



## SEMIÓTICA PEIRCEANA APLICADA A PROJETO E DESENVOLVIMENTO DE OBJETO DE DESIGN: EMBALAGEM EXPERIMENTAL<sup>1</sup>

*Peircean semiotics applied to design and development of design objects: experimental packaging*

**VALENTE, Telma**

Doutora; Universidade Federal do Espírito Santo (UFES)  
telma.valente@ufes.br

### RESUMO

Trata-se de um relato de experiência didática realizada com estudantes de Design, da Universidade Federal do Espírito Santo, na disciplina Semiótica da Imagem, da Prof<sup>a</sup> Telma Valente. Refere-se à aplicação da Semiótica a projeto e desenvolvimento de embalagem experimental. Esta foi produzida com base na metodologia projetual para construção da mesma e nas categorias fenomenológicas de Peirce. Isto posto, as especificações para a criação da embalagem consideraram o contexto do crescimento exponencial do *e-commerce*. Disso resultou outra maneira de projetá-la, diferente da lógica empregada para a loja física. Sendo assim, a proposição deveria adequar-se à entrega “pelo correio”. Para tornar a proposta mais próxima da realidade, pares de estudantes foram formados livremente. Estes deveriam criar e “enviar”, reciprocamente, embalagens com objetos de uso, de acordo com os perfis de cada destinatário. Além disso, os produtos deveriam ser de baixo custo, dadas as sugestões da professora, ou até confeccionados pelos pares de remetentes/destinatários. O resultado deveria proporcionar uma experiência ao usuário. Para evitar a logística e os custos de um envio real,

<sup>1</sup> Trata-se de um relato de experiência didática realizada com estudantes do curso de Design da Universidade Federal do Espírito Santo, em 2018.

o núcleo de pesquisa da professora foi adotado como caixa postal. Um cronograma de entregas e retiradas foi acordado entre os pares. Após isso, os usuários deveriam fazer um vídeo para registrar o momento da abertura das suas embalagens (mínimo 1 e máximo 5 minutos) para ser postado no *youtube*, ou seja, uma apropriação do fenômeno do *unboxing video* – conteúdos de Internet produzidos pelos usuários das redes sociais digitais – que registram o momento da abertura de suas encomendas (SATO, 2016). As reações dos usuários ao abrirem as embalagens validariam (ou não) a experiência fenomenológica projetada pelos designers. Estes tiveram total liberdade de escolha de materiais e demais elementos da linguagem gráfico-visual. Atenção à dimensão semântica era a única obrigatoriedade do projeto. No processo de criação, esperava-se que o designer-autor experimentasse impressões próximas as da primeiridade – momento da fruição das qualidades sem nos darmos conta disso (SANTAELLA, 1983) – ao entrar em contato com a diversidade de materiais disponíveis para a confecção, através do tato, audição, visão, olfato ou paladar, imbricados entre si, como elementos de projetos (BRAIDA; NOJIMA, 2008). No momento da escolha dos materiais e demais decisões projetuais, o estudante poderia experimentar as sensações, conflitos, indecisões, reações típicas da secundidade – percepção das impressões que incidem sobre nós e posterior reação aos estímulos (SANTAELLA, 1983) – na construção da embalagem. Por fim, esperava-se que o autor atingisse a terceiridade – compreensão da experiência vivida (SANTAELLA, 1983) – ao concluir a sua construção. Da mesma forma, o usuário da embalagem também deveria vivenciar a experiência fenomenológica ao entrar em contato com a mesma. Ou seja, deveria ser impressionado pelos materiais constituintes da embalagem (primeiridade), interagir com ela e experimentar as suas funcionalidades (secundidade) e, finalmente, entender as significações contidas na mes-

ma, dado o seu caráter de representação (terceiridade). Resta dizer, que os resultados foram avaliados por uma banca formada pela professora proponente do trabalho, professora de projeto de embalagem e de experimentações gráficas.

**Palavras-chave:** Semiótica; Design; Projeto.

## Referências

SANTAELLA, Lucia. **O que é Semiótica**. SP, Ed. Brasiliense, 1983.

SATO, Silvio Koiti. Abrindo a embalagem na rede: reflexões sobre consumo e cultura digital a partir dos *unboxing videos*. In: 6º Encontro de GTs de Pós-Graduação (PPGCOM – ESPM – SP) – **Comunicon (Congresso Internacional Comunicação e Consumo)**, 14 e 15 de outubro, de 2016.

BRAIDA Frederico; NOJIMA, Vera. Design para os sentidos e o insólito mundo da sinestesia. **VII\_PAINEL\_II\_ENC\_NAC\_SIMPOSIO\_**. Disponível em: [https://www2.ufjf.br/frederico\\_braida/files/2011/02/2010\\_FREDERICO-BRAIDA-VII\\_PAINEL\\_II\\_ENC\\_NAC\\_SIMPOSIO.pdf](https://www2.ufjf.br/frederico_braida/files/2011/02/2010_FREDERICO-BRAIDA-VII_PAINEL_II_ENC_NAC_SIMPOSIO.pdf)