

compreender o papel da tecnologia como mediador da comunicação.

É evidente, portanto, que diversos autores, como os citados nos parágrafos anteriores, ressaltam a importância da comunicação no design colaborativo, considerando a comunicação como sendo um fator determinante e até mesmo essencial para o desenvolvimento de projetos.

É possível sugerir então, que o estudo da comunicação face a face na colaboração do design pode impulsionar a inovação fornecendo reflexões teóricas e relatos da prática que gerem melhorias na comunicação em uma organização ou equipe, aumentando a qualidade do processo e dos novos produtos desenvolvidos e; servindo como fundamento para inovações tecnológicas, relacionadas ao desenvolvimento de plataformas de colaboração.

Considerando os estudos sintetizados nas sessões anteriores, é possível afirmar que o campo teórico da comunicação no design colaborativo está sendo, aos poucos, desenvolvido e aprofundado. Os estudos demonstram uma série de complementaridades em termos dos aspectos da comunicação considerados, além de inúmeras congruências em seus resultados.

A identificação dos conteúdos expressos durante o design colaborativo permite um entendimento mais aprofundado da natureza das informações necessárias durante o desenvolvimento de um novo produto. Foi possível observar que as informações incluem o conteúdo do design assim como o processo do grupo [20]. Incluem também o “o que”, “como”, “porque”, “implicações do design” e “motivos da tomada de decisão” [19]. Além disso, nas interações com o usuário é reconhecido que parte das trocas internacionais tem como objetivo manter a continuidade da conversa e que grande parte das contribuições dos usuários se relacionam a descrição do atual contexto e uso e dos aspectos funcionais passíveis de serem nomeados [13]. Tal entendimento permite a seleção ou desenvolvimento de plataformas nas quais seja possível comunicar todos esses tipos de conteúdos identificados como presentes nas interações de design, garantindo uma troca de informações completa.

O conjunto de estudos que abordam as características da comunicação nas diferentes etapas do projeto, possibilitam a compreensão do valor das diferentes linguagens e sua forma de manifestação ao longo do desenvolvimento de um produto. No início do projeto a linguagem verbal e expressões não verbais mostram-se mais relevantes e a medida que o projeto avança as representações visuais vão ganhando espaço, significado e complexidade. O corpo, que era inicialmente utilizado para demonstrar ideias passa a ser instrumento de teste de uso. A compreensão da função e das necessidades das linguagens durante as etapas do projeto permite uma definição mais consciente dos momentos em que uma equipe irá interagir de forma síncrona, assíncrona, presencialmente ou a distância. Permite também, de forma semelhante ao conhecimento dos conteúdos abordados, a seleção de plataformas de interação adequadas para cada etapa.

Para compreender os comportamentos de comunicação em grupos, é necessário considerar o contexto de sua ocorrência [29]. Os estudos relatados anteriormente corroboram esta afirmação. Demonstram que a estrutura organizacional, interdependência de tarefas, estilo de liderança, coesão e identidade organizacional, pressões sociais, percepção de status, entre outros aspectos, impactam e são fatores determinantes da qualidade da comunicação e, conseqüentemente, do produto final. Portanto, a análise unicamente de um quadro comunicacional ou de uma estrutura de fatores, isolados de afirmações, se mostra inadequada para a compreensão da comunicação como um todo [29].

Ao colocar tais estudos lado a lado, foi possível observar também lacunas ainda não preenchidas pela literatura.

A comunicação é uma disciplina complexa e por isso assume uma tendência a abordagens segmentadas e reducionistas, ou seja, uma tendência de que estudos que pretendem explicar um fenômeno de diversos níveis se concentrem em apenas um [30]. Apenas três dos estudos investigados [22-2-24], trataram a comunicação de maneira holística, ressaltando várias facetas do fenômeno da comunicação no design. Portanto, uma das lacunas identificadas refere-se