

tificando-se como uma comunidade de pessoas que se comprometem com a construção de um mundo melhor, através da melhor relação consigo, com o outro, com a natureza da qual fazem parte e com o todo.

### **Aceitação das campanhas da Natura por suas consumidoras**

Através de um estudo bibliográfico, seguido de uma pesquisa qualitativa, utilizando o método de grupo focal, pode-se obter uma análise geral acerca da visão das consumidoras da Natura. Se existe uma identificação das consumidoras em relação à nova marca, às propagandas, ao posicionamento, às crenças e filosofias da empresa, assim como também, avaliar se os estilos de vida disseminados nas propagandas retratam a realidade das consumidoras. Enfim, pretende-se avaliar se a disseminação do Bem-Estar, em relação à empresa Natura, está realmente sendo assimilado pelas consumidoras.

A pesquisa objetivou coletar informações de aspecto subjetivo, tais como, sensações, sentimentos, opiniões, utilizou-se uma metodologia de pesquisa qualitativa de caráter exploratório. Segundo Bacha (1998), esta metodologia tem a intenção de dar uma maior atenção à existência e significado da informação. Assim optamos pela técnica da Discussão em Grupo, no qual os participantes podem expressar suas opiniões livremente sem a interferência direta de um questionário com respostas pré-determinadas.

A pesquisa empírica, feita com o intuito de complementar o discurso teórico apresentado e fundamentado em capítulos anteriores, realiza um Grupo de Discussão que apresentaram as seguintes características: Um número de 8 participantes, Sexo feminino, Classes A e B (Critério Econômico Brasil), Idades entre 21 a 55 anos, Consumidoras Natura com uma frequência de compra de no mínimo um produto à cada dois meses.

De acordo com os resultados/análise do discurso das entrevistadas, pôde-se perceber que a Natura está realmente sendo vista como uma empresa comprometida com as causas sociais e ecológicas. Além disso, as propagandas da empresa realmente sensibilizam as consumidoras, existindo dessa forma uma identificação muito grande com o estilo de vida da mulher que é apresentada nos

comerciais. A filosofia e crenças pregadas pela empresa estão de acordo com a vivência da mulher atual, e os sentimentos e sensações apresentadas estão repercutindo de maneira muito positiva na mente das consumidoras dessa marca de cosméticos.

De acordo com as entrevistadas, o Bem-Estar não está aliado ao consumo/uso do produto, e sim com algo que está relacionado à qualidade de vida, a humor, a espiritualidade, à natureza, ao cuidado com o corpo, e não ao consumo de um produto. Para elas o Bem-Estar é algo inconstante, podendo estar relacionada a muitos fatores que existe na vida de cada uma.

De acordo com a pesquisa as entrevistadas elegem como atitudes que promovem o Bem-Estar: Acreditar na construção de um mundo melhor, viver intensamente o contato com a natureza e gostar de si mesma. Essas mesmas atitudes podem ser facilmente identificadas nos princípios de marketing da empresa de cosméticos, Natura, que conseguiu interpretar e ao mesmo tempo transmitir o estilo de vida de suas clientes. Através dessas campanhas a Natura têm conquistado cada vez mais espaço no mercado, atingindo e convencendo cada vez mais clientes.

### **Referências bibliográficas**

- Baudrillard, J. A sociedade do consumo. São Paulo: Editora Edições 70, 1996.
- Cotrin, G. História e consciência do mundo. São Paulo: Editora Saraiva, 1996.
- Karsaklian, E., Comportamento do Consumidor. São Paulo: Atlas SA., 2000.
- Popcorn, F, Click, Rio de Janeiro: Editora Campus, 1997.
- Solomon, M. R. Comportamento do Consumidor: Comprando, consumindo e sendo. 5.ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.
- Revista Naturamov. Hora de saltar, São Paulo, Natura, v 2, nº01, Abril 2005.
- Portal da natura, [www.natura.net](http://www.natura.net), <PortalNatura><http://www2.natura.net/Web/Br/Inst/About/src/index.asp?about=empresa> Acesso em: Maio de 2005.

**Moema Mesquita da Silva Braga.** Graduada em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda pela UNIFOR - Universidade de Fortaleza. Professora de Estilismo e Moda da UFC.

## **Un estudio sobre la Aplicación de una metodología Optoháptica de dibujo, en el programa de la Universidad de Mayores de la Universidad de Extremadura (España)**

Cayetano José Cruz García

### **Introducción**

Durante el año académico 2005-2006 se realizó un estudio con la pretensión de conocer el grado de satisfac-

ción y la relevancia de un proceso metodológico en la enseñanza del dibujo, sujeto a un modelo optoháptico de representación<sup>1</sup>; la experiencia fue planificada para la Universidad de Mayores, por lo tanto, personas con posibles deficiencias visuales.

Por lo tanto el objetivo principal es valorar la metodología aplicada para el modelo, tras analizar una recogida de datos cualitativos que demandan el nivel de comprensión, de representación y la metodología, a partir de los datos aportados por los alumnos.

El método de análisis realizado es un "análisis descriptivo" utilizando "variables cualitativas" y que muestran

una recogida de datos en “frecuencias relativas porcentuales” y según “escala ordinal”.

#### Datos sobre los entrevistados:

- Nombre y apellidos: 18 individuos (12 mujeres, 66'6%, y 6 hombres, 33'3%).
- Edad: 62'1... años de media. El mayor con 77 años, la menor con 52 años.
- Profesiones: 44'4% Amas de casa (8) 55'6%. Resto de trabajadores: 2 Enfermeras, 1 Orfebre, 1 Jefe de Sección de Vía y Obra, 2 Peluqueras, 2 Funcionarios y 2 Ingenieros Técnicos.
- Dificultades visuales: 100% con dificultades visuales: 7 Vista cansada, 4 Miopía, 4 Astigmatismo, 2 Presbicia, 3 Pérdida de visión en un ojo, 1 Cataratas y 1 Hipermetropía.  
Cuatro personas contaban con varias enfermedades de la visión al unísono: dos personas con miopía y pérdida de visión en un ojo, una persona con cataratas y astigmatismo y una persona con hipermetropía, astigmatismo y cataratas.
- Dificultad táctil: 11'1% Regular - 88'9% Ninguna.  
Ninguno de los dos dio nombre a su dificultad manual, lo atribuye a su edad.

#### Encuesta a alumnos de la Universidad de Mayores de la Universidad de Extremadura

Marca con un x en el casillero de la derecha la opción que creas más adecuada.

¿Qué nivel de conocimientos previos al curso recibido piensa que tenía?

Mucho: 0% - Bastante: 0% - Suficiente: 22'2% - Poco: 50% - Nada: 27'7%

¿Ves útil aprender el conocimiento de la imagen desde la fenomenología y experiencia de la percepción?

Mucho: 11'1% - Bastante: 66'6% - Suficiente: 16'6% - Poco: 5'5% - Nada: 0%

En qué medida dibujar mediante el modelo háptico - visual te permite comprender la forma y el espacio.

Mucho: 16'6% - Bastante: 22'2% - Suficiente: 44'4% - Poco: 11'1% - Nada: 5'5%

En qué medida dibujar mediante el modelo háptico - visual te permite expresar la forma y el espacio.

Mucho: 0% - Bastante: 16'6% - Suficiente: 33'3% - Poco: 50% - Nada: 0%

¿Dibujar mediante el uso del recortable te facilita comprender la forma y el espacio?

Mucho: 5'5% - Bastante: 44'4% - Suficiente: 38'8% - Poco: 5'5% - Nada: 5'5%

¿Te resulta gratificante el modelo fruto de tu aprendizaje?

Mucho: 27'7% - Bastante: 50% - Suficiente: 16'6% - Poco: 0% - Nada: 5'5%

¿Cuánto piensas que has aprendido con respecto a estas sesiones de clase?

Mucho: 11'1% - Bastante: 27'7% - Suficiente: 50% - Poco: 11'1% - Nada: 0%

¿Te parece acertada la metodología de la materia?

Mucho: 33'3% - Bastante: 44'4% - Suficiente: 22'2% - Poco: 0% - Nada: 0%

#### Análisis de los resultados

La experiencia se realizó con alumnos de la Universidad de Mayores de la Universidad de Extremadura, que cursaban la asignatura de Expresión Artística. Esta materia cuenta anualmente con 12 clases teórico-prácticas, de una hora y media de duración cada una, recibidas una vez en semana.

Es importante este dato, ya que se cuenta con pocos créditos, de los que la mitad fueron empleados para una primera parte de la asignatura, dedicada al dibujo, aprendido según las directrices del modelo en cuestión; es decir: 6 clases teórico-prácticas en un mes y medio, con un total de 9 horas dentro del aula.

A los alumnos se les alentó para que continuaran en casa los ejercicios iniciados en la clase, o realizaran alguna experiencia aparte, algo que no tuvo mucha aceptación debido a las características del alumnado y de los estudios que cursan, no conducentes a ningún título oficial. No obstante algunos de los alumnos sí que realizaron experiencias fuera del aula y consultaron bibliografía afín a la asignatura.

Como se comprueba, el alumnado es de una media de edad alta, la mayoría jubilado, o que no ha realizado estudios superiores (44'4 %). Sin embargo destaca que un 55'6 % ha sido trabajador.

El interés principal por realizar esta recogida de datos radica en ver el nivel de aceptación del modelo de dibujo optoháptico y su metodología. Principalmente porque los sujetos del estudio eran personas que por su edad presentaban dificultades en la visión, y no tanto en sus habilidades manuales. Según consta en la encuesta, el 100 % de los alumnos presentan alguna deficiencia visual, y además conocen cuál es. Esto choca notablemente con que solo un 11'1 % de los sujetos reconoce una deficiencia “regular” en el manejo de sus manos; según ellos, achacable a su edad.

Ante las características señaladas, hay que pensar que la empresa docente era complicada (estudios no reglados, poco tiempo y deficiencias), lo que no permite poder hacer un análisis determinante en el nivel de aprendizaje, tan solo en el nivel de aceptación según lo percibido por los estudiantes.

El número de cuestiones de la encuesta es pequeño, solo ocho; con intención de no distraer la capacidad de atención de los “mayores”.

La primera pregunta pretendía saber si los sujetos tenían conocimientos previos de dibujo, y en qué medida catalogaban sus conocimientos. El resultado es que ninguno consideraba que contaba con un nivel alto o medio alto de conocimientos, y el 77'7 % expresaba su escasa formación, determinando que era poca (50 %) o ninguna (22'2 %). Tan solo existe un 22'2 % que lo entendía

suficiente o medio; quizá por ser personas con estudios de Ingeniería Técnica, entre los que hay un 16'6%.

Como el modelo de dibujo tiene sus cimientos en la percepción, la metodología abordaba la formación teórica y práctica desde el conocimiento de la imagen a través de la percepción. Por este motivo la siguiente pregunta se dedicó a saber si el punto de partida de nuestra metodología era reconocido como útil o válido. El 11'1 % consideró que era muy útil y un 66'6 % bastante útil (es decir, se valoró notablemente la aportación de estos conocimientos para el dibujo con un 77'7 %). El 16'6 % piensa que su valor es medio (suficiente), luego ninguno da un valor negativo a esta iniciación en el aprendizaje del lenguaje de la imagen.

La cuestión tercera hace referencia directa al modelo de dibujo optoháptico. Principalmente para saber si son capaces de comprender la forma y el espacio a través de las imágenes que habían tenido enfrente. Tan solo un 5'5% reconocía no comprenderlas nada, y un 11'1 % las comprendía poco, de manera que para el resto era útil a nivel comprensivo (83'3 %), desglosando en muy bien (16'6 %), bastante bien (22'2 %) y suficientemente bien o regular (44'4 %). Esta última cifra revela la dificultad del modelo, mas no es una cifra que se pueda determinar como negativa, ya que dedicaron poco tiempo a una experiencia muy novedosa, y nada habitual a nivel cognitivo.

En la cuarta cuestión es donde se puede encontrar una respuesta más negativa. Para 50% de los encuestados el modelo de dibujo optoháptico permitía de manera escasa (poco), explicar la forma volumétrica y espacial. El 33% lo hace con suficiencia y solo un 16'6% con bastante solvencia. Vistos estos datos, no se puede decir que exista una valoración positiva, mas hay que tener en cuenta que esta respuesta está siendo vista sin su reflexión, la que se comprenderá en la pregunta sexta; en la que al preguntar si les resulta grato el modelo de dibujo fruto de su aprendizaje, tan solo hay una respuesta negativa del 5'5%, (nada el 5'5%). El resto de contestaciones es 27'7% mucho, 50% bastante y 38'8% suficiente.

Luego, si les es grato el aprendizaje y el modelo, habría que encontrar una razón por la que no les permitiera dibujar a un 50%. Alguno de los encuestados da su contestación espontáneamente, para dar significado a su respuesta. Así encontramos alguna anotación en el margen, tanto en la pregunta cuarta como en la sexta: Poco tiempo de dedicación. Es novedoso y muy interesante. Explicaciones que se sucedieron, inmediatamente, tras ser completada la encuesta por otros de los interrogados.

El modelo necesita de una metodología de aprendizaje en la que las actividades son ejercidas manualmente, y que obtuvieron un gratificante éxito. Es decir, el dibujo ejecutado con las manos indirectamente (recortado y collage) les permite comprender y dibujar la forma a un 88'8% (5'5% mucho, 44'4% bastante, 38'8% suficientemente). Esta contestación es corroborada y especificada en las preguntas séptima y octava, preguntando cuánto habían aprendido y si la metodología la consideraban acertada.

En la séptima, solo un 11'1% consideró que había aprendido poco, aunque en una de estas contestaciones, especificaba al margen, que este hecho se había producido por poco tiempo. Es decir, este poco tiempo es achacado

al escaso horario de la asignatura, y no a la metodología, como se confirma en la última pregunta, donde todos los encuestados consideran que la metodología es adecuada, pero además exitosa, concretamente un 33 % piensa que mucho, y un 44'4 % dice que bastante. Un 22'2 % la cree como suficiente, dato no tan positivo; pero muy inferior a cualquiera de los otros dos.

## Conclusión

En definitiva, la encuesta permite determinar que el modelo ha sido valorado positivamente por los encuestados, que contaron con poco tiempo de experimentación; principalmente, si observamos la buena valoración de la metodología (pregunta 8), las actividades mediante el recortado y collage (pregunta 5) y la grata aceptación del modelo de dibujo (pregunta 6). Estos resultados del análisis ofrecen buenas perspectivas para iniciar un desarrollo del dibujo según un modelo optoháptico de dibujo, ya desarrollado en experiencias con alumnos de Ingeniería Técnica de Diseño Industrial, y la importancia de metodologías desde el "dibujo manipulativo indirecto" en personas con deficiencias visuales.

## Referencias bibliográficas

- Aguila, José Antonio (2004). "La percepción del color a través del tacto. Adaptación de un mosaico romano, para su lectura por los discapacitados visuales. Color. VII Congreso Internacional del Color. Pamplona: Grupo de Óptica. Departamento de Física. Universidad Pública de Navarra. 33-34.
- Arnheim, Rudolf. (1990). "Aspectos preceptuales del arte para ciegos" *Journal of Aesthetic Education*. Número 24, 3.
- Ballesteros, S. and D. Bardisa and J. M. Reales and J. Muñiz (2003) "Batería de Habilidades Hápticas: Un instrumento para evaluar la percepción y la memoria de niños ciegos y videntes a través de la modalidad háptica". *Integración. Revista sobre ceguera y deficiencia visual*. Diciembre, Número 43, 7-20.
- Bardisa, Lola. (1992). *Cómo enseñar a los niños ciegos a dibujar*. Madrid: ONCE.
- Bardisa, Lola. (1997). "Las imágenes mentales de los niños ciegos y sus dibujos. Experiencia española". *Investigación y Ciencia*, Marzo, Número 246, 58-59.
- Boutens, Henrlette (1991). *La percepción táctil y la expresión plástica tridimensional como fundamento del currículum artístico del bachillerato*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Cruz, Cayetano. (2003). "Dibujar la forma volumétrica, matérica y espacial con el elemento de comunicación Plano". *II Encuentro Internacional de Escuelas de Diseño*. La Habana: Ediciones Forma.
- Cruz, Cayetano. (2005). "Dibujar la forma volumétrica, matérica y espacial mediante el uso del elemento de comunicación visual: El plano. Experiencias didácticas innovadoras para diseño industrial". *Actas dos III SOPCOM, IV LUSOCOM, II IBÉRICO*. Covilhã: Universidade da Beira Interior. Capítulo IV. Estética. Arte e Design, 503-508.
- Cruz, Cayetano. (2006). "Un modelo háptico de dibujo artístico para diseño industrial. Metodología para la ideación y creatividad". *Diseño en Palermo. Encuentro Latinoamericano 2006*. Argentina: Universidad de Palermo. Número 1, 215-216.
- Delgado, Cesar. (1993). "Háptica". *Háptica. Un ensayo de creaciones plásticas a través de la percepción táctil*. Madrid: Taller de Artes Plásticas Háptica.

- García, María Luisa. (1988). Método de dibujo geométrico para ciegos. Madrid: ONCE.

#### Notas

1. El estudio tiene sus cimientos en los esquemas metodológicos de un Modelo Háptico de Dibujo, manipulativo, sujeto a leyes y

normas hápticas que pueden consultarse en la bibliografía del final de este documento. La investigación está recogida íntegramente en una tesis registrada en la Universidad de Sevilla en el año 2007.

**Cayetano José Cruz García.** Prof. Dr. Ingeniería Técnica de Diseño Industrial. Universidad de Extremadura.

## Design tipográfico - do caixotim ao teclado

Ana Currálo

Atualmente toda as pessoas têm acesso à leitura, sem conhecer a jornada de sofrimento, de triunfo e de glória empreendida, até hoje, pelos antepassados, em busca da melhor maneira de registrar o “pensamento humano”. O Homem comum, devido à forma corrente, rápida e simples com que se relaciona com os trabalhos impressos, não pondera que às maravilhas desta arte a que os olhos se prendem, estão ligadas a intuição artística e a técnica dos tipógrafos, que, durante séculos, contribuíram para um cultura das Artes Gráficas no quadro do desenvolvimento cultural e econômico. Tal abstração é um testemunho do desprendimento com que a atual sociedade encara uma “lacuna” que existe em volta da própria vida.

Segundo Ruari McLean, a tipografia é uma arte associada à técnica de reproduzir a comunicação mediante palavras impressas. Abarca a execução de livros, revistas, periódicos, folhetos, opúsculos, cartazes, rótulos, suporte impresso, bi ou tridimensional, que comunica mediante palavras. Este autor afirma, ainda, que a tipografia é um meio do qual nos servimos para acedermos a todo um universo de palavras que alguém concebeu na sua mente e registou numa superfície (McLean, 1980: 8).

A comunicação mediante imagens é baseada através do desenho e/ou símbolo, em oposição às palavras. Os livros, revistas, periódicos e cartazes dependem, tanto do mundo das imagens como das palavras (McLean, 1980: 9). Há quem diga, que se deve utilizar imagens no lugar das palavras, sempre que possível, pois são mais diretas, concisas, atrativas, fáceis de compreender e interpretadas mais rapidamente em diferentes idiomas. Todavia, existem muitos casos onde é imprescindível a associação de palavras e ilustrações.

A diferença entre a comunicação por meio de palavras e imagens não é clara nem lancinante, é fundamental e requer atitudes e técnicas basicamente distintas. Muito poucos designers praticam ambas com igual habilidade. Um designer que trabalha com tipos de letra necessita ter conhecimento das técnicas de impressão. Até há pouco tempo a tecnologia de impressão baseava-se nos caracteres de chumbo. Cada letra, cada número e cada sinal de pontuação fundia-se em metal, o qual proporcionava uma forma e esta uma superfície que era transferida para o papel.

A invenção da Litografia, em 1798, não alterou este processo, simplesmente, significava que depois de moldar as letras metal e compor a página, as cópias eram transferidas para as pranchas litográficas utilizando métodos tradicionais, obtendo assim o mesmo resultado da impressão direta no papel.

Na última década do século XX a tecnologia dos caracteres metálicos, vigente durante quinhentos anos, foi substituída por uma tecnologia diferente: a Fotocomposição. A fotocomposição é uma composição tipográfica feita por projecção de caracteres sobre papel (ou película de filme) fotossensível. O princípio desta técnica baseia-se em fotografar letras e sinais a partir do negativo.

A invenção da Tipografia confirma e amplia uma nova ênfase da comunicação visual e do conhecimento aplicado: o primeiro utensílio uniformemente reproduzido. Era, portanto, uma forma de comunicação ainda mais restritiva e unidimensional: os livros tornaram-se praticamente o único meio pelo qual o saber era registrado, adquirido ou armazenado e os impressos periódicos o meio através do qual as comunicações sofriam controle. Recorrendo à história antiga, Marshal McLuhan afirma que os gregos somente promoveram a inovação artística e científica depois que interiorizaram o alfabeto, partindo para uma “ênfase visual”, que os alienou da arte primitiva. O mesmo acontece agora, quando a idade eletrônica transpôs o primitivismo, depois de “interiorizar o campo unificado da simultaneidade eléctrica”. (McLuhan, 1977: 287).

No entanto, apenas uma fração da história da alfabetização foi tipográfica. A invenção dos tipos móveis, não conseguiu quebrar o poder da oralidade. Apesar da evolução da tecnologia, a finalidade da tipografia continua a mesma. Baseia-se em comunicar através de palavras: “sem elas a tipografia não existia”. (McLean, 1980: 9).

A partir da revolução tecnológica operada por Gutenberg, a escrita passou a ficar duradouramente fixada em letras fundidas; as formas das letras já não evoluíram exclusivamente pela invenção, destreza e fluidez da mão do calígrafo, deixaram de sofrer as mutações próprias do gesto humano de uma cultura de escrita.

Este processo só foi possível porque Gutenberg inventou um sistema, de fundir uma quantidade sem limite de letras. Este imitava a escrita caligráfica, pois era o único modelo formal existente naquela época. A materialização das letras em metal limitou drasticamente os caprichos da estética da letra manuscrita, mas também anulou e homogeneizou as variações e os erros dos copistas.

As antigas restrições impostas pela natureza da matéria metálica, foram ultrapassadas, sucedendo assim a novas