

# Capítulo 24

## Design e narrativas: trajetória de significados

Adriana Galli Velho e Júlio Carlos de Souza van der Linden

### Resumo

Este trabalho articula referências da teoria do design que consideram os aspectos intangíveis dos artefatos, procurando estabelecer uma conexão entre o material e o significado, através das narrativas. Dentro desta concepção, primeiro é desenvolvida uma coordenação entre produto e desejo, pelos aspectos simbólicos orientados pelo design, passando pela revisão da virada semântica de Krippendorff. Neste aspecto, a intenção é fornecer informações sobre a última trajetória do artificial do projeto, o discurso, para que, enfim, se consiga estabelecer um paralelo entre as histórias como elo de projeção de significados entre os artefatos e os usuários. Conclui-se, então, que, de fato, as narrativas, muitas vezes, através também da ferramenta *Storytelling*, podem contribuir para que haja esta conexão, visto que ela é condutora de engajamento, encantamento e ajuda a estabelecer contato com as memórias das pessoas, intensificando laços de significado atribuídos aos produtos.

**Palavras-chave:** design, narrativas, *storytelling*.

### 1 Introdução

Desde o momento em que o design passa a ser considerado para além da forma e função, assumindo os aspectos de significado que as pessoas nele projetam, passa-se a reconhecer ainda mais conexões com os aspectos econômicos, sociais e ideológicos que a atividade possa conceber, expressando valores e normas. (FORTY, 2013).

Por mais que a tecnologia seja importante para se construir uma linha constante de progresso e desenvolvimento econômico, a relação que as pessoas estabelecem com os objetos ainda é algo sensível e complexo. Desta forma, Krippendorff (2000), associa as fases em que o design está centrado no produto, passando a ser centrado no usuário, quando o designer percebe que o artefato tem que fazer sentido às pessoas, apoiando-se numa sociedade que se

constrói. (KRIPPENDORFF, 2007). Neste sentido, ele traça uma trajetória do artificial que percorre o caminho do produto ao discurso, pois, segundo o autor, as coisas possuem um significado para as pessoas e o designer tem que levar isso em conta em seus projetos. No caminho que percorre, ao chegar ao ponto em que evolui ao discurso, a história passa a ter relevância nesta conexão material. Krippendorff (2000, p. 92), ressalta que:

O discurso do design é o tipo de fala que desenvolve nossos futuros modos de vida dentro do mundo material. Através da linguagem decidimos o que o designer é. Através da linguagem negociamos e aceitamos deveres e narramos o futuro em que nossas intenções se tornarão reais.

Estas abordagens seguem uma linha de raciocínio fascinante que motiva a construção deste artigo na busca em compreender como as narrativas podem traduzir expectativas e projetar significados.

Para o desenvolvimento do objetivo principal acima relacionado, traça-se como objetivos específicos os seguintes:

- a) Compreender como o material chega ao significado na relação das pessoas com os produtos;
- b) Revisar a virada semântica, como base de entendimento do constructo para se projetar significados;
- c) Compreender como as narrativas podem potencializar o engajamento material, através do significado.

A linha metodológica está embasada na pesquisa qualitativa, através de revisão bibliográfica, utilizando-se a literatura de autores que se dedicam ao estudo dos artefatos que projetam significado. O artigo, quanto à revisão da literatura, está dividido em:

- O material que se eleva ao desejo;
- A virada semântica de Krippendorff e os efeitos do discurso;
- As histórias como elos de projeção de significados entre artefatos e usuários.

## 2 Desejos, significados e histórias

### 2.1 O material que se eleva ao desejo

Flusser (2007, p. 127) ao refletir sobre o mundo codificado, desenvolve uma linha de raciocínio sobre a perspectiva radical de que “o significado geral do mundo e da vida em si mudou sob o impacto da revolução da comunicação.” Com relação a isso, a análise é feita sobre a evolução alcançada pelas revoluções sofridas no mundo. Flusser (2007) afirma que, após a segunda guerra mundial, o uso das cores se intensificou, eliminando a cor sóbria e cinzenta que era atribuída aos artefatos. Hoje, as mensagens programadas a serem recebidas pelas pessoas, são enviadas em cores, revelando uma importância significativa aos portadores destas mensagens, intensificando poder aos códigos bidimensionais e, fazendo perder um pouco o efeito dos universos unidimensionais, como por exemplo, o alfabeto.

Da mesma forma, Bürdek (2005) discute que, ao que tudo indica, o simbolismo emerge com mais ênfase no século XX, visto que era dada maior importância às funções práticas em detrimento da criatividade induzida nestes processos, seguindo o lema “a forma segue a função”, deixando a forma ser conduzida mais pela intuição para otimizar o resultado do produto às vistas de seu utilizadores.

Bürdek (2005) afirma que o simbolismo é difícil de ser contextualizado nos projetos de design, pois não há um “dicionário de significados” para produtos. Assim, os significados podem ser interpretados de diversas maneiras, a partir de dados contextos sócio-culturais. Neste sentido, há uma necessidade de lidar com funções comunicativas múltiplas do design, pois a leitura de tais contextos se baseia em decifrar mercados nacional e global, visto que suas decodificações passam por processos diferenciados.

Observa-se que Flusser (2007) denomina o designer de astuto, malicioso, conspirador, para tanto, compara o design de uma alavanca que imita o braço humano, porém infringe as leis naturais, trapaceando ardilosamente. “[...] o design que está na base de toda cultura: enganar a natureza por meio da técnica, substituir o natural pelo artificial [...]” (FLUSSER, 2007. P.184).

Nesta abordagem de entender a cultura para se compreender como o material se eleva a desejo, Csikszentmihalyi e Rochberg-Halton (1989) refletem sobre como as pessoas processam as questões relativas ao comportamento de seus antepassados para que possam se relacionar com novas experiências. O contexto simbólico tem um peso muito forte na forma como as culturas se manifestam.

Com relação a esta compreensão, Forty (2007) indica que o design tem forte influência em moldar a forma como as pessoas vêem os artefatos. Para defender sua concepção ele utiliza o exemplo do rádio, que a princípio era uma caixa com emaranhados de fios, indesejável aos olhos humanos. Para tornar-se esteticamente mais aprazível, sofre a intervenção sofisticada do design, sendo este último uma atividade que disfarça a forma a qual se imagina que seria na realidade, tornando a aparência dos produtos aceitável, justificável e desejável.

Para que se possa compreender ainda mais esta linha de raciocínio, a seguir será analisada a virada semântica de Krippendorff, que apresenta a evolução de um modelo em que o design inicia-se focado no produto até chegar a seu cume, o discurso, observando-se o efeito das narrativas na proposta do design como prospectador de significados.

## **2.2 A virada semântica de Krippendorff e os efeitos do discurso**

Forty (2007), ao descrever a mudança no design, centrado na produção de bens manufaturados para o design centrado no humano, alerta para o fato de não se expor estas alterações à analogia de um processo evolutivo, visto que os artefatos não têm vida própria, mas há a intenção de uma propulsão ao progresso. Esta reflexão surge do fato de que os artefatos são feitos pelas pessoas e indústrias para as pessoas, numa relação que envolve pessoas, indústrias, sociedade e a própria venda destes produtos.

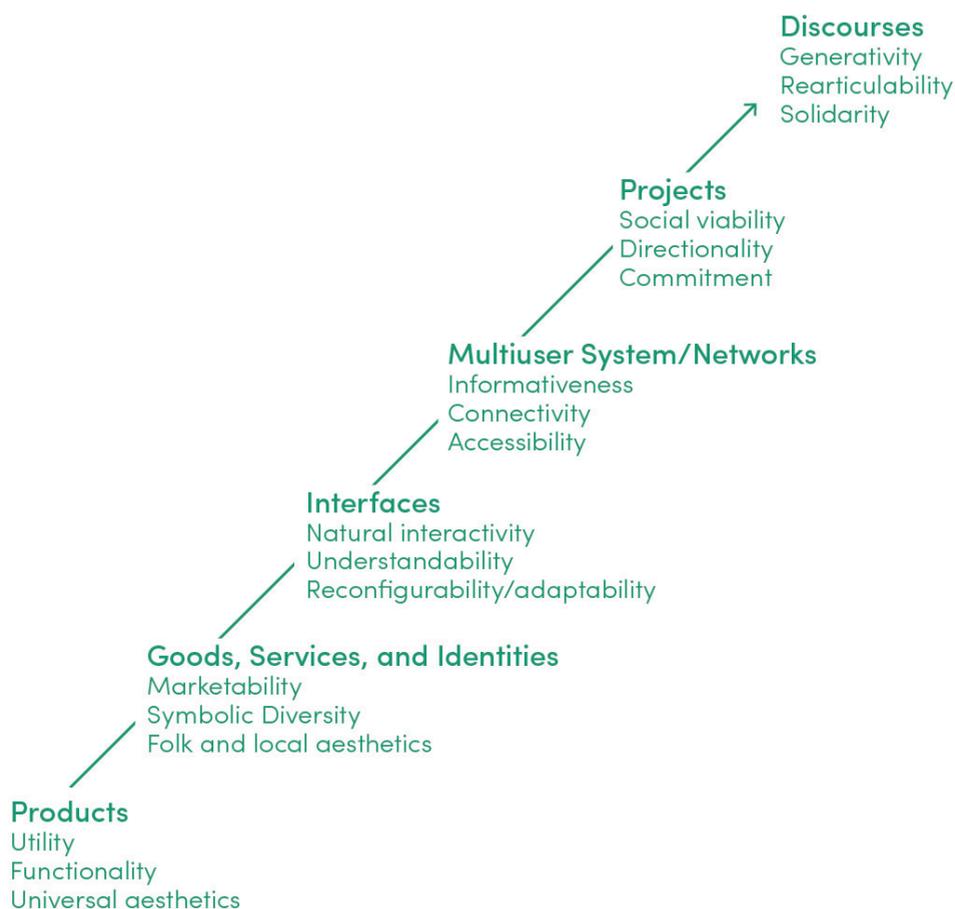
Da mesma forma, Forty (2007, p. 14) evidencia que a história do design se mistura com a história da própria sociedade, pois “o design afeta os processos das economias modernas e é afetado por eles.”.

Krippendorff (2007), também se preocupa em analisar estas viradas de contexto que os artefatos sofrem ao refletir sobre o espaço

que o design abraça, unindo aspectos sócios culturais, além de aspectos científicos, direcionando a uma cultura de projeto. Para tanto, reflete sobre as preocupações semânticas do design, que estão consubstanciadas filosoficamente, percebidas pelas propriedades que levam em conta o design centrado no humano, relacionando o que as pessoas respondem, além das propriedades físicas dos artefatos, às questões significativas culturais associadas a ele.

Por este aspecto, observa-se que a trajetória do artificial tem etapas bem delineadas, contextualizadas assim sob aspectos sociais, econômicos e culturais, definidos por épocas distintas, conforme a figura 1.

Figura 1: Trajetória da artificialidade



Fonte: Krippendorff (1997, p.91)

Refletindo sobre a virada semântica, Krippendorff (1997) parte da construção da trajetória da artificialidade a qual o design vem vi-

venciando ao longo do tempo. Segundo ele, apesar de ainda existir a preocupação industrial em se alocar esforços com relação à produção e funcionalidade dos artefatos, “[...] foi ultrapassado por muito, diferentes preocupações em um mundo que é infinitamente mais complexo, mais imaterial, e mais social em foco, um mundo no qual diversos discursos reinam lado a lado [...]”. (KRIPPENDORFF, 1997. P.91). Nesta observação, inclusive, o autor reverencia Herbert Simon como um autor de papel muito importante dentro da ciência do artificial.

De fato, nesta perspectiva, a trajetória se estende em cinco classes principais de problemas de design. Elas estão correlacionadas e se rearticulam, o que indica uma condução de progresso. Parte da articulação centrada no produto (utilidade, funcionalidade, artefatos universais), e passa para a etapa dos bens, serviços e identidades. A próxima etapa se refere às interfaces, enquanto que a terceira, aos sistemas multiusos, daí segue para os projetos e, por fim, a última etapa da trajetória do artificial está centrada no discurso. (KRIPPENDORFF, 1997).

Examinando cada etapa da trajetória do artificial descrita por Krippendorff (1987), atenta-se primeiramente para o Produto, que é concebido industrialmente, carregado de competências úteis e de clara funcionalidade, além de não ser possível desprezar a estética demandada pelo mercado. Estas conduções estabelecem um designer imbuído de responsabilidades que implicam um projeto de artefatos produzidos para usuários específicos.

Na etapa em que os Bens, Serviços e Identidades estão mais evidenciados, e são considerados produtos num sentido mais metafórico, a utilidade e funcionalidade, embora sempre presentes, não estão mais em primeiro plano. Aqui o que carrega mais envolvimento é o fato de se considerar preferências, memórias e atitudes das pessoas, portanto os designers, ao pensar o projeto, atentam-se às percepções simbólicas, baseados nos aspectos culturais que são manifestados entre seus consumidores.

Ao entrar na fase Interfaces, que abriga as relações humanas com os hardwares e softwares, parte-se do princípio que passa-se “[...] a ver estas máquinas não-triviais como extensões da mente humana, a ampliação humana da inteligência.” (KRIPPENDORFF, 1987).

P. 92). Os critérios advindos destas interações passam a ser indispensáveis na confecção do projeto, linguagens e arquiteturas de softwares são dimensionadas para esta compreensão.

Avançando para os Sistemas de Multi-Usuários, os designer associam ao projeto os sistemas de informação, as redes e os meios de comunicação, pois eles podem fornecer conexões importantes que facilitem o acesso das práticas das pessoas no espaço e no tempo.

Esta trajetória que percorre o artificial evolui para a ênfase no Projeto, que busca uma referência em tecnologias específicas e avalia as práticas de comunicação humana, que o narram e conduzem a equipes que o desenvolvam em busca de um conceito final amparado sobre sua própria viabilidade.

Por fim, a trajetória chega ao Discurso, e Krippendorff (1987) afirma que o designer se preocupa com as comunidades que envolvem e colaboram com a produção, portanto a narrativa descreve este próprio envolvimento. O projeto centrado no discurso cultiva-se por sua capacidade de trazer novas práticas e as compreensões que possam proporcionar através destas interações.

Ao relacionar o discurso como prática importante do projeto, Krippendorff (2000) articula as narrativas ao designer como forma de compreensão do presente para criar, prever, narrar futuros possíveis e desta forma, projetar artefatos que entendam estes contextos e sejam possíveis. O discurso passa a ser um meio de se projetar visões de mundo.

Na busca de afirmar este discurso de design e, ao envolver a comunidade em torno ao projeto, o designer deve centrar seu foco de trabalho no humano e não no objeto. Os designers passam a imaginar futuros possíveis e para alcançá-los precisam dar forma a sua própria linguagem. (KRIPPENDORFF, 2000).

Estas narrativas, segundo Krippendorff (2000), têm que ser efetivamente reais, pois trabalham para transformar o presente em futuro possível, elas passam a refletir além do preconceito, superando crenças e hiatos de conhecimento.

Nestas possibilidades imagináveis de se construir visões de futuro e passar a projetar artefatos dimensionados a partir do presente, o designer toma consciência da importância do significado que

as pessoas imputam nas coisas que adquirem, estimam ou desejam. Na virada semântica em que o discurso passa a ajudar a construir estes significados, tem-se as histórias como aliadas destas projeções, visto que um objeto sozinho pode não remeter a algo tão desejável quanto o mesmo objeto envolto numa história.

### **2.3 As histórias como elos de projeção de significados entre artefatos e usuários**

A história é uma narrativa e como tal descreve um ponto de vista oriundo do próprio narrador. Ao relatar as formas como as pessoas se conectam com as coisas, quais os significados que podem estar ali projetados, Krippendorff (2003), explora o significado no uso, na linguagem, no diálogo e na realidade social.

Na última análise do autor, a realidade social, sem uma história, as coisas existem, mas não tem significados, não tem usos, não tem usuários e não tem relevância na vida cotidiana. Neste sentido, Krippendorff (2003) exemplifica com sua ida ao museu, junto aos filhos, a conotação que tomou a contemplação de uma armadura a qual continha a descrição histórica dos fatos ocorridos, garantindo um gatilho para acionar memórias de infância do autor, as quais revelavam um significado forte para ele e, por conseguinte, seriam relatados aos filhos.

Este contexto define um papel em que as histórias podem afetar ao serem relacionadas a artefatos, condicionando uma atração maior do que deixar a peça sem nenhuma proposta de narrativa. O fato é que as peças visitadas no museu tinham apenas descrição, porém estas foram suficientes para despertar outros significados, os quais foram envoltos em histórias.

Por outro lado, Erickson (1996) aproxima a contação de histórias ao design, enfatizando este processo como importante para aproximar o designer das pessoas que utilizarão o produto projetado, como se expressasse uma conversa entre eles. De fato, ele descreve a ferramenta storytelling como parte da concepção, visto que facilita a empatia entre as duas partes, pois envolve a comunicação na busca de informações, bem como persuasão, podendo criar um gatilho no significado compreendido pelo usuário sobre o produto.

O *storytelling*, conforme Fontana (2010), é uma narrativa sistemática que ajuda a conferir significado, visto que promove uma interação entre os participantes destas narrativas, como protagonistas e ouvintes, resultando em uma simbiose de emoção, sentidos, além de ser uma plataforma de retenção de conhecimentos. Xavier (2015, p.11), define a ferramenta em três possibilidades de conceitos, a pragmática, em que ela “[...] é a tecnar-te de elaborar e encadear cenas, dando-lhes um sentido envolvente que capte a atenção das pessoas e enseje a assimilação de uma ideia central.” Por outro lado, existe a definição pictórica, e que esta tecnar-te unifica peças de um quebra-cabeças, transformando-o numa única peça inesquecível. Ainda traz o conceito poético, “[...] é a tecnar-te de empilhar tijolos narrativos, construindo monumentos imaginários repletos de significado.” (XAVIER, 2015. P. 12).

Partindo destes conceitos e retornando às reflexões de Krippendorff (1987), estas narrativas, amparando as práticas de projeto, sendo produtoras de conexões que evocam significados, estabelecem um propósito junto ao designer de construir visões de futuros possíveis que sejam capazes de conceber novos produtos e serviços.

Pode-se também vislumbrar as narrativas como fonte de informações e apoio empático ao designer, que ao utilizá-las dentro das possibilidades de projeto, ajusta, comunica e conversa com o usuário, minimizando possíveis falhas. (ERICSON, 1996).

Em se tratando de significado, Xavier (2015), enfatiza que as pessoas procuram muito mais que funcionalidade, praticidade ou, até mesmo, preço, quando adquirem um produto, elas querem um relacionamento mais profundo com as marcas e empresas. Assim, as histórias passam a ser um importante veículo de conexão com o significado, elas podem transferir na projeção deste, influenciando os usuários. (XAVIER, 2015).

Dentro destas possibilidades de acesso do significado projetado pelo usuário através das narrativas, a figura 2 apresenta a forma como esta conexão poderia acontecer, baseada na orientação referencial dos autores pesquisados. Assim, o designer ao desenvolver o projeto tanto dispõe das narrativas como suporte ferramental, bem como se apoia nelas para compreender futuros possíveis,

além de envolver os artefatos nas próprias narrativas que eles produzem. Esta interação seria simbiótica e um gatilho para estruturar um significado importante ao usuário. Ao mesmo tempo, a relação do usuário com o significado pode estar tanto na projeção que as narrativas provocam, quanto o próprio usuário criando um contexto significante neste processo.

Figura 2: Processo de projeção de significado através das narrativas



Fonte: Desenvolvido pelos autores (2017)

Neste contexto, Celaschi e Deserti (2007), abordam que as visões contemporâneas do processo de design passam a conferir além dos aspectos tangíveis do produto, explorando também dimensões intangíveis. A comunicação e a experiência fazem parte deste contexto, sendo assim, projetar pensando em construir significados entre artefatos e pessoas, através do *storytelling*, passa a ser uma alternativa possível e bem-vinda nestas concepções.

### 3 Considerações finais

Dentro de uma concepção de compreender como as narrativas podem auxiliar na projeção de significados que as pessoas atribuem aos artefatos, sendo importante para o designer conhecer e se valer destas informações para que insira estes elementos no projeto e devolva às pessoas produtos e serviços que sejam absorvidos no âmbito da experiência, buscou-se desenvolver uma linha de referências que contribuíssem para este entendimento.

Para atender ao objetivo “a”, compreender como o material chega ao significado na relação das pessoas com os produtos, foi necessário se estabelecer um diálogo entre alguns autores que abordaram o tema entre o material e o desejo. Neste sentido, há um apelo em enfatizar a forma como o design pode facilitar esta conexão, visto que as pessoas consideram muitas variáveis, mesmo que não

intencionalmente, quando escolhem um produto. Isto, de fato, está muito arraigado a aspectos culturais, sociais e econômicos, aos quais as pessoas estão condicionadas. O significado, também por estes aspectos, pode variar conforme as relações que as pessoas estabelecem com o produto, portanto utilizar a comunicação dentro do processo é favorável a esta compreensão.

Outra questão abordada foi refletida no objetivo específico “b”, revisar a virada semântica, como base de entendimento do constructo para se projetar significados. Para dar conta desta demanda, foi necessário apresentar a trajetória do artificial construída por Krippendorff, na qual existe uma linha de progresso na forma como se trata a problemática de projeto. Não há uma evolução, mas uma linha que se ajusta as necessidades relacionadas a épocas e intervenções culturais, sociais e de mercado. Neste sentido, passa de um projeto mais voltado ao produto até chegar ao contexto do discurso, que é necessário ao designer para que crie visões de mundo, amparado a narrativas que lhe ajudem a estabelecer conexões com o futuro. Assim, antecipar desejos às pessoas pode ser uma vantagem.

Ao encaminhar as conclusões, ainda se alinhou o objetivo “c”, compreender como as narrativas podem potencializar o engajamento material, através do significado, visto que o diálogo deste artigo se intensificou a cada subitem para se chegar a este nível de reflexão. De fato, se apoiou a compreensão de alguns autores que reconhecem as narrativas como fonte de conexão com o significado entre as pessoas e os produtos.

O Discurso de Krippendorff, enfatizado por outros autores também, que expressam a virada semântica, trabalha para criar visões possíveis para alinhar o projeto com visões de futuro. As narrativas podem ajudar também durante o processo, como fonte ferramental para interpretar as pessoas e os produtos.

Há, ainda, as conexões formadas pelo *storytelling*, forma narrativa que conta histórias e auxilia na construção de propostas de engajamento e encantamento, além de ser forte aliada das memórias que existem ou se formam ao se estabelecer as conexões entre as pessoas e os produtos.

O significado pode estar ancorado com um apelo interessante nos discursos, narrativas e histórias, auxiliando o designer a fortalecer os elos e as interpretações que o usuário tem ao fazer contato com o artefato, transmitindo confiabilidade à proposta desenvolvida no projeto.

É claro que este artigo se limitou a revisar e estabelecer uma conexão entre estas ideias a partir das falas dos autores e, principalmente, para o atendimento ao último objetivo trouxe algumas dificuldades, em função de haver menos literatura do que para os outros objetivos elencados. Porém, traça-se como sugestão futura aplicar uma pesquisa com grupos de usuários de um produto específico em que as histórias possam ser trazidas a luz e pesadas em relação às observações de outro grupo com mesmo produto, o qual não tenha contato com estas histórias. Talvez, nesta aplicação, possa se verificar, com uma propriedade além da teoria, como estas conexões entre o significado que as pessoas atribuem aos produtos possam sofrer uma interferência sobre o apelo histórico que lhes são conferidos.

## Referências

- Bürdek, B. History, **Theory and Practice of Product Design**. Berlin: Birkhäuser, 2005
- Celaschi, F.; Deserti, A. (Org). **Design & Innovazione**. Strumenti e pratiche per la ricerca applicata. Roma: Carocci, 2007.
- Csikszentmihalyi, Mihaly; Rochberg-Halton, **Eugene**: The Meaning of Things: Domestic Symbols and the Self. Cambridge (MA): Cambridge University Press 1981
- Erickson, T. . Design as storytelling. **Interactions**, 1996, v. 3, p. 30-35.
- Flusser, V. **O Mundo Codificado**. São Paulo, SP: Cossac Naify, 2007
- Fontana, A.. **Storytelling**: strategie del racconto per vendere se stessi, i propri prodotti, la propria azienda. Bologna: ETAS, 2010.
- Forty, A. **Objetos de desejo**: design e sociedade desde 1750. São Paulo, SP: Cosac Naify, 2007.
- Krippendorff, K. A trajectory of artificiality and new principles of design for the information age. In K. Krippendorff (Ed.), **Design in the age of information**: A report to the National Science Foundation(NSF) (p. 91-96). Raleigh, NC: School of Design, North Carolina State University, 1997. Retrieved from [http://repository.upenn.edu/asc\\_papers/95](http://repository.upenn.edu/asc_papers/95)
- Krippendorff, K. Design centrado no ser humano: uma necessidade cultural. **Estudos em Design** -Rio de Janeiro, v.8, n.3 – Setembro 2000, p. 87 – 98.
- Krippendorff, K. The Dialogical Reality of Meaning. **The American Journal of Semiotics**, v. 19,i. 1-4, p. 19-36, 2003.

Krippendorff, K. The dialogical reality of meaning Discourse and the materiality of its artifacts The semantic turn: a new foundation for design. **Artifact**, 2007, v. 1, i. 1, p. 56-59

Xavier, A., 2015. **Storytelling** – Histórias que deixam marcas. 2. Ed. Rio de Janeiro: Best Business.

**Como citar este capítulo (ABNT):**

VELHO, Adriana Galli; VAN DER LINDEN, Júlio Carlos de Souza. Design e narrativas: trajetória de significados. In: VAN DER LINDEN, Júlio Carlos de Souza; BRUSCATO, Underléa Miotto; BERNARDES, Maurício Moreira e Silva (Orgs.). **Design em Pesquisa** – Vol. II. Porto Alegre: Marcavisual, 2018. p 488-500

**Como citar este capítulo (Chicago):**

Velho, Adriana Galli, and Júlio Carlos de Souza van der Linden. 2018. "Design e narrativas: trajetória de significados". In *Design em Pesquisa*, 1st ed., 2: 488-500. Porto Alegre: Marcavisual.