

CONCURSO PÚBLICO – 05/2025

**Área de Conhecimento: Ciências Sociais Aplicadas / Desenho Industrial /
Pesquisa e Projeto de Produto de Moda**

PROVA ESCRITA – PADRÃO DE RESPOSTA

QUESTÃO 1: GESTÃO INTEGRADA DE DESIGN (3,0 pontos)

“O Modelo do Designer-Empreendedor

Muitas empresas seguem o modelo do design empreendedor, como no design de moda, de varejo e de móveis. Tal modelo está se tornando cada vez mais comum em produtos têxteis, artigos de luxo, joalheria e decoração, uma vez que a criação automaticamente desempenha um papel estratégico, mas também há designers-empreendedores em outros setores. A história de James Dyson do aspirador de pó é um bom exemplo. A estratégia design-empreendedor é inata à ideia do fundador e próxima da estratégia empresarial. Para uma estratégia de design e vantagem competitiva “baseada” em design, consideraremos três estágios com base naqueles propostos por Michael Porter - três posicionamentos estéticos diferentes em um setor. Ver tabela 11.3.” (MOZOTA, 2011, p.294)

Tabela 11.3 Estratégias de design de acordo com as estratégias genéricas de Porter (MOZOTA, 2011, p.294)

Estratégia dominada pelo custo	Estratégia orientada para a imagem	Estratégia orientada para o mercado
Estratégia dominada pelo custo	Estratégia de diferenciação	Estratégia de concentração
A função do design é melhorar a produtividade.	A função do design é reforçar a participação de mercado da empresa por meio da qualidade de sua imagem e marcas	A função do design é ajudar a posicionar a empresa como uma especialista que tem apelo a certo tipo de usuário
O posicionamento estético da empresa favorece a dimensão estrutural, (ou técnica) do sistema de design corporativo	O posicionamento estético da empresa favorece a dimensão semântica do sistema de design corporativo	O posicionamento estético da empresa favorece a dimensão funcional do sistema de design corporativo

“Essas estratégias expressam a relação entre a estratégia do ponto de vista da alta administração e as estratégias de diferentes atividades operacionais - entre visão e implementação. Cada estratégia privilegia uma das três dimensões de forma estratégica orientada para o custo privilegia a dimensão estrutural. A estratégia orientada para a imagem, a dimensão simbólica e a estratégia orientada para o mercado, a dimensão funcional. Em suma, escolher uma estratégia de design significa escolher um posicionamento estético, que será a expressão da abordagem do design para a empresa. Tal escolha determinará a posição do design na estrutura da empresa.

A estratégia orientada para o custo

Este tópico interessa empresas que dão prioridade em sua vantagem competitiva à tecnologia avançada. O desenvolvimento orientado pela tecnologia cria uma posição de design que está próxima do P&D, qualificada por políticas de design direcionadas pelo design de produto e sustentado pelo design de ambientes e de interface com o usuário, especialmente para unidades de produção. O objetivo atribuído aos designers é inovar e reduzir os custos de produção a fim de manter a liderança tecnológica, que inclui o trabalho nos processos de fabricação, de documentação técnica dos produtos e de arquitetura de produção” (MOZOTA, 2011, p. 295).

“A estratégia orientada para a imagem

Refere-se a empresas que baseiam sua vantagem competitiva no poder de marketing e na qualidade da imagem. Os aspectos importantes dessa estratégia? Os aspectos importantes dessa estratégia são, o posicionamento de marcas da empresa e suas participações no mercado. A estratégia de design deve reforçar posicionamento no mercado escolhido. E contribuir para reformulá-los no ambiente competitivo, a fim de manter a liderança em termos de imagem. O desenvolvimento por meio de marketing leva à:

- Um posicionamento estético diferenciado que enfatiza a dimensão simbólica do produto e seu impacto comunicativo.
- Uma posição de design próxima dos departamentos de marketing, publicidade, comunicação.
- Uma estratégia de design que privilegia o valor da marca em todas as disciplinas de design e na criação de valor orientado para o cliente.

Também há estratégias de design híbridas, que se baseiam tanto na vantagem de custo quanto na diferenciação.

A estratégia orientada para o mercado

Esta se refere a empresas que se especializam em um segmento que utilizam uma estratégia de foco. Sua vantagem competitiva é garantida por sua liderança na compreensão de um determinado mercado ou de certo tipo de usuário. O design deve então reforçar essa liderança na descoberta de melhorias e diferenças nas dimensões funcionais do produto, adaptando seus usos, mas também prevendo usos novos.

Esse desenvolvimento leva a:

- Um posicionamento estético diferenciado que enfatiza a dimensão funcional do design. Uso interface com usuário experiência do usuário;
- Um posicionamento do design entre produção e marketing;
- Uma estratégia de design que privilegia o design de produto e a pesquisa de comportamento do consumidor.

A estratégia de design orientada para o custo concentra-se nas economias e na redução de gastos no sistema da empresa. As outras estratégias focam a criação de valor qualitativo no sistema.

A estratégia de design e seu posicionamento estético correspondente oferecem uma orientação à gestão do design, que deve ser infundida nos sistemas de tomada de decisão da empresa:

- Nos sistemas de alocação financeira, de investimentos e rateios orçamentos afetados pelo design. Definição de ferramentas de avaliação do design. Mensuração do desempenho do design em termos de performance da empresa.
- Nos sistemas de comunicações de treinamento, com o objetivo de difundir conhecimento de design na empresa por meio de uma conexão com o departamento de gerenciamento de recursos humanos.
- Por meio de gerenciamento do papel do design nos sistemas de informação.

SELEÇÃO DE TÉCNICA DE DESENVOLVIMENTO DA ESTRATÉGIA DE DESIGN

Assim como na formulação de estratégia e o departamento de design participa da seleção de uma técnica para implementação da estratégia escolhida e então desenvolve ações de design. Sejam coerentes com essa opção.

As principais formas para desenvolvimento são:

1. Integração de processos em ambos os sentidos da sequência
2. Inovação
3. Diversificação
4. Internacionalização
5. Recuo
6. Alianças

Essas diferentes técnicas podem ser seguidas para aquisição progressiva de um novo conhecimento internamente, por meio de inovação, integração e internacionalização, mas também com frequência cada vez maior, externamente, por meio de fusão, aquisição, aliança e recuo.

Seja qual for a forma escolhida, o design pode prever novas técnicas, coerentes com análise estratégica, ou desempenhar um papel na implementação.

- Tornando a opção da internacionalização, por exemplo, criando um design center em diferentes países ou formando uma equipe de design multicultural;
- Concebendo uma nova oferta na abordagem de inovação ou na fase de diversificação;
- Escolhendo uma identidade visual na opção de fusão e aquisição ou adotando uma estratégia de inovação que desenvolva alianças” (MOZOTA, 2011, p. 295-297).

Membros da Banca:

Avaliador 1 (SANDRA REGINA RECH)

Avaliador 2 (LUCIANA DORNBUSCH LOPES)

Avaliador 3 (MARILIA MATOS GONÇALVES)

Presidente da Banca (SANDRA REGINA RECH)

CONCURSO PÚBLICO – 05/2025

**Área de Conhecimento: Ciências Sociais Aplicadas / Desenho Industrial /
Pesquisa e Projeto de Produto de Moda**

PROVA ESCRITA – PADRÃO DE RESPOSTA

QUESTÃO 2: FERRAMENTAS E MÉTODOS DO ANALISTA DE TENDÊNCIAS (3,0 pontos)

2.1. “Tríade de Efeito do Produto é a base para um modelo de gestão de produtos abrangente, desenvolvido pela empresa *d...c brand+- design consultants* no âmbito do desenvolvimento interdisciplinar de um estudo de projeto. O ponto de partida das considerações é o reconhecimento de que, em tempos de crescente turbulência do mercado, o produto deve integrar em primeiro plano a atividade empresarial. [...] A Tríade de Efeito do Produto [...] apresenta o produto como ponto central. Ela foi desenvolvida no âmbito de um projeto de pesquisa, no qual diferentes áreas de produto foram analisadas segundo suas dimensões de efeito. O objetivo deste estudo foi o de desenvolver uma matriz de análise unificada, que permitisse representar os impactos dos produtos para diferentes mercados de modo o mais uniforme possível. [...] O modelo, é constituído, como o nome já sugere, de três níveis centrais de efeito, análise e gestão: um nível de efeito objetivo, um subjetivo e um estético” (BUCK; HERRMANN; LUBKOWITZ, 2019, p. 83).

2.2. Os três níveis que constituem o modelo são: Nível de efeito objetivo, Nível de efeito subjetivo e Nível de efeito estético.

Nível de efeito objetivo: “[...] Inclui os chamados *hard facts*, portanto, todas as manifestações concretas em relação a um produto, à empresa, a uma tendência específica, mas também as que se pode recolher diretamente dos respectivos contextos culturais e de consumo relevantes, sem que para isso seja necessário tomar a posição de um observador, cliente ou consumidor de referência subjetivo. Tomando um produto como o ponto de partida da análise, então estarão incluídas as propriedades tecnológicas e elementares de projeto, os componentes, o preço, a embalagem, mas também a natureza da utilização ou do aspecto publicitário. Observando, por outro lado, uma única tendência, registram-se neste nível, então, fatos como tópicos, eventos, estruturas e promotores, diretamente relacionados a esta tendência” (BUCK; HERRMANN; LUBKOWITZ, 2019, p. 83-84).

Nível de efeito subjetivo: “O nível de efeito subjetivo inclui, em oposição ao nível de efeito objetivo, todos os fatores que somente entram em jogo através da inclusão de uma perspectiva subjetiva e que são de crucial importância para a análise de efeitos de produtos e tendências. Aqui estão, além de configurações básicas, valores ou dimensões de estilo de vida, especialmente todas as atribuições subjetivas de interesse que possam combinar potencialmente os consumidores aos fatores objetivos do 1º nível de efeito. Eles podem ser tanto de natureza racional quanto emocional e refletir necessidades, medos, interesses, expectativas racionais etc. específicos de cada produto ou tendência potencial. Para isso, é importante que nesse nível sejam abrangidas todas as associações óbvias de natureza subjetiva, independentemente de quão contraditórias sejam. Por exemplo, um preço elevado tanto pode corresponder a uma exigência de diferenciação orientada ao luxo, bem como provocar receios de prejuízo e desencorajar os consumidores. Do mesmo modo, uma cor da tendência, como laranja, pode ser relacionada a atributos positivos como energia, receptividade ao futuro, juventude, mas também agressividade ou excentricidade” (BUCK; HERRMANN; LUBKOWITZ, 2019, p. 84-85).

Nível de efeito estético: “Igualmente importante para uma análise coerente de produto e de tendência quanto às dimensões objetiva ou subjetiva, existe ainda um terceiro nível de efeito: o estético. Ele abrange todos os aspectos estilísticos com os quais os produtos dão concretude às tendências, lhes confere um rosto. Por estética compreende-se mais do que apenas a configuração formal do produto, na sua dimensão objetiva, ou do que o senso de percepção individual, na dimensão subjetiva. Ela é antes o vínculo que une ambos os níveis de efeito objetivo e subjetivo. Isto é particularmente verdade nos ambientes estetizados em que nos movemos hoje. Tal como comentado anteriormente, a diferenciação, tanto da oferta quanto da demanda, tem menos lugar na base

das necessidades objetivas e das características subjetivas, do que ao nível da chamada oferta de estilo, princípios do estilo e/ou universos do estilo” (BUCK; HERRMANN; LUBKOWITZ, 2019, p. 85).

Membros da Banca:

Avaliador 1 (SANDRA REGINA RECH)

Avaliador 2 (LUCIANA DORNBUSCH LOPES)

Avaliador 3 (MARILIA MATOS GONÇALVES)

Presidente da Banca (SANDRA REGINA RECH)

CONCURSO PÚBLICO – 05/2025

**Área de Conhecimento: Ciências Sociais Aplicadas / Desenho Industrial /
Pesquisa e Projeto de Produto de Moda**

PROVA ESCRITA – PADRÃO DE RESPOSTA

QUESTÃO 3: DIÁLOGO INTER E TRANSDISCIPLINAR ENTRE INSPIRAÇÃO, INOVAÇÃO E IMAGINAÇÃO (4,0 pontos)

“Diagrama Radial de Exploração Contextual (Diagrama REC – DREC): a ferramenta incorpora a abordagem sistêmica e valoriza o pensamento visual/gráfico, facilitando a gestão da informação na investigação projetual. O diagrama REC auxilia a delimitação e integração de objetivos. Sua estrutura maleável cria um espaço de acoplamentos e interseções, no qual várias estratégias metodológicas podem ser inseridas para definir o mapeamento contextual” (SANCHES, 2017, p. 199).

“[...] No arcabouço de estudos para propor o instrumental metodológico, foram enfatizadas as estratégias que atendiam as seguintes premissas: a) abordagem sistêmica, b) permeabilidade para a gestão de informação, c) valorização do pensamento visual. Sob esta diretriz, no curso da busca, encontrou-se o Modelo de *Diseño Concurrente*, proposto pelo Prof. Bernabé Hernandis Ortuño, da Universidade Politécnica de Valência” (SANCHES, 2017, p. 153-154).

“O Modelo de *Diseño Concurrente* [...] com base em uma estrutura de múltiplas relações, exalta a comunicabilidade contínua entre as variáveis projetuais e situa o projeto como um sistema interdependente do contexto em que se insere. A partir da identificação das dimensões fundamentais que constituem o design de produtos, o modelo articula a informação em uma estrutura gráfica que propicia análises independentes e também simultâneas. [...] O contexto gerador da demanda constitui um sistema amplo e aberto (Sistema Exterior) que compreende, alimenta e influencia o Sistema de Referência (ou Sistema de Estudo), no qual ocorre a integração das variáveis de projeto e a formulação de diretrizes para possíveis soluções projetuais. Por sua vez, o Sistema de Referência abrange três Subsistemas Fundamentais de inter-relações (delimitados por cores distintas), alojando os quesitos funcionais (vermelho), ergonômicos (verde) e formais (azul). Este modelo permite a gestão visual das informações, abrindo espaço para a inserção de imagens e representações gráficas sintéticas dos conceitos gerados. No modelo, o subsistema funcional reúne os objetivos relativos à tecnologia, aos mecanismos, aos materiais etc. O subsistema formal se relaciona à aparência, à ordenação dos elementos configurativos, incluindo informações como cores, texturas, aspectos de proporção visual. Por fim, o subsistema ergonômico maneja as informações que dizem respeito às vinculações com o usuário, abordando os aspectos funcionais e formais sob os parâmetros perceptivos e de adaptação física. Para cada subsistema propõe-se uma análise decompondo volumes, superfícies e limites de contorno, examinando, assim, as características funcionais, formais e ergonômicas para estes aspectos da geometria (configuração) do produto. A intenção é perceber especificidades de volume, de superfície e de limites de contorno em relação ao uso, para cada subsistema. Para esclarecer, entende-se por volume de uso a delimitação geométrica tridimensional, a qual define o espaço necessário às funções específicas e concretas do produto, sendo distinguida em termos funcionais, ergonômicos e formais. De modo análogo, as superfícies de uso, as quais delimitam os volumes anteriormente identificados, podem ser examinadas distinguindo as incursões específicas para cada subsistema. Como limite de contorno, [o autor] nomeia o lugar geométrico que delimita uma superfície ou volume, sobre o qual é possível fazer considerações conceituais, mas que não são identificáveis como volumes ou superfícies concretas de uso. A amplitude de movimento de uma parte móvel do produto [...] originará um limite espacial que deve ser previsto entre os requisitos do produto. As decomposições auxiliam a compreensão das relações dos elementos com os objetivos funcionais, ergonômicos e formais, porém o intuito é entendê-las no conjunto do sistema. O modelo promove uma

ordenação integrada das análises e prevê que, a cada decisão tomada sobre uma variável dentro de um sistema, haverá uma informação resposta que a inter-relaciona com os outros subsistemas, podendo provocar um rearranjo geral do Sistema de Referência (ou Sistema em Estudo). Assim, o sistema é realimentado de informação de todas as suas partes e a todos os níveis. [...] Ao definir como foco de análise os volumes e superfícies de uso, e eventuais limites de contorno que se relacionam com tais elementos, foi estabelecido um parâmetro que é aplicável a qualquer produto, já que configurar um produto significa definir como se organiza sua materialidade, de acordo com as necessidades de uso (gráfico ou estético-simbólico). Contudo, o grau de relevância que se atribui a cada volume ou superfície e a decisão de considerá-lo no sistema dependerão do repertório do designer que [...] representaria o conhecimento prévio construído por meio de pesquisa. Entre o Sistema Exterior e o Sistema de Referência transitam as variáveis de entrada e de saída. As variáveis de entrada influenciam os fatores a considerar no projeto a considerar no projeto aportando valores, qualitativos ou quantitativos que atuam no sistema, sob a forma de requisitos a serem atendidos. Quanto às variáveis de saída, constituem-se a partir da atuação da solução projetual sobre o Sistema Exterior. Toda resposta procedente do sistema em estudo pode ter um efeito sobre o sistema que o gerou, ou podem ser alterados por ele, os produtos, os serviços, a comunicação técnica, os resíduos etc. Este aspecto aproxima-se à noção de permeabilidade [...]. No interior do Sistema de Referência, as variáveis provenientes do contexto originam interações que promovem o movimento de inter-relações entre os subsistemas fundamentais. No dinamismo das conexões, um conceito sintetizado em um subsistema pode transformar um objetivo já estabelecido em outro subsistema ou provocar a percepção de um requisito ainda não considerado. O modelo de *Diseño Concurrente* é uma ferramenta de trabalho teórica, na qual se investigam as relações entre as informações disponíveis, gerando novas informações (verbais ou não verbais) que promovem a visualização do produto em nível conceitual. [...] A ferramenta assimila representações gráficas, as quais são utilizadas como meio para analisar, em conjunto, os conceitos sintetizados. Para tanto, os objetivos são estudados, primeiramente, distinguindo suas implicações em cada subsistema e permitindo a percepção dos delimitadores para os componentes configurativos (volumes, superfícies e limites de contorno). A partir disso, é possível gerar representações básicas da estrutura formal, analisar as interações dessas sínteses e continuar evoluindo os estudos gráficos até visualizar um conceito volumétrico que sobreponha delimitadores funcionais, ergonômicos e formais, o qual foi denominado [...] espaço de design. A gênese deste modelo é a organização sistêmica entre o conhecimento existente e o conhecimento gerado no trajeto projetual. Uma concepção que se alinha aos preceitos da aprendizagem significativa e que [...] pode facilitar a gestão sistêmica da informação nas práticas projetuais [...]. [...] O modelo foi assimilado como um ótimo referencial para embasar a busca por estratégias de exploração contextual, colaborando na concepção do Diagrama REC” (SANCHES, 2017, p. 154-157).

“[...] Os ciclos dos pensamentos divergente e convergente do processo de design, principalmente, quando a intenção é explorar o contexto e desvendar conexões, marca-se a importância de ferramentas que integrem a visão panorâmica à capacidade de síntese. [...] São necessárias ferramentas que permitam a fluidez do pensamento divergente, ampliando o espaço de propagação das ideias e a cognição rápida, mas que também acolham conexões direcionadas, propiciando a convergência para sintetizar conceitos. A plataforma teórica evidenciou que o uso do pensamento visual, por meio de representações gráficas, favorece a percepção de conexões simultâneas e imprime mais agilidade na compreensão de relações para a associação de informações e ideias [...]. [...] Entre as ferramentas [...], os mapas mentais são associados ao pensamento irradiante [...] empregando as habilidades de imaginação, associação de ideias e flexibilidade. Enfatizou-se [...] as sínteses visuais e os mapas mentais como conhecimento prévio a ser aproveitado. Sobre estas estratégias [...], agregou-se a essência do modelo de *Diseño Concurrente* para delinear a estrutura de uso do Diagrama Radial de Exploração Contextual (Diagrama REC – DREC). Como princípios básicos, a ferramenta incorpora a abordagem sistêmica e valoriza o pensamento visual/gráfico, facilitando, de maneira flexível, a gestão

da informação na investigação projetual. [...] Optou-se pela utilização de uma estrutura gráfica diagramática radial que, integrada à premissa de usar ‘perguntas-chave’ – O que? Quem? (ou para quem?) Onde? Quando? Como? Por que? [...] provoca a associação de variáveis e propicia um espaço dinâmico para a visão panorâmica das conexões. Sobre esta estrutura, cada subsistema do modelo de *Diseño Concurrente* [...], e seu respectivo código de cor – funcional (vermelho); ergonômico (verde); formal (azul), alicerçou a delimitação de palavras-chave – utilidade; adaptação, percepção; informação, forma, tecnologia. [...] Essa organização ajuda a entender as implicações em nível ergonômico, operacional e estético-visual dos objetivos projetuais. O propósito, em semelhança ao do modelo de *Diseño Concurrente*, foi estimular a percepção de delimitadores para os componentes configurativos (volumes, superfícies e limites de contorno) e a geração de representações básicas da estrutura formal do artefato projetado, até visualizar um conceito volumétrico (espaço de design) que equacione delimitadores funcionais, ergonômicos e formais. As associações entre perguntas-chave e palavras-chave derivam indagações para a inserção de informações no diagrama, podendo provocar um grande número de questões motrizes que ampliarão a visão do ciclo de interações entre usuário-artefato-contexto. [...] O encadeamento de questionamentos também promove conexões para a síntese e a percepção de lacunas de informação. Deste modo, se identifica os requisitos para delinear situações de uso, níveis de experiência com usuários e indicativos estético-simbólicos” (SANCHES, 2017, p. 157-159). O diagrama possui uma “estrutura circular, de movimento radial, como base para a organização gráfica e registro de informações contextuais, em função da grande recorrência desta opção de registro visual [...]” (SANCHES, 2017, p. 159).

“No curso da elaboração do diagrama o código cromático apurou a identificação de informações correlatas e a organização de objetivos. [...] A ferramenta [deve] permitir o remanejamento das informações para a exploração divergente do problema, ou exclusão, quando as conexões apontassem uma convergência [...] e as notas adesivas móveis foram reconhecidas como melhor meio para a mobilidade dos registros efetuados em torno do diagrama central. [...] O Diagrama REC serve como um impulsionador para a identificação, ramificação, conexão e síntese de informações” (SANCHES, 2017, p. 160). No funcionamento básico do Diagrama, “o uso de informações verbais ou não verbais é livre, bem como a forma de registro gráfico. [...] Destacam-se os círculos coloridos, nos cantos dos retângulos de informações [...]. A fim de organizar as conexões extraídas do Diagrama, a base tríplice do *Diseño Concurrente* foi usada como meio para elaborar a síntese de objetivos. [...] O código cromático, agregado às palavras-chave direcionam a identificação de requisitos de utilização, de adaptação corporal e de linguagem, os quais se convertem em objetivos funcionais, ergonômicos e formais. [...] No caso do vestuário, o subsistema ergonômico fica em evidência, pois a configuração do produto depende diretamente do seu acoplamento ao corpo, influenciando a identificação de objetivos de utilidade e de estrutura formal. [...] A elaboração da ficha de objetivos favoreceu uma organização gráfica que pudesse absorver estas interseções. Nela são enumerados os objetivos em uma coluna e, em seguida, assinaladas suas ênfases nas colunas dos subsistemas (identificados por cor), podendo ocorrer marcação em uma, duas ou três colunas. A estrutura gráfica definitiva do Diagrama REC foi comprovada nas aplicações em campo, assim como a sua permeabilidade para a inserção de outras ferramentas, como é o caso do Mapa de Categorias [...]. Igualmente, o desenho bidimensional do corpo pode ser introduzido diretamente nas conexões registradas no Diagrama EC. A inclusão deste elemento é extremamente útil à visualização do espaço de design, uma vez que é utilizado como base para sobrepor esboços que assinalam pré-requisitos de áreas de cobertura corporal, estruturas volumétricas ou limites espaciais para movimentação ou operacionalidade do artefato projetado. [...] Destacam-se as facilidades [do Diagrama REC] [...]: a) [facilita] a organização do pensamento; b) [auxilia] a gestão do processo do início ao fim (manteve o foco); c) [ajuda] na percepção da evolução do próprio pensamento projetual [...]; d) [facilita] a identificação das necessidades do público e a visualização dos objetivos coerentes; e) [proporciona] a visão em conjunto e [ajuda] a conectar os objetivos (de utilidade, ergonomia e linguagem)/[proporciona] a visão como cada parte se relaciona

com o todo (análise e síntese); g) é flexível – o movimento das informações no diagrama permitiu a evolução das ideias e é aplicável em outros projetos. Em relação aos efeitos facilitadores da gestão geral do projeto [...] se resumiram em três aportes substanciais: aa) auxiliou a ampliar os pontos de vista sobre o problema (visão sistêmica), depois a afunilar e a manter o foco; b) pesquisa e geração caminharam juntas; c) o desenho do corpo agregado à ferramenta ajudou a delimitar melhor as necessidades e a perceber a forma do produto. [...] [A] estrutura maleável [do Diagrama REC] cria um espaço de acoplamentos e intersecções, no qual várias estratégias metodológicas podem ser inseridas para definir o mapeamento contextual. [...] A delimitação projetual, promovida, por esta ferramenta, evolui continuamente e o nível de detalhamento dos objetivos depende da percepção dos vínculos e lacunas entre as informações. A gestão sistêmica da informação se efetua através de um processo que inclui: a organização das informações existentes, a integração das informações criadas a partir desta organização e a identificação de lacunas de informação. Por este motivo, o processo naturalmente leva à busca de meios para suprir as lacunas ou facilitar a síntese das percepções derivadas da conexão de informações. [...] [Para] a inserção de meios auxiliares, [é necessário] conhecimento prévio sobre outras estratégias metodológicas [...] de síntese nos encadeamentos. [...] No entanto, a seleção de uma ferramenta resulta da resposta a duas perguntas: é necessário um meio para alcançar o que? (foco projetual); que ferramenta se presta a essa finalidade?” (SANCHES, 2017, p. 160-163).

Membros da Banca:

Avaliador 1 (SANDRA REGINA RECH)

Avaliador 2 (LUCIANA DORNBUSCH LOPES)

Avaliador 3 (MARILIA MATOS GONÇALVES)

Presidente da Banca (SANDRA REGINA RECH)



Assinaturas do documento



Código para verificação: **LZ557H9T**

Este documento foi assinado digitalmente pelos seguintes signatários nas datas indicadas:



MARILIA MATOS GONCALVES (CPF: 932.XXX.909-XX) em 01/12/2025 às 12:51:33

Emitido por: "AC Final do Governo Federal do Brasil v1", emitido em 23/10/2025 - 16:26:42 e válido até 23/10/2026 - 16:26:42.
(Assinatura Gov.br)



SANDRA REGINA RECH (CPF: 442.XXX.450-XX) em 01/12/2025 às 13:40:50

Emitido por: "SGP-e", emitido em 30/03/2018 - 12:40:10 e válido até 30/03/2118 - 12:40:10.
(Assinatura do sistema)



LUCIANA DORNBUSCH LOPES (CPF: 932.XXX.149-XX) em 01/12/2025 às 13:41:47

Emitido por: "SGP-e", emitido em 30/03/2018 - 12:46:52 e válido até 30/03/2118 - 12:46:52.
(Assinatura do sistema)

Para verificar a autenticidade desta cópia, acesse o link <https://portal.sgpe.sea.sc.gov.br/portal-externo/conferencia-documento/VURFU0NfMTlwMjJfMDAwNDcxNDhfNDcxNzlfMjAyNV9MWjU1N0g5VA==> ou o site <https://portal.sgpe.sea.sc.gov.br/portal-externo> e informe o processo **UDESC 00047148/2025** e o código **LZ557H9T** ou aponte a câmera para o QR Code presente nesta página para realizar a conferência.