

O uso de instrumentos do design no desenvolvimento de experiências audiovisuais interativas

André Conti Silva ^a, Mauricio Barth ^b✉

a b Instituto de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Feevale, ERS 239, 2755 - Vila Nova, Novo Hamburgo - RS, 93525-075

^a andrec@feevale.br, ^b mauricio@feevale.br

A internet oferece, através de suas potencialidades interativas, um espaço diferenciado para a criação de experiências audiovisuais. Essas soluções carregam consigo a herança de veículos e suportes como o cinema e a televisão; porém, não há, até o momento, modelos produtivos que contemplem a inclusão dos fatores subjetivos que proporcionam o contexto ideal para a experiência. Sendo assim, este trabalho busca discutir a aplicação de dois instrumentos metaprojetuais do design – pesquisa *blue sky* e *moodboards* – com tal finalidade, a partir da aproximação destes com os processos de significação próprios dos produtos audiovisuais.

Palavras-chave: internet; design; experiências; *moodboard*; *blue sky*.

The use of design instruments in the development of interactive audiovisual experiences

The Internet offers, throughout interactivity, a new opportunity for creating audiovisual experiences. These solutions carry out the inheritance of media such as cinema and television, although until now there is no production model that allows the inclusion of subjective aspects that improve the experience. This work has the intention to discuss the application of two metaprojectual design instruments – blue sky research and moodboards – with this intention, based in semiotic approaches with audiovisual solutions.

Keywords: internet; design; experiences; moodboard; blue sky.

1. Introdução

É comum imaginar o design como uma forma de projetar vinculada a processos de inspiração essencialmente subjetivos. Regularmente, até mesmo designers práticos definem seus métodos de trabalho como sendo muito mais próximos da criação artística do que de um encadeamento de práticas claramente definidas para a produção de uma

demanda específica. O fato é que não só existem metodologias claras para a produção de um projeto de design, como, até mesmo, as práticas subjetivas do profissional são contempladas por instrumentos que explicitam estes aspectos sem fugir às especificidades de um *briefing*.

A transposição da subjetividade em algo material, tátil ou visível passa por um campo de conhecimento essencial para a compreensão das lógicas estabelecidas neste artigo, a semiótica. Responsável pelas discussões sobre a capacidade de representação e a criação de significados, esta área de conhecimento defende que o grupo em que o indivíduo se insere só é capaz de compreender esta transposição do mundo das ideias para a materialidade se estiver ciente do código utilizado. Essa é uma das diversas formas de reiterar o pensamento de Heidegger, quando o autor afirma que o homem só se faz na linguagem. Utilizar este modelo colabora enormemente para o debate dos usos e papéis dos instrumentos de projeção do design.

Partindo-se desta premissa, deseja-se compreender que níveis de subjetividade os instrumentos do design são capazes de explicitar e de que forma seus aspectos contribuem para uma metodologia de construção de um produto. Neste artigo, há, portanto, uma tentativa empírica de classificação dos instrumentos metaprojetuais do design a partir da sua aproximação com modelos textuais propostos pela semiótica e sua área de conhecimento maior, a linguística. Mais do que isso, há uma tentativa de estabelecer, a partir dessas leituras, um vínculo entre os instrumentos do design e as formas de expressão de sentimentos, sensações e emoções humanas. Acredita-se que esta aproximação pode colaborar para a compreensão de como tais instrumentos, além de funcionarem como propulsores do processo criativo, podem ser aplicados em outras áreas produtivas e do conhecimento.

Sob este olhar, pode-se pensar em diferentes modelos de transposição de abstrações para a materialidade – não de forma desordenada, mas, sim, buscando a proposição de um modelo coerente que possa ser replicado e referenciado em cada novo projeto semelhante. Esta lógica advinda da chamada *cultura de projeto* (Boutinet, 2002) é o que norteia o interesse dessa pesquisa por instrumentos do design.

2. Aproximações com o texto

Ao passo que se pensam os resultados obtidos através da aplicação de instrumentos do design como conjuntos semióticos, podem-se identificar características literárias para estes. Na linguística, esta diferenciação está há muito consolidada na teorização dos diferentes modelos textuais. Imagina-se que, em projetos de design, dois deles sejam essenciais para a compreensão e aprofundamento do projeto a ser desenvolvido.

No primeiro deles, o essencial é pontuar os aspectos mais particulares da forma e do ambiente em que este se insere. Neste modelo, a partir daqui tratado como *descritivo*, os detalhes da construção do objeto se sobrepõem às situações de uso. Tais situações pertencem a um segundo domínio textual, o *narrativo*, enormemente citado dentro desta classificação proposta.

É preciso, no entanto, salientar que há uma natureza anterior nos instrumentos do design que é essencialmente *referencial*, ou seja, nenhuma destas ferramentas criativas é responsável pela feitura de um produto final, mas, sim, o conjunto de seus resultados servirá de referência para a construção daquilo que se imaginou ou pretendeu no momento de um briefing.

Da mesma forma, um designer – ou um grupo de designers – pode optar pela utilização de um instrumento ou de um conjunto deles ao invés de trabalhar com todos em uma lógica pré-estabelecida de encadeamento na projeção. Isto é posto, pois as peculiaridades de cada instrumento podem fazê-lo interessante ou não a um projeto em diferentes ocasiões, da mesma forma que a própria familiaridade do indivíduo com um ou outro instrumento pode fazer com que seu uso se torne mais frequente em detrimento de outros.

Seguindo esta lógica de classificação dos instrumentos do design, propõe-se, empiricamente, a seguinte estrutura:

Figura 1. Instrumentos do Design



Fonte: elaborado pelos autores

Nesta proposta, pode-se visualizar o fator preponderante no uso de alguns instrumentos utilizados nas etapas metaprojetuais do design. É importante assinalar que o fato de haver uma classificação que parece dividir os instrumentos por suas

características não quer dizer que eles tenham caráter exclusivamente referencial, descritivo ou narrativo. Isto quer dizer que instrumentos como *moodboard*, *blue sky*, *gráficos de polaridades*, *matrizes BCG* e *análises SWOT* podem assumir aspectos narrativos em sua construção, da mesma forma que pontos descritivos fazem parte de ferramentas como o *storyboard* e a *construção de cenários*. Mais ainda, é importante assinalar que nenhum instrumento perde sua característica referencial por estar designado a um grupo descritivo ou narrativo e que *brainstorming* e *mapas conceituais* têm um comportamento próprio tão peculiar que faz com que não haja uma tendência descritiva ou narrativa em sua aplicação.

Considerando-se a importância da narrativa em uma infinidade de áreas como literatura, comunicação e, também, no design, pode-se, a partir do modelo de classificação dos instrumentos, pensar em uma aproximação do próprio design em relação às narrativas. Visando esta aproximação, podem-se comparar modelos de projeção de narrativas e seus instrumentos.

Diversos autores apresentam ferramentas utilizadas na composição de histórias com encadeamento narrativo na esfera literária, porém, se crê que um dos modelos de projeção narrativos mais próximos do design é o audiovisual. Isto é posto já que o audiovisual, como é apresentado por autores como Comparato (1995) e Field (1995), obrigatoriamente passa por fluxos que se assemelham ao de um projeto de design: atende muitas vezes a um briefing, sua etapa metaprojetual passa por uma construção através de ferramentas como roteiros e *storyboards* e, por fim, demanda uma cadeia produtiva desde sua realização até a recepção do consumidor final que poderia ser observada pela lógica do sistema-produto do design estratégico.

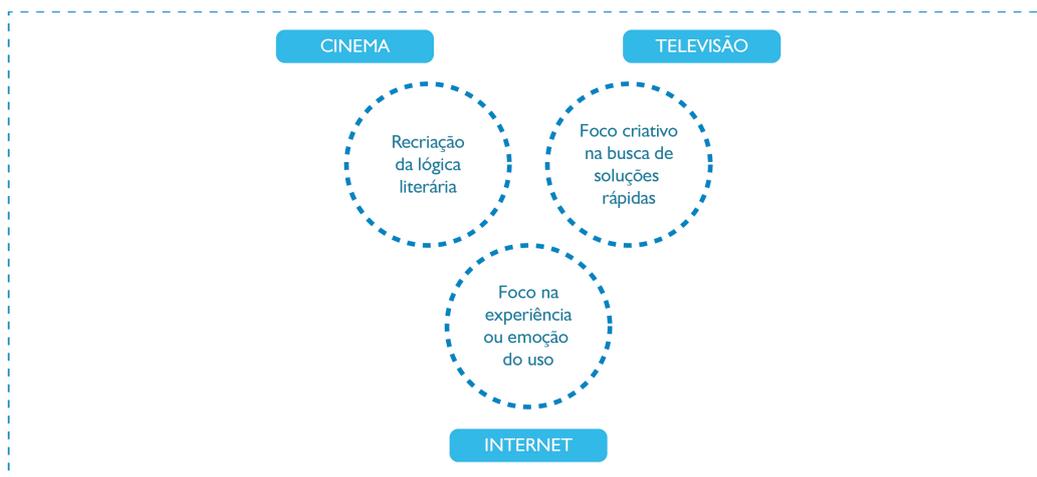
Estes modelos de produção nos veículos e suportes tradicionais são pouco permissivos no que diz respeito à sua produção. Os instrumentos utilizados demonstram tamanha eficácia na construção dos produtos que sua aplicação é, sendo, como no caso do uso de roteiros, regida por sindicatos e funções trabalhistas em áreas como o cinema e a televisão.

Há, porém, uma área onde a narrativa audiovisual está se construindo de forma inovadora: a internet. No ambiente digital, o audiovisual passa por processos de remediação nos quais, como apresenta Manovich (2000), há uma remodelação dos conteúdos intermediada pelo suporte em que eles se encontram que variam em intensidade, abrangendo desde a simples reprodução de soluções audiovisuais advindas da televisão e do cinema, até a construção de experiências interativas através do uso do audiovisual.

3. O foco na experiência

Acredita-se que este tipo de solução disponibilizada em um suporte como a internet seja capaz de agregar todos os aspectos até aqui citados como relevantes. Por este mesmo motivo, com foco na intenção do uso de ferramentas metaprojetuais e tratando os suportes de transmissão do audiovisual de forma bastante generalista, se observa que tais instrumentos acabam por assumir diferentes papéis na projeção de produtos audiovisuais. Neste panorama, propõe-se pontuar o uso de instrumentos metaprojetuais na narrativa da seguinte forma:

Figura 2: Cinema, Televisão e Internet



Fonte: elaborado pelos autores

Resume-se, a partir das leituras de Comparato (1995) e Field (1995), que os instrumentos metaprojetuais utilizados por realizadores do cinema, têm o foco na recriação, através de imagens, do encadeamento literário proposto por um roteiro. Da mesma forma, instrumentos pertencentes ao processo de construção de narrativas televisivas, especialmente em telenovelas, se destinam à objetividade e velocidade na criação de personagens e argumentos, com fins de produção imediata.

Evidentemente, não se deseja, neste artigo, questionar os modelos de projeção de audiovisual de meios como o cinema e a televisão. Não apenas pela prévia consolidação destes instrumentos, mas, também – e principalmente –, pelo fato de que se visa justamente uma aproximação do design com o audiovisual, a partir da oportunidade criada pelo crescente número de soluções audiovisuais que proporcionam experiências para o usuário na internet.

Justamente por ter, intrinsecamente, o caráter interativo, o ambiente da internet tende a operar com aspectos transdisciplinares e com experiências que acabam por ter maior

amplitude de análise, compreensão e projeção quando observados através de uma visão sistêmica como a do design estratégico. A intencionalidade de projetar experiências reforça este domínio, havendo a necessidade de uma interferência mais profunda no processo de projeção.

Autores como Mclellan (2000), buscando subsídios em Murray e Jensen, já identificaram que o uso da estrutura narrativa pode ser um caminho para um design de experiências mais efetivo. Suas pesquisas mostram que há um desejo comum de que as sensações e emoções sejam acompanhadas de um enredo que conduza o sujeito para um papel de convidado em uma história mais ampla. Mais do que isso, Mclellan (2000) vislumbra nos meios interativos um grande potencial para o design de experiências, já que sua construção convida a um engajamento mais desafiador, fator preponderante para a autora em uma experiência recompensadora.

Pode-se dizer que instrumentos com uma capacidade de construção narrativa mais evidente já foram adotados nos processos metaprojetuais de cinema e de televisão, visto o emprego de *storyboards*, que são amplamente utilizados em ambos suportes. Acredita-se não haver grande efetividade na discussão dos usos destas ferramentas no ambiente da internet, ao passo que a migração do próprio recurso audiovisual para este suporte trouxe consigo a utilização destes instrumentos. No entanto, perceber tal aproximação dos campos de projeção do audiovisual com o design pode abrir um novo espaço de atuação dos estudos e, também, dos profissionais da área, com a possibilidade de criar experiências audiovisuais no ambiente da internet – e para além dele. Este ideal metaprojetual, em se tratando da construção de experiências, deve, para muitos autores, seguir uma lógica de encadeamento roteirizada para que se estabeleça o que Csikszentmihalyi (1998) chama de *flow* ou *fruição*. Este nível desejado de envolvimento do participante é um engajamento total com a experiência proposta e, para que isto aconteça, é preciso que haja um acoplamento desta narrativa com uma série de aspectos que colocam o sujeito não mais em uma postura passiva com relação ao ambiente, mas, sim, disposta e com motivação para buscar uma recompensa – em grande parte das vezes também subjetiva – pela vitória de um desafio estabelecido.

Pine e Gilmore (1999) estabelecem um modelo de análise e projeção das experiências a partir do design com quatro “reinos” que a compõem: entretenimento, educacional, estético e escapista. Em uma visão bastante rasa dos efeitos de uma narrativa no indivíduo receptor, poderia se dizer que ela contempla todos os seus aspectos. Como visto nos casos do cinema e da televisão tradicionais, seria, portanto, possível projetar uma experiência deixando de lado demais instrumentos e trabalhando apenas com ferramentas como *storyboard* e cenários. Acredita-se, porém, que projetar a experiência com o foco na narrativa não relega aos demais instrumentos um papel

inferior, já que a narrativa toca todas as faces da experiência, porém, não consegue por si só gerar o estado de fruição ideal.

Cada um dos “reinos” propostos por Pine e Gilmore (1999) passa por uma postura do participante frente à experiência, que vai ser refletida no eixo da participação e no modo em que ele se deixa envolver por dada situação. No gráfico proposto por McLellan (2000), adaptado de Pine e Gilmore (1999), este modelo se faz bastante claro.

Figura 3: Absorção, Participação Ativa, Participação Passiva e Imersão



Fonte: adaptado de Pine e Gilmore (1999)

O que se propõe, referenciando-se em McLellan (2000), é que os aspectos que provocam uma experiência em sua completude, regularmente distribuída nos quatro quadrantes da figura 3, estão diretamente ligados à subjetividade do participante, especialmente em aspectos emocionais despertados pela experiência. Esta dimensão subjetivo-emocional, na maior parte dos casos, não é inteiramente contemplada em etapas metaprojetuais e, a exemplo de aspectos estéticos e de funcionalidade, poderiam ser intensamente trabalhadas por instrumentos descritivos.

Acredita-se que utilizar as ferramentas metaprojetuais para a projeção ou análise dos aspectos emocionais da experiência, pode contribuir para a inclusão de determinados aspectos não explicitados pelo roteiro em um projeto de experiência audiovisual.

4. Blue Sky e Moodboard

Partindo-se desta premissa, pode-se questionar quais os instrumentos do design que melhor se adequam a um processo de projeção audiovisual. Scaletsky e Parode (2008) apontam que imagem e produção de sentidos perpassam instrumentos como o *blue sky* e os *moodboards*. Ora, sendo imagem e produção de sentido justamente a lógica do encadeamento narrativo audiovisual, talvez estes instrumentos sejam um primeiro passo ideal no processo de aproximação entre estas áreas.

Segundo os autores, a pesquisa *blue sky* tem a capacidade de estimular os atores envolvidos no processo de projeção com imagens. De fato, em um debate metaprojetual no ambiente de cinema ou televisão, é bastante comum que os envolvidos nesta etapa se remetam a imagens e referências visuais de outras obras de mesmo cunho. Esta semelhança permite imaginar que o *blue sky* poderia ser utilizado como etapa de representação descritiva de diversos aspectos que deverão estar presentes no produto final, mas que escapam ao eixo narrativo estabelecido pelo roteiro e por outros instrumentos.

O uso de um recurso como o *blue sky* não é de fato uma grande inovação no processo de construção de um produto audiovisual, mas, sim, uma tentativa de organização de um modelo para um processo que ocorre subjetivamente neste tipo de produção. Este é, justamente, o papel que tal pesquisa acabou assumindo na etapa metaprojetual do design, apontada por Scaletsky (2008) inclusive como uma forma de externalização de um conhecimento tácito.

Em um panorama de projeção de soluções interativas, o *blue sky* pode contribuir enormemente para apontar para qual direção a solução audiovisual deve ser conduzida nos aspectos mais subjetivos da experiência a ser criada. Eisenstein (2002) acreditava que a justaposição de imagens era o fator mais importante na criação de um encadeamento narrativo audiovisual e a presença desta característica em pesquisas *blue sky* colabora para o direcionamento do projeto, fornecendo *insights* (SCALETSKY, 2008) que contribuem para a mais ampla gama de aspectos da construção da história e da *mise-en-scène* audiovisual. Se crê que, a partir da confecção de uma pesquisa *blue sky*, a equipe de produção seja capaz de visualizar um eixo comum para o alinhamento de seus conceitos e de seus diferentes olhares sobre a proposta de realização.

O *moodboard* se utiliza do mesmo recurso de representação através das imagens, porém, com o foco, como o próprio nome do instrumento indica, nos humores possíveis para o projeto. A presença dos humores, sentimentos, emoções ou sensações em projetos audiovisuais é uma constante e tem relação direta com o tipo de reação que se desperta no telespectador ou, simplesmente, receptor daquela mensagem codificada em

imagens. Alguns pesquisadores como Duarte (2004) conceituam o conjunto destes aspectos emocionais como o *tom* do produto audiovisual.

Como apontado anteriormente, acredita-se que o modelo unidirecional do cinema e da televisão proporciona um engajamento parcial com a narrativa, que ressalta o *tom* de forma superficial. O caso é que o espectador não tem a oportunidade de construir o audiovisual para além de suas interpretações. O fator da interatividade pode ser capaz de ampliar a percepção do *tom* e, conseqüentemente, estabelecer um estado ideal para o desenvolvimento de uma experiência com *fruição* através do audiovisual. Esta construção de um “ambiente” ideal para o *flow* é conceituada por Carú e Cova (2007) através da ideia de *imersão*. Para os autores, o papel do projetista não é provocar uma emoção, mas, sim, desenvolver um ambiente favorável para que determinadas emoções desejadas venham à tona e componham a experiência.

Articulando tais conceitos, pode-se propor um modelo de projeção baseado na formatação de um audiovisual cujo *tom* seja a porta de entrada para um processo de *imersão*. Mais do que isso, se o *tom* é justamente uma composição de emoções e reações subjetivas presentes em um conjunto de imagens e sons sobrepostos, a relação com um *moodboard* parece imediata. Acredita-se, portanto, que o *moodboard* pode fazer parte de uma etapa metaprojetual de uma solução audiovisual que busque trabalhar mais a fundo a experiência do indivíduo que, com a possibilidade de interagir com tal solução, deixa de ser apenas um receptor, passando para uma posição de usuário.

5. Considerações finais

Estas lógicas precisam, necessariamente, passar por uma etapa de testes práticos para verificação de sua efetividade em etapas metaprojetuais de soluções audiovisuais interativas. Todavia, a aproximação dos excertos hoje localizados na internet e seus aspectos experienciais com o modelo de encadeamento de imagens para a geração de significados presentes em *moodboards* e pesquisas do tipo *blue sky*, fazem desta construção um modelo de raciocínio bastante simples com verdadeiro potencial de aproveitamento.

A existência de *moodboards* e *blue skies* na etapa de projeção de uma solução audiovisual pode ser um facilitador para os realizadores deste tipo de produto, já que estes instrumentos incorporam uma linguagem de domínio dos mesmos, a da imagem. Da mesma forma, criam-se em uma etapa prévia à realização final, narrativas anteriores com o exclusivo fim de atribuir características aprofundadas da experiência audiovisual a ser criada. Tal recurso já é utilizado por roteiristas e diretores de cinema e televisão para a construção de personagens, como mostra Comparato (1995) quando estabelece um modelo de projeção para estes meios. O autor afirma que grandes narrativas podem

ser desenvolvidas como instrumento de composição de personagens, mesmo que estas não estejam presentes no produto final.

A proposta de uso de instrumentos metaprojetuais do design na construção de experiências audiovisuais interativas no ambiente da internet é bastante inicial e encontra-se em fase de pesquisa de referencial teórico para uma construção mais rica e para o direcionamento de experimentos de campo que explorem as reais potencialidades dos instrumentos nestas situações.

Apesar de preliminar, tal debate encontra bons indícios e similaridades de linguagens entre alguns instrumentos que permitem acreditar em sua aplicação prática e sistêmica. Tal sistematização é a meta de um estudo mais amplo a ser desenvolvido, buscando organizar fluxos de produção e projeto para que se possa delinear um modelo de geração de experiências orientado pelo design estratégico.

Não se limita, porém, a aplicação apenas da pesquisa *blue sky* e dos *moodboards* neste processo. Há uma necessidade de aprofundamento das análises destas ferramentas e, também, uma observação sobre a capacidade de inserção de outros instrumentos que estabeleçam não só uma coerência com a gramática da produção audiovisual, mas, também – e especialmente –, com o aproveitamento das oportunidades de projeto lançadas pelo ambiente potencialmente transdisciplinar da internet.

Da mesma forma, estudos futuros podem buscar uma aplicação dos instrumentos metaprojetuais do design em uma lógica inversa: a da interpretação de soluções audiovisuais. Parece, a partir das relações estabelecidas neste trabalho, que o eixo de construção de significado através das imagens em pesquisas *blue sky* e *moodboards* oferece um modelo bastante coerente para a compreensão de fatores subjetivos presentes em filmes e vídeos, sejam eles interativos ou não. Tais ferramentas podem fornecer novos subsídios para pesquisas não só na área do design estratégico, através das experiências, mas de disciplinas afins como a comunicação, a linguística e a psicologia.

Especificamente para o ambiente web, a pesquisa deve se desenvolver no sentido da compreensão dos processos de remediação, já que, tendo o audiovisual sua origem no cinema e com forte observação e teorização no veículo televisivo, seus paralelos com o modelo aqui proposto são mais imediatos e simples do que se pode prever ou observar para a internet.

Todavia, estando inserida em uma cultura de projeto e passando por uma pesquisa mais ampla, esta observação feita a partir da justaposição de postulados teóricos e observações de outros autores fornece boas perspectivas para a construção de uma nova forma de projetar o audiovisual, passando a incluir de forma mais amigável na etapa

metaprojetual os elementos que compõem o *tom*. Esta participação mais presente e organizada de aspectos subjetivos tem a tendência de levar o processo de projeção de experiências para um caminho de maior efetividade na relação da solução audiovisual com os seus espectadores/usuários no uso dos recursos da interatividade.

Referências

- Boutinet, J. *Antropologia do projeto*. 5. ed. Porto Alegre: ARTMED, 2002.
- Carú, A.; Cova, B. *Consuming experiences*. London: Routledge, 2007.
- Comparato, D. *Da criação ao roteiro*. Rio de Janeiro: Rocco, 1995.
- Csikszentmihalyi, M. *Finding Flow: The Psychology of Engagement With Everyday Life*. New York: Basic Books, 1998.
- Duarte, E. B. *Televisão: ensaios metodológicos*. Porto Alegre: Sulina, 2004.
- Eisenstein, S. *A forma do filme*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.
- Field, S. *Manual do roteiro*. Rio de Janeiro: Objetiva, 1995.
- Manovich, L. *The language of new media*. Massachusetts: The MIT Press, 2000.
- Mclellan, H. Experience design. *CyberPsychology and Behavior*, v. 3, (1), 2000.
- Pine, J.; Gilmore, J. *The Experience Economy*. Boston: Harvard Business School Press, 1999.
- Scaletsky, C. Pesquisa Aplicada / Pesquisa Acadêmica. In: *Anais... P&D 2008 – Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design*, São Paulo: Centro Universitário SENAC, 2008.
- Scaletsky, C.; Parode, F. Imagem e pesquisa Blue sky no design. *Anais... Congresso SIGraDi*, 2008.