

Comunicação do Design Minimalista

Gabriel Munhoz e Silva¹
Carlos Eduardo Kuroki Ito²
Silvia Terezinha Torreglossa³
Diego Aparecido de Souza⁴
Mauro Fiorani⁵

Resumo

Esta pesquisa tem como objetivo geral indicar a utilização do design minimalista como ferramenta aliada para a inclusão de usuários no meio digital, através de um texto qualitativo e descritivo baseando-se principalmente em trabalhos profissionais, como artigos e livros de comunicadores e designers dos últimos vinte anos que afirmam as discussões desenvolvidas. Apresenta-se na pesquisa, a compreensão do entendimento histórico da forma como o design tem comunicado-se visualmente com o público em seus aparelhos digitalmente tecnológicos, e a contextualização dos elementos gráficos dispostos nas páginas virtuais - código responsável pela transmissão de mensagens de maneira inconsciente e das primeiras impressões dos usuários. Dos ruídos presentes nas mensagens não verbais, e do envolvimento do receptor, baseando-se em suas vontades, necessidades e raízes culturais. Ainda indica-se o minimalismo como maneira de comunicação para um *layout* bem elaborado, carregado de uma organização limpa com elementos bem arranjados, para poder influenciar o usuário e despertar o desejo de interação com a página ou programa, pensando na inclusão do público e na garantia de um material digital com alta aplicabilidade e usabilidade.

Palavras-chave: Cultura Digital. Elementos Gráficos. Inclusão. Usabilidade. Usuário.

1 Introdução

O avanço tecnológico permitiu, na vida da sociedade contemporânea, uma série de fatores facilitadores do cotidiano, dos quais as pessoas nem imaginavam que necessitavam. Entre muitos fatores, há a possibilidade de utilizar ou acessar com velocidade um conteúdo de maneira digital, estando em qualquer lugar. Como por exemplo, os *electronic books* (livros digitais) que são disponibilizados em bibliotecas virtuais para a utilização de qualquer indivíduo.

O design tem um papel importante nisso. É responsável por desenvolver estes materiais e também planejar a forma como são apresentados digitalmente, facilitando ainda mais o acesso a estes conteúdos. Deste modo, o design comunica-se

¹ curso de Design do Centro Universitário Anhanguera de São Paulo.

² curso de Design do Centro Universitário Anhanguera de São Paulo.

³ curso de Design do Centro Universitário Anhanguera de São Paulo.

⁴ curso de Design do Centro Universitário Anhanguera de São Paulo.

⁵ curso de Design do Centro Universitário Anhanguera de São Paulo

indiretamente com o usuário, através dos elementos que escolheu para arranjar o *layout* da página, sistema ou aplicativo.

É notável que as mais recentes tendências de design aplicam o minimalismo para comunicar-se de maneira objetiva quais são as possibilidades de interação do usuário com os mais diversos conteúdos digitais. A simplicidade apresentada pelos elementos minimalistas carrega consigo a ideia de auxiliar o usuário no entendimento rápido da mensagem.

Muitos indivíduos desistem de utilizar alguns sistemas devido a dificuldade que encontram ao navegar em *layouts* complexos. Nessa perspectiva, procurou-se entender de quais maneiras o design minimalista como ferramenta poderia auxiliar na inclusão de usuários na tecnologia digital.

Neste trabalho foi abordada a comunicação do design minimalista. Um tema relevante para entender a dificuldade de envolvimento existente no acesso de diferentes faixas etárias à tecnologia, pois a maneira como a tecnologia comunica-se com o público reflete na aceitação de seu uso.

A pesquisa realizada tornou-se importante para entender o design minimalista como ferramenta de inclusão social no meio digital. Apontando as características do conceito e sua aplicabilidade, de modo que promoveu o entendimento das dificuldades apresentadas pelo público no uso das interfaces de mídias digitais.

Também considerasse que o material pesquisado contribuiu na análise do design minimalista como ferramenta em seu objetivo de comunicar, auxiliando criadores e/ou pesquisadores de conteúdo digital, de antemão ao início de seus projetos de interfaces inovadoras aplicadas em conteúdos digitais voltados para o público com deferência. Pois após entender as características e dificuldades individuais dos usuários, a pesquisa funcionou como uma base para ser um auxiliar na inclusão do uso das mídias digitais por indivíduos de diferentes experiências culturais e faixas etárias da sociedade.

A pesquisa teve como objetivo geral apontar os métodos de comunicação do design minimalista para as diferentes faixas etárias dos usuários de materiais digitais. E baseou-se em objetivos específicos como: a contextualização dos elementos da comunicação no design - forma como o código e canal apresentados pelo material digital comunicam a mensagem ao usuário, também estudou a interferência comunicacional (ruído) e envolvimento do receptor, apresentou fundamentos sobre a

influência cultural e de gerações no entendimento digital e compreendeu a elegibilidade, aplicabilidade e usabilidade do minimalismo em conteúdos digitais.

2 Desenvolvimento

2.1 Metodologia

A pesquisa realizada é do tipo qualitativo e descritivo, foi baseada em livros, artigos de revistas científicas, publicações de profissionais com teor científico que estão relacionados à área da comunicação e design, apontados através de buscas realizadas nas seguintes bases de dados: Scopus, Scholar Google, Google Livros, ACM Digital Library e bibliotecas.

Os artigos que foram pesquisados fazem parte dos trabalhos publicados no período de tempo de 20 anos, entre 2002 e 2022, e as palavras-chave utilizadas para a busca foram: comunicação, tecnologia digital, design, minimalismo, design minimalista, geração digital, usuário, inclusão e cultura digital.

2.2 Resultados e Discussão

2.2.1 Elementos da Comunicação no Design: Código e Canal

A comunicação é uma parte muito importante em qualquer área da vida do homem moderno. No centro universitário por exemplo, a comunicação é essencial para desenvolver projetos em equipe e esclarecer as opiniões entre mensagens a serem transmitidas, e é claro que quando utilizada da forma mais simples o possível, a mensagem torna-se compreensível e conseqüentemente, com maior taxa de adesão dos colegas à ideia, quando isso é explicado através de um desenho por exemplo, a ideia expressa ainda mais clareza na comunicação.

Outro exemplo que pode ser citado é o plano de recrutamento de clientes para uma empresa. Toda companhia precisa de um meio de comunicação para alcançar o seu público alvo, e esta comunicação quando realizada de maneira objetiva, através de postagens gráficas em mídias sociais por exemplo, recebe rapidamente a atenção das pessoas, além de um retorno positivo quanto ao compartilhamento de sua postagem por parte do próprio público consumidor.

Mas para que exista essa efetividade na comunicação realizada, é importante pensar na mensagem não verbal, de acordo com as palavras da autora e desenhista Dondis (2007, p.77) “na comunicação visual, o que é visto é tão importante quanto o que é dito. [...] O tom de voz e o gesto da mão podem ser substituídos pelos tons de

cores e pelas formas da composição" e deste modo, a mensagem não verbal é considerada um código - conjunto de sinais que transmite a mensagem, de muita importância para a comunicação, pois carrega a maior parte da atenção do leitor, ou seja, os elementos visuais do design na peça gráfica, são os primeiros responsáveis pela adesão daquele que é comunicado.

Os designers criadores de peças gráficas, utilizam principalmente do canal virtual, em outras palavras, dos meios eletrônicos, para transmitir tais mensagens com velocidade, e neste contexto, como apresentado anteriormente, existe a preocupação da clareza ao se comunicar com o leitor ao utilizar da linguagem não verbal, para exemplificar, utiliza-se do exemplo das diferenças entre um livro físico e o mesmo livro publicado em meios digitais: o design editorial é responsável por toda a composição dos elementos do livro, sejam estes elementos verbais ou visuais, como as imagens na página, que serão percebidas pelo leitor do livro impresso de maneira que recebam destaque, pois geralmente, ocupam uma página inteira.

Entretanto, quando no meio virtual, os elementos são pensados de forma diferente, apesar da mensagem ser a mesma, a apresentação do conteúdo é entregue ao leitor com uma outra organização, como uma página corrida e tamanhos diferentes nos elementos, essa mesma imagem pode aparecer de tamanhos menores e não ocupar uma página inteira como no livro físico.

Isso acontece pois a tecnologia permite a ampliação de todos os elementos virtuais na tela digital, não sendo necessário representar tudo do mesmo jeito e tamanho como é no mundo real, ou seja, utiliza-se de outro canal com outro código para entregar a mesma mensagem, entretanto a interação de ampliar uma imagem, ou encontrar o botão correto para salvar a imagem por exemplo, faz o usuário pensar além do esperado ao consumir o livro, pois ele acessa o livro virtual com a expectativa de que somente irá gastar energia para realizar o ato de ler.

Com o intuito de que o usuário pense menos e aja mais, além das possibilidades, os comunicadores também precisam planejar a facilidade de entendimento e interação do público com os elementos e ferramentas dispostas na página virtual, Krug (2008, p.15) afirma que "quanto menos o usuário precisar pensar para interagir com um site, mais provavelmente ele realizará a tarefa que deseja e mais provavelmente voltará ao site." Para isso, todo esse código do material digital deve comunicar-se de forma objetiva e intuitiva, assim como nota-se no princípio da comunicação através do design minimalista.

2.2.2 Interferência Comunicacional

Contextualizou-se o porquê de o planejamento da comunicação de um material digital optar por apresentar elementos simples e ferramentas objetivas, fáceis de o usuário interagir. Entende-se que por consequência, o usuário irá relacionar-se mais e retornar à utilizar aquele material novamente no futuro, porém, o conteúdo como um todo, pode ser considerado um ruído comunicacional, pois mesmo que a ideia proposta seja colocada em prática de maneira ótima, entregando o material digital ao usuário amigavelmente, essa interação também depende muito do envolvimento do usuário, é um fator essencial, pois se ele não tem o desejo de estar ali utilizando aquele material, então não haverá comunicação, e sim uma mensagem com ruído, de acordo com as palavras do autor Don Norman (2008, p.94):

O envolvimento do usuário é um aspecto chave do processo de design emocional. Para criar produtos que os usuários realmente amem, é preciso envolvê-los desde o início [...] entendendo suas necessidades, desejos e aspirações.

Entender como envolver o usuário torna-se então, o primeiro passo para a construção de um material digital, e o conceito de perfeição nunca fará sentido em um projeto, pois muitas vezes o usuário não tem interesse de acessar o conteúdo porque está utilizando de maneira forçada ou obrigatória, e ao deparar com sua primeira dúvida, ocorrerão críticas, e nesse momento, entra o papel do designer responsável pela criação deste material digital, de despertar o interesse do receptor de modo que crie uma relação entre o usuário e o canal de maneira inconsciente.

O usuário, mesmo sem ter suas expectativas atendidas, não entenderá o porquê de adquirir um gosto por algo que não estava disposto a utilizar, mas devido ao bom planejamento dos elementos gráficos e das ferramentas objetivamente dispostas no material, apresentando um design minimalista, este usuário, de maneira subliminar, tenderá a sentir-se confortável para continuar interagindo por vontade própria.

Alguns elementos isolados também podem ser considerados um ruído na comunicação, o qual atrapalha o desejo de interação do receptor com o design, mesmo quando ele tem interesse em acessar o material digital por vontade própria. Isso acontece quando algum botão ou ferramenta, por exemplo, encontra-se fora da grade de alinhamento quando comparado aos demais.

A sensação de estranheza que o usuário recebe, transmite a mensagem de maneira errada, e torna a utilização desconfortável visualmente, pois não há um

equilíbrio, tornando o elemento desconexo e destacado negativamente. Neste caso, o usuário entende inconscientemente que a mensagem não está sendo comunicada de maneira fluída e com clareza.

Outro ponto que exemplifica ruído, e desconforto visual causado no usuário, é apresentado através da linguagem verbal, como quando uma frase não termina na mesma linha, e apenas uma palavra fica isolada na última linha do parágrafo, o que chama-se de “viúva” no design, ela atrapalha a comunicação como um todo, de modo que não pode acontecer.

Já é de costume dos usuários terem preguiça de ler todo tipo de informação escrita que o material digital pode apresentar, e quando não comunicado de forma equilibrada, a tal “viúva” no texto por exemplo, causará ainda mais problemas na comunicação, e conseqüentemente, na usabilidade do conteúdo por parte do usuário. Segundo Krug (2008, p.67) “quando se trata de design, o equilíbrio visual é crucial, e a falta dele pode tornar uma página difícil de ler e entender.” Considera-se que este pensamento e preocupações com o equilíbrio habitam na mente do designer no momento da criação e arranjo dos elementos, sejam estes verbais ou não, para assim, pensar em solucionar o problema de envolvimento com o usuário.

Nos últimos tempos, apenas uma comunicação objetiva e fluída com o receptor não tem sido suficiente para satisfazer o desejo de interação do usuário com a plataforma, página ou conteúdo digital, de acordo com Don Tapscott:

Os usuários agora querem não apenas consumir conteúdo, mas participar de sua criação. [...] As empresas precisam entender que a era da interferência comunicacional está chegando ao fim, e precisam projetar suas plataformas para permitir que as pessoas se envolvam ativamente na criação de conteúdo e na cocriação de valor. O design deve ser centrado no usuário e permitir a colaboração e o pensamento construtivo. (TAPSCOTT, 2008, p.57, tradução nossa⁶).

Entende-se que já é preciso adaptar a criação dos conteúdos de modo que o usuário contribua e torne-se parte dele, dessa forma, o material certamente atenderá os desejos e necessidades do consumidor, contribuindo para uma comunicação objetiva, que envolve o receptor.

⁶ Texto original: "Users now want not just to consume content but to participate in its creation. [...] Companies need to understand that the era of broadcast communication is coming to an end, and they need to design their platforms to allow people to actively engage in content creation and value cocreation. Design must be user-centric and allow for collaboration and constructive thinking."

2.2.3 Influência das Gerações no Entendimento Digital

Desde a disponibilização da internet ao público em massa, ocorreu uma grande aderência de usuários em todos os tipos de conteúdos disponíveis pelo meio digital, entretanto, ainda nota-se uma diferença de utilização quando são comparadas as faixas etárias do público.

Em grande parte desses usuários, a terceira idade esteve por um longo período de tempo, em desacordo com o uso dos canais digitais. O medo do novo, do desconhecido, ou da complexidade de utilização foram respostas como explicações para o receio da própria classe que assistiu o mundo mudar para uma era digital.

Entretanto, após observarem as gerações mais jovens utilizarem constantemente das novas tecnologias de comunicação, como seus *smartphones*, *tablets* e computadores para acessarem a internet, e se conectar com outras pessoas em tempo real, uma parte da terceira idade a descobriu como um meio facilitador do cotidiano, como por exemplo: a pesquisa rápida em navegadores para descobrir ou relembrar uma receita culinária, mesmo que apenas alguns deles.

Já as gerações mais jovens, nasceram envolvidas no meio digital, e em constante evolução tecnológica, e esses, adaptaram-se ainda mais rápido à sua utilização de modo que, chegaram até mesmo a depender de tal tecnologia para realizar as ações mais simples da vida cotidiana, como realizar uma conta na calculadora ou tudo aquilo que anteriormente era realizado através do esforço mental do próprio homem.

Essa utilização da tecnologia como primeira opção de ferramenta tornou-se um conceito comum que se expandiu muito rápido. Estudiosos que costumavam frequentar bibliotecas fisicamente, hoje encontram todo o conteúdo e muito mais dentro das bibliotecas virtuais acessíveis de qualquer telemóvel, por exemplo.

Todo o conhecimento passou a estar disponível na palma das mãos dos usuários e a alguns cliques de distância, pois o canal digital revolucionou o processo. Baseado no pensamento do autor Nicholas Negroponte (2003), a Internet é uma representação enorme de muito mais do que ela contém. É uma ferramenta para comunicação, colaboração e também para compartilhar conteúdos de uma maneira nunca vista antes. Isso revoluciona a forma de fazer negócios, de aprender, e de entender como descobrir. Por isso é importante pensar em como essas mensagens estão sendo transmitidas aos usuários, e o papel do design é apresentar esses elementos e realizar a comunicação para com todos os consumidores de maneira sucinta.

Nota-se como o design esteve presente desde o início da globalização da tecnologia, apresentando organizações de elementos visuais das páginas, e outros materiais digitais, ao mesmo tempo que as diferentes gerações de usuários utilizaram e cresceram com a grande internet.

Cada período representou, a partir do entendimento cultural da época, uma maneira diferente de se comunicar com esses usuários através do design, desde os primeiros conceitos, com linhas geométricas, passando pelo movimento da *Art Déco*, da *Pop Art*, de outros movimentos com curvas exageradas, daquilo que era considerado “errado” apresentado como o correto, até o movimento do *Metro design*, com seus gradientes presentes por toda parte.

Todos os estudos da arte levaram às últimas décadas, onde a forma visual encontrada para representar a comunicação com velocidade e facilidade de entendimento geral dos internautas da atualidade, foi o design minimalista, pois este utiliza das formas mais comumente conhecidas, através do uso de somente os elementos importantes para a mensagem “como as formas geométricas, as superfícies planas e de cor neutra, a simplicidade e a literalidade” (FLORES, 2007, p.2) considerando ser um visual amigável, e desse modo, obtém-se uma resposta positiva dos usuários atuais, pois muda a forma como passam a enxergar os conteúdos digitais que consomem, e desperta um desejo de interação maior com o material.

Devido à facilidade de entendimento dos signos e ícones simples apresentados pelo design minimalista, as diferenças culturais não são mais enxergadas como barreiras na comunicação. Segundo o autor Lima (2008) à respeito do pensamento de Otto Neurath, considerado pioneiro no design moderno: “defendia que a linguagem escrita era insuficiente para a transmissão de informações complexas e que era preciso encontrar uma forma mais acessível e universal de comunicação, capaz de superar as barreiras culturais e linguísticas.” Utiliza-se na criação de materiais gráficos, os símbolos, que são universais, assim como desenhos e pictogramas substituindo muitos elementos que antes eram verbais, pois representam uma ideia generalizada e também entendida subconscientemente por todos os usuários, independente da idade ou geração.

Algo que tornou-se uma influência cultural, pois já está presente nas crianças de hoje, influenciadas pelas gerações anteriores, elas já entenderam o conceito de uso do canal digital e todo o mundo virtual por sua facilidade apresentada através do

minimalismo, e elas querem participar da criação do conteúdo e também querem agregar valor individualmente, deixando de lado a ideia de ser somente um receptor passivo.

Entretanto, mesmo com toda essa representação amigável dos elementos virtuais, é notável que ainda há uma diferença discrepante entre as faixas etárias dos usuários que são realmente adeptos aos materiais digitais.

2.2.4 Elegibilidade, Aplicabilidade e Usabilidade do Minimalismo

Alguns designers da modernidade apontam o canal digital como um avanço constante na tecnologia, que não para pois se renova a cada instante, e a cada nova necessidade encontrada pelo homem. Direcionar a atenção na carência do público usuário torna-se o primeiro passo para entender a quem as tecnologias pertencem, e a quem elas servem.

Como dito anteriormente, alguns grupos de usuários de faixas etárias distintas, não se sentem à vontade para adaptar-se ao uso contínuo dos meios digitais, e há vários fatores que podem ser considerados prováveis motivos para tal receio.

Ao pensar no exemplo do uso de um computador, pode-se citar as diversas ferramentas e maneiras de utilizá-lo: são muitos botões e atalhos diferentes que realizam inúmeras funções, além disso, cada programa instalado na máquina ou site acessado através dos navegadores apresenta um *layout* diferente, o rosto de cada serviço, programa, ou produto é único e carrega consigo uma identidade visual única que é aplicada em cima dessa página digital, confundindo ainda mais o usuário. Dito isso, é compreensível a sensação de desconforto por alguns públicos.

Neste cenário, o design minimalista, com seus elementos básicos e objetivos, pode ser utilizado como ferramenta para despertar o desejo dos usuários, de modo que os faça pensar menos, e não preocupar-se tanto com seus receios e medo do desconhecido, seguindo a linha de pensamento do autor Rafael Cardoso (2012), ao diminuir os tamanhos e livrar-se daqueles elementos que são desnecessários, o criador do conteúdo garante uma experiência de interação objetiva ao usuário, de modo que ele foque na tarefa e não se distraia. Compreende-se que ao aplicar o minimalismo no *layout* do conteúdo digital proposto, ele será elegível para todas as faixas etárias, devido a facilidade de navegação que ele aplicará, e deste modo, não existe público direcionado ao consumo, qualquer pessoa irá se sentir confortável com ícones de fácil acesso e compreensão, servindo a todos.

Além disso, o design minimalista permite a integração de valores ao conteúdo por parte do próprio usuário, de modo que ele entenda instintivamente como utilizar as ferramentas, visualmente disponibilizadas na página, e as transforme em conteúdo de valor através de seu intelecto e criatividade individual.

Um exemplo disso são as mídias sociais, onde grandes e diversos grupos de usuários internautas juntam-se virtualmente para interagir entre si através do compartilhamento de postagens verbais, expressando opiniões e relatos, ou não verbais, expressando sentimentos, piadas, fotografias de lembranças, vídeos de sua rotina, e muitas outras coisas.

Para que haja um relacionamento da plataforma com o usuário, o design minimalista apresenta as funções disponíveis em elementos representados por formas geométricas simples, que partem do princípio da continuação de uma mesma identidade visual, que se repete em todos os ícones, inconscientemente guiando-o até a funcionalidade correta para sua ocasião de consumo e interação.

Neste cenário, onde todos interagem e compartilham, pode-se dizer que tais plataformas pertencem a todos, e o minimalismo pode ser utilizado como ferramenta ao arranjar os elementos nas páginas, de modo que torne-se um guia e orientador à interação das diferentes faixas etárias das quais ainda não se sentem incluídas no meio, ou até mesmo as pessoas portadoras de deficiências, de acordo com a autora Williams (2009, p.70) "o design minimalista também pode tornar o produto acessível a pessoas com deficiências, uma vez que a simplificação dos elementos visuais torna mais fácil a compreensão do produto." O design minimalista dá apoio a muitos tipos de inclusão, pois é um facilitador dos elementos propostos no mundo virtual, que procura entender as necessidades dos usuários e que convida todos à interagir com os *layouts*.

Ao pensar na usabilidade com foco no usuário, nota-se um forte aspecto do design minimalista, pois prioriza sempre colocar as necessidades do consumidor em primeiro plano, sacrificando ideias mirabolantes da identidade visual do serviço ou produto em questão, de acordo com Krug (2008, p.16) "usabilidade realmente se resume a tornar as coisas mais fáceis, menos confusas e mais intuitivas para nossos usuários." Em prol de uma apresentação limpa da página, para que o público entenda o que está fazendo e encontre onde quer chegar, ou o que deseja fazer com as ferramentas disponíveis contando com velocidade e facilidade no processo.

3 Conclusão

Nesta pesquisa contextualizou-se os elementos gráficos normalmente organizados em um *layout*, as suas figuras, e outros elementos não verbais, como um código responsável pelas primeiras impressões do usuário, importante aspecto presente principalmente no canal digital.

Durante a pesquisa concluiu-se que ruídos podem estar presentes na comunicação desses *layouts*, que são elementos isolados ou também a mensagem como um todo, como o desejo de envolvimento ou não, do próprio receptor para com o meio, apontando a terceiridade como a faixa etária em desequilíbrio dos usuários do canal, por conta de seu receio para com a tecnologia digital, baseando-se nas gerações mais jovens, que já nasceram envolvidas e ainda somam com o desejo de interagir com o meio digital para criação de valor individual.

Compreendeu-se o design minimalista como melhor opção de construção visual de uma página ou plataforma, pois apresenta-se como um meio de inclusão das faixas etárias menos participativas da era digital, devido ao seu modo limpo e amigável de organizar os arranjos no material virtualmente, que remove os elementos desnecessários e complexos, facilitando o entendimento do conteúdo e garantindo aplicabilidade e usabilidade ao material.

A pesquisa realizada permitiu o entendimento sobre o minimalismo moderno, que também procura analisar os desejos e gostos dos usuários, adaptando-se ao melhor formato disposto de elementos simples e geométricos, além disso, ainda abre a possibilidade de interação com os elementos e ferramentas virtuais dispostas no design, elegendo-se ao fácil aprendizado de todo o público digital.

De acordo com o que foi pesquisado, conclui-se que na atualidade o design minimalista tem as funções necessárias para servir como ferramenta para a inclusão no meio digital, seja direcionada aos usuários de uma faixa etária específica, ou até mesmo, direcionada a pessoas portadoras de deficiências.

Após a conclusão, a pesquisa realizada levanta a reflexão de que o avanço das tecnologias digitais, baseado no comportamento e necessidade dos usuários, precisa estar constantemente em estudo, pois manter-se fiel à um único conceito que faz sentido hoje, sem pensar nas mudanças e no futuro, pode alterar o cenário da aplicabilidade dos elementos gráficos no design, ou até mesmo alterar elegibilidade do material, afetando os usuários que sentem-se incluídos através do design minimalista.

Referências

CARDOSO, R. Design para um mundo complexo. São Paulo: Cosac & Naify, 2012.

DONDIS, D.A. Sintaxe da Linguagem Visual. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

FLORES, V.M.E. Minimalismo e pós-minimalismo: forma, anti-forma e corpo na obra de Robert Morris. Covilhã: Livros LabCom, 2007.

KRUG, S. Não me faça pensar: uma abordagem de bom senso à usabilidade na web. Rio de Janeiro: Alta Books, 2008.

LIMA, R.C. Otto Neurath e o legado do ISOTYPE. InfoDesign, v.5, n.2, 2010. doi: 0.51358/id.v5i2.54.

NEGROPONTE, N. A vida digital. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.

NORMAN, D.A. Design emocional: por que adoramos (ou detestamos) os objetos do dia-a-dia. Rio de Janeiro: Rocco, 2008.

TAPSCOTT, D. Grown up digital: how the net generation is changing your world. Reino Unido: McGraw-Hill Education, 2008.

WILLIAMS, R. Design para quem não é designer. São Paulo: Callis, 2009.