

## **DESIGN, PRODUTOS E NARRATIVAS: CAMINHOS POSSÍVEIS**

Guilherme Melin Gobeti (Graduando em Design de Moda pela Universidade Anhembi Morumbi - [guigobeti@gmail.com](mailto:guigobeti@gmail.com)); Prof<sup>a</sup> Dr. Mirtes Cristina Marins de Oliveira (Orientadora da Pesquisa - [mirtescmoliveira@gmail.com](mailto:mirtescmoliveira@gmail.com))

### **RESUMO**

Produtos de design são ofertados diariamente nas sociedades. Desde bens de consumo indispensáveis, como vestíveis, objetos de casa, como móveis e eletrodomésticos, produtos de acessibilidades diárias, até produtos não-essenciais, como modismos e objetos de desejo de consumo. Inúmeras são as propostas projetuais existentes, variáveis de acordo com cada produto. A partir do entendimento de que os produtos de design passam a primeiro momento pelas capacidades criativas dos profissionais da área (designers), pretende-se entender como possíveis narrativas podem ser elaboradas/inseridas nos produtos desenvolvidos. Por meio de revisão bibliográfica de obras dos campos da linguagem do design e da literatura, foram desenvolvidas noções sobre como um possível sistema comunicativo do design pode existir, e qual o papel que designers têm nesse cenário. O trabalho pretende refletir sobre possíveis novas interpretações às áreas em questão e ressaltar as possibilidades existentes de atuação que o campo do design permite, explorando seu caráter multidisciplinar.

### **INTRODUÇÃO:**

Entendendo o design como um campo criativo diretamente ligado a pessoas, a provocação que surge é a de entender o papel que designers têm ao desenvolverem objetos e serviços que irão interagir de maneira direta com os sujeitos sociais. A busca é de entender como se organiza o âmbito de atuação profissional do designer, entendendo-o como agente comunicativo, mais precisamente como um possível locutor/narrador. Utilizando de aportes teóricos que envolvem os campos do Design e da Literatura, como pilares o livro “Por que Design é Linguagem?”, de Vera Lucia Nojima e Frederico Braidá, de 2014, o livro “Design como Arte”, de Bruno Munari, de 1966 e o ensaio “O Narrador”, de Walter Benjamin, de 1936, pretende-se estabelecer a noção principal de um sistema comunicativo existente dentro das possibilidades de linguagem do design. A revisão bibliográfica é provocada na intenção de conseguir organizar um possível sistema que integre designer, produto e consumidor; para tanto, serão utilizados elementos da comunicação já conhecidos, como locutor, interlocutor, mensagem e canal. O recorte principal do trabalho, contudo, se limita ao redor das

capacidades comunicativas do designer, o profissional responsável pelos processos criativos que envolvem os produtos, em suas etapas projetuais. Serão desenvolvidas noções referentes aos momentos projetuais nos quais o designer exerce influência, bem como as possibilidades que existem para a construção de possíveis narrativas a serem transmitidas, utilizando os produtos como materialização. Tais noções serão provocadas a partir da revisão bibliográfica das obras supracitadas, além de apoio em obras complementares de autores como Diego Vinícius Flores Ferreira Netto (2017), Dijon de Moraes (2010) e Lucia Santaella (2001). Foi a partir da revisão da bibliografia que a ideia de um sistema comunicativo surgiu, provocando novas noções e possibilidades de organização de um sistema próprio de comunicação do Design.

**PALAVRAS-CHAVE:** Design, Narrativa, Produtos de Design;

## **METODOLOGIA**

A pesquisa foi realizada a partir de conexões possíveis entre textos dos campos do Design e da Literatura. Foram analisadas obras referentes ao design como campo criativo, projetual, comunicativo, buscando entender como se organizam os fenômenos que possibilitam a comunicação da área; além do apoio em obras da Literatura que buscassem o entendimento das noções de narrativa.

## **DESENVOLVIMENTO/REVISÃO DA LITERATURA**

Três foram os pilares principais da pesquisa: a obra “Por que Design é Linguagem?”, de Vera Lúcia Nojima e Frederico Braida (2014); o ensaio “O Narrador”, de Walter Benjamin (1936) e a obra “Design como Arte”, de Bruno Munari (1966). Outras referências foram levantadas na intenção de dar forma maior às interpretações sugeridas inicialmente, como os trabalhos de Diogo Vinícius Flôres Ferreira Netto (2017), a obra de Dijon de Moraes (2010) e o texto de Lúcia Santaella (2001). A intersecção entre as obras supracitadas permitiu que fossem provocadas novas interpretações possíveis para o campo do design, que vão além das funcionalidades dos produtos pela área desenvolvidos. Nojima e Braida, na obra analisada, explicitam as possibilidades de se enquadrar o design como um campo de linguagem. Os autores levantam tal noção reforçando a capacidade de comunicação não-verbal que o design possui, aproximando-o da noção de uma linguagem formal, verbalizada. Os autores ainda ressaltam a importância da semiótica dentro do processo comunicativo pertencente ao campo

do design, o que possibilita estabelecer um possível sistema existente que englobe os sujeitos participantes do campo: designer, produtos/projetos e consumidor. Segundo os autores :

“Santaella (2001, p.13, grifos da autora) afirma que ‘[...] é no homem e pelo homem que se opera o processo de alteração dos sinais (qualquer estímulo emitido pelos objetos do mundo) em signos ou linguagens (produtos da consciência). Nessa medida, o termo linguagem se estende aos sistemas aparentemente inumanos como as linguagens binárias de que as máquinas se utilizam para se comunicar entre si e com o homem (...), até tudo aquilo que, na natureza, fala ao homem e é sentido como linguagem.” - p. 38

Walter Benjamin, em seu ensaio, traz à luz a noção do papel do sujeito narrador de seu tempo. Benjamin desenvolve noções de *experiência* e *vivência* de maneira a distinguir as formas como a informação pudesse ser transmitida. O trabalho atual não pretende mergulhar nas complexidades desses tópicos. O que será ressaltado da obra de Benjamin, com apoio na leitura de Diego Vinícius Flores (2017), é o papel do sujeito transmissor da mensagem; para Benjamin, nesse caso, o narrador. As noções desenvolvidas por Benjamin giram em torno de uma ideia clássica de narração, verbalizada e escrita, reforçada no cânone literário e na tradição clássica. Porém, em seu mesmo ensaio, o autor resalta a importância de se atentar às mudanças dos tempos e das tecnologias, que vão rodear o processo transmissivo da mensagem pelos sujeitos sociais. Para Benjamin, parafraseando Flores, o narrador participa da vida do ouvinte transmitindo experiências através de uma distância temporal e espacial (FERREIRA NETTO, 2017, p-33). Dessa forma, ao se encarar a velocidade comunicativa da pós-modernidade, é necessário considerar as multiplicidades possíveis de comunicação.

## **RESULTADOS E DISCUSSÕES**

O trabalho permite uma interpretação a respeito do designer enquanto profissional criativo, colocando-o como um possível sujeito narrador. O design como área de criação é ligado diretamente às preocupações a respeito da funcionalidade de seus produtos: projetar um novo produto/um novo serviço é estar atento às necessidades dos usuários, bem como com a funcionalidade do produto ou serviço. Ao afunilar, porém, o olhar sobre o designer, são levantadas as questões que dizem respeito às ambições do profissional enquanto sujeito criador de narrativa/sujeito comunicador. Tendo a obra de Nojima e Braida (2014) como suporte, que apresenta o design como um sistema de linguagem, é possível estabelecer um parâmetro comparativo entre designer e narrador, uma vez que, ao utilizar das ferramentas projetuais e das subjetividades comunicativas do campo do design, uma mensagem pode ser transmitida, partindo do locutor (designer) ao interlocutor (consumidor), por meio de um

canal comunicativo (o objeto de design). As interpretações a respeito das mensagens e das narrativas que podem estar “fundidas” aos produtos de design passarão de maneira direta pelo repertório de cada consumidor. Esse não é o foco da presente pesquisa. O ponto principal é a ciência de que o profissional criativo em questão possui liberdade e ferramentas para desenvolver noções narrativas em seus produtos. Utilizando de cores, formas, texturas, materiais e dimensões como aspectos formais de projeção, o designer pode desenvolver questões próprias que expressam uma noção de narrativa, que gere sensibilidade estética ao usuário. Bruno Munari (1966), nesse ponto, coloca o designer como próximo ao artista, ao criador de arte. Essa interpretação não será aprofundada no presente trabalho. A provocação está em torno da mensagem em si, desenvolvida pelas capacidades do designer. Como um exemplo: um designer que está projetando uma poltrona, acessa memórias sobre a casa de campo de seus avós, que visitava na infância, e se lembra de uma antiga poltrona que ficava no canto da sala de estar. O designer insere, então, no objeto/produto que está desenvolvendo, uma base de madeira que o lembra a poltrona da casa dos avós. Nasce uma mensagem. O consumidor que comprar a poltrona tempos depois, talvez não acesse a lembrança da poltrona original, da casa de campo; porém o produto foi desenvolvido juntamente com uma mensagem sugerida pelo designer. Esse é o olhar que a pesquisa pretende provocar: a possibilidade de desenvolvimento da mensagem.

## **CONCLUSÕES**

O trabalho permite um olhar mais atento à multidisciplinaridade do campo do design. É possível encarar os profissionais desenvolvedores de produtos da área como possíveis provocadores de narrativas, possibilitando novas interpretações a respeito da atuação profissional dos designers atualmente. A ideia conclusiva geral é de endossar as provocações teóricas a respeito da estruturação possível sobre um sistema comunicativo particular do campo do design e ressaltar seu caráter múltiplo dentro dos sistemas de produção atuais. Novas pesquisas são necessárias para que seja possível uma organização mais sólida a respeito do tema sugerido, uma vez que são necessárias observações a respeito das relações existentes entre os produtos de design e seus consumidores. A proposta do trabalho é de conseguir visualizar as possibilidades que cercam os designers enquanto profissionais criativos e quais as suas possíveis atuações e contribuições para com as sociedades atuais.

## **REFERÊNCIAS**

BENJAMIN, Walter. O Narrador: Considerações sobre a obra de Nikolai Leskov. In: BENJAMIN, Walter. Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura. Tradução de Sérgio Paulo Rouanet. 7. ed. São Paulo: Brasiliense, 1994. p. 197-221.

BRAIDA, Frederico; NOJIMA, Vera Lúcia. Por que design é linguagem? Rio de Janeiro; Rio Books; 1ª Edição, 2014.

FERREIRA NETTO, Diogo Vinícius Flores. A noção de experiência em O narrador de Walter Benjamin / Diogo Vinícius Flores Ferreira Netto. – 2017.

MORAES, Dijon de. Metaprojeto - o design do design. São Paulo: Blucher, 2010.

MUNARI, Bruno. Design como Arte. Londres: Penguin Books, 2008.

SANTAELLA, Lucia. Novos Desafios da Comunicação. Facom/UFJF - v.4, n-1, p. 1-10, jan/jun 2001.

## **FOMENTO**

O trabalho teve a concessão de Bolsa pelo Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC), do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq).