

ISSN 2317 9406



magazinebook  
volume 1

iDeia  
design

# Caro leitor

## Expediente:

### Editor

Camilo Belchior

### Jornalista Responsável:

Cilene Impelizeri 5234/MG

### Jornalistas:

Ana Cláudia Uhôa

Pâmila Vilas Boas

### Projeto gráfico e coordenação gráfica

Cláudio Valentim

### Colaborador

Marcos Maia

A iDeia Design é uma publicação da Editora MexuDesign, patrocinada pelo Grupo Loja Elétrica / Tempuz, com veiculação gratuita, não podendo ser vendida. Sua distribuição é feita para um mailing seletivo de profissionais das áreas afins ao design e formadores de opinião.

### Contato:

contato@revistaideia.com

Sempre atenta ao processo de transformação do design, a primeira edição de 2018 da iDeia Design traz mais uma alteração na sua estrutura. Já fomos uma revista seriada em edições de 2012 a 2015, passamos pelas coletâneas em 2016 e nos rendemos ao digital em 2017. Para 2018, iDeia Design acompanha a tendência do hibridismo contemporâneo e da convergência, fazendo a junção de dois tipos de publicações de suma importância para quem valoriza a gestão do conhecimento: trata-se da revista/livro ou como é mais conhecido em um contexto mundial, de magazinebook.

Este novo estilo de publicação traz o melhor de cada um: a profundidade de conteúdo de um livro com a amenidade e fluidez de uma revista. Portanto, não teremos as tradicionais seções temáticas e sim um conjunto de matérias, entrevistas e artigos que giram em torno de uma temática ampla, preparadas pela nossa fantástica equipe jornalística: Cilene Impelizeri, Ana Cláudia Uhôa e Pâmila Vilas Boas, além do trabalho gráfico primoroso de Cláudio Valentim.

Nesta primeira edição, optamos por falar sobre uma temática que, particularmente, é um dos meus objetos de estudos, ou seja, "a significação" no cerne do design, em suas múltiplas ramificações. Entrevistamos nomes nacionais e internacionais, conceituados neste segmento: Donald Norman (design emocional); Vinicius Romanini e Renira Rampazzo (semióticistas); e Rafael Cardoso com o seu "design para um mundo complexo", cada um trazendo sua visão e conceitos, dentro das suas expertises. Matérias muito interessantes, que abordam os processos da significação e que nos fazem refletir acerca da nossa relação com o mundo tangível e intangível que nos rodeia.

Como o nosso público maior situa-se entre arquitetos e designers, trouxemos um projeto muito bacana, criado e desenvolvido em Belo Horizonte: o Mercado da Boca é uma proposta com significados completamente diferentes da que conhecemos. Vejam a análise semiótica social feita por Renato Caixeta e atentem para o projeto de iluminação que fez toda diferença!

E, para reforçar nosso conteúdo, a seção "artigos" traz dois textos que primam pela importância da narrativa do design com a designer e pesquisadora italiana Silvia Crimaldi e o cineasta brasileiro João Carlos Massaroio, ambos sob a curadoria do roteirista e pesquisador em linguagens Marcos Maia.

E tem muito mais! Olhe no índice, leia tudo atentamente e desfrute deste trabalho que, como sempre, é feito com muito carinho por toda uma equipe de profissionais que se empenham para trazer o melhor da informação e conhecimento até vocês. **Não deixe de visitar a nossa página e redes sociais:**



revistaideia.com



RevistaDeiaDesign



revistaideia\_design

Boa leitura,  
Camilo Belchior



Foto: divulgação Katalina Kämpf

# Índice

- 06** O absurdo nos faz pensar
- 14** Para comer com a boca e os olhos
- 22** Design, desígnio, desejo /  
*Entrevista com Renira Rampazzo*
- 28** Repensando o design em um mundo complexo /  
*Entrevista com Rafael Cardoso*
- 36** O manipulador de signos /  
*Entrevista com Vinícius Romanini*
- 40** Design com significado /  
*Entrevista com Donald Norman*
- 48** Uma fonte para a inclusão
- 52** Objetos que contam história
- 58** Uma pincelada de vida
- 62** Artigos
- 63** Narrativas no Design /  
*Artigo baseado no projeto*  
*"Design for Narrative Experience", de Silvia Grimaldi*
- 67** Design Ficcional e a Construção de Mundos Transmídia /  
*Por João Massarolo*
- 
- 73** Espaços que conectam
- 79** Alegria rítmica e felicidade colorida
- 84** Mercados municipais: lugar de encontros e tradições
- 95** Aravrit: um alfabeto para a coexistência



# Artigos

Em diálogo com as matérias desta edição e, principalmente, com a matéria de capa, trazemos duas pesquisas atuais, de pesquisadores influentes em suas áreas e que, apesar de possuírem trajetórias diferentes, trazem abordagens sobre o processo de design que se aproximam de diferentes formas: a designer italiana, Grimaldi, líder do curso MA Service Experience Design and Innovation no London College of Communication, e o professor associado da UFSCar, o cineasta e editor da revista científica GEMINIS, João Massarolo.

Grimaldi traz uma abordagem narrativa dos processos de design de artefatos em que explica como o designer pode ter maior controle sobre as possíveis interpretações dos seus projetos, incluindo os significados e emoções construídas na experiência narrativa com o artefato.

Massarolo nos apresenta uma metodologia de design ficcional para a projeção de protótipos de artefatos diagéticos, existentes em espaços discursivos que permitem uma experiência coordenada em narrativas transmidiáticas.

É interessante perceber que os autores propõem a utilização de estratégias narrativas, seja para a projeção de artefatos, como propõe Grimaldi, ou na construção de mundos ficcionais para protótipos diagéticos, conforme Massarolo, que criam oportunidades para incorporar aspectos da experiência dos usuários no processo de design, construindo significados a partir de elementos narrativos.

Por Marcos Maia

# Narrativas no Design

Por Silvia Grimaldi



Aquí entra a legenda Aquí entra a legenda Aquí entra a legenda Aquí entra a legenda Aquí entra a legenda Aquí entra a legenda

Narrativas são comumente usadas dentro do processo de design. Designers de produtos usam ferramentas narrativas como diários e etnografias de usuários; sondagens culturais, personas e cenários para conduzir pesquisas; comunicar percepções de usuários através de uma equipe de design; criar empatia com o mercado alvo; imaginar futuros contextos e estimular a criatividade da equipe de design.



Aqui entra a legenda Aqui entra a legenda Aqui entra a legenda Aqui entra a legenda Aqui entra a legenda

Aqui entra a legenda Aqui entra a legenda Aqui entra a legenda Aqui entra a legenda Aqui entra a legenda

Objetos, frequentemente, vêm acompanhados de narrativas, como, por exemplo, quando alguém mantém uma herança familiar por causa das histórias associadas a seus avós, ou quando um objeto é mantido como um lembrete de um evento, como uma lembrança de uma viagem. Esses objetos estavam no lugar certo e na hora certa ou, simplesmente, aconteceu de sobreviverem ao teste do tempo, e passaram a representar aquelas pessoas ou momentos.

Outras narrativas acompanhantes são deliberadamente construídas em torno de um objeto, como a publicidade e as narrativas das marcas. Ao usar uma determinada marca de calçados, o usuário lembra e incorpora os valores da mesma em torno do luxo ou pensa em si mesmo como tendo um estilo de vida ativo.

A maneira menos comum que as histórias aparecem no design do produto é através das narrativas que os próprios objetos transmitem através de seu uso. Por exemplo, no design crítico e especulativo, no qual os designers criam objetos ambíguos ou provocativos com o objetivo de fazer o usuário refletir sobre questões mais amplas, como ética ou códigos culturais. Ao mostrar artefatos realistas que parecem pertencer a futuros distópicos, por exemplo, designers criam empatia com personagens em cenários fictícios.

Alguns objetos usam a narrativa para transmitir algo ao usuário através da sequência de eventos no uso do produto. Por exemplo, designers de interação, em algum momento, estruturam a experiência do usuário ao longo do tempo por meio de uma série de eventos que são experimentados em sequência, semelhantes a como os eventos são estruturados em uma história. Essa é uma estratégia usada no design de produtos digitais ou interfaces para orientar a experiência do usuário, mas, raramente, usada de forma deliberada no design de produtos não digitais, embora tenha um grande potencial.

Experiências acontecem ao longo do tempo, incluindo as que envolvem artefatos de design. Narrativa é a maneira pela qual as pessoas organizam sua compreensão de eventos baseados no tempo. Os designers podem usar técnicas narrativas para entender e imaginar como a experiência de um produto pode se desdobrar ao longo do tempo e entender como os usuários podem interpretar detalhes específicos de seu design ou seus recursos em geral.

Ao usar uma cadeira, por exemplo, o usuário vê a cadeira, decide sentar-se nela, aproxima-se dela, puxa-a de debaixo da mesa, senta-se, talvez avance para ajustar sua posição etc. Pensar nesse processo de



uso pode ajudar os designers a imaginar quais dessas etapas eles poderiam projetar ou interagir e como isso poderia moldar a história e a interpretação dessa interação. Designers poderiam decidir trabalhar na aparência geral da cadeira, ou na textura do encosto que é agarrado ao puxá-la para fora, ou na sensação que o usuário sente quando se senta, ou qualquer combinação desses elementos. Alterar alguns desses detalhes poderia criar experiências com significados que são descobertos através das sequências desses elementos.

Narrativas carregam significado e emoção, e informações apresentadas na forma narrativa têm maior probabilidade de engajar o público, ressoar com as pessoas, causar emoções e empatia e serem lembradas. Narrativas também são particularmente boas em fazer as pessoas refletirem, mostrando valores e estimulando a imaginação. Se, por exemplo, o aspecto visual de uma cadeira difere de seus aspectos táteis, uma história é criada, na qual o usuário esperava certa experiência e, depois de usar o objeto, foi



surpreendido ao encontrar algo diferente; é uma história de surpresa ou imprevisibilidade.

As narrativas são uma maneira natural de comunicar ideias e estimular a imaginação além de propósitos funcionais, além de criar experiências envolventes e memoráveis. Isso é particularmente relevante porque os designers de produto são muito bons em articular para que serve seu projeto, qual função cumpre, mas têm mais dificuldade em articular sobre o que é esse design, como ele é interpretado e o que comunica ao usuário através do uso. Concentrando-se na narrativa que o usuário encontra usando o objeto, os designers podem fornecer pistas sobre o que é seu projeto e como ele pode ser interpretado pelo usuário.

Com esse objetivo, estou desenvolvendo um kit de ferramentas para ajudar os designers a identificar, articular e manipular aspectos narrativos de seu projeto. O kit de ferramentas

divide a experiência do usuário com os artefatos, em etapas que acontecem ao longo do tempo e estimula o designer a pensar quais os elementos dessa experiência podem criar narrativas para o usuário, que efeito podem ter e como criar uma história coerente de uso.

Esse kit de ferramentas reforça a ideia de que todos os detalhes do design e da experiência se comunicam com o usuário e ajudam a focar as opções de design em termos de comunicação entre o designer e o usuário. Também incentiva os designers a manterem o foco nos objetivos do design, sobre o que é o design, e que efeito que desejam criar.

Isso ajuda designers e estudantes de design a imaginar e interagir com a experiência do usuário e do ponto de vista dele, visualizando a potencial experiência com o objeto e como isso pode ser interpretado e lembrado como uma história do usuário.

## Referências

Artigo baseado no projeto "Design for Narrative Experience", de Silvia Grimaldi.  
Tradução: Marcos Maia



Silvia Grimaldi é pesquisadora e líder do curso MA Service Experience Design and Innovation na London College of Communication da University of the Arts London.

Este artigo é baseado no projeto de doutorado "Design for Narrative Experience", de Silvia Grimaldi (em andamento), em seu próximo artigo "Narratives in Design Toolkit" (2018/2019), e no paper "Narratives in Design: A Study of the Types, Applications and Functions of Narratives in Design Practice" de Grimaldi, S., Fokkinga, S. e Ocnareanu, I. (2013), publicado nos anais da "6th International Conference on Designing Pleasurable Products and Interfaces", New York, NY, USA: ACM (DPPI '13), pp. 201–210. doi: 10.1145/2513506.2513528.

# Design Ficcional e a Construção de Mundos Transmídia

Por João Massarolo



Aquí entra a legenda Aquí entra a legenda Aquí entra a legenda Aquí entra a legenda Aquí entra a legenda

Design ficcional é um termo amplo e dotado de múltiplos sentidos, que se caracteriza pela construção de mundos imaginados, mas passíveis de interações futuras, se constituindo numa abordagem complementar da construção de mundos transmídia, na qual o usuário vivencia experiência ao invés de apenas consumir produtos. O termo foi cunhado originalmente pelo escritor norte-americano Bruce Sterling, no livro *Shaping Things* (2005), no qual apresenta a definição de design ficcional como "o uso deliberado de protótipos diegéticos para suspender a descrença sobre a mudança." Nessa definição, Sterling considera os objetos de mundos ficcionais especulativos como protótipos diegéticos, ou seja, tecnologias disruptivas que antecipariam as mudanças tecnológicas que estão por vir, contribuindo para a aceitação desses novos aparatos na vida cotidiana.