

## **2.2 As justificativas do tema**

Para uma defesa concisa da justificativa de seu projeto vários fatores e agentes podem ser abordados, sempre com uso de cenários e dados comprováveis que demonstrem a originalidade científica. Nesta etapa é importante realizar reflexões que o levem aos motivos de sua preferência pela temática, questione-se sobre o propósito do estudo, as investigações propostas, métodos a serem aplicados e os resultados que você espera obter e por quê. É possível destacar algum benefício ou vantagem para indivíduos ou instituições. Pense na justificativa como uma argumentação que enaltece os pontos positivos de sua pesquisa com o objetivo de convencer os leitores e avaliadores sob perspectivas que possam surgir de diversas naturezas:

### I. Pessoais

As inclinações que te levam a escolha da temática, pode surgir a partir de uma facilidade ou habilidade. Geralmente atividades desenvolvidas no cotidiano ou mesmo um passatempo podem despertar interesse pela exploração acadêmica. Inspirações também são fortes motivadores na busca de conhecimento, canalizar essa vontade pode trazer ganhos ao processo investigativo. Desejos ou mesmo compromissos específicos com os possíveis resultados da pesquisa muitas vezes levam o pesquisador a direcionar esforços que sustente sua jornada científica e podem ser utilizados como argumentos para sua execução. Essas inclinações podem lhe proporcionar mais confiança e prazer no desenvolvimento das atividades.

### II. Profissionais

Defender os motivos que possam impulsionar sua carreira dentro ou fora de uma instituição, exposição pessoal ou aderência de seu nome com a temática proposta são bastante compreensíveis. Enquanto pesquisador você desprenderá grande tempo, dedicação e energia em benefício de sua pesquisa. São investimentos na busca por oportunidades em um mundo cada dia mais concorrido e conectado. Nesse sentido, chegar a resultados que possam de alguma forma coadjuvar com seu sucesso é argumento fundamental para qualquer desenvolvimento acadêmico com interesses profissionais. Uma vez que suas afinidades foram analisadas está na hora de você se promover.

### III. Empreendedoras

Como parte de um plano de negócios onde os resultados possam ser úteis para análise de viabilidade de um produto. Já que em muitos casos a pesquisa apoia vieses empreendedores. Fazer uso de argumentos construtivos do ponto de vista profissional é cada vez mais constante na academia principalmente em programas de pós-graduação profissionais como mestrado e doutorado que buscam juntamente impactar a sociedade com uso da práxis. Esse novo posicionamento do ensino vem chamando a atenção do mercado que em muitos casos são partícipes no desenvolvimento de investigações que buscam respostas para problemas e desafios mercadológicos.

### IV. Acadêmicas

Na academia contribuições fruto de pesquisas ainda não propostas são importantes e frequentemente possíveis. Para isso deve-se estar atento a produção acadêmica já produzida, o uso de métodos como a revisão sistemática são fundamentais para que o pesquisador tenha um panorama sobre o universo produzido. Estudo dessa natureza sempre devem ser realizados uma vez que seus resultados possam ser utilizados por outras pesquisas ou motivar estudos complementares fomentando a continuidade na construção de conhecimento e assim prover diferentes perspectivas para outras indagações e (ou) gerar conjunção como também abordado no item 2.4.

## V. Instrucional

Com a popularização de dispositivos digitais e altos índices de conectividade entre a população surgem oportunidades para o design de interfaces: ensino a distância, plataformas *e-learning*, aplicativos, audiovisuais e manuais digitais são alguns dos exemplos que vem sendo empregados como apoio ao ensino. Projetar ambientes mais amigáveis e com boa usabilidade requer conhecimentos de ergonomia, semiótica, linguagem visual, comportamento de uso e tantas outras disciplinas do design. Se o seu projeto possui características instrucionais evidencie essas preocupações em sua justificativa como parte de uma tendência promovida pelos avanços tecnológicos e comportamento de uso que se torna a cada dia mais digital.

## VI. Sociais

Promover discussões acerca de movimentos sociais e reflexões a partir de temas que possam impactar em melhorias para a sociedade tem grande mérito. As rupturas de naturezas globais, tecnológicas, climáticas e por que não governamentais alteram de forma drástica a sociedade e o meio em que vivemos. A busca por maior compreensão de aspectos comportamentais diante dessas frentes não deixa de ser um compromisso com a ciência e humanidade. Muitos fenômenos se bem trabalhados podem contribuir inclusive com respostas projetuais para muitas das causas que desorientam uma evolução natural e sadia do homem.

## VII. Culturais

Muitos são os ganhos do desenvolvimento de estudos nessa área. Inclusão, apoio a causas, arte, manifestações culturais e de identidade. Temas que geram inúmeras demandas para a promoção de conteúdos e melhorias estruturais para a disseminação e fortalecimento da cultura. Sendo ela local, regional, nacional ou internacional, sem dúvida podem valorizar os propósitos de seus objetivos. Também pela valorização e compromisso com possíveis contribuições que o projeto pode trazer/gerar para a sociedade/humanidade.

## VIII. Históricas

Resgates de experiências e(ou) acontecimentos passados muitas vezes são necessários para revisões ou análises diacrônicas que buscam a

observação de fenômenos ou características em um intervalo de tempo. Por vezes os resultados diacrônicos contribuem com a evolução de projetos uma vez que trazem à tona elementos lotados de informações que podem evitar retrabalhos, dar subsídios para análises mais assertivas e consolidar a busca pelo inédito. Isso posto, pense na delimitação temporal como um possível argumento para seu projeto de pesquisa.

#### IX. Político/legais

Aprofundamentos analíticos com foco em definições legais ou políticas em um país de grande extensão como o Brasil devem ser realizados com ponderação para projetos de design. Licenciamentos de marcas e produtos, patentes de invenção e regulamentações de algumas operações podem sofrer variações de acordo com a região. Abordar esse tipo de assunto pode significar grandes contribuições para o desenvolvimento regional. Verifique o cenário político/legal de sua região e quais influências ele pode exercer em sua pesquisa.

#### X. Mercadológicas

Lacunas ainda pouco abordadas ou inéditas no mercado inclusive com objetivo comercial são frequentemente trabalhadas, são grandes as possibilidades de ganhos tanto em diferenciais competitivos que podem surgir com a investigação como também a premissa comercial de possíveis descobertas. O ineditismo é cada vez mais valorizado, portanto defenda os interesses de sua proposta ela pode gerar valor e ser finalizada com grande interesse por parte da comunidade empresarial.

#### XI. Industriais

Busca por soluções estruturais como estudos de casos específicos na manufatura de produtos, materiais e sistemas produtivos que possam trazer melhorias de performance e (ou) aumento da qualidade. Outro aspecto é a possibilidade de criação e patente de novos produtos com chance de transformar-se em diferenciais competitivos para a indústria em sua arena de competição uma vez que essas alternativas sejam fruto de pesquisa e investigação.

#### XII. Institucionais

Em alguns casos a necessidade por uma pesquisa surge em ambientes institucionais onde a falta de estrutura e(ou) conhecimento técnico/científico acabam por apoiar o surgimento interno de programas de capacitação e bolsas de estudo. Dessa forma ingressas na universidade para o desenvolvimento de projetos direcionados para instituições vem sendo uma constante nas academias. Investigue em sua empresa se não existe esse interesse, pode ser que a partir de uma necessidade institucional surja uma parceria.

#### XIII. Tecnológica

Quando os objetivos de sua proposta envolvem a descoberta e aplicação técnico científica na transformação de ferramentas, processos, artefatos e técnicas a partir dos conhecimentos obtidos pelo estudo a ser realizado. Argumente o quanto de inovação e autenticidade os resultados esperados por sua pesquisa podem proporcionar independente da área ou segmento. Lembre-se que a ciência proporciona continuidade e suas descobertas podem servir de referência ou inspiração para novos estudos.

#### XIV. Ambientais

Sensibilizar a importância de mudanças metodológicas, de valores e comportamentos em benefício do meio ambiente. Outro aspecto bastante relevante na atualidade são estudos para descarte e reuso de resíduos algo que vem se tornando um problema cada vez maior para as indústrias. Preocupações nesse sentido vem promovendo uma grande demanda por pesquisas acadêmicas. Sua proposta está em acordo com estas preocupações?

#### XV. Internacionais

Em um mundo cada dia mais globalizado não é difícil pensar em necessidades comuns entre várias nações, abordar temas que se justifiquem independente de fronteiras vem sendo a realidade de muitas pesquisas. Resultado disso são as publicações de artigos em revistas e eventos internacionais, convênio entre instituições para a formação acadêmica e até mesmo intercâmbio podem contribuir com o surgimento de propostas.

#### XVI. Geográfica

Concentrar seu estudo em impactos direcionados a determinada população, região ou comunidade pode ser um ótimo argumento para a delimitação do tema. Outros elementos influenciadores podem se dar por variações climáticas, de relevo, vegetação ou proximidade com mar, rios, zonas agrícolas ou urbanas. Quando sua proposta está sujeita a essas forças é importante destaca-las com direcionamento claro do que se pretende.

#### XVII. Demográfica

Quando exequível a aplicação de filtros para uma melhor divisão dos agentes de uma amostra. A partir de variáveis como idade, sexo, renda, ocupação, religião entre outros fica evidente a segmentação do design para respostas focadas no usuário. Quando a pesquisa envolve pessoas temos de considerar a importância de necessidades específicas ou de nicho para resultados mais assertivos.

#### XVIII. Psicográfica

Pondere que ou quando analisar pessoas sua investigação não deve ser pautada apenas em características demográficas. Estilo de vida, personalidade e consumo, podem representar novos fatores para a delimitação

temática. Diante disso o design vem sendo empregado no desenvolvimento de produtos e serviços específicos para cada personalidade.

#### XIX. Comportamentais

Em ocasiões onde a disposição e motivação influenciam a utilização, atitude e benefícios procurados no consumo. O comportamento das pessoas se alteram diante de diferentes contextos. Investigar essa relação é de extrema relevância para a área do design e suas aplicações mercadológicas, que frequentemente estão centradas no usuário. Para qual contexto seu projeto está direcionado?

O uso desses argumentos pode justificar a necessidade e relevância de sua proposta e as contribuições que ela possa produzir. Assim, questione-se sob quais aspectos apresentados é possível levantar e apresentar dados fundamentados que chamem a atenção para a importância de sua pesquisa. Divulgar essa parte de seu projeto pode inclusive ser uma boa oportunidade para a conquista de apoio e subsídios para a viabilidade de sua proposta.