para a apresentação de informações factuais.
				<i>Serif</i> e tipos cursivos são mais amigáveis e familiares do que os tipos simples de <i>serif</i> , pois evocam a resposta emocional de familiaridade.
				Uso de no máximo 02 (dois) ou 03 (três) modelos de tipos de letras em um mesmo bloco.
				Textos introdutórios devem considerar o tamanho da fonte, que precisará ser grande o suficiente para facilitar a leitura (18 a 36 pontos).
				Para textos introdutórios, o tipo de letra deve ser altamente legível; tipografia sem serifa (Helvética, Futura e Avant Garde) ou tipografia com serifa (Times-Roman e Garamond).
Ekarv (1996)				Texto preto sobre fundo branco (aconselhável para rótulos mais longos).
				Adequar o desenho gráfico do texto ao aspecto final dos painéis. Posicionar o texto na sua forma final para verificar o efeito visual.
Serrell (1996)				As etiquetas devem apresentar tipos com tamanhos entre 20 e 24 pontos.
				Para textos introdutórios, textos de grupos ou textos que serão lidos em uma distância de até 46 cm, o tamanho deve estar entre 28 a 48 pontos.
				Uso de letras brancas em fundo preto, é recomendável a utilização de tipos sem serifa.
				Letras alongadas, apertadas, achatadas e com grande espaço entre si estão entre os fatores que mais dificultam a legibilidade.
				Tipos de letras com exagero de serifa e arabescos também dificultam a leitura, portanto, a escolha entre <i>serif</i> ou <i>sans serif</i> tem maior relação com o uso apropriado do estilo.
				Use letras maiúsculas e minúsculas no corpo do texto, em vez de todas em letras maiúsculas. Todas as letras em maiúsculas, na maioria dos tipos de letras, são menos legíveis.
				Use itálico com moderação, não mais que três linhas no corpo do texto. Letras em itálico são menos legíveis em alguns tipos de letras que outros.
Locker (2011)				Use alinhamento de margens à direita (não centralizado, não justificado, não à esquerda). Alinhamento da margem à direita não vai exigir ajustes para o espaçamento entre as palavras e evita "rios" de espaço que correm verticalmente ente os parágrafos. Margens à esquerda dificultam o olho de encontrar o seu caminho para o início da próxima linha.
				O contraste tonal entre o tipo e o fundo deve ser 70%.
Petterson (2013b)				Devemos evitar o uso de uma tipografia incomum, muito pequenas ou muito grandes.

Quadro 34 - Conjuntos de orientações selecionadas

				(conclusão)
Hughes (2015)				Difícil imaginar uma situação em uma exposição em que um tamanho de tipo possa ser menor que 18 pontos.
D'Agostini (2017)				A avaliação do contraste entre as cores deve determinar o nível de legibilidade entre elas quando sobrepostas umas às outras.
Sousa (2017)				Alinhar o texto à esquerda.
				Utilizar espaços entre parágrafos.
				Utilizar espaço entre linhas de 1,5.
				Utilizar letras sem serifa.
				Utilizar letras com corpo não inferior a 12 pontos.

Fonte: elaborado pelo autor (2023).

A partir da listagem exibida no Quadro 34, realizou-se a seleção das orientações baseando-se no atendimento dos critérios de seleção. Portanto, cada orientação “respondeu” a 4 perguntas para ser selecionada:

- a. A orientação está relacionada à textos expositivos?
- b. A orientação trata de aspectos de linguagem, estrutura e formatação dos textos expositivos?
- c. A orientação abrange todos os tipos de conteúdo, usuários e materiais?
- d. A orientação tem como foco os princípios da Linguagem Simples, conforme consta no item 2.4 dessa pesquisa?

O Quadro 35 apresenta o conjunto de orientações listadas, bem como as orientações selecionadas em verde e as excluídas em cinza. No conjunto de **orientações de leituraabilidade, referente à linguagem dos textos**, foram excluídas 24 orientações; no conjunto de **orientações de leituraabilidade, referente à estrutura dos textos** não ocorreu nenhuma exclusão; no conjunto de **orientações de leituraabilidade, referente à formatação dos textos**, foram excluídas 2 orientações. Todas orientações excluídas não atenderam aos critérios de seleção adotados no procedimento anterior.

As orientações em amarelo são resultantes da divisão de 1 orientação que originou 2 orientações distintas. No conjunto de **orientações de leituraabilidade, referente à linguagem dos textos** e de **orientações de leituraabilidade, referente à formatação dos textos**, foi dividida 1 orientação em ambos os casos; no conjunto

de **orientações de leituraabilidade, referente à estrutura dos textos**, não ocorreu nenhuma divisão.

Quadro 35 - Conjuntos de orientações listadas

(continua)

Orientações de LEITURABILIDADE, referente à LINGUAGEM dos textos			
Tipos de orientação			
Autor(es)	Princípios	Diretrizes	Características
			Orientação
Dean (1996)			É necessário que os textos expositivos sejam pertinentes e objetivos.
			O conteúdo dos materiais textuais deve perguntar e propor novos questionamentos ao público.
			O título deve atrair a atenção do visitante, despertando o interesse pela temática exposta.
			O subtítulo conta, em poucas palavras, sobre a essência do texto.
			Os textos introdutórios apresentam o primeiro conjunto de informações, bem como os principais conceitos da exposição.
			Os textos de seções, ou grupos, são utilizados para introduzir, identificar ou interpretar um grupo particular de objetos ou uma seção.
			Os textos de seções ou grupos exigem maior esforço para serem lidos, sua concepção necessita ser redigida de forma sucinta, atraindo assim, a atenção do visitante.
			A legenda é um pequeno bloco de texto referente a um objeto específico, que apresenta informações detalhadas sobre o objeto exposto.
Ekarv (1996)			Utilização de linguagem simples para exprimir as ideias.
			Uso da ordem natural do discurso oral.
			Apresentação de uma ideia por parágrafo, abordando o assunto principal logo no seu início.
			Recurso à forma ativa dos verbos.
			Evitar orações complexas e subordinadas, advérbios desnecessários e palavras hifenizadas no fim de cada linha.
			Discutir os textos com outras pessoas e ter em consideração as suas opiniões.
Serrell (1996)			Imprimir ao texto um certo sentido poético.
			Bons textos interpretativos permitem a mudança de atitude, desconstruem pré-conceitos, despertam o pensamento crítico, constroem narrativas e instigam a curiosidade.
			Não utilizar textos que não estão relacionados com uma grande ideia, que divagam, sem foco ou objetivos.
			Não utilizar textos que têm demasiada ênfase na instrução (apresentação de informações) em vez de interpretação (que oferece provocação).
			Não utilizar textos que não levam em conta os conhecimentos prévios, interesses e/ou equívocos dos visitantes - que não sabem quem é o público.
			Não utilizar textos com nenhum sistema aparente de design e conteúdo para organizar as mensagens, códigos ou contexto.
			Não utilizar textos escritos com um vocabulário que está fora do alcance para a maioria dos visitantes.
			Não utilizar textos que são muito longos e prolixos.
		Não utilizar textos que fazem perguntas que não são as perguntas dos visitantes.	

Quadro 35 - Conjuntos de orientações listadas

(continuação)

				Não utilizar textos para objetos interativos que não têm instrução ou interpretações localizadas de maneiras lógica e integrada.
				Evite hifenizar palavras no final das linhas, principalmente para os comprimentos de linha maiores que 50 a 60 caracteres e tipo de letras de tamanhos maiores.
Orwell (2000)				Nunca use metáfora, símile ou outra figura de linguagem.
				Nunca use uma palavra longa onde uma palavra curta servirá.
				Se for possível cortar uma palavra, sempre a corte.
				Nunca use o passivo quando você pode usar o ativo.
				Nunca use uma frase estrangeira, uma palavra científica ou um jargão se você puder pensar em um equivalente do dia a dia.
				Quebre qualquer uma dessas regras antes de dizer qualquer coisa completamente absurda.
Fernández e Fernández (2007)				O conteúdo do texto introdutório deve ser cuidadosamente estruturado, tendo em conta o seu carácter explicativo e a sua função introdutória.
Locker (2011)				O subtítulo deve ser um breve resumo dos pontos-chave do discurso.
				Os textos de seções, ou grupos, formam o corpo principal do texto e contém informações mais detalhadas.
Bitggod (2013)				O conteúdo de um determinado texto da exposição pode despertar interesse do público, que é capaz de avaliar se o texto é longo e técnico demais em comparação com o curto tempo para a visitação.
Sousa (2017)				Fazer um resumo da história dando prioridade à linha narrativa.
				Simplificar a linguagem no vocabulário e sintaxe mantendo o máximo do original.
				Não utilizar textos para objetos interativos que não têm instrução ou interpretações localizadas de maneiras lógica e integrada.
				Evite hifenizar palavras no final das linhas, principalmente para os comprimentos de linha maiores que 50 a 60 caracteres e tipo de letras de tamanhos maiores.
Orwell (2000)				Nunca use metáfora, símile ou outra figura de linguagem.
				Nunca use uma palavra longa onde uma palavra curta servirá.
				Se for possível cortar uma palavra, sempre a corte.
				Nunca use o passivo quando você pode usar o ativo.
				Nunca use uma frase estrangeira, uma palavra científica ou um jargão se você puder pensar em um equivalente do dia a dia.
				Quebre qualquer uma dessas regras antes de dizer qualquer coisa completamente absurda.
Fernández e Fernández (2007)				O conteúdo do texto introdutório deve ser cuidadosamente estruturado, tendo em conta o seu carácter explicativo e a sua função introdutória.
Locker (2011)				O subtítulo deve ser um breve resumo dos pontos-chave do discurso.
				Os textos de seções, ou grupos, formam o corpo principal do texto e contém informações mais detalhadas.
Bitggod (2013)				O conteúdo de um determinado texto da exposição pode despertar interesse do público, que é capaz de avaliar se o texto é longo e técnico demais em comparação com o curto tempo para a visitação.

Quadro 35 - Conjuntos de orientações listadas

(continuação)

Sousa (2017)				Fazer um resumo da história dando prioridade à linha narrativa.
				Simplificar a linguagem no vocabulário e sintaxe mantendo o máximo do original.
				Quando necessário, substituir alguns termos, ou expressões.
				Suprimir algumas partes do texto ou acrescentar outras.
				Usar estrutura simples, com a ordem natural das palavras.
				Evitar frases subordinadas, adjetivos rebuscados e advérbios.
				Dar preferência à voz ativa.
Fischer (2018)				Estudos no campo da linguagem mostram que textos com estrutura sintática complexa, entre outras características, podem prejudicar a compreensão, mesmo de leitores hábeis.
				Estudos no campo da linguagem mostram que vocabulários pouco familiares, entre outras características, podem prejudicar a compreensão, mesmo de leitores hábeis.
Trench (2018)				Conheça seu público.
				Escreva como você falaria.
				Seja ativo, não passivo.
				Seja curto e rápido.
				Organize suas informações.
				Envolva-se com o objeto.
				Traga o elemento humano.
				Contextualize o objeto.
				Admita a incerteza.
Plain Language Association International – PLAIN				Lembre-se das seis regras de Orwell.
				Utilizar texto dialógico, com uso de pronome pessoal (nós, você).
				Uso de palavras mais simples.
				Evitar o uso de jargões e minimizar o uso de termos técnicos.
			Usar preferencialmente frases na voz ativa.	
Orientações de LEITURABILIDADE, referente à ESTRUTURA dos textos				
Tipos de orientação				
Autor(es)	Princípios	Diretrizes	Características	Orientação
Dean (1996)				O título deve possuir menos de 10 palavras.
				O subtítulo normalmente apresenta-se em letras menores que os títulos e pode apresentar até 20 palavras.
				Blocos de textos introdutórios não devem ter mais que 75 palavras.
				Texto introdutório é limitado a parágrafos curtos e concisos, podendo serem incluídas até 200 palavras.
				Textos introdutórios devem utilizar textos de parágrafos múltiplos, com a regra geral de 75 palavras para cada parágrafo.
				Para textos introdutórios, o espaçamento entre os parágrafos deve ser suficiente para dar uma aparência aberta e organizada, proporcionando assim, o aumento do seu apelo visual.
				Utiliza-se a regra de 75 palavras com 12 a 24 pontos de altura para permitir que o texto seja lido facilmente.

Quadro 35 - Conjuntos de orientações listadas

(continuação)

				Para textos de seções ou grupos, se aplica a regra geral de 75 palavras, podendo ser empregadas até 150 palavras se forem utilizadas quebras de parágrafo e o tamanho e o estilo do texto for propício para uma leitura fácil.
Ekarv (1996)				Redação de parágrafos curtos, com cerca de 45 palavras, distribuídas por 4 ou 5 linhas, pois torna-se mais difícil de processar muita informação ao mesmo tempo.
				Assegurar pausas durante a leitura do texto.
				Ajustar a pontuação ao ritmo da leitura.
				Rever, continuamente, a construção dos textos.
Locker (2011)				Os parágrafos não devem conter mais de duas ou três frases curtas.
				Comprimentos de linha com cerca de 10 palavras permitem que o leitor volte confortavelmente para o início da próxima linha.
				O corpo do texto deve ser organizado em parágrafos curtos, intercalados com imagens ou exemplos.
				O corpo do texto deve ser alinhado à esquerda (é mais fácil de ler) ou à direita.
Sousa (2017)				Utilizar frases curtas.
				Colocar vírgula nas pausas naturais da frase.
				Dividir o texto por linhas, com no máximo 45 caracteres por linha.
				Fazer coincidir o fim natural da frase com o fim da linha.
				Utilizar parágrafos de, no máximo, 10 linhas.
D'Agostini (2017)				É preciso organizar o texto, estabelecendo, para isso, uma hierarquia entre as informações.
Plain Language Association International - PLAIN				Tamanho de frase deve ter extensão média entre 15 e 20 palavras (recomenda-se não exceder 30 a 35 palavras).
Orientações de LEGIBILIDADE, referente à FORMATAÇÃO dos textos				
Tipos de orientação				Orientação
Autor(es)	Princípios	Diretrizes	Características	
Dean (1996)				Para maior legibilidade do texto em contraste com o fundo, o uso de letras pretas em fundo branco é o mais indicado.
				Os tipos de letra <i>sans serif</i> são melhores para a legibilidade do que os tipos <i>serif</i> .
				Tipos <i>sans serif</i> são frios, sem emoção, sendo úteis para a apresentação de informações factuais.
				<i>Serif</i> e tipos cursivos são mais amigáveis e familiares do que os tipos simples de <i>serif</i> , pois evocam a resposta emocional de familiaridade.
				Uso de no máximo 02 (dois) ou 03 (três) modelos de tipos de letras em um mesmo bloco.
				Textos introdutórios devem considerar o tamanho da fonte, que precisará ser grande o suficiente para facilitar a leitura (18 a 36 pontos).
				Para textos introdutórios, o tipo de letra deve ser altamente legível; tipografia sem serifa (Helvética, Futura e Avant Garde) ou tipografia com serifa (Times-Roman e Garamond).

Quadro 35 - Conjuntos de orientações listadas

(conclusão)

				Texto preto sobre fundo branco (aconselhável para rótulos mais longos).	
Ekary (1996)				Adequar o desenho gráfico do texto ao aspecto final dos painéis.	
				Posicionar o texto na sua forma final para verificar o efeito visual.	
Serrell (1996)				As etiquetas devem apresentar tipos com tamanhos entre 20 e 24 pontos.	
				Para textos introdutórios, textos de grupos ou textos que serão lidos em uma distância de até 46 cm, o tamanho deve estar entre 28 a 48 pontos.	
				Uso de letras brancas em fundo preto, é recomendável a utilização de tipos sem serifa.	
				Letras alongadas, apertadas, achatadas e com grande espaço entre si estão entre os fatores que mais dificultam a legibilidade.	
				Tipos de letras com exagero de serifas e arabescos também dificultam a leitura, portanto, a escolha entre <i>serif</i> ou <i>sans serif</i> tem maior relação com o uso apropriado do estilo.	
				Use letras maiúsculas e minúsculas no corpo do texto, em vez de todas em letras maiúsculas. Todas as letras em maiúsculas, na maioria dos tipos de letras, são menos legíveis.	
				Use itálico com moderação, não mais que três linhas no corpo do texto. Letras em Itálico são menos legíveis em alguns tipos de letras que outros.	
				Use alinhamento de margens à direita (não centralizado, não justificado, não à esquerda). Alinhamento da margem à direita não vai exigir ajustes para o espaçamento entre as palavras e evita "rios" de espaço que correm verticalmente ente os parágrafos.	
Locker (2011)				Margens à esquerda dificultam o olho de encontrar o seu caminho para o início da próxima linha.	
				O contraste tonal entre o tipo e o fundo deve ser 70%.	
				O corpo do texto deve ser alinhado à esquerda (é mais fácil de ler) ou à direita.	
Pettersson (2013b)				Devemos evitar o uso de uma tipografia incomum, muito pequena ou muito grande.	
Hughes (2015)				Difícil imaginar uma situação em uma exposição em que um tamanho de tipo possa ser menor que 18 pontos.	
D'Agostini (2017)					A avaliação do contraste entre as cores deve determinar o nível de legibilidade entre elas quando sobrepostas umas às outras.
Sousa (2017)					Alinhar o texto à esquerda.
					Utilizar espaços entre parágrafos.
					Utilizar espaço entre linhas de 1,5.
					Utilizar letras sem serifa.
					Utilizar letras com corpo não inferior a 12 pontos.

Fonte: elaborado pelo autor (2023).

O Quadro antecedente apresentou o resultado do processo anterior, totalizando 34 orientações de leiturabilidade, referente à linguagem dos textos; 23 orientações de leiturabilidade, referente à estrutura dos textos; 26 orientações de legibilidade, referente à formatação dos textos. Totalizando 3 conjuntos e 83 orientações. As orientações estão agrupadas em princípios, diretrizes e características, conforme o seus respectivos conjuntos, no Quadro 36, abaixo.

Quadro 36 - Conjuntos de orientações agrupadas

(continua)

Orientações de LEITURABILIDADE, referente à LINGUAGEM dos textos			
Tipos de orientação			Orientação
Princípios	Diretrizes	Características	
			Os textos de seções ou grupos exigem maior esforço para serem lidos, sua concepção necessita ser redigida de forma sucinta, atraindo assim, a atenção do visitante.
			Utilização de linguagem simples para exprimir as ideias.
			Uso da ordem natural do discurso oral.
			Se for possível cortar uma palavra, sempre a corte.
			Escreva como você falaria.
			Seja ativo, não passivo.
			Seja curto e rápido.
			Organize suas informações.
			Utilizar texto dialógico, com uso de pronome pessoal (nós, você).
			Uso de palavras mais simples.
			Evitar o uso de jargões e minimizar o uso de termos técnicos.
			Usar, preferencialmente, frases na voz ativa.
			Dar preferência à voz ativa.
			É necessário que os textos expositivos sejam pertinentes e objetivos.
			Apresentação de uma ideia por parágrafo, abordando o assunto principal logo no seu início.
			Evitar orações complexas e subordinadas, advérbios desnecessários e palavras hifenizadas no fim de cada linha.
			Não utilizar textos que não estejam relacionados com uma grande ideia, que divagam sem foco ou objetivos.
			Não utilizar textos que têm demasiada ênfase na instrução (apresentação de informações) em vez de interpretação (que oferece provocação).
			Não utilizar textos escritos com um vocabulário que está fora do alcance para a maioria dos visitantes.
			Não utilizar textos que sejam muito longos e prolixos.
			Nunca use metáfora, símile ou outra figura de linguagem.
			Nunca use uma palavra longa onde uma palavra curta servirá.
			Nunca use o passivo quando você pode usar o ativo.
			Nunca use uma frase estrangeira, uma palavra científica ou um jargão se você puder pensar em um equivalente do dia a dia.
			Fazer um resumo da história dando prioridade à linha narrativa.
			Simplificar a linguagem no vocabulário e sintaxe mantendo o máximo do original.

Quadro 36 - Conjuntos de orientações agrupadas

(continuação)

			Quando necessário, substituir alguns termos, ou expressões.
			Usar estrutura simples, com a ordem natural das palavras.
			Evitar frases subordinadas, adjetivos rebuscados e advérbios.
			Evite hifenizar palavras no final das linhas, principalmente para os comprimentos de linha maiores que 50 a 60 caracteres e tipo de letras de tamanhos maiores.
			Subtítulo deve ser um breve resumo dos pontos-chave do discurso.
			Estudos no campo da linguagem mostram que textos com estrutura sintática complexa, entre outras características, podem prejudicar a compreensão, mesmo de leitores hábeis.
			Estudos no campo da linguagem mostram que vocabulários pouco familiares, entre outras características, podem prejudicar a compreensão, mesmo de leitores hábeis.
Orientações de LEITURABILIDADE, referente à ESTRUTURA dos textos			
Tipos de orientação			Orientação
Princípios	Diretrizes	Características	
			É preciso organizar o texto, estabelecendo, para isso, uma hierarquia entre as informações.
			Título deve possuir menos de 10 palavras.
			Blocos de textos introdutórios não devem ter mais que 75 palavras.
			O texto introdutório é limitado a parágrafos curtos e concisos, podendo serem incluídas até 200 palavras.
			Texto introdutórios devem utilizar textos de parágrafos múltiplos, com a regra geral de 75 palavras para cada parágrafo.
			Para textos introdutórios, o espaçamento entre os parágrafos deve ser suficiente para dar uma aparência aberta e organizada, proporcionando assim, o aumento do seu apelo visual.
			Utiliza-se a regra de 75 palavras com 12 a 24 pontos de altura para permitir que o texto seja lido facilmente.
			Para textos de seções ou grupos, se aplica a regra geral de 75 palavras, podendo serem empregadas até 150 palavras se forem utilizadas quebras de parágrafo e o tamanho e o estilo do texto for propício para uma leitura fácil.
			Redação de parágrafos curtos, com cerca de 45 palavras, distribuídas por 4 ou 5 linhas, pois torna-se mais difícil de processar muita informação ao mesmo tempo.
			Assegurar pausas durante a leitura do texto.
			Ajustar a pontuação ao ritmo de leitura.
			Rever, continuamente, a construção dos textos.
			Os parágrafos não devem conter mais de duas ou três frases curtas.
			Utilizar frases curtas.
			Colocar vírgula nas pausas naturais da frase.
			Dividir o texto por linhas, com no máximo 45 caracteres por linha.
			Fazer coincidir o fim natural da frase com o fim da linha.
			Utilizar parágrafos de, no máximo, 10 linhas.
			Tamanho de frase deve ter extensão média entre 15 e 20 palavras (recomenda-se não exceder 30 a 35 palavras).
			O corpo do texto deve ser organizado em parágrafos curtos, intercalados com imagens ou exemplos.
			O subtítulo normalmente apresenta-se em letras menores que os títulos e podem apresentar até 20 palavras.

Quadro 36 - Conjuntos de orientações agrupadas

(conclusão)

			Comprimentos de linha com cerca de 10 palavras permitem que o leitor volte confortavelmente para o início da próxima linha.
Orientações de LEGIBILIDADE, referente à FORMATAÇÃO dos textos			
Tipos de orientação			Orientação
Princípios	Diretrizes	Características	
			Textos introdutórios devem considerar o tamanho da fonte, que precisará ser grande o suficiente para facilitar a leitura (18 a 36 pontos).
			Difícil imaginar uma situação em uma exposição em que um tamanho de tipo possa ser menor que 18 pontos.
			O corpo do texto deve ser alinhado à esquerda (é mais fácil de ler) ou à direita.
			Para maior legibilidade do texto em contraste com o fundo, o uso de letras pretas em fundo branco é o mais indicado.
			Uso de no máximo 02 (dois) ou 03 (três) modelos de tipos de letras em um mesmo bloco.
			Para textos introdutórios, o tipo de letra deve ser altamente legível; tipografia sem serifa (Helvética, Futura e Avant Garde) ou tipografia com serifa (Times-Roman e Garamond);
			Adequar o desenho gráfico do texto ao aspecto final dos painéis.
			Posicionar o texto na sua forma final para verificar o efeito visual.
			As etiquetas devem apresentar tipos com tamanhos entre 20 e 24 pontos.
			Para textos introdutórios, textos de grupos ou textos que serão lidos em uma distância de até 46 cm, o tamanho deve estar entre 28 a 48 pontos.
			Uso de letras brancas em fundo preto, é recomendável a utilização de tipos sem serifa.
			Use letras maiúsculas e minúsculas no corpo do texto, em vez de todas em letras maiúsculas. Todas as letras em maiúsculas, na maioria dos tipos de letras, são menos legíveis.
			Use itálico com moderação, não mais que três linhas no corpo do texto. Letras em itálico são menos legíveis em alguns tipos de letras que outros.
			O contraste tonal entre o tipo e o fundo deve ser 70%.
			Devemos evitar o uso de uma tipografia incomum, muito pequena ou muito grande.
			A avaliação do contraste entre as cores deve determinar o nível de legibilidade entre elas quando sobrepostas umas às outras.
			Alinhar o texto à esquerda.
			Utilizar espaços entre parágrafos.
			Utilizar espaço entre linhas de 1,5.
			Utilizar letras sem serifa.
			Utilizar letras com corpo não inferior a 12 pontos.
			Os tipos de letra <i>sans serif</i> são melhores para a legibilidade do que os tipos <i>serif</i> .
			Texto preto sobre fundo branco (aconselhável para rótulos mais longos).
			Letras alongadas, apertadas, achatadas e com grande espaço entre si estão entre os fatores que mais dificultam a legibilidade.
			Tipos de letras com exagero de serifas e arabescos também dificultam a leitura, portanto, a escolha entre <i>serif</i> ou <i>sans serif</i> tem maior relação com o uso apropriado do estilo.
			Margens à esquerda dificultam o olho de encontrar o seu caminho para o início da próxima linha.

Fonte: elaborado pelo autor (2023).

Estas orientações não formam uma lista padronizada e prática no auxílio aos museus. Portanto, no tópico a seguir, é realizado o processo de padronização dessas orientações.

4.3.2 Normalização das orientações em diretrizes

A etapa anterior proveu uma lista de 16 princípios, 55 diretrizes e 10 características que podem auxiliar no desenvolvimento de um projeto de comunicação mais acessível. Essas várias orientações diferem na forma como são expressas. Como o objetivo deste estudo é oferecer diretrizes de Linguagem Simples, foi necessário normalizar os princípios e características para obtenção das diretrizes. Além disso, algumas dessas diretrizes não estavam formatadas corretamente, o que também precisou ser padronizado.

Segundo Viaro (2015), os princípios são as diretrizes mais gerais, porque resumem diferentes achados de pesquisa e podem levar a diretrizes. Portanto, eles precisam de acréscimos para atingir o nível de diretriz. Conforme o autor, o mesmo deve-se fazer com as características, que possuem semelhança aos resultados de pesquisa, e que também podem ser diretrizes. No entanto, segundo Viaro (2015), ao contrário dos princípios, em que cada um pode gerar mais de uma diretriz, as características seguem uma lógica inversa: uma característica gera diretamente uma diretriz, ou várias características podem ser agrupadas para criar uma diretriz.

Conforme estudos realizados por Viaro (2015), foi utilizado, como base para a normalização, a técnica de glossário e padronização, segundo Back et al. (2008). A técnica institui um padrão de caracterizar as diretrizes, utilizando aspectos retirados da fundamentação teórica, os quais compreendem fatores referentes a Linguagem Simples, conforme categorização de Sousa (2017): linguagem, estrutura e formatação.

A padronização foi realizada por meio da análise das 55 diretrizes coletadas, quanto a sua sintaxe. Foram extraídas 9 possíveis sintaxes a partir das diretrizes que mais adequaram-se aos critérios estabelecidos anteriormente. Estes padrões sintáticos foram utilizados na normalização das 81 orientações:

- a. verbo + aspecto referente à linguagem + qualidade**
- b. verbo + aspecto referente à linguagem + propósito**

- c. verbo + aspecto referente à linguagem + qualidade + propósito
- d. verbo + aspecto referente à estrutura + qualidade
- e. verbo + aspecto referente à estrutura + propósito
- f. verbo + aspecto referente à estrutura + qualidade + propósito
- g. verbo + aspecto referente à formatação + qualidade
- h. verbo + aspecto referente à formatação + propósito
- i. verbo + aspecto referente à formatação + qualidade + propósito

Portanto, baseando-se no glossário e nas sintaxes possíveis, realizou-se a normalização das orientações em diretrizes de projeto. Os 16 princípios foram normalizados em 17 diretrizes, as 55 diretrizes se mantiveram em 55, e as 10 características foram normalizadas em 10 diretrizes. O Quadro 37 apresenta a normalização das orientações.

Quadro 37 - Normalização das orientações em diretrizes

(continua)

Orientações de LEITURABILIDADE, referente à LINGUAGEM dos textos	
Princípios	
Orientação	Diretriz Traduzida
Os textos de seções, ou grupos, exigem maior esforço para serem lidos, sua concepção necessita ser redigida de forma sucinta, atraindo assim, a atenção do visitante.	Redija textos de seções, ou grupos, sucintos para atrair a atenção do visitante.
Utilização de linguagem simples para exprimir as ideias.	Utilize textos objetivos e simplificados para exprimir ideias.
Uso da ordem natural do discurso oral.	Use a ordem natural do discurso oral para escrever os textos.
Se for possível cortar uma palavra, sempre a corte.	Corte palavras excedentes do texto, sempre que possível.
Escreva como você falaria.	Escreva o texto como você falaria.
Seja ativo, não passivo.	Utilize a voz ativa e não a passiva para escrever o texto.
Seja curto e rápido.	Escreva textos curtos, que permitam uma leitura ágil.
Organize suas informações.	Organize as informações para a compreensão do conteúdo.
Utilizar texto dialógico, com uso de pronome pessoal (nós, você).	Utilize pronomes pessoais para despertar o interesse e a atenção do leitor.
Uso de palavras mais simples.	Utilize palavras de fácil compreensão.
Evitar o uso de jargões e minimizar o uso de termos técnicos.	Evite o uso de jargões para facilitar a compreensão.
	Minimize o uso de termos técnicos para facilitar a compreensão.
Usar, preferencialmente, frases na voz ativa.	Utilize, preferencialmente, a voz ativa para escrever as frases.
Dar preferência à voz ativa.	
Diretrizes	
Orientação	Diretriz Traduzida
É necessário que os textos expositivos sejam pertinentes e objetivos.	Utilize textos pertinentes e objetivos.

Quadro 37 - Normalização das orientações em diretrizes

(continuação)

Apresentação de uma ideia por parágrafo, abordando o assunto principal logo no seu início.	Apresente uma ideia por parágrafo, iniciando com o assunto principal.
Evitar orações complexas e subordinadas, advérbios desnecessários e palavras hifenizadas no fim de cada linha.	Evite orações complexas e subordinadas, advérbios desnecessários. Evite palavras hifenizadas no fim de cada linha.
Não utilizar textos que não estão relacionados com uma grande ideia, que divagam, sem foco ou objetivos.	Evite textos que não estejam relacionados com uma grande ideia e sem objetivos.
Não utilizar textos que têm demasiada ênfase na instrução (apresentação de informações) em vez de interpretação (que oferece provocação).	Utilize textos com ênfase na apresentação de informações (que oferece provocação).
Não utilizar textos escritos com um vocabulário que está fora do alcance para a maioria dos visitantes.	Evite textos escritos com vocabulário que está fora da compreensão da maioria dos visitantes.
Não utilizar textos que são muito longos e prolixos.	Evite textos muito longos e prolixos.
Nunca use metáfora, símile ou outra figura de linguagem.	Evite textos com metáforas, símiles ou figuras de linguagem.
Nunca use uma palavra longa onde uma palavra curta servirá.	Utilize palavras curtas no lugar de palavras longas.
Nunca use o passivo quando você pode usar o ativo.	Utilize a voz ativa no lugar da voz passiva.
Nunca use uma frase estrangeira, uma palavra científica ou um jargão se você puder pensar em um equivalente do dia a dia.	Utilize termos corriqueiros no lugar de frases em língua estrangeira, palavras científicas ou jargões.
Fazer um resumo da história dando prioridade à linha narrativa.	Utilize um resumo da história, priorizando a linha narrativa.
Simplificar a linguagem no vocabulário e sintaxe, mantendo o máximo do original.	Simplifique a linguagem no vocabulário e sintaxe, mantendo o máximo do original.
Quando necessário, substituir alguns termos, ou expressões.	Verifique a possibilidade de substituir alguns termos ou expressões, quando necessário.
Usar estrutura simples, com a ordem natural das palavras.	Utilize textos com estrutura simples, utilizando a ordem natural das palavras.
Evitar frases subordinadas, adjetivos rebuscados e advérbios.	Evite frases subordinadas, adjetivos rebuscados e advérbios.
Evite hifenizar palavras no final das linhas, principalmente para os comprimentos de linha maiores que 50 a 60 caracteres e tipo de letras de tamanhos maiores.	Evite hifenizar palavras no final das linhas, principalmente em frases com 50 a 60 caracteres.
Características	
Orientação	Diretriz Traduzida
Subtítulo deve ser um breve resumo dos pontos-chave do discurso.	Utilize um breve resumo do discurso como subtítulo.
Estudos no campo da linguagem mostram que textos com estrutura sintática complexa, entre outras características, podem prejudicar a compreensão, mesmo de leitores hábeis.	Utilize textos com estrutura sintática simplificada para auxiliar a compreensão.
Estudos no campo da linguagem mostram que vocabulários pouco familiares, entre outras características, podem prejudicar a compreensão, mesmo de leitores hábeis.	Utilize vocabulário familiar para auxiliar a compreensão dos textos.
Orientações de LEITURABILIDADE, referente à ESTRUTURA dos textos	
Princípios	
Orientação	Diretriz Traduzida
É preciso organizar o texto, estabelecendo, para isso, uma hierarquia entre as informações.	Organize o texto, estabelecendo uma hierarquia entre as informações.

Quadro 37 - Normalização das orientações em diretrizes

(continuação)

Diretrizes	
Orientação	Diretriz Traduzida
Título deve possuir menos de 10 palavras.	Utilize título com menos de 10 palavras.
Blocos de textos introdutórios não devem ter mais que 75 palavras.	Utilize textos introdutórios com até 200 palavras, contendo parágrafos curtos e concisos, com no máximo 75 palavras cada.
Texto introdutório é limitado a parágrafos curtos e concisos, podendo ser incluídas até 200 palavras.	
Textos introdutórios devem utilizar textos de parágrafos múltiplos, com a regra geral de 75 palavras para cada parágrafo.	
Para textos introdutórios, o espaçamento entre os parágrafos deve ser suficiente para dar uma aparência aberta e organizada, proporcionando assim, o aumento do seu apelo visual.	Utilize, entre os parágrafos dos textos introdutórios, espaçamento para um visual amplo e organizado.
Utiliza-se a regra de 75 palavras com 12 a 24 pontos de altura para permitir que o texto seja lido facilmente.	Utilize 75 palavras com 12 a 24 pontos de altura para leitura do texto.
Para textos de seções, ou grupos, se aplica a regra geral de 75 palavras, podendo ser empregadas até 150 palavras se forem utilizadas quebras de parágrafo e o tamanho e o estilo do texto for propício para uma leitura fácil.	Utilize em textos de seções, ou grupos, de 75 a 150 palavras, considerando que as quebras de parágrafo, o tamanho e o estilo do texto, favoreçam a compreensão.
Redação de parágrafos curtos, com cerca de 45 palavras, distribuídas por 4 ou 5 linhas, pois torna-se mais difícil de processar muita informação ao mesmo tempo.	Utilize parágrafos curtos, com cerca de 45 palavras, distribuídas por 4 ou 5 linhas, facilitando a compreensão da informação.
Assegurar pausas durante a leitura do texto.	Assegure as pausas durante a leitura do texto, ajustando a pontuação ao ritmo de leitura.
Ajustar a pontuação ao ritmo de leitura.	
Rever, continuamente, a construção dos textos.	Reveja, continuamente, a construção dos textos.
Os parágrafos não devem conter mais de duas ou três frases curtas.	Evite parágrafos com mais de duas ou três frases curtas.
Utilizar frases curtas.	Utilize frases curtas para a leitura dos textos.
Colocar vírgula nas pausas naturais da frase.	Utilize vírgula nas pausas naturais da frase.
Dividir o texto por linhas, com no máximo 45 caracteres por linha.	Divida o texto por linhas, com no máximo 45 caracteres por linha.
Fazer coincidir o fim natural da frase com o fim da linha.	Ajuste o final da frase com o final da linha.
Utilizar parágrafos de no máximo 10 linhas.	Utilize parágrafos de no máximo 10 linhas.
Tamanho de frase deve ter extensão média entre 15 e 20 palavras (recomenda-se não exceder 30 a 35 palavras).	Utilize frases com extensão média de 15 a 20 palavras, não excedendo 30 a 35 palavras.
O corpo do texto deve ser organizado em parágrafos curtos, intercalados com imagens ou exemplos.	Utilize o corpo do texto organizado em parágrafos curtos, intercalados com imagens ou exemplos.
Características	
Orientação	Diretriz Traduzida
O subtítulo normalmente apresenta-se em letras menores que os títulos e podem apresentar até 20 palavras.	Utilize o subtítulo com letras menores que os títulos, com no máximo 20 palavras.
Comprimentos de linha com cerca de 10 palavras permitem que o leitor volte confortavelmente para o início da próxima linha.	Utilize frases com cerca de 10 palavras, para que o leitor volte confortavelmente para o início da próxima frase.
Orientações de LEGIBILIDADE, referente à FORMATAÇÃO dos textos	
Princípios	
Orientação	Diretriz Traduzida
Textos introdutórios devem considerar o tamanho da fonte, que precisará ser grande o suficiente para facilitar a leitura (18 a 36 pontos).	Considere, para textos introdutórios, tipos com 18 a 36 pontos, facilitando a legibilidade.

Quadro 37 - Normalização das orientações em diretrizes

(continuação)

Difícil imaginar uma situação em uma exposição em que um tamanho de tipo possa ser menor que 18 pontos.	Evite utilizar, no texto expositivo, tipos menores que 18 pontos.
Diretrizes	
Orientação	Diretriz Traduzida
O corpo do texto deve alinhado à esquerda (é mais fácil de ler) ou à direita.	Utilize o corpo do texto alinhado à esquerda (é mais fácil de ler) ou à direita.
Para maior legibilidade do texto em contraste com o fundo, o uso de letras pretas em fundo branco é o mais indicado.	Utilize letras pretas em fundo branco para maior legibilidade do texto em contraste com o fundo.
Uso de no máximo 02 (dois) ou 03 (três) modelos de tipos de letras em um mesmo bloco.	Utilize no máximo 3 modelos de tipos de letras em um mesmo bloco de texto.
Para textos introdutórios, o tipo de letra deve ser altamente legível; tipografia sem serifa (Helvética, Futura e Avant Garde) ou tipografia com serifa (Times-Roman e Garamond);	Utilize, em textos introdutórios, tipos altamente legíveis, sem serifa ou com serifa.
Adequar o desenho gráfico do texto ao aspecto final dos painéis.	Adeque o design gráfico do texto ao modelo final do material.
Posicionar o texto na sua forma final para verificar o efeito visual.	Posicione o texto na sua forma final para verificar o efeito visual.
As etiquetas devem apresentar tipos com tamanhos entre 20 e 24 pontos.	Utilize etiquetas com tamanhos de tipos entre 20 e 24 pontos.
Para textos introdutórios, textos de grupos ou textos que serão lidos em uma distância de até 46 cm, o tamanho deve estar entre 28 a 48 pontos.	Utilize, em textos introdutórios, textos de grupos ou textos que serão lidos a uma distância de até 46 cm, tamanhos entre 28 a 48 pontos.
Uso de letras brancas em fundo preto, é recomendável a utilização de tipos sem serifa.	Utilize letras brancas em fundo preto com tipos sem serifa, para facilitar a legibilidade.
Use letras maiúsculas e minúsculas no corpo do texto, em vez de todas em letras maiúsculas. Todas as letras em maiúsculas, na maioria dos tipos de letras, são menos legíveis.	Utilize letras maiúsculas e minúsculas no corpo do texto, em substituição às maiúsculas, pois são menos legíveis na maioria dos tipos de letras.
Use itálico com moderação, não mais que três linhas no corpo do texto. Itálico são menos legíveis em alguns tipos de letras que outros.	Utilize, no corpo do texto, poucas frases em itálico, pois são menos legíveis em alguns tipos de letras.
O contraste tonal entre o tipo e o fundo deve ser 70%.	Utilize contraste de no mínimo 70% entre tons das mesmas cores para tipo de letra e fundo.
Devemos evitar o uso de uma tipografia incomum, muito pequena ou muito grande.	Evite o uso de uma tipografia incomum, muito pequena ou muito grande.
A avaliação do contraste entre as cores deve determinar o nível de legibilidade entre elas quando sobrepostas umas às outras.	Avalie o contraste entre as cores para determinar o nível de legibilidade entre elas quando sobrepostas umas às outras.
Alinhar o texto à esquerda.	Utilize o texto alinhado à esquerda.
Utilizar espaços entre parágrafos.	Utilize espaços entre parágrafos.
Utilizar espaço entre linhas de 1,5.	Utilize, no corpo dos textos, espaços entre linhas de 1,5.
Utilizar letras sem serifa.	Utilize letras sem serifa.
Utilizar letras com corpo não inferior a 12 pontos.	Utilize letras com corpo não inferior a 12 pontos.
Características	
Orientação	Diretriz Traduzida
Os tipos de letra <i>sans serif</i> são melhores para a legibilidade do que os tipos <i>serif</i> .	Considere que os tipos de letra sem serifa são melhores para a legibilidade do que os tipos sem serifa.
Texto preto sobre fundo branco (aconselhável para rótulos mais longos).	Utilize letra preta sobre fundo branco para etiquetas de identificação com muitas informações.
Letras alongadas, apertadas, achatadas e com grande espaço entre si, estão entre os fatores que mais dificultam a legibilidade.	Evite letras alongadas, apertadas, achatadas e com grande espaço entre si, pois dificultam a legibilidade.

Quadro 37 - Normalização das orientações em diretrizes

(conclusão)

Tipos de letras com exagero de serifas e arabescos também dificultam a leitura, portanto, a escolha entre <i>serif</i> ou <i>sans serif</i> tem maior relação com o uso apropriado do estilo.	Evite tipos de letras com exagero de serifas e arabescos, pois dificultam a legibilidade.
Margens à esquerda dificultam o olho a encontrar o seu caminho para o início da próxima linha.	Evite margens à esquerda, pois dificultam a leitura para o início da próxima linha.

Fonte: elaborado pelo autor (2023).

Observa-se que as diretrizes foram reescritas de acordo com o padrão estabelecido; algumas diretrizes foram agrupadas para formar uma única diretriz; alguns princípios foram agrupados para formar diretrizes. Obtiveram-se, ao total, 82 diretrizes.

Ao final desta etapa, observou-se a presença de diretrizes similares que deveriam ser agrupadas a fim de se obter uma lista preliminar mais concisa. O item a seguir trata do agrupamento e listagem das diretrizes preliminares.

4.2.3 Listagem das diretrizes preliminares

Esta etapa tem como objetivo fornecer uma lista de diretrizes preliminares de linguagem simples para o projeto de comunicação acessível, para fins de promover a experiência do público idoso em museus. A lista de diretrizes auxiliará no processo de intervenção, baseado no modelo de D'Agostini (2017), para a o desenvolvimento de 02 painéis contendo textos expositivos para o Memorial do Rio Grande do Sul. Os novos painéis serão elaborados por meio de 02 painéis já existentes da exposição de longa duração do Memorial (Apêndice P e Q), conforme descrito no capítulo 3.3 da metodologia de pesquisa.

Conforme os estudos de Viaro (2015), a lista de diretrizes preliminares foi obtida por meio dos processos de organização, agrupamento, seleção e ordenação. Para isso, as 82 diretrizes resultantes do processo de normalização de orientações em diretrizes foram organizadas em grupos de acordo com seus propósitos, conforme demonstra o Quadro 38.

Quadro 38 - Agrupamento e seleção das diretrizes

(continua)

Orientações de LEITURABILIDADE, referente à LINGUAGEM dos textos		
Organização conforme o propósito	Agrupamento das diretrizes	Seleção da diretriz
Organize as informações para compreensão do conteúdo.	Organize as informações por parágrafo, iniciando com o assunto principal.	Sim.
Apresente uma ideia por parágrafo, iniciando com o assunto principal.		
Evite textos que não estejam relacionados com uma grande ideia e sem objetivos.		
Utilize textos com ênfase na apresentação de informações (que oferece provocação).		
Utilize um resumo da história, priorizando a linha narrativa.	Utilize um resumo da história, priorizando a linha narrativa.	Sim.
Utilize textos pertinentes e objetivos.	Utilize textos objetivos e simplificados para exprimir ideias.	Sim.
Evite textos muito longos e prolixos.		
Utilize textos objetivos e simplificados para exprimir ideias.		
Escreva textos curtos que permitem uma leitura ágil.		
Redigir textos de seções ou grupos sucintos para atrair a atenção do visitante.	Redija textos de seções ou grupos sucintos para atrair a atenção do visitante.	Sim.
Escreva o texto como você falaria.	Utilize textos com estrutura simples, utilizando a ordem natural das palavras.	Sim.
Use a ordem natural do discurso oral para escrever os textos.		
Utilize textos com estrutura simples, utilizando a ordem natural das palavras.		
Evite textos escritos com vocabulário que está fora da compreensão da maioria dos visitantes.	Utilize vocabulário familiar para auxiliar na compreensão dos textos.	Sim.
Utilize vocabulário familiar para auxiliar a compreensão dos textos.		
Utilize palavras de fácil compreensão.		
Utilize um breve resumo do discurso como o subtítulo.	Utilize um breve resumo do discurso como o subtítulo.	Sim.
Utilize palavras curtas no lugar de uma palavra longa.	Utilize, nos textos, palavras curtas no lugar de palavras longas, cortando as excedentes sempre que possível.	Sim.
Corte palavras excedentes do texto, sempre que possível.		
Utilize, preferencialmente, a voz ativa para escrever as frases.	Utilize a voz ativa no lugar da voz passiva para escrever os textos.	Sim.
Utilize a voz ativa e não a passiva para escrever o texto.		
Utilize a voz ativa no lugar da voz passiva.		
Simplifique a linguagem no vocabulário e sintaxe, mantendo o máximo do original.	Utilize textos com estrutura sintática e vocabulário simplificado para auxiliar a compreensão, mantendo o máximo do original.	Sim.
Utilize textos com estrutura sintática simplificada para auxiliar a compreensão.		
Minimize o uso de termos técnicos para facilitar a compreensão.	Utilize termos corriqueiros, no lugar de frases em língua estrangeira, termos técnicos, palavras científicas ou jargões, para facilitar a compreensão.	Sim.
Verifique a possibilidade de substituir alguns termos ou expressões, quando necessário.		
Utilize termos corriqueiros, no lugar de frases em língua estrangeira, palavras científicas ou jargões.		
Evite o uso de jargões para facilitar a compreensão.		

Quadro 38 - Agrupamento e seleção das diretrizes

(continuação)

Evite palavras hifenizadas no fim de cada linha.	Evite palavras hifenizadas no fim de cada linha.	Sim.
Evite hifenizar palavras no final das linhas, principalmente em frases com 50 a 60 caracteres.		
Utilize pronomes pessoais para despertar o interesse e a atenção do leitor.	Utilize pronomes pessoais para despertar o interesse e atenção do leitor.	Sim.
Evite frases subordinadas, adjetivos rebuscados e advérbios.	Evite frases complexas e subordinadas, adjetivos rebuscados e advérbios desnecessários.	Sim.
Evite orações complexas e subordinadas, advérbios desnecessários.		
Evite textos com metáforas, símiles ou figuras de linguagem.	Evite textos com metáforas, símiles ou figuras de linguagem.	Sim.
Orientações de LEITABILIDADE, referente à ESTRUTURA dos textos		
Organização conforme o propósito	Agrupamento das diretrizes	Seleção da diretriz
Organize o texto, estabelecendo uma hierarquia entre as informações.	Organize o texto, estabelecendo uma hierarquia entre as informações.	Sim.
Utilize título com menos de 10 palavras.	Utilize título com menos de 10 palavras.	Sim.
Utilize o subtítulo com letras menores que os títulos, com no máximo 20 palavras.	Utilize o subtítulo com letras menores que os títulos, com no máximo 20 palavras.	Sim.
Utilize entre parágrafos dos textos introdutórios, espaçamento para um visual amplo e organizado.	Utilize textos introdutórios com até 200 palavras, contendo parágrafos curtos e concisos, com no máximo 75 palavras cada, com espaçamento suficiente para um visual amplo e organizado.	Sim.
Utilize textos introdutórios com até 200 palavras, contendo parágrafos curtos e concisos, com no máximo 75 palavras cada.		
Utilize, em textos de seções ou grupos, de 75 a 150 palavras, considerando que as quebras de parágrafo, o tamanho e o estilo do texto favoreçam a compreensão.	Utilize, em textos de seções ou grupos, de 75 a 150 palavras, considerando que as quebras de parágrafo, o tamanho e o estilo do texto favoreçam a compreensão.	Sim.
Utilize o corpo do texto organizado em parágrafos curtos, intercalados com imagens ou exemplos.		Não. Informação abrangente. Diretrizes similares corresponderam melhor a este propósito.
Utilize parágrafos curtos, com cerca de 45 palavras, distribuídas por 4 ou 5 linhas, facilitando a compreensão da informação.	Utilize parágrafos curtos, com cerca de 45 palavras, distribuídas por 4 ou 5 frases curtas, facilitando a compreensão da informação.	Sim.
Evite parágrafos com mais de duas ou três frases curtas.		
Utilize vírgula nas pausas naturais da frase.	Utilize vírgula nas pausas naturais da frase, ajustando a pontuação ao ritmo de leitura.	Sim.
Assegure as pausas durante a leitura do texto, ajustando a pontuação ao ritmo de leitura.		
Utilize parágrafos de no máximo 10 linhas.		Não. Informação abrangente. Diretrizes similares corresponderam melhor a este propósito.

Quadro 38 - Agrupamento e seleção das diretrizes

(continuação)

Evite parágrafos com mais de duas ou três frases curtas.	Evite parágrafos com mais de duas ou três frases curtas, com no máximo 45 caracteres por frase.	Sim.
Divida o texto por linhas, com no máximo 45 caracteres por linha.		
Utilize frases com cerca de 10 palavras, para que o leitor volte confortavelmente para o início da próxima frase.	Utilize frases curtas, com cerca de 10 palavras, para que o leitor volte confortavelmente para o início da próxima frase.	Sim.
Utilize frases curtas para a legibilidade dos textos.		
Utilize frases com extensão média de 15 a 20 palavras, não excedendo 30 a 35 palavras.	Utilize frases médias, de 15 a 20 palavras, não excedendo 30 a 35 palavras.	Sim.
Utilize 75 palavras com 12 a 24 pontos de altura para legibilidade do texto.		Não. Informação abrangente. Diretrizes similares corresponderam melhor a este propósito.
Ajuste o final da frase com o final da linha.	Ajuste o final da frase com o final da linha.	Sim.
Reveja, continuamente, a construção dos textos.	Reveja, continuamente, a construção dos textos.	Sim.
Orientações de LEGIBILIDADE, referente à FORMATAÇÃO dos textos		
Organização conforme o propósito	Agrupamento das diretrizes	Seleção da diretriz
Utilize letras com corpo não inferior a 12 pontos.		Não. Informação abrangente. Diretrizes similares corresponderam melhor a este propósito.
Evite utilizar, no texto expositivo, tipos menores que 18 pontos.	Evite utilizar, no texto expositivo, tipos menores que 18 pontos.	Não. Informação abrangente. Diretrizes similares corresponderam melhor a este propósito.
Considere, para textos introdutórios, tipos com 18 a 36 pontos, facilitando a legibilidade.	Considere, para textos introdutórios, tipos com 18 a 36 pontos, facilitando a legibilidade.	Não. Informação abrangente. Diretrizes similares corresponderam melhor a este propósito.
Utilize, em textos introdutórios, textos de grupos ou textos que serão lidos a uma distância de até 46 cm, tamanhos entre 28 a 48 pontos.	Utilize, em textos introdutórios, textos de grupos ou textos que serão lidos a uma distância de até 46 cm, tamanhos entre 28 a 48 pontos.	Sim.
Utilize etiquetas com tamanhos de tipos entre 20 e 24 pontos.	Utilize, em etiquetas de identificação, tipos com tamanhos entre 20 e 24 pontos.	Sim.
Utilize o corpo do texto alinhado à esquerda (é mais fácil de ler) ou à direita.	Utilize o corpo do texto preferencialmente alinhado à esquerda, facilitando a leitura.	Sim.
Utilize o texto alinhado à esquerda.		
Evite margens à esquerda, pois dificultam a leitura para o início da próxima linha.	Evite margens à esquerda, pois dificultam a leitura.	Sim.

Quadro 38 - Agrupamento e seleção das diretrizes

(conclusão)

Utilize letras pretas em fundo branco para maior legibilidade do texto em contraste com o fundo.	Utilize letras brancas em fundo preto ou letras pretas sobre fundo branco, preferencialmente com tipos sem serifa.	Sim.
Utilize letras brancas em fundo preto com tipos sem serifa, para facilitar a legibilidade.		
Utilize letra preta sobre fundo branco para etiquetas de identificação com muitas informações.	Utilize letra preta sobre fundo branco para etiquetas de identificação com muitas informações.	Sim.
Utilize contraste de no mínimo 70% entre tons das mesmas cores para tipo de letra e fundo.	Utilize contraste de no mínimo 70% entre tons das mesmas cores para tipo de letra e fundo.	Sim.
Avalie o contraste entre as cores para determinar o nível de legibilidade entre elas, quando sobrepostas umas às outras.	Avalie o contraste entre as cores para determinar o nível de legibilidade entre elas, quando sobrepostas umas às outras.	Sim.
Utilize letras maiúsculas e minúsculas no corpo do texto, em vez de todas em letras maiúsculas, pois são menos legíveis na maioria dos tipos de letras.	Utilize letras maiúsculas e minúsculas no corpo do texto, em substituição às maiúsculas, pois são menos legíveis na maioria dos tipos de letras.	Sim.
Utilize, no corpo do texto, poucas frases em itálico, pois são menos legíveis em alguns tipos de letras.	Utilize, no corpo do texto, poucas frases em itálico, pois são menos legíveis em alguns tipos de letras.	Sim.
Utilize no máximo 02 (dois) ou 03 (três) modelos de tipos em um mesmo bloco de texto.	Utilize no máximo 3 modelos de tipos em um mesmo bloco de texto.	Sim.
Evite o uso de uma tipografia incomum, muito pequena ou muito grande.		Não. Informação abrangente. Diretrizes similares corresponderam melhor a este propósito.
Utilize espaços entre parágrafos.	Utilize, no corpo dos textos, espaços entre parágrafos e 1,5 entre frases.	Sim.
Utilize, no corpo dos textos, espaços entre linhas de 1,5.		
Utilize, em textos introdutórios, tipos altamente legíveis, sem serifa ou com serifa.		Não. Diretrizes similares corresponderam melhor a este propósito.
Utilize letras sem serifa.	Considere que os tipos de letra sem serifa são melhores para a legibilidade do que os tipos sem serifa.	Sim.
Considere que os tipos de letra <i>sans serif</i> são melhores para a legibilidade do que os tipos <i>serif</i> .		
Evite letras alongadas, apertadas, achatadas e com grande espaço entre si, pois dificultam a legibilidade.	Evite letras alongadas, apertadas, achatadas e com grande espaço entre si, pois dificultam a legibilidade.	Sim.
Evite tipos de letras com exagero de serifas e arabescos, pois dificultam a legibilidade.	Evite tipos de letras com exagero de serifas e arabescos, pois dificultam a legibilidade.	Sim.
Adeque o design gráfico do texto ao modelo final material.	Adeque o design gráfico do texto ao modelo final material.	Sim.
Posicione o texto na sua forma final para verificar o efeito visual.		

Fonte: elaborado pelo autor (2023).

Com objetivo de diminuir o número de diretrizes, as mesmas foram agrupadas segundo os seguintes critérios:

- a. as diretrizes repetidas foram agrupadas;
- b. as diretrizes que tratavam dos mesmos aspectos, porém a partir de abordagens diferentes, foram agrupadas;
- c. as diretrizes que tratavam de aspectos complementares foram agrupadas;
- d. as diretrizes similares que tratavam dos mesmos aspectos, mas com informações abrangentes, foram descartadas.

Das 82 diretrizes, foram agrupadas 47 diretrizes, 8 descartadas e 25 validadas sem agrupamentos.

Na sequência, as diretrizes foram ordenadas conforme os estudos de Sousa (2017), que determina regras de como escrever com Linguagem Simples. Sousa sugere a seguinte ordem: **(1) linguagem; (2) estrutura; (3) formatação.**

O Quadro 39 exibe a lista com as 40 diretrizes preliminares, conforme estrutura de Sousa (2017).

Quadro 39 - Lista de diretrizes preliminares

(continua)

Diretrizes preliminares de Linguagem Simples	
LINGUAGEM	
	Utilize um resumo da história, com textos objetivos e simplificados, priorizando a linha narrativa.
	Organize o texto, apresentando as ideias separadas por parágrafos, iniciando com o assunto principal.
	Redija textos de seções, ou grupos, sucintos para atrair a atenção do visitante.
	Utilize textos com estrutura simples, utilizando a ordem natural das palavras.
	Utilize vocabulário familiar para auxiliar na compreensão dos textos.
	Utilize um breve resumo do discurso como subtítulo.
	Utilize palavras curtas no lugar de palavras longas, cortando as excedentes sempre que possível.
	Utilize, para escrever os textos, a voz ativa no lugar da voz passiva.
	Utilize textos com estrutura sintática e vocabulário simplificado para auxiliar a compreensão, mantendo o máximo do original.
	Utilize termos corriqueiros no lugar de frases em língua estrangeira, termos técnicos, palavras científicas ou jargões.

Quadro 39 - Lista de diretrizes preliminares

(continuação)

Evite palavras hifenizadas no fim de cada linha, principalmente em frases com 50 a 60 caracteres.
Utilize pronomes pessoais para despertar o interesse e a atenção do leitor.
Evite frases complexas e subordinadas, adjetivos rebuscados e advérbios desnecessários.
Evite textos com metáforas, símiles ou figuras de linguagem.
ESTRUTURA
Utilize título com menos de 10 palavras.
Utilize o subtítulo com letras menores que os títulos, com no máximo 20 palavras.
Organize o texto estabelecendo uma hierarquia entre as informações.
Utilize textos introdutórios com até 200 palavras, contendo parágrafos com no máximo 75 palavras cada, com espaçamento suficiente para um visual amplo e organizado.
Utilize em textos de seções, ou grupos, de 75 a 150 palavras, considerando que as quebras de parágrafo, o tamanho e o estilo do texto favoreçam a compreensão.
Utilize frases curtas, com no máximo 35 palavras, para que o leitor volte confortavelmente para o início da próxima frase.
Utilize vírgula nas pausas naturais da frase, ajustando a pontuação ao ritmo de leitura.
Utilize o corpo do texto intercalado com imagens ou exemplos.
Ajuste o final da frase com o final da linha.
Reveja, continuamente, a construção dos textos.
FORMATAÇÃO
Utilize, em textos introdutórios, textos de grupos ou textos que serão lidos a uma distância de até 46 cm, tamanhos entre 28 a 48 pontos.
Utilize, em etiquetas de identificação, tipos com tamanhos entre 20 e 24 pontos.
Utilize, no corpo dos textos, espaços entre parágrafos e 1,5 entre frases.
Utilize o corpo do texto preferencialmente alinhado à esquerda, facilitando a leitura.
Evite margens à esquerda, pois dificultam a leitura para o início da próxima linha.
Utilize letras maiúsculas e minúsculas no corpo do texto, em substituição às maiúsculas, pois são menos legíveis na maioria dos tipos de letras.
Utilize, no corpo do texto, poucas frases em itálico, pois são menos legíveis em alguns tipos de letras.
Utilize no máximo 3 modelos de tipos de letras em um mesmo bloco de texto.
Considere que os tipos de letra sem serifa são melhores para a legibilidade do que os tipos serifadas.
Evite letras alongadas, apertadas, achatadas e com grande espaço entre si, pois dificultam a legibilidade.
Evite tipos de letras com exagero de serifa e arabescos, pois dificultam a legibilidade.
Utilize letras brancas em fundo preto ou letras pretas sobre fundo branco, preferencialmente com tipos sem serifa.
Utilize letra preta sobre fundo branco para etiquetas de identificação com muitas informações.
Utilize contraste de no mínimo 70% entre tons das mesmas cores para tipo de letra e fundo.

Quadro 39 - Lista de diretrizes preliminares

(conclusão)

Avalie o contraste entre as cores para determinar o nível de legibilidade entre elas quando sobrepostas umas às outras.
Adeque o design gráfico do texto ao modelo final material.

Fonte: elaborado pelo autor (2023).

O próximo tópico apresenta o processo de intervenção no Memorial do Rio Grande do Sul, conforme descrito nos procedimentos metodológicos.

4.4 INTERVENÇÃO

Os novos painéis foram elaborados a partir de dois painéis já existentes na exposição de longa duração do Memorial (Figuras 38 e 39), conforme descrito no item 3.2 desta pesquisa.

Figura 38 - Paineis 1682/1750
Texto expositivo 1



Fonte: acervo do autor (2022).

Figura 39 - Paineis 1835
Texto expositivo 2



Fonte: acervo do autor (2022).

Este capítulo apresenta duas etapas do projeto de comunicação, das seis etapas descritas no Quadro 15 do tópico 3.3.4.

A etapa de **planejamento e projeto**, foram desenvolvidas no decorrer da metodologia da pesquisa; as etapas de **fabricação e implantação** serão apresentadas neste capítulo; por fim, as etapas de **verificação e documentação** serão reveladas respectivamente no capítulo 4.5 dessa pesquisa.

O tópico seguinte exhibe o processo de **fabricação** dos protótipos digitais dos textos expositivos, bem como o resultado final impresso, utilizado na etapa de **implantação**.

4.4.1 Fabricação

A etapa de **fabricação** consistiu no acompanhamento da produção dos painéis com textos expositivos, realizada por meio da observação do desempenho de protótipos elaborados por meio de software gráfico, na concepção de modelos digitais e posterior confecção de modelos impressos a partir dos materiais e acabamentos definidos.

Inicialmente os textos dos painéis originais foram reescritos conforme as diretrizes preliminares de legibilidade, considerando a linguagem e a estrutura dos textos. O Quadro 40 apresenta a aplicação das diretrizes de legibilidade.

Quadro 40 - Textos reescritos em linguagem simples, conforme à linguagem e estrutura

(continua)

Versão original do texto expositivo 1	Texto expositivo 1 reescrito conforme as diretrizes preliminares
<p>1682-1750 OS SETE POVOS DAS MISSÕES</p> <p>Após a vitória contra os bandeirantes na batalha de M'bororé as Reduções Jesuíticas voltaram a se desenvolver. Sob a administração eficiente do padre Ruiz de Montoya, surgiram os chamados Trinta Povos Guaranis — que, na verdade, eram 33 “reduções”, com uma população em torno de 80 mil indígenas, localizadas nos atuais territórios da Argentina (15 puebls), no Paraguai (11 reduções) e no Rio Grande do Sul (Sete Povos).</p>	<p>1682 - 1750 OS SETE POVOS DAS MISSÕES</p> <p>As Reduções Jesuíticas voltaram a se desenvolver após a vitória contra os bandeirantes na batalha de M'bororé.</p> <p>Os Trinta Povos Guaranis, administrados pelo padre Ruiz de Montoya, eram 33 “reduções”, com uma população em torno de 80 mil indígenas, localizadas na Argentina (15 puebls), no Paraguai (11 reduções) e no Rio Grande do Sul (7 povos).</p>

Quadro 40 - Textos reescritos em linguagem simples, conforme à linguagem e estrutura

(continuação)

<p>Ao longo de quase um século de paz, as Reduções progrediram bastante. Com uma economia baseada na criação de gado e na exportação de erva-mate, as missões agruparam dezenas de milhares de Guaranis — cuja educação ficava a cargo dos jesuítas. Os nativos revelaram uma admirável aptidão para a música e para a escultura. Eles ergueram igrejas de pedra, fundiram ferro, imprimiram livros e cultivaram a terra.</p> <p>Mas os Trinta Povos Guaranis ficavam na fronteira entre dois impérios em expansão: Portugal e Espanha lutavam pela posse dos territórios localizados entre Cananéia (onde passava a linha de Tordesilhas) e a foz do Rio da Prata. As coroas ibéricas tramaram então um trágico desfecho para a experiência missioneira.</p> <p>AS CIDADES DE DEUS</p> <p>O projeto arquitetônico dos chamados 30 Povos Guaranis era basicamente o mesmo em todas as povoações — apesar de a população de cada um deles variar entre 1,5 mil e 12 mil habitantes. Os alojamentos onde viviam os indígenas eram dispostos em um plano rigidamente geométrico ao redor de uma grande igreja. Não eram habitações coletivas: cada família tinha sua própria cela, já que uma das lutas dos padres era contra a poligamia. O projeto arquitetônico era uma reinvenção autoritária da paisagem e do espaço.</p> <p>ARTE MISSIONEIRA</p> <p>Além da aptidão musical, cujo legado se perdeu, os guarani das missões revelaram, em mais de duas mil obras um evidente talento para a escultura. Embora a maior parte das peças – figuras de santos talhadas em cedro – tenha sido destruída, roubada ou perdida, as três centenas de estatuas restantes são o testemunho eloqüente do estilo que tem sido chamado de “barroco-jesuítico-guarani”, desenvolvido pelos índios missioneiros sob a rígida batuta dos jesuítas.</p> <p>1682 - Fundação de São Borja, primeiro dos Sete Povos Orientais.</p> <p>1687 - Fundação das missões de São Nicolau, São Luis Gonzaga e São Miguel.</p> <p>1690 - Fundação de São Lourenço.</p> <p>1697 - Fundação de São João Batista.</p> <p>1706 - Fundação de Santo Ângelo.</p>	<p>Ao longo de quase um século de paz, as Reduções progrediram com uma economia baseada na criação de gado e na exportação de erva-mate.</p> <p>Os Guaranis, educados pelos jesuítas, possuíam aptidão para a música e para a escultura. Ergueram igrejas de pedra, fundiram ferro, imprimiram livros e cultivaram a terra.</p> <p>Portugal e Espanha lutavam pela posse dos Trinta Povos Guaranis localizados entre Cananéia (onde passava a linha de Tordesilhas) e a foz do Rio da Prata, tramando posteriormente, um trágico desfecho para a experiência missioneira.</p> <p>AS CIDADES DE DEUS</p> <p>Apesar de a população variar entre 1,5 mil e 12 mil habitantes, o projeto arquitetônico era basicamente o mesmo em todas as povoações.</p> <p>Os alojamentos onde viviam os indígenas ficavam localizados ao redor de uma grande igreja, onde cada família tinha sua própria cela, já que uma das lutas dos padres era contra a poligamia. O projeto arquitetônico era uma reinvenção autoritária da paisagem e do espaço.</p> <p>ARTE MISSIONEIRA</p> <p>Os guarani das missões revelaram, além da aptidão musical, um evidente talento para a escultura. Muitas figuras de santos esculpidas em cedro, foram destruídas, roubadas ou perdidas. As estátuas que resistiram (cerca de 300), representam o estilo chamado de “barroco-jesuítico-guarani”.</p> <p>1682 - Fundação de São Borja, primeiro dos Sete Povos Orientais.</p> <p>1687 - Fundação das missões de São Nicolau, São Luis Gonzaga e São Miguel.</p> <p>1690 - Fundação de São Lourenço.</p> <p>1697 - Fundação de São João Batista.</p> <p>1706 - Fundação de Santo Ângelo.</p>
<p>Versão original do texto expositivo 2</p>	<p>Texto expositivo 2 reescrito conforme as diretrizes preliminares</p>
<p>1682-1750</p> <p>INICIA-SE A GUERRA DOS FARRAPOS</p> <p>No entardecer de 20 de setembro de 1835, um grupo de revoltosos entrou em Porto Alegre, após vencer as tropas legalistas em um combate na ponte da Azenha. Era o início da primeira guerra civil do RS — um dos mais longos e sangrentos conflitos internos da história do Brasil.</p>	<p>1835</p> <p>ECLODE A GUERRA DOS FARRAPOS</p> <p>Em 20 de setembro de 1835, um grupo de rebeldes entrou em Porto Alegre após vencer as tropas legalistas, iniciando a primeira guerra civil do RS, considerada a mais longa e sangrenta do Brasil.</p>

Quadro 40 - Textos reescritos em linguagem simples, conforme à linguagem e estrutura

(continuação)

<p>Desde a abdicação de D. Pedro I, em 1831, o Império vivia um período conturbado, com a eclosão de várias revoluções regionais. A chamada Guerra dos Farrapos estava destinada a ser um dos fatos mais marcantes de toda a história do RS.</p> <p>A causa maior da revolta dos estancieiros gaúchos foi um injusto sistema de impostos sobre o charque, principal produto do RS e base da alimentação dos escravos de todo o Brasil. Além de não ser taxado ao entrar no Brasil, o charque da Banda Oriental era mais barato pois, os uruguaios subsidiavam o produto. Liderados pelo estancieiro e monarquista Bento Gonçalves, os farroupilhas se insurgiram contra isso. Por isso, embora a Guerra dos Farrapos seja considerada uma luta separatista, é arriscado afirmar que o objetivo inicial dos combatentes fosse a independência do RS e o seu desligamento do Império.</p> <p>Em 11 de setembro de 1836, porém, logo após vencer os imperiais na batalha do Seival, o general Sousa Netto entusiasmou-se e proclamou a independência do RS — sem consultar seus superiores. Desta forma, os Farrapos se tornaram separatistas quase sem querer. Ainda assim, a República Rio-grandense sobreviveu por uma década, até 1845. Os republicanos travaram uma guerra de guerrilhas contra o exército e foram capazes de expandir sua luta para Santa Catarina, fundando, em julho de 1839, a chamada República Juliana — com duração de apenas seis meses.</p> <p>OS FARRAPOS</p> <p>O termo usado pelo exército imperial para definir os rebeldes gaúchos era “farroupilha”. A expressão, depreciativa — significando “maltrapilho” ou “gente vestida com farrapos” —, acabou sendo adotada com orgulho pelos próprios rebeldes. A palavra tivera sua origem nos trajes usados em Lisboa pelo jornalista e ativista político baiano Cipriano Barata, homem de ativa participação na Conjuração Baiana e na Revolução Pernambucana de 1817. De todo o modo, mesmo que as tropas gaúchas eventualmente fossem “farroupilhas”, seus líderes representavam a elite estancieira do RS.</p> <p>A QUESTÃO POLÍTICA</p> <p>Além da questão econômica relativa à tributação do charque, a Guerra dos Farrapos também foi causada por problemas políticos, característicos do Período Regencial. A própria formação territorial do RS fizera surgir entre seus habitantes anseios de autonomia política. Por isso, o fato dos presidentes da Província serem indicados pelo governo central sempre provocou indignação entre os gaúchos. Embora o próprio Bento Gonçalves tivesse sido favorável à indicação de Fernandes Braga, então presidente do RS, o desejo de autonomia dos</p>	<p>Desde a abdicação de D. Pedro I, em 1831, o Império vivia um período conturbado, com o surgimento de várias revoluções regionais.</p> <p>A Guerra dos Farrapos foi um dos fatos mais marcantes da história do RS. O motivo da revolta dos estancieiros foi o imposto sobre o charque, principal produto do RS. Além de não ser taxado ao entrar no Brasil, o charque da Banda Oriental era mais barato pois, era patrocinado pelos uruguaios. Liderados por Bento Gonçalves, os farroupilhas se revoltaram contra isso.</p> <p>Por isso, embora a Guerra dos Farrapos seja considerada uma luta separatista, é arriscado afirmar que o objetivo inicial dos combatentes fosse a independência do RS e o seu desligamento do Império.</p> <p>Em 11 de setembro de 1836, após vencer os imperiais na batalha do Seival, o general Sousa Netto proclamou a independência do RS, sem consultar seus superiores. Assim, os Farrapos se tornaram separatistas sem querer. Apesar disso a República Rio-grandense sobreviveu até 1845.</p> <p>Os republicanos travaram uma guerra contra o exército e foram capazes de expandir sua luta para Santa Catarina, fundando, em julho de 1839, a chamada República Juliana.</p> <p>OS FARRAPOS.</p> <p>Farroupilha, foi o termo usado pelo exército imperial para os rebeldes gaúchos. A expressão que significa “maltrapilho” ou “gente vestida com farrapos”, foi adotada com orgulho pelos rebeldes.</p> <p>A palavra tem origem nas roupas usadas em Lisboa pelo jornalista e ativista político baiano Cipriano Barata. Mesmo que as tropas gaúchas fossem “farroupilhas”, seus líderes representavam a elite estancieira do RS.</p> <p>A QUESTÃO POLÍTICA</p> <p>Além da questão econômica relativa à tributação do charque, a Guerra dos Farrapos foi motivada também por problemas políticos, comuns do Período Regencial.</p> <p>A formação do território do RS fez surgir a vontade de liberdade política. A indicação do presidente da Província, pelo governo central, sempre provocou indignação. Embora Bento Gonçalves fosse favorável à indicação de Fernandes Braga, então presidente do RS, o desejo de liberdade dos gaúchos ajudou a criar o ambiente que resultou no nascimento da Guerra dos Farrapos.</p> <p>1834 - Ato adicional estabelece a Regência Una de 4 anos; 1835 - Eclode a revolta dos Cabanos no Pará; 1835 - Eclodem revoltas populares no Recife, chamadas “carneiradas”; 1835 - Eclode a insurreição Malê, uma revolta de escravos, em Salvador.</p>
---	--

Quadro 40 - Textos reescritos em linguagem simples, conforme à linguagem e estrutura

(conclusão)

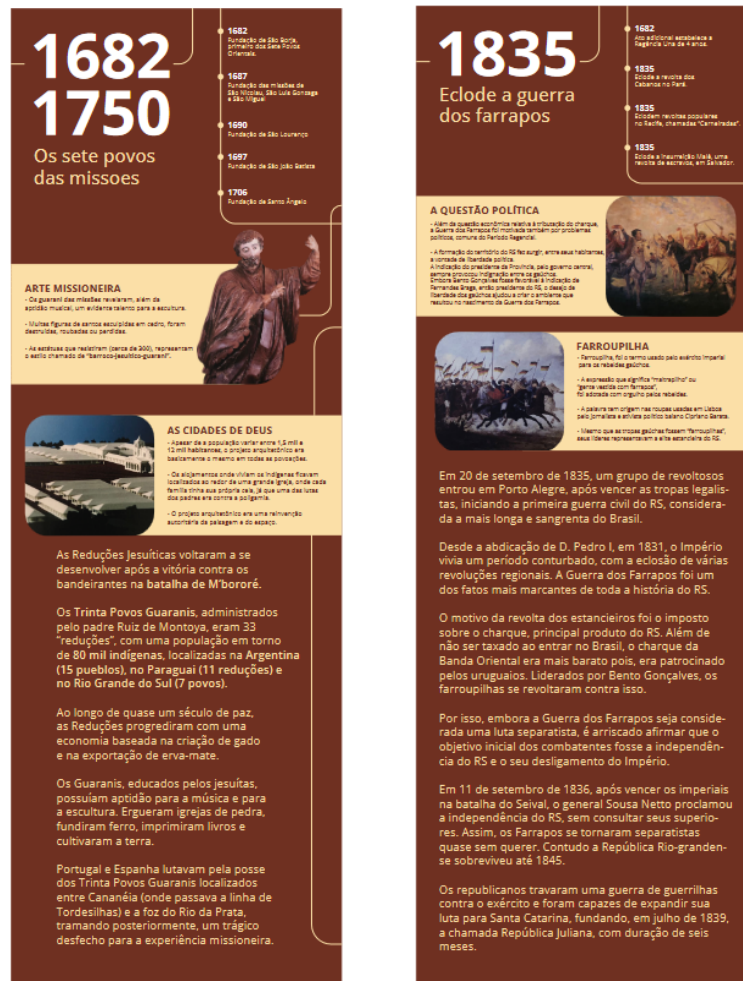
<p>gaúchos ajudou a fermentar o ambiente que acabou redundando na eclosão da Guerra dos Farrapos. 1834 - Ato adicional estabelece a Regência Una de 4 anos. 1835 – Começa a revolta dos Cabanos no Pará. Explodem as revoltas populares no Recife, chamadas “carneiradas”. Tem a insurreição Malê, uma revolta de escravos, em Salvador.</p>	
---	--

Fonte: elaborado pelo autor (2022).

Posteriormente as diretrizes de legibilidade conduziram as alterações de formatação dos textos e dos demais elementos gráficos dos painéis.

Utilizando o software gráfico *Illustrator*, realizou-se a criação de alternativas e geração de protótipos digitais. A Figura 40 apresenta a primeira geração de alternativa para os dois painéis.

Figura 40 - Geração de alternativa 1: painel 1 e 2



Fonte: elaborado pelo autor (2022).

Após a geração de alternativa 1, foi alterada a cor do fundo “siena” (C 45%; M 94%; Y 96%; K 25%) para “azul” (C 96%; M 90%; Y 60%; K 49%), considerando o contraste com a cor do texto “amarelo” (C 0%; M 19%; Y 40%; K 0%) e o nível de legibilidade entre elas quando sobrepostas umas às outras.

A Figura 41 apresenta o protótipo digital da geração de alternativa 2, com as respectivas alterações.

Figura 41 - Geração de alternativa 2: painel 1 e 2

1682
Fundação de São Bento, primeira das Sete Povos das Missões.

1687
Fundação das missões de São Vicente, São Luís Gonzaga e São João.

1690
Fundação de São Lourenço.

1697
Fundação de São João Batista.

1706
Fundação de Santo Ângelo.

Os sete povos das missões

ARTE MISSIONEIRA
- Os guerreiros das missões realizavam, além da aptidão musical, um evidente talento para a escultura.
- Muitas figuras de santos esculpidas em pedra, foram destruídas, roubadas ou perdidas.
- As esculturas que resistiram (como a de 2001, resplandecente e feita chamada de “barroco jesuítico-guarani”).

AS CIDADES DE DEUS
- Apesar de a população variar entre 10 mil a 12 mil habitantes, o projeto arquitetônico era basicamente o mesmo em todas as povoações.
- Os edifícios onde viviam os indígenas foram construídos no redor de uma grande igreja, onde cada família tinha sua própria casa, já que uma das tarefas dos padres era ensinar a religião.
- O projeto arquitetônico era uma releitura autoritária da paisagem e do espaço.

As Reduções Jesuíticas voltaram a se desenvolver após a vitória contra os bandeirantes na batalha de Mbororé.

Os Trinta Povos Guaranis, administrados pelo padre Ruiz de Montoya, eram 33 “reduções”, com uma população em torno de 80 mil indígenas, localizadas na Argentina (15 pueblos), no Paraguai (11 reduções) e no Rio Grande do Sul (7 povos).

Ao longo de quase um século de paz, as Reduções progrediram com uma economia baseada na criação de gado e na exportação de erva-mate.

Os Guaranis, educados pelos jesuítas, possuíam aptidão para a música e para a escultura. Ergueram igrejas de pedra, fundiram ferro, imprimiram livros e cultivaram a terra.

Portugal e Espanha lutavam pela posse dos Trinta Povos Guaranis localizados entre Cananéia (onde passava a linha de Tordesilhas) e a foz do Rio da Prata, tramando posteriormente, um trágico desfecho para a experiência missioneira.

1835
Eclode a guerra dos farrapos

1682
São Bento funda a primeira escola de música em 4 anos.

1835
Batalha e vitória dos Farrapos no Sul.

1835
Eclode a revolta popular no Rio de Janeiro, chamada “Camelôada”.

1835
Batalha e triunfo de Uruguai, uma revolta de escravos em São Paulo.

A QUESTÃO POLÍTICA
- Além da questão econômica relativa à tributação do charque, a guerra dos Farrapos foi motivada também por problemas políticos, comuns do Período Regencial.
- A formação do território do RS surgiu, entre outras razões, a criação de terras para a colônia.
- A formação do território do Rio Grande, pelo governo central, gerou o descontentamento dos fazendeiros locais.
- A formação do território do Rio Grande, pelo governo central, gerou o descontentamento dos fazendeiros locais.
- A formação do território do Rio Grande, pelo governo central, gerou o descontentamento dos fazendeiros locais.

FARROUPILHA
- Farroupilha foi o termo usado pelo exército imperial para se referir aos gaúchos.
- A expressão que significa “farrapo” ou “povo sem terra” era usada para se referir aos gaúchos.
- A guerra tem origem na revolta de um grupo de fazendeiros e militares locais contra o governo imperial.
- Mesmo que as tropas gaúchas fossem “farrapilhas”, elas lutaram bravamente e a sua vitória foi decisiva.

Em 20 de setembro de 1835, um grupo de revoltosos entrou em Porto Alegre, após vencer as tropas legalistas, iniciando a primeira guerra civil do RS, considerada a mais longa e sangrenta do Brasil.

Desde a abdicação de D. Pedro I, em 1831, o Império vivia um período conturbado, com a eclosão de várias revoluções regionais. A Guerra dos Farrapos foi um dos fatos mais marcantes de toda a história do RS.

O motivo da revolta dos estancieiros foi o imposto sobre o charque, principal produto do RS. Além de não ser taxado ao entrar no Brasil, o charque da Banda Oriental era mais barato pois, era patrocinado pelos uruguaios. Liderados por Bento Gonçalves, os farroupilhas se revoltaram contra isso.

Por isso, embora a Guerra dos Farrapos seja considerada uma luta separatista, é arriscado afirmar que o objetivo inicial dos combatentes fosse a independência do RS e o seu desligamento do Império.

Em 11 de setembro de 1836, após vencer os imperiais na batalha do Seival, o general Sousa Netto proclamou a independência do RS, sem consultar seus superiores. Assim, os Farrapos se tornaram separatistas quase sem querer. Contudo a República Rio-grandense sobreviveu até 1845.

Os republicanos travaram uma guerra de guerrilhas contra o exército e foram capazes de expandir sua luta para Santa Catarina, fundando, em julho de 1839, a chamada República Juliana, com duração de seis meses.

Fonte: elaborado pelo autor (2022).

Após as alterações realizadas na primeira alternativa, foram realizadas novas alterações, agora no protótipo digital da geração de alternativa 2. As mudanças foram realizadas na diagramação dos textos, considerando a hierarquia das informações e os elementos visuais, adequando-os ao tamanho do suporte final. Foi realizada a alteração da cor “amarela” do texto principal, para um tom mais luminoso (C 3%; M 12%; Y 30%; K 0%), adequando o nível de legibilidade quando sobreposto

ao fundo. Por fim, foi realizada alteração de cor do fundo para outra tonalidade de “azul” (C 490%; M 60%; Y 42%; K 48%).

A Figura 42 apresenta o protótipo digital final dos dois painéis com os textos expositivos, utilizados para a etapa de verificação do grupo focal.

Figura 42 - Protótipo digital final: painel 1 e 2



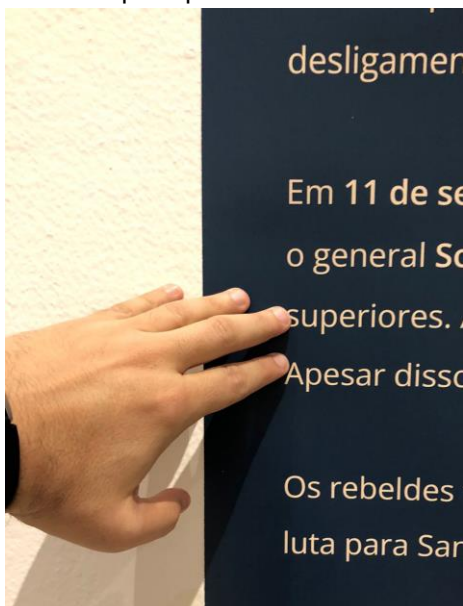
Fonte: elaborado pelo autor (2022).

Na elaboração do protótipo digital final, conforme as diretrizes relacionadas à formatação do texto, utilizou-se a fonte *Open Sans* (sem serifa), sendo que o tamanho do texto sofreu variações, de acordo com a hierarquia das informações dispostas. Para a data principal dos painéis, valeu-se do tamanho de 450 pt; para o texto da ilustração maior, localizado na parte superior dos painéis, o tamanho de 88 pt; para o título principal do texto, 135 pt; para as datas da linha do tempo, 62 pt e, para os textos da linha do tempo, 48 pt; para o texto principal, utilizou-se 64 pt de tamanho para o painel 1 e 52 pt no painel 2; para os textos secundários, 75 pt para os títulos e 48 pt para o corpo dos textos (Figuras 43 e 44).

Acerca das cores, o protótipo digital final apresenta predominantemente três cores: (1) “amarelo”, utilizado no título principal, no texto da linha do tempo, no texto principal, como fundo da ilustração maior e dos textos secundários; (2) “azul”, utilizado como fundo do painel, no título da imagem principal, nos títulos e no corpo dos textos secundários; (3) “branco”, utilizado na data principal e nas datas da linha do tempo.

Para impressão do protótipo final digital utilizou-se papel fotográfico com impressão em látex fosco.

Figura 43 - Detalhe do texto expositivo principal – Painel 2



Fonte: acervo do autor (2023).

Figura 44 - Detalhe do texto expositivo secundário – Painel 2



Fonte: acervo do autor (2023).

O tópico seguinte apresenta o processo de implantação dos painéis impressos no Memorial do Rio Grande do Sul.

4.4.2 Implantação

A etapa de implantação monitorou a instalação dos dois painéis com os textos expositivos no Memorial do Rio Grande do Sul. A posição, espaçamento entre os textos e a altura dos mesmos em relação ao piso, foi orientada pelo relatório produzido pela observação direta realizada *in loco*, conforme descrito no item 4.1 e no Apêndice R desta pesquisa.

As Figuras 45 e 46 apresentam os textos expositivos fixados no corredor expositivo do Memorial. Cada painel possui 250 cm de altura e 85 cm de largura. Ambos foram fixados a 75 cm de distância do piso e 50 cm de distância entre eles. A implantação se fez necessária para posterior verificação realizada pelo grupo focal, conforme especificado no Quadro 09 dos procedimentos metodológicos da pesquisa.

Figura 45 - Painéis fixados no Memorial do Rio Grande do Sul - 1



Fonte: acervo do autor (2023).

Figura 46 - Painéis fixados no Memorial do Rio Grande do Sul - 2



Fonte: acervo do autor (2023).

O capítulo seguinte apresenta as etapas de verificação dos painéis pelo grupo focal.

4.5 VERIFICAÇÃO

Este capítulo corresponde ao sétimo e último objetivo específico da pesquisa, que visa aplicar as diretrizes preliminares de Linguagem Simples no contexto museal, mais particularmente nos textos expositivos do Memorial do Rio Grande do Sul, para fins de verificação quanto à sua utilização no processo de projeto de comunicação acessível, voltado a promover a experiência do público idoso. Concomitante a isso, o respectivo capítulo descreve a penúltima etapa do projeto de comunicação, a **verificação**, que objetiva a observação de possíveis falhas na comunicação, avaliando a efetividade do que foi implantado e procedendo com a correções.

Neste capítulo serão apresentados os resultados da verificação da **leiturabilidade**, da **legibilidade** e da **emoção**, com relação aos textos expositivos do Memorial do Rio Grande do Sul, reescritos conforme à aplicação das diretrizes preliminares de Linguagem Simples.

Para esta etapa, o grupo focal, composto por seis idosos, fizeram uso dos mesmos instrumentos da etapa de avaliação, conforme a subsequente ordem: (1) Escala Likert, para verificação da **leiturabilidade**; (2) Escala Likert, para verificação da **legibilidade**; (3) *Emocards* para verificação da **emoção**.

A verificação individual com as Escalas Likert e *Emocards* ocorreu no dia 17/03/23 das 14h às 15h no Memorial do Rio Grande do Sul, e contou com a presença de todos os participantes, conforme registros fotográficos (Apêndice S).

Primeiramente serão apresentados os resultados das verificações individuais realizadas por meio das Escalas Likert, conforme descrito nos procedimentos metodológicos, na sequência, os resultados obtidos com o uso dos *Emocards*.

a) Verificação da leitabilidade

O objetivo dessa etapa foi verificar, por meio do grupo focal, a leitabilidade de dois textos expositivos do Memorial do Rio Grande do Sul, reescritos por meio das diretrizes preliminares de Linguagem Simples (Apêndice U; Apêndice V).

Para esta verificação foi utilizada a Escala Likert (Quadro 11), composta por 5 critérios de qualidade que indicam um alto grau de leitabilidade, conforme o parâmetro de **simplicidade**, definido por Pettersson (2013a).

O Quadro 41 apresenta os resultados das avaliações individuais, bem como as médias finais para cada critério e a média geral.

Quadro 41 - Resultados das verificações individuais pelas Escalas Likert referente à leitabilidade dos textos expositivos

(continua)

		Usuário 1	Usuário 2	Usuário 3	Usuário 4	Usuário 5	Usuário 6	
Escala Likert para avaliação da LEITURABILIDADE TEXTO EXPOSITIVO 1								
Critérios:	Descrição:							
Contém somente informações essenciais.	Não existem informações supérfluas na imagem.	5	5	5	5	5	5	5,0

Quadro 41 - Resultados das verificações individuais pelas Escalas Likert referente à leiturabilidade dos textos expositivos

(conclusão)

Estilo da imagem é reconhecível pelo leitor.	Os elementos gráficos e palavra escolhidas fazem parte do repertório do leitor.	5	5	5	5	5	5	5,0
Elementos gráficos visualmente organizados, ordenados.	Estrutura clara que facilita a compreensão do conteúdo.	5	5	5	5	5	4	4,9
Detalhamento ideal.	O detalhamento utilizado não é excessivo nem faltam detalhes para compreender o conteúdo.	4	5	5	5	5	5	4,9
Conteúdo objetivo.	O conteúdo é compreendido sem ambiguidades.	5	5	5	5	5	5	5,0
								4,96
Escala Likert para avaliação da LEITURABILIDADE TEXTO EXPOSITIVO 2								
Crítérios:	Descrição:							
Contém somente informações essenciais.	Não existem informações supérfluas na imagem.	5	5	4	5	5	5	4,9
Estilo da imagem é reconhecível pelo leitor.	Os elementos gráficos e palavra escolhidas fazem parte do repertório do leitor.	5	5	5	4	5	5	4,9
Elementos gráficos visualmente organizados, ordenados.	Estrutura clara que facilita a compreensão do conteúdo.	5	4	5	5	5	5	4,9
Detalhamento ideal.	O detalhamento utilizado não é excessivo nem faltam detalhes para compreender o conteúdo.	5	5	5	4	5	5	4,9
Conteúdo objetivo.	O conteúdo é compreendido sem ambiguidades.	5	5	5	5	5	5	5,0
								4,92

Fonte: dados da pesquisa (2023).

Acerca da avaliação de leiturabilidade do texto expositivo 1, observa-se que, dos cinco critérios verificados, três atingiram a pontuação máxima. Em dois critérios pode-se observar notas de 4,9, para o detalhamento ideal e organização dos elementos gráficos do texto. A média geral ficou superior há 4,9 pontos.

Acerca da verificação do texto expositivo 2, observa-se que há média com nota máxima em apenas um dos critérios avaliados, no entanto, os demais atingiram 4,9 pontos de média. A média geral é menor do que no texto expositivo 1, com diferença de 0,04 pontos.

b) Verificação da legibilidade

O objetivo dessa etapa foi verificar, por meio do grupo focal, a legibilidade de dois textos expositivos do Memorial do Rio Grande do Sul, reescritos por meio das diretrizes preliminares de Liguagem Simples (Apêndice U; Apêndice V).

Para essa verificação foi utilizada a Escala Likert (Quadro 12), composta por 5 critérios de qualidade que indicam um alto grau de legibilidade, conforme o parâmetro de **clareza**, definido por Pettersson (2013a). O Quadro 42 apresenta os

resultados das avaliações individuais, bem como as médias finais de cada critério e a média geral.

Quadro 42 - Resultados das verificações individuais pelas Escalas Likert referente à legibilidade dos textos expositivos

		Usuário 1	Usuário 2	Usuário 3	Usuário 4	Usuário 5	Usuário 6	
Escala Likert para avaliação da LEGIBILIDADE TEXTO EXPOSITIVO 1								
Critérios:	Descrição:							
Tamanho adequado dos elementos.	Os elementos, incluindo a tipografia, têm um tamanho legível.	5	5	5	5	5	5	5,0
Impacto/força dos elementos gráficos.	Os elementos são percebidos de forma vigorosa.	5	4	4	5	4	5	4,5
Distinção entre as partes da imagem.	Todos os elementos são claramente discerníveis.	5	5	4	5	5	5	4,9
Distinção entre figura e fundo.	A figura (parte do conteúdo) do gráfico destaca-se com facilidade do fundo.	5	4	5	5	5	5	4,9
Tipografia de fácil leitura.	A tipografia utilizada é familiar e tem um tamanho legível.	5	5	5	5	5	5	5,0
								4,86
Escala Likert para avaliação da LEGIBILIDADE TEXTO EXPOSITIVO 2								
Critérios:	Descrição:							
Tamanho adequado dos elementos.	Os elementos, incluindo a tipografia, têm um tamanho legível.	5	5	5	5	5	5	5,0
Impacto/força dos elementos gráficos.	Os elementos são percebidos de forma vigorosa.	4	4	5	5	5	5	4,7
Distinção entre as partes da imagem.	Todos os elementos são claramente discerníveis.	5	5	5	5	5	5	5,0
Distinção entre figura e fundo.	A figura (parte do conteúdo) do gráfico destaca-se com facilidade do fundo.	4	4	5	5	4	5	4,5
Tipografia de fácil leitura.	A tipografia utilizada é familiar e tem um tamanho legível.	5	5	5	5	5	5	5,0
								4,84

Fonte: dados da pesquisa (2023).

Em relação ao texto expositivo 1, os critérios que atingiram a média máxima, com 5,0 pontos, correspondem ao tamanho adequado da tipografia e o uso de uma tipografia de fácil leitura. Dois critérios obtiveram 4,9 de pontuação, e tratam da distinção entre texto e fundo e dos demais elementos que compõem o painel com o texto. O critério que obteve a menor pontuação (4,5 pontos de média) corresponde ao impacto/força dos elementos gráficos. A média geral de legibilidade do texto expositivo 1 foi de 4,86 pontos.

Acerca do texto expositivo 2, percebe-se três médias máximas (5,0 pontos de média) correspondentes ao tamanho adequado da tipografia e o uso de uma tipografia de fácil leitura, além da capacidade de discernir claramente os elementos.

A menor média (4,7 pontos de média) está associada à facilidade de identificar a figura/texto em relação ao fundo.

No que tange a legibilidade, em ambos os textos, a média geral foi inferior à avaliação de leiturabilidade, com diferença mínima de pontos.

c) **Verificação da Emoção**

O objetivo desta verificação foi investigar como os idosos do grupo focal responderam emocionalmente à leitura de dois textos expositivos do Memorial do Rio Grande do Sul, reescritos por intermédio das diretrizes preliminares de Linguagem Simples (Apêndice U; Apêndice V), por meio da relação das emoções definidas segundo Desmet e Hekkert (2000), como: **metas, padrões e atitudes**.

Para a verificação, foram utilizados novamente os 16 *Emocards*, que retratam rostos de desenhos animados com oito expressões emocionais distintas (oito rostos masculinos e oito rostos femininos).

Cada usuário respondeu a três perguntas conforme as dimensões da experiência, apontando para um dentre os 16 *Emocards* que estavam dispostos em uma mesa (Apêndice T). Posteriormente, foi-lhes pedido que apontassem o *Emocard* que melhor expressava a sua resposta emocional para cada texto. Cada resposta, a partir da indicação do usuário, foi registrada, pelo pesquisador, no instrumento de avaliação da emoção (Quadro 12).

Este tópico apresenta um compilado dos resultados obtidos, divididos quanto as **metas, padrões, atitudes e contexto geral** de cada texto expositivo. A relação completa das imagens produzidas por meio da aplicação deste instrumento estão no Apêndice Z desta pesquisa.

O tamanho das “fatias” pretas é a medida da quantidade de usuários que preferem aquela resposta emocional específica (escala de 1 a 6 usuários).

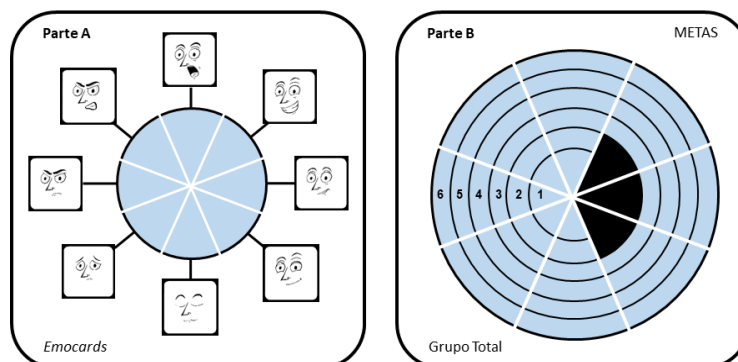
As Figuras 47, 48, 49 e 50 apresentam os resultados obtidos pela verificação do texto expositivo 1.

A primeira pergunta do instrumento está relacionada às **metas**. A Figura 47 apresenta os resultados obtidos.

De acordo com os resultados, dois usuários elegeram a resposta “calmo-gradável”; dois “médio-gradável”; dois usuários “excitado-gradável”. Portanto, o

grupo será referido na dimensão da excitação como “calmo”, “médio”, e “excitado” acerca dos objetivos alcançados por meio do texto expositivo 1.

Figura 47 - Resultado das verificações individuais pelos *Emocards*, quanto às **metas**.
O texto expositivo atendeu o seu objetivo?

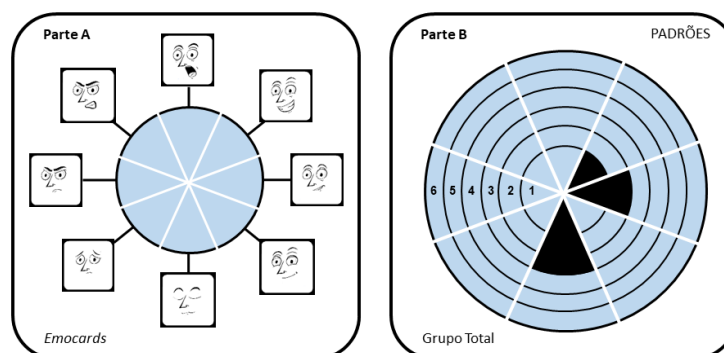


Fonte: dados da pesquisa (2023).

Observa-se que, acerca da dimensão do prazer, os resultados apontam para emoções “agradáveis” frente aos objetivos do texto.

A Figura 48 apresenta os resultados emocionais obtidos em relação aos **padrões**.

Figura 48 - Resultados das verificações individuais pelos *Emocards*, quanto aos **padrões**.
O texto está de acordo com o que você esperava?



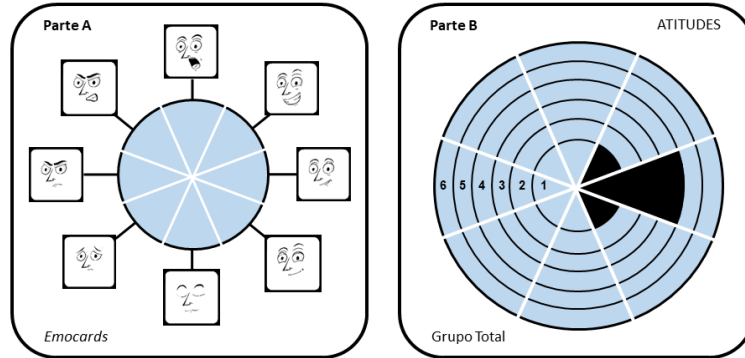
Fonte: dados da pesquisa (2023).

Frente aos resultados apresentados, três usuários preferiram a resposta “calmo-neutro”; dois usuários preferiram a resposta “médio-agradável”; um usuário a resposta “excitado-agradável”. Portanto, o grupo será referido na dimensão da excitação como “calmo”, “médio” e “excitado” no que se refere ao nível de excitação referente às expectativas da leitura dos textos. No que tange as expectativas em relação à dimensão de prazer, três usuários indicaram que a experiência emocional

foi “agradável”; três usuários apontam como “neutra”, ou seja, nem agradável e nem desagradável.

A Figura 49, apresenta os resultados obtidos em relação às **atitudes**.

Figura 49 - Resultados das verificações individuais pelos *Emocards*, quanto às **atitudes**.
Formalmente, como você avalia o texto?

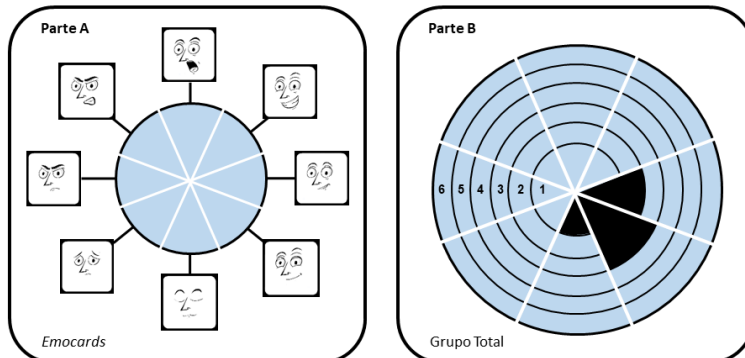


Fonte: dados da pesquisa (2023).

De acordo com os resultados, quatro usuários preferiram a resposta “médio-agradável”; um “calmo-agradável”; um usuário a resposta “excitado-agradável”. Portanto, o grupo será referido, conforme as dimensões da excitação, como “calmo”, “médio e “excitado”. Na dimensão do prazer, os usuários descrevem como “agradáveis” todas as emoções que estão relacionadas às atitudes.

A Figura 50, apresenta os resultados obtidos em relação ao **contexto geral** do texto expositivo 1.

Figura 50 - Resultados das verificações individuais pelo *Emocards*, quanto ao **contexto geral**.
Qual *Emocard* corresponde ao texto expositivo?



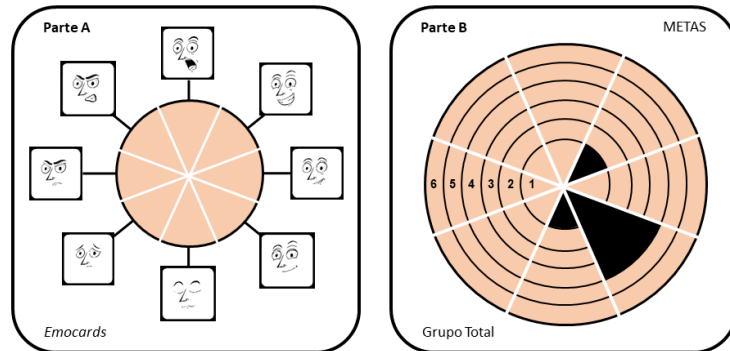
Fonte: dados da pesquisa (2023).

Acerca dos resultados apresentados, três usuários elegeram a resposta “calmo-agradável”; um usuário “calmo-neutro”; dois usuários a resposta “médio-agradável”. Portanto, o grupo será referido como “calmo” e “médio” frente à

dimensão da excitação. Observa-se que, no contexto geral, os usuários consideram “agradável” e “neutro” o texto expositivo 1.

As Figuras 51, 52, 53 e 54 apresentam os resultados obtidos pela avaliação do texto expositivo 2.

Figura 51 - Resultados das verificações individuais pelos *Emocards*, quanto às **metas**.
O texto expositivo atendeu o seu objetivo?

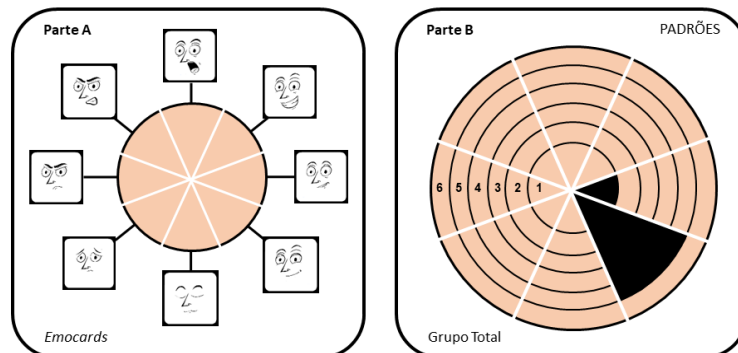


Fonte: dados da pesquisa (2023).

Segundo os resultados obtidos, quatro usuários escolheram a resposta “calmo-agradável”; um usuário preferiu a resposta “calmo-neutro”; e um usuário a resposta “excitado-agradável”. Portanto, o grupo será referido como “calmo” e “médio” acerca das metas. No que tange à dimensão do prazer, quatro usuários consideram suas emoções “agradáveis” em relação ao objetivo atendido pelo texto; um como “neutra”, ou seja, nem agradáveis e nem desagradáveis.

Figura 52, apresenta os resultados obtidos frente aos **padrões**.

Figura 52 - Resultados das verificações individuais pelos *Emocards*, quanto aos **padrões**.
O texto está de acordo com o que você esperava?



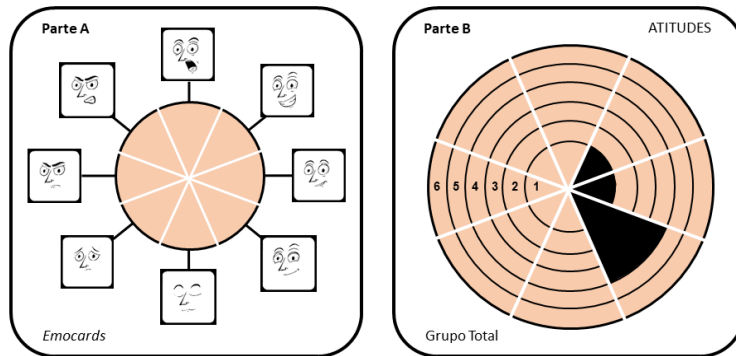
Fonte: dados da pesquisa (2023).

Frente aos resultados apresentados, cinco usuários escolheram a resposta “calmo-agradável”; um usuário a resposta “excitado-agradável”. Portanto, o grupo

será referido como “calmo” e “excitado” no que se refere ao nível de excitação referente à expectativa da leitura do texto. No que tange a expectativa em relação à dimensão de prazer, todos os usuários elencaram emoções “agradáveis”.

A Figura 53, apresenta os resultados obtidos em relação à terceira dimensão da experiência do usuário, as **atitudes**.

Figura 53 - Resultados das verificações individuais pelos *Emocards*, quanto às **atitudes**.
Formalmente, como você avalia o texto?

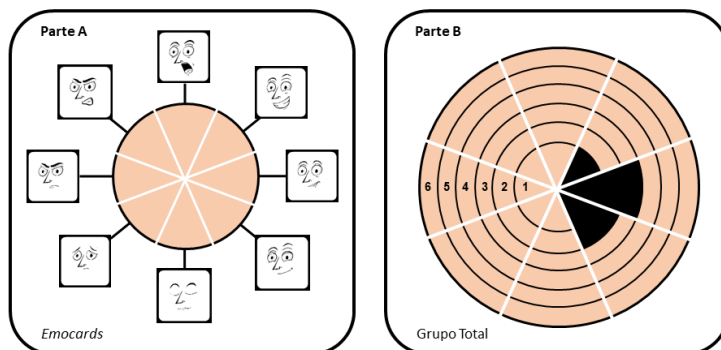


Fonte: dados da pesquisa (2023).

De acordo com os resultados, quatro usuários elegeram a resposta “calmo-agradável”, um usuário “médio-agradável”; um usuário “excitado-agradável”. Desse modo, o grupo será referido, de acordo com as dimensões da excitação, como “calmo”, “médio” e “excitado”. Na dimensão do prazer, todos usuários descreveram como “agradáveis” as emoções que estão relacionadas às atitudes.

A Figura 54 apresenta os resultados obtidos em relação ao contexto geral do texto expositivo 2.

Figura 54 - Resultados das verificações individuais pelo *Emocards*, quanto ao **contexto geral**.
Qual Emocard corresponde ao texto expositivo?



Fonte: dados da pesquisa (2023).

Conforme os resultados apresentados, dois usuários elegeram a resposta “calmo-gradável”; três usuários “médio-gradável”; um usuário a resposta “excitado-gradável”. Portanto, o grupo será referido como “calmo”, “médio” e “excitado”, acerca da dimensão da excitação. Observa-se que, no contexto geral, os usuários consideram agradável o texto expositivo 2, conforme os três níveis de excitação apresentados anteriormente.

4.5.1 Análise e discussão dos resultados

Por meio da apresentação da aplicação das diretrizes no processo projetual, pôde-se verificar de que forma se daria o uso dessas diretrizes em uma situação real de projeto.

Verificou-se que as diretrizes projetuais de Linguagem Simples, além de auxiliar na tomada de decisão projetual, visando promover a experiência do público idoso em museus, contribuem também para análise de textos expositivos já existentes. Neste caso, tanto um especialista em Linguagem Simples como um profissional que atua em museus/memoriais poderão analisar a acessibilidade dos textos expositivos pela perspectiva da Linguagem Simples.

Os Quadros 43 e 44 apresentam a relação das médias por critério e das médias gerais obtidas pela Escala Likert dos textos expositivos 1 e 2, antes e após à aplicação das diretrizes preliminares de Linguagem Simples.

Serão considerados, para uma análise mais aprofundada, os critérios que obtiveram a pontuação inferior a 4,9 pontos de média.

Quadro 43 - Análise dos resultados obtidos pelas Escalas Likert para Leitabilidade

(continua)

TEXTO EXPOSITIVO 1		Texto na versão Original	Texto reescrito com diretrizes preliminares
Critérios:	Descrição:		
Contém somente informações essenciais.	Não existem informações supérfluas na imagem.	5,0	5,0
Estilo da imagem é reconhecível pelo leitor.	Os elementos gráficos e palavra escolhidas fazem parte do repertório do leitor.	5,0	5,0
Elementos gráficos visualmente organizados, ordenados.	Estrutura clara que facilita a compreensão do conteúdo.	3,9	4,9
Detalhamento ideal.	O detalhamento utilizado não é excessivo nem faltam detalhes para compreender o conteúdo.	4,2	4,9

Quadro 43 - Análise dos resultados obtidos pelas Escalas Likert para Leiturabilidade

(conclusão)

Conteúdo objetivo.	O conteúdo é compreendido sem ambiguidades.	4,4	5,0
		4,5	4,96
TEXTO EXPOSITIVO 2		Texto na versão Original	Texto reescrito com diretrizes preliminares
Critérios:	Descrição:		
Contém somente informações essenciais.	Não existem informações supérfluas na imagem.	4,0	4,9
Estilo da imagem é reconhecível pelo leitor.	Os elementos gráficos e palavra escolhidas fazem parte do repertório do leitor.	4,4	4,9
Elementos gráficos visualmente organizados, ordenados.	Estrutura clara que facilita a compreensão do conteúdo.	4,2	4,9
Detalhamento ideal.	O detalhamento utilizado não é excessivo nem faltam detalhes para compreender o conteúdo.	4,2	4,9
Conteúdo objetivo.	O conteúdo é compreendido sem ambiguidades.	4,5	5,0
		4,3	4,92

Fonte: elaborado pelo autor (2023).

Observa-se que a pontuação dos critérios de qualidade, quanto a leiturabilidade, em ambos os textos, mantiveram a pontuação máxima, ou aumentaram a pontuação. Neste contexto, os resultados indicam a eficácia do uso das diretrizes preliminares de Linguagem Simples. Os resultados das médias gerais dos textos reescritos, indicam um alto grau de leiturabilidade, ou seja, quanto maior o grau de leiturabilidade, maior a simplicidade (PETTERSSON, 2013a)

Quadro 44 - Análise dos resultados obtidos pelas Escalas Likert para Legibilidade

(continua)

TEXTO EXPOSITIVO 1		Texto na versão Original	Texto reescrito com diretrizes preliminares
Critérios:	Descrição:		
Tamanho adequado dos elementos.	Os elementos, incluindo a tipografia, têm um tamanho legível.	3,9	5,0
Impacto/força dos elementos gráficos.	Os elementos são percebidos de forma vigorosa.	3,5	4,5
Distinção entre as partes da imagem.	Todos os elementos são claramente discerníveis.	3,2	4,9
Distinção entre figura e fundo.	A figura (parte do conteúdo) do gráfico destaca-se com facilidade do fundo.	4,2	4,9
Tipografia de fácil leitura.	A tipografia utilizada é familiar e tem um tamanho legível.	3,5	5,0
		3,7	4,86

Quadro 44 - Análise dos resultados obtidos pelas Escalas Likert para Legibilidade

(conclusão)

TEXTO EXPOSITIVO 2		Texto na versão Original	Texto reescrito com diretrizes preliminares
Critérios:	Descrição:		
Tamanho adequado dos elementos.	Os elementos, incluindo a tipografia, têm um tamanho legível.	4,5	5,0
Impacto/força dos elementos gráficos.	Os elementos são percebidos de forma vigorosa.	3,9	4,7
Distinção entre as partes da imagem.	Todos os elementos são claramente discerníveis.	3,7	5,0
Distinção entre figura e fundo.	A figura (parte do conteúdo) do gráfico destaca-se com facilidade do fundo.	4,4	4,5
Tipografia de fácil leitura.	A tipografia utilizada é familiar e tem um tamanho legível.	4,5	5,0
		4,2	4,84

Fonte: elaborado pelo autor (2023).

Acerca da pontuação referente aos critérios de qualidade quanto a legibilidade, após a aplicação das diretrizes preliminares, o texto expositivo 1 obteve nota máxima (5,0 pontos de média) em dois critérios; dois critérios de qualidade atingiram 4,9 pontos de média; e, um critério (em amarelo) obteve pontuação inferior a 4,9, com 4,5 pontos de média. Este critério avalia o impacto/força dos elementos gráficos.

Em relação ao texto expositivo 2, três critérios obtiveram a pontuação máxima (5,0 pontos de média); os demais critérios não obtiveram a pontuação igual ou superior a 4,9 pontos de média; e, dois critérios (em amarelo) obtiveram pontuação abaixo de 4,9 pontos. Os critérios que avaliam o impacto/força dos elementos gráficos, pontuaram 4,7 de média e o critério referente a distinção entre figura e fundo pontou 4,5 pontos de média.

Considerando os resultados obtidos pela avaliação e verificação dos textos expositivos 1 e 2, pelo grupo focal de idosos, foram realizadas as alterações no protótipo digital final dos painéis 1 e 2 (Figura 60).

Frente aos resultados das médias gerais dos textos reescritos, conforme as diretrizes de Linguagem Simples, é possível observar um alto grau de legibilidade. Segundo os critérios de qualidade definidos por Pettersson (2013a), quanto maior o grau de legibilidade, maior a clareza.

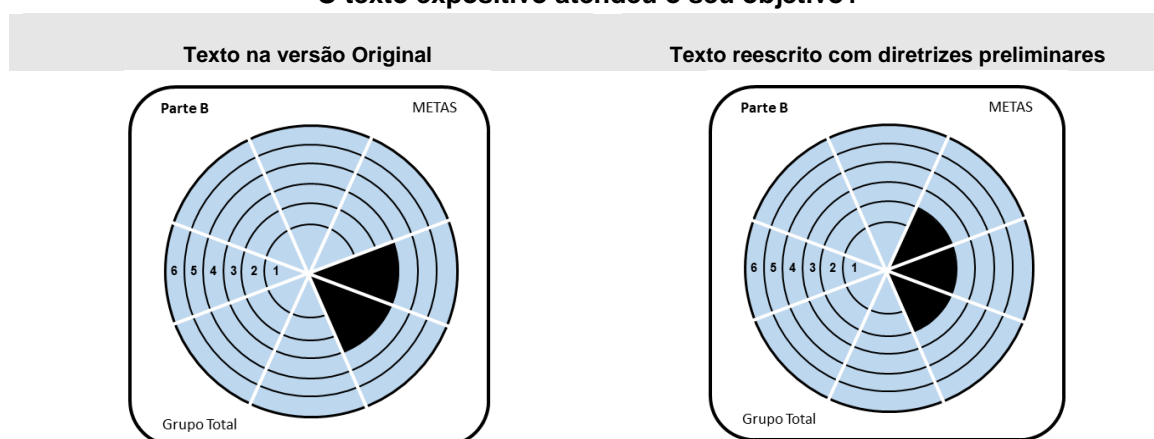
Referente ao instrumento utilizado na avaliação e verificação da emoção – *Emocards* - dos textos expositivos, foi possível observar que, mesmo que as emoções sejam essencialmente pessoais, pois ocorrem com pessoas diferentes,

que experimentarão emoções diferentes, foi possível, nesta pesquisa, identificar reações emocionais gerais, observadas e identificadas no grupo de idosos.

As Figuras 55, 56, 57 e 58 apresentam as respostas emocionais referente ao texto expositivo 1, antes e após à aplicação das diretrizes preliminares de Linguagem Simples. Os resultados estão divididos quanto as **metas, padrões, atitudes** e **contexto geral** de cada texto expositivo.

A Figura 55 apresenta um comparativo em relação à resposta emocional aos textos expositivos, quanto às **metas**.

Figura 55 - Resultados obtidos quanto às **metas** relacionadas ao texto expositivo 1.
O texto expositivo atendeu o seu objetivo?



Fonte: o autor (2023).

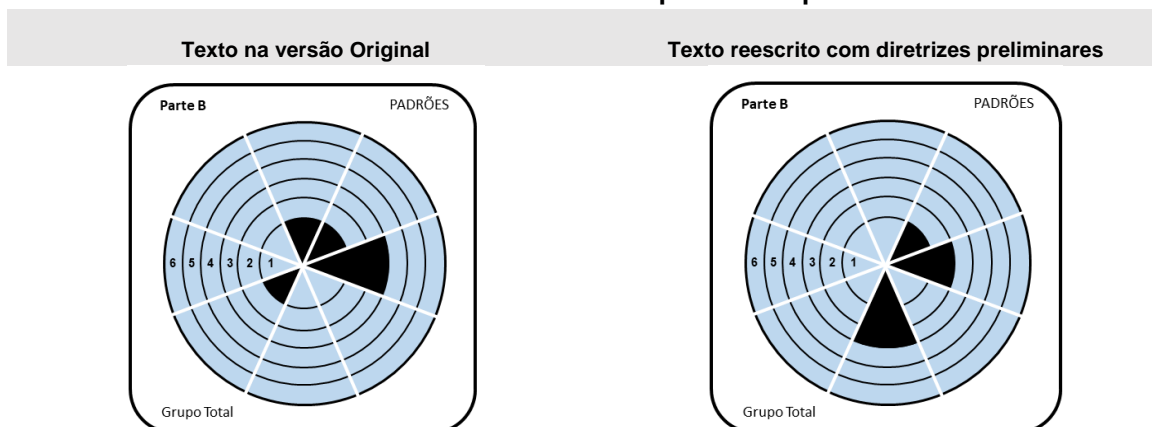
Conforme Desmet e Hekkert (2000), as metas são coisas que queremos ver acontecer, ou seja, são os objetivos em relação a produtos, como objetivos utilitários, sociais e prazerosos. Avaliamos os produtos como desejáveis quando prevemos que facilitarão nossos objetivos.

Neste contexto, quanto à dimensão do prazer, a resposta emocional se manteve agradável no que tange aos objetivos atendidos ao ler o texto expositivo 1 após as alterações realizadas pelas diretrizes preliminares.

Na dimensão da excitação, houve uma alteração referente ao nível de excitação, ou seja, dois usuários que haviam respondido “calmo” e “médio” para a versão original do texto, responderam “excitado”, em outras palavras, com maior motivação ao texto reescrito.

A Figura 56 apresenta um comparativo em relação à resposta emocional aos textos expositivos quanto aos **padrões**.

Figura 56 - Resultados obtidos quanto aos **padrões** relacionados ao texto expositivo 1.
O texto está de acordo com o que você esperava?

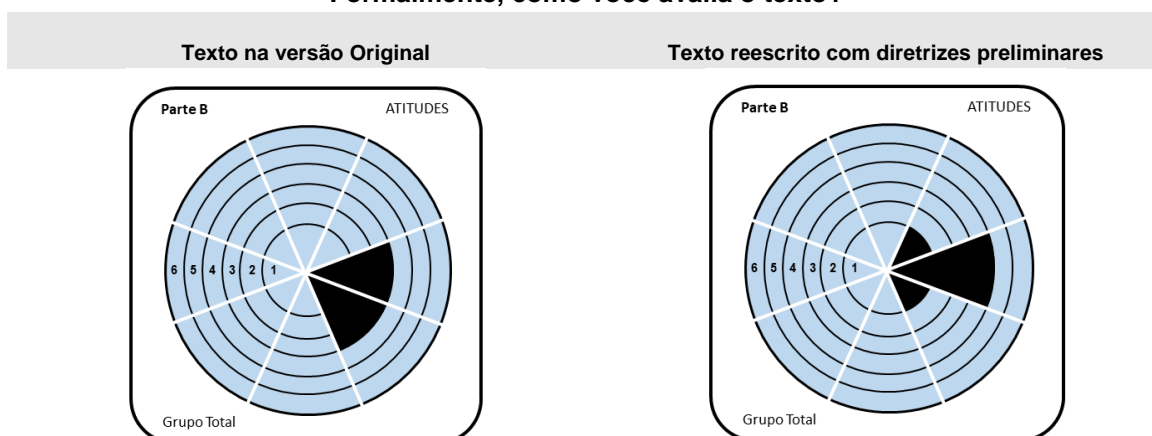


Fonte: o autor (2023).

De acordo com Desmet e Hekkert (2000), os produtos que estão em conformidade com nossos padrões, podem provocar emoções agradáveis, o inverso ocorre quando conflitam com nossos padrões, provocando emoções desagradáveis. Desta forma, quanto à dimensão do prazer, a resposta emocional dos usuários passou de “desagradável”, “agradável” e “neutra”, na versão original do texto, para “agradável” e “neutra” na versão reescrita. Na dimensão da excitação, as respostas emocionais mantiveram a mesma motivação.

A Figura 57 apresenta o comparativo das respostas emocionais, quanto as **atitudes**.

Figura 57 - Resultados obtidos quanto as **atitudes** relacionadas ao texto expositivo 1.
Formalmente, como você avalia o texto?



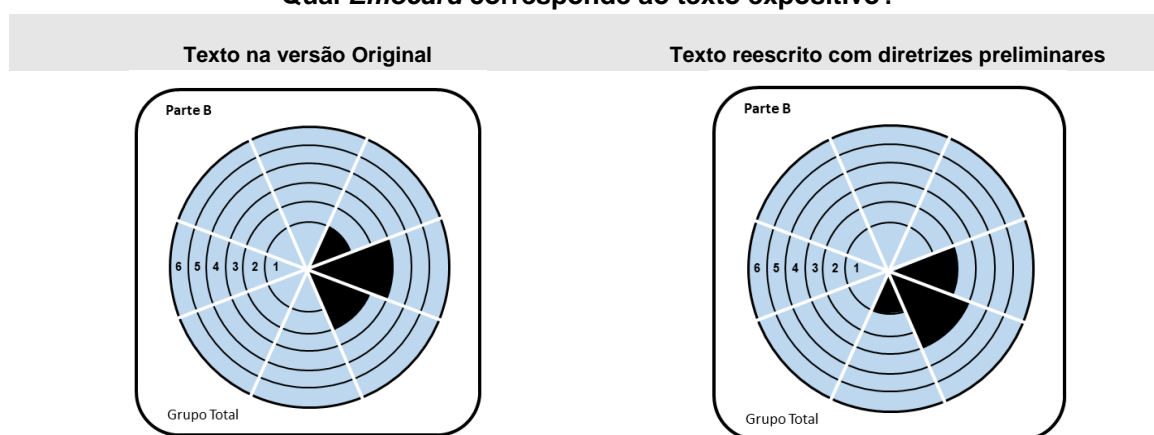
Fonte: o autor (2023).

Conforme a definição de Desmet e Hekkert (2000), as atitudes são nossos gostos ou desgostos próprios e estão relacionadas aos aspectos formais do produto.

Acerca da dimensão do prazer, os usuários mantiveram a resposta emocional “agradável” na versão reescrita do texto, mas com outros níveis de excitação. Reduzindo o número de usuários “calmos”, aumentando os “médios” e acresecentando o “excitado” no que se refere à resposta emocional à dimensão da excitação.

A Figura 58 exibe um comparativo em relação à resposta **emocional geral** entre as duas versões do texto expositivo 1.

Figura 58 - Resultados obtidos quanto ao **contexto geral**.
Qual Emocard corresponde ao texto expositivo?



Fonte: o autor (2023).

No que tange ao contexto geral do texto expositivo 1, na dimensão do prazer, os usuários mantiveram a resposta emocional “agradável”, com o acréscimo da resposta emocional “neutra” para a versão reescrita do texto. Acerca da dimensão da excitação, obteve-se o aumento dos usuários “calmos” e a redução dos “excitados”.

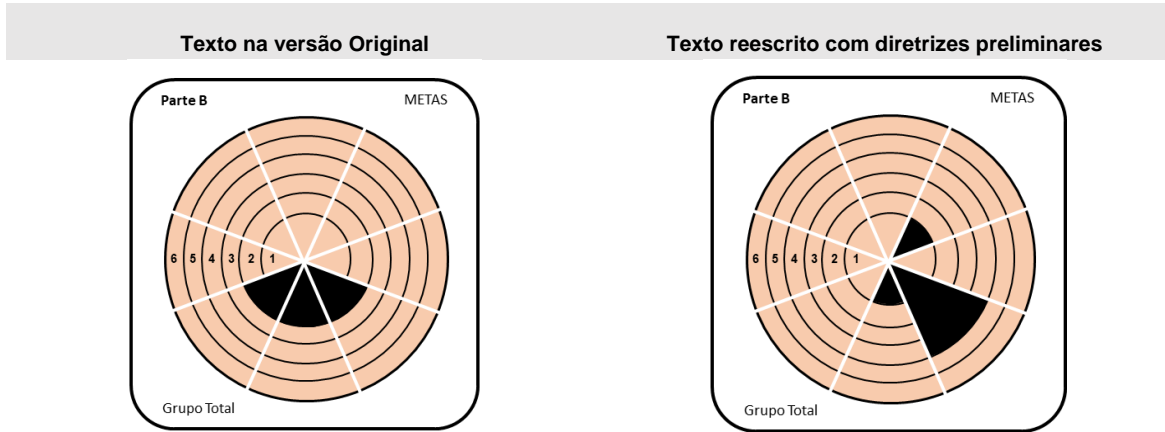
As Figuras 59, 60, 61 e 62 apresentam as respostas emocionais acerca do texto expositivo 2, antes e após a aplicação das diretrizes preliminares de Linguagem Simples.

A Figura 59 apresenta um comparativo em relação a resposta emocional aos textos expositivos quanto às **metas**.

Quanto à dimensão do prazer, acerca dos objetivos atendidos pelos usuários ao ler o texto expositivo 2, obteve-se uma mudança de “desagradável”, “neutra” e “agradável”, para “neutra” e “agradável” após a reescrita do texto em linguagem simplificada. Na dimensão da excitação, houve mudança de “calmo”, na versão

original do texto, para “calmo” e “excitado” na versão reescrita, ou seja, verificou-se maior motivação emocional ao texto da versão final.

Figura 59 - Resultados obtidos quanto às **metas** relacionadas ao texto expositivo 2.
O texto expositivo atendeu o seu objetivo?

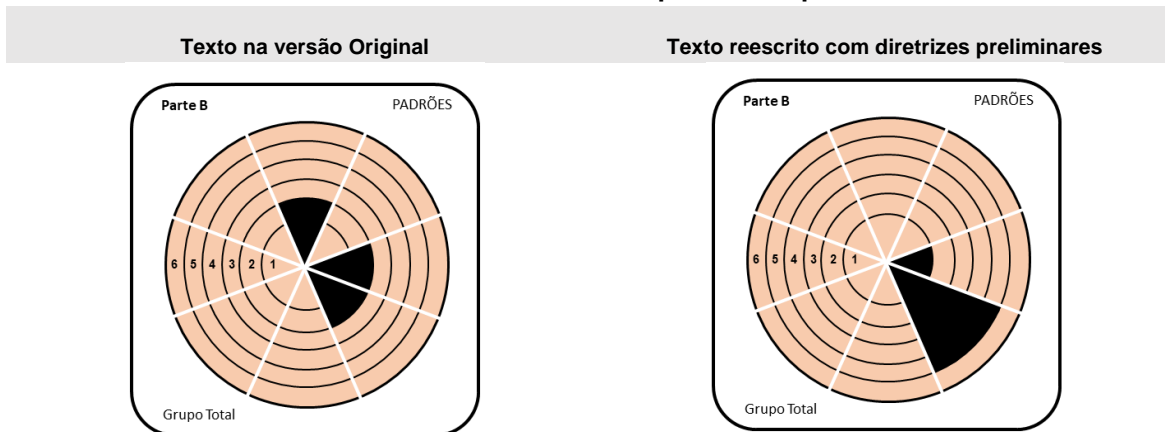


Fonte: o autor (2023).

A Figura 60 apresenta um comparativo em relação à resposta emocional aos textos expositivos quanto aos **padrões**.

Frente à dimensão do prazer, a resposta emocional dos usuários passou de “agradável” e “neutra”, somente para “agradável” na versão reescrita do texto, ou seja, a resposta emocional para o padrão esperado pelo usuário superou positivamente a resposta da versão original do texto.

Figura 60 - Resultados obtidos quanto aos **padrões** relacionados ao texto expositivo 2.
O texto está de acordo com o que você esperava?



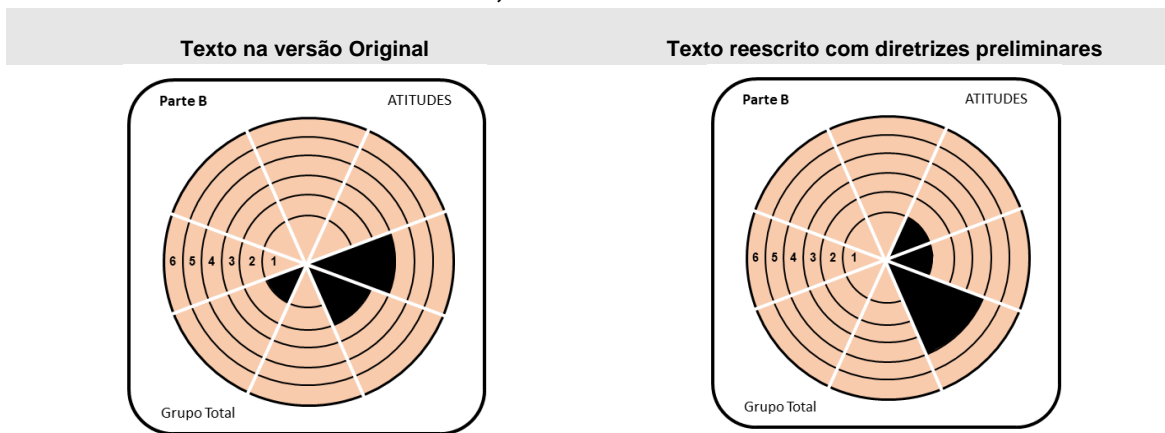
Fonte: o autor (2023).

Acerca da dimensão da excitação, as respostas para a versão original foram “calmo”, “médio” e “excitado” e para a versão reescrita foram “calmo” e “médio”.

A Figura 61 apresenta o comparativo das respostas emocionais quanto as **atitudes**.

Sobre a dimensão do prazer, a resposta emocional dos usuários passou de “desagradável” e “agradável”, na versão original do texto, para “agradável” na versão reescrita, ou seja, os aspetos formais do texto reescrito superaram positivamente a resposta emocional do grupo em relação a versão original do texto. Na dimensão da excitação, as respostas dos usuários foram emotivamente mais motivacionais.

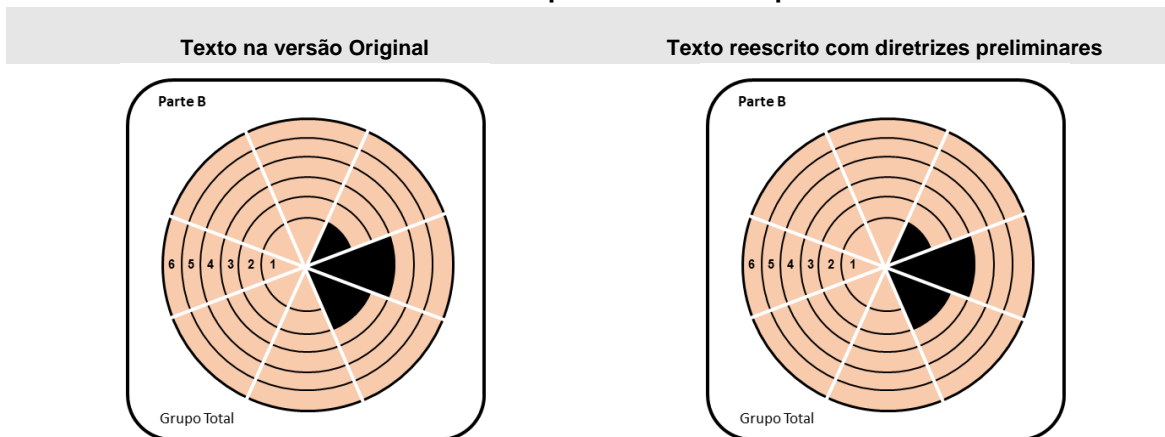
Figura 61 - Resultados obtidos quanto as **atitudes** relacionadas ao texto expositivo 2.
Formalmente, como você avalia o texto?



Fonte: o autor (2023).

A Figura 62 exibe um comparativo em relação à resposta **emocional geral** entre as duas versões do texto expositivo 2.

Figura 62 - Resultados obtidos quanto ao **contexto geral**.
Qual *Emocard* corresponde ao texto expositivo?



Fonte: o autor (2023).

No que tange ao contexto geral do Texto Expositivo 2, tanto na dimensão do prazer quanto na dimensão da excitação, os usuários mantiveram as mesmas respostas emocionais.

Finalizadas as etapas de verificação das diretrizes preliminares por meio dos painéis reescritos com os textos expositivos do Memorial do Rio Grande do Sul, parte-se para as alterações finais no protótipo digital e para a última etapa do projeto de comunicação, a **(6) documentação**, que tem como objetivo a confecção de um guia com o registro das diretrizes de Linguagem Simples para o Projeto de Comunicação Acessível.

4.5.2 Alterações finais no protótipo digital

Após as mudanças realizadas na geração de alternativa 1 e 2, foram realizadas novas alterações, agora no protótipo digital final. As alterações foram realizadas a partir dos resultados obtidos na etapa de verificação dos textos expositivos. Foram identificados ajustes necessários acerca de dois critérios de qualidade quanto a legibilidade, que obtiveram a pontuação inferior a 4,9 pontos de média. São eles:

a. Impacto/força dos elementos gráficos

b. Distinção entre as partes da imagem

Considerando os critérios em destaque, ocorreram alterações com objetivo de evidenciar os elementos gráficos dos critérios que foram ajustados. Sendo assim, foram mantidas apenas duas cores, o “branco” e o “azul” com menos luminosidade, nas respectivas composições, sendo (C 0%; M 0%; Y 0%; K 0%) e (C 90%; M 60%; Y 42%; K 60%).

A Figura 63 apresenta o protótipo digital final dos painéis, com as devidas alterações realizadas após a etapa de verificação. Os painéis encontram-se no Apêndice X e Y, para melhor visualização.

Importante ressaltar que as alterações realizadas acerca das cores, tratam apenas de um elemento relacionado à composição dos painéis, que podem ou não alterar positivamente a nota acerca dos critérios supracitados. Para validação das

alterações realizadas, é necessário que se faça, em estudo futuro, uma nova verificação com o grupo focal.

Figura 63 - Protótipo digital com alterações finais após a etapa de verificação



Fonte: elaborado pelo autor (2022).

O tópico seguinte, apresenta a etapa de **documentação** do projeto de comunicação.

4.5.3 Diretrizes finais de Linguagem Simples

Após a verificação dos textos expositivos reescritos em Linguagem Simples, pelo grupo de idosos, e da elaboração do protótipo final dos painéis, a lista de diretrizes preliminares passou por uma nova revisão.

A nova revisão partiu da necessidade de tornar as diretrizes ainda mais simplificadas, devido às dificuldades encontradas durante o processo de criação do protótipo final digital junto aos designers gráficos, responsáveis pela concepção dos painéis contendo os textos expositivos.

Neste sentido, as 40 diretrizes preliminares de Linguagem Simples foram avaliadas e reescritas, quando necessário, conforme a seguinte legenda:

- a. Textos em **azul**, indicam palavras substituídas
- b. Textos em **laranja**, indicam diretrizes reformuladas
- c. Textos em **vermelho**, indicam palavras ou diretrizes excluídas
- d. Textos em **roxo**, indicam a inclusão de novas diretrizes
- e. Textos em **verde**, indicam diretrizes mantidas

O Quadro 45 apresenta as alterações realizadas na lista de diretrizes preliminares.

Quadro 45 - Alterações realizadas nas diretrizes preliminares de Linguagem Simples

(continua)

Diretrizes preliminares	Diretrizes reescritas
Linguagem	
Utilize um resumo da história, com textos objetivos e simplificados, priorizando a linha narrativa.	
As informações mais importantes devem aparecer no primeiro texto.	As informações mais importantes devem aparecer no primeiro texto.
Utilize títulos para indicar assuntos.	Utilize títulos para indicar assuntos.
Utilize subtítulos entre blocos para sinalizar mudança de assunto.	Utilize subtítulos entre blocos de textos para sinalizar mudança de assunto.
Organize o texto, apresentando as ideias separadas por parágrafos, iniciando com o assunto principal.	Organize o texto apresentando as ideias separadas por parágrafos, conforme a importância de cada conteúdo.
Redija textos de seções, ou grupos, sucintos para atrair a atenção do visitante.	Escreva textos em blocos pequenos para atrair a atenção do visitante.
Utilize textos com estrutura simples, utilizando a ordem natural das palavras.	Escreva textos com frases na ordem direta: sujeito>verbo>objeto.
Utilize vocabulário familiar para auxiliar na compreensão dos textos.	Utilize palavras familiares.
Utilize um breve resumo do discurso como subtítulo.	
Utilize palavras curtas no lugar de palavras longas, cortando os excedentes sempre que possível.	Utilize palavras curtas.
Utilize, para escrever os textos, a voz ativa no lugar da voz passiva.	Utilize a voz ativa.
Utilize textos com estrutura sintática e vocabulário simplificado para auxiliar a compreensão, mantendo o máximo do original.	
Utilize termos corriqueiros no lugar de frases em língua estrangeira, termos técnicos, palavras científicas ou jargões.	Evite termos técnicos, palavras estrangeiras, científicas ou jargões.
Evite palavras hifenizadas no fim de cada linha, principalmente em frases com 50 a 60 caracteres.	Evite palavras hifenizadas no fim de cada linha, principalmente em frases com 50 a 60 caracteres.

Quadro 45 - Alterações realizadas nas diretrizes preliminares de Linguagem Simples

(continuação)

Utilize pronomes pessoais para despertar o interesse e a atenção do leitor.	Utilize pronomes pessoais para despertar o interesse e a atenção do leitor.
Evite frases complexas e subordinadas, adjetivos rebuscados e advérbios desnecessários.	Evite frases complexas, adjetivos complicados e advérbios desnecessários.
Evite textos com metáforas, símiles ou figuras de linguagem.	Evite textos com metáforas.
Se utilizar siglas, explique o que significa.	Se utilizar siglas, explique o que significa.
Estrutura	
Utilize título com menos de 10 palavras.	Utilize título com menos de 10 palavras.
Utilize o subtítulo com letras menores que os títulos, com no máximo 20 palavras.	Utilize o subtítulo com letras menores que os títulos, com no máximo 20 palavras.
Organize o texto estabelecendo uma hierarquia clara.	Crie blocos de texto por tema/assunto e organize as informações em cada bloco.
Utilize textos introdutórios com até 200 palavras, contendo parágrafos com no máximo 75 palavras cada, com espaçamento suficiente para um visual amplo e organizado.	Utilize textos introdutórios com até 200 palavras.
	Escreva parágrafos com no máximo 75 palavras cada, com espaçamento suficiente para um visual amplo e organizado.
Utilize em textos de seções, ou grupos, de 75 a 150 palavras, considerando que as quebras de parágrafo, o tamanho e o estilo do texto favoreçam a compreensão.	Utilize blocos de textos com 75 a 150 palavras, e espaçamento suficiente para um visual amplo e organizado.
Utilize frases curtas, com no máximo 35 palavras, para que o leitor volte confortavelmente para o início da próxima frase.	Utilize frases curtas, com no máximo 35 palavras.
Utilize vírgula nas pausas naturais da frase, ajustando a pontuação ao ritmo de leitura.	Utilize vírgula nas pausas naturais da frase, ajustando a pontuação ao ritmo de leitura.
Utilize o corpo do texto intercalado com imagens ou exemplos.	Utilize elementos visuais (imagens, gráficos, ícones) para complementar ou ilustrar o texto.
Ajuste o final da frase com o final da linha.	Conclua uma ideia por frase, se possível, na mesma linha.
Utilize marcadores ou elementos para destacar ou separar as informações em blocos de textos.	Utilize marcadores ou elementos para destacar ou separar as informações em blocos de textos.
Formatação	
Utilize, em textos introdutórios, textos de grupos ou textos que serão lidos a uma distância de até 46 cm, tamanhos entre 28 a 48 pontos.	Textos introdutórios: Utilize letras com tamanhos de 28 a 48 pontos.
Utilize, em etiquetas de identificação, tipos com tamanhos entre 20 e 24 pontos.	Etiquetas de identificação: Utilize letras com tamanho de 20 e 24 pontos.
Utilize, no corpo dos textos, espaços entre parágrafos e 1,5 entre frases.	Corpo dos textos: Utilize espaços entre parágrafos e 1,5 entre frases.
Utilize o corpo do texto preferencialmente alinhado à esquerda, facilitando a leitura.	Utilize o corpo do texto preferencialmente alinhado à esquerda.
Evite margens à esquerda, pois dificultam a leitura para o início da próxima linha.	
Utilize letras maiúsculas e minúsculas no corpo do texto, em substituição às maiúsculas, pois são menos legíveis na maioria dos tipos de letras.	Evite utilizar letras maiúsculas para escrever todo o texto.
Utilize no máximo 3 modelos de tipos de letras em um mesmo bloco de texto.	Utilize no máximo 3 modelos de letras em um mesmo bloco de texto. O uso de diferentes letras deve indicar alguma intenção (hierarquia, destaque).

Quadro 45 - Alterações realizadas nas diretrizes preliminares de Linguagem Simples

(conclusão)

Evite frases em itálico, são menos legíveis em alguns tipos de letras.	Evite frases em itálico.
Considere que os tipos de letra sem serifa são melhores para a legibilidade do que os tipos serifadas.	Utilize letras sem serifa, pois normalmente são mais legíveis do que os tipos serifados.
Evite letras alongadas, apertadas, achatadas e com grande espaço entre si, pois dificultam a legibilidade.	Evite letras alongadas, apertadas, achatadas e com grande espaço entre si.
Evite tipos de letras com exagero de serifas e arabescos, pois dificultam a legibilidade.	Evite letras com exagero de serifas e detalhes.
Utilize letras brancas em fundo preto ou letras pretas sobre fundo branco, preferencialmente com tipos sem serifa.	Para textos mais longos, utilize preferencialmente letras brancas em fundo preto ou letras pretas sobre fundo branco.
Para etiquetas de identificação com muitas informações utilize letra preta sobre fundo branco.	Para etiquetas de identificação com muitas informações utilize letra preta sobre fundo branco.
Utilize contraste de no mínimo 70% entre tons das mesmas cores para letra e fundo.	Utilize contraste entre tons da mesma cor para letra e fundo.
Avalie o contraste entre as cores para determinar o nível de legibilidade entre elas quando sobrepostas umas às outras.	Utilize contraste entre as cores, para diferenciar ou separar as informações.
Adeque o design gráfico do texto ao modelo final material.	Adeque o tamanho e layout do texto ao tipo de peça de comunicação, seu objetivo e forma de apresentação
Reveja, continuamente, a construção dos textos.	Verifique continuamente os textos, testando a facilidade de leitura e compressão do material impresso com o público.
Utilize QR codes para facilitar o acesso a conteúdos mais longos.	Utilize QR codes para facilitar o acesso a conteúdos mais longos.
Evite elementos visuais desnecessários.	Evite elementos visuais desnecessários.

Fonte: elaborado pelo autor (2023).

A partir do processo aplicado anteriormente, obteve-se uma lista com 41 diretrizes de Linguagem Simples, conforme apresenta o Quadro 46. O quadro apresenta uma segunda coluna com observações adicionais, que exemplificam algumas diretrizes, com o intuito de facilitar a compreensão.

Quadro 46 - Diretrizes de Linguagem Simples

(continua)

Diretrizes Finais	Observações Adicionais
Linguagem	
Mostre primeiro no texto, as informações mais importantes.	
Organize o texto, apresentando as ideias separadas por parágrafos, conforme a importância de cada conteúdo.	
Escreva textos em blocos pequenos para atrair a atenção do visitante.	

Quadro 46 - Diretrizes de Linguagem Simples

(continuação)

Escreva textos com frases na ordem direta: sujeito>verbo>objeto.	Os museus preservam a memória. (recomendado) Preservam a memória os museus. (não recomendado)
Utilize palavras familiares.	
Utilize a voz ativa.	Os museus preservam a memória. (recomendado) A memória é preservada pelos museus. (não recomendado)
Utilize palavras curtas.	
Utilize títulos para indicar assuntos.	
Utilize subtítulos entre blocos para sinalizar mudança de assunto.	
Utilize pronomes pessoais para despertar o interesse e a atenção do leitor.	
Se utilizar siglas, explique o que significa.	
Evite termos técnicos, palavras estrangeiras, científicas ou jargões.	Aguardamos a opinião dos visitantes. (recomendado) Aguardamos o <i>feedback</i> dos visitantes. (não recomendado)
Evite palavras hifenizadas no fim de cada linha, principalmente em frases com 50 a 60 caracteres.	
Evite frases complexas, adjetivos complicados e advérbios desnecessários.	O ambiente é agradável. (recomendado) O ambiente é aprazível. (não recomendado)
Evite textos com metáforas.	Parques com rios curvos. (recomendado) Parques com rios serpenteantes. (não recomendado)
Estrutura	
Crie blocos de texto por tema/assunto e organize as informações em cada bloco.	
Utilize blocos de textos com 75 a 150 palavras, e espaçamento suficiente para um visual amplo e organizado.	
Utilize marcadores ou elementos para destacar ou separar as informações em blocos de textos.	
Utilize frases curtas, com no máximo 35 palavras.	
Conclua uma ideia por frase, se possível, na mesma linha.	
Utilize textos introdutórios com até 200 palavras.	
Utilize o subtítulo com letras menores que os títulos, com no máximo 20 palavras.	
Utilize vírgula nas pausas naturais da frase, ajustando a pontuação ao ritmo de leitura.	

Quadro 46 - Diretrizes de Linguagem Simples

(conclusão)

Utilize elementos visuais (imagens, gráficos, ícones) para complementar ou ilustrar o texto.	
Formatação	
Textos introdutórios: Utilize letras com tamanhos de 28 a 48 pontos.	
Etiquetas de identificação: Utilize letras com tamanho de 20 e 24 pontos.	
Corpo dos textos: Utilize espaços entre parágrafos e 1,5 entre frases.	
Utilize o corpo do texto preferencialmente alinhado à esquerda.	
Utilize no máximo 3 modelos de letras em um mesmo bloco de texto. O uso de diferentes letras deve indicar alguma intenção (hierarquia, destaque).	
Utilize letras sem serifa, pois normalmente são mais legíveis do que os tipos serifados.	Sem serifa (recomendado) Com serifa (não recomendado)
Utilize contraste entre tons da mesma cor para letra e fundo.	Testar o contraste de tons com: https://color.adobe.com/pt/create/color-contrast-analyzer
Utilize contraste entre as cores, para diferenciar ou separar as informações.	Testar o contraste de cores com: https://color.adobe.com/pt/create/color-contrast-analyzer
Para textos mais longos, utilize preferencialmente letras brancas em fundo preto ou letras pretas sobre fundo branco.	
Utilize QR codes para facilitar o acesso a conteúdos mais longos.	
Evite frases em itálico.	Museus de Ciências e Tecnologia. (recomendado) <i>Museus de Ciências e Tecnologia.</i> (não recomendado)
Evite letras alongadas, apertadas, achatadas e com grande espaço entre si.	Museus de Arte (recomendado) Museus de Arte (não recomendado)
Evite letras com exagero de serifas e detalhes.	Museus Históricos (recomendado) <i>Museus Históricos</i> (não recomendado)
Evite utilizar letras maiúsculas para escrever todo o texto.	Museus de Ciências e Tecnologia, Museus de Arte e Museus Históricos. (recomendado) MUSEUS DE CIÊNCIAS E TECNOLOGIA, MUSEUS DE ARTE E MUSEUS HISTÓRICOS. (não recomendado)
Evite elementos visuais desnecessários.	
Adeque o tamanho e layout do texto ao tipo de peça de comunicação, seu objetivo e forma de apresentação	

Fonte: elaborado pelo autor (2023).

O tópico seguinte exibe os resultados obtivos por meio da revisão de literatura realizada nesta pesquisa, no que tange aos fatores ambientais que afetam a leiturabilidade e legibilidade de textos expositivos.

4.5.4 Resultados obtidos acerca dos fatores ambientais que podem afetar a leiturabilidade e legibilidade de textos expositivos

Os fatores que podem afetar a leiturabilidade e a legibilidade de textos expositivos, relacionados aos aspectos ambientais, podem ser utilizados como complemento às diretrizes de Linguagem Simples, contribuindo para o desenvolvimento de projetos de comunicação mais acessíveis. A identificação dos fatores tomou como base os resultados obtidos por meio da revisão de literatura desta pesquisa, conforme apresentado no tópico 2.4.3 da fundamentação. O Quadro 47 apresenta a lista dos principais fatores.

Quadro 47 - Fatores ambientais que afetam a leiturabilidade e legibilidade de textos expositivos

Fatores ambientais que afetam a leiturabilidade e legibilidade de textos expositivos	
POSIÇÃO DO TEXTO	
Utilize textos posicionados na linha de visão e próximos aos objetos expostos.	
EIXO DE VISÃO DO VISITANTE	
Utilize eixo de visão com variação de altura de 1,7 m a 1,5 m para pessoas em pé.	
Utilize eixo de visão com variação de altura de 1,4 m a 1,2 m para pessoas sentadas.	
Utilize eixo de visão com variação de altura de 1,24 m a 1,12 m para pessoas em cadeiras de rodas.	
LUMINOSIDADE	
Utilize mais luz quanto mais escuro for o tom da superfície refletora.	
Evite superfícies brilhosas com incidência direta da luz.	
Áreas com textos e de circulação, devem ser claras o suficiente para leitura e orientação espacial dos visitantes.	

Fonte: elaborado pelo autor (2023).

O tópico seguinte apresenta a etapa de **documentação** das diretrizes em guia de diretrizes em Linguagem Simples.

4.5.5 Guia de Diretrizes para Projeto de Comunicação Acessível

Este item apresenta a **documentação**; sexta e última etapa do projeto de comunicação que, conforme descrito no Quadro 15, tem como objetivo a confecção de um guia com as diretrizes finais de Linguagem Simples.

O layout do guia foi desenvolvido com o auxílio dos softwares gráficos *Indesign/Illustrator*, atendendo as diretrizes levantadas para simplificação dos textos expositivos, pois são indicações que também podem ser empregadas em outros contextos.

A Figura 64 exhibe os *mockups* do Guia de Diretrizes de Linguagem Simples para melhor visualização e compreensão da versão impressa. A versão eletrônica do guia está disponível no link:

<https://www.ufrgs.br/comacesso/wp-content/uploads/2023/07/Guia-de-Linguagem-Simples-para-museus.pdf>

Figura 64 - *Mockups* do Guia de Linguagem Simples



Fonte: o autor (2023).

O último capítulo desta pesquisa, traz as considerações finais desse estudo, por meio da conclusão e da sugestão para trabalhos futuros.

Procedimentos Metodológicos e Análise dos Dados em Linguagem Simples

Na investigação, foram realizadas visitas no Memorial da Resistência de São Paulo e no Memorial do Rio Grande do Sul, entrevistas com dois gestores de museus, seis idosos e um especialista em comunicação acessível.

Os gestores afirmam que não existem atividades direcionadas aos idosos nos museus. Para os idosos, as barreiras mais encontradas são: informação difícil, textos longos, letra pequena e de falta de lugar para repouso. A especialista em comunicação acessível informa que o método usado para deixar o texto mais simples, facilita a experiência dos idosos e de outros públicos.

A etapa de avaliação dos textos do Memorial do Rio Grande do Sul foi realizada por um grupo de idosos. Eles verificaram que os textos são simples de conteúdo, mas os elementos gráficos não são fáceis de identificar. A avaliação da emoção apresentou textos agradáveis, neutros e desagradáveis.

A intervenção elaborou quarenta e uma (41) diretrizes iniciais de Linguagem Simples, para escrever novamente os textos de dois painéis da exposição do Memorial do Rio Grande do Sul.

A etapa de verificação dos textos do Memorial do Rio Grande do Sul foi realizada pelo grupo de idosos. Os textos apresentaram simplicidade na apresentação do conteúdo e elementos gráficos fáceis de identificar. A avaliação da emoção revelou que os textos são agradáveis.

A aplicação das diretrizes nas etapas do projeto de comunicação, resultou no Guia de Linguagem Simples para museus.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este capítulo tem por objetivo apresentar as principais contribuições desta pesquisa, expondo as conclusões do trabalho. Verifica-se o alcance da hipótese da pesquisa e de seus objetivos, propondo a continuidade dos estudos e a possibilidade de pesquisas futuras.

5.1 CONCLUSÕES

A museologia atual é consciente da diversidade dos públicos que frequentam os museus, e esse encontro de públicos tão diversos desafia as instituições museais e os profissionais que nela trabalham a corresponder as diversas expectativas. Conforme Cândido (2020), os museus estão cada vez mais informados dos desafios que possuem em relação à diversidade e à inclusão.

Não é incomum identificarmos grupos que acabam sendo excluídos da experiência museal porque não conseguem ter a compreensão do conteúdo da exposição. Neste contexto, é necessário que os museus ultrapassem as barreiras sensoriais que impossibilitam o acesso informativo. A acessibilidade à informação no museu está relacionada aos recursos disponíveis. Isto posto, a Linguagem Simples torna-se um recurso fundamental para facilitar a leitura e a compreensão de textos expositivos.

Na diversidade dos públicos que frequentam os museus, é destaque a presença dos idosos, que encontram inúmeras barreiras quanto a acessibilidade fora e dentro dos museus, e que nem sempre são contemplados pelos projetos museográficos. Sabe-se que os museus são espaços destinados a promover o compartilhamento de experiências, o conhecimento e o convívio social, tornando-se destinos ideais para o público idoso.

Diante disso, para elucidar as considerações finais deste estudo, resgatou-se o problema de pesquisa que discute como o processo de projeto de comunicação acessível em museus pode ser conduzido de modo a promover a experiência do público idoso. Neste contexto, a presente pesquisa foi desenvolvida segundo uma abordagem qualitativa, visando a observação do fenômeno por meio de processos sistemáticos de investigação, e uma abordagem aplicada, por meio de processos de avaliação e intervenção para fins de verificação.

No processo de investigação, buscou-se referências em áreas como o Design Inclusivo, Design Universal, Comunicação Acessível, Linguagem Simples entre outras. Nesse cenário, foram empregados os instrumentos de observação direta, entrevistas semiestruturadas, aprofundando o conhecimento da relação sujeito (idoso) – meio (museu) – objeto (texto expositivo), ou seja, pôde-se compreender melhor o fenômeno. A aproximação ao fenômeno foi essencial para compreender e caracterizar as especificidades do público idoso e suas experiências com dispositivos de comunicação em museus.

O processo de avaliação, além dos conhecimentos adquiridos anteriormente, reuniu conhecimentos de Design para a Experiência e Design Emocional para o desenvolvimento de instrumentos de auxílio de tomada de decisão. Foram desenvolvidos e adaptados os seguintes instrumentos: Escalas Likert para avaliação da legibilidade e legibilidade e, cartões com oito expressões emocionais distintas – *Emocards* - para avaliação da emoção.

O processo de intervenção ocorreu após a definição das diretrizes preliminares de Linguagem Simples, onde foi possível reescrever dois painéis pertencentes à exposição de longa duração do Memorial do Rio Grande do Sul. A intervenção exigiu conhecimentos relacionados aos processos e etapas de projeto. A verificação, por meio dos instrumentos desenvolvidos na etapa de avaliação, ocorreu por meio da validação das diretrizes de Linguagem Simples, realizada pelos idosos a partir dos textos expositivos reescritos do Memorial.

Os processos metodológicos de avaliação, investigação, intervenção e verificação, bem como os resultados obtidos, respaldam a confirmação da hipótese elaborada: O processo de projeto de comunicação acessível em museus pode se beneficiar de diretrizes de linguagem simples para apoio à tomada de decisão no projeto, visando promover a experiência do público idoso em museus.

Conforme informações coletadas pelos instrumentos de avaliação, percebe-se que muitos são os desafios para que os museus venham a se tornar lugares acessíveis, no que tange ao acesso à informação museológica. Observou-se, por meio da observação direta, que os museus/memoriais reconhecem a diversidade dos seus “públicos”, contudo, o desenvolvimento de recursos e dispositivos de comunicação acessíveis encontram obstáculos na falta de recursos e/ou de profissionais habilitados. No entanto, as instituições fazem o possível para desenvolver estratégias que possam atender essa demanda. Diante disso, a partir

das diretrizes de Linguagem Simples, buscou-se apontar os requisitos necessários para atender, além do público idoso, o maior número de pessoas.

Por meio da aplicação das diretrizes de Linguagem Simples, de acordo com os critérios de qualidade definidos por Pettersson (2013a), observou-se que os textos expositivos obtiveram maior simplicidade e clareza na avaliação dos usuários. Quanto ao parâmetro de simplicidade, percebe-se que o grupo de idosos – participantes do grupo focal, evidenciaram maior compreensão do conteúdo exposto nos textos expositivos do Memorial. Acerca do parâmetro de clareza, o grupo obteve maior dificuldade, visto que o parâmetro está relacionado à legibilidade, ou seja, o resultado corrobora com os estudos realizados por Anjos e Contijo (2015), que indicam que, à medida que as pessoas envelhecem, ocorre a diminuição da acuidade visual.

Por meio do Design para a Experiência observou-se a relevância do atendimento aos três níveis de experiência do usuário (estética, emocional e de significado), como observado nas respostas dos idosos frente à experiência aos textos expositivos. Percebe-se que os três componentes, ou níveis de experiência estão intrinsecamente relacionados no que tange aos textos expositivos dos museus. Neste sentido, “medir” a experiência do sujeito foi importante para constatar o atendimento aos três níveis de experiência.

A experiência emocional é uma das dimensões da experiência, o que inclui todo o conteúdo afetivo que é causado pela interação entre usuário e produto. Ainda que as emoções sejam essencialmente pessoais, ou seja, pessoas experimentarão emoções diferentes em relação ao mesmo produto, as regras gerais podem ser identificadas no processo oculto de licitação das emoções (DESMET; OVERBEEKE; TAX, 2001). Neste contexto, foi possível identificar e categorizar, por meio dos *Emocards*, as respostas emocionais dos sujeitos da pesquisa (idosos) frente aos textos expositivos (objeto) do Memorial do Rio Grande do Sul. Para tanto, o instrumento *Emocard*, adaptado para a metodologia proposta, apresentou-se viável em cada uma de suas etapas, podendo contribuir não só para o contexto da pesquisa quanto para outros fins.

Neste contexto, os resultados obtidos por esta pesquisa demonstram que as diretrizes de Linguagem Simples atendem os três níveis de experiência do usuário (estética, emocional e de significado), reforçando a importância do equilíbrio entre

eles para uma experiência emocional motivadora e prazerosa a partir da produção de textos expositivos mais eficientes.

Por meio do Design Universal, buscou-se maximizar o pleno acesso aos recursos desenvolvidos para abranger a diversidade do público e suas capacidades, por meio de uma linguagem simplificada.

Além das diretrizes de Linguagem Simples, obteve-se como resultado, fatores de leiturabilidade e legibilidade, relacionados aos aspectos ambientais que deverão contribuir para o projeto de comunicação acessível.

As implicações práticas desta pesquisa contribuem diretamente ao campo da museologia, pois as diretrizes de Linguagem Simples conferem à pesquisa uma ampla área de atuação, abrangendo diversos tipos de exposições, incluindo exposições de arte, etnográficas, de ciências, etc., possibilitando seu uso nas mais diversas áreas. Mesmo que, nos últimos anos, a demanda por comunicação acessível tenha levado ao uso de diversas plataformas de comunicação digitais e interativas, os visitantes, ainda hoje, são atraídos pelos textos expositivos. Conforme Kjeldsen e Jensen (2015), é por meio dos textos expositivos que a acessibilidade se materializará.

Acerca dessa contribuição, podem-se prever alguns benefícios práticos imediatos: facilitar e tornar mais eficiente o processo de comunicação em museus; auxiliar na elaboração de textos expositivos mais compreensíveis e legíveis, contribuindo para a acessibilidade à informação por um número maior de visitantes, visto que, conforme Correa e Micheleon (2013), ainda é possível identificarmos grupos que acabam sendo excluídos da experiência museal, pois não conseguem ter compreensão do conteúdo da exposição.

Os benefícios, a longo prazo, podem ser alcançados acerca do entendimento das instituições museais, de que a comunicação museológica é uma construção coletiva e multidisciplinar, e que as diretrizes de Linguagem Simples podem contribuir para o desenvolvimento de novos recursos para a comunicação museológica.

5.2 LIMITAÇÕES DA PESQUISA E SUGESTÕES DE TRABALHOS FUTUROS

Muitas são as possibilidades a partir do trabalho realizado até o momento. Tanto no emprego em museus, testando as diretrizes, por exemplo, com outros

públicos, como em outros contextos, uma vez que uma linguagem mais simples beneficia a todos os públicos e lugares. Este trabalho teve foco o público idoso, mas deve-se testar com outros públicos, como as pessoas com deficiência intelectual, pessoas com transtorno do espectro autistas, pessoas com necessidades complexas de comunicação. Do mesmo modo, pode-se aplicar as diretrizes para outros contextos de comunicação ou mesmo outros meios que não só o impresso, como nos painéis expositivos, pois muitas diretrizes são orientadoras de práticas mais inclusivas ao promover a facilidade de compreensão independentemente do meio ou do suporte visual.

A partir do emprego da Linguagem Simples ainda podem ser desenvolvidos ou aplicados outros recursos de acessibilidade com mais eficiência, como Libras ou Comunicação Aumentativa e Alternativa, principalmente se comparado ao texto original.

Como oportunidade para sequência dessa pesquisa, estes dois pontos evidenciados, os diferentes públicos e os recursos utilizados a partir da Linguagem Simples, também foram vistos como limitadores da pesquisa, pois devido ao recorte temporal e de público, não foi possível aplicar outros recursos ou verificar a proposta com públicos diversos.

Uma vez que esta pesquisa gerou o Guia de Linguagem Simples para comunicação acessível em museus, faz-se necessário avaliar seu emprego e facilidade de compreensão e aplicação pelos profissionais em museus, assim como assumir o compromisso de difusão deste material no fomento às boas práticas de acessibilidade em espaços culturais.

Considerações Finais em Linguagem Simples

É necessário que os museus ultrapassem as barreiras que dificultam o acesso à informação. Por isso, a Linguagem Simples é um recurso fundamental para facilitar a aprendizagem do conteúdo a partir da leitura dos textos da exposição.

Entretanto, os museus encontram dificuldades financeiras para desenvolver recursos de comunicação acessíveis, fazendo o possível para desenvolver estratégias que atendam essa necessidade.

A partir das diretrizes de Linguagem Simples, foram identificadas as necessidades para atender, além do idoso, o maior número de pessoas.

Os resultados obtidos mostram que as diretrizes de Linguagem Simples atendem todos os níveis de experiência, proporcionando ao idoso uma experiência emocional motivadora e prazerosa.

Por meio do uso da Linguagem Simples, podem ser aplicados outros recursos de acessibilidade, como Libras ou Comunicação Aumentativa e Alternativa.

Uma vez que a pesquisa gerou o Guia de Linguagem Simples para comunicação acessível em museus, é importante avaliar seu uso e a facilidade de compreensão e aplicação pelos profissionais que trabalham nos museus.

REFERÊNCIAS

- AIGA. **What is experience design?** 2001. Disponível em: http://www.aiga.org/content.cfm?contentalias=what_is_ed. Acesso em: 14 nov. 2020.
- AMBROSE, G.; HARRIS, P. **Tipografia**. Porto Alegre: Grupo A, 2017.
- AMORIM, C. D. et al. Legibilidade de artigos científicos da área de “ciências ambientais”. **Ambiência Guarapuava** (PR), v. 11, n. 3, p. 753 - 770, set./dez. 2015.
- AMORIM, W. W. C. C. **O que os problemas de escrita da frase do mini-mental podem nos dizer?** Uma análise linguística dos problemas de escrita das frases do mini-mental de idosos com e sem demência. 2014. 172 f. Dissertação (Mestrado em Linguística) - Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia, Vitória da Conquista, 2014.
- ANJOS, T.; GONTIJO, L. Recomendações de usabilidade e acessibilidade para interface de telefone celular visando o público idoso. **Production**, v. 25, n. 4, p. 791-811, out./dez. 2015.
- ARAUJO, G. O. de; MAGER, G. B. Layout no editorial digital: uma releitura de conceitos clássicos de tipografia e grid para um projeto digital. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN, 11, 2014. **Anais...** Blucher Design Proceedings, Volume 1, 2014.
- ARAUJO, O. S. C. C. de. **Os idosos como público de museus**. 2016. 162 f. Dissertação (Mestrado em Museologia) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 9050: Acessibilidade a edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos**. Rio de Janeiro, p. 162. 2015
- AZEVEDO, C. E.; OLIVEIRA, L. G. L.; ABDALLA, M. M. A estratégia de triangulação: objetivos, possibilidades, limitações e proximidades com o pragmatismo. In: ENCONTRO DE ENSINO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE, 4, 2013, Brasília, **Anais...** Brasília, Distrito Federal, 2013.
- BACK, N. et al. **Projeto Integrado de Produtos**. Barueri: Manole, 2008.
- BARDIN, L. (2009). **Análise de Conteúdo**. Edições 70. Lisboa: Portugal.
- BAUER, M.W.; GASKELL, G. (Org.). **Pesquisa Qualitativa com Texto, Imagem e Som** – um manual prático. 7. ed. Petrópolis: Vozes, 2008.
- BEITES, A. **O Museu Aberto e Comunicativo** - fundamentação e proposta para estudos de públicos à luz de um enfoque info-comunicacional. Dissertação (Mestrado em Museologia) - Faculdade de Letras da Universidade do Porto. Porto. 2011.

BERNARDO, L. D.; CARVALHO, C. R. A. de. O papel do engajamento cultural para idosos: uma revisão integrativa da literatura. **Rev. Bras. Geriatria & Gerontologia**, v. 23, n. 6, e190141, 2020.

BITGOOD, S. **Attention and value: keys to understanding museum visitors**. Walnut Creek, ca: Left Coast Press, Inc, 2013.

BITGOOD, S.; DUKES, S.; ABBEY, L. **Interest and Effort as Predictors of Reading: A test of the General Value Principle**. In: *Current Trends in Audience Research*, Boston, MA, 2006. AAM Committee on Audience Research & Evaluation.

BRASIL. **Lei 10.098, de 29 de dezembro de 2000**. Estabelece normas gerais e critérios básicos para a promoção da acessibilidade das pessoas portadoras de deficiência ou com mobilidade reduzida, e dá outras providências. 2000. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L10098.htm. Acesso em: 12 jan. 2022.

BRASIL. **Lei 10.741, de 01 de outubro de 2003**. Dispõe sobre o Estatuto do Idoso e dá outras providências. 2003. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/l10.741.htm. Acesso em: 12 jan. 2022

BRASIL. **Lei 5.296, de 2 de dezembro de 2004**. Regulamenta as Leis nºs 10.048, de 8 de novembro de 2000, que dá prioridade de atendimento às pessoas que especifica, e 10.098, de 19 de dezembro de 2000, que estabelece normas gerais e critérios básicos para a promoção da acessibilidade das pessoas portadoras de deficiência ou com mobilidade reduzida, e dá outras providências. 2004. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2004/decreto/d5296.htm. Acesso em: 12 jan. 2022

BRASIL. **Lei 13.146, de 6 de julho de 2015**. Institui a Lei Brasileira de Inclusão (Estatuto da Pessoa com Deficiência). 2015. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2015/Lei/L13146.htm. Acesso em: 12 jan. 2022

BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Atenção à Saúde. Departamento de Atenção Básica. **Envelhecimento e saúde da pessoa idosa**. – Brasília: Ministério da Saúde, 2006.

BRUNO, M. C. O. Waldisa R. C. Guarnieri: reflexos de uma trajetória profissional. In: BRUNO, M. C. O. (org.). **Waldisa Rússio Camargo Guarnieri: textos e contextos de uma trajetória profissional**. v.1. São Paulo: Pinacoteca do Estado; Secretaria de Estado de Cultura; Comitê Brasileiro do Conselho Internacional de Museus, 2010a. p.20-32.

BUCCINI, M. P.; PADOVANI, S. Design experiencial na Internet. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE DESIGN DA INFORMAÇÃO, 2, 2005, São Paulo. **Anais...** São Paulo: 2005.

BUCCINI, Marcos. **Introdução ao design experiencial**. Recife: Edição do Autor, 2008. 78p.

CACHIONI, M.; FALCÃO, D. V. da S. Velhice e educação: possibilidades e benefícios para a qualidade de vida. In: FALCÃO, D. V. da S.; ARAÚJO, L. F. de (Org.). **Psicologia do Envelhecimento: relações sociais, bem-estar subjetivo e atuação profissional em contextos diferenciados**. 2. Ed. Campinas: Alinea, 2011. p. 175-195.

CÂNDIDO, M. M. D. Museu, memória e inclusão. **Revista Museu**, 2020. Disponível em: <https://www.revistamuseu.com.br/site/br/artigos/18-de-maio/18-maio-2020/8521-museu-memoria-e-inclusao.html>. Acesso em: 10 set. 2021.

CARDOSO, Eduardo. **Design para Experiência Multissensorial em Museus: fruição de objetos culturais por pessoas com deficiência visual**. 2016. 590 f. Tese (Doutorado em Design) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS, 2016.

CARDOSO, E.; CUTY, J. **Acessibilidade em ambientes culturais**. Marca Visual: Porto Alegre, 2012.

CARDOSO, E. et al. **Infográficos de Comunicação, Sinalização e Acessibilidade**, 2010. NDGA – UFRGS- Núcleo de Design Gráfico Ambiental do Departamento de Design e Expressão Gráfica da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

CARLETTO, A. C.; CAMBIAGHI, S. **Desenho Universal: um conceito para todos**. São Paulo: Instituto Mara Gabrielli, 2007.

CARR, S. **Communicating with Older People Writing in plain English**. Plain Language Commission, 29 Stoneheads, Whaley Bridge, High Peak SK23 7BB, UK.

CLARKSON, P. J.; COLEMAN, R. History of inclusive design in the UK. **Applied Ergonomics**, v. 46, p. 235-247/abr. 2015.

COATES, C. What is Active Ageing and how can Museums help? **Museum Next**,_4 de abril de 2019. Disponível em: <https://www.museumnext.com/article/what-is-active-ageing-and-how-can-museums-help>. Acesso em: 15 mai. 2020.

COHEN, R.; DUARTE, C.; BRASILEIRO, A. **Acessibilidade a Museus**. Ministério da Cultura / Instituto Brasileiro de Museus. Brasília, DF: MinC/Ibram, 2012.

COMUNICA SIMPLES. Minicurso de Linguagem Simples com Heloisa Fischer. **Youtube**, 20 de abril de 2020. Disponível em: https://www.youtube.com/channel/UCd4VAbib68Wx_jHo2B8LNkQ. Acesso em: 15 dez. 2021.

CORREA, C.; MICHELON, F. Expografia Acessível: estudo de suporte expográfico com desenho universal. **Revista Memória em Rede**, Pelotas, v. 3, n. 9, Jul./Dez. 2013.

CUPERTINO, A. P. F. B.; BATISTONI, S. S. T. Processos de Envelhecimento Saudável (PENSA) em idosos da comunidade: delineamento, medidas e dados

preliminares. **Rev. Bras. Geriatria & Gerontologia**, Fortaleza, v. 3, n. 2, p. 53-61, abr./mai./jun. 2009.

CURY, M. X. **Exposição: concepção, montagem e avaliação**. São Paulo: Annablume, 2005.

D'AGOSTINI, D. **Design de sinalização**. São Paulo: Blucher, 2017.

DALE, E.; CHALL, J. **Manual for use of the new Dale-Chall readability formula**. Cambridge, Mass.: Brookline Books, c1995.

DAMASIO, A. R. **Descarte's error emotion, reason, and the human brain**. Nova York: Grosset, Putnam Book, 1994. 312 p.

DAMAZIO, V. M.; MONTALVÃO, C (org.). **Design Ergonomia Emoção**. 1a. ed. Rio de Janeiro: FAPERJ / MAUAD X, 2008.

DEAN, D. **Museum exhibition: theory and practice**. New York: Routledge, 1996.

DESMET, P. **Designing emotions**. Delft, The Netherlands. Tese de Doutorado. Delft University of Technology, 2002, 225 p.

DESMET, P. A Multilayered Model of Product Emotions. **The Design Journal**, UK, v. 6, n. 2, p. 04-13, 2003.

DESMET, P.M.A. AND HEKKERT, P. **'The basis of product emotions'**. Manuscript submitted for publication, 2000.

DESMET, P.; HEKKERT, P. Framework of Product Experience. **International Journal of Design**, v. 1, n. 1, p. 57-66, 2007.

DESMET, P. M. A.; HEKKERT, P. Special issue editorial: Design & emotion. **International Journal of Design**, v. 3, n. 2, p. 1-6, 2009.

DESMET, P. M. A., OVERBEEKE, C. J.; TAX, S. Designing Products with Added Emotional Value: Development and Application of an Approach for Research through Design. **The Design Journal**, v. 4, n. 1, p. 32-47, 2001.

DESVALLÉES, A.; MAIRESSE, F. **Conceitos-chave de Museologia**. Tradução: SOARES, Bruno Brulon; CURY, Marília Xavier. São Paulo: ICOM, 2013.

DONDIS, D. A. **A sintaxe da linguagem visual**. São Paulo: Martins Fontes, 1991.

DUBAY, W. H. **The Principles of Readability**. Costa Mesa, CA: Impact Information, 2004.

EKARV, Margareta. Combating redundancy: writing texts for exhibitions. **The Educational Role of the Museum**, London, Routledge, 1996, cap. 20, p. 201 – 210.

- ELLWANGER, C.; ROCHA, R. A. da; SILVA, R. P. da. Design de Interação, Design Experiencial e Design Thinking: a triangulação da Interação Humano-Computador (IHC). **Revista de Ciências da Administração**, v. 17, n. 43, p. 26-36, dezembro 2015.
- FARIAS, B.; LANDIM, P. C. Design Gráfico Inclusivo para Terceira Idade. **HFD**, v. 8, n. 15, p. 35-48, 2019.
- FARIAS, B.; LANDIM, P.; RODRIGUES, S. Percepção na terceira idade: pesquisa experimental sobre tipografia para idosos. **Design & Tecnologia**, v. 11, 2016.
- FERNÁNDEZ, L. A.; FERNÁNDEZ, I. G. **Diseño de exposiciones: Concepto, instalación y montaje**. Madrid: Alianza Editorial, S. A., 2007.
- FERREIRA, O. et al. Envelhecimento ativo e sua relação com a independência funcional. **Texto Contexto Enferm.**, Florianópolis, v. 21, n. 3, p. 512-518, Jul.- Set. 2012. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/tce/v21n3/v21n3a04.pdf>. Acesso em: 10 set. 2021.
- FINATTO, M. J. B.; MOTTA, E. Terminologia e Acessibilidade: novas demandas e frentes de pesquisa. **Revista GTLex**, v. 2, n. 2, p. 316–356, 2019.
- FISCHER, H. **Clareza em textos de e-gov, uma questão de cidadania** - Subsídios do movimento mundial pela linguagem clara para facilitar a compreensão de textos que orientam cidadãos brasileiros em ambientes de governo eletrônico. 2017. 84 f. Monografia (Especialização em Cultura do Consumo) - Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2018.
- FLESCH, R. **The Art of Plain Talk**. New York and London: Harper & Brothers Publishers, 1946.
- FLICK, U. **Introdução à Metodologia de Pesquisa**. Porto Alegre: Grupo A, 2012.
- FLICK, U. **Introdução à pesquisa qualitativa**. Tradução de Joice Elias Costa. 3 ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.
- FORLIZZI, J.; DISALVO, C., HANINGTON, B. Emotion, experience and the design of new products. **The Design Journal**, London, UK, v. 6, n. 2, p. 29-38, 2003.
- FORLIZZI, J. L. **Designing for Experience: an approach to human-centered design**. Dissertação de Mestrado – Departamento de Design – College of Fine Arts – Carnegie Mellon University, Pittsburgh, Estados Unidos, 1997.
- FORLIZZI, J; FORD, S. **The Building Blocks of Experience: An Early Framework for Interaction Designers**. Proceedings of the 3rd conference on Designing interactive systems: processes, practices, methods, and techniques August, 2000, p. 419 - 423. Disponível em: <https://dl.acm.org/doi/pdf/10.1145/347642.347800>. Acesso em: 11 jan. 2022.

FRASCARA, J. **Communication Design: Principles, Methods, and Practice**. Alworth Press: New York, 2004.

FRASCARA, J. **Qué es el diseño de información?** Buenos Aire: Infinito, 2011.

GALLERY TEXT AT THE V&A. **A Ten Point Guide**. Des 51995 Gallery Text at the V&A 13.

GASKELL, G. Entrevistas individuais e grupais. In: GASKELL, G.; BAUER, M. W. (Org.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis: Vozes, 2002. p. 64-89.

GIL, A. C. **Como Fazer Pesquisa Qualitativa**. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2021.

GOMES, D.; QUARESMA, M. **Introdução ao Design Inclusivo**. Curitiba: Appris, 2018.

GOMES, R. P. et al. A escrita simples como estratégia de acessibilidade para a divulgação científica. **Interfaces Científicas**, Aracaju, v. 9, n. 2, p. 215 – 228, 2021.

GONÇALVES, L. R. **Entre Cenografias: O Museu e a Exposição de Arte no Século XX**. São Paulo: Universidade de São Paulo/Fapesp, 2004.

GUARITA, Ana Lúcia. **Proposta de procedimentos para uma visita a um Museu de Arte para um público Sênior de baixo nível de escolaridade**. 2017. 96 f. Dissertação (Mestrado em Educação Artística) – Escola Superior de Educação de Lisboa, Portugal, 2017.

GUARNIERI, W. R. C. **Textos e contextos de uma trajetória profissional**. São Paulo: Pinacoteca do Estado: Secretaria de Estado da Cultura: Comitê Brasileiro Internacional de Museus, 2010.

GUIA DE BOAS PRÁTICAS DE ACESSIBILIDADE - COMUNICAÇÃO INCLUSIVA EM MONUMENTOS, PALÁCIOS E MUSEUS. **Turismo de Portugal**, I. P. Direção Geral do Património Cultural, 2017.

HASSENZAHN, M.; BURMESTER, M.; KOLLER, F. *AttrakDiff: Ein Fragebogen zur Messung wahrgenommener hedonischer und pragmatischer Qualität*. In: ZIEGLER, J.; SZWILLUS, G. (Eds.). **Mensch & Computer 2003**. Berichte des German Chapter of the ACM, vol 57.

HEKKERT, P. Design Aesthetics: Principles of Pleasure in Product Design. **Psychology Science**, v. 48, p.157-172, 2006.

HUGHES, P. **Exhibition Design**. Londres: Laurence King, 2015.

IBGE. **Síntese de indicadores sociais: uma análise das condições de vida da população brasileira**. Coordenação de População e Indicadores Sociais - Rio de Janeiro: IBGE, 2017.

IBGE. **Pesquisa nacional por amostra de domicílios – PNAD 2008**. Rio de Janeiro: IBGE, 2008

IBRAM. Instituto Brasileiro de Museus. **Museus em Números**. Brasília: Instituto Brasileiro de Museus: 2011. 240 p.

ICOM. **Museum Definition – 2021**. Disponível em: <https://icom.museum/en/resources/standards-guidelines/museum-definition/>. Acesso em: 8 mar. 2022.

ICOM. **ICOM aprova Nova Definição de Museu – 2022**. Disponível em: <https://www.icom.org.br/?p=2756>. Acesso em: 6 jun. 2023.

IIDA, I. **Ergonomia: projeto e produção**. 2ª edição. São Paulo: Editora Edgard Blücher, 2005.

JÄÄSKÖ, Vesa; MATTELMÄKI, Tuuli; YLIRISKU, Salu. **The scene of experiences**. The Good, The Bad and The Irrelevant conference. Proceedings... Helsinki: University of Art and Design Helsinki, set. 2003.

JORDAN, P. Pleasure with products: Human factors for body, mind and soul. In: GREEN, W. S.; JORDAN, P. W. (eds.), **Human factors in product design: Current practice and future trends**. London, Taylor & Francis, 1999, p. 206-217.

KJELDSEN, A. K.; JENSEN, M. N. **When Words of Wisdom are not Wise: A Study of Accessibility in Museum Exhibition Texts**. Nordisk Museologi. 1, s. 91–111, 2015.

KLARE, G. R. **The measurement of readability**. Ames: Iowa State University Press, 1963.

Laboratório de Inovação em Governo da Prefeitura de São Paulo. **Apostila do curso Linguagem Simples no Setor Público**: elaborado pela Prefeitura de São Paulo. Julho, 2020.

LARSON, R.; CSIKSZENTMIHALYI, M. The Experience Sampling Method. In: Flow and the Foundations of Positive Psychology. **Dordrecht**: Springer Netherlands, 2014. v.15., p. 21–34.

LIMA, V. L. de A. **Legibilidade e leiturabilidade das bulas de medicamentos presentes no tratamento de pacientes cardíacos**. 2007. 169 f. Dissertação (Mestrado em Design) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2007.

LIMA-SILVA, T. B. **Envelhecimento cerebral e saúde mental na velhice**. São Paulo: Editora Senac, 2019.

LIMA-SILVA, T. B. Saúde cognitiva no processo de envelhecimento. In: SANTOS, F. S. et al. (Ed.). **Estimulação cognitiva para idosos: ênfase em memória**. 2. ed. Rio de Janeiro: Atheneu, 2017.

LOCKER, P. **Exhibition Design**. Lausanne: AVA, 2011.

LOURENÇO, M. F. et al. Estudo exploratório sobre o acesso aos museus da Universidade de São Paulo. **Museologia e Patrimônio** - Revista Eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Museologia e Patrimônio - Unirio | MAST – v. 9, n. 1, 2016.

LUPTON, E.; PHILLIPS, J.C. **Novos fundamentos do design**: Ellen Lupton e Jennifer Cole Phillips. São Paulo: Cosac Naify, 2008.

MACE, R.; HARDIE, G.; PLACE, J. Accessible environments toward Universal Design. In: PREISER, W.; VISCHER, J. C.; WHITE, E. T. (Eds.). **Design interventions**: toward a more humane architecture. New York: Van Nostrand Reinhold, 1991.

MALLOY-DINIZ, L.; FUENTES, D.; COSENZA, R. M. **Neuropsicologia do envelhecimento**: uma abordagem multidimensional. Porto Alegre: Artmed, 2013.

MARTINS, C. **Pensar juntos mediação cultural: [entre]laçando experiências e conceitos**. Grupo de Pesquisa em Mediação cultural: contaminações e provocações estéticas São Paulo: Terracota. 2017.

MARTINS, E. Desafios na definição e medição da legibilidade, sob o ponto de vista do Design da Informação. **Info Design Revista Brasileira de Design da Informação**, v. 5, n. 3, p. 57-61, 2008. ISSN 1808-5377. Disponível em: http://www.infodesign.org.br/revista/public/journals/1/No.3Vol.5008/ID_v5_n3_2008_57_61_Martins.pdf?download=1. Acesso em: 11 jun. 2021.

MARTINS, T. B. F. et al. **Readability formulas applied to textbooks in brazilian portuguese**. Notas do ICMSC-USP, São Carlos, 1996, 11p. ISSN 0103-2577. (Série Computação, n. 28).

MCLAUGHLIN, G. H. **Proposals for British readability measures**. Third international reading symposium eds. Brown and Downing. London: Cassell, 1968.

MERIZI, C. de A et al. Métodos para a avaliação de experiência do usuário no design de produtos. **Human Factors in Design**, Florianópolis, v. 7, n. 14, p. 114-132, 2018.

MONT'ALVÃO, C.; ESTEVES, C.; DIAS, M. F. Os desafios da tradução em ferramentas de pesquisa: a questão cultural e o design da informação. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE DESIGN DA INFORMAÇÃO, 10, 2021, Curitiba, PR. **Anais...** São Paulo: Blucher, 2021.

MORGAN, D. L. **Focus group as qualitative research**. London: Sage, 1997.

MÜLLING, T. T. **Design experiencial, da teoria a práxis**: recomendações para o projeto de hipermídias experienciais. Florianópolis: 2010. 214 f. Projeto de Dissertação (Mestrado em Design e Expressão Gráfica) – Universidade Federal de Santa Catarina, 2010.

MUNARI, B. **Das coisas nascem coisas**. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

NAKAMURA, M. Y.; ALMEIDA, K. Desenvolvimento de material educacional para orientação de idosos candidatos ao uso de próteses auditivas. **Audiol Commun Res.**, v. 23, e1938, 2018.

NEGREIROS, D. de A. **Potenciar a acessibilidade cultural em ambientes culturais: um estudo exploratório em museus**. Dissertação (Mestrado em Comunicação Acessível) - Escola Superior de Educação e Ciências Sociais Instituto Politécnico de Leiria, Leiria, Portugal, 2017.

NETO, M. J M. P. **Os audioguias na acessibilidade aos museus [documento electrónico]**: a sua aplicação ao Museu da Ciência da Universidade de Coimbra. Coimbra: ed. do autor, 2010.

NORMAN, D. A. **O Design Emocional**: por que adoramos (ou detestamos) os objetos do dia-a-dia. Rio de Janeiro: Ed. Rocco, 2008.

OI FUTURO E CONSUMOTECA. **Narrativas para o Futuro**. Rio de Janeiro. 2019.

OLIVEIRA, G. R. de. **Método de design de interiores no Brasil**: uma contribuição dos princípios da ergonomia do ambiente construído. 2016. 279 f. Tese (Doutorado em Design) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2016.

ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO TRABALHO. Ministério Público do Trabalho. **Incluir**: o que, como e por que fazer? 2020. Disponível em: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/---ilo-brasilia/documents/publication/wcms_821892.pdf. Acesso em: 8 mar. 2022.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE SAÚDE (OMS). **Envelhecimento ativo**: uma política de saúde / World Health Organization; tradução Suzana Gontijo. – Brasília: Organização Pan-Americana da Saúde, 2005.

ORWELL, G. Politics and the English Language. In ORWELL, G. **Essays**. London: Penguin Books in association with Martin Secker & Warburg, 2000. pp.354-365.

PASCHOARELLI, L. C; MENEZES, M. dos S. (org). **Design**: cenário diversos de pesquisa. Bauru, SP: Canal 6, 2019.

PANIZZA, J. F. **Metodologia e processo criativo em projetos de comunicação visual**. 2004. 248 f. Dissertação (Mestrado em Relações Públicas, Propaganda e Turismo) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 2004.

PETTERSSON, R. **Image Design**. Amsterdam/Philadelphia: iiiDx, 2013a.

PETTERSSON, R. **Information design 4**: Graphic Design. Amsterdam/Philadelphia: iiiDx, 2013b.

Pesquisa nacional de saúde: 2019: **ciclos de vida**: Brasil / IBGE, Coordenação de Trabalho e Rendimento. - Rio de Janeiro: IBGE, 2021.139p.

PIAGET, J. Les Problèmes Principaux de L'Épistémologie des Mathématiques. In: PIAGET, J. (Org.). **Logique et Connaissance Scientifique**. (pp. 554-595). Dijon: Gallimard, 1967.

PILLIÈRE, L. **Accommodating the visitor: How museums connect with their present-day populations**. Open Edition Journals. Disponível em: <https://journals.openedition.org/anglophonia/1409>. Acesso em: 11 set. 2021.

PLAIN LANGUAGE ASSOCIATION INTERNATIONAL. **O que é linguagem clara?** Disponível em: <https://plainlanguagenetwork.org/plain-language/o-que-e-linguagem-clara/>. Acesso em: 18 fev. 2022.

PRADO, A. R. de A.; BESSE, M.; LEMOS, N. D. Moradia para o idoso: uma política ainda não garantida. **Caderno Temático Kairós Gerontologia**, São Paulo, n. 8, novembro 2010.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. de. **Metodologia do Trabalho Científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico**. Novo Hamburgo: Universidade Feevale, 2013.

ROE, B. et al. Coffee, Cake & Culture: Evaluation of an **art** for health programme for **older people** in the community. **Dementia**, v. 15, n. 4, p. 539–559, 2016.

RUSSO, B.; HEKKERT, P. Sobre amar um produto: os princípios fundamentais. In: MONT'ALVÃO, C.; DAMAZIO, V.(org). **Design, ergonomia e emoção**. Rio de Janeiro: Mauad, 2008, p. 31-48. Disponível em: <http://studiolab.io.tudelft.nl/manila/gems/russo/RussoHekkertFINAL.pdf>. Acesso em: 11 jan. 2022.

SALASAR, D. N.; MICHELON, F. F. (org.). **Acessibilidade cultural: atravessando fronteiras**. Pelotas: Ed. da UFPel, 2020.

SANTOS, F. A. N. V. dos; BRUSTULIN, G. H. Aplicação do método aberto (md3e) em projetos ergonômicos de produtos. **Human Factors in Design**, v. 1, n. 1, 2012.

SANTOS, M. P. Desenho Universal para a Aprendizagem. In: ALVES, L. M.; MOUSINHO, R.; CAPELLINI, S. A. (org.). **Dislexia: Novos temas, novas perspectivas**. Rio de Janeiro: WAK, 2015.

SANTOS, M. P. dos. **Desenho Universal para a Aprendizagem**. In: ALVES, L. M.; MOUSINHO, R.; CAPELLINI, S. A. (Org.). **Dislexia: novos temas, novas perspectivas**. 1ed.Rio de Janeiro: WAK, 2015, v. 1, p. 17-27.

SARRAF, V.P. **A comunicação dos sentidos nos espaços culturais brasileiros: estratégias de mediações e acessibilidade para as pessoas com suas diferenças**. 2013. 251 f. Tese (Doutorado em Comunicação) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2013.

SARRAF, V. P. Acessibilidade cultural para pessoas com deficiência – benefício para todos. **Revista do Centro de Pesquisa e Formação**, n. 6, junho 2018.

SARRAF, V. P. **Acessibilidade em espaços culturais**: mediação e comunicação sensorial. São Paulo: EDUC: FAPESP, 2015.

SASSAKI, Romeu K. **Acessibilidade**: A chave para a inclusão social. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=FVp--SM8CnA>. Acesso em 10 set. 2021.

SASSAKI, R. K. **Inclusão**: Construindo uma sociedade para todos. 7a ed.. Rio de Janeiro: WVA, 2006.

SASSAKI, R. K. **O Direito à Educação Inclusiva, segundo a ONU**. A Convenção sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência Comentada. Brasília: Corde, 2007.

SCOLARI, S. H. P. **Design e emoção**: um modelo de círculos de referências de emoções em produtos. 2008. Dissertação. Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Bauru, São Paulo, 2008.

SECRETARIA DA CULTURA. **Memorial do Rio Grande do Sul**. Página inicial. Disponível em: <https://cultura.rs.gov.br/memorial-rgs>. Acesso em: 15 jan. 2022.

SERRELL, B. **Exhibit labels**: An interpretive approach. Lanham, MD: Altamira Press, 1996.

SIMLINGER, P. University Course in Information Design. In: IIID (Ed.). Information design: core competencies. Vienna: IIID, 2007.

SOUSA, C. Literatura para todos. **Curso cultura e acessibilidade**: pesquisa, formação e produção. Porto Alegre, 2017.

SOSA, F. O.; TEDESCO, J. de S. **Exposição linha do tempo**: Relatório e manual de reinstalação. Secretaria de Estado da Cultura, Turismo, Esporte e Lazer Memorial do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2018.

STAKE, R. E. **Pesquisa Qualitativa**. Porto Alegre: Grupo A, 2015.

STOLFI, A. **A Legibilidade e evolução das mídias**. 2002. Disponível em: <http://finetanks.com/referencia/investigacao.php>. Acesso em: 11 jun. 2020.

TAI, Hsuan - An. **Design: conceitos e métodos**. São Paulo: Blucher, 2017.

TEIXEIRA, F. **Introdução e Boas Práticas em UX Design**, São Paulo: Casa do Código, 2014.

TODD, C. et al. Museum-based programs for socially isolated older adults: Understanding what works. **Health & Place**, v. 48, p. 47–55, 2017.

TONETTO, L. M.; COSTA, F. C. X. Design Emocional: conceitos, abordagens e perspectivas de pesquisa. **Strategic Design Research Journal**, v. 04, n. 03, 132-140, 2011.

TRENCH, Lucy. **A Ten Point Guide**. Gallery text at the V&A, 2018.

TULLIS, T., ALBERT, B. **Measuring the User Experience**. Amsterdam: Morgan Kaufman, 2008.

VIARO, Felipe Schneider. Proposição de diretrizes para o projeto de gráficos instrucionais de qualidade. 2015. 245 f. Dissertação (Mestrado em Design e Tecnologia) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS, 2015.

VILAÇA, M. L. C. Pesquisa e ensino: considerações e reflexões. **E-escrita** – Revista do curso de Letras. UNIABEU, Nilópolis, Rio de Janeiro, v. 1, n. 2, mai-ago 2010.

VITORINO, C. C. **Provérbios africanos em tampas de painéis: do sentido ao texto, do texto ao sentido**. 2014. 106 f. Tese (Doutorado em Letras) - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS, 2014.

YASSUDA, M. S.; ABREU, V. Avaliação cognitiva em gerontologia. In: FREITAS, E. V.; PY, L.(Ed.). **Tratado de Geriatria e Gerontologia**. Rio de Janeiro: Guanabara-Koogan, 2016. p. 1252-1259.

APÊNDICE A – MODELO DE CONVITE PARA PARTICIPAÇÃO DO MEMORIAL DO RIO GRANDE DO SUL

Prezados (as),

Solicito encarecidamente a participação do Memorial do Rio Grande do Sul na pesquisa de doutorado realizada por mim, aluno do Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, com orientação da Profa. Dra. Tânia Luísa Koltermann da Silva. Esta pesquisa é intitulada “**Design para experiência em museus: diretrizes para o projeto de comunicação acessível direcionado ao público idoso**” que tem por objetivo propor diretrizes de Linguagem Simples para a tomada de decisão no processo de projeto de comunicação acessível.

A participação do Memorial do Rio Grande do Sul nesta pesquisa, será realizada em quatro etapas: (1) **investigação**; (2) **avaliação**; (3) **intervenção**; (4) **verificação**.

A etapa de **investigação** consiste em autorizar a prática do registro fotográfico durante a observação direta realizada para coleta de dados, conforme a proposta do trabalho, nas dependências da Instituição, com duração de 1 dia.

As etapas de **avaliação** e **verificação**, consistem na participação de grupo focal para avaliações da Leiturabilidade, Legibilidade e da Emoção, por meio da visualização e leitura de 2 textos expositivos pertencentes à exposição permanente do Memorial do Rio Grande do Sul, com duração de 2 horas para cada etapa. A **intervenção** consiste na elaboração e fixação de painéis com textos reescritos em linguagem simplificada, com duração de 1 dia.

Com a ajuda do Memorial do Rio Grande do Sul serei capa de conhecer os dispositivos de comunicação utilizados pelos museus, para fins de levantar quais são as práticas correntes; relacionar os parâmetros da Linguagem simples com as dimensões da experiência do público idoso em museus; definir diretrizes preliminares de linguagem simples para o projeto de comunicação acessível; aplicar as diretrizes preliminares, para fins de verificação quanto à sua utilização no processo de projeto de comunicação acessível voltado a promover a experiência do público idoso.

Confirmado a participação do Memorial do Rio Grande do Sul neste estudo, poderemos agendar um local e horário de encontro para que a Carta de Anuência para a realização da pesquisa seja assinada. A Instituição receberá uma via dessa carta como garantia legal. Lembrando que a participação é facultativa e a sua recusa não resultará em nenhum prejuízo em relação ao pesquisador responsável e sua instituição.

Obrigado por sua atenção.

Cristiano da Cunha Pereira

APÊNDICE B – MODELO DE CONVITE PARA PARTICIPAÇÃO DO MEMORIAL DA RESISTÊNCIA

Prezados (as),

Solicito encarecidamente a participação do Memorial da Resistência na pesquisa de doutorado realizada por mim, aluno do Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, com orientação da Profa. Dra. Tânia Luísa Koltermann da Silva. Esta pesquisa é intitulada “**Design para experiência em museus: diretrizes para o projeto de comunicação acessível direcionado ao público idoso**” que tem por objetivo propor diretrizes de Linguagem Simples para a tomada de decisão no processo de projeto de comunicação acessível.

A participação do Memorial da Resistência nesta pesquisa, será realizada durante a etapa de **investigação**. A etapa de **investigação** consiste em autorizar a prática do registro fotográfico durante a observação direta realizada para coleta de dados, conforme a proposta do trabalho, nas dependências da Instituição, com duração de 1 dia.

Com a ajuda do Memorial da Resistência serei capa de conhecer os dispositivos de comunicação utilizados pelos museus, para fins de levantar quais são as práticas correntes.

Confirmado a participação do Memorial Resistência neste estudo, poderemos agendar um local e horário de encontro para que a Carta de Anuência para a realização da pesquisa seja assinada. A Instituição receberá uma via dessa carta como garantia legal. Lembrando que a participação é facultativa e a sua recusa não resultará em nenhum prejuízo em relação ao pesquisador responsável e sua instituição.

Obrigado por sua atenção.

Cristiano da Cunha Pereira

APÊNDICE C – MODELO DE CONVITE PARA PARTICIPAÇÃO DE GESTORES E PROFISSIONAIS DE MUSEUS/MEMORIAIS

Prezados (as),

Solicito encarecidamente a sua participação na pesquisa de doutorado realizada por mim, aluno do Programa de Pós-Graduação em Design e Tecnologia da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, com orientação da Profa. Dra. Tânia Luísa Koltermann da Silva. Esta pesquisa é intitulada “**Design para experiência em museus: diretrizes para o projeto de comunicação acessível direcionado ao público idoso**” que tem por objetivo propor diretrizes de Linguagem Simples para a tomada de decisão no processo de projeto de comunicação acessível.

A sua contribuição consiste em participar de uma entrevista semiestruturada a fim de fornecer informações sobre os dispositivos de comunicação utilizados pelo museu/memorial. Os benefícios diretos de sua participação nesse estudo, provém da colaboração de sua área de conhecimento e de sua experiência pessoal/profissional, a fim de qualificar os museus e seus respectivos produtos culturais para promoção da experiência do público idoso.

O tempo estimado para a realização da entrevista é de aproximadamente 1 hora, e será registrada através de gravação realizada pela plataforma *ZOOM Meeting*.

Com sua ajuda serei capaz de conhecer os dispositivos de comunicação, para fins de levantar quais são as práticas correntes realizadas pelo museu/memorial.

Confirmado o seu desejo de participação, será enviado para assinatura, o termo de consentimento para a realização desta entrevista. Você receberá uma via desse termo como garantia legal. Lembrando que a sua participação é facultativa e a sua recusa não resultará em nenhum prejuízo em relação ao pesquisador responsável e sua instituição.

Obrigado por sua atenção.

Cristiano da Cunha Pereira

APÊNDICE D – MODELO DE CONVITE PARA PARTICIPAÇÃO DE ESPECIALISTA EM COMUNICAÇÃO ACESSÍVEL

Prezados (as),

Solicito encarecidamente a sua participação na pesquisa de doutorado realizada por mim, aluno do Programa de Pós-Graduação em Design e Tecnologia da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, com orientação da Profa. Dra. Tânia Luísa Koltermann da Silva. Esta pesquisa é intitulada “**Design para experiência em museus: diretrizes para o projeto de comunicação acessível direcionado ao público idoso**” que tem por objetivo propor diretrizes de Linguagem Simples para a tomada de decisão no processo de projeto de comunicação acessível.

A sua contribuição consiste em participar de uma entrevista semiestruturada, objetivando respostas sobre questões específicas relacionadas a identificar parâmetros vinculados à Linguagem Simples. Os benefícios diretos de sua participação nesse estudo, provém da colaboração de sua área de conhecimento e de sua experiência pessoal/profissional, a fim de qualificar os museus e seus respectivos produtos culturais para promoção da experiência do público idoso.

O tempo estimado para a realização da entrevista é de aproximadamente 1 hora, e será registrada através de gravação realizada pela plataforma *ZOOM Meeting*.

Com sua ajuda serei capaz de identificar parâmetros vinculados à Linguagem simples, em termos de legibilidade e legibilidade, para fins de auxiliar o processo de projeto de comunicação acessível.

Confirmado o seu desejo de participação, encaminharei para assinatura, o termo de consentimento para a realização desta entrevista. Você receberá uma via desse termo como garantia legal. Lembrando que a sua participação é facultativa e a sua recusa não resultará em nenhum prejuízo em relação ao pesquisador responsável e sua instituição.

Obrigado por sua atenção.

Cristiano da Cunha Pereira

APÊNDICE E – MODELO DE CONVITE PARA PARTICIPAÇÃO DOS IDOSOS

Prezados (as),

Solicito encarecidamente a participação como voluntário (a) na pesquisa de doutorado realizada por mim, aluno do Programa de Pós-Graduação em Design e Tecnologia da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, com orientação da Profa. Dra. Tânia Luísa Koltermann da Silva. Esta pesquisa é intitulada “**Design para experiência em museus: diretrizes para o projeto de comunicação acessível direcionado ao público idoso**” que tem por objetivo propor diretrizes de Linguagem Simples para a tomada de decisão no processo de projeto de comunicação acessível.

Sua participação nesta pesquisa será realizada em três etapas: (1) **investigação**; (2) **avaliação**; (3) **verificação**.

A etapa de **investigação** será realizada por meio de entrevista semiestruturada, objetivando respostas sobre questões específicas relacionadas à sua experiência prévia em museus, com duração de 1 hora. As etapas de **avaliação** e **verificação** serão realizadas em grupo focal, após a visualização e leitura de 2 textos expositivos pertencentes à exposição permanente do Memorial do Rio Grande do Sul, localizado na cidade de Porto Alegre/RS. Nesta etapa, serão utilizados os seguintes instrumentos, conforme a seguinte ordem: (1) Escala Likert, para avaliação da Leitabilidade; (2) Escala Likert, para avaliação da Legibilidade; (3) *Emocards* (cartões), para avaliação da Emoção. As etapas de **avaliação** e **verificação** terão a duração de 2 horas, e serão realizadas em dias distintos.

Com sua ajuda poderei compreender e caracterizar as especificidades do público idoso, com relação às suas necessidades e expectativas em suas experiências com dispositivos de comunicação em museus.

Confirmado a participação nesta pesquisa poderemos agendar um local e horário de encontro para que o termo de consentimento para entrevista e participação no grupo focal seja assinado. Você receberá uma via desse termo como garantia legal. Lembrando que a sua participação é facultativa e a sua recusa não resultará em nenhum prejuízo em relação ao pesquisador responsável e sua instituição.

Obrigado por sua atenção.

Cristiano da Cunha Pereira

APÊNDICE G – ROTEIRO PARA ENTREVISTA COM GESTORES E PROFISSIONAIS

ROTEIRO PARA ENTREVISTA COM GESTORES E PROFISSIONAIS

(continua)

Sujeito - Perfil	1. Qual seu nome?
Sujeito - Perfil	2. Qual o seu cargo no museu/memorial?
Sujeito - Perfil	3. Qual a sua formação profissional?
Sujeito - Perfil	4. Há quanto tempo trabalha no museu/memorial?
Sujeito - Acessibilidade	5. O que você entende por acessibilidade? E no contexto dos museus/memoriais?
Sujeito - Experiência	6. O que você entende por experiência?
Sujeito - Experiência	7. Como você define experiência nos museus/memoriais?
Meio - Acessibilidade	8. Existe uma política de acessibilidade no museu/memorial?
Meio - Acessibilidade	9. Existe algum setor específico do museu/memorial para tratar das questões de acessibilidade?
Objeto - Recursos	10. Quais os dispositivos de comunicação que são disponibilizados no museu/memorial? Como funciona?
Objeto - Recursos	11. Como são desenvolvidos os textos expositivos?
Objeto - Recursos	12. Considera os textos expositivos acessíveis? (de fácil leitura e compreensão)
Objeto - Recursos	13. Existe guia ou manual para elaboração dos textos expositivos?
Objeto - Acessibilidade	14. Quais os recursos/serviços oferecidos ao público idoso no museu/memorial?
Objeto - Acessibilidade	15. Existe a participação de idosos na equipe de desenvolvimento dos textos expositivos?
Objeto - Validação	16. Fazem verificação/testes com idosos antes de disponibilizarem de exporem os textos ao público geral?

ROTEIRO PARA ENTREVISTA COM GESTORES E PROFISSIONAIS

(conclusão)

Objeto - Experiência	17. Como avaliam os textos expositivos desenvolvidos?
Objeto - Experiência	18. Como avaliam os resultados da experiência dos usuários?
Recomendações	20. Recomenda visitar algum outro museu/memorial de referência na área de acessibilidade ou bibliografia sobre o assunto?
Recomendações	21. Teria mais alguma observação/recomendação?

APÊNDICE H – ROTEIRO PARA ENTREVISTA COM ESPECIALISTA EM COMUNICAÇÃO ACESSÍVEL

ROTEIRO PARA ENTREVISTA COM ESPECIALISTA

	1. O que você entende por projeto de comunicação acessível no contexto dos museus/memoriais?
	2. Quais dispositivos de comunicação acessível devem ser disponibilizados nos museus/memoriais?
	3. No seu entendimento, os textos expositivos dos museus são elaborados conforme o uso da Linguagem Simples?
	4. Como a Linguagem Simples (em termos de leitura), através dos textos expositivos, pode promover a compreensão dos visitantes nos museus/memoriais?
	5. Como a Linguagem Simples (em termos de legibilidade), através dos textos expositivos, pode promover a compreensão dos visitantes nos museus/memoriais?
	6. Considerando a Linguagem Simples, quais elementos devem ser considerados para a elaboração de textos expositivos, direcionado ao público idoso nos museus/memoriais?
	7. Como podemos relacionar a Linguagem Simples com a experiência dos visitantes nos museus?
	8. Tem conhecimento de algum guia ou manual para elaboração dos textos expositivos em museus/memoriais?
Recomendações	9. Recomenda visitar algum museu/memorial de referência no uso da Linguagem Simples?
Recomendações	10. Teria mais alguma observação/recomendação?

APÊNDICE I – ROTEIRO PARA ENTREVISTA IDOSOS

ROTEIRO PARA ENTREVISTA COM USUÁRIOS

Sujeito - Perfil	1. Qual seu nome?
Sujeito - Perfil	2. Qual a sua idade?
Sujeito - Perfil	3. Qual a sua formação?
Sujeito - Perfil	4. Com que frequência visita museus/memoriais?
Sujeito - Acessibilidade	5. O que você entende por acessibilidade?
	6. Como você enxerga a acessibilidade no museu/memorial?
Sujeito - Experiência	7. Que experiência você encontra nos museus/memoriais?
Meio - Experiência	8. Que barreiras você encontra em sua experiência em museus?
Meio - Acessibilidade	9. Você identifica ações para o público idoso nos museus/memoriais?
Meio - Acessibilidade	10. Quais os meios de comunicação você utiliza no museu/memorial? Como funcionam?
Meio - Acessibilidade	11. Quais os recursos/serviços oferecidos para o público idoso nos museus/memoriais que facilitam a visita?
Objeto - Leitabilidade	12. Consegue ler e compreender os textos nas exposições?
Objeto - Legibilidade	13. Consegue enxergar e identificar os textos nas exposições?
Objeto - Experiência	14. O que influencia a sua experiência durante a leitura dos textos expositivos?
Recomendações	15. Recomenda visitar algum outro museu/memorial de referência na área de acessibilidade para ou bibliografia sobre o assunto?
Recomendações	16. Teria mais alguma observação/recomendação?

APÊNDICE J – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO GESTORES E PROFISSIONAIS DE MUSEUS/MEMORIAIS

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
Faculdade de Arquitetura | Escola de Engenharia
Programa de Pós-Graduação em Design – PgDesign | UFRGS

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Você está sendo convidado a participar na pesquisa de doutorado intitulada é intitulada “Design para experiência em museus: diretrizes para o projeto de comunicação acessível direcionado ao público idoso”. Essa pesquisa está sendo desenvolvida pelo doutorando Cristiano da Cunha Pereira, no Programa de Pós-Graduação em Design da UFRGS, sob a orientação da Profa. Dra. Tânia Luísa Koltermann da Silva Silva.

O objetivo dessa pesquisa é propor diretrizes de Linguagem Simples para a tomada de decisão no processo de projeto de comunicação acessível para fins de promover a experiência do público idoso em museus. Sua participação nesta pesquisa será realizada por meio de entrevista semiestruturada, objetivando respostas sobre questões específicas relacionadas aos dispositivos de comunicação utilizados pelo museu/memorial. O tempo estimado para a realização da entrevista é de aproximadamente 1 hora, e será registrada através de gravação realizada pela plataforma ZOOM Meeting.

Com sua ajuda serei capaz de conhecer os dispositivos de comunicação, para fins de levantar quais são as práticas correntes realizadas pelo museu/memorial. Assim, você beneficia diretamente o desenvolvimento de diretrizes de Linguagem Simples para o projeto de comunicação acessível, para fins de promover a experiência do público idoso em museus. De maneira indireta, você contribui para o desenvolvimento teórico da Linguagem Simples como recurso de acessibilidade cultural.

Você assegura estar ciente dos riscos potenciais envolvidos com a participação em pesquisas, tais como questões de privacidade, proteção de imagem, estigmatização e perda de compromissos em função de horários. No entanto, é objetivo desta pesquisa manter ao mínimo os riscos potenciais provenientes de sua participação. Para tal propósito, estão previstas as seguintes medidas por parte do pesquisador:

- sua participação na pesquisa não acarretará em quaisquer ônus financeiros assim como sem quaisquer restrições quanto aos seus efeitos patrimoniais e financeiros, a plena propriedade e os direitos autorais do depoimento de caráter histórico e documental;
- assegura-se o sigilo acerca da identidade dos participantes, identificando sua fala com nome fictício ou símbolo não relacionados à verdadeira identidade, assegurando privacidade, confiabilidade, proteção da imagem e não estigmatização;
- as informações obtidas por sua participação servirão exclusivamente para fins de pesquisa com publicação em relatório e artigos relacionados, sendo armazenadas por cinco anos e, posteriormente, destruídas;
- a participação da pesquisa é facultativa, podendo-se retirar o consentimento ou desistir da atividade quando desejado;
- o participante recebe uma via do termo de consentimento assinado como garantia legal;

Lembrando que a sua recusa não resultará em nenhum prejuízo em relação ao pesquisador responsável e sua instituição.

Qualquer dúvida, você pode entrar em contato com os pesquisadores responsáveis e com o Comitê de Ética na Pesquisa (CEP/UFRGS) através dos contatos: Tânia Luisa Koltermann da Silva – email (tania.kolterman@gmail.com) e telefone (51) 33084258; Cristiano da Cunha Pereira: e-mail (cristianocunhadesign@hotmail.com) e telefone (51) 981530001.

O projeto foi avaliado pelo Comitê de Ética em Pesquisa da UFRGS (CEP-UFRGS), órgão colegiado de caráter consultivo, deliberativo e educativo, cuja finalidade é avaliar – emitir parecer e acompanhar os projetos de pesquisa envolvendo seres humanos em seus aspectos éticos e metodológicos, realizados no âmbito da instituição. Você pode entrar em contato com o CEP-UFRGS no endereço Av. Paulo Gama, 110, sala 311, prédio Anexo I da Reitoria Campus Centro, Porto Alegre/RS, CEP: 90040-060; fone +55 51 3308 3787; e-mail: etica@propesq.ufrgs.br. Horário de funcionamento de segunda a sexta-feira das 08:00 às 12:00 e das 13:30 às 17:30.

Eu, _____, abaixo assinado (a), concordo em participar de forma voluntária da atividade que integra a pesquisa “Design para experiência em museus: diretrizes para o projeto de comunicação acessível direcionado ao público idoso”. Fui devidamente informado(a) e esclarecido(a) pelo pesquisador Cristiano da Cunha Pereira sobre esta atividade, assim como, os benefícios da minha participação. Foi me garantido o direito de retirar meu consentimento a qualquer momento.

Porto Alegre, ____ de _____ de 2022.

Voluntário

Pesquisador

APÊNDICE K – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO ESPECIALISTA EM COMUNICAÇÃO ACESSÍVEL

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
Faculdade de Arquitetura | Escola de Engenharia
Programa de Pós-Graduação em Design – PgDesign | UFRGS

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Você está sendo convidado a participar na pesquisa de doutorado intitulada é intitulada “Design para experiência em museus: diretrizes para o projeto de comunicação acessível direcionado ao público idoso”. Essa pesquisa está sendo desenvolvida pelo doutorando Cristiano da Cunha Pereira, no Programa de Pós-Graduação em Design da UFRGS, sob a orientação da Profa. Dra. Tânia Luísa Koltermann da Silva Silva.

O objetivo dessa pesquisa é propor diretrizes de Linguagem Simples para a tomada de decisão no processo de projeto de comunicação acessível para fins de promover a experiência do público idoso em museus. Sua participação nesta pesquisa será realizada por meio de entrevista semiestruturada, objetivando respostas sobre questões específicas relacionadas a identificar parâmetros vinculados à Linguagem Simples. O tempo estimado para a realização da entrevista é de aproximadamente 1 hora, e será registrada através de gravação realizada pela plataforma *ZOOM Meeting*.

Com sua ajuda serei capaz de identificar parâmetros vinculados à Linguagem Simples, em termos de legibilidade e legibilidade, para fins de auxiliar o processo de projeto de comunicação acessível. Assim, você beneficia diretamente a qualificação dos museus e seus respectivos produtos culturais para promoção da experiência do público idoso. De maneira indireta, você contribui para o desenvolvimento teórico da Linguagem Simples como recurso de acessibilidade cultural.

Você assegura estar ciente dos riscos potenciais envolvidos com a participação em pesquisas, tais como questões de privacidade, proteção de imagem, estigmatização e perda de compromissos em função de horários. No entanto, é objetivo desta pesquisa manter ao mínimo os riscos potenciais provenientes de sua participação. Para tal propósito, estão previstas as seguintes medidas por parte do pesquisador:

- sua participação na pesquisa não acarretará em quaisquer ônus financeiros assim como sem quaisquer restrições quanto aos seus efeitos patrimoniais e financeiros, a plena propriedade e os direitos autorais do depoimento de caráter histórico e documental;
- assegura-se o sigilo acerca da identidade dos participantes, identificando sua fala com nome fictício ou símbolo não relacionados à verdadeira identidade, assegurando privacidade, confiabilidade, proteção da imagem e não estigmatização;
- as informações obtidas por sua participação servirão exclusivamente para fins de pesquisa com publicação em relatório e artigos relacionados, sendo armazenadas por cinco anos e, posteriormente, destruídas;
- a participação da pesquisa é facultativa, podendo-se retirar o consentimento ou desistir da atividade quando desejado;
- o participante recebe uma via do termo de consentimento assinado como garantia legal;

Lembrando que a sua recusa não resultará em nenhum prejuízo em relação ao pesquisador responsável e sua instituição.

Qualquer dúvida, você pode entrar em contato com os pesquisadores responsáveis e com o Comitê de Ética na Pesquisa (CEP/UFRGS) através dos contatos: Tânia Luisa Koltermann da Silva – email (tania.koltermann@gmail.com) e telefone (51) 33084258; Cristiano da Cunha Pereira: e-mail (cristianocunhadesign@hotmail.com) e telefone (51) 981530001.

O projeto foi avaliado pelo Comitê de Ética em Pesquisa da UFRGS (CEP-UFRGS), órgão colegiado de caráter consultivo, deliberativo e educativo, cuja finalidade é avaliar – emitir parecer e acompanhar os projetos de pesquisa envolvendo seres humanos em seus aspectos éticos e metodológicos,

realizados no âmbito da instituição. Você pode entrar em contato com o CEP-UFRGS no endereço Av. Paulo Gama, 110, sala 311, prédio Anexo I da Reitoria Campus Centro, Porto Alegre/RS, CEP: 90040-060; fone +55 51 3308 3787; e-mail: etica@propesq.ufrgs.br. Horário de funcionamento de segunda a sexta-feira das 08:00 às 12:00 e das 13:30 às 17:30.

Eu, _____, abaixo assinado (a), concordo em participar de forma voluntária da atividade que integra a pesquisa "Design para experiência em museus: diretrizes para o projeto de comunicação acessível direcionado ao público idoso". Fui devidamente informado(a) e esclarecido(a) pelo pesquisador Cristiano da Cunha Pereira sobre esta atividade, assim como, os benefícios da minha participação. Foi me garantido o direito de retirar meu consentimento a qualquer momento.

Porto Alegre, _____ de _____ de 2022.

Voluntário

Pesquisador

APÊNDICE L – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO IDOSOS

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
Faculdade de Arquitetura | Escola de Engenharia
Programa de Pós-Graduação em Design – PgDesign | UFRGS

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Você está sendo convidado a participar na pesquisa de doutorado intitulada é intitulada “Design para experiência em museus: diretrizes para o projeto de comunicação acessível direcionado ao público idoso”. Essa pesquisa está sendo desenvolvida pelo doutorando Cristiano da Cunha Pereira, no Programa de Pós-Graduação em Design da UFRGS, sob a orientação da Profa. Dra. Tânia Luísa Koltermann da Silva Silva.

O objetivo dessa pesquisa é propor diretrizes de Linguagem Simples para a tomada de decisão no processo de projeto de comunicação acessível para fins de promover a experiência do público idoso em museus. Sua participação nesta pesquisa será realizada em três etapas: (1) **investigação**; (2) **avaliação**; (3) **verificação**. A etapa de **investigação** será realizada por meio de entrevista semiestruturada, objetivando respostas sobre questões específicas relacionadas à sua experiência prévia em museus, com duração de 1 hora. As etapas de **avaliação** e **verificação** serão realizadas em grupo focal, após a visualização e leitura de 2 textos expositivos pertencentes à exposição permanente do Memorial do Rio Grande do Sul, localizado na cidade de Porto Alegre/RS. Nestas etapas, serão utilizados os seguintes instrumentos: Escala Likert, para avaliação da Leiturabilidade e Legibilidade; *Emocards* (cartões), para avaliação da Emoção. As etapas de **avaliação** e **verificação** terão a duração de 2 horas, e serão realizadas em dias distintos.

Com sua ajuda poderei compreender e caracterizar as especificidades do público idoso, com relação às suas necessidades e expectativas em suas experiências com dispositivos de comunicação em museus. Assim, você beneficia diretamente o desenvolvimento de diretrizes de Linguagem Simples para o projeto de comunicação acessível, para fins de promover a experiência do público idoso em museus. De maneira indireta, você contribui para o desenvolvimento teórico da Linguagem Simples como recurso de acessibilidade cultural.

Você assegura estar ciente dos riscos potenciais envolvidos com a participação em pesquisas, tais como questões de privacidade, proteção de imagem, estigmatização e perda de compromissos em função de horários. No entanto, é objetivo desta pesquisa manter ao mínimo os riscos potenciais provenientes de sua participação. Para tal propósito, estão previstas as seguintes medidas por parte do pesquisador:

- sua participação na pesquisa não acarretará em quaisquer ônus financeiros assim como sem quaisquer restrições quanto aos seus efeitos patrimoniais e financeiros, a plena propriedade e os direitos autorais do depoimento de caráter histórico e documental;
- assegura-se o sigilo acerca da identidade dos participantes, identificando sua fala com nome fictício ou símbolo não relacionados à verdadeira identidade, assegurando privacidade, confiabilidade, proteção da imagem e não estigmatização;
- as informações obtidas por sua participação servirão exclusivamente para fins de pesquisa com publicação em relatório e artigos relacionados, sendo armazenadas por cinco anos e, posteriormente, destruídas;
- a participação da pesquisa é facultativa, podendo-se retirar o consentimento ou desistir da atividade quando desejado;
- o participante recebe uma via do termo de consentimento assinado como garantia legal;

Lembrando que a sua recusa não resultará em nenhum prejuízo em relação ao pesquisador responsável e sua instituição.

Qualquer dúvida, você pode entrar em contato com os pesquisadores responsáveis e com o Comitê de Ética na Pesquisa (CEP/UFRGS) através dos contatos: Tânia Luisa Koltermann da Silva – email

(tania.kolterman@gmail.com) e telefone (51) 33084258; Cristiano da Cunha Pereira: e-mail (cristianocunhadesign@hotmail.com) e telefone (51) 981530001.

O projeto foi avaliado pelo Comitê de Ética em Pesquisa da UFRGS (CEP-UFRGS), órgão colegiado de caráter consultivo, deliberativo e educativo, cuja finalidade é avaliar – emitir parecer e acompanhar os projetos de pesquisa envolvendo seres humanos em seus aspectos éticos e metodológicos, realizados no âmbito da instituição. Você pode entrar em contato com o CEP-UFRGS no endereço Av. Paulo Gama, 110, sala 311, prédio Anexo I da Reitoria Campus Centro, Porto Alegre/RS, CEP: 90040-060; fone +55 51 3308 3787; e-mail: etica@propesq.ufrgs.br. Horário de funcionamento de segunda a sexta-feira das 08:00 às 12:00 e das 13:30 às 17:30.

Eu, _____, abaixo assinado (a), concordo em participar de forma voluntária da atividade que integra a pesquisa “Design para experiência em museus: diretrizes para o projeto de comunicação acessível direcionado ao público idoso”. Fui devidamente informado(a) e esclarecido(a) pelo pesquisador Cristiano da Cunha Pereira sobre esta atividade, assim como, os benefícios da minha participação. Foi me garantido o direito de retirar meu consentimento a qualquer momento.

Porto Alegre, ____ de _____ de 2022.

Voluntário

Pesquisador

APÊNDICE M – CARTA DE ANUÊNCIA MEMORIAL DA RESISTÊNCIA

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
 Faculdade de Arquitetura | Escola de Engenharia
 Programa de Pós-Graduação em Design – PgDesign | UFRGS

Nome da(o) responsável na Instituição pela autorização:

O Memorial da Resistência está sendo convidado a participar da pesquisa de doutorado realizada por Cristiano da Cunha Pereira, aluno do Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, com orientação da Profa. Dra. Tânia Luísa Koltermann da Silva. Esta pesquisa é intitulada “**Design para experiência em museus: diretrizes para o projeto de comunicação acessível direcionado ao público idoso**” que tem por objetivo propor diretrizes de Linguagem Simples para a tomada de decisão no processo de projeto de comunicação acessível.

A participação do Projeto MEMORIAL PARATODOS do Memorial da Resistência nesta pesquisa, durante a fase de investigação, consiste em autorizar a prática do registro fotográfico durante a observação direta realizada para coleta de dados, conforme a proposta do trabalho, nas dependências da Instituição. Os referidos procedimentos serão registrados através de fotografias documentais, sendo posteriormente reproduzidas e compiladas ao relatório escrito.

Essas informações têm por finalidade auxiliar o processo de pesquisa no que se refere ao objetivo declarado e os dados coletados, após cinco anos, serão destruídos.

Os pesquisadores estão cientes das CONDIÇÕES GERAIS AUTORIZAÇÃO PARA FILMAGEM, FOTOGRAFIA E USO DE IMAGEM PARA ATIVIDADES JORNALÍSTICAS, ACADÊMICAS, ARTÍSTICAS E CULTURAIS disponíveis no site do Memorial: [Memorial-Condições-Gerais-Uso-Acervo.pdf \(memorialdaresistencia.org.br\)](http://memorialdaresistencia.org.br). Quaisquer informações ou esclarecimentos adicionais podem ser obtidos diretamente com os pesquisadores responsáveis através dos contatos:

Tânia Luisa Koltermann da Silva – email tania.kolterman@gmail.com - fone 51 33084258; Cristiano Pereira – email cristianocunhadesign@hotmail.com - fone 51 9 81530001; ou ainda via CEP/UFRGS no telefone 51 3308 3738.

_____, ____/____/____.

 (assinatura do representante da Instituição)

 (testemunha – caso necessário)

 (assinatura pesquisador)

APÊNDICE N – CARTA DE ANUÊNCIA MEMORIAL DO RIO GRANDE DO SUL

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
 Faculdade de Arquitetura | Escola de Engenharia
 Programa de Pós-Graduação em Design – PgDesign | UFRGS

Nome da(o) responsável na Instituição pela autorização:

O Memorial do Rio Grande do Sul está sendo convidado a participar da pesquisa de doutorado realizada por Cristiano da Cunha Pereira, aluno do Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, com orientação da Profa. Dra. Tânia Luísa Koltermann da Silva. Esta pesquisa é intitulada “**Design para experiência em museus: diretrizes para o projeto de comunicação acessível direcionado ao público idoso**” que tem por objetivo propor diretrizes de Linguagem Simples para a tomada de decisão no processo de projeto de comunicação acessível.

A participação do Memorial do Rio Grande do Sul nesta pesquisa, será realizada em quatro etapas: (1) **investigação**; (2) **avaliação**; (3) **intervenção**; (4) **verificação**.

A etapa de **investigação** consiste em autorizar a prática do registro fotográfico durante a observação direta realizada para coleta de dados, conforme a proposta do trabalho, nas dependências da Instituição. Os referidos procedimentos serão registrados através de fotografias documentais, sendo posteriormente reproduzidas e compiladas ao relatório escrito.

A etapa de **avaliação** consiste em autorizar que os participantes da pesquisa (grupo focal), experienciem a visualização e a leitura de 2 painéis expositivos pertencentes à exposição permanente (previamente selecionados pelo pesquisador). Nesta etapa serão realizadas, pelo grupo focal, as avaliações da Leiturabilidade, Legibilidade e da Emoção. A **intervenção** consiste na elaboração e fixação prévia de 2 painéis reescritos em linguagem simplificada (próximo aos painéis originais), avaliados anteriormente. A última etapa corresponde à **verificação** da Leiturabilidade, Legibilidade e da Emoção, e será realizada pelos participantes (grupo focal) através da visualização e leitura dos textos reescritos por meio das diretrizes preliminares de Linguagem Simples. Nas etapas de **avaliação** e **verificação**, os participantes receberão materiais elaborados para orientação e realização das atividades propostas. Ambas etapas, estão estimadas em aproximadamente duas horas de duração. Os referidos procedimentos serão registrados através de gravações em áudio e vídeo, sendo posteriormente transcritas e compiladas ao relatório escrito. Essas informações têm por finalidade auxiliar o processo de pesquisa no que se refere ao objetivo declarado e os dados coletados, após cinco anos, serão destruídos.

Os pesquisadores acima citados ficam conseqüentemente autorizados a utilizar, divulgar e publicar, para fins acadêmicos e culturais, as informações mencionadas, no todo ou em parte, editadas ou não. Quaisquer informações ou esclarecimentos adicionais podem ser obtidos diretamente com os pesquisadores responsáveis através dos contatos:

Tânia Luisa Koltermann da Silva – email tania.kolterman@gmail.com - fone 51 33084258; Cristiano Pereira – email cristianocunhadesign@hotmail.com - fone 51 9 81530001; ou ainda via CEP/UFRGS no telefone 51 3308 3738.

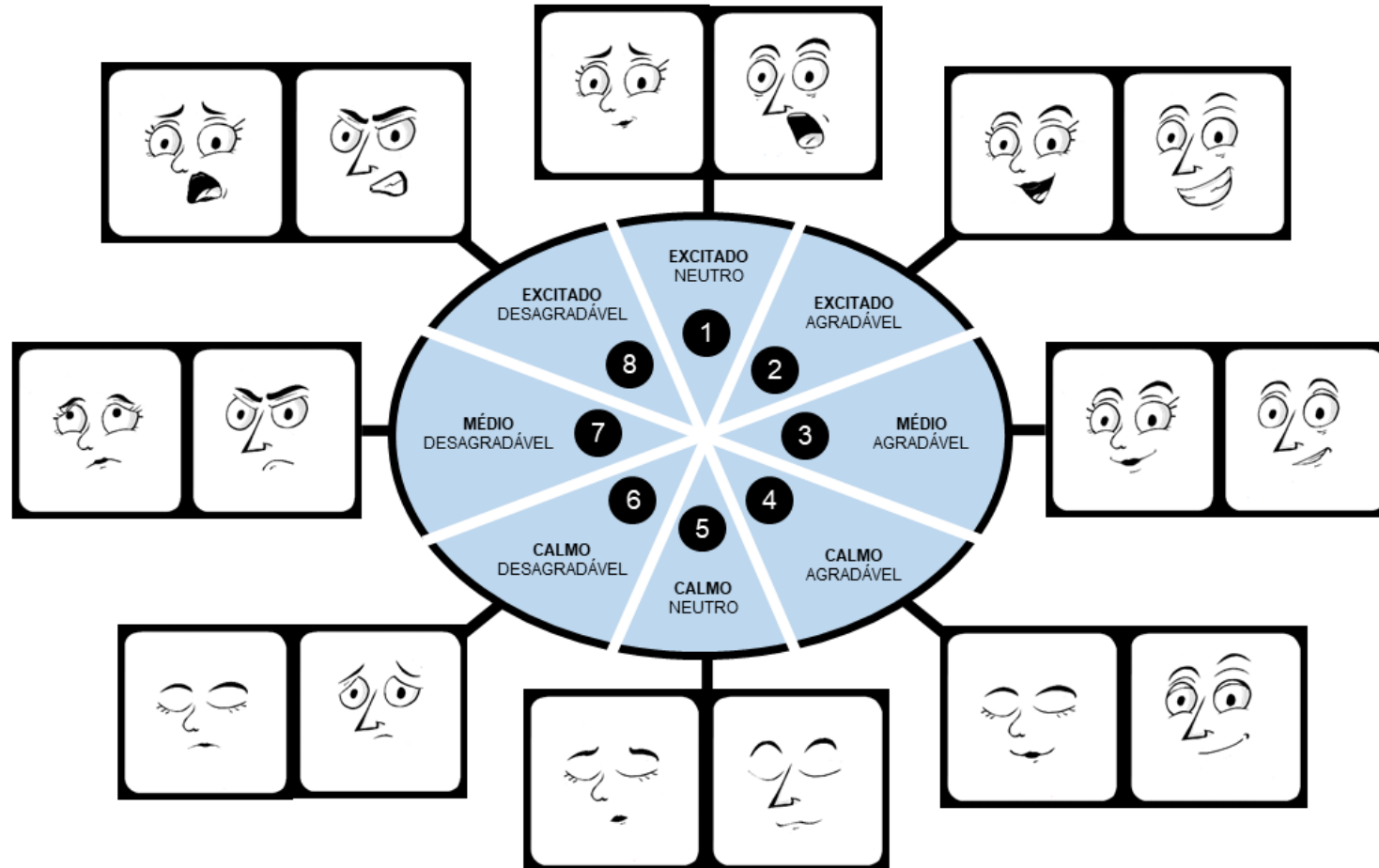
_____, ____/____/____.

 (assinatura do representante da Instituição)

 (testemunha – caso necessário)

 (assinatura pesquisador)

APÊNDICE O – OITO CATEGORIAS EMOCIONAIS E EMOCARDS



Fonte: o autor (2022).

APÊNDICE P – PAINEL 1 (1682/1750 – OS SETE POVOS DAS MISSÕES)

1682 1750

OS SETE POVOS DAS MISSÕES



RUÍNAS DE
SÃO MIGUEL

- 1682**
Fundação de São Borja, primeiro dos Sete Povos Orientais.
- 1687**
Fundação das missões de São Nicolau, São Luis Gonzaga e São Miguel.
- 1690**
Fundação de S^o Lourenço.
- 1697**
Fundação de São João Batista.
- 1706**
Fundação de Santo Angelo.

ARTE MISSIONEIRA
Além da aptidão musical, cujo legado se perdeu, os Guaraní das missões revelaram, em mais de 2 mil obras, um evidente talento para a escultura. Embora a maior parte das peças – figuras de santos talladas em cedro – tenha sido destruída, restada nos períodos, as três centenas de estátuas restantes são o testemunho eloquente do estilo que tem sido chamado de “barroco-jesuítico-guaraní”, desenvolvido pelos índios missioneiros sob a rígida batuta dos jesuítas.

Após a vitória contra os bandeirantes na batalha de M'bororé, as reduções jesuíticas voltaram a se desenvolver. Sob a administração eficiente do padre Ruiz de Montoya, surgiram os chamados Trinta Povos Guaranis – que, na verdade, eram 33 reduções, com população em torno de 80 mil indígenas, localizadas nos atuais territórios da Argentina (quinze pueblos), do Paraguai (onze reduções) e do Rio Grande do Sul (Sete Povos).

Ao longo de quase um século de paz, as reduções progrediram bastante. Com uma economia baseada na criação de gado e na exportação de erva-mate, as missões agruparam dezenas de milhares de Guaraní, cuja educação ficava a cargo dos jesuítas. Os nativos revelaram uma admirável aptidão para a música e para a escultura. Eles ergueram igrejas de pedra, fundiram ferro, imprimiram livros e cultivaram a terra.

Mas os Trinta Povos Guaranis ficavam na fronteira de dois impérios em expansão: Portugal e Espanha lutavam pela posse dos territórios localizados entre Cananéia (onde passava a linha de Tordesilhas) e a foz do Rio da Prata. As coroas ibéricas tramaram então um trágico desfecho para a experiência missioneira.

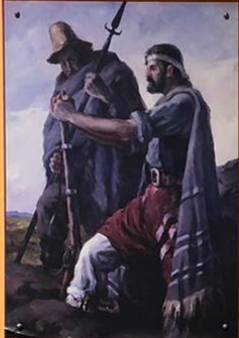
AS CIDADES DE DEUS
O projeto arquitetônico dos chamados Trinta Povos Guaranis era basicamente o mesmo em todas as povoações, apesar de a população de cada uma delas variar entre 1.500 e 12 mil habitantes. Os alojamentos onde viviam os indígenas eram dispostos em um plano rigidamente geométrico ao redor de uma grande igreja. Não eram habitações coletivas: cada família tinha sua própria casa, já que uma das lutas dos padres era contra a poligamia. O projeto arquitetônico era uma reinvencão autoritária da paisagem e do espaço.

Fonte: acervo do autor (2022).

APÊNDICE Q – PAINEL 2 (1835 – INICIA-SE A GUERRA DOS FARRAPOS)

1835

INICIA-SE A GUERRA DOS FARRAPOS



SENTINELAS DE 33


1834
Ato adicional estabelece a Regência Lina de 4 anos.

1835
Começa a Revolta dos Cabanos, no Pará. Explodem revoltas populares no Recife, chamadas Caracaras.
Tem início a Insurreição Malé, uma revolta de escravos, em Salvador.

OS FARRAPOS
O termo usado pelo exército imperial para definir os rebeldes gaúchos era "farroupilha". A expressão, depreciativa, "maltrapilha" ou "gente vestida com farrapos", acabou sendo adotada com orgulho pelos rebeldes. A palavra teve sua origem nos trapos usados em Lisboa pelo jornalista e escritor político baiano Cipriano Barata. De qualquer modo, mesmo que as tropas gaúchas eventualmente fossem farroupilhas, seus líderes representavam a elite estancieira do RS.

No entardecer de 20 de setembro de 1835, um grupo de revoltosos entrou em Porto Alegre após vencer as tropas legalistas em um combate na Ponte da Azenha. Era o início da primeira guerra civil do RS. O império vivia um período conturbado, com várias revoluções regionais. A Guerra dos Farrapos estava destinada a ser um dos fatos mais marcantes de toda a História do RS. A causa maior da revolta dos estancieiros foi um injusto sistema de impostos sobre o charque, principal produto do RS e base da alimentação dos escravos de todo o Brasil. Além de não ser taxado ao entrar no Brasil, o charque da Banda Oriental era mais barato. Liderados pelo estancieiro e monarquista Bento Gonçalves, os farroupilhas se insurgiram contra isso. Assim, é arriscado afirmar que o objetivo inicial dos combatentes fosse a independência do RS e seu desligamento do império.

Em 11 de setembro de 1836, porém, logo após vencer os imperialistas na Batalha do Seival, o general Sousa Netto entusiasmou-se e proclamou a independência do RS sem consultar seus superiores, embora a maior parte dos revoltosos não fosse separatista. Ainda assim, a República Rio-grandense sobreviveu por uma década, até 1845. Os rebeldes travaram uma guerra contra o exército brasileiro e foram capazes de expandir sua luta para Santa Catarina, fundando, em julho de 1839, a República Juliana, com duração de apenas seis meses.



A QUESTÃO POLÍTICA
Além da questão econômica relativa à tributação do charque, a Guerra dos Farrapos também teve problemas políticos, característicos do período regencial. A própria formação territorial do RS ferra surge entre seus habitantes em nome de autonomia política. O fato de os presidentes da província serem nomeados pelo governo central sempre provocou indignação entre os estancieiros. Seu desejo de autonomia ajudou a fermentar o ambiente e acabou resultando na Guerra dos Farrapos.

Fonte: acervo do autor (2022).

APÊNDICE R – RELATÓRIOS DAS VISITAS DE OBSERVAÇÃO DIRETA

Apresenta o relatório de visita com as análises preliminares das observações diretas realizadas no Memorial da Resistência de São Paulo e no Memorial do Rio Grande do Sul.

1. Memorial da Resistência de São Paulo

O Memorial da Resistência é um lugar dedicado à preservação da memória da resistência e da repressão por meio da musealização de parte do antigo edifício sede do Departamento Estadual de Ordem Política e Social do Estado de São Paulo (Deops/SP). O prédio (Figura 1) projetado pelo arquiteto Ramos de Azevedo, que no início do século XX abrigou os escritórios e armazéns da Companhia Estrada de Ferro Sorocabana, após reformas, sediou delegacias vinculadas ao Departamento Estadual de Ordem Política e Social de São Paulo (Deops-SP), entre 1940 e 1983 (MEMORIAL DA RESISTÊNCIA DE SÃO PAULO, 2013).

Figura 1 - Fachada do Memorial da Resistência de São Paulo



Fonte: <http://memorialdarestenciassp.org.br> (2022).

Com a extinção do Deops-SP, o prédio foi ocupado pela Delegacia de Defesa do Consumidor (Decon), sendo, em 1999, tombado como bem cultural pelo Conselho de Defesa do Patrimônio Histórico (Condephaat). Após 3 anos de restauração, foi inaugurado em 2002 o Memorial da Liberdade, que apresentou ao público as antigas celas do Deops-SP. Em 2004, a APAC assumiu a gestão do

prédio e instalou a Estação Pinacoteca, com exposições, a Biblioteca Walter Wey, o Centro de Documentação e Memória, e o Auditório Vitae (MEMORIAL DA RESISTÊNCIA DE SÃO PAULO, 2013).

A partir de 2006, o Fórum Permanente de Ex-Presos e Perseguidos Políticos do Estado de São Paulo se mobilizou e propôs ao poder público a mudança do nome, uma vez que Liberdade não era um nome adequado para um lugar em que tantas pessoas sofreram e morreram. Em 1º de maio de 2008 começou um novo projeto para o espaço e, em 24 de janeiro de 2009, o Memorial da Resistência é relançado, ratificando seu compromisso com a ampla compreensão da memória e da história política do Brasil (SÃO PAULO, 2023)⁴.

O memorial está localizado no Largo General Osório, 66, próximo à Estação da Luz, na cidade de São Paulo/SP, cuja entrada principal é realizada pelo Largo General Osório, onde está localizada a bilheteria e o acesso à exposição de longa duração e exposições temporárias (Figuras 2 e 3). O Memorial está aberto ao público de quarta a segunda-feira, das 10h às 18h, com entrada gratuita.

Figura 2 - Comunicação Interna/Sinalização



Fonte: acervo do autor (2022).

Figura 3 - Comunicação Interna/Programação



Fonte: acervo do autor (2022).

O programa museológico está estruturado em procedimentos de pesquisa, salvaguarda e comunicação patrimoniais, orientados para a abordagem sobre enfoques temáticos que evidenciam as amplas ramificações da repressão e as

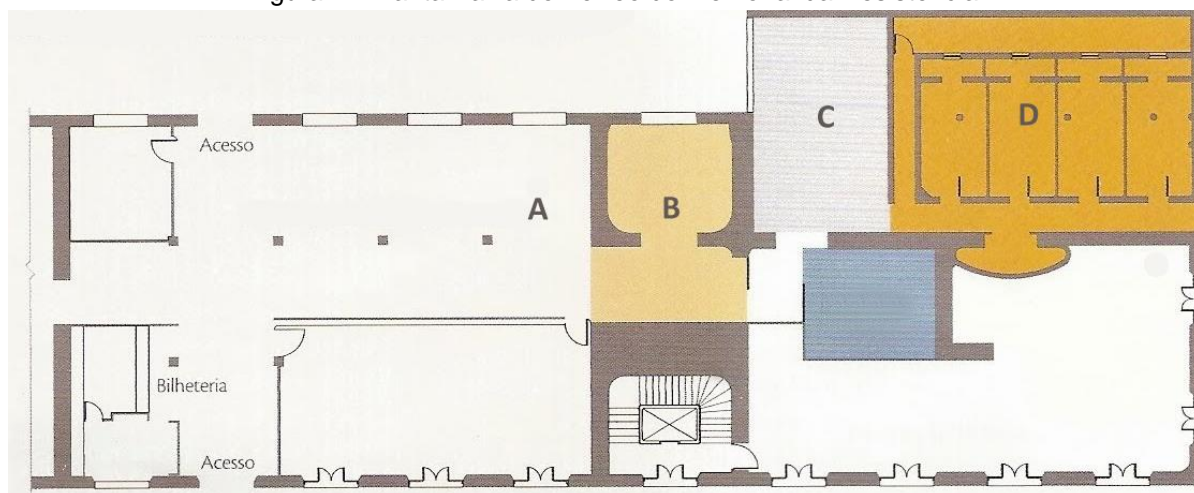
⁴ Histórico. Disponível em: <https://memorialdaresistencia.org.br/historico/>.

estratégias de resistência, por meio de seis linhas de ação (MEMORIAL DA RESISTÊNCIA DE SÃO PAULO, 2013). São elas: (1) centro de referência; (2) lugares de memória; (3) coleta regular de testemunho; (4) exposições; (5) ação educativa; (6) ação cultural.

Para este relatório, foi realizada a observação direta da exposição de longa duração e da exposição temporária, localizadas no andar térreo, e da sala do “Lugar de Encontro”, localizada no primeiro andar.

A exposição de longa duração, conforme demonstra a Figura 4, está organizada nos seguintes módulos: **(A) Espacialidades da ditadura no estado de São Paulo;** **(B) O edifício e suas memórias;** **(C) Controle, repressão e resistência: o tempo político e a memória;** **(D) A construção da memória: o cotidiano nas celas do Deops/SP.**

Figura 4 - Planta Baixa do Térreo do Memorial da Resistência



Fonte: adaptado pelo autor (2022).

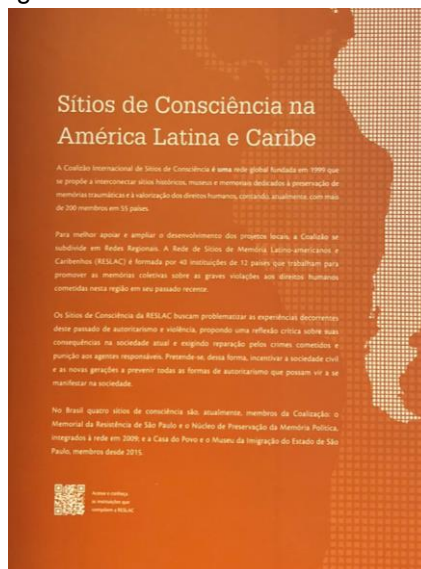
Considerando o acesso do público pela entrada principal, via Largo General Osório, o percurso inicia obrigatoriamente pela exposição de longa duração.

Módulo A – Espacialidades da ditadura no estado de São Paulo exibe um inventário de lugares da memória que apresentam locais vinculados aos períodos ditatoriais na cidade e no estado de São Paulo. A identificação, comunicação e sinalização é desenvolvida a partir do Programa Lugares da Memória, linha de ação desenvolvida pelo Memorial da Resistência desde 2010.

Observa-se, no início do percurso, o texto introdutório, impresso em adesivo fosco (Figura 5). O título possui tipografia com serifa e o corpo do texto apresenta tipografia sem serifa. Ambos apresentam alinhamento justificado. O texto está

diagramado com o mapa da América Latina, e possui ainda um QR Code para acesso à outras informações.

Figura 5 - Texto Introdutório/Módulo A



Fonte: acervo do autor (2022).

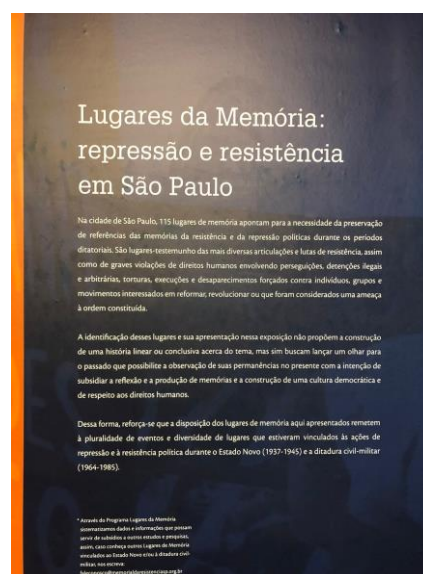
O espaço expositivo, exhibe outros textos de parede, todos impressos em papel adesivo fosco, com alternância de tamanho, cor, formato e diagramação (Figuras 6 e 7).

Figura 6 - Mapa de parede/Módulo A



Fonte: acervo do autor (2022).

Figura 7 - Texto de seção/Módulo A



Fonte: acervo do autor (2022).

Neste espaço, além dos textos de parede, a comunicação museológica se faz presente por meio de fichas (Figuras 8 e 9).

Figura 8 - Espaço expositivo/Módulo A



Fonte: acervo do autor (2022).

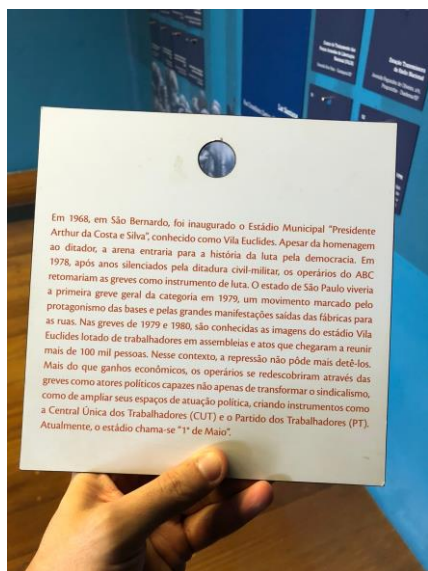
Figura 9 - Fichas com textos/Módulo A



Fonte: acervo do autor (2022).

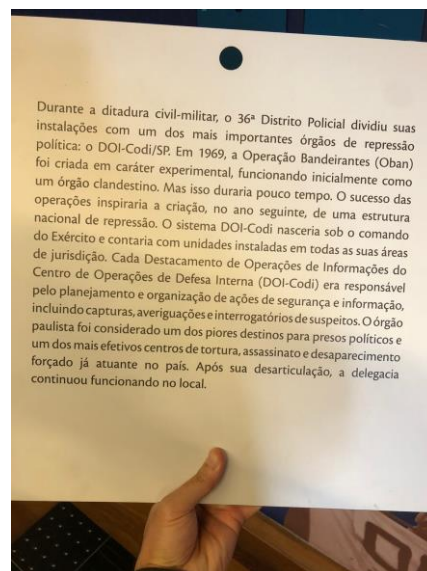
As fichas são produzidas de madeira compensada e possuem dois tamanhos (pequena e grande), sobre as quais são fixadas impressões em papel adesivo fosco. Os textos possuem tipografia sem serifa, com alinhamento justificado em único parágrafo, contrastando com o fundo bege (Figuras 10 e 11).

Figura 10 - Ficha Pequena/Módulo A



Fonte: acervo do autor (2022).

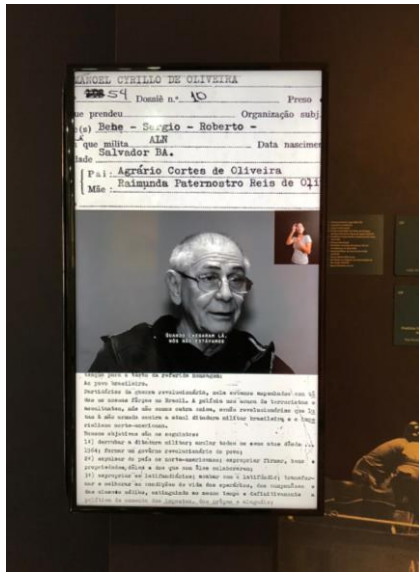
Figura 11 - Ficha Grande/Módulo A



Fonte: acervo do autor (2022).

Observa-se também, nesse espaço, uma TV para exibição de vídeo com legendas (Figuras 12 e 13).

Figura 12 - Vídeo legendado/Módulo A



Fonte: acervo do autor (2022).

Figura 13 - Localização do vídeo legendado/Módulo A



Fonte: acervo do autor (2022).

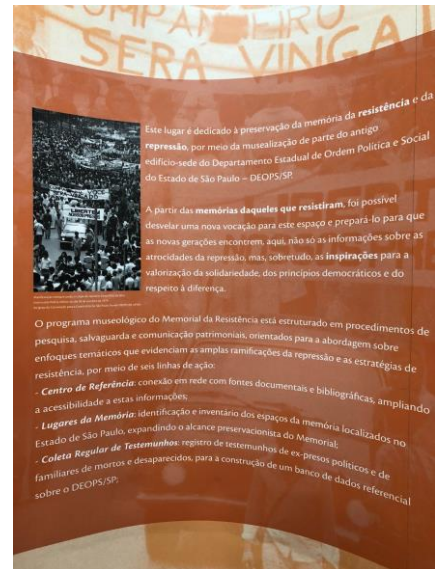
Módulo B – O edifício e suas memórias apresenta os diferentes usos e apropriações do edifício desde a sua construção. Para esse espaço, são utilizados textos impressos em papel adesivo fosco fixados nas paredes.

Figura 14 - Texto introdutório/Módulo B



Fonte: acervo do autor (2022).

Figura 15 - Detalhe aproximado do texto introdutório/Módulo B



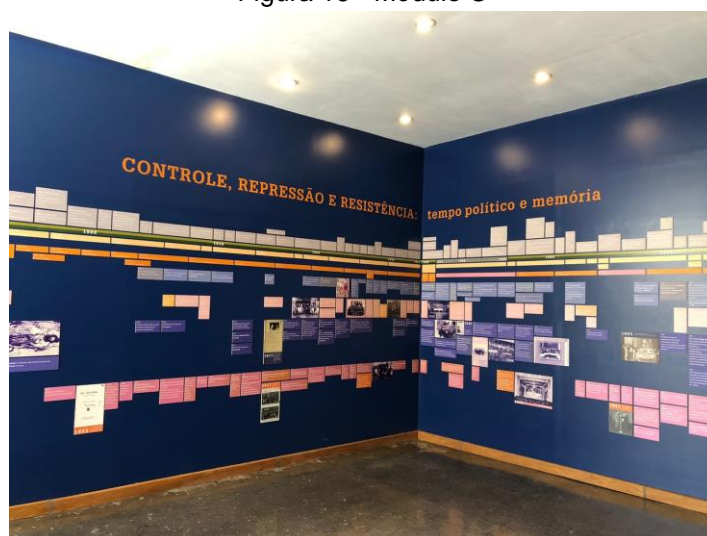
Fonte: acervo do autor (2022).

O espaço expositivo é predominantemente retangular, mas possui dois cantos curvos, que foram adesivados do piso ao teto. Todos os textos são impressos em

papel adesivo fosco, com alternância de tamanho, cor, formato e diagramação (Figuras 14 e 15).

Módulo C – Controle, repressão e resistência: o tempo político e a memória (Figura 16) apresenta uma linha do tempo que articula fatos pontuados pelas rupturas e continuidades do tempo político e entrelaçados pela reverberação de acontecimentos internacionais (MEMORIAL DA RESISTÊNCIA, 2013).

Figura 16 - Módulo C



Fonte: acervo do autor (2022).

O espaço expositivo, possui textos de parede impressos em papel adesivo de recorte branco e laranja sobre fundo azul escuro da parede (Figuras 17 e 18).

Figura 17 - Linha do Tempo/Módulo C



Fonte: acervo do autor (2022).

Figura 18 - Detalhe da Linha do Tempo/Módulo C



Fonte: acervo do autor (2022).

As demais informações são dispostas em placas de tamanhos diversos (Figuras 19 e 20), complementando as informações ao longo da Linha do Tempo. O conteúdo desses textos está impresso em papel adesivo fosco sobre madeira compensada ou impressas diretamente sobre acrílico (textos em branco sobre fundo preto).

Figura 19 - Linha do Tempo/Módulo C



Fonte: acervo do autor (2022).

Figura 20 - Detalhe da Linha do Tempo/Módulo C



Fonte: acervo do autor (2022).

Módulo D – A construção da memória: o cotidiano nas celas do Deops/SP é composto por quatro celas, pelo corredor principal e pelo corredor para banho de sol. Este espaço aborda as diferentes questões relacionadas ao regime militar (1964 – 1985), por meio de lembranças das vivências nas celas (MEMORIAL DA RESISTÊNCIA, 2013).

Figura 21 - Texto introdutório/Módulo D



Fonte: acervo do autor (2022).

O espaço expositivo apresenta textos de parede impressos em papel adesivo fosco, com alternância de tamanho, cor, formato e diagramação (Figura 20).

Uma maquete permite visualizar o ambiente atual, e durante o período de 1969 a 1971 (Figura 22). A mesma pode ser manuseada pelo público com deficiência, auxiliando no entendimento espacial do espaço expositivo.

Figura 22- Maquete tátil



Fonte: acervo do autor (2022).

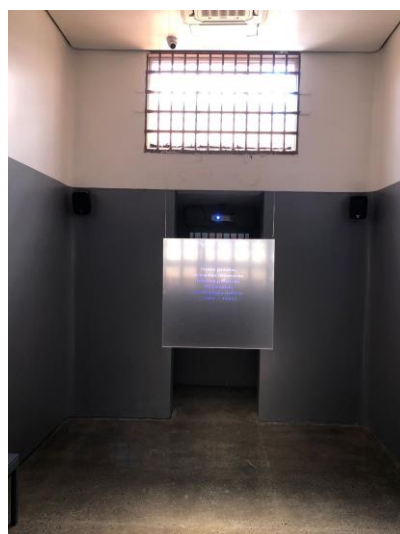
A Cella 1 mostra os trabalhos do processo de implantação do Memorial da Resistência de São Paulo (Figura 23). A Cella 2 presta uma homenagem aos milhares de presos, desaparecidos e mortos (Figura 24).

Figura 23 - Cella 1/Módulo D



Fonte: acervo do autor (2022).

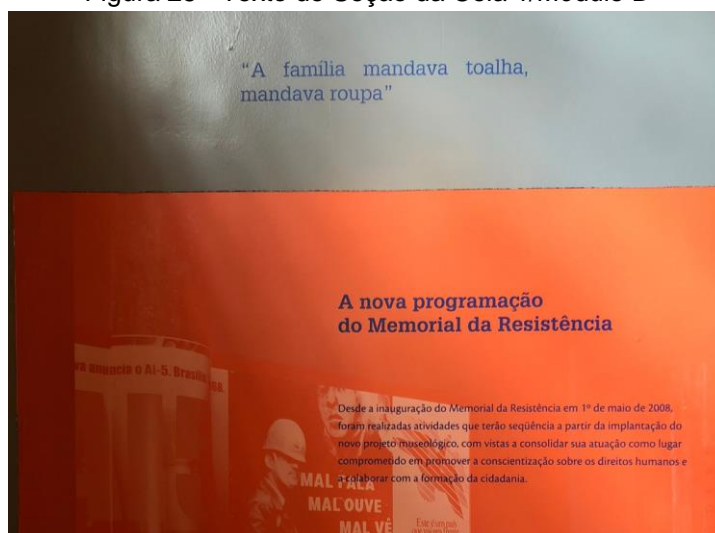
Figura 24 - Cella 2/Módulo D



Fonte: acervo do autor (2022).

Na Cela 1, as informações estão dispostas nas paredes laterais por meio de textos impressos em papel adesivo fosco e adesivo de recorte (Figura 25). Os textos apresentam alternância de tamanho, cor, formato e diagramação.

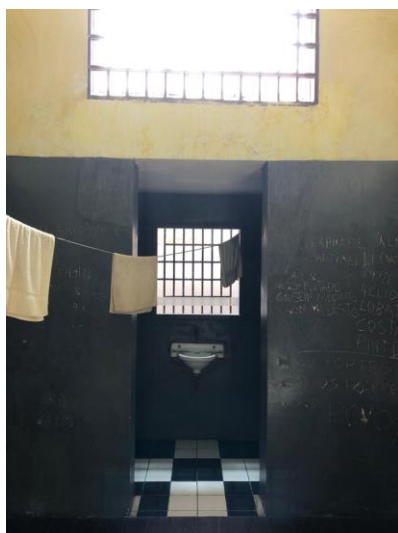
Figura 25 - Texto de Seção da Cela 1/Módulo D



Fonte: acervo do autor (2022).

A Cella 3 apresenta uma reconstituição, segundo lembranças de ex-presos políticos (Figura 26). A quarta e última cela oferece uma leitura da solidariedade entre os que estiveram encarcerados naquele local (Figura 27).

Figura 26 - Cella 3/Módulo D



Fonte: acervo do autor (2022).

Figura 27 - Cella 4/Módulo D

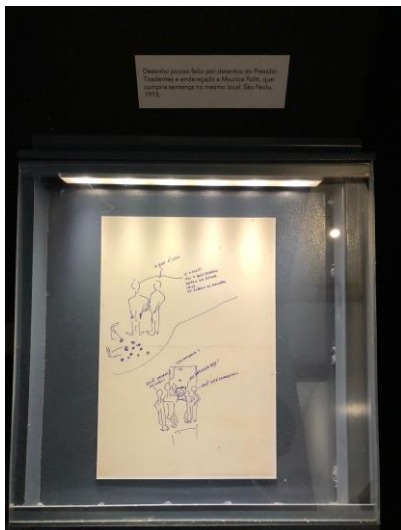


Fonte: acervo do autor (2022).

As celas apresentam também elementos cênicos, que auxiliam no entendimento dos fatos, corroborando para a experiência do público (Figuras 24 e

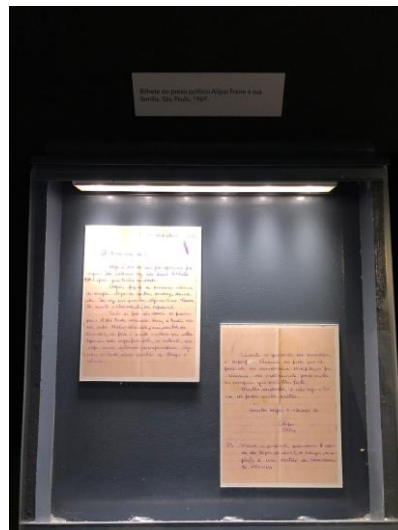
25). Além dos dispositivos de comunicação já citados, observa-se a existência de outros, a exemplo dos displays, iluminados internamente, que exibem objetos (Figuras 28 e 29).

Figura 28 - Display iluminado com Desenho



Fonte: acervo do autor (2022).

Figura 29 - Display iluminado com Bilhete



Fonte: acervo do autor (2022).

O espaço para exposições temporárias exhibe obras de artistas contemporâneos. O ambiente, em formato retangular, atualmente exhibe textos de parede impressos em adesivo de recorte preto sobre parede branca (Figura 30) e etiquetas de identificação das obras.

Figura 30 - Espaço para Exposições Temporárias/Exposição Retrato Oficial de Rafael Pagatini



Fonte: <http://memorialdaresistenciasp.org.br> (2022).

A iluminação da exposição temporária e dos Módulos A e C da exposição de longa duração é difusa, com lâmpadas fixadas e centralizadas no teto (Figura 31 e 32). Não há iluminação focal/direcionada.

Figura 31 - Iluminação/Módulo A



Fonte: acervo do autor (2022).

Figura 32 - Iluminação/Módulo C



Fonte: acervo do autor (2022).

No Módulo D, a luminosidade é proveniente da iluminação dos textos expositivos, mas também das janelas das antigas celas, e das luminárias que reconstroem os espaços originais do funcionamento do Deops/sp (Figuras 33 e 34).

Figura 33 - Iluminação do Corredor/Módulo D



Fonte: acervo do autor (2022).

Figura 34 - Iluminação da Cella 1/Módulo D

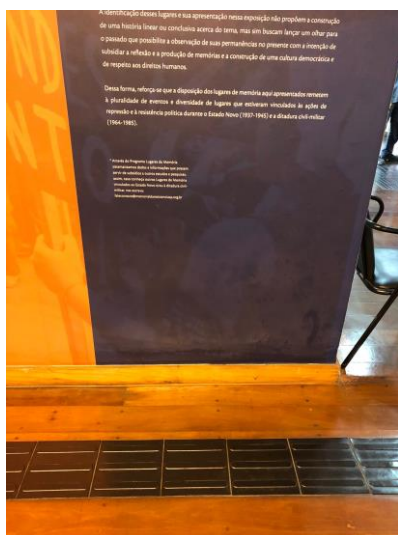


Fonte: Portal Memorial da Resistência (2022).

O espaço para exposições temporárias apresenta iluminação difusa e direcionada para as obras expostas (Figura 30).

No que tange aos serviços de acessibilidade oferecidos, foi observado, no Módulo A, da exposição de longa duração, a presença de piso tátil em todo o ambiente (Figura 35 e 36). Os demais módulos da exposição de longa duração não apresentam piso tátil.

Figura 35 - Detalhe do Piso Tátil/Módulo A



Fonte: acervo do autor (2022).

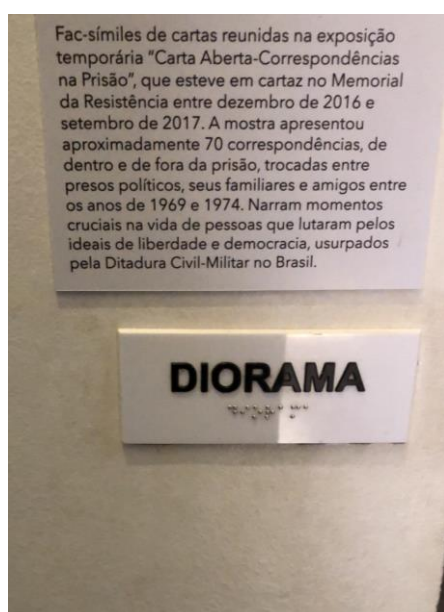
Figura 36 - Piso Tátil/Módulo A



Fonte: acervo do autor (2022).

Ainda como recurso de acessibilidade, observa-se a presença de ficha técnica em Braille das obras exibidas na exposição temporária (Figura 37) e do vídeo com audiodescrição (Figura 38).

Figura 37 - Ficha Técnica em Braille



Fonte: acervo do autor (2022).

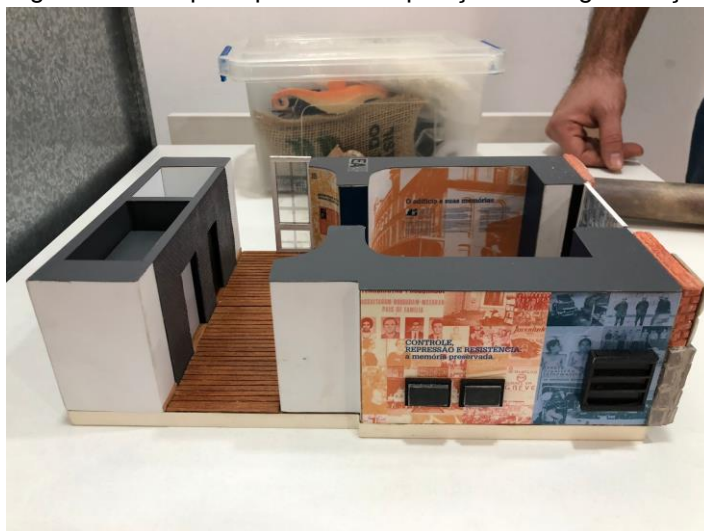
Figura 38 - Dispositivo para fones de ouvido/Modulo C



Fonte: acervo do autor (2022).

O Núcleo Educativo do Memorial da Resistência de São Paulo possui dispositivos que reproduzem, em escala reduzida, os elementos arquitetônicos e outros objetos que fazem parte da História do edifício (Figuras 39, 40 e 41).

Figura 39 - Maquete parcial da exposição de longa duração



Fonte: acervo do autor (2022).

Esses dispositivos reproduzem elementos importantes no contexto histórico do prédio. Devido ao uso da escala reduzida, eles facilitam o entendimento da forma, do material e da contextualização do objeto.

Figura 40 - Elementos arquitetônicos em escala reduzida



Fonte: acervo do autor (2022).

Figura 41 - Saca de Café em escala reduzida



Fonte: acervo do autor (2022).

O Núcleo Educativo também possui, impressas em ímãs, ilustrações utilizadas para representar as transformações ocorridas no prédio ao longo do tempo

(Figura 42). Esses elementos são utilizados como dispositivos de comunicação, destinados aos grupos agendados, com deficiência ou não.

Figura 42 - Ilustrações impressas em ímãs



Fonte: acervo do autor (2022).

Além dos textos expositivos, o visitante tem acesso ao folder com as informações referente à exposição de longa duração (Figuras 43 e 44). O folder apresenta o formato 16 x 23 cm, impressão colorida em papel Couchê 90g, com 6 páginas e duas dobras.

Figura 43 - Folder informativo do Memorial da Resistência de São Paulo: Frente

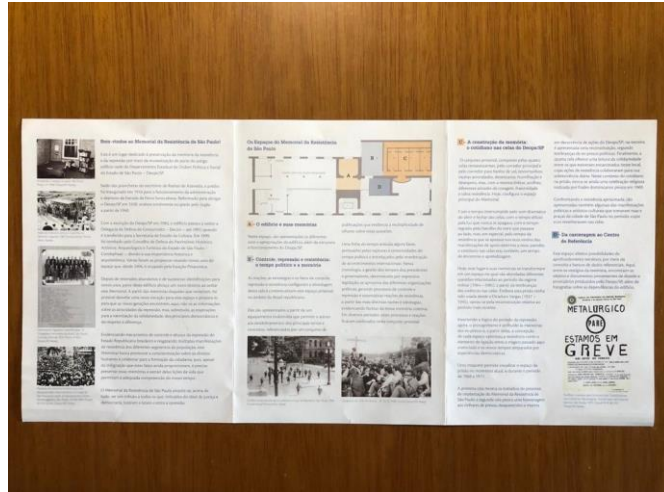


Fonte: acervo do autor (2022).

Observa-se no folder o texto utilizado nos espaços da exposição de longa duração, diagramados com imagens, planta baixa da exposição e informações sobre

a gestão do Memorial da Resistência de São Paulo; sobre o projeto museológico; créditos operacionais; informações relativas aos patrocinadores e apoiadores.

Figura 44 - Folder informativo do Memorial da Resistência de São Paulo: Verso

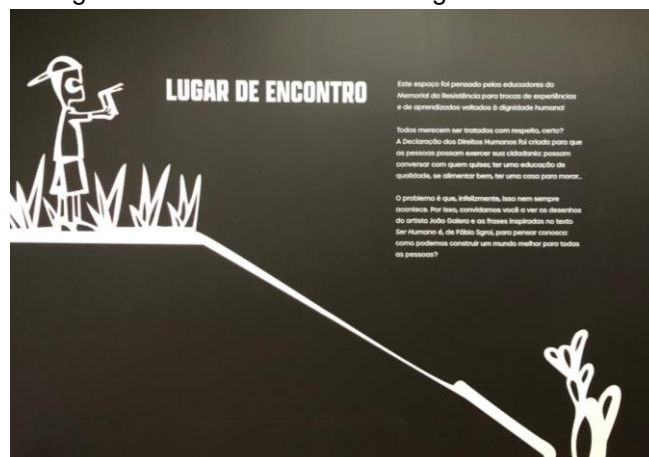


Fonte: acervo do autor (2022).

O Memorial disponibiliza mediadores, que auxiliam o público no entendimento dos textos expostos no local, esclarecendo dúvidas relacionadas ao contexto da exposição. Cabe, aos mediadores, o acompanhamento dos grupos agendados pelo Núcleo Educativo.

Recentemente o Memorial da Resistência de São Paulo colocou em uso o espaço “Lugar de Encontro”, em que são realizadas atividades do Núcleo Educativo. A sala, localizada no segundo andar do edifício, possui, nas paredes, impressos que tratam da Declaração dos Direitos Humanos (Figura 45).

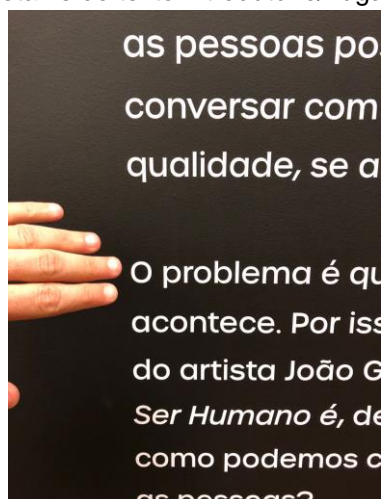
Figura 45 - Texto Introdutório/Lugar de Encontro



Fonte: acervo do autor (2022).

Observam-se textos com frases curtas e com linguagem simplificada. Os textos são diagramados com imagens de ilustrações, que representam cada um dos Direitos Humanos (Figura 46).

Figura 46 - Detalhe do texto Introdutório/Lugar de Encontro



Fonte: acervo do autor (2022).

O espaço, para troca de experiências e aprendizado, foi pensado pelos educadores do Memorial da Resistência de São Paulo. Nas paredes brancas, estão adesivados, em adesivo vinil de recorte, ilustrações do artista João Galera, diagramados com frases inspiradas no texto *Ser Humano é*, de Fábio Sgroi (Figuras 47 e 48).

Figura 47 - Lugar de Encontro/Detalhe da parede direita



Fonte: acervo do autor (2022).

Figura 48 - Lugar de Encontro/Detalha da parede esquerda



Fonte: acervo do autor (2022).

A iluminação difusa, também é direcionada para as ilustrações e textos. O “Lugar de Encontro” possui uma mesa e três bancos que acomodam até 4 pessoas cada (Figura 49).

Figura 49 - Lugar de Encontro/Detalhe da parede de fundo



Fonte: acervo do autor (2022).

No que tange aos meios de verificação da experiência do público, atualmente o Memorial possui o Livro de Registro para anotações. Até 2019 o memorial realizava pesquisa de satisfação por meio de um totem digital. O totem foi retirado do espaço expositivo por conta da pandemia e agora ele está processo de reformulação.

Em suma, considerando os elementos de comunicação da exposição, observou-se a existência de: textos expositivos; vídeos; maquetes; objetos cênicos; objetos artísticos; folders; website.

2. Memorial do Rio Grande do Sul

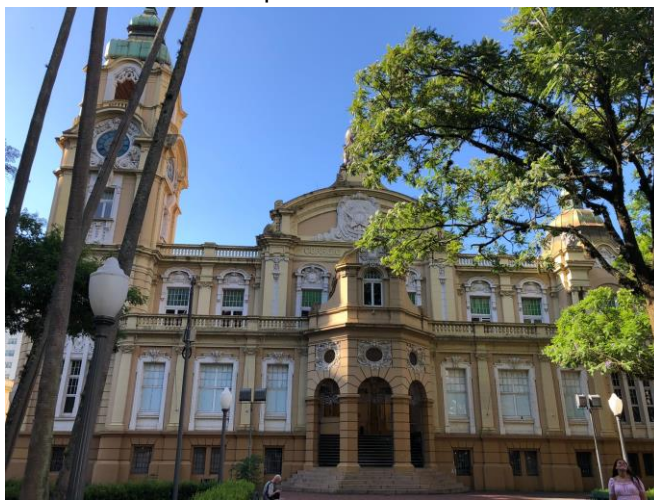
Em visita ao Memorial do Rio Grande do Sul, em 19 de agosto de 2022, foi realizada a observação direta conforme o roteiro para Observação Direta - Avaliação De Planejamento (Apêndice F).

O Memorial do Rio Grande do Sul tem, como objetivo geral, salvaguardar e desenvolver o patrimônio político, a educação e a cultura; formação de consciência e de espírito críticos, fundamentais ao pleno exercício da cidadania; estimular a cultura e participação política.

Conforme Doberstein (2007), o prédio histórico do Memorial, edificado inicialmente para abrigar os Correios e Telégrafos, teve sua obra iniciada em 30 de setembro de 1910, e concluída em 31 de dezembro de 1913 (Figura 50).

Segundo Flôres (2005), Theo Wiederspahn desenvolveu o projeto arquitetônico influenciado pela arquitetura alemã, onde a tradição barroca não perdera o ímpeto até o final do século XIX.

Figura 50 - Fachada Principal do Memorial do Rio Grande do Sul



Fonte: acervo do autor (2022).

O edifício do Memorial do Rio Grande do Sul está localizado na Praça da Alfândega, e ocupa todo o quarteirão delimitado pela Praça, Avenida Sepúlveda, Rua Siqueira Campos com a Rua Cassiano do Nascimento. A entrada principal está localizada na praça, local de maior fluxo de pedestres (Figura 51). O Memorial está aberto ao público de terça a domingo, das 10h às 18h, com entrada gratuita.

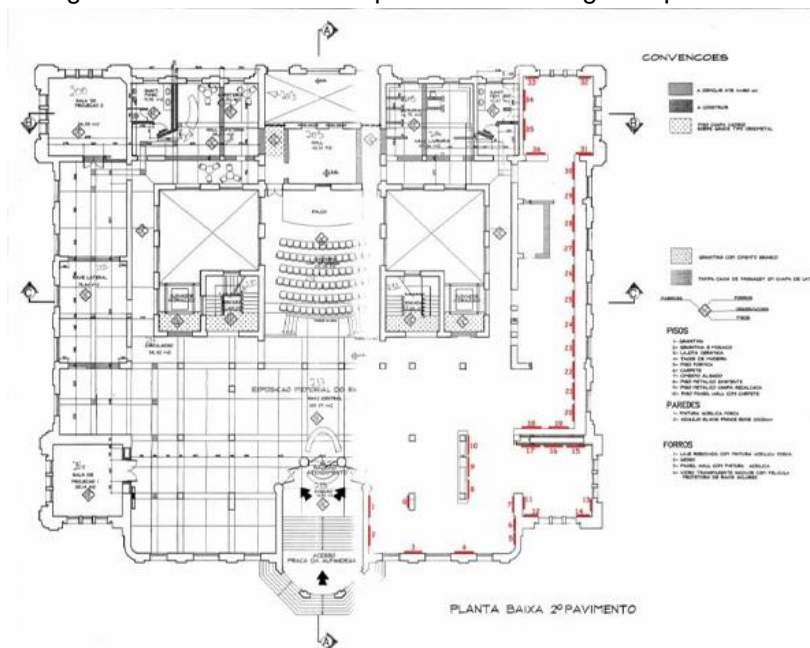
Figura 51 - Foto da entrada principal de acesso



Fonte: acervo do autor (2022).

Para este relatório, foi realizada a observação direta da exposição de longa duração, localizada no primeiro andar/segundo pavimento (Figura 52).

Figura 52 - Planta Baixa do primeiro andar/segundo pavimento



Fonte: Sosa e Tedesco (2018).

A comunicação externa das exposições e demais atividades realizadas pelo Memorial ocorrem por meio de banners fixados nas fachadas principal e lateral do prédio. Os banners estão fixados nesses pontos, pois são locais de acesso (Figuras 53 e 54).

Figura 53 - Comunicação Externa
Fachada Principal



Fonte: acervo do autor (2022).

Figura 54 - Comunicação Externa
Fachada Lateral



Fonte: acervo do autor (2022).

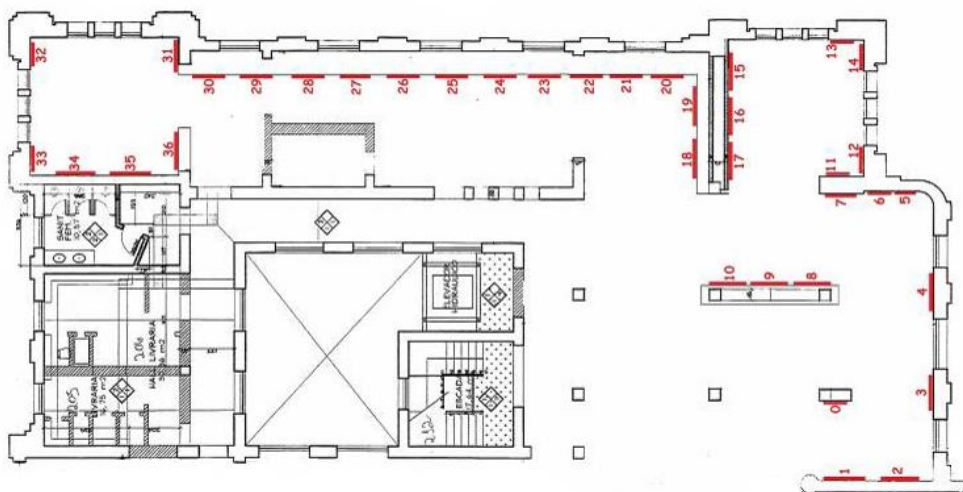
Conforme Sosa e Tedesco (2018), a exposição de longa duração, a “Linha do Tempo”, apresenta ao público os eventos que marcaram a História e que contribuíram para a formação da identidade do povo do Rio Grande do Sul.

O designer estadunidense Ralph Appelbaum, consultor do projeto do Memorial, contribuiu para o conceito da instituição e foi opinião decisiva para que a exposição utilizasse o recurso linha de tempo em sua expografia (SOSA; TEDESCO, 2018). A pesquisa histórica e iconográfica foi realizada pela historiadora Claudia Wasserman, com a participação do jornalista Eduardo Bueno. A exposição é a única versão expositiva de uma visão panorâmica da História do Rio Grande do Sul desde os seus primeiros habitantes, há 13 mil anos atrás, até o presente (SOSA; TEDESCO, 2018).

Para Sosa e Tedesco (2018), o Setor de Ação Educativa do Memorial estima que, de 1990 a 2018, mais de um milhão de estudantes de diversos níveis, da Educação Básica ao Ensino Superior, tenham usufruído de visitas mediadas e de atividades relacionadas à Linha do Tempo. Um grande número de projetos (ações pedagógicas, oficinas, videodebates) foram desenvolvidos e ofertados a partir da exposição.

A exposição de longa duração, inaugurada em 2000, apresenta a “Linha do Tempo”, constituída de 36 painéis temáticos que contam a trajetória política, social e cultural do Estado por meio de textos, ilustrações e mapas, mostrando a diversidade do povo, seus costumes, origens e os momentos significativos da História (Figura 55).

Figura 55 - Planta baixa com localização dos painéis



Fonte: Sosa e Tedesco (2018).

Os 36 painéis temáticos estão dispostos em ordem crescente de numeração. Observa-se que há uma preocupação em manter uma linearidade na exibição dos painéis, considerando que a planta não se apresenta dessa forma (Figuras 56 e 57).

Figura 56 - Linha do Tempo/Imagem 01



Fonte: acervo do autor (2022).

Figura 57 - Linha do Tempo/Imagem 02



Fonte: acervo do autor (2022).

Todos os painéis possuem, como medida, 250 cm de altura, com larguras variáveis e fixados à 72 cm em relação ao piso (Figuras 58 e 59).

Figura 58 - Linha do Tempo/Imagem 03



Fonte: acervo do autor (2022).

Figura 59 - Linha do Tempo/Imagem 04



Fonte: acervo do autor (2022).

Todos os textos são impressos em papel semi-brilho, papel fosco e acrílico, posteriormente fixados em chapa de madeira. As chapas de madeira são fixadas em estruturas de metal, para posterior posicionamento nas paredes (Figuras 60 e 61).

Figura 60 - Painel 1682/1750



Fonte: acervo do autor (2022).

Figura 61 - Painel 1835



Fonte: acervo do autor (2022).

Os textos impressos possuem as seguintes características: fontes com serifa para títulos e subtítulos; fontes sem serifa para os demais textos; alinhamento justificado; a alternância de tamanho de fontes está associada a quantidade de informações em cada painel (Figuras 62 e 63).

Os textos estão diagramados com fotos, ilustrações, mapas e elementos gráficos, mantendo assim um layout padrão em todos os painéis.

Figura 62 - Detalhe do Painel 1680/1737



Fonte: acervo do autor (2022).

Figura 63 - Detalhe do Painel 1748/1772



Fonte: acervo do autor (2022).

A iluminação é constituída com lâmpadas *led* de fecho, proporcionando uma iluminação geral e difusa e uma iluminação focada em cada painel (Figuras 64 e 65).

Figura 64 - Iluminação da Linha do Tempo/Imagem 01



Fonte: acervo do autor (2022).

Figura 65 - Iluminação da Linha do Tempo/Imagem 02



Fonte: acervo do autor (2022).

No que tange aos serviços de acessibilidade oferecidos, o Memorial possui elevador para acesso a todos os andares.

APÊNDICE S – PAINEL COM REGISTROS FOTOGRÁFICOS DA AVALIAÇÃO REALIZADA NO MEMORIAL DO RIO GRANDE DO SUL, PELO GRUPO FOCAL



Fonte: acervo do autor (2022).

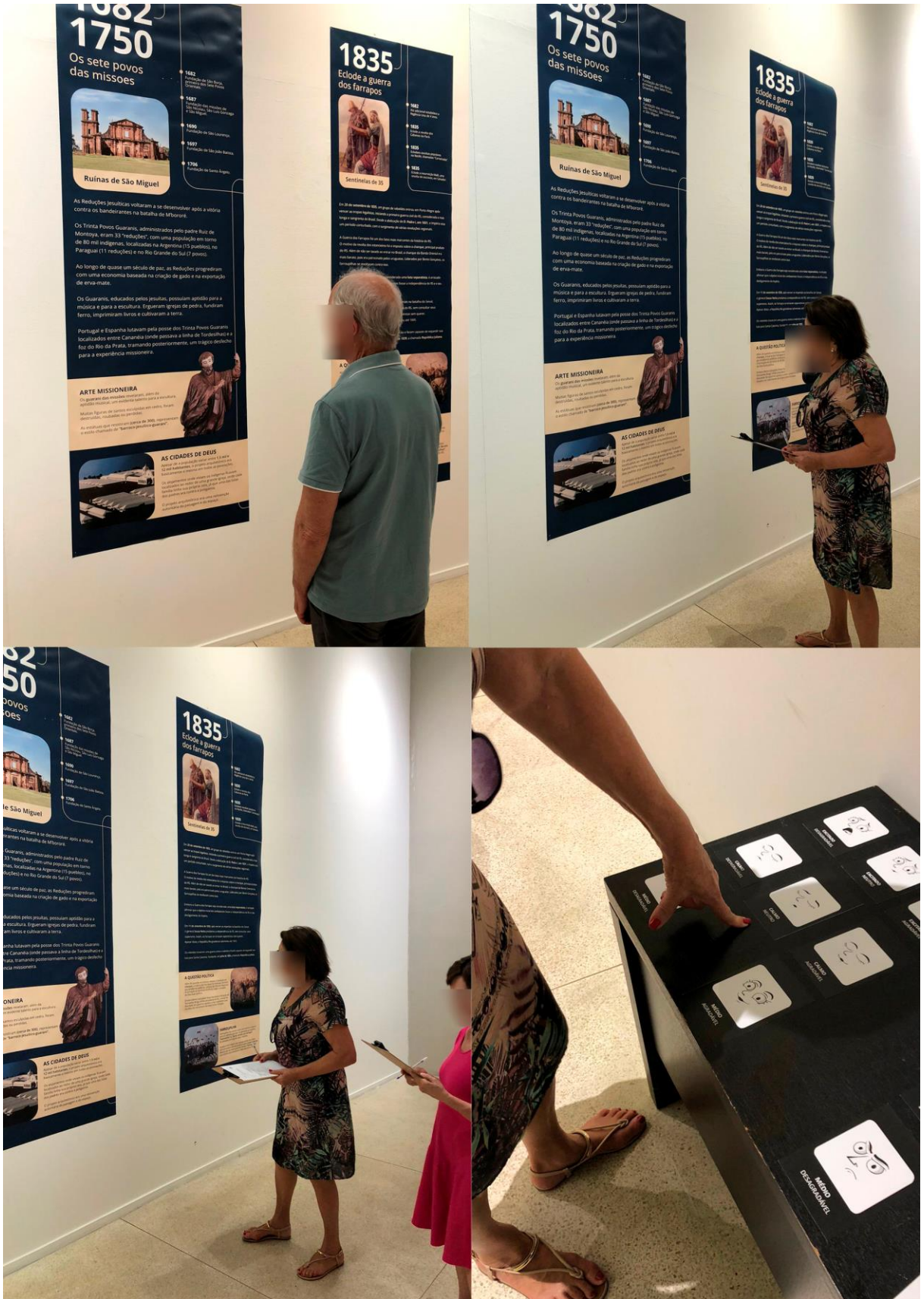


Fonte: acervo do autor (2022).

APÊNDICE T – PAINEL COM REGISTROS FOTOGRÁFICOS DA VERIFICAÇÃO REALIZADA NO MEMORIAL DO RIO GRANDE DO SUL, PELO GRUPO FOCAL



Fonte: acervo do autor (2023).




Fonte: acervo do autor (2023).

APÊNDICE U – PAINEL 1 REESCRITO EM LINGUAGEM SIMPLES (1682/1750 – OS SETE POVOS DAS MISSÕES)

1682 1750

Os sete povos das missões

- **1682**
Fundação de São Borja, primeira das Sete Povos Orientais.
- **1687**
Fundação das missões de São Nicolau, São Luis Gonzaga e São Miguel.
- **1690**
Fundação de São Lourenço.
- **1697**
Fundação de São João del-Rei.
- **1706**
Fundação de Santo Ângelo.



Ruínas de São Miguel

As Reduções Jesuíticas voltaram a se desenvolver após a vitória contra os bandeirantes na batalha de M'bororé.

Os Trinta Povos Guaranis, administrados pelo padre Ruiz de Montoya, eram 33 "reduções", com uma população em torno de 80 mil indígenas, localizadas na Argentina (15 pueblos), no Paraguai (11 reduções) e no Rio Grande do Sul (7 povos).

Ao longo de quase um século de paz, as Reduções progrediram com uma economia baseada na criação de gado e na exportação de erva-mate.

Os Guaranis, educados pelos jesuítas, possuíam aptidão para a música e para a escultura. Ergueram igrejas de pedra, fundiram ferro, imprimiram livros e cultivaram a terra.


Portugal e Espanha lutavam pela posse dos Trinta Povos Guaranis localizados entre Cananéia (onde passava a linha de Tordesilhas) e a foz do Rio da Prata, tramando posteriormente, um trágico desfecho para a experiência missioneira.


ARTE MISSIONEIRA

Os guaranis das missões revelaram, além de aptidão musical, um evidente talento para a escultura.

Muitas figuras de santos esculpidas em madeira, foram destruídas, roubadas ou perdidas.

As estátuas que restaram (cerca de 300), representam o estilo chamado de "barroco-jesuítico-guarani".





AS CIDADES DE DEUS

Apesar de a população variar entre 1,5 mil e 12 mil habitantes, o projeto jesuítico era basicamente o mesmo em todas as povoações.

Os alojamentos onde viviam os indígenas faziam localizados ao redor de uma grande igreja, onde cada família tinha sua própria cela, já que uma das lutas dos padres era contra a poligamia.

O projeto jesuítico era uma reinvenção autônoma da paisagem e do espaço.

Fonte: elaborado pelo autor (2022).

APÊNDICE V – PAINEL 2 REESCRITO (1835 – INICIA-SE A GUERRA DOS FARRAPOS)

1835

Eclode a guerra dos farrapos



- **1682**
Ato adicional católicoo e Regência Una de 4 anos.
- **1835**
Eclode a revolta dos Cabanos no Pará.
- **1835**
Eclodem revoltas populares no Recife, chamadas "Carnotreadas".
- **1835**
Eclode a insurreição Malé, uma revolta de escravos, em Salvador.

Sentinelas de 35

Em 20 de setembro de 1835, um grupo de rebeldes entrou em Porto Alegre após vencer as tropas legalistas, iniciando a primeira guerra civil do RS, considerada a mais longa e sangrenta do Brasil. Desde a abolição de D. Pedro I, em 1831, o Império vivia um período conturbado, com o surgimento de várias revoluções regionais.

A Guerra dos Farrapos foi um dos fatos mais marcantes da história do RS. O motivo da revolta dos estancieiros foi o Imposto sobre o charque, principal produto do RS. Além de não ser taxado ao entrar no Brasil, o charque da Banda Oriental era mais barato, pois era patrocinado pelos ungulais. Liderados por Bento Gonçalves, os farroupilhas se revoltaram contra isso.

Embora a Guerra dos Farrapos seja considerada uma luta separatista, é arriscado afirmar que o objetivo inicial dos combatentes fosse a independência do RS e o seu desligamento do Império.

Em 11 de setembro de 1836, após vencer os imperiais na batalha do Seival, o general Sousa Netto proclamou a Independência do RS, sem consultar seus superiores. Assim, os Farrapos se tornaram separatistas sem querer. Apesar disso, a República Rio-grandense sobreviveu até 1845.

Os rebeldes travaram uma guerra contra o exército e foram capazes de expandir sua luta para Santa Catarina, fundando, em julho de 1839, a chamada República Juliana.

A QUESTÃO POLÍTICA

Além da questão econômica relativa à tributação de charque, a Guerra dos Farrapos foi motivada também por problemas políticos, comuns do Período Regencial. A formação do território do RS fez surgir a vontade de liberdade política.

Embora Bento Gonçalves fosse favorável à indicação de Fernando Braga, então presidente do RS, a decisão de liberdade dos gaúchos ajudou a criar o ambiente que resultou no nascimento da Guerra dos Farrapos.



FARROUPILHA

Farroupilha, foi o termo usado pelo exército imperial para os rebeldes gaúchos. A expressão que significa "maltrapilha" ou "gente vestida com ferropas", foi adotada com orgulho pelos rebeldes.

A palavra tem origem nas roupas usadas em Lisboa pelo jornalista e ativista político baiano Cipriano Barata. Mesmo que as tropas gaúchas fossem "farroupilhas", seus líderes representavam a elite cateniora do RS.




Fonte: elaborado pelo autor (2022).

APÊNDICE X – PAINEL FINAL EM LINGUAGEM SIMPLES (1682/1750 – OS SETE POVOS DAS MISSÕES)

1682 1750

Os Sete Povos das Missões

- **1682**
Fundação de São Bento, primeira das Sete Povos Orientais.
- **1687**
Fundação das missões de São Nicolau, São Luis Gonzaga e São Miguel.
- **1690**
Fundação de São Lourenço.
- **1697**
Fundação de São João Batista.
- **1706**
Fundação de Santo Ângelo.



Ruínas de São Miguel

As Reduções Jesuíticas voltaram a se desenvolver após a vitória contra os bandeirantes na batalha de M'bororé.

Os Trinta Povos Guaranis, administrados pelo padre Ruiz de Montoya, eram 33 "reduções", com uma população em torno de 80 mil indígenas, localizadas na Argentina (15 pueblos), no Paraguai (11 reduções) e no Rio Grande do Sul (7 povos).

Ao longo de quase um século de paz, as Reduções progrediram com uma economia baseada na criação de gado e na exportação de erva-mate.

Os Guaranis, educados pelos jesuítas, possuíam aptidão para a música e para a escultura. Ergueram igrejas de pedra, fundiram ferro, imprimiram livros e cultivaram a terra.


Portugal e Espanha lutavam pela posse dos Trinta Povos Guaranis localizados entre Cananéia (onde passava a linha de Tordesilhas) e a foz do Rio da Prata, tramando posteriormente, um trágico desfecho para a experiência missioneira.


ARTE MISSIONEIRA

Os guarani das missões revelaram, além da aptidão musical, um evidente talento para a escultura.

Muitas figuras de santos esculpidas em cedro, foram destruídas, roubadas ou perdidas.

As estátuas que restaram (cerca de 300), representam o estilo chamado de "barroco-jesuítico-guarani".





AS CIDADES DE DEUS

Apesar de a população variar entre 1,5 mil e 12 mil habitantes, o projeto arquitetônico era basicamente o mesmo em todas as povoações.

Os alojamentos onde viviam os indígenas ficavam localizados ao redor de uma grande igreja, onde cada família tinha sua própria cela, já que uma das lutas dos padres era contra a poligamia.


O projeto arquitetônico era uma reinvicção autônoma da paisagem e do espaço.

Fonte: elaborado pelo autor (2023).

APÊNDICE Y – PAINEL EM LINGUAGEM SIMPLES (1835 – INICIA-SE A GUERRA DOS FARRAPOS)

1835

Inicia a Guerra dos Farrapos



Sentinelas de 35

- **1682**
Ato adicional estabelece a Regência Una de 4 anos.
- **1835**
Início e revolta dos Cabanos no Pará.
- **1835**
Começam as revoltas populares no Recife, chamadas "Carnotações".
- **1835**
Início e insurreição Malé, uma revolta de escravos, em Salvador.

Em 20 de setembro de 1835, um grupo de rebeldes entrou em Porto Alegre após vencer as tropas legalistas, iniciando a primeira guerra civil do RS, considerada a mais longa e sangrenta do Brasil. Desde a abolição de D. Pedro I, em 1831, o Império vivia um período conturbado, com o surgimento de várias revoluções regionais.

A Guerra dos Farrapos foi um dos fatos mais marcantes da história do RS. O motivo da revolta dos estancieiros foi o Imposto sobre o charque, principal produto do RS. Além de não ser taxado ao entrar no Brasil, o charque da Banda Oriental era mais barato, pois era patrocinado pelos uruguaios. Liderados por Bento Gonçalves, os farroupilhas se revoltaram contra isso.

Embora a Guerra dos Farrapos seja considerada uma luta separatista, é arriscado afirmar que o objetivo inicial dos combatentes fosse a independência do RS e o seu desligamento do Império.


Em 11 de setembro de 1836, após vencer os Imperiais na batalha do Seival, o general Sousa Netto proclamou a Independência do RS, sem consultar seus superiores. Assim, os Farrapos se tornaram separatistas sem querer. Apesar disso, a República Rio-grandense sobreviveu até 1845.


Os rebeldes travaram uma guerra contra o exército e foram capazes de expandir sua luta para Santa Catarina, fundando, em julho de 1839, a chamada República Juliana.

A QUESTÃO POLÍTICA

Além da questão econômica relativa à tributação do charque, a Guerra dos Farrapos foi motivada também por problemas políticos, comuns do Período Regencial. A formação do território do RS fez surgir e fortalecer a liberdade política.

Embora Bento Gonçalves fosse favorável à indicação de Fernando Braga, então presidente do RS, o desejo de liberdade dos gaúchos ajudou a criar o ambiente que resultou no nascimento da Guerra dos Farrapos.





FARROUPILHA

Farroupilha, foi o termo usado pelo exército imperial para os rebeldes gaúchos. A expressão que significa "maltrapilho" ou "gente vestida com ferreiros" foi adotada com orgulho pelos rebeldes.

A palavra tem origem nas roupas usadas em Lilloa pelo jornalista e ativista político basco Cipriano Barata. Mesmo que as tropas gaúchas fossem "farroupilhas", seus líderes representavam a elite estancieira do RS.

Fonte: elaborado pelo autor (2023).

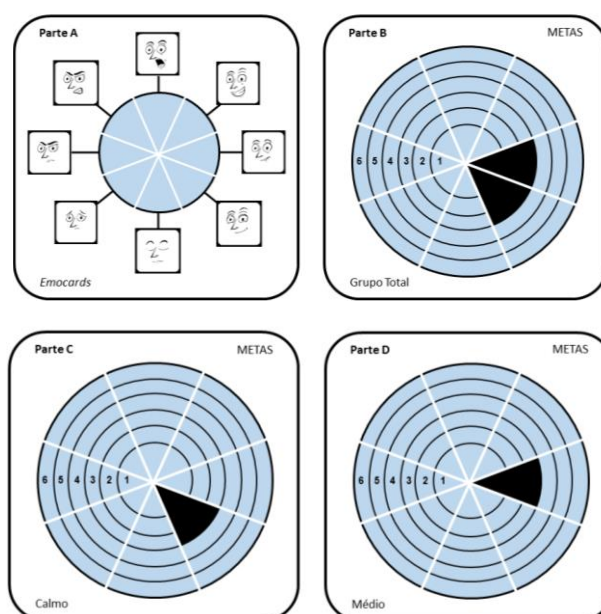
APÊNDICE Z – GUIA DE DIRETRIZES DE LINGUAGEM SIMPLES

Apresenta a relação completa das imagens produzidas a partir da avaliação e verificação da emoção, a qual foi realizada pelo grupo focal por meio dos textos expositivos 1 e 2, selecionados da exposição de longa duração do Memorial do Rio Grande do Sul.

Avaliação da Emoção

O objetivo desta verificação foi investigar como os idosos do grupo focal responderam emocionalmente à leitura de dois textos expositivos do Memorial do Rio Grande do Sul, reescritos por intermédio das diretrizes preliminares de Linguagem Simples (Apêndice U; Apêndice V), por meio da relação das emoções definidas segundo Desmet e Hekkert (2000), como: **metas, padrões e atitudes**.

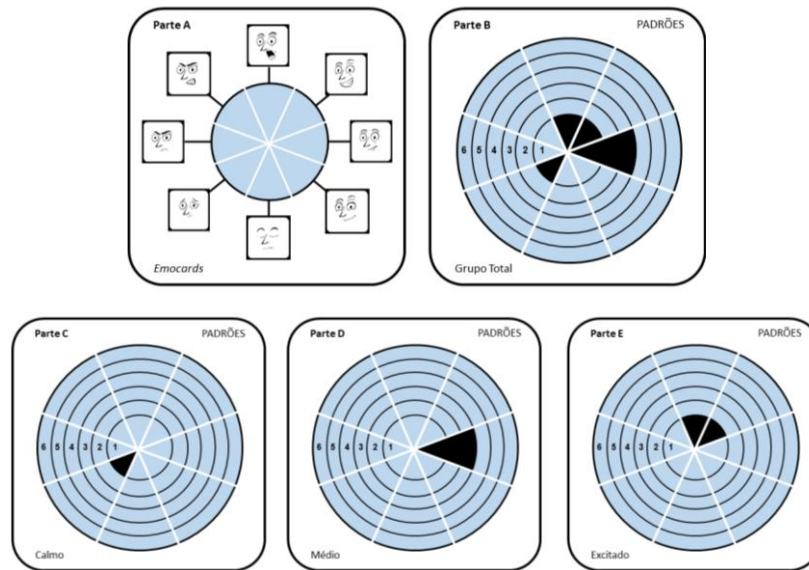
Figura 1 - Resultados das avaliações individuais pelos *Emocards*, quanto às **metas**.
O texto expositivo atendeu o seu objetivo?



Fonte: dados da pesquisa (2022).

A Figura 2 apresenta os resultados obtidos em relação à segunda dimensão da experiência do usuário. Os **padrões** estão relacionados às expectativas, ou seja, se o texto está de acordo com o que o usuário esperava.

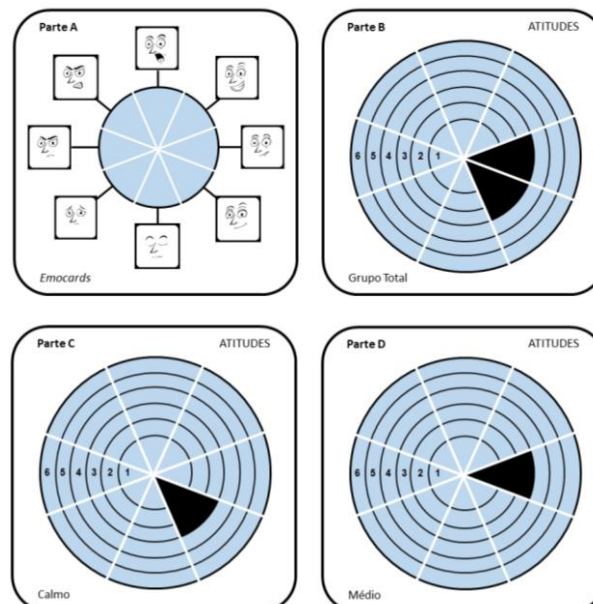
Figura 2 - Resultados das avaliações individuais pelos *Emocards*, quanto aos **padrões**.
O texto está de acordo com o que você esperava?



Fonte: dados da pesquisa (2022).

A Figura 3, apresenta os resultados obtidos em relação à terceira dimensão da experiência do usuário, as **atitudes**.

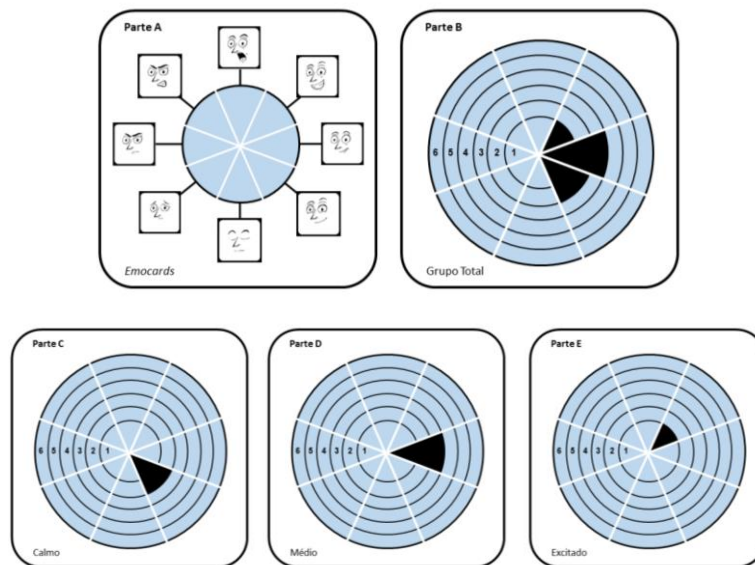
Figura 3 - Resultados das avaliações individuais pelos *Emocards*, quanto às **atitudes**.
Formalmente, como você avalia o texto?



Fonte: dados da pesquisa (2022).

A Figura 4 apresenta os resultados obtidos em relação ao **contexto geral** do texto expositivo 1.

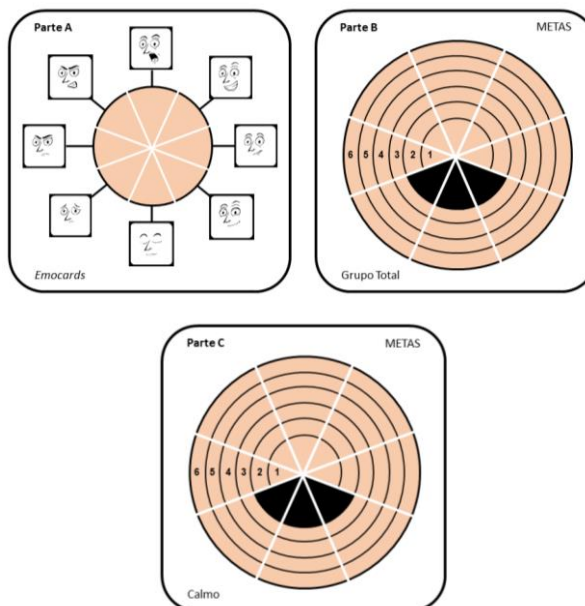
Figura 4 - Resultados das avaliações individuais pelo *Emocards*, quanto ao **contexto geral**.
Qual *Emocard* corresponde ao texto expositivo?



Fonte: dados da pesquisa (2022).

As Figuras 5, 6, 7 e 8 apresentam os resultados obtidos pela avaliação do texto expositivo 2.

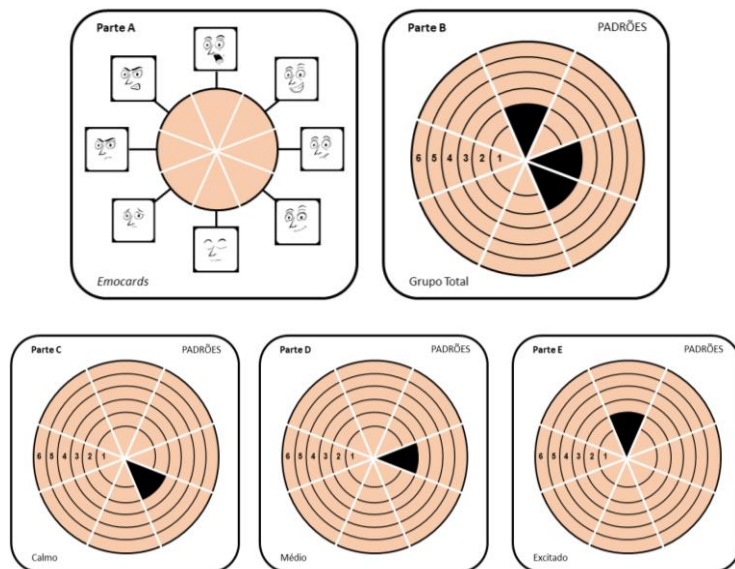
Figura 5 - Resultados das avaliações individuais pelos *Emocards*, quanto às **metas**.
O texto expositivo atendeu o seu objetivo?



Fonte: dados da pesquisa (2022).

A Figura 6 apresenta os resultados obtidos frente aos **padrões**.

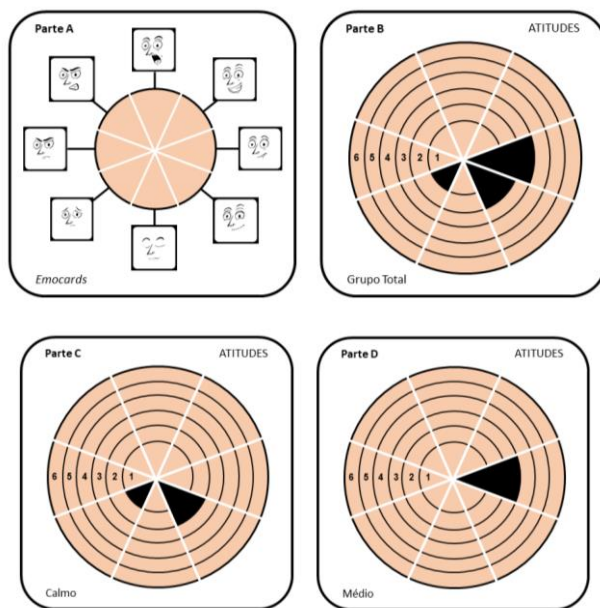
Figura 6 - Resultados das avaliações individuais pelos *Emocards*, quanto aos **padrões**.
O texto está de acordo com o que você esperava?



Fonte: dados da pesquisa (2022).

A Figura 7, apresenta os resultados obtidos em relação à terceira dimensão da experiência do usuário, as **atitudes**.

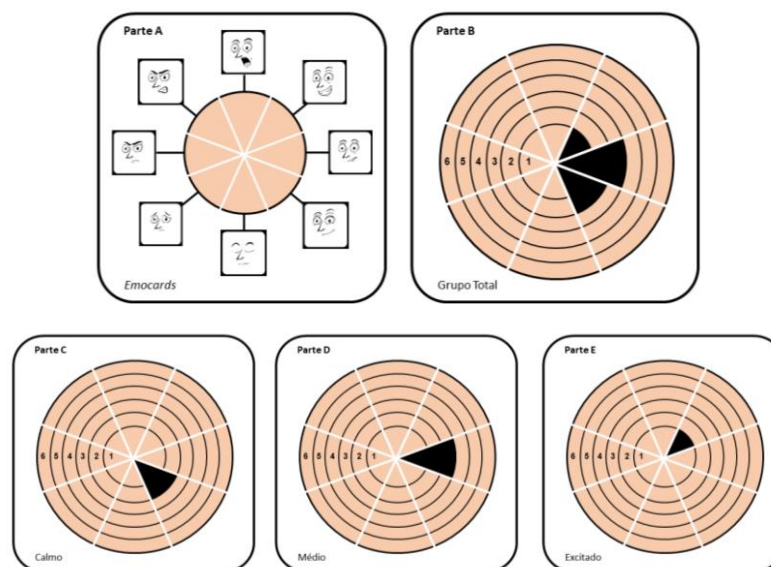
Figura 7 - Resultados das avaliações individuais pelos *Emocards*, quanto às **atitudes**.
Formalmente, como você avalia o texto?



Fonte: dados da pesquisa (2022).

A Figura 8, apresenta os resultados obtidos em relação ao **contexto geral** do texto expositivo 2.

Figura 8 - Resultados das avaliações individuais pelo *Emocards*, quanto ao **contexto geral**.
Qual *Emocard* corresponde ao texto expositivo?



Fonte: dados da pesquisa (2022).

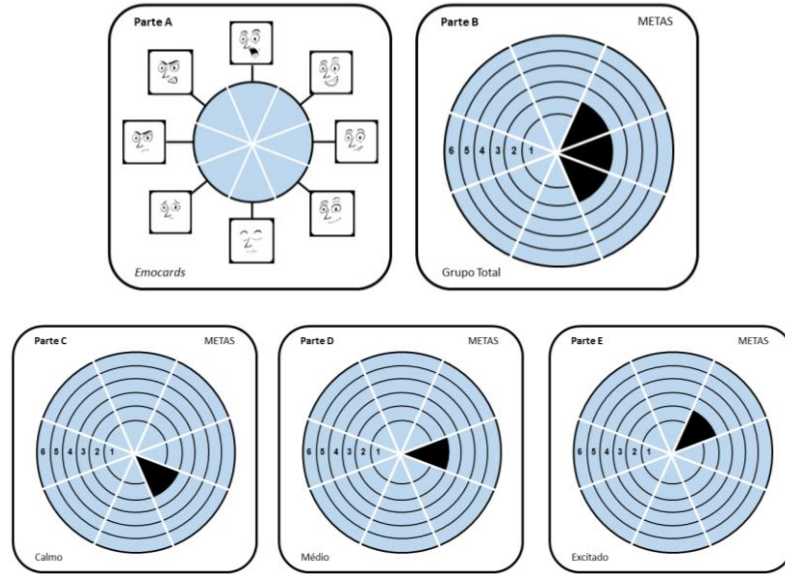
Verificação da Emoção

O objetivo desta verificação foi investigar como os idosos do grupo focal responderam emocionalmente à leitura de dois textos expositivos do Memorial do Rio Grande do Sul, reescritos por intermédio das diretrizes preliminares de Linguagem Simples (Apêndice U; Apêndice V), por meio da relação das emoções definidas segundo Desmet e Hekkert (2000), como: **metas, padrões e atitudes**.

As Figuras 9, 10, 11 e 12 apresentam os resultados obtidos pela verificação do texto expositivo 1.

A primeira pergunta do instrumento está relacionada às **metas**. A Figura 9 apresenta os resultados obtidos.

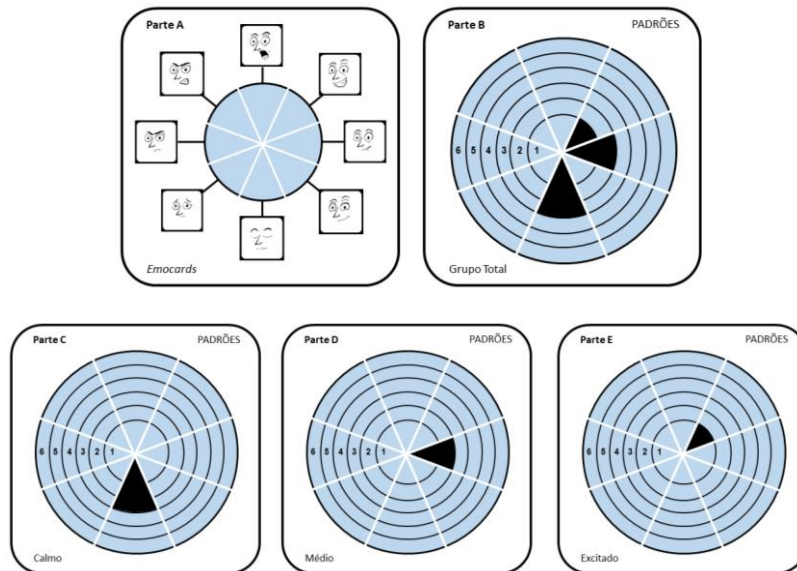
Figura 9 - Resultados das verificações individuais pelos *Emocards*, quanto às **metas**.
O texto expositivo atendeu o seu objetivo?



Fonte: dados da pesquisa (2023).

A Figura 10 apresenta os resultados emocionais obtidos em relação aos **padrões**.

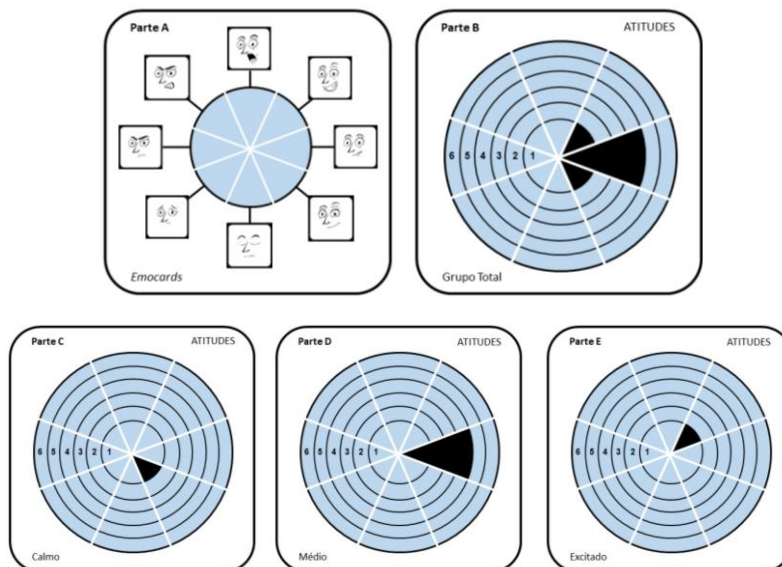
Figura 10 - Resultados das verificações individuais pelos *Emocards*, quanto aos **padrões**.
O texto está de acordo com o que você esperava?



Fonte: dados da pesquisa (2023).

A Figura 11, apresenta os resultados obtidos em relação às **atitudes**.

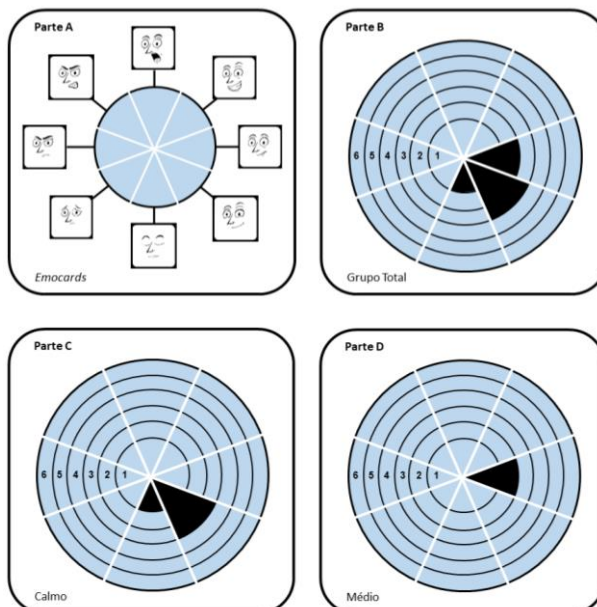
Figura 11 - Resultados das verificações individuais pelos *Emocards*, quanto às **atitudes**.
Formalmente, como você avalia o texto?



Fonte: dados da pesquisa (2023).

A Figura 12, apresenta os resultados obtidos em relação ao **contexto geral** do texto expositivo 1.

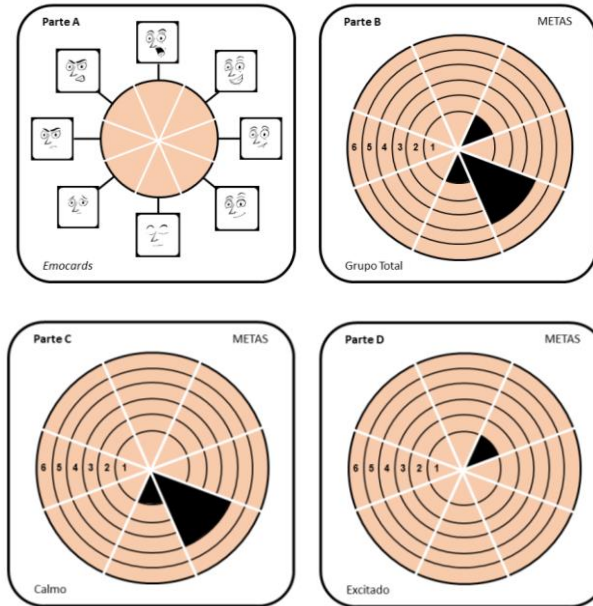
Figura 12 - Resultados das verificações individuais pelo *Emocards*, quanto ao **contexto geral**.
Qual Emocard corresponde ao texto expositivo?



Fonte: dados da pesquisa (2023).

As Figuras 13, 14, 15 e 16 apresentam os resultados obtidos pela avaliação do texto expositivo 2.

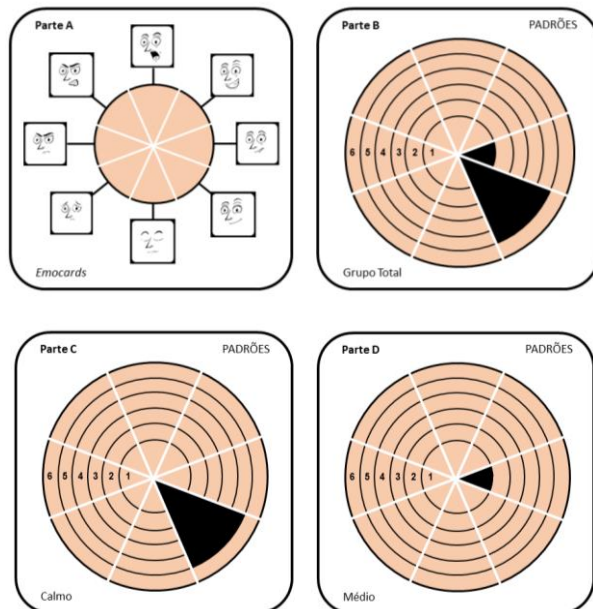
Figura 13 - Resultados das verificações individuais pelos *Emocards*, quanto às **metas**.
O texto expositivo atendeu o seu objetivo?



Fonte: dados da pesquisa (2023).

A Figura 14, apresenta os resultados obtidos frente aos **padrões**.

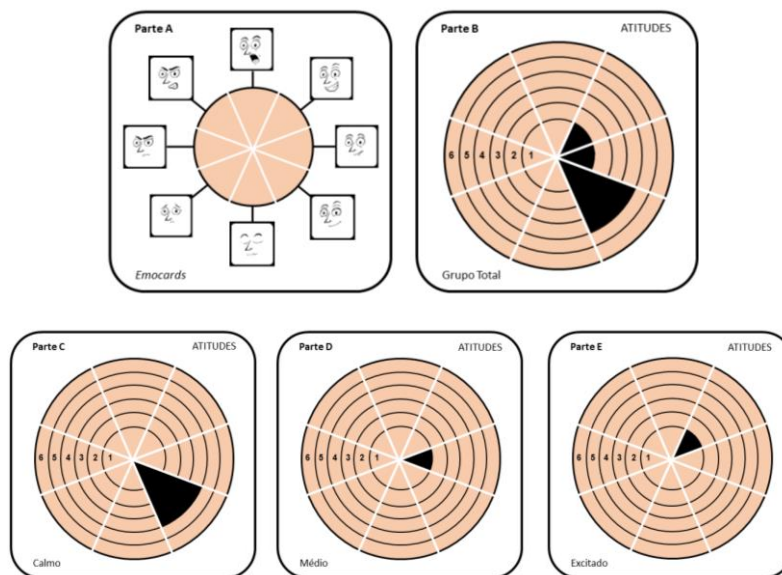
Figura 14 - Resultados das verificações individuais pelos *Emocards*, quanto aos **padrões**.
O texto está de acordo com o que você esperava?



Fonte: dados da pesquisa (2023).

A Figura 15, apresenta os resultados obtidos em relação à terceira dimensão da experiência do usuário, as **atitudes**.

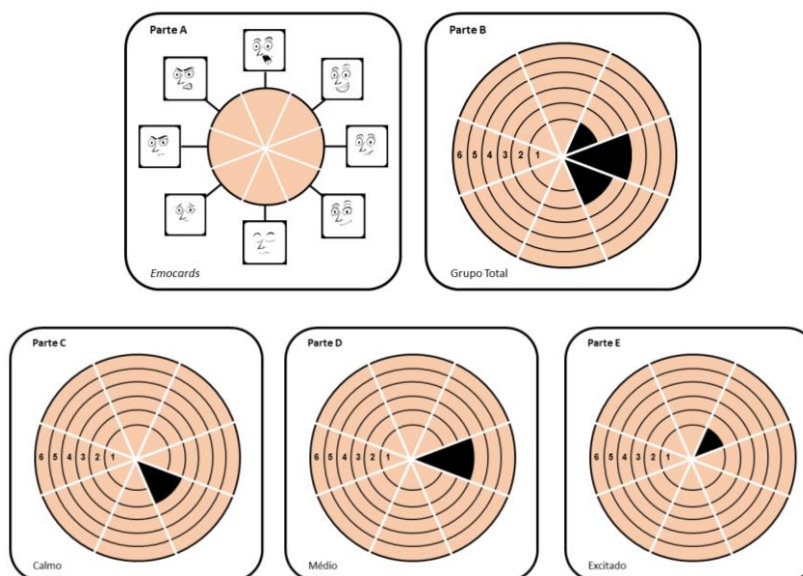
Figura 15 - Resultados das verificações individuais pelos *Emocards*, quanto às **atitudes**.
Formalmente, como você avalia o texto?



Fonte: dados da pesquisa (2023).

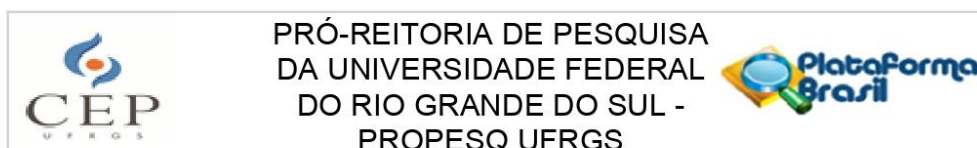
A Figura 16 apresenta os resultados obtidos em relação ao contexto geral do texto expositivo 2.

Figura 16 - Resultados das verificações individuais pelo *Emocards*, quanto ao **contexto geral**.
Qual *Emocard* corresponde ao texto expositivo?



Fonte: dados da pesquisa (2023).

ANEXO A – PARECER CONSUBSTANCIADO



PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP

DADOS DO PROJETO DE PESQUISA

Título da Pesquisa: Design para experiência em museus: diretrizes para o projeto de comunicação acessível direcionado ao público idoso

Pesquisador: Tânia Luisa Koltermann da Silva

Área Temática:

Versão: 2

CAAE: 62356222.9.0000.5347

Instituição Proponente: Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Patrocinador Principal: Financiamento Próprio

DADOS DO PARECER

Número do Parecer: 5.710.876

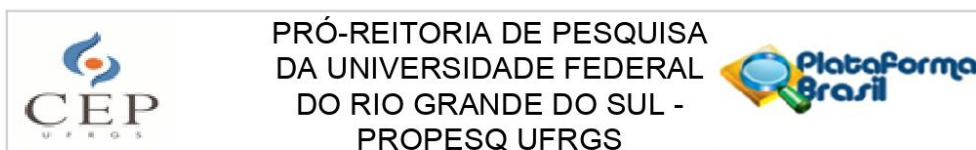
Apresentação do Projeto:

A pesquisa coordenada pela Prof^a. Dr^a Tânia Luisa Koltermann da Silva, contempla a tese do aluno Cristiano da Cunha Pereira.

Segundo os autores “a pesquisa trata da temática do acesso à informação nos museus para o público idoso, na perspectiva da linguagem simples e do design universal.” Entende-se que “a história do museu está ligada à própria história humana, dando testemunhos fundamentais da cultura da humanidade.” Comenta-se que na atualidade “os museus são fundamentalmente centrados no desenvolvimento de novos públicos e na participação regular dos públicos existentes”, por isto “é possível identificar grupos que acabam sendo excluídos da experiência museal, porque não conseguem ingressar ou porque, se ingressarem, não conseguem ter compreensão do conteúdo da exposição.”

Fundamentados na bibliografia os pesquisadores argumentam que “os museus estão abertos a todas as pessoas, independente do seu meio cultural e social, é necessário que os museus atendam a pelo menos três níveis de acessibilidade: barreiras físicas; barreiras sensoriais e barreiras atitudinais (...). As barreiras sensoriais impossibilitam o acesso informativo e comunicativo, como também a compreensão dos objetos em exposição. Para acesso ao

Endereço: Av. Paulo Gama, 110 - Sala 311 do Prédio Anexo 1 da Reitoria - Campus Centro
Bairro: Farroupilha **CEP:** 90.040-060
UF: RS **Município:** PORTO ALEGRE
Telefone: (51)3308-3787 **E-mail:** etica@propesq.ufrgs.br



Continuação do Parecer: 5.710.876

conhecimento e a informação, busca-se base no Design Universal em seus sete princípios para a concretização da acessibilidade e, por extensão, para a promoção da inclusão social nos museus.”

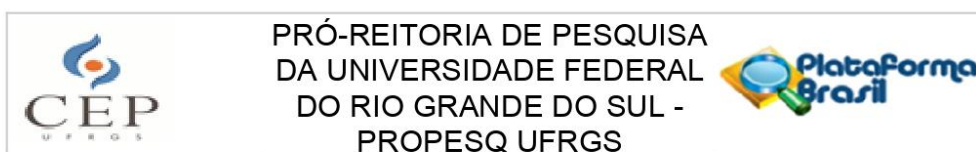
Os autores definem que nesta pesquisa, “destacam-se dois princípios:- Princípio nº 3 - Uso simples e intuitivo: fácil de compreender, independentemente da experiência, conhecimentos, competências linguísticas ou nível de concentração dos utilizadores; - Princípio nº 4 - Informação perceptível: comunica de maneira eficaz, apresentando a informação em diferentes formatos (pictográfico, verbal, tátil).”

Os pesquisadores apontam que “os museus possuem um desafio diário no que tange à diversidade e à inclusão. Nesse contexto, a comunicação museológica acessível, através de um conjunto de adequações, medidas e atitudes, pode proporcionar o bem-estar, o acolhimento e o acesso à fruição cultural, beneficiando públicos diversos.”

Na pesquisa é especificado o público idoso, e se faz um apanhado de características que tornam o projeto desafiador como “os efeitos do envelhecimento”, que engloba “a progressiva perda da visão, que diminui a acuidade visual, aumentando a probabilidade de ruídos que dificultam a leitura e a compreensão de textos, além de impactar na aquisição de informações e na qualidade de vida. A legibilidade nesse sentido é selecionar fontes que forneçam pistas e compensem as dificuldades visuais do processo de envelhecimento.”

Conforme a referência comentada pelos pesquisadores “é comum muitos idosos se sentirem analfabetos em decorrência de problemas de visão, sendo assim, deve-se valorizar o planejamento de artefatos gráficos, considerando as necessidades desse público.” “A percepção dos textos também é influenciada pela distância da visão, pela posição, pela visibilidade, pela caligrafia e pelo suporte no qual está inscrito. A leitura de placas informativas e notas dependem, em parte, das condições de visibilidade, nesse sentido, o nível de iluminação deve ser da mesma ordem que o das obras e objetos expostos aos quais elas se referem, ela precisa ser constante, sem zonas de sombras ou reflexos. A demanda cognitiva imposta por um material educativo pode ocorrer em função de fatores intrínsecos (dificuldade conceitual, por exemplo), ou de fatores extrínsecos (formato apresentado, tipo de letra, escolha das palavras), ou seja, quanto melhor a leiturabilidade e legibilidade do material proposto, menor a demanda cognitiva. Os benefícios da linguagem simples configuram um avanço na concepção da

Endereço: Av. Paulo Gama, 110 - Sala 311 do Prédio Anexo 1 da Reitoria - Campus Centro
Bairro: Farroupilha **CEP:** 90.040-060
UF: RS **Município:** PORTO ALEGRE
Telefone: (51)3308-3787 **E-mail:** etica@propesq.ufrgs.br



Continuação do Parecer: 5.710.876

acessibilidade no design de exposição, uma vez que as formas de aplicar os recursos que garantam a inclusão cultural envolvem múltiplas estratégias, de natureza bastante diferenciadas em espaços museais, que, para além de atuar nas mais diversas formas de comunicação aplicada, também se configuram como meios de comunicação, principalmente na prática de sua linguagem. A comunicação museológica, cuja denominação é dada às diversas formas de geração do conhecimento em museus, encontra nos textos expositivos o vínculo mais próximo entre o museu e o visitante.”

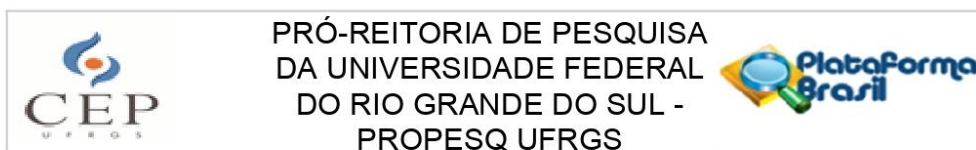
Fundamentada no descrito anteriormente, em relação aos procedimentos metodológicos a pesquisa será realizada inicialmente como levantamento bibliográfico do referencial teórico e metodológico e visitas em campo, realizadas no Memorial da Resistência e Memorial da Inclusão, ambos localizados na cidade de São Paulo/SP e no Memorial do Rio Grande do Sul em Porto Alegre/RS, onde será realizada a intervenção e a verificação da proposta oriunda do estudo.

O contato com pessoas ocorrerá na etapa de coleta de informações e posteriormente teste da proposta. Os autores descrevem que no processo de Investigação será realizada observação direta nos Memorial do Rio Grande do Sul (Porto Alegre/RS) e Memorial da Resistência (São Paulo/SP); entrevista semiestruturada com gestores e profissionais envolvidos na elaboração de textos expositivos do Memorial do Rio Grande do Sul (Porto Alegre/RS) e Memorial da Resistência (São Paulo/SP); entrevista semiestruturada com idosos; entrevista semiestruturada com especialista de renome nacional em comunicação acessível.

O processo de avaliação consiste no uso de ferramentas para avaliação da Leiturabilidade e Legibilidade e avaliação da Emoção (Cartões/Emocards), com grupo focal. O objetivo dessa etapa será explorar como os usuários (idosos) avaliam a leiturabilidade dos textos expositivos existente no Memorial do Rio Grande do Sul. Serão avaliados 2 textos expositivos.

Para avaliação da Leiturabilidade será utilizada a Escala de Diferencial Semântico, composta por 5 critérios de qualidade que indicam um alto grau de leiturabilidade, conforme o parâmetro de simplicidade, definido por Pettersson (2013a). Para avaliar a Legibilidade será utilizada a Escala de Diferencial Semântico, composta por 5 critérios de qualidade que indicam um alto grau de legibilidade, conforme o parâmetro de clareza, definido por Pettersson (2013a).

Endereço: Av. Paulo Gama, 110 - Sala 311 do Prédio Anexo 1 da Reitoria - Campus Centro
Bairro: Farroupilha **CEP:** 90.040-060
UF: RS **Município:** PORTO ALEGRE
Telefone: (51)3308-3787 **E-mail:** etica@propesq.ufrgs.br



Continuação do Parecer: 5.710.876

A emoção ser avaliada por meio do método desenvolvido por Desmet, Overbeeke e Tax (2001). Trata-se de uma ferramenta (Cartões - Emocards), que auxiliam os usuários a expressarem suas respostas emocionais sem o uso de palavras, mas com o uso de ilustrações/desenhos com expressões faciais. O objetivo dessa avaliação será explorar como os usuários (idosos) respondem emocionalmente aos textos expositivos existentes no Memorial do Rio Grande do Sul. Durante o processo de Intervenção serão realizadas as etapas de projeto comunicação.

Por fim, a Verificação utilizará novamente as ferramentas para avaliação da Leiturabilidade e Legibilidade e avaliação da Emoção.

Amostra: n=9 participantes

Grupos em que serão divididos os participantes da pesquisa neste centro:

- Grupo de Idosos com 75 anos ou mais n=6 - Entrevista semiestruturada; Avaliação da Leiturabilidade e Legibilidade; Avaliação da Emoção.
- Especialista em comunicação acessível n=1 - Entrevista semiestruturada.
- Gestores e profissionais de museus/memoriais n=2 - Entrevista semiestruturada.

Cronograma: etapas de Investigação e Avaliação previstas para iniciar em 01/11/2022.

Orçamento: informado no valor de R\$ 5.000,00, e financiamento próprio.

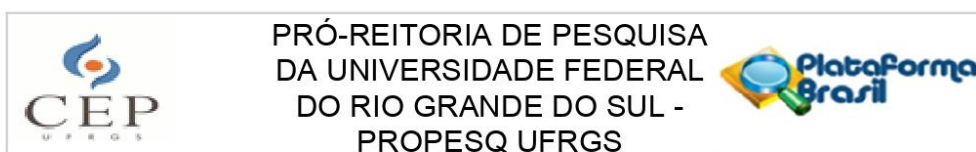
Objetivo da Pesquisa:

O objetivo geral da pesquisa é “propor diretrizes de linguagem simples para a tomada de decisão no processo de projeto de comunicação acessível para fins de promover a experiência do público idoso em museus.”

Como objetivos específicos são citados:

- (a) conhecer os dispositivos de comunicação utilizados pelos museus, para fins de levantar quais são as práticas correntes;

Endereço: Av. Paulo Gama, 110 - Sala 311 do Prédio Anexo 1 da Reitoria - Campus Centro
Bairro: Farroupilha **CEP:** 90.040-060
UF: RS **Município:** PORTO ALEGRE
Telefone: (51)3308-3787 **E-mail:** etica@propesq.ufrgs.br



Continuação do Parecer: 5.710.876

- (b) compreender e caracterizar as especificidades do público idoso, com relação às suas necessidades e expectativas em suas experiências com dispositivos de comunicação em museus;
- (c) Compreender e caracterizar as dimensões da experiência do usuário, para fins de relacionar com a experiência do público idoso em museus;
- (d) identificar parâmetros vinculados à linguagem simples, em termos de legibilidade e legibilidade, para fins de auxiliar o processo de projeto de comunicação acessível;
- (e) relacionar os parâmetros da linguagem simples com as dimensões da experiência do público idoso em museus;
- (f) definir diretrizes preliminares de linguagem simples para o projeto de comunicação acessível, para fins de promover a experiência do público idoso em museus;
- (g) aplicar as diretrizes preliminares no contexto museal, mais particularmente no Memorial do Rio Grande do Sul, para fins de verificação quanto à sua utilização no processo de projeto de comunicação acessível e voltado a promover a experiência do público idoso.

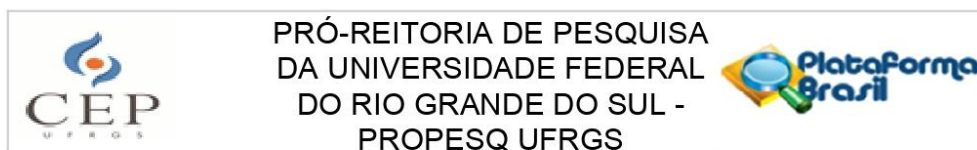
Avaliação dos Riscos e Benefícios:

Riscos:

Segundo os pesquisadores, relatado na Plataforma Brasil e no TCLE, os riscos potenciais envolvidos na participação são: “questões de privacidade, proteção de imagem, estigmatização e perda de compromissos em função de horários.

Estão previstas as seguintes medidas por parte do pesquisador: (a) sua participação na pesquisa não acarretará em quaisquer ônus financeiros assim como sem quaisquer restrições quanto aos seus efeitos patrimoniais e financeiros, a plena propriedade e os direitos autorais do depoimento de caráter histórico e documental; (b) assegura-se o sigilo acerca da identidade dos participantes, identificando sua fala com nome fictício ou símbolo não relacionados à verdadeira identidade, assegurando privacidade, confiabilidade, proteção da imagem e não estigmatização; (c) as informações obtidas por sua participação servirão exclusivamente para fins de pesquisa com publicação em relatório e artigos relacionados, sendo armazenadas por cinco anos e, posteriormente, destruídas; (d) a participação da pesquisa é facultativa, podendo-se retirar o consentimento ou desistir da atividade quando desejado; (e) o participante recebe uma via do termo de consentimento assinado como garantia legal. Lembrando que a recusa não resultará em nenhum prejuízo em relação ao pesquisador responsável e sua instituição.

Endereço: Av. Paulo Gama, 110 - Sala 311 do Prédio Anexo 1 da Reitoria - Campus Centro
Bairro: Farroupilha **CEP:** 90.040-060
UF: RS **Município:** PORTO ALEGRE
Telefone: (51)3308-3787 **E-mail:** etica@propesq.ufrgs.br



Continuação do Parecer: 5.710.876

Benefícios:

A participação dos voluntários (idosos; gestores e profissionais envolvidos na elaboração de textos expositivos; especialista em comunicação acessível) na pesquisa beneficiará diretamente o desenvolvimento de diretrizes de Linguagem Simples para o projeto de comunicação acessível, para fins de promover a experiência do público idoso em museus. De maneira indireta, contribuirá para o desenvolvimento teórico da Linguagem Simples como recurso de acessibilidade cultural.

Comentários e Considerações sobre a Pesquisa:

O estudo está bem estruturado, com objetivos claros e pertinentes. O referencial teórico apresentado no texto do projeto está bem fundamentado, e a metodologia descrita indica a exequibilidade da pesquisa. Como está descrito no parecer da Comissão de Pesquisa da Faculdade de Arquitetura: “o projeto está bem delineado já foi aprovado por banca em seu andamento parcial é possui todos os méritos de uma pesquisa em andamento. Visto que a temática é importante para a sociedade gaúcha e brasileira torna-se necessário aprovar o projeto.”

Considerações sobre os Termos de apresentação obrigatória:

TCLE adequado.

Modelo de convite a cada grupo de participantes.

O roteiro da entrevista consta em arquivo anexo.

Apresenta-se a carta de anuência das representantes do MEMORIAL DO RIO GRANDE DO SUL (RS) e do MEMORIAL DA RESISTÊNCIA (SP).

Recomendações:

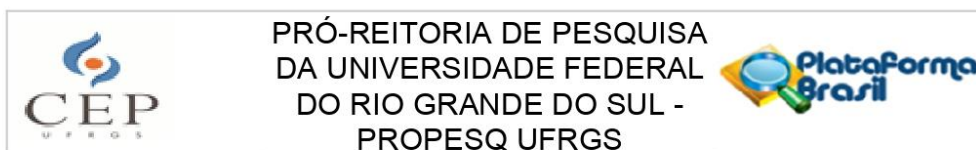
Ressalta-se que no item “Riscos” do Formulário da Plataforma Brasil deve-se relatar de forma direta os riscos a que estão submetidos os participantes de forma direta, enquanto os procedimentos de coleta de dados devem ser descritos no item metodologia. Aconselha-se observar esta organização nos próximos projetos a serem submetidos.

Conclusões ou Pendências e Lista de Inadequações:

Trata-se de uma resposta ao parecer consubstanciado CEP n.º 5.657.829, datado em 22/09/2022:

1. Define-se como risco da pesquisa “a possibilidade de danos à dimensão física, psíquica, moral,

Endereço: Av. Paulo Gama, 110 - Sala 311 do Prédio Anexo 1 da Reitoria - Campus Centro
Bairro: Farroupilha **CEP:** 90.040-060
UF: RS **Município:** PORTO ALEGRE
Telefone: (51)3308-3787 **E-mail:** etica@propesq.ufrgs.br



Continuação do Parecer: 5.710.876

intelectual, social, cultural do ser humano, em qualquer etapa da pesquisa e dela decorrente" (Resolução CNS n.º 510, de 2016, Artigo 2º, Inciso XXV; Artigo 17, Inciso II). Ao subestimar os riscos envolvidos em um estudo, o pesquisador não transmite as informações necessárias para que o indivíduo tome uma decisão autônoma sobre sua participação na pesquisa. Dessa forma, solicita-se que os riscos da pesquisa sejam expressos de forma clara no Registro de Consentimento Livre e Esclarecido e demais documentos, bem como a apresentação das providências e cautelas a serem empregadas para evitar e/ou reduzir efeitos e condições que possam vir a causar algum dano ao participante de pesquisa.

RESPOSTA: Os autores descrevem no Formulário da Plataforma Brasil e nos TCLEs os seguintes riscos: questões de privacidade, proteção de imagem, estigmatização e perda de compromissos em função de horários.

ANÁLISE: PENDÊNCIA ATENDIDA.

2. O campo "Benefícios" na Plataforma Brasil é destinado a informar qualquer possibilidade de proveito direto ou indireto, imediato ou posterior, AUFERIDO PELO PARTICIPANTE e/ou sua comunidade, em decorrência de sua participação na pesquisa, na execução do estudo. Diante do exposto, solicita-se adequar a informação sobre o benefício ao participante do estudo, no campo "Benefícios", na Aba 4 - Detalhamento do Estudo, na Plataforma Brasil (Resolução CNS n.º 466, de 2012, item II.4).

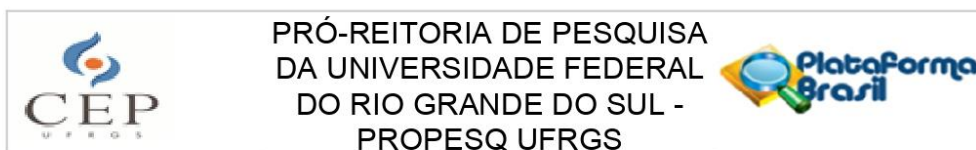
RESPOSTA: Segundo os autores "os benefícios diretos ou indiretos, em decorrência da participação do voluntário na pesquisa, foram adequados no Projeto de Pesquisa (Apêndices J, K e L), na Plataforma Brasil, nos Modelos de Convite e TCLEs anexos à Plataforma Brasil."

Os autores afirmam que os benefícios são indiretos, e que o estudo contribuirá para o desenvolvimento teórico da Linguagem Simples como recurso de acessibilidade cultural.

ANÁLISE: PENDÊNCIA ATENDIDA.

3. Informa-se que o convite será por meio de e-mails. Orienta-se que o convite para participar da pesquisa não deve ser feito com a utilização de listas que permitam a identificação dos convidados nem a visualização dos seus dados de contato (e-mail, telefone etc.) por terceiros. Assim,

Endereço: Av. Paulo Gama, 110 - Sala 311 do Prédio Anexo 1 da Reitoria - Campus Centro
Bairro: Farroupilha **CEP:** 90.040-060
UF: RS **Município:** PORTO ALEGRE
Telefone: (51)3308-3787 **E-mail:** etica@propesq.ufrgs.br



Continuação do Parecer: 5.710.876

solicitam-se esclarecimentos acerca da forma de envio do convite e, se necessário, adequação (Carta Circular n.º 1/2021-CONEP/SECNS/MS, item 2.1). Ainda, faz-se necessário apresentar o modelo do texto convite.

RESPOSTA: No tópico 3.2, Quadro 10, foi descrito a forma de envio de convite, bem como a inclusão dos Modelos de Convite (Apêndices A, B, C, D e E do Projeto de Pesquisa) e nos documentos (Modelo de Convite) anexos à Plataforma Brasil.

ANÁLISE: PENDÊNCIA ATENDIDA.

4. Nos TCLEs:

4.a) Relatar os riscos aos participantes nos TCLEs.

RESPOSTA: Os riscos, bem como a apresentação das providências a serem empregadas para evitar e/ou reduzir efeitos e condições que possam vir a causar algum dano ao participante de pesquisa foram expressos nos TCLEs (Apêndices J, K e L do Projeto de Pesquisa) e nos documentos (TCLEs) anexos à Plataforma Brasil.

ANÁLISE: PENDÊNCIA ATENDIDA

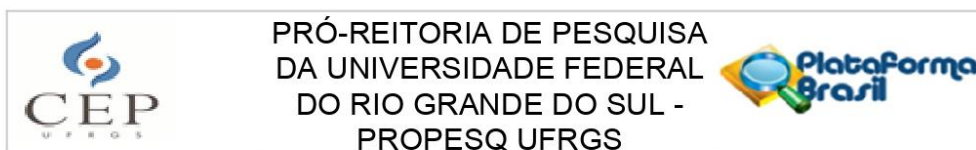
4.b) Para informar ao participante sobre o CEP sugere-se a inserção do parágrafo abaixo:

O projeto foi avaliado pelo Comitê de Ética em Pesquisa da UFRGS (CEP-UFRGS), órgão colegiado de caráter consultivo, deliberativo e educativo, cuja finalidade é avaliar – emitir parecer e acompanhar os projetos de pesquisa envolvendo seres humanos em seus aspectos éticos e metodológicos, realizados no âmbito da instituição. Você pode entrar em contato com o CEP-UFRGS no endereço Av. Paulo Gama, 110, sala 311, prédio Anexo I da Reitoria Campus Centro, Porto Alegre/RS, CEP: 90040-060; fone +55 51 3308 3787; e-mail: etica@propesq.ufrgs.br. Horário de funcionamento de segunda a sexta-feira das 08:00 às 12:00 e das 13:30 às 17:30.

RESPOSTA: O parágrafo sugerido, foi inserido nos TCLEs (Apêndices J, K e L do Projeto de Pesquisa), e nos documentos (TCLEs) anexos à Plataforma Brasil.

ANÁLISE: PENDÊNCIA ATENDIDA.

Endereço: Av. Paulo Gama, 110 - Sala 311 do Prédio Anexo 1 da Reitoria - Campus Centro
Bairro: Farroupilha **CEP:** 90.040-060
UF: RS **Município:** PORTO ALEGRE
Telefone: (51)3308-3787 **E-mail:** etica@propesq.ufrgs.br



Continuação do Parecer: 5.710.876

5. Esclarecer a quem se refere o especialista, quando se menciona "entrevista semiestruturada com especialista de renome nacional em comunicação acessível." Na descrição dos "Grupos em que serão divididos os participantes da pesquisa neste centro" menciona-se apenas "Gestores e profissionais de museus" e "Grupo de Idosos com 75 anos ou mais". Solicita-se informar se o mesmo está previsto no grupo de gestores e profissionais, ou então, incluir o mesmo como grupo separado e também apresentar TCLE específico e roteiro da entrevista.

RESPOSTA: Segundo os pesquisadores conforme descrito no tópico 3.1.1, são considerados os seguintes sujeitos dessa pesquisa: (1) idosos (com 75 anos ou mais), com, no mínimo, segundo grau de escolaridade, com experiência prévia em museus/memoriais; (2) gestores e profissionais envolvidos na elaboração de textos expositivos no Memorial do Rio Grande do Sul e Memorial da Resistência; (3) especialista com experiência acadêmica e/ou profissional em comunicação acessível, que não trabalhe em museus/memoriais.

Foram acrescentados, no Projeto de Pesquisa, para o grupo - especialista com experiência acadêmica e/ou profissional em comunicação acessível - o Modelo de Convite (Apêndice D), TCLE (Apêndice K) e Roteiro da Entrevista (Apêndice H).

ANÁLISE: PENDÊNCIA ATENDIDA.

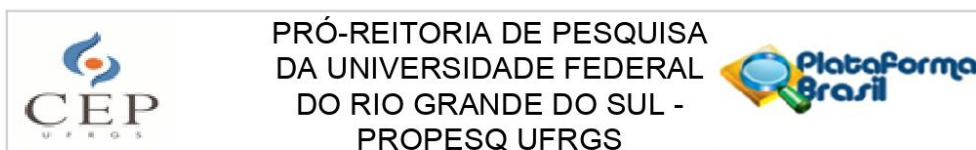
Diante do exposto, o Comitê de Ética em Pesquisa – CEP, de acordo com as atribuições definidas na Resolução CNS n.º 510, de 2016, na Resolução CNS n.º 466, de 2012, e na Norma Operacional n.º 001, de 2013, do CNS, manifesta-se pela aprovação do protocolo de pesquisa proposto.

Reitera-se aos pesquisadores a necessidade de elaborar e apresentar os relatórios parciais e final da pesquisa, como preconiza a Resolução CNS/MS nº 466/2012, Capítulo XI, Item XI.2: "d.

Considerações Finais a critério do CEP:

Aprovado.

Endereço: Av. Paulo Gama, 110 - Sala 311 do Prédio Anexo 1 da Reitoria - Campus Centro
Bairro: Farroupilha **CEP:** 90.040-060
UF: RS **Município:** PORTO ALEGRE
Telefone: (51)3308-3787 **E-mail:** etica@propesq.ufrgs.br



Continuação do Parecer: 5.710.876

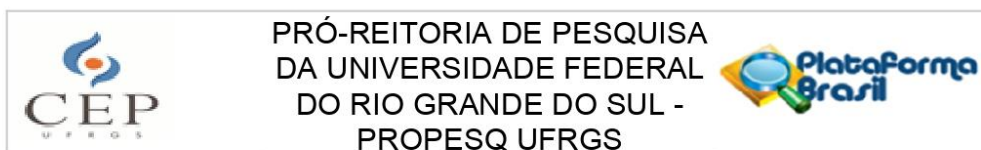
Este parecer foi elaborado baseado nos documentos abaixo relacionados:

Tipo Documento	Arquivo	Postagem	Autor	Situação
Informações Básicas do Projeto	PB_INFORMAÇÕES_BÁSICAS_DO_PROJETO_1987466.pdf	01/10/2022 01:27:28		Aceito
Outros	Modelo_de_Convite_Idosos.pdf	01/10/2022 01:17:01	CRISTIANO DA CUNHA PEREIRA	Aceito
Outros	Modelo_de_Convite_Especialista_Comunicacao_Acessivel.pdf	01/10/2022 01:16:47	CRISTIANO DA CUNHA PEREIRA	Aceito
Outros	Modelo_de_Convite_Gestores_e_Profissionais.pdf	01/10/2022 01:16:18	CRISTIANO DA CUNHA PEREIRA	Aceito
Outros	Modelo_de_Convite_Memorial_da_Resistencia.pdf	01/10/2022 01:15:47	CRISTIANO DA CUNHA PEREIRA	Aceito
Outros	Modelo_de_Convite_Memorial_Rio_Grande_do_Sul.pdf	01/10/2022 01:15:01	CRISTIANO DA CUNHA PEREIRA	Aceito
Outros	CARTA_RESPOSTA_Comite_Etica.pdf	01/10/2022 01:10:26	CRISTIANO DA CUNHA PEREIRA	Aceito
Projeto Detalhado / Brochura Investigador	Projeto_de_Pesquisa_Detalhado.pdf	01/10/2022 01:07:16	CRISTIANO DA CUNHA PEREIRA	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TCLE_Idosos.pdf	01/10/2022 00:56:38	CRISTIANO DA CUNHA PEREIRA	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TCLE_Gestores_e_Profissionais.pdf	01/10/2022 00:56:28	CRISTIANO DA CUNHA PEREIRA	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TCLE_Especialista_Comunicacao_Acessivel.pdf	01/10/2022 00:56:03	CRISTIANO DA CUNHA PEREIRA	Aceito
Folha de Rosto	Folha_de_rosto_Tania_Cristiano_ass.pdf	25/08/2022 14:54:20	Tânia Luisa Koltermann da Silva	Aceito
Outros	Parecer_de_merito_CompesqArq.pdf	25/08/2022 10:47:19	Tânia Luisa Koltermann da Silva	Aceito
Declaração de Instituição e Infraestrutura	CARTA_ANUENCIA_Memorial_RS.pdf	24/08/2022 16:14:02	CRISTIANO DA CUNHA PEREIRA	Aceito
Declaração de Instituição e Infraestrutura	CARTA_ANUENCIA_Memorial_Resistencia.pdf	24/08/2022 16:13:53	CRISTIANO DA CUNHA PEREIRA	Aceito

Situação do Parecer:

Aprovado

Endereço: Av. Paulo Gama, 110 - Sala 311 do Prédio Anexo 1 da Reitoria - Campus Centro
Bairro: Farroupilha **CEP:** 90.040-060
UF: RS **Município:** PORTO ALEGRE
Telefone: (51)3308-3787 **E-mail:** etica@propesq.ufrgs.br



Continuação do Parecer: 5.710.876

Necessita Apreciação da CONEP:

Não

PORTO ALEGRE, 19 de Outubro de 2022

Assinado por:

**Patrícia Daniela Melchior Angst
(Coordenador(a))**

Endereço: Av. Paulo Gama, 110 - Sala 311 do Prédio Anexo 1 da Reitoria - Campus Centro

Bairro: Farroupilha **CEP:** 90.040-060

UF: RS **Município:** PORTO ALEGRE

Telefone: (51)3308-3787

E-mail: etica@propesq.ufrgs.br