

## DESIGN PARA OS SENTIDOS

**Aluno: Frederico Szmukler Tannenbaum**  
**Orientadora: Vera Damazio**

### Introdução

Este trabalho é parte da investigação sobre Design Emocional em desenvolvimento no Laboratório Design Memória e Emoção – LABMEMO (Departamentos de Artes & Design-PUC-Rio) e foi norteado pela idéia de que o Design não diz respeito apenas aos “produtos”, mas principalmente às reações, efeitos e impacto que eles causam nas pessoas e na sociedade (Klaus Krippendorff, 2006; Frascara, 2001). O relatório apresenta o “Design para os Sentidos” como uma estratégia inédita para projetar sob a perspectiva do Design Emocional.

### Objetivos

Geral: Contribuir com subsídios teóricos e metodológicos para o desenvolvimento de projetos voltados para outros sentidos além da visão.

Específicos: (1) Levantar referências teóricas sobre a relação entre o meio projetado, nossas reações emocionais e nossos sentidos. (2) Levantar exemplos de produtos voltados para outros sentidos além da visão. (3) Identificar estratégias para o projeto de produtos voltados para outros sentidos além da visão.

### Metodologia

Este trabalho constituiu-se de três grandes etapas. A primeira etapa foi dedicada ao levantamento de referencial teórico sobre a relação entre o meio projetado, nossas reações emocionais e nossos sentidos e concentrou-se na busca de referências sobre “design para os sentidos” e “design sensorial”, do qual destacaram-se os seguintes livros:

1. **Sensory Design** de Joy Monice Malnar e Frank Vodvarka. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2004.

No livro os autores alegam que a formação de designers e arquitetos é prioritariamente voltada para a visão e nos convidam a supor “por um momento, que som, toque e odor sejam tratados como equivalentes à visão, e que emoção seja tão importante quanto cognição”. Afinal, perguntam os autores, “como seria o nosso ambiente construído se a resposta sensorial, sentimento e memória fossem fatores críticos de design (...)?”

2. **The Natural History of the Senses** de Diane Ackerman, escritora, poeta e naturalista americana. New York: Vintage, 1991.

Em seu livro Ackerman explica como funcionam os sentidos humanos, relatando pesquisas científicas aliadas a relatos de pessoas como por exemplo Hellen Keller filósofa e escritora cega e surda.

3. **Designing Disney’s Theme Park: The Architecture of Reassurance** de Karal Ann Marling. New York: Flammarion, 1997.

**Designing Disney: Imagineering and the art of the show** de John Hench. New York: Disney Editions, 2008.

Nestes livros os autores relatam as técnicas utilizadas pela Disney para encantar e guiar os visitantes do parque através dos sentidos. Como, por exemplo, fazer as pessoas se

localizarem rapidamente em qualquer lugar do parque através de estruturas arquitetônicas como o famoso castelo da Cinderela; realizar as transições de uma área temática para outra utilizando diferentes texturas de piso, música de fundo; fazer uso de cheiros nas lojas para atrair consumidores, e outras técnicas dirigidas para os sentidos.

Na segunda etapa foi realizado levantamento e fichamento de produtos dirigidos para os outros sentidos além da visão e também de seus propósitos e efeitos junto aos usuários. Destacamos como exemplo o despertador “The Peaceful Progression Wake Up Clock”, feito pela Hammacher Schlemmer, que faz uso de uma luz que aumenta de intensidade gradualmente, aromas estimulantes e sons da natureza para acordar o usuário de forma calma e agradável.

A terceira etapa foi resultado da organização e processamento dos dados das etapas 1 e 2 e concentrou seus esforços em identificar de que forma estão sendo explorados os sentidos nas atividades projetuais. Destacamos como exemplo o uso de movimento em jogos de vídeo game, como o Wii da Nintendo. Destacamos ainda o dado de que os jogos que fazem uso de movimento podem gerar emoções através da chamada "emoção por contágio", onde o cérebro nos faz sentir aquilo que acreditamos que outras pessoas estão sentindo. Podem, também, facilitar a criação de elos e confiança entre os jogadores, fazendo com que as pessoas sintam-se mais conectadas umas com as outras.

### **Conclusões**

Concluimos a partir deste estudo que “projetar para todos os sentidos” amplia os canais de interação das pessoas com o meio projetado e por isso é uma poderosa ferramenta para gerar engajamento emocional entre usuários e produtos.

Como designers devemos atentar para a influência que nossos sentidos exercem sobre a nossa cognição. Assim sendo entendemos que se faz necessário dedicar nossos esforços para compreender as propriedades auditivas, olfativas e táteis de um produto assim como compreendemos suas propriedades visuais.

### **Referências**

[1] ACKERMAN, Diane. **The Natural History of the Senses**. Vintage, 1991.

[2] ANDERTON, F. **Architecture for all Senses**. Architectural Review, n. 1136, outubro 1991. London: MBC Architectural Press & Building, pp. 27-28.

[3] HENCH, John. **Designing Disney: Imagineering and the art of the show**. New York: Disney Editions, 2008.

[4] MALNAR, J. M ; VODVARKA, F. **Sensory Design**. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2004.