

TRIADES

2

Transversalidade | Design | Linguagens

O vídeo semântico como ferramenta projetual para o desenvolvimento de produtos industriais

Carlos Eduardo Senna | Lurdete Cadorin Biava

2

RESUMO

O artigo apresenta uma nova abordagem explorando a semântica envolvida no processo de desenvolvimento de produtos industriais. Para isso, propõe-se, aqui, um estudo de caso, que teve como base o processo de desenvolvimento de uma cadeira de rodas específica para dança. Com o objetivo de conhecer os significados da dança em cadeira de rodas necessários à concepção do objeto, recorreu-se a estudos teóricos e à observação direta dos bailarinos da CIA de Dança e Arte sem Barreiras.. A partir da observação de elementos sensoriais e emocionais envolvidos na atividade, foi desenvolvido um vídeo, aqui denominado semântico, para melhor compreender as estruturas de movimentos expressadas por meio dessa linguagem. O resultado do processo evidenciou, além da configuração formal da cadeira de rodas, elementos da subjetividade do fenômeno, revelando uma preocupação com os aspectos afetivos e um entendimento de que os produtos de design têm uma dimensão semântica e que desen- cadeiam uma série de sensações em seus usuários.

Palavras-chave:

Vídeo, Dimensão Semântica, Dança em Cadeira de Rodas, Projeto de Produto.

The semantic video as a projectual tool for the development of industrial products

ABSTRACT

The article presents a new approach to explore the semantic involved in the development process of a product. Hence, it is proposed here a case study, that had as base the development process of a wheelchair specific for dancing. Aiming to know the meanings of dancing in a wheelchair, required by the object, we scoured theoretical studies and direct observation of the dancers of "CIA da dança Arte sem Barreiras". From the observation of sensory and emotional elements involved in the activity, a video was developed, here named semantic, to improve the comprehension of the structures of movements expressed by means of this language. The result of the process showed, besides the formal layout of the wheelchair, elements of subjectivity of the phenomenon, revealing a concern with the affective aspects and an understanding that the products of design have a semantic dimension and trigger a series of feelings in its users.

Keywords:

Movie, Semantic Dimension, Wheelchair Dancing, Product Design.

1- Apresentação

Sem entrar no mérito das coisas naturais e da comunicação que se realiza entre e a partir delas, a linguagem é inerente ao ser humano, visto que não há como formular qualquer pensamento sem valer-se dela, assim como esta não existe sem que seja articulada por aquele. Os comportamentos são, assim, manifestações de linguagem todo o tempo, assim como o são todas as criações humanas – as coisas e, paradoxalmente, as não-coisas – no dizer de Flusser (2007), como as informações imateriais, inapreensíveis e somente decodificáveis que estão tornando o entorno cada vez mais impalpável. Incluem-se aí produtos que determinam a vida das pessoas, de forma que sem eles não há mais como elas interagirem com o mundo. Não mais somente em relação a sua função prática, mas também em relação as suas funções mais subjetivas, que vão depender de um olhar mais atencioso por parte do designer em relação à comunicação dos mesmos.

Sobre essa subjetividade, Maristela Ono (2006, p. 46) referencia Rafael Cardoso Denis para afirmar que “o design possui uma natureza ambígua, pautando-se tanto nos processos de desenvolvimento, quanto nos produtos que deles emergem. Nele confluem aspectos objetivos e subjetivos” (ONO, 2006, p.45), tanto na conceituação quanto no desenvolvimento e na ação comunicativa que o envolve.

Assim, cabe ao designer ser muito cuidadoso nos processos para atender a sua singularidade, marcada pelo contexto em que está inserido o produto, de modo que possa responder às necessidades objetivas e subjetivas das pessoas, com produtos expressivos para elas.

É nessa atenção ao processo que se propôs uma nova abordagem para explorar a semântica envolvida na dança em cadeira de rodas, a fim de referenciar a geração de conceitos de um produto para esse fim. O texto a seguir versa sobre uma proposta para desencadear a conceituação de produtos desenvolvida a partir dessa atenção ao processo.

2 - A Percepção Semântica - breve contextualização

Medeiros (2006), ao contextualizar o estudo de design, semântica e emoção, relata que uma das primeiras inserções ao estudo da percepção semântica foi elaborada por Gibson (1986), com o conceito de affordances¹, para determinar que se percebem o meio ambiente e as coisas como significados, independente de repertório, interferências ou interpretações. De acordo com o autor, Gibson (1986) exemplificou esse conceito ao citar que não se percebem as formas de uma cadeira, mas sim o significado “sentar”.

Ao perceber que uma superfície é plana e sólida, o agente não percebe as qualidades, mas que a superfície é caminhável. Quando uma cobra percebe a presença de sua presa, por exemplo, através da informação térmica, ela não detecta a temperatura em si, mas a direção de seu ataque; o indivíduo não percebe a cadeira e a caneta, mas a possibilidade de sentar e escrever (GIBSON, 1986, apud MEDEIROS, 2006).

Posteriormente a esse conceito, continua Medeiros, o caráter semântico do produto seria sistematizado no ideal de Product Semantics, trabalhado por Krippendorff (1995) ao relatar os produtos como mediadores de significados. De acordo com ele, Krippendorff “reconheceu formalmente o que no passado bons designers podem ter feito intuitivamente, mas sem o repertório teórico e linguístico para descrevê-lo”. Reconheceu também que “Designers que estão cientes da ‘product semantics’ trabalham de forma diferenciada daqueles que não estão. Eles articulam diferentemente objetivos e critérios para a resolução de problemas.”(KRIPPENDORFF, 1995, apud MEDEIROS, 2006).

A partir daí, vários estudos confirmam a relevância da investigação sobre semântica, emoção e interação dos objetos, gerando como resultado o que agora parece se configurar como novo paradigma em design: a dimensão semântica. “A

¹ Affordance é um termo criado por Gibson. Sua origem vem do termo inglês afford que pode ser traduzido como permitir, propiciar ou causar. Por extensão, podemos deduzir que affordances em produtos refere-se ao seu caráter potencial de estimular, através de seus atributos e significados, determinadas reações - extraído de Medeiros (2006)

dimensão semântica é aquela que busca a significação dos produtos, observando a relação entre o significante e o significado” (LIMA, 2000). Nesse novo paradigma, a forma não segue mais a função, mas sim os significados.

O conceito de ‘funcionalidade’ pode agora ser substituído pelo de ‘semânticidade’, ou seja, um objeto, para ser funcional no verdadeiro sentido da palavra, deverá atender não só exigências práticas, utilitárias, de adequação às características do material utilizado e aos custos, entre outros, mas também exigências semióticas, de correspondência entre a forma do objeto e o seu significado (DORFLES, 2002, p.55).

Nesse contexto, a dimensão semântica determina a propriedade que os produtos têm de incorporar e/ou gerar significados.

3 - A Dimensão Semântica nos Produtos Industriais

O reconhecimento da relação entre o design e os sentimentos gerados pelos produtos tem estabelecido um dos mais recentes e promissores campos da atividade: a subjetividade do “Design Afetivo” ou “Design Emocional”. Os adeptos desta nova abordagem entendem que os produtos de design têm uma dimensão semântica e desencadeiam toda uma série de sensações em seus usuários.

É o que Medeiros (2006) ressalta ao afirmar que os produtos devem ser pensados com ênfase nas aspirações, nos desejos, nas expectativas, assim como na identificação pessoal dos usuários com os produtos. “Já não é mais suficiente o produto ser eficiente em termos funcionais e de usabilidade, mas também deve ser um canal de comunicação que desperte sentimentos que favoreçam uma interação prazerosa” (MEDEIROS, 2006).

Nesse sentido, Norman (2008) diz que quem comanda as escolhas são as emoções, de modo que elas estão em tudo pelo que as pessoas optam, servindo, inclusive, de guia para o seu comportamento. Segundo o autor, o que entra em ação

nessa hora é o sistema afetivo, responsável por julgar o que é bom ou ruim, o que é seguro ou o que é perigoso. Nessas escolhas incluem-se os produtos que são consumidos. Como, entretanto, configurá-los seguramente, diante da subjetividade envolvida nesse campo?

Se uma das características do designer é “materializar ideais, valores e conceitos, configurando-os através de objetos” (COELHO, 2008, p. 14), e se as escolhas dos elementos que constituem a sintaxe desses objetos vão determinar a sua semântica, é nessas escolhas que está o cerne da questão. O questionamento chave passa a ser, então: como transportar esses significados para os produtos industriais?

De acordo com Forty (2007), essa atividade é mais significativa do que parece, pois o designer necessita não só utilizar, mas também compreender os recursos de comunicação, assim como entender como eles podem ser utilizados na metodologia de projeto. Dessa forma, o exercício do design estaria baseado na habilidade em explorar atributos configuracionais do produto, a fim de estabelecer a comunicação necessária para realçar a semântica nele existente.

3.1 - As Práticas Projetuais no Design

Atualmente, no âmbito acadêmico, as práticas projetuais partem de estruturas similares aos itens primordiais e típicos da produção industrial, possibilitando uma abordagem tradicional para o processo de desenvolvimento de produtos.

Na etapa de delimitação conceitual, por exemplo, Sanches (2007) cita que é comum encontrar, nas salas dos criadores de moda, um painel repleto de imagens, reunindo um apanhado de referências, tendências e de temas inspiradores. “A coleta e análise imagética é algo muito explorado no desenvolvimento de vestuário, pois se tem uma visão geral das correntes estéticas que traduzem os comportamentos sociais” (SANCHES, 2007).

Embora o assunto seja abordado pela autora no âmbito

da moda, essa realidade também se aplica aos demais produtos industriais, visto que a idéia de se partir do conhecimento do universo usuário/consumidor, suas características físicas e psíquicas, bem como do conteúdo vigente de projeto, pode-se definir o conceito gerador do produto. “Além dos princípios funcionais, delimitam-se também os princípios subjetivos e emocionais provocados pelo objeto” (BAXTER, 1998).

Durante essa etapa, referências de linguagem visual são sintetizadas, servindo como fio condutor para a transmissão futura de sentimentos e emoções. Destaca-se, com isso, o uso de ferramentas projetuais, como o caso do painel semântico. “Os produtos devem ser projetados para transmitir certos sentimentos e emoções. Mas como consegui-lo? Isso pode ser conseguido construindo-se diversos painéis de imagens visuais [...] painel de estilo de vida, de expressão do produto e de tema visual”. (BAXTER, 1998, p. 190).

Assim, os painéis sugeridos, embora frios e estáticos, tendem a traduzir visualmente o conceito emocional que o produto deve ter, determinando o Briefing visual e propondo, por meio de imagens, expressar a linguagem estética que os produtos deverão atender para a sua expressão. “Elementos visuais devem ser analisados, selecionados e inter-relacionados, canalizando o direcionamento de aspectos semânticos necessários” (SANCHES, 2007).

Para o aproveitamento efetivo do Painel como ferramenta projetual, portanto, é necessário que o designer desenvolva a capacidade de sintetizar a “essência” do produto por meio de uma imagem e, ainda, de extrair dessa imagem os elementos que caracterizam seu estilo.

3.2 - Os Elementos Utilizados pelo Designer para a Construção dos Painéis

Lucy Niemeyer (2003) lista uma série de elementos re-

ferenciados que podem instigar essas interpretações. São as referências icônicas, estruturadas pelo aspecto da semelhança, tais como a tradição da forma, a semelhança cromática, a semelhança de material, a metáfora, a semelhança do ambiente; as referências indiciais, sugeridas por meio de traços, cores, formas indicativas, marcas de uso, sinais luminosos e sonoros, sons de uso e barulhos de um produto, cheiro, toque ao material e Algarismos; por fim, as referências simbólicas, os símbolos, tais como os símbolos gráficos, a cor simbólica, a forma simbólica, as posições e posturas simbólicas e o material simbólico.

Dessa maneira, a capacidade de estabelecer a essência da linguagem visual é imperativa para a concretização do objeto, considerando que os elementos compositivos, citados por Niemeyer, articulam-se de acordo com os códigos estéticos do público-alvo, para formular uma mensagem visual única e adequada.

Um objeto é mais que cor, forma, textura, matéria-prima e funcionalidade. É razão, ideologia, contexto, emoção, sensação... comunicação: “Tal como uma história, um artefato é um texto, uma maneira de exhibir formas e um veículo de transmissão de significados” (GLASSIE, 1999, apud GAMBARATO e MALAGUTI, 2004, p. 43).

Sendo assim, para garantir a integridade da informação, os painéis devem ser trabalhados como elementos “contadores de histórias”, capazes de gerar significados de forma categórica ao profissional da área de design.

4 - A Dimensão Semântica na Dança em Cadeira de Rodas – Um Estudo de Caso

Com o objetivo de conhecer os significados da Dança em Cadeira de Rodas (DCR) necessários para o desenvolvimento de uma cadeira de rodas específica, recorreu-se aos estudos de Ferreira (2003) e à observação direta dos bailarinos da CIA de

Dança e Arte sem Barreiras ².

De acordo com Ferreira (2003), a dança é estruturada em uma linguagem não-verbal, já que muitos dos seus componentes tornam-se relevantes na produção da comunicação entre o dançarino e o espectador: quem dança, para quem dança, onde dança e como se dança. São essas categorias do movimento que constituem as condições de produção de sentido da linguagem. Dessa forma, a autora mostra que a dança, para ser linguagem, precisa da composição de fatores interdependentes, quais sejam: a) ter significado – conteúdo semântico; b) ser estruturada – organização sintática; c) ser dançada – eloqüência.

Isso quer dizer que, quando se assume a dança como linguagem, ela deve ser considerada como um meio de comunicação diferente da linguagem verbal. Estruturas de movimentos são expressas por meio de gestos corporais, simbolizados pela sutileza dessa forma de diálogo.

Algumas evidências, apontadas por Ferreira (2003) e postas em prática pelos bailarinos da CIA, marcam os discursos entre o artista (o dançarino) e o espectador (o público). Elementos como: a cadeira de rodas, o espaço, o palco, a música, a filiação dos movimentos corporais, a seqüela da deficiência, o coreógrafo, as roupas e o evento em si são determinantes para a formação do campo discursivo da dança em cadeira de rodas, pois servem como indícios para a estabilização desse significado.

A compreensão desses elementos e expressões é que foi trabalhada de maneira minuciosa para a elaboração de um vídeo semântico (ver Figura 1), caracterizando uma nova proposta de linguagem não-verbal, discurso e significado para referenciar o desenvolvimento do projeto conceitual de uma cadeira de rodas específica para dança.

² A CIA de dança e Arte sem Barreiras é uma companhia de dança artística do estado de São Paulo. Atualmente existem mais de trinta grupos de dança em cadeira de rodas no Brasil. Dados retirados da CBDCCR – Confederação Brasileira de Dança em Cadeira de Rodas



Figura 1 - Imagens do Vídeo Semântico; fonte: Arquivo Pessoal

Assim como nos painéis, o vídeo semântico foi desenvolvido com o objetivo de transmitir boa parte das “estruturas de sentidos” presentes durante o espetáculo da dança, comunicando sentimentos muitas vezes incomunicáveis através das imagens estáticas. Imagens por si só podem ser ambíguas e, muitas vezes, não revelam conteúdos indispensáveis para a concepção de produtos (PUCHASKI, 2008).

4.1 - O Vídeo Semântico

A idéia da construção de um vídeo semântico decorreu de um planejamento cuidadoso cujo fim último foi “mostrar” certa história (neste caso, não como ilustração da narrativa/roteiro, mas como o próprio movimento de construção de significado).

Trata-se da tradução intersemiótica, trabalhada por autores como Gambarato & Malaguti (2004), como uma tradução sem perdas por mudança de linguagem.

Imagens seqüenciais revelam a variabilidade de interpretações possíveis sem perder a alteridade do nível indicial (característico da visualidade). Deixa suas marcas e pegadas claras do caminho de ligação entre o signo representado e o objeto (conteúdo) de uma referência”. (GAMBARATO e MALAGUTI, 2004, p. 45)

Neste tipo de tradução, a subjetividade é trabalhada com mais ênfase, revelando aspectos emocionais presentes no fenômeno - neste caso a dança - necessários para a elaboração dos conceitos. Caracteres, assim, constituintes do design, como

cores, formas, texturas e demais elementos também foram utilizados, deixando mais clara a lógica da narrativa e colocando relações concretas aos conteúdos dispersos.

Além disso, as evidências apontadas anteriormente por Ferreira (2003) e as observações à dança dos bailarinos da CIA auxiliaram na compreensão/representação do que o vídeo necessitaria. Aspectos subjetivos como leveza (caracterizando o sentido visual), interatividade (tanto do usuário com o objeto quanto da relação entre os bailarinos), estabilidade (novamente se reportando aos aspectos visuais), fluidez, uniformidade dos elementos, liberdade espacial, o produto como elemento constituinte (a idéia da cadeira como extensão corporal) e outros... foram refletidos frame a frame para a elaboração da proposta.

Assim como os aspectos visuais, a música também foi adicionada nessa nova proposta, gerando uma oportunidade ímpar de serem trabalhados os aspectos conceituais também por meio auditivo.

A música é um meio de comunicação, um veículo para a transmissão e a difusão de idéias e de pensamentos, daquilo que foi pesquisado e descoberto ou inventado em nossa época; um meio de comunicação e de difusão que faz uso de um sistema de sinais sonoros (KOELLREUTTER, 1987, apud DORNELES, 2009, p.6).

Para formar uma imagem mental, a música é tão importante quanto a imagem. “Ao colaborar para formar uma imagem mental no receptor, a música estabeleceu-se na modernidade como um elemento indispensável na construção das peças de comunicação de sentido persuasivo” (DORNELES, 2009, p.7),

Com isso, os elementos sensoriais e emocionais coletados na observação serviram de base para determinar a propriedade da dimensão semântica da dança em cadeira de rodas (e por consequência a elaboração do vídeo). Gestos e estímulos, representados sequencialmente, formaram identificadores de aspectos subjetivos, afinando a transmissão da mensagem e auxiliando a descoberta da “alma” que a cadeira de rodas deveria ter.

5 - Considerações Finais

Os resultados referidos no vídeo semântico mostraram-se satisfatórios para o “despertar” dos aspectos subjetivos necessários à concepção de um novo produto. Diferente dos painéis semânticos utilizados intensivamente no meio acadêmico, o vídeo traz perspectivas de movimento e possibilita a interação em diferentes níveis de linguagem (tanto visuais quanto sonoros).

No caso da dança em cadeira de rodas, a sutileza desses movimentos e os sentimentos nela envolvidos formaram elementos articuladores para a configuração do vídeo, que expressa a relação entre significante e significado por meio de códigos, a fim de tornar o produto projetado mais expressivo. Neste caso, destacou-se a importância de focalizar o sentido da dança produzida pelo dançarino, ao contrário de focalizar o produto em si. Nessa perspectiva, a própria dança em cadeira de rodas se afirmou também como bases conceituais para a elaboração do objeto.

Portanto, trata-se de um novo olhar em relação ao produto, com mais consciência da importância da comunicação e do sentido imbuído nela, tanto na percepção do designer quanto na percepção de seu objeto de design.

Referências

BAXTER, Mike. Projeto de produto. São Paulo: Edgard Blücher, 1998.

COELHO, Luiz Antonio L. (org.) Conceitos-chave em design. Rio de Janeiro: Editora PUCRio. Novas Idéias, 2008.

DORFLES, Gillo. Introdução ao desenho industrial: arte e comunicação. São Paulo: Edições 70, 2002.

DORNELES, Rogério. Um olhar sobre as vinhetas de abertura das telenovelas da Tv Globo. Disponível em <<http://wwwusers.rdc.puc-rio.br/imago/site/semiotica/producao/dorneles-final.pdf>>. Acesso em 14/05/2009.

FERREIRA, Eliana L. Corpo - Movimento - Deficiência: as Formas dos Discursos da Dança em Cadeira de Rodas e seus Processos de Significação. 2003. 243 f. Tese (Doutorado em Educação Física) – Faculdade de Educação Física, Universidade Estadual de Campinas, São Paulo, 2003.

FLUSSER, Vilém. O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação. Org. por Rafael Cardoso. Trad. de Raquel Abi-Sâmara. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

FORTY, Adrian. Objetos de desejo: design e sociedade desde 1750. Trad. de Pedro Maia Soares. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

GAMBARATO, Renira R.; MALAGUTI, S.. Objetos do desejo: metodologia de análise fílmica à luz da semiótica peirceana e estudos intermediais. Lumina - Juiz de Fora - Facom/UFJF - v.7, n.1/2, p41-73, jan./dez. 2004. Disponível em <<http://www.facom.ufjf.br/lumina/12/R12-13%20Gamburato%20e%20Malaguti.pdf>>. Acesso em 10/12/2008.

LIMA, Marco A. Magalhães. A semântica no projeto de

produto. Estudos em design. Rio de Janeiro: Associação de Ensino de Design do Brasil, v.8, n.2 (maio), 2000.

MEDEIROS, Wellington G. de. Interação Significante (IS): Dimensão Semântica da Interação de Usuários com Produtos. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN (P&D Design), 7., 2006, Curitiba. Anais ... Curitiba: AEND, 2006. 1 CDROM.

NYEMEYER, Lucy. Elementos de semiótica aplicados ao design. Rio de Janeiro: 2AB, 2003.

NORMAN, Donald A. Design emocional: por que adoramos (ou detestamos) os objetos do dia-a-dia. Trad. de Ana Deiró. Rio de Janeiro: Rocco, 2008.

ONO, Maristela. Design e cultura: sintonia essencial. Curitiba: da Autora, 2006.

PUCHASKI, Kleber. Feel the Future. Tese. Royal College of Art, Londres, 2008.

SANCHES, Maria Celeste de F. A síntese visual como ferramenta projetual para a concepção de produtos de moda. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE PESQUISA EM DESIGN (CIPED), 4., 2007, Rio de Janeiro. Anais... Rio de Janeiro: ANPED, 2007. 1 CDROM