UNIVERSIDADE DO PORTO
FACULDADE DE BELAS ARTES

MATHEUS RODRIGUES COSCIA

DESIGN E NARRATIVA
Como contar histórias através de Projetos Gráficos

DESIGN AND NARRATIVE
Storytelling through Graphic Projects

Porto
2025

MATHEUS RODRIGUES COSCIA

DESIGN E NARRATIVA
Como contar histórias através De Projetos Gráficos

DESIGN AND NARRATIVE
Storytelling through Graphic Projects

Dissertação apresentada ao curso de Mestrado em Design Gráfico e Projetos Editoriais como requisito à obtenção do título de Mestre.

Orientador: Prof. Doutor Joaquim Antero Magalhães Ferreira

Porto
2025

FICHA CATALOGRÁFICA

Coscia, Matheus Rodrigues.

Design e Narrativa: como contar histórias através de projetos gráficos / Matheus Rodrigues Coscia — Porto — 2025.
60 f. : il.

Dissertação (Mestrado) — Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto — Porto, 2025
Orientador: Prof. Doutor Joaquim Antero Magalhães Ferreira

Inclui bibliografia.

1. Design. 2. Narrativa. 3. Experiência Narrativa. I. Matheus Coscia. II. Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto. III. Título.

CDD 745.2

Todos os direitos reservados. É proibida a reprodução total ou parcial do trabalho sem autorização da universidade, do autor e do orientador.

NOTA AO LEITOR

Declaro, para os devidos fins, que a presente dissertação é de minha autoria e não foi previamente apresentada em qualquer outro curso ou unidade curricular, seja desta ou de outra instituição de ensino.

Todas as referências a outros(as) autores(as) — incluindo afirmações, artigos, ideias, dissertações, pensamentos, publicações e etc. — respeitam as regras de atribuição e foram devidamente indicadas ao decorrer do texto e nas referências bibliográficas, em conformidade com as normas de citação e atribuição vigentes. Respeitando rigorosamente os princípios éticos da produção acadêmica, declaro que possuo total consciência de que a prática de plágio ou autoplágio constitui um ilícito acadêmico.

Ao longo das etapas de investigação, reconheço a utilização da ferramenta OpenAI (2025) ChatGPT (GPT-4) [modelo de linguagem de inteligência artificial] para fins de compilação e síntese de dados e informações. Reconheço, ainda, o uso complementar das ferramentas Google Translate e Quillbot para tradução e paráfrase de trechos específicos, bem como do Grammarly para revisão linguística do documento final.

É válido ressaltar que esta dissertação está grafada em português do Brasil e foi redigida de acordo com as normas da Associação Brasileira de Normas Técnicas de acordo com as orientações da NBR 14724/2024 para trabalhos acadêmicos.

Para além do clichê, uma história não pode ser contada por apenas uma pessoa. Gostaria de agradecer a todos que me auxiliaram durante essa jornada acadêmica.

AGRADECIMENTOS

A realização desta dissertação não seria possível sem o apoio e a inspiração de muitas pessoas que fizeram parte desta jornada.

Ao meu orientador, Joaquim Antero Magalhães Ferreira, minha profunda gratidão pela escuta generosa, pela orientação e por me incentivar em todas as etapas da realização desta dissertação. Sua orientação foi fundamental para transformar dúvidas em caminhos.

Aos professores que marcaram minha trajetória ao longo do mestrado, em especial Pedro Amado, António Modesto, Eduardo Aires e Cristina Ferreira, agradeço pelos ensinamentos, provocações e pelas conversas que ampliaram minha visão sobre o design e seu potencial expressivo.

Aos meus queridos familiares, pelo incentivo. A minha mãe e ao meu pai por sempre acreditarem em mim mesmo nos momentos mais desafiadores. A minha irmã, pelo companheirismo silencioso e constante.

Por fim, a todos que estiveram comigo durante esse percurso, deixo aqui meu muito obrigado. Cada gesto de apoio, cada palavra de incentivo e cada presença fizeram diferença.

Este trabalho também é parte de cada um de vocês.

RESUMO

Coscia, Matheus Rodrigues. Design e Narrativa: Como contar histórias através de projetos gráficos. Porto, 2025. 60f. Dissertação de Mestrado - Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto.

A narratividade de uma história está atrelada a maneira com a qual ela é narrada. Graças a transformações sociais e tecnológicas, representações narrativas não convencionais destacam-se como articuladores estratégicos para o desenvolvimento de histórias que visam ampliar seu domínio comunicativo. Versátil, o design adquire o protagonismo necessário para assumir o papel de representação narrativa. Ao reforçar seu viés comunicativo e estratégico, a disciplina configura-se como um meio de linguagem híbrido apta a narrar histórias de maneira visual estruturadas por meio da interação entre três elementos narrativos: ação, sensação e emoção. No entanto, a narratividade atribuída ao design não garante, por si só, a criação de experiências narrativas; existe hoje uma lacuna na sistematização de métodos que orientem sua aplicação. A dissertação Design e Narrativa: como contar histórias através de projetos gráficos investiga a relação entre design e narrativa, buscando compreender como projetos visuais podem estruturar histórias por intermédio de abordagens interdisciplinares, nas quais cada escolha visual e narrativa influencia a maneira como uma história é conduzida. Partindo do pressuposto, que narrativas são constituídas por articulações, percepções e experiências, o estudo propõe um modelo que estrutura e organiza a construção de narrativas. Desta forma, a pesquisa resulta na formulação da matriz narrativa, um modelo estrutural que permite com que designers desenvolvam experiências narrativas baseadas na interação entre ações, sensações e emoções. Portanto, a investigação demonstra como técnicas narrativas podem ser aplicadas na prática projetual, evidenciando o design como um meio ativo de contar histórias.

Palavras-chave: Design; Experiência Narrativa; Método de Análise; Narrativa.

ABSTRACT

Coscia, Matheus Rodrigues. Design and Narrative: Storytelling through Graphic Projects. Porto, 2025. 60p. Master's Thesis - Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto.

The narrativity of a story is intrinsically linked to the way it is conveyed. In light of social and technological transformations, unconventional narrative representations have emerged as strategic tools for crafting stories that seek to expand their communicative reach. Design, with its inherent versatility, takes on a central role as a medium for narrative representation. By reinforcing its communicative and strategic dimensions, design positions itself as a hybrid language capable of visually narrating stories structured through the interplay of three key narrative elements: action, sensation, and emotion. However, the mere attribution of narrativity to design does not inherently ensure the creation of narrative experiences; a significant gap remains in the systematization of methods that guide its application. The dissertation Design and Narrative: how to tell stories through graphic projects, explores the intersection between design and narrative, aiming to understand how visual projects can be structured to tell stories through interdisciplinary approaches—where every visual and narrative decision shapes the way a story unfolds. Based on the premise that narratives are constructed through articulations, perceptions, and experiences, this study proposes a model that organizes and systematizes the narrative construction process. Consequently, this research culminates in the development of the narrative matrix, a structural model that enables designers to create narrative experiences through the interaction of actions, sensations, and emotions. Ultimately, this study demonstrates how narrative techniques can be effectively integrated into design practice, positioning design as an active and intentional medium for storytelling.

Keywords: Analytical Method; Design; Narrative Experience; Narrative; Storytelling.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1. Identidade visual Rio Carnaval.....44
FIGURA 2. Dança, espontaneidade, música, vibração e o ritmo do carnaval.....44
FIGURA 3. Projeto editorial Lombada #1.....46
FIGURA 4. Uma publicação editorial que materializa um conteúdo digital.....46
FIGURA 5. Casa Bauducco Typeface.....48
FIGURA 6. Letras e glifos da família tipográfica.....49

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1. Sequência narrativa (Freytag, 1863 *apud* Lupton, 2020, p. 22).....26
QUADRO 2. Sequência narrativa adaptada.....26
QUADRO 3. Princípios da Gestalt de acordo com Filho (2000, pp. 29-36).....32
QUADRO 4. Signos e suas categorizações segundo Peirce (2000 [1893], pp. 63-76)..36
QUADRO 5. CES adaptado.....37
QUADRO 6. NES elaborado com base na escala CES.....37
QUADRO 7. Padrões narrativos (Bach *et al.*, 2018, pp. 6-17).....38
QUADRO 8. Matriz narrativa.....41
QUADRO 9. Contexto narrativo.....42
QUADRO 10. Contexto narrativo do projeto Rio Carnaval.....45
QUADRO 11. Matriz narrativa aplicada ao projeto Rio Carnaval.....45
QUADRO 12. Contexto narrativo do livro Lombada #1.....47
QUADRO 13. Matriz narrativa aplicada ao livro Lombada #1.....47
QUADRO 14. Contexto narrativo da Casa Bauducco Typeface.....49
QUADRO 15. Matriz narrativa aplicada ao projeto tipográfico Casa Bauducco.....49

ÍNDICE

1 INTRODUÇÃO.....11
2 O DESIGN COMO REPRESENTAÇÃO NARRATIVA.....15
2.1 Sistemas de Linguagem e Narrativas.....17
2.1.1 A Construção Narrativa da Linguagem.....19
2.1.2 O Design como Fenômeno Comunicativo.....21
2.2 A Narratividade do Design.....22
3 COMO CONTAR HISTÓRIAS ATRAVÉS DO DESIGN.....25
3.1 Histórias e Experiências Narrativas.....28
3.1.1 O Design como Gatilho Narrativo.....29
3.1.2 A Materialidade da Narrativa.....31
3.1.3 O Impacto Afetivo das Histórias.....33
3.2 Recursos Narrativos e Experiência Visual.....34
3.2.1 Signos e Elementos Visuais.....35
3.2.2 Estímulos Emocionais.....36
3.2.3 Padrões Narrativos.....38
3.3 A Sequência Narrativa como um Roteiro Visual.....39
3.3.1 A Roteirização do Design.....40
4 ANÁLISE NARRATIVA.....43
4.1 Estudos de Caso.....44
4.1.1 Rio Carnaval.....44
4.1.2 Lombada #1.....46
4.1.3 Casa Bauducco.....48
4.2 Narratividade e Projetos Gráficos.....50
5 CONCLUSÃO.....52
6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....57

1 INTRODUÇÃO

O processo narrativo transcende os limites de representações narrativas convencionais, como a literatura, o teatro ou o cinema, permeando diferentes aspectos de uma história. Graças a transformações sociais e tecnológicas, a maneira com a qual histórias são difundidas se reconfigurou. Seja através de gestos e sons, seja através de imagens e textos, a confluência de elementos verbais e não-verbais possibilita a integração de elementos cognitivos, sensoriais e visuais à uma história, como é debatido por Braida (2012), Braida & Nojima (2016) e Cobley (2014).

A convergência de elementos comunicativos de uma linguagem híbrida desenvolve uma experiência narrativa elaborada por meio de representações narrativas não convencionais. Como demonstram Cobley (2001) e Fludernik (1966), a experiencialidade e a narratividade de uma narrativa proporciona um cenário no qual até mesmo o design, ao reforçar seu viés comunicativo e estratégico, configura-se como um meio de linguagem híbrido apto a narrar histórias de maneira visual.

Neste aspecto, a compreensão dos conceitos de história e narrativa é essencial para sua assimilação em diferentes meios. Embora relacionados, uma história refere-se a difusão de um relato, enquanto uma narrativa refere-se a descrição deste relato. Como apontam Cobley (2001) e Meister (2013), mesmo que possuam características distintas, tanto uma história quanto uma narrativa contribuem para o “mostrar” e o “contar” de um relato.

Inferir que o desenvolvimento narrativo de uma história independe de sua conceitualização afeta diretamente a maneira com a qual uma história é narrada. Como expõe Gamba (2013), a escolha de como estruturar uma narrativa permite com que o design assuma um papel estratégico na concepção de uma história.

Partindo do pressuposto, que narrativas são constituídas por articulações, percepções e experiências, a estruturação de uma história, conforme indicam Fludernik (*apud* Cobley, 2001) e Lupton (2020), sucede da interação decorrente de três elementos narrativos: ação, sensação e emoção.

Definir os processos que direcionam a narratividade de uma história possibilita que sua experiencialidade seja atribuída a projetos gráficos. Tipicamente, como demonstram Lupton (2020) e Norman (2008), mesmo que um projeto gráfico não possua apelo narrativo, sua experiencialidade impulsionará sua narratividade, proporcionando uma experiência narrativa carregada de ações, sensações e emoções.

Como destacam Cautela & Zurlo (2014), uma experiência narrativa é resultado da relação entre a associação da experiencialidade de elementos visuais e sensoriais. No âmbito do design, a narratividade de um projeto gráfico se consolida como uma experiência visual que extrapola o ato narrativo graças aos recursos visuais e narrativos a si atribuídos.

Nesse contexto, narrar histórias exige a abstração da assimilação presente na relação entre articulações, percepções e experiências. Cada escolha visual e narrativa influencia a maneira com a qual uma história é conduzida. Segundo Müller (2007), o design deve explorar elementos visuais e recursos narrativos que realcem a narratividade de um projeto gráfico.

No entanto, a experiencialidade e a narratividade atribuída ao design não garante, por si só, a criação de experiências narrativas. A falta da compreensão sistemática sobre como elementos visuais e recursos narrativos desenvolvem uma história por meio do design limita a criação de estratégias narrativas eficazes.

Embora muitos estudos explorem a funcionalidade do design e sua função estratégica, poucos investigam seu potencial como um meio de linguagem apto a transmitir mensagens e perpetuar histórias. Como evidenciam Cautela & Zurlo (2014) e Gamba (2013), ao se compreender como a combinação de elementos atrelados a ações, sensações e emoções potencializam uma experiência narrativa, torna-se possível estruturar histórias de maneira sistêmica, desenvolvendo uma metodologia que incorpore elementos visuais e recursos narrativos a projetos gráfico desenvolvidos por meio do design.

Diante desse cenário, a dissertação Design e Narrativa: como contar histórias através de projetos gráficos investiga a relação entre design e narrativa, buscando compreender como projetos gráficos contam histórias por intermédio de abordagens interdisciplinares, em que cada escolha visual e narrativa influencia o desdobrar de uma história.

Mediante a narratividade imposta a um projeto gráfico, sua concepção ultrapassa a mera organização visual. Conforme esclarece Löbach (1976) um projeto gráfico se define como a materialização visual de uma mensagem, estruturada por meio da composição de elementos gráficos que resultam em um objeto gráfico ou um produto, físico ou digital. Por conseguinte, dada as características de um projeto gráfico, atribui-se ao design gráfico, um dos muitos campos de estudos da área do design, a idealização de narrativas que tenham como foco contar histórias por meio de objetos gráficos ou produtos.

Neste contexto, conforme esclarecem Braida & Nojima (2016) e Löbach (1976), resigna-se a esta investigação o estudo exclusivo do design gráfico, em paralelo a outras áreas do conhecimento. Tal delimitação justifica-se pela natureza interdisciplinar, visual e comunicativa da disciplina, que se diferencia de outras especializações do design ao articular mensagens por meio da organização e combinação de elementos visuais.

Além de estabelecer um recorte claro sobre como uma experiência narrativa envolve o desenvolvimento de histórias pautadas por meio de um projeto gráfico que atribui a si articulações, percepções e experiências, a dissertação apresenta

uma matriz narrativa que propõe um modelo estruturado para a criação de narrativas, garantindo clareza, coerência e impacto no desenvolvimento de histórias. Ao estruturar uma experiência narrativa com base em princípios sistemáticos, a matriz narrativa proposta auxilia na construção de histórias, explorando a relação entre forma e conteúdo. Dessa maneira, a dissertação sugere um caminho metodológico para sua aplicação prática.

Para embasar essa proposta, adotamos uma abordagem metodológica qualitativa para a investigação. Fundamentada pela análise de referências teóricas e estudos de caso, a escolha desta metodologia possibilita uma investigação ampla sobre os elementos visuais e recursos narrativos empregados no desdobramento narrativo de histórias.

Nesta perspectiva, levando em consideração os tópicos abordados nesta dissertação, sua documentação foi cuidadosamente endossada nas diferentes etapas de pesquisa da investigação.

A dissertação é estruturada em cinco capítulos, sendo a Introdução a base na qual estabelecemos as delimitações, as hipóteses, os objetivos, as problemáticas e os propósitos da investigação. É também neste capítulo apresentado brevemente o conteúdo que será debatido ao longo da dissertação.

O segundo capítulo, O Design como Representação Narrativa, aborda como uma representação narrativa impõem a si a narratividade necessária para narrar histórias. Ao reforçar seu viés comunicativo e estratégico, o design configura-se como um meio de linguagem híbrido apta a narrar histórias de maneira visual estruturadas por meio da interação entre três elementos narrativos: ação, sensação e emoção.

O terceiro capítulo, Como contar Histórias através do Design, aborda o desenvolvimento de uma experiência narrativa por meio da compreensão de como ações, sensações e emoções impactam uma história. A narratividade de uma história possibilita com que o design busque diferentes maneiras de narrar uma história por meio de elementos visuais e recursos narrativos, que possibilitem a estruturação de uma narrativa por intermédio de princípios metodológicos e sistemáticos.

O quarto capítulo, Análise Narrativa, apresenta três estudos de caso realizados visando demonstrar a aplicação prática desta pesquisa. As análises narrativas demonstram na prática como a matriz narrativa pode ser usada na estruturação de histórias.

O capítulo final, Conclusão, sintetiza todos os tópicos discutidos ao longo da investigação. Neste capítulo também avalia-se o cumprimento dos objetivos gerais do estudo, reforçando os resultados encontrados nesta dissertação, que podem ser debatidos e ajustados de acordo com novas pesquisas.

De maneira geral, se evidencia que esta dissertação buscou ampliar a compreensão sobre a relação entre design e narrativa. Através da análise da interação de ele-

mentos gráficos e recursos narrativos se constitui que histórias são compostas por articulações, percepções e experiências, oferecendo diretrizes práticas para o desenvolvimento de estratégias narrativas no campo do design.

Embora os resultados aqui apresentados não esgotem as possibilidades de novos estudos, se reforça a relevância do design como uma representação narrativa. A confluência desta pesquisa visa contribuir para o avanço do conhecimento acadêmico e para a melhoria das práticas profissionais, garantindo uma visão ampla sobre o tema e possibilitando uma abordagem crítica sobre os mecanismos narrativos empregados no design gráfico.

2 O DESIGN COMO REPRESENTAÇÃO NARRATIVA

"Onde quer que haja humanos, parece haver histórias" (Cobley, 2001, p. 2)[1]. O ato de contar histórias é inerente ao ser humano. Presente nas diversas esferas do ramo da comunicação, a narratividade, ao contrário do que muitos pensam, não se associa exclusivamente ao uso de meios de linguagem verbais (Meister, 2013).

Mesmo que tradicionalmente os estudos narrativos tenham se associado predominantemente à fala e à escrita, é sabido que histórias podem ser narradas por intermédio de gestos, sons, imagens ou textos (Cobley, 2001, p. 2; Gamba, 2013, pp. 40 e 66; Meister, 2013).

Nesta perspectiva, agindo como um fenômeno transmidiático, a contextualidade de uma história amplifica seu domínio comunicativo à medida que uma narrativa se esmiúça dentre às particularidades de uma sociedade contemporânea (Braida, 2008, p. 6; Cobley, 2001, p. 2). Como destacam Gamba (2013, p. 55) e Fludernik (1966, *apud* Meister, 2013) diferentes suportes narrativos capazes de narrar uma história por intermédio de elementos visuais, sonoros, gestuais ou sensoriais surgem à partir de suportes e expressões verbais ou não-verbais culturalmente e socialmente aceitos.

Logo, evidenciando "sua função pragmática em vários meios de comunicação" (Meister, 2013)[2], uma representação narrativa se define como toda forma de suporte ou expressão verbal ou não-verbal que organiza uma história de modo inteligível através de sua narratividade, articulando histórias que possuam relações conceituais e simbólicas que permitem sua compreensão por parte de um interlocutor (Meister, 2013).

Contar histórias por intermédio de representações narrativas não convencionais, como o caso de projetos gráficos, possibilita que sua narratividade esteja atrelada a sua tangibilidade e a sua intangibilidade, tornando-os independentes de fatores temporais (Cautela & Zurlo, 2014, p. 19).

Mediante esse parâmetro, o desenvolvimento narrativo de uma história representada por meio de uma representação narrativa atrelada a uma abordagem contemporânea se desvincula de sua temporalidade. Como aponta Squire (2012, p. 1) "em muitos relatos narrativos, privilegia-se a progressão temporal das histórias"[3], assim como pode ser observado nas publicações de Cobley (2001, p. 16) e Gamba (2013, p. 60).

Entretanto, embora a temporalidade narrativa seja considerada um ponto de convergência diante o desenvolvimento de uma história, Meister (2013) considera a temporalidade um conceito que se expande para além da linearidade. Fludernik (1966, *apud* Meister, 2013) e Squire (2012, p. 4), corroboram para essa visão. Representações narrativas baseadas em progressões conceituais e/ou construções socioculturais, as quais independem de sequências cronológicas, permitem novas maneiras de explorar

1 Do original em inglês: "*Wherever there are humans there appear to be stories.*".
2 Do original em inglês: "*as well as to its pragmatic function across various media*".
3 Do original em inglês: "*In many accounts of narrative, stories' temporal progression is privileged*".

a narratividade de uma história através de sua tangibilidade e intangibilidade, sem necessariamente, seguir uma lógica temporal estrita.

A materialidade de representações narrativas, estruturadas por meio de elementos verbais e não-verbais, manifestam sua experencialidade através de ideias, conceitos e interpretações não lineares e muitas vezes atemporais, por intermédio de associações, comparações, relações de causa e efeito abstratas, ou mesmo justaposições entre diferentes elementos culturais (Niemeyer, 2003, p. 31; Squire, 2012, p. 4).

Embora narrativas não se limitem sua temporalidade, é imprescindível ressaltar que histórias narradas por representações narrativas de cunho verbais ou não-verbais, "são apenas uma sequência que começam e se movem inexoravelmente até o seu fim" (Cobley, 2001, p. 9)[4]. Em outras palavras, para que exista narratividade é imprescindível que exista uma estrutura narrativa que desenvolva uma história que possa ser interpretada do seu começo ao fim, de maneira linear ou não linear, temporal ou atemporal, através de significantes e significados (Niemeyer, 2003, p. 19).

> A contradição entre essas percepções leva à observação mais fundamental que pode ser feita sobre a narrativa: ela consiste em signos. Uma sequência de qualquer tipo pode existir no mundo, mas, se essa sequência vai consistir em relações significativas, ela requer a intervenção humana; precisa ser constituída por signos. (Cobley, 2001, p. 8)[5]

Em suma, a narratividade de uma história está relacionada à construção de significados mediadas por signos (Niemeyer, 2003, p. 19).

Histórias são narradas através de signos cujas articulações e desarticulações oferecem maior liberdade interpretativa graças ao vasto conjunto de significantes que cada significado pode possuir (Cobley, 2001, p. 8; Squire, 2012, p. 5). De acordo com o contexto sócio-cultural no qual uma representação narrativa é inserida, sua narratividade manifesta-se como um fenômeno comunicativo (Niemeyer, 2003, p. 19), atuando como um instrumento de interpretação de si mesmo e do mundo (Cautela & Zurlo, 2014, p. 23).

Nessa perspectiva, a narratividade de uma história não apenas comunica, como também se estabelece como uma forma de linguagem que envolve representações narrativas verbais e não-verbais de um mesmo suporte (Gamba, 2013, p. 32).

É a partir deste ponto de vista que o design começa a manifestar sua narratividade. Se articulando como uma representação narrativa capaz de contar histórias por meio da integração de elementos verbais e não-verbais que se materializam e se estruturam visualmente por meio de signos (Gamba, 2013, p. 40), o design se posiciona como um meio de linguagem adaptável que constantemente se adequa a existencialidade cultural e tecnológica de uma sociedade contemporânea (Braida & Nojima, 2016, p. 59).

4 Do original em inglês: "*is just a sequence which starts and moves inexorably to its end*".
5 Do original em inglês: "*The contradictory coupling of these insights leads to the most fundamental observations that can be made of narrative: that it consists of signs. A sequence of any king might exist in the world, but if that sequence is to consist of meaningful relations it requires human input; it needs to be understood as being made up of signs.*".

2.1 Sistemas de Linguagem e Narrativas

Por meio do uso estratégico de representações narrativas, histórias transcendem barreiras de tempo e espaço, manifestando-se por meio de signos que estruturam diferentes formas de linguagem (Gamba, 2013, p. 40). Seja através de gestos e sons, seja através de imagens e textos, por séculos histórias foram narradas por intermédio de representações narrativas que se adaptam aos trejeitos de uma sociedade (Cobley, 2001, p. 2).

Mais do que criar mundos e expandir realidades, histórias carregam mensagens que refletem as complexidades e nuances da experiência humana (Fludernik, 1996, p. 36). Configurando-se como uma ferramenta de compreensão e interação social, a construção narrativa é um processo complexo que envolve valores e significados compartilhados que podem ser interpretados e reinterpretados de acordo com o contexto sócio-cultural no qual estão inseridos (Cautela & Zurlo, 2014, p. 23).

Sob esta ótica, a contextualidade de uma narrativa torna-se "repleta de suposições a serem ressignificadas" (Cautela & Zurlo, 2014, p. 23)[6]. Ao se considerar os possíveis significados de um signo mediante uma história, torna-se evidente a importância de uma representação narrativa que permita a articulação de mensagens oriundas de sistemas de linguagem que se relacionam por meio de signos (Niemeyer, 2003, p. 32).

Ainda que possuam suas próprias particularidades, a interpretação de signos denota conceitos que impedem que suas individualidades se sobressaiam perante a função prática de uma representação narrativa idealizada para que uma história seja narrada em determinado contexto sócio-cultural (Santaella, 1987, p. 77).

Por outro lado, nem todas representações narrativas possuem "a potencialidade de amplificar, multiplicar, traduzir ou modificar uma narrativa" (Cautela & Zurlo, 2014, p. 23)[7]. Ainda que toda história possua uma rede de significados, todo significado se torna dependente de um processo de interpretação interpessoal.

Nesta perspectiva, a narratividade de uma história está atrelada a maneira com a qual uma mensagem é interpretada. Mesmo que um signo seja definido como "algo que representa alguma coisa para alguém em determinada circunstância" (Niemeyer, 2003, p. 31), seu significado está atrelado a sua articulação mediante uma mensagem.

Ao vincular-se a uma mensagem, uma história ressignifica seus valores a níveis interpessoais, possibilitando que qualquer narrativa que carregue consigo um significado que atribua a si um valor sócio-cultural se torne um código (Cautela & Zurlo, 2014, p. 23; Eco, 1980, p. 56).

---

6 Do original em inglês: "*each narrative is rich of assumptions to be disambiguated*".
7 Do original em inglês: "*potentiality to amplify, multiply, translate, or change a narration*".

Desempenhando um papel fundamental na estruturação e interpretação de signos, um código — como explica Eco (1980, pp. 37-56) — nada mais é do que um constructo social mediado por signos e seus possíveis significados em contextos sócio-culturais específicos.

No contexto narrativo, a interpretação de um código exige um "trabalho cooperativo aguçado para preencher o espaço do que não é dito ou do que já foi dito" (Eco, 1979, *apud* Cautela & Zurlo, 2014, p. 22)[8]. A noção pragmática dos possíveis significados de um signo pressupõe a existência de níveis organizacionais que vão além do significado isolado de um código perante um processo de interpretação interpessoal (Braida, 2012, p. 130; Niemeyer, 2003, p. 32).

Por conseguinte, a interpretação de uma história apoia-se fundamentalmente as dimensões semânticas de sua representação narrativa. Como demonstram Braida (2012, pp. 130-137) e Niemeyer (2003, pp. 45-50), uma representação narrativa possibilita com que uma história seja interpretada de acordo com sua dimensão sintática, responsável pela forma como signos se articulam entre si, e por sua dimensão pragmática, responsável pela forma como signos interagem com o contexto em que está inserido.

Apesar das contribuições para o desenvolvimento narrativo de uma história, as dimensões sintáticas e pragmáticas de uma representação narrativa não se sustentam individualmente (Grebe *et al.*, 2006, p. 134, *apud* Braida, 2012, p. 138). O desenrolar de uma história é dependente da compreensão de sua eficácia comunicativa determinada pela relação entre signos e a materialidade de uma história.

Logo, as articulações semânticas de uma narrativa possibilitam a estruturação de uma história por meio de códigos que asseguram a interpretação de uma mensagem de acordo com a maneira que uma narrativa é conduzida.

Nesta circunstância, como demonstra Niemeyer (2003, p. 19): "Os signos se organizam em códigos, constituindo sistemas de linguagem. Estes sistemas constituem a base de toda e qualquer forma de comunicação". Paralelamente, quando nos referimos a um sistema de linguagem "queremos nos referir a uma gama incrivelmente intrincada de formas sociais de comunicação e de significação" (Santaella, 2001, *apud* Niemeyer, 2003, p. 19), responsáveis pelo processo de interpretação e reinterpretação de códigos.

Portanto, a multiplicidade de interpretações e reinterpretações de um código legitima uma representação narrativa como um meio de linguagem capaz de organizar e interpretar sistemas de signos através da materialização de elementos verbais ou não-verbais presentes na estruturação de uma mensagem inserida em determinado contexto sócio-cultural (Cautela & Zurlo, 2014, p. 23; Niemeyer, 2003, p. 19).

A decodificação de um signo é fundamental para que se compreenda os significados de uma mensagem (Braida, 2012, p. 130). Para que uma história seja narrada de

---

8 Do original em inglês: "*a sharp cooperative work to fill the space of what is not said or aready said*".

maneira assertiva, uma narrativa deve contemplar um sistema de linguagem que atue como um intérprete no processo de interpretação dos múltiplos significados de um signo.

2.1.1 A Construção Narrativa da Linguagem

A narratividade de uma representação narrativa abre precedentes para que qualquer meio de linguagem estruturado através de um sistema de linguagem baseado em códigos atue como um agente de comunicação capaz de estruturar narrativas por meio da interpretação de reinterpretação de signos (Braida, 2008, p. 6).

Consequentemente, a contextualização da materialização de uma história por intermédio de representações narrativas verbais ou não-verbais torna a comunicação um processo dinâmico que exige uma compreensão aprofundada de um sistema de linguagem baseado em signos (Gamba, 2013, p. 33).

A interpretação de signos deve contemplar o meio de linguagem utilizado para que uma mensagem seja comunicada sem que haja limitações na interpretação de um código. Como explica Niemeyer (2003, p. 19), para que um código seja interpretado corretamente é necessário uma ponte entre a subjetividade pessoal e os significados compartilhados coletivamente em determinado contexto sócio-cultural.

No contexto narrativo essa ponte ocorre através da comunicação e de seus sistemas de linguagem. Atribuindo a si uma infinita gama de significados, um sistema de linguagem é responsável por caracterizar uma representação narrativa como um meio de linguagem (Cautela & Zurlo, 2014, p. 23; Niemeyer, 2003, p. 19).

Mesmo que um sistema de linguagem seja capaz de absorver toda e qualquer demanda comunicacional, sua definição perante os elementos de uma história é algo dúbio (Braida & Nojima, 2016, p. 58). Do ponto de vista narrativo, linguagem é todo e qualquer meio de comunicação que auxilie a interpretação de uma mensagem de acordo com a maneira com a qual uma narrativa é conduzida (Gamba, 2013, p. 33).

Nesta perspectiva, um sistema de linguagem retrata uma infinita gama de formas de comunicação e significação, que materializa mensagens por intermédio de representações narrativas de cunho verbal e não-verbal através de gestos, ícones, sons, imagens, sinais, movimentos, etc. (Santaella, 1996, p. 314).

No entanto, ainda que a narratividade de uma história amplifique o domínio comunicativo de uma representação narrativa, a aceitação de elementos linguísticos de cunho não-verbal ainda é questionada. Apesar de vivermos em uma era visual, com uma cultura fortemente articulada por códigos que fomentam o uso de elementos linguísticos não-verbais, “a aceitação de tais manifestações como linguagens é generalizada” (Braida & Nojima, 2016, p. 58). Pode-se afirmar que ainda existe “a supervalorização do signo verbal em nossa cultura” (Braida & Nojima, 2016, p. 58).

Entretanto, não se deve pressupor que a linguagem esteja estreitamente associada a expressões linguísticas de cunho verbais. Vivemos em um ambiente no qual “é como se a prática da linguagem legitimasse a própria prática da linguagem" (Gamba, 2013, p. 40), somos influenciados pela constante busca de validação social pelo uso de elementos verbais ou não-verbais para a estruturação do processo comunicativo.

Um exemplo prático de validação pelo uso de elementos linguísticos verbais ou não-verbais é o uso de emojis, elementos pictográficos utilizados para expressar emoções, ideias ou situações de forma visual em meios de comunicação textual.

Em 2015, o emoji 😂, que representa visualmente a ideia de "risada", foi eleito a palavra do ano pelo dicionário Oxford[9]. Esse reconhecimento ocorreu graças à crescente popularidade do uso de emojis em detrimento de outras formas de expressão textuais, evidenciando como a linguagem pode ser um artifício social dinâmico, afinal “onde houver algum tipo de ordem, codificação, transmissão de informação, processo de comunicação, aí haverá linguagem” (Santaella, 1996, p. 314).

A validação de diferentes formas de expressão refletem a natureza híbrida e multifacetada da linguagem. Signos de cunho verbais e não-verbais coexistem em um ambiente tomado pela função comunicacional da linguagem, reforçando e reformulando as formas de expressão aceitas em determinado contexto sócio-cultural (Braida, 2012, p. 106).

Nesse sentido, os sistemas linguísticos “vão se sobrepondo e se misturando na constituição de uma malha cultural cada vez mais complexa e densa” (Santaella, 2005, p. 9 *apud* Braida, 2012, p. 106), possibilitando que diferentes meios de linguagem atuem como representações narrativas que se manifestam “separadamente ou misturadas entre si, mas recorrentemente influenciada pelos hibridismos” (Braida, 2012, p. 106).

Por conseguinte, o conceito de hibridismo é caracterizado pela multiplicidade e convergência de elementos culturais e comunicacionais, referindo-se a todo e qualquer meio de linguagem que associe elementos verbais e não-verbais ao processo de interpretação e transmissão de uma mensagem (Braida, 2012, pp. 87-108).

Como reflexo da mistura e da interação de diferentes linguagens e códigos, o hibridismo resulta em novas formas de expressão, “na qual tudo, potencialmente, se hibridiza: as culturas, as comunicações, as linguagens, os signos etc.” (Braida & Nojima, 2016, p. 59). A linguagem híbrida expande sua função comunicativa graças a amplitude de seu repertório cultural, proporcionando novas formas de expressão.

A abordagem dos hibridismo no campo comunicativo repercute a tangibilidade de novas possibilidades de representações narrativas.

---

9 Desde 2004 o dicionário Oxford seleciona palavras que simbolizam as preocupações ou os avanços daquele ano. Em 2015 o emoji foi escolhido como palavra do ano graças a sua crescente popularidade.

Narrar já não depende exclusivamente da linearidade verbal. “As misturas inusitadas de signos que despertam vários sentidos também se apresentam como uma constante” (Braida & Nojima, 2016, p. 60), possibilitando que a narratividade de uma história se manifeste através de suportes visuais, sonoros e interativos.

Dessa forma, evidencia-se a relação entre linguagem e narrativa. Por meio de representações narrativas de cunho verbal ou não-verbal, a narratividade de um sistema de linguagem se manifesta através de seu hibridismo, permitindo sua articulação em diferentes contextos sócio-culturais.

Sob essa ótica, a narratividade de uma representação narrativa é fomentada por sua função comunicativa, responsável pela articulação e interpretação de códigos por intermédio de um sistema de linguagem. Nesse sentido, como conclui Santaella (1996, p. 312): “tudo é linguagem”. Logo, todo meio de linguagem associado a um sistema linguístico baseado em códigos pode atuar como uma representação narrativa e toda representação narrativa é um meio de linguagem.

2.1.2 O Design como Fenômeno Comunicativo

Na perspectiva de que toda história deve ser narrada por intermédio de uma representação narrativa que atue como um articulador do hibridismo existente entre elementos verbais e não-verbais de sistemas de linguagem, torna-se notório que sistemas de linguagem que atuem na interpretação e reinterpretação de códigos se posicionem como um fenômeno comunicativo com possibilidade de atuar como representação narrativa.

Esse é o caso do design.

Atribuindo a si uma função comunicativa que promove encontros entre a tangibilidade e a intangibilidade da construção de uma mensagem, o design, por meio de projeto gráficos, atua na materialização visual de códigos de cunho verbais ou não-verbais (Braida & Nojima, 2016, pp. 58-59; Cautela & Zurlo, 2014, p. 19; Löbach, 1976, pp. 24-38).

Cabe portanto ao design, em virtude de sua contextualidade intrinsecamente ligada à comunicação, atuar como uma representação narrativa.

Nesse contexto, a narratividade do design proporciona uma vasta combinação de formas, cores, texturas e outros elementos visuais de cunho verbal e não-verbal que através de seu hibridismo gesticulam uma experiência narrativa por meio de um projeto gráfico (Arnheim, 1980, pp. 89-90).

Consequentemente, o design reafirma sua função comunicativa graças ao seu hibridismo, como afirmado por Braida & Nojima (2016, p. 61):

> Constatamos, pois, que o hibridismo, em todas as suas manifestações possíveis, é inerente. Ou seja, existe uma linguagem híbrida subjacente à produção de todo e qualquer objeto do campo do design.

Por conseguinte, o design se posiciona como um fenômeno comunicativo. Por meio do hibridismo imposto à experencialidade de elementos visuais, o design passa a comunicar uma vasta pluralidade de mensagens através da narratividade de projetos gráficos que se esmiúçam dentre elementos e recursos narrativos (Braida, 2012, p. 107).

Logo, para compreender como projetos gráficos podem contar histórias através da narratividade do design “é preciso aceitar a premissa de que design é linguagem” (Braida & Nojima, 2016, p. 58). Graças a seu tom comunicativo, o design se posiciona como um fenômeno comunicativo que manipula códigos para transmitir mensagens repletas de articulações, percepções e experiências (Cautela & Zurlo, 2014, p. 28).

2.2 A Narratividade do Design

O ato de contar histórias é inerente ao ser humano (Cobley, 2001, p. 2). Presente em nosso cotidiano somos capazes de condensar aspectos mundanos em códigos que são reinterpretados por intermédio de sistemas de linguagem que manifestam mensagens através da amplitude de seu repertório verbal e não-verbal.

Como demonstra Cobley (2001, p. 2):

> pessoas contam histórias sobre a vida e sobre suas psiques; as pessoas leem histórias quando consomem diversos meios de comunicação, incluindo aquele com o qual Appleyard[10] trabalha; diferentes mídias, como a notação musical, podem incorporar histórias; e, mesmo ao pensar sobre o mundo de orma 'objetiva', cientificamente ou eticamente, a tendência de 'narrativizar' permanece[11]

Embora contar ou ouvir histórias seja uma atividade corriqueira, o processo narrativo é complexo e vai muito além do simples ato de transmitir mensagens (Cobley, 2001, p. 2). A narratividade de uma história evidencia sua função comunicativa, reforçando seu papel como um intérprete no processo de interpretação e reinterpretação de signos por intermédio de uma representação narrativa (Lupton, 2020, p. 9).

Nesse sentido, graças à expansão do domínio comunicativo de uma história, o processo narrativo representa uma relação comunicativa que oferece uma combinação de elementos que reafirmam sua capacidade de transcender o simples ato de contar histórias (Cobley, 2001, p. 3; Gamba, 2013, p. 66). O processo narrativo exige a articulação de diferentes elementos simbólicos e culturais que expressam ideias e valores subjetivos (Lupton, 2020, p. 12).

---

10 Bryan Appleyard é um jornalista britânico. O artigo mencionado foi originalmente publicado na edição do jornal Sunday Times Magazine de 7 de fevereiro de 1999.

11 Do original em inglês: "*people tell stories about life history and about their psyches; people read stories when they consume various media, including the one in which Appleyard operates; different media, such as musical notation, might embody stories; and, even when thinking about the world in an ‘objective’ fashion, scientifically or ethically, the tendency to ‘storify’ remains*".

É a partir dessa perspectiva que o design se consolida como uma forma de representação narrativa. A narratividade do design como uma representação narrativa permite que histórias sejam capazes de transitar “de pessoa para pessoa, de lugar para lugar” (Lupton, 2020, p. 12), promovendo a compreensão de códigos estipulados em determinado contexto sócio-cultural através da materialidade de projetos gráficos.

A capacidade do design de contar histórias através de projetos gráficos “que produzem narrativas sem que seja sua função a priori” (Gamba, 2013, p. 67) permite que histórias promovam a compreensão de códigos por meio do hibridismo de elementos verbais e não-verbais que carregam consigo a tangibilidade e a intangibilidade do pragmatismo emocional e sensorial de uma narrativa (Cautela & Zurlo, 2014, p. 19).

Logo, contar histórias através do design implica lidar com estruturas visuais que articulam forma e conteúdo, conceito e expressão. A materialidade de um projeto gráfico deve abranger o uso de elementos narrativos que estejam alinhadas às necessidades intrínsecas de uma história (Gamba, 2013, p. 76).

Nesse contexto, o design, como representação narrativa, deve explorar elementos narrativos que auxiliem a estruturação e o desenvolvimento de uma história, como demonstrado por Fludernik (1966, 2003, *apud* Cobley, 2014, p. 220):

> AÇÃO, NARRAÇÃO, EXPERIÊNCIA, VISUALIZAÇÃO e REFLEXÃO. Estes podem estabelecer graus flutuantes de familiaridade entre autor e leitor, na medida em que *schemata* (*scripts* culturais compartilhados) se tornam reconhecíveis quando os autores se afastam deles[12]

Os cinco elementos propostos — ação, narração, experiência, visualização e reflexão — viabilizam a estruturação de uma história por meio da tangibilidade e intangibilidade do hibridismo presente na materialidade do design.

Neste aspecto, ao considerar a narratividade do design como um meio comum de estruturação de histórias, torna-se possível articular uma experiência narrativa através de um “esquema tríplice de ‘situação-incidência-reação’” (Fludernik, 1996, p. 38)[13].

Essa abordagem salienta que “histórias descrevem ações e estimulam a curiosidade” (Lupton, 2020, p. 12), destacando sua aplicabilidade a um contexto narrativo que fomenta três dos cinco elementos propostos: ação, experiência e reflexão.

No contexto narrativo do design, os três elementos — ação, experiência e reflexão — podem ser adaptados e sintetizados como ação, sensação e emoção (Lupton, 2020, pp. 14-112). Ampliando sua aplicabilidade à materialidade híbrida do design, os três elementos propostos permitem que uma narrativa se estruture por meio da intangibilidade das dimensões afetivas, interativas e sensoriais de uma narrativa.

---

12 Do original em inglês: “*ACTION, TELLING, EXPERIENCING, VIEWING and REFLECTING. These can establish fluctuating degrees of familiarity between author and reader to the extent that schemata (shared cultural scripts) become recognizable when authors depart from them*”.

13 Do original em inglês: “*three-part schema of `situation-event (incidence)-reaction to event' which constitutes the core of all human action experience*”.

Por conseguinte, cabe ao design, enquanto representação narrativa, expandir seu potencial narrativo para contar histórias através de projetos gráficos que expressem ideias e valores “constituídos em um esquema visual” (Fludernik, 1996, p. 37)[14].

Como resultado, o design consolida-se como uma representação narrativa que reforça seu caráter comunicativo e simbólico, desenvolvendo experiências narrativas que estimulam articulações, percepções e experiências através do uso de três elementos narrativos: ação, sensação e emoção.

14 Do original em inglês: “*constituted on a schema of visual*”

3 COMO CONTAR HISTÓRIAS ATRAVÉS DO DESIGN

Uma história permeia todos os aspectos da comunicação humana (Cobley, 2001, p. 2), associando-se profundamente à "mediação necessária entre o humano e a realidade natural e social" (Gamba, 2013, p. 46).

O domínio comunicativo de uma narrativa se esmiúça dentre às particularidades de uma sociedade contemporânea, em que, como observa Boje (1991, p. 106, *apud* Cautela & Zurlo, 2014, p. 21): "contar histórias é o principal bem de valor utilizado para promover relações humanas entre diferentes públicos interessados"[15].

Nos últimos anos, a maneira com a qual interagimos com histórias contribuiu para a ascensão de representações narrativas como o design, capaz articular elementos verbais e não-verbais mediante uma narrativa que busca gesticular experiências através daquilo que é visível ou daquilo que é sensitivo (Braida & Nojima, 2016, p. 58; Cautela & Zurlo, 2014, pp. 19-21).

Sob essa ótica, atuando como um fenômeno comunicativo, a materialidade do design se apoia em sua narratividade com o intuito de proporcionar "conexões entre as partes tangíveis e intangíveis que criam valor para os usuários" (Cautela & Zurlo, 2014, p. 19)[16].

A convergência entre o tangível e o intangível se manifesta a partir da materialidade híbrida do design (Cautela & Zurlo, 2014, p. 19). As articulações, percepções e experiências que uma narrativa proporciona está relacionada com a maneira com a qual uma história é narrada (Fludernik, 1966, 2003, *apud* Cobley, 2014, p. 220; Lupton, 2020, p. 12).

Em uma relação que se fortalece à medida que a narratividade do design amplifica a experencialidade de uma narrativa, histórias se estabelecem através da materialização sistêmica de códigos (Niemeyer, 2003, p. 19).

Nesse contexto, a articulação de elementos de cunho verbais ou não-verbais originados de códigos exige a compreensão da estruturação sistêmica de uma história para que a materialidade do design seja explorada de maneira coesa (Gamba, 2013, p. 114).

Seja através de gestos e sons, seja através de imagens, a materialização de uma história deve ocorrer de maneira sistêmica com base em um modelo estrutural que oriente seu desenvolvimento narrativo. Nesse cenário, um modelo estrutural frequentemente utilizado na concepção de histórias é a sequência narrativa proposta por Gustav Freytag (1863, *apud* Lupton, 2020, p. 22), ilustrada no QUADRO 1.

---

15 Do original em inglês: "*storytelling is the preferred sense-making currency of human relationships among internal and external stakeholders*". Optou-se por adaptar "*sense-making currency*" como "bem de valor" e "*internal and external stakeholders*" como "diferentes públicos interessados".
16 Do original em inglês: "*connections between the tangible and intangible parts that create value for users*".

QUADRO 1. Sequência narrativa (Freytag, 1863 *apud* Lupton, 2020, p. 22).

Sequência Narrativa				
Exposição	Aumento da ação	Clímax	Declínio da ação	Conclusão/Desfecho

Embora a sequência narrativa proposta por Freytag (1863, apud Lupton, 2020, p. 22) tenha sido concebida em um momento no qual histórias eram narradas exclusivamente através das belas-artes, sua lógica estrutural viabiliza a expansão de seu domínio narrativo.

Ao desdobrarmos os conceitos de exposição, aumento da ação, clímax, declínio da ação e conclusão/desfecho torna-se possível analisar a relação entre design e narrativas através de uma lógica de início, meio e fim[17].

Como propõe Gamba (2013, p. 114), as etapas da sequência narrativa podem ser entendidas como introdução, desenvolvimento, conflito, clímax, solução e desfecho — uma progressão que permite ao design estruturar histórias por meio de articulações, percepções e experiências.

QUADRO 2. Sequência narrativa adaptada.

Sequência Narrativa					
Ação		Sensação		Emoção	
Introdução	Desenvolvimento	Conflito	Clímax	Solução	Desfecho

A abordagem proposta, além de preservar a contextualidade da sequência narrativa, assegura uma estrutura sistêmica que possibilita com que o design explore sua materialidade no desenvolvimento de projetos gráficos que introduzam uma ação, conduzam sensações, e proporcionem emoções.

Logo, a adaptação da sequência narrativa possibilita que a materialidade do design explore a narratividade de uma história. Para além de elementos verbais ou não-verbais, “embora desvinculada dos requisitos de forma e meio” (Fludernik, 1996, p. 36)[18], as etapas da sequência narrativa auxiliam o design na concepção de projetos gráficos que articulam ações, sensações e emoções.

Nesse sentido, a estruturação de um projeto gráfico por meio da materialidade do design consolida a narratividade de uma história como um fenômeno processual que não reside apenas em projeto gráfico, mas emerge das articulações entre os elementos tangíveis e intangíveis existentes ao longo de uma progressão narrativa. Ao adotar uma lógica sequencial, a interação contínua entre design e narrativa articula elementos que auxiliam a concepção de projetos gráficos que valorizam sua dimensão experiencial.

17 Mesmo que a narratividade de representações narrativas estejam desvinculadas de uma lógica temporal, a progressão narrativa de uma história deve possuir um ponto de partida e um ponto de chegada (Cobley, 2001, p. 9).
18 Do original em inglês: “*although divorced from the requirements of form and medium*”.

Portanto, partindo do pressuposto de que a experencialidade de uma narrativa desencadeia uma sequência de ações, sensações e emoções que gesticulam o desenvolvimento de uma história, a concepção sistêmica de projetos gráficos resulta na criação de experiências que moldam a maneira com a qual interagimos com a materialidade de uma narrativa.

Mediante esse pensamento, como evidência Lupton (2020, p. 14): “os designers de hoje produzem mais que logotipos e caixas de cereal matinal; eles criam situações que estimulam a mente e o corpo ao longo do tempo”.

Por conseguinte, a estruturação de um projeto gráfico deve possuir uma progressão narrativa que exalte sua experencialidade.

Como ressalta Fludernik (1966, p. 37):

> Experienciar, assim como contar, visualizar ou pensar, são esquemas holísticos conhecidos da vida real e, portanto, podem ser usados como blocos de construção para a evocação mimética de um mundo ficcional. As pessoas experimentam o mundo em sua capacidade de agentes, narradores e ouvintes, assim como de observadores, espectadores e experienciadores.[19]

A experencialidade de uma narrativa torna-se portanto essencial para o desenvolvimento narrativo de uma história.

Em suas diversas formas uma experiência possibilita que a interação entre os elementos tangíveis e intangíveis presentes em um projeto gráfico contribuem para o desenvolvimento narrativo de histórias que articulem ações de diferentes magnitudes (Cobley, 2001, p. 6; Fludernik, 1996, p. 36; Meister, 2013).

Entretanto, não podemos ignorar que “mesmo as histórias mais ‘simples’ estão imersas em uma rede de relações que às vezes são impressionantes em sua complexidade” (Cobley, 2001 p. 2)[20].

Independentemente da história narrada, uma ação, de qualquer magnitude, desencadeará uma série de eventos “como uma consequência do fato de que a experiência é representada como algo tipicamente humano” (Fludernik, 1996, p. 36)[21], promovendo ações, sensações e emoções ao longo de narrativas que abordam temas como a construção da identidade de uma marca, o engajamento de campanhas, o fortalecimento de discursos institucionais, etc.

Nessa perspectiva, a concepção estratégica de narrativas permite que projetos gráficos comuniquem além daquilo do que é visto, ampliando seu impacto e relevância social, cultural e até mesmo empresarial.

---

19 Do original em inglês: “*Experiencing, just like telling, viewing or thinking, are holistic schemata known from real life and therefore can be used as building stones for the mimetic evocation of a fictional world. People experience the world in their capacity as agents, tellers and auditors and also as observers, viewers and experiencers.*”.

20 Do original em inglês: “*that even the most 'simple' of stories is embedded in a network of relations that are sometimes astounding in their complexity*”.

21 Do original em inglês: “*a consequence of the fact that experience is imaged as typically human*”.

Desta maneira, não se limitando à materialidade de um projeto gráfico, a narratividade do design potencializa "os processos criativos e as estratégias a serem adotadas em diferentes contextos narrativos" (Cautela & Zurlo, 2014, p. 24)[22]. Conduzido através de especificações projetuais, o design assume a função de contar histórias estruturadas por articulações, sensações e experiências, capazes de desenvolver uma experiência narrativa.

Em síntese, o desenvolvimento narrativo de uma história é influenciado pela materialização do tangível e do intangível (Cautela & Zurlo, 2014, p. 28; Lupton, 2020, p. 24). Nesse contexto, a dinâmica entre design e narrativa, quando articulada de maneira sistêmica, implica na convergência de elementos que atuam na concepção de experiências narrativas.

3.1 Histórias e Experiências Narrativas

Durante nossas vidas somos expostos a diferentes narrativas, que nos auxiliam a experienciar o mundo ao nosso redor como interlocutores, ativos ou passivos, de uma história que emerge a partir da "experencialidade de uma sequência de eventos dinâmicos moldados de maneira emotiva e subjetiva, ou mesmo moldados por meio da consciência humana" (Fludernik, 1996, p. 22)[23].

Tipicamente, mesmo que um projeto gráfico não possua apelo narrativo, em determinado momento, dada sua função e usabilidade, a experiência por si proporcionada passará a expressar uma história carregada de ações, emoções e sensações, muitas vezes direcionadas pelas diferentes perspectivas que uma pessoa adquire a partir de suas interações individuais com tal projeto gráfico (Norman, 2008, p. 86).

Nessa perspectiva, fundamentar a narratividade de um projeto gráfico através de uma experiência narrativa possibilita que "empresas utilizem narrativas com lógicas e funções diferentes" (Cautela & Zurlo, 2014, p. 27)[24], cabendo ao designer projetar de maneira estratégica uma experiência positiva ou negativa daquilo que deve ser representado (Gardner, 1985, *apud* Müller, 2007, p. 43).

Consequentemente, qualquer projeto gráfico que se desdobre em um produto, físico ou digital, moldado a maneira como é percebido, irá possuir uma personalidade diversa, interpretada e reinterpretada por diferentes pessoas (Lupton, 2020, p. 96; Norman, 2008, p. 86), cabendo ao designer compreender as necessidades daquilo que fora projetado para que seja possível desenvolver uma história estruturada a partir da sequência narrativa já discutida nesta dissertação (Cautela & Zurlo, 2014, p. 23; Lupton, 2020, p. 74).

---

22 Do original em inglês: "*the creativity processes and strategies they adopt in different narrative Fields*".
23 Do original em inglês: "*experiential portrayal of dynamic event sequences which are already configured emotively and evaluatively, but it can also consist in the experiential depiction of human consciousness*".
24 Do original em inglês: "*companies use narratives with different logics and functions*".

Dessa maneira, contribuindo para uma narrativa ainda mais ampla, “a experiencialidade narrativa, refletida em sua narratividade, pode ser vista como a combinação de diversos fatores cognitivos” (Fludernik, 1996, p. 22)[25] demonstrados por meio da expressão individual proporcionada por cada produto, concebendo uma experiência que possui início, meio e fim, que se destaca por meio da “experiência tipicamente orientada por ações e objetivos voltados à resolução de conflitos” (Fludernik, 1996, p. 21)[26] que surgem ao decorrer de uma história estruturada de maneira sequencial.

Todavia, a experiência narrativa não é apenas uma sucessão de eventos estruturados sequencialmente. A experiência narrativa se comporta como um fenômeno narrativo que envolve, dentre outros elementos narrativos, uma ação, uma carga emocional e uma sensação proporcionada pelo desenrolar daquela história narrada.

Tal fenômeno é explicado por Fludernik, ao demonstrar que uma experiência ocorre por meio do desenvolvimento de uma história baseada na lógica “‘situação, incidente e reação’, que define a essência da experiência da ação humana” (1996, p. 21)[27], desencadeando de maneira dinâmica o aparecimento dos três elementos narrativos propostos - ação, emoção e sensação (Fludernik, 1966, 2003, *apud* Cobley, 2014, p. 220; Lupton, 2020, p. 12) - que não apenas impulsionam o desenvolvimento de uma história, como também moldam a maneira como interlocutores interagem com a narrativa.

Por outro lado, no contexto do design gráfico, esse fenômeno se traduz na maneira como "toda marca conta uma história sobre um negócio, produto, serviço ou lugar" (Lupton, 2020, p. 33), explorando a narratividade de uma empresa através da estruturação de sua comunicação empresarial (Cautela & Zurlo, 2014, p. 27) por meio do ato de contar histórias mediante os elementos narrativos de ação, emoção e sensação.

3.1.1 O Design como Gatilho Narrativo

Uma experiência narrativa movida pela experencialidade e narratividade do design deve ser conduzida por “comportamentos e atividades orientados a objetivos” (Fludernik, 1996, p. 21)[28] que orientam uma história através de uma sequência de eventos narrativos que proporcionem “histórias dentro de histórias e conflitos dentro de conflitos” (Lupton, 2020, p. 24).

---

25 Do original em inglês: “*Experientiality in narrative as reflected in narrativity can therefore be said to combine a number of cognitively relevant factors*”.
26 Do original em inglês: “*experience typically embraces goal-oriented behaviour and activity, with its reaction to obstacles encountered on the way*”.
27 Do original em inglês: “*situation-event (incidence)-reaction to event' which constitutes the core of all human action experience*”.
28 Do original em inglês: “*goal-oriented behaviour and activity, with its reaction to obstacles encountered on the way*”.

Nesse contexto, para que uma narrativa seja conduzida de maneira fluida torna-se necessário que um projeto gráfico articule ações que introduzam uma linha narrativa através de uma dinâmica que estabelece pontos de engajamento que direcionem uma história a determinada tomada de decisão.

Essa dinâmica é explicada por Lupton (2020, p. 21):

> A ação move as histórias e move também o processo de design. O design faz coisas acontecerem no mundo. A palavra “ação” está no cerne da “interação”. “Design” é verbo, além de substantivo. No início do processo criativo, os designers perguntam o que um produto ou serviço pode fazer pelas pessoas — e o que as pessoas podem fazer com ele.

Seja através da interatividade de um sistema digital ou da materialidade de um objeto físico, um projeto gráfico pode atuar como um gatilho narrativo capaz de articular ações e influenciar o modo com o qual uma narrativa é conduzida.

Nesse sentido, a articulação de uma ação é estabelecida por pontos de conexão entre as etapas projetuais de uma narrativa.

A idealização do processo de tomada de decisões é, portanto, atribuída à experencialidade de um projeto gráfico que conduz uma narrativa em direção a seus objetivos, provendo o auxílio necessário para que as interações ocasionadas pelas articulações de uma história exaltem suas ações (Lupton, 2020, p. 24).

Como destaca Fludernik (1996, p. 21):

> As formas mais básicas de narrativa são construídas exclusivamente a partir de um esquema de ação, mas agir e pensar são partes igualmente essenciais da condição dinâmica e humana de viver em um mundo com o qual se interage inevitavelmente.[29]

Logo, qualquer decisão tomada a partir de uma ação desencadeia “uma cena menor em uma narrativa mais abrangente” (Lupton, 2020, p. 24), que acarreta diferentes eventos narrativos de acordo com os acontecimentos estipulados por aquela ação, carregando consigo uma dimensão cognitiva que orienta a experiência narrativa daquele que busca tornar-se protagonista de sua própria jornada.

Neste aspecto, a relação entre design e narrativa não se limita a uma estrutura linear, mas sim a um fluxo dinâmico de ações e reações. Cada decisão tomada dentro de um projeto gráfico, seja ele físico ou digital, estabelece conexões que podem modificar o percurso de uma experiência narrativa, transformando desafios em oportunidades e criando novas camadas de significado.

Consequentemente, mesmo que existam causas e consequências, a “combinação de funções, materiais ou processos aparentemente desconectados” (Lupton, 2020, p. 55)

---

29 Do original em inglês: “*Most basic forms of narrative are exclusively built on an action schema, but acting and thinking are equally part and parcel of the dynamic human predicament of living in a world with which one inevitably interacts.*”.

possibilita que o design atue como um mediador na concepção de uma progressão narrativa que conduz uma ação que se esmiúça dentre a materialidade do desenvolvimento narrativo de uma história.

3.1.2 A Materialidade da Narrativa

Toda ação decorrente de uma narrativa é desencadeada por meio de interações orquestradas por um designer que conta uma história através do uso da “forma, cor, materiais, linguagem e pensamento sistêmico” (Lupton, 2020, p. 11), convertendo ideias abstratas em um vasto conjunto de elementos tangíveis e intangíveis capazes de criar uma narrativa que estimule emoções e sentimentos (Cautela & Zurlo, 2014, p. 19).

Estabelecendo uma “relação dinâmica e criadora de mundos entre o designer e o público” (Lupton, 2020, p. 12), uma narrativa modifica a maneira com a qual tomamos decisões à medida que somos expostos a uma ação.

Nesse contexto, decisões outrora infundamentadas, ganham forma à medida que a organização visual de um projeto gráfico contribui para que ações sejam tomadas com base em sensações que, em sua maioria, “independem da pessoa, são controlados pelo designer” (Norman, 2008, p. 87).

Não obstante, se por um lado o design pode orientar ações e interações por meio de elementos visuais, por outro, ele também influencia a maneira com a qual experienciamos uma narrativa (Lupton, 2020, p. 144).

Todo projeto gráfico carrega consigo uma história que vai além de sua funcionalidade ou aparência. Sua narratividade ganha forma à medida que nossos sentidos interpretam estímulos sensoriais e cognitivos, que moldam a maneira como interagimos com uma história. Como observa Kant (2012 [1764], p. 31):

> As diferentes sensações de contentamento ou desgosto repousam menos sobre a qualidade das coisas externas, que as suscitam, do que sobre o sentimento, próprio a cada homem, de ser por elas sensibilizado com prazer ou desprazer

Por conseguinte, evidencia-se que a percepção sensorial não é absoluta, mas subjetiva e relativa (Norman, 2002, p. 157).

Atendo-se às experiências narrativas proporcionadas pelo design, se enfatiza que ações são estritamente influenciadas pelas emoções e sensações deferidas por estímulos visuais capazes de afetar a percepção de indivíduos sobre uma história (Kant, 2012 [1764], p. 32).

Sob essa ótica, a concepção de uma experiência narrativa é resultado da interação da percepção de múltiplos estímulos sensoriais que enfatizam a experencialidade de uma história.

Como demonstra Fraccaroli (*apud* Filho, 2000, p. 19): "para a nossa percepção, que é resultado de uma sensação global, as partes são inseparáveis do todo e são outra coisa que não elas mesmas, fora deste todo". Destaca-se, portanto, que a maneira com a qual elementos visuais estão organizados dentro de um projeto gráfico impacta diretamente a percepção sensorial de uma história.

Nesse contexto, o desenvolvimento narrativo de uma história ocorre a partir da interação entre elementos visuais e estímulos sensoriais que nos permite experienciar uma narrativa através da percepção de formas psicologicamente percebidas (Fraccaroli, *apud* Filho, 2000, p. 20).

Consequentemente, a concepção de uma história por intermédio de um projeto gráfico ocorre à partir da composição visual de elementos gráficos organizados sistematicamente através da teoria da Gestalt[30].

Composições visuais concebidas por intermédio da teoria da Gestalt são mediados por padrões organizacionais que estruturam nossa percepção por meio de elementos que abdicam de sua individualidade e destacam-se sutilmente em um projeto gráfico.

Como ilustra Arnheim (1980, p. 37):

> Alguns traços relevantes não apenas determinam a identidade de um objeto percebido como também o faz parecer um padrão integrado completo. Isto se aplica não apenas à imagem que fazemos do objeto como um todo, mas também a qualquer parte em particular sobre a qual nossa atenção se focaliza.

Sob essa ótica, a teoria da Gestalt pode ser compreendida como “qualquer coisa visível, qualquer manifestação visual concreta passível de ser lida, analisada e interpretável visualmente” (Fraccaroli, *apud* Filho, 2000, p. 25).

Logo, ao orientar nossa percepção, a teoria da Gestalt possibilita a racionalização de informações abstratas à nível sensório, permitindo o seu entendimento (Arnheim, 1980, p. 39). Em outras palavras, a organização sistêmica de elementos visuais influencia a maneira com a qual nossa percepção estimula nossas sensações (Lupton, 2020, p. 130).

Nessa perspectiva, a concepção da organização visual de um projeto gráfico por intermédio da teoria da Gestalt possibilita que elementos antes desconexos integrem uma composição visual — como pode ser observado no QUADRO 3.

QUADRO 3. Princípios da Gestalt de acordo com Filho (2000, pp. 29-36).

Princípios da Gestalt (Filho, 2000, pp. 29-36)	
Unidade	Refere-se à capacidade de perceber um conjunto visual como um todo, no qual os elementos individuais se organizam de maneira harmônica para formar uma única unidade. Tal fenômeno ocorre por meio de “pontos, linhas, planos, volumes, cores, sombras, brilhos, texturas e outros atributos - isolados ou combinados entre si” (Filho, 2000, p. 29).

30 De acordo com Filho (2000, p. 18): “A Gestalt é uma escola de psicologia experimental.”. Fundada no fim do século XIX possui como precursor Christian von Ehrenfels, Max Wertheimer, Wolfgang Köhler e Kurt Koffka.

QUADRO 3. Princípios da Gestalt de acordo com Filho (2000, pp. 29-36).

Princípios da Gestalt (Filho, 2000, pp. 29-36)	
Segregação e Unificação	A segregação permite distinguir elementos individuais dentro de uma composição, enquanto a unificação estabelece relações entre esses elementos, formando uma estrutura visual. Tal fenômeno ocorre por meio da organização de atributos que confiram “índices qualificativos para uma dada leitura” (Filho, 2000, p. 31) de um projeto gráfico.
Fechamento e Continuidade	O princípio do fechamento sugere que o cérebro tende a completar formas inacabadas, conferindo significado a informações fragmentadas. Já a continuidade baseia-se na tendência de seguir padrões ou direções preexistentes, conduzindo a percepção ao longo de uma composição de maneira fluida.
Proximidade e Semelhança	Elementos próximos ou que compartilham características visuais, como cor, forma ou textura, são naturalmente percebidos como parte de um mesmo grupo. “A igualdade de forma e de cor desperta também a tendência de se construir unidades, isto é, de estabelecer agrupamentos de partes semelhantes” (Filho, 2000, p. 35).
Pregnância	Também chamada de “boa forma”, a pregnância determina como um projeto gráfico pode ser percebido de maneira mais rápida e eficiente. Em outras palavras, são projetos gráficos que apresentem “um máximo de harmonia, unificação, clareza formal e um mínimo de complicação visual na organização de suas partes ou unidades compositivas” (Filho, 2000, p. 36).

Permitindo que elementos visuais se tornem a “forma de um conteúdo” (Arnheim, 1980, p. 89), a teoria da Gestalt fomenta a narratividade de um projeto gráfico através da experencialidade da interação entre cores, formas, movimento, orientação, tamanho, texturas, e etc. que moldam nossa percepção (Lupton, 2020, p. 130).

Ao compreender como elementos visuais são percebidos e interpretados, torna-se possível contar histórias não apenas por meio daquilo que vemos, mas também daquilo que sentimos (Arnheim, 1980, p. 89; Filho, 2000, p. 29).

Dessa maneira, uma experiência narrativa é impulsionada pela organização de elementos visuais que estabelecem gatilhos que guiam uma história de acordo com a qual nossa percepção influencia nossas ações (Lupton, 2020, p. 120).

3.1.3 O Impacto Afetivo das Histórias

Toda narrativa conduz uma sequência de eventos que despertam sentimentos e influenciam a maneira com a qual interagimos com uma história (Lupton, 2020, p. 71; Norman, 2008, p. 87). Experiências narrativas possibilitam a criação de projetos gráficos que estimulem emoções à medida com a qual pessoas interagem com sua história (Norman, 2008, p. 60).

Ressignificando sua utilidade básica, um projeto gráfico passa a depender exclusivamente “de seu significado na vida de seus usuários” (Lupton, 2020, p. 63). Estabelecendo conexões através de estímulos sensoriais e visuais, o impacto emocional proporcionado por uma história é impulsionado por significados construídos individualmente, nos quais a materialidade de um projeto gráfico se entrelaça com memórias e experiências cotidianas tornando-os significativos por conta das recordações que despertam (Camargo & Rosa, 2010, p. 76; Norman, 2008, p. 86).

Nesta perspectiva, a narratividade de um projeto gráfico está diretamente relacionada à história que carrega consigo, salientando que “emoções não são apenas o combustível que alimenta o mecanismo psicológico de uma criatura racional, elas são partes altamente complexas e desordenadas do próprio raciocínio desta criatura” (Nussbaum, 2001, pp. 31-43 *apud* Lupton, 2020, p. 63).

Em outras palavras, as emoções são estados mentais que emergem a partir de avaliações cognitivas, orientando nosso comportamento de acordo com as percepções que temos de determinado projeto gráfico (Müller, 2007, p. 31).

Demonstrado como as emoções exercem uma forte influência sobre as experiências narrativas das quais vivenciamos Espinoza & Nique (2004, p. 3 *apud* Müller, 2007, p. 30) frisam que “emoções parecem simplesmente ‘acontecer’ e parecem contornar o sistema racional e o livre-arbítrio”. Embora imprevisíveis, as emoções, mesmo que variem de pessoa para pessoa e de situação para situação, podem ser induzidas de acordo com as sensações que um projeto gráfico deseja transmitir (Müller, 2007, p. 31; Norman, 2008, p. 53).

Por conseguinte, estratégias que priorizem o contexto emocional de projetos gráficos se fazem necessários (Lupton, 2020, p. 60), fomentando sua narratividade em torno das ações e das sensações desencadeadas por si.

A combinação de ações e sensações desencadeiam uma série de estímulos emocionais que são influenciadas pelo contexto narrativo de determinada história, afinal, “as pessoas fazem suas avaliações a partir de seus sentimentos em relação a uma situação ou objeto” (Müller, 2007, p. 33).

3.2 Recursos Narrativos e a Experiência Narrativa

A narratividade de um projeto gráfico extrapola o ato narrativo graças às ações, às sensações e às emoções que sucedem uma história, evidenciando como cada elemento visual e cada recurso narrativo molda as estratégias projetuais atribuídas à narratividade do design (Lupton, 2020, p. 12).

Cada escolha visual e narrativa influencia a maneira como uma narrativa é conduzida. A percepção e a experiência do interlocutor sobre determinada história é influenciada por estímulos sensoriais e emocionais que contribuem para o desenvolvimento de uma história (Lupton, 2020, p. 130; Müller, 2007, p. 31; Norman, 2008, p. 53).

Nesta perspectiva, devemos explorar elementos visuais e recursos narrativos que realcem a narratividade de um projeto gráfico. Ao compreender como a combinação de elementos atrelados a ações, sensações e emoções potencializam uma experiência narrativa, torna-se possível estruturar histórias que proporcionam camadas narrativas dentro de um projeto gráfico.

3.2.1 Signos e Elementos Visuais

A narratividade de uma história está diretamente associada à maneira com a qual interpretamos sua materialidade (Löbach, 1976, p. 160).

Elementos visuais presentes na concepção de um projeto gráfico — como cores, formas, movimento, orientação, tamanho, texturas, e etc. — configuram-se como signos e influenciam o modo com o qual interagimos com uma história.

Os signos — como demonstrado no segundo capítulo desta dissertação — são "uma manifestação que representa algo que lhe deu origem" (Niemeyer, 2003, p. 32), que denotam “um objeto perceptível, ou apenas imaginável, ou mesmo inimaginável num certo sentido" (Peirce, 2000 [1893], p. 46).

Sob essa ótica, a contextualidade de um signo permite com que elementos visuais, quando observados em determinado contexto, mesmo que isoladamente, carreguem consigo uma interpretação específica.

Por outro lado, no âmbito do design, a contextualidade de um signo está vinculada à sua articulação em determinado contexto. Mesmo quando apresentados de maneira fragmentada, um signo deve compor uma composição visual organizada de maneira perceptível, capaz de estabelecer relações coerentes dentro do conjunto em que se insere (Arnheim, 1980, p. 89; Filho, 2000, p. 29).

Nesse sentido, os princípios da Gestalt atuam como mediadores entre a experencialidade e a materialidade de um projeto gráfico, permitindo que o design agrupe, destaque e organize signos de maneira coerente.

Cabe portanto ao design articular elementos visuais mediante os princípios da Gestalt com o intuito de desenvolver uma história que reforce seu viés narrativo através de estímulos sensoriais e emocionais.

Por conseguinte, dentre os elementos visuais que compõem uma narrativa, a cor é naturalmente o melhor exemplo para demonstrar como os princípios da Gestalt interagem com a materialidade do design.

A cor atua simultaneamente nos níveis perceptivo e simbólico. Determinadas tonalidades evocam sensações imediatas ou específicas de acordo com o contexto no qual estão inseridas — como a cor vermelha, que pode ser interpretada como urgência ou emoção (Lupton, 2020, pp. 104-111).

Nesse contexto, a materialidade de um projeto gráfico estimula nossa percepção através da organização signos, conectando forma e significado de maneira tangível e intangível, a partir dos princípios da Gestalt.

Logo, observa-se que os princípios da Gestalt estão condicionados a maneira com a qual a materialidade de um projeto gráfico estabelece relações Semióticas com o contexto no qual está inserido (Lupton, 2020, p. 128).

Dessa forma, a relação entre Gestalt e Semiótica evidencia como a experencialidade de uma história está atrelada a sua materialidade. Enquanto a Gestalt explica como organizamos e percebemos elementos visuais (Arnheim, 1980, p. 89; Löbach, 1976, p. 159), a Semiótica define como esses elementos são compreendidos (Niemeyer, 2003, p. 33; Peirce, 2000 [1893], p. 56).

Nessa perspectiva, cada signo desempenha um papel distinto na construção de uma experiência narrativa, representando algo a alguém através de relações simbólicas, icônicas e indicativas (Peirce, 2000 [1893], pp. 63-76) — como demonstrado no QUADRO 4.

QUADRO 4. Signos e suas categorizações segundo Peirce (2000 [1893], pp. 63-76).

Categorização	**Definição**
Ícone	Tudo aquilo que representa algo através da semelhança, facilitando o rEconhecimento imediato de elementos visuais.
Índice	Tudo aquilo que nos induz a um pensamento, guiando a percepção do interlocutor por meio de indícios que remetem a estímulos sensoriais e emocionais.
Símbolo	Tudo aquilo que a sociedade define como representante de algo, incrementando a interatividade do interlocutor a uma narrativa.

A idealização de uma experiência narrativa por intermédio de ícones, índices e símbolos reforça a experencialidade e a narratividade de um projeto gráfico. A interação entre Gestalt e Semiótica possibilita o desenvolvimento de uma história constituída por signos que atuam como elementos visuais interpretados de acordo com contexto em que está inserido (Niemeyer, 2003, p. 53).

Mesmo que um signo possa ser categorizado de acordo com seus atributos, um signo será um signo que representa algo a alguém em determinado contexto (Peirce, 2000 [1893], p. 52), caracterizando-o como um elemento mediador entre a materialidade e a experencialidade de uma história.

Contar história através da organização visual de signos permite, portanto, que um projeto gráfico articule de maneira coerciva elementos visuais que estimulem ações, sensações e emoções.

3.2.2 Estímulos Emocionais

Visando compreender como emoções podem ser experienciadas em diferentes contextos narrativos iremos nos ater a escala CES — sigla em inglês para *consumption emotions set*. Elaborada pela especialista em marketing Richins (1997, pp. 144-145, *apud* Foster *et al.*, 2008, p. 8), a escala demonstra o comportamento de consumidores ao serem expostos a diferentes estímulos emocionais, criando um vasto conjunto comportamental, como demonstrado no QUADRO 5.

QUADRO 5. CES adaptado.

Emoção	**Reação**
Alegria	Felicidade, Satisfação
Amor	Amável, Sentimental
Medo	Assustado, Receoso
Melancólica	Depressão, Infelicidade, Tristeza
Raiva	Frustração, Irritação, Nervosismo
Surpreso	Admirado, Espantado, Surpreso
Tranquilidade	Calma, Pacifico

Considerando a categorização e organização de emoções por intermédio de diferentes estímulos, ao explorar a CES no contexto narrativo, torna-se viável adaptar o modelo assegurando uma abordagem direcionada ao ato de contar histórias por meio de projetos gráficos. Assim como já ocorreu em outros estudos (Foster *et al.*, 2008, p. 7), elaboramos uma versão adaptada da escala CES. Permitindo que seja possível assimilar ações e sensações a estímulos emocionais, desenvolvemos a escala NES, sigla em inglês para *narrative emotions set*, como demonstrado no QUADRO 6.

QUADRO 6. NES elaborado com base na escala CES.

Emoção	**Ação**	**Sensação**
Alegria	Celebração	Felicidade, Entusiasmo
Amor	Conexão	Afeição, Romantismo
Medo	Atenção	Pavor, Insegurança
Preocupação	Cuidado	Tensão, Ansiedade
Raiva	Impulsividade	Frustração, Irritação
Surpresa	Admiração	Encanto, Espanto
Tranquilidade	Contemplação	Calma, Satisfação
Tristeza	Isolamento	Infelicidade, REcordação

Ainda que nossas ações influenciem nossas emoções (Norman, 2008, p. 53), é fundamental reconhecer que estímulos emocionais se ajustam a nossa percepção. A escala NES evidencia como emoções emergem de interações específicas, manifestando-se espontaneamente, como apontam Espinoza & Nique (*apud* Müller, 2007, p. 30):

> Emoções parecem simplesmente ‘acontecer’ e parecem contornar o sistema racional e o livre-arbítrio. Embora a expressão de uma emoção possa ser suprimida e controlada, o sentimento permanecerá.

As emoções desempenham um papel essencial na construção de uma experiência narrativa. Ao explorarmos os princípios a escala NES, é possível compreender como diferentes estímulos influenciam nossas decisões e moldam nossas experiências cotidianas.

3.2.3 Padrões Narrativos

"Um padrão narrativo é um mecanismo primário que atende a um propósito específico" (Bach *et al.*, 2018, p. 4)[31]. Com o intuito de auxiliar a estruturação de uma história, um padrão narrativo auxilia com que narrativas promovam ações, sensações e emoções por meio de interações usualmente encontradas nas mais diversas representações narrativas.

Como expõe Branigan (1992, p. 3, *apud* Fludernik, 1996, p. 19), uma "narrativa é uma atividade perceptiva que organiza dados em um padrão específico"[32]. Ao explorar os padrões recorrentes utilizados no desenvolvimento de histórias torna-se possível compreender seu impacto na composição de uma experiência narrativa.

Adaptando-se à narratividade de diferentes projetos gráficos, os padrões narrativos não devem ser interpretados como modelos fixos ou soluções definitivas para a estruturação de uma história (Bach *et al.*, 2018, p. 5). Dentre os diversos padrões narrativos existentes, é fundamental discernir sua aplicabilidade a experencialidade de uma narrativa.

Para tanto, iremos nos ater a dezoito padrões narrativos que podem se combinar e se sobrepor, reforçando sua maleabilidade. Permitindo múltiplas abordagens, a narratividade de uma história permite que padrões narrativos auxiliem no decorrer de uma narrativa (Bach *et al.*, 2018, p. 6), como demonstrado no QUADRO 7.

QUADRO 7. Padrões narrativos (Bach *et al.*, 2018, pp. 6-17).

Padrão narrativo	**Aplicação**
4º parede	Proporciona com que uma narrativa interaja diretamente com um interlocutor. Esse recurso foi originalmente introduzido no teatro, mas quando utilizado da maneira correta estimula a interatividade entre histórias e interlocutores.
Call to action	Gera uma ação por meio de elementos visuais ou narrativos. Esse padrão incita com que histórias desenvolvam gatilhos que estimulem com que um interlocutor tome uma ação de acordo com os desdobramentos de uma narrativa.
Comparação	Estabelece relações entre dois conjuntos de dados para enfatizar suas semelhanças e diferenças. Esse mecanismo é utilizado para criar contrastes ou paralelos dentro de uma narrativa, ajudando a destacar informações relevantes.
Conexão	Representa a experencialidade de uma história por meio de elementos narrativos que proporcionam estímulos emocionais. Esse método introduz elementos familiares ao interlocutor, reduzindo a abstração de uma narrativa.
Descoberta	Estimula com que o interlocutor explore e interprete os elementos visuais e narrativos de uma história. Esse padrão proporciona com que a narrativa interaja com o interlocutor, gerando estímulos sensoriais e emocionais.
Engajamento	Proporciona uma estratégia na qual a história se comunica diretamente com o interlocutor por meio de estímulos sensoriais e emocionais. Esse recurso ajuda a tornar a experiência mais imersiva, incentivando o interlocutor a se sentir parte da história narrada.
Estranhamento	Sugere a apresentação de um contexto narrativo comum de maneira não usual. Esse cenário proporciona com que interlocutores estranhem o decorrer de uma história, desafiando suas expectativas sobre seu desenrolar.
Familiarização	Sugere a apresentação de um contexto narrativo comum. Esse cenário proporciona com que interlocutores se identifiquem com elementos comuns a narratividade e a experencialidade de diferentes histórias.

31 Do original em inglês: "*A narrative pattern is a low-level narrative device that serves a specific intent.*".
32 Do original em inglês: "*narrative is a perceptual activity that organizes data into a special pattern*".

QUADRO 7. Padrões narrativos (Bach *et al.*, 2018, pp. 6-17).

Identificação	Refere-se a um padrão narrativo no qual o público ou usuário se vê refletido na história, permitindo uma conexão mais profunda com o conteúdo apresentado. Esse efeito pode ser alcançado por meio da personalização da experiência narrativa.
Informação implícita	Refere-se ao uso de pausas intencionais em uma narrativa, deixando certas informações implícitas ou ausentes. Esse recurso convida o interlocutor a interpretar elementos fragmentados, proporcionando um entendimento próprio da narrativa.
Materialização	Representa a experencialidade de uma história por meio de elementos visuais que proporcionam estímulos sensoriais. Esse método reduz a abstração de uma narrativa, tornando-a mais tangível e compreensível.
Metáfora	Incita o uso intencional do espaço e de metáforas para reforçar estímulos visuais, sensoriais e emocionais. Do ponto de vista puramente visual, essas associações são utilizadas para direcionar a percepção do interlocutor de determinada história.
Pergunta retórica	Estimula com que histórias realizem questionamentos retóricos, proporcionando pausas intencionais em uma narrativa. Esse recurso convida o interlocutor a interpretar e responder a essas perguntas, estimulando sua curiosidade.
Repetição	Diz respeito ao uso recorrente de elementos visuais ou narrativos durante o desenrolar de uma história. A repetição auxilia a memorização de informações e estabelece conexões entre diferentes contextos narrativos.
Revelação	Apresenta de maneira progressiva os elementos visuais e narrativos de uma história. Esse padrão conduz o público por uma jornada de descoberta, na qual cada nova informação acrescentada contribui para a construção da narrativa.
Ritmo	Enfatiza diferentes aspectos de uma história por meio do ritmo no qual elementos visuais e narrativos são apresentados. Esse efeito direciona a narrativa de maneira mais ágil ou sútil, proporcionando diferentes experiências visuais.
Ruptura	Busca a ruptura de padrões previamente estabelecidos para gerar impacto narrativo. Através de elementos visuais uma convenção narrativa é criada e em um momento estratégico essa convenção é subvertida ou alterada, tornando uma história dinâmica e memorável.
Suposição	Permite que um interlocutor antecipe ou preveja o desfecho de uma narrativa. Esse padrão incentiva suposições sobre o desenrolar de uma história, estimulando a curiosidade e interação do interlocutor com uma experiência narrativa.

Como demonstrado, padrões narrativos não são um caminho de mão única e podem ser aplicados de acordo com as necessidades de um projeto gráfico (Gamba, 2013, p. 80). Entretanto, isso não denota que sua narratividade possui pouca significância para o desenvolvimento de uma história. “Padrões narrativos podem fornecer um ponto de partida e ideias iniciais que fomentam o processo criativo” (Bach *et al.*, 2018, p. 20)[33], proporcionando um conjunto de possibilidades que auxiliam a narratividade de uma experiência narrativa.

3.3 A Sequência Narrativa como um Roteiro Visual

Contar uma história não se limita ao ato narrativo (Rodrigues, 2007, p. 25). Assim como ocorre no cinema ou no teatro, a construção de uma história não advém apenas de ações, sensações e emoções. “Uma história é um todo” (Field, 1979, p. 12), um compilado de articulações, percepções e experiências, estruturada por meio de um roteiro que “promove a mescla da fantasia com uma realidade possível” (Rossi & Winck, 2012, p. 213).

33 Do original em inglês: “*narrative patterns can provide a starting point and initial ideas to assist and augment the creative process*”.

Estruturando ideias e organizando os elementos centrais de uma história, um roteiro, ainda que uma “estrutura verbal submetida às leis da discursividade” (Rodrigues, 2007, p. 28), é uma “amálgama indissociável de um complexo de linguagens e técnicas de naturezas desiguais” (Rossi & Winck, 2012, p. 214). Composto por partes interconectadas (Field, 1979, p. 12), o roteiro garante a eficácia e a harmonia da construção visual de uma história cuja concepção ocorre por meio de equipes multidisciplinares que colaboram entre si (Braida & Nojima, 2016, pp. 58-59; Löbach, 1976, p. 122).

Visto que o desenvolvimento de uma história não ocorre de maneira isolada (Field, 1979, p. 11; Rodrigues, 2007, pp. 27-28), evidencia-se que um roteiro constitui a forma inicial de uma narrativa, sendo a base sobre a qual todo o processo de construção de uma história se desenvolve, não representando um fim em si mesmo (Carrière, 1996, p. 59, *apud* Rossi & Winck, 2012, p. 213; Rodrigues, 2007, p. 27).

Por conseguinte, a narratividade imposta ao roteiro estabelece uma base estrutural e metodológica essencial para o decorrer de uma história (Rodrigues, 2007, p. 31). Ainda que não substitua a experiência narrativa de um projeto gráfico final, a roteirização desempenha um papel fundamental na organização e no direcionamento de uma sequência narrativa, articulando “uma trama de ações e reações inter-relacionadas entre si” (Rossi & Winck, 2012, p. 212) que garantem a coerência e a imersão do público ao decorrer de uma história.

3.3.1 A Roteirização do Design

A emancipação de uma narrativa ocorre por meio da produção de histórias através da roteirização de suas diversas etapas projetuais (Gamba, 2013, p. 76; Rodrigues, 2007, p. 27; Rossi & Winck, 2012, p. 213). Abordando a narratividade do design, a criação de um projeto gráfico “prevê a produção de histórias através das diversas etapas projetuais” (Gamba, 2013, p. 76) que podem ser atreladas a um roteiro.

Atuando como uma espécie de briefing, o roteiro orienta o desenvolvimento de uma história, como explica Rodrigues (2007, pp. 30-31):

> no roteiro, tudo o que temos é sugestão e indicação da futura realização e, nesse sentido de pré-visualização, temos um projeto que traz as marcas da narratividade: a) a disposição da sequência de acontecimentos (podendo referir-se a ações ou eventos acontecidos); b) os acontecimentos trazem a marca da temporalidade, o que pressupõe a sua transformação; c) esses acontecimentos são relatados por um narrador que os organiza em termos de início, meio e fim.

Nesse sentido, a roteirização do design estabelece uma base metodológica para a criação de experiências narrativas (Gamba, 2013, p. 78). Por meio de um roteiro, um projeto gráfico pode ser conduzido de maneira fluida, assegurando a articulação de uma mensagem por meio da percepção de elementos visuais e narrativos que conduzam

uma história através de uma sequência narrativa estruturada em uma lógica de início, meio e fim.

Logo, nota-se que o desenvolvimento de uma narrativa visual exige uma estrutura clara e coerente, que atue como um modelo estruturante que direcione o desenrolar de uma narrativa. Para tanto, um projeto gráfico pode ser organizado e estruturado por meio de uma matriz narrativa que possibilite o desdobramento de uma história por meio de elementos visuais e narrativos (Rodrigues, 2007, p. 27; Rossi & Winck, 2012, p. 213).

A matriz narrativa apresentada no QUADRO 8, permite a estruturação de histórias através do uso de três elementos narrativos: ação, emoção e sensação (Fludernik, 1966, 2003, *apud* Cobley, 2014, p. 220; Lupton, 2020, p. 12). Assim como um roteiro tradicional estabelece diretrizes para o desenvolvimento de uma história, a matriz narrativa busca definir e organizar pontos chaves de uma narrativa, desde a introdução dos elementos visuais até o desenlace da experiência proporcionada.

QUADRO 8. Matriz narrativa.

Articulação Ação	Conceito	Definição do público alvo e do impacto desejado
	Princípio	Identificação do tema e da mensagem central
Percepção Sensação	Aspecto	Definição do uso de elementos visuais
	Estrutura	Aplicação de elementos narrativos
Experiência Emoção	Interação	Criar impacto e transformar a experiência
	Retenção	Reafirmar a mensagem central da narrativa visual

A matriz narrativa apresentada propõe um modelo estruturado para a criação de narrativas visuais, garantindo clareza, coerência e impacto no desenvolvimento de histórias. A articulação define os elementos essenciais da narrativa, abrangendo o público alvo e a mensagem central daquela história. A percepção foca no desenvolvimento da narrativa, considerando o uso de elementos visuais e narrativos. A experiência envolve o impacto narrativo de determinada história.

Por outro lado, um projeto gráfico não precisa contemplar o uso de todos os elementos propostos da maneira que foram propostos. “Diferentes projetos podem propor diferentes metodologias e qualquer alteração nessa estrutura mais convencional também pode ser proposta” (Gamba, 2013, p. 80).

Consequentemente, visando englobar todo e qualquer projeto gráfico que incorpore uma história, o QUADRO 9 apresenta um modelo simplificado de matriz narrativa, que facilita a estruturação de uma narrativa por meio de três perguntas-chave.

O contexto narrativo sintetiza o processo de desenvolvimento de narrativas garantindo a integridade e a coerência de uma história por meio de três perguntas que contextualizam as ações, sensações e emoções a serem incorporadas a um projeto gráfico, tornando possível estruturar histórias de maneira consistente, sem restringir adaptações ou variações dentro do modelo proposto.

QUADRO 9. Contexto narrativo.

Articulação Ação	Qual ação queremos induzir ao projeto?
Percepção Sensação	Quais sensações queremos transmitir?
Experiência Emoção	Quais experiências queremos proporcionar?

Nesta perspectiva, o desenvolvimento narrativo envolve a articulação de ações, percepções e experiências. Ao estruturar histórias por meio da roteirização do design torna-se possível organizar o desdobramento de narrativas por meio de uma matriz narrativa, assegurando coerência entre intenção, forma e impacto.

4 ANÁLISE NARRATIVA

Mediante a narratividade imposta ao design, sua concepção ultrapassa a mera organização visual (Lupton, 2020, p. 12). Através do desenvolvimento de projetos gráficos embasados por meio de articulações, percepções e experiências, o design passa a narrar histórias que carregam consigo ações, sensações e emoções.

Compreender como histórias são narradas através de projetos gráficos é fundamental para que ocorra a consolidação do design como uma representação narrativa. Nesta perspectiva, a concepção da definição de um projeto gráfico torna-se necessária. Conceitualmente, como esclarece Löbach (1976, pp. 24-38), um projeto gráfico se define como a materialização visual de um conceito, estruturado por meio da composição de elementos gráficos que resultam em um objeto gráfico físico ou digital.

A fim de validar os conceitos discutidos ao longo desta dissertação, serão realizados três estudos de caso que ilustram a aplicabilidade e a eficácia da matriz narrativa proposta por esta investigação. Para tanto, será observado como a narratividade atribuída ao design é incorporada a projetos gráficos por meio de seu contexto narrativo.

Estudos de caso permitem analisar de maneira prática como cada escolha visual e narrativa afeta o desenrolar de uma história. Com o objetivo de detalhar os impactos da adoção da matriz narrativa na etapa projetual de um projeto gráfico, buscamos garantir uma amostra representativa das distintas possibilidades de atuação do design gráfico.

A seleção dos projetos gráficos a serem analisados considerou critérios que vão além da experencialidade narrativa atrelada ao design. Além de aspectos técnicos, como sua aplicabilidade, buscamos projetos que possuam relevância cultural e expressão gráfica. Para tanto, foram selecionados projetos gráficos concebidos por empresas brasileiras idealizados por equipes multidisciplinares que possuam designers como tomadores de decisões (Löbach, 1976, p. 122; Rossi & Winck, 2012, p. 214).

O primeiro estudo de caso analisa a identidade visual desenvolvida pelo estúdio Tátil Design para o Carnaval do Rio de Janeiro, evidenciando como elementos gráficos são capazes de representar visualmente a energia, o movimento e a expressividade da maior festa popular brasileira. O segundo estudo de caso analisa a publicação Lombada #1, da editora Clube do Livro do Design, um projeto editorial que materializa o podcast homônimo, explorando as fronteiras entre o tangível e o intangível na construção de uma memória coletiva e afetiva. O terceiro estudo de caso analisa o projeto tipográfico idealizado para a Casa Bauducco, que resgata a tradição italiana para compor uma narrativa visual pautada no acolhimento, na identidade e na memória afetiva.

Ambos projetos gráficos contemplam contextos variados, permitindo observar como diferentes arranjos gráficos se articulam para dar forma a experiências narrativas. Guiado pela matriz narrativa desenvolvida nesta pesquisa, às análises dos projetos se-

lecionados permitem observar como ações, sensações e emoções são integradas de forma sistêmica na concepção de experiências narrativas (Gamba, 2013, p. 76).

A análise de cada projeto gráfico selecionado consolida a relação entre design e narrativa. A partir de exemplos concretos que englobam diferentes áreas de atuação do design gráfico, os estudos de caso possuem relevância tanto para o campo acadêmico quanto para a prática profissional, contribuindo para a formulação de diretrizes que possam orientar futuras pesquisas e práticas no campo do design narrativo.

4.1 Estudos de Caso

4.1.1 Rio Carnaval

A identidade visual desenvolvida para o carnaval da cidade do Rio de Janeiro pelo estúdio Tátil Design reverbera a energia, a diversidade e o ritmo do carnaval em um projeto gráfico marcante. Transmitindo a essência do carnaval carioca a identidade visual pode ser aplicada a suportes digitais e físicos, assumindo a brasilidade do evento.

FIGURA 1. Identidade visual Rio Carnaval.



Fonte: Tátil Design. Disponível em: <tatil.com.br>. Acesso em: 14 abr. 2025.

A concepção do projeto gráfico captura visualmente os principais elementos que compõem o carnaval: a dança, a espontaneidade, a música, a vibração e o ritmo da festa.

FIGURA 2. Dança, espontaneidade, música, vibração e o ritmo do carnaval.



Fonte: Tátil Design. Disponível em: <tatil.com.br>. Acesso em: 14 abr. 2025.

Nesta perspectiva, a identidade visual apresenta formas orgânicas e fluidas, que simulam o movimento dos corpos e das fantasias nos desfiles e blocos de rua. Refletindo a espontaneidade da festividade, o projeto incorpora uma variação cromática com cores vibrantes que representam as escolas de samba do Rio de Janeiro.

Se posicionando como um projeto gráfico inovador, a identidade visual ganha ritmo à medida que se transforma graças a brasilidade do carnaval. Atribuindo a si articulações, percepções e experiências, a abordagem adotada durante a criação da identidade visual não apenas reforça as características do evento, como também possui narratividade.

QUADRO 10. Contexto narrativo do projeto Rio Carnaval.

Articulação Ação	Engajar o público por meio de um design dinâmico e expressivo, transmitindo a essência do carnaval carioca em diferentes mídias.
Percepção Sensação	Criar um projeto visual único e rEconhecível, que reverbera a energia, a diversidade e o ritmo do carnaval.
Experiência Emoção	Reforçar os valores culturais do carnaval carioca por meio dos principais elementos que compõem o evento.

O projeto de identidade visual proposto para o Carnaval do Rio de Janeiro, articula signos que traduzem visualmente a energia e a diversidade cultural do evento. Inserido em um ambiente marcado pela pluralidade estética, o projeto gráfico conecta-se à brasilidade do carnaval através de sua experencialidade.

A combinação de cores vibrantes, formas fluidas e traços pulsantes estabelece um ritmo visual que evidencia a festividade do carnaval. O projeto, portanto, extrapola sua função estética graças à narratividade do evento, que transforma seus aspectos visuais em estímulos afetivos e sensoriais, contando uma história sobre a brasilidade e a espontaneidade do carnaval.

QUADRO 11. Matriz narrativa aplicada ao projeto Rio Carnaval.

Articulação Ação	Conceito	A identidade visual atua como um gatilho visual que convida à interação traduzindo visualmente a energia e a festividade do Carnaval do Rio de Janeiro.
	Princípio	A mensagem central do projeto se fundamenta na celebração da diversidade e da tradição do carnaval, buscando reforçar sua brasilidade.
Percepção Sensação	Aspecto	O projeto gráfico adota formas dinâmicas, cores vibrantes e traços que evocam o ritmo e a espontaneidade do carnaval.
	Estrutura	Por meio da interação de formas e cores foi possível intensificar a experiência sensorial do projeto, proporcionando diferentes sensações.
Experiência Emoção	Interação	O branding desperta sentimentos de alegria e pertencimento, conectando visualmente o público a brasilidade do carnaval.
	Retenção	O projeto reforça o vínculo entre o público e as escolas de samba, as fantasias e a espontaneidade do carnaval, tornando-se uma referência visual duradoura.

Através da articulação entre a organização de signos e a materialidade do design, o projeto consolida-se como uma referência duradoura ao estabelecer um padrão simbólico reconhecível. A coerência estética da identidade visual reforça a narratividade do carnaval através do engajamento e da interação entre os foliões.

Desse modo, a expressividade da identidade visual reforça o vínculo entre os foliões e a pluralidade estética do carnaval — como escolas de samba, fantasias, desfiles e etc. — instaurando uma referência visual que permanecerá na cultura imagética coletiva de todos aqueles que participem do evento.

4.1.2 Lombada #1

Idealizado pela editora Clube do Livro do Design, Lombada #1 é uma publicação que surge como uma extensão do podcast Lombada. Compilando os conteúdos transmitidos ao longo dos episódios da primeira temporada do podcast, o projeto editorial reflete o caráter experimental e ousado do programa.

Ao materializar o conteúdo digital de um podcast ao formato impresso, Lombada #1 explora a interseção entre o tangível e o intangível. A publicação transforma entrevistas em um projeto gráfico que não apenas preserva, mas também amplia o alcance das discussões realizadas durante os episódios do podcast.

FIGURA 3. Projeto editorial Lombada #1.



Fonte: Clube do Livro do Design. Disponível em: <clubedolivro.design>. Acesso em: 14 abr. 2025.

FIGURA 4. Uma publicação editorial que materializa um conteúdo digital.



Fonte: Clube do Livro do Design. Disponível em: <clubedolivro.design>. Acesso em: 14 abr. 2025.

O projeto editorial reflete as virtudes que permeiam tanto o podcast quanto a editora, enaltecendo sua coletividade e sua originalidade. Dentre os aspectos visuais

que tornam a publicação única, destacam-se a sobrecapa plástica em tom rosa-choque, sua ilustração de capa que faz alusão a uma fita VHS, a tipografia serifada mono espaçada escolhida para mancha de texto e seu formato compacto.

Se distinguindo de outros projetos editoriais, o livro se inspira em projetos gráficos dos anos 80, propondo uma experiência narrativa que atribui a si articulações, percepções e uma experiência ao flertar com a ideia de que, antes da era digital, todo conteúdo possuía um formato físico.

QUADRO 12. Contexto narrativo do livro Lombada #1.

Articulação Ação	Resgatar a tangibilidade de materiais digitais por meio de um projeto gráfico que reflita as características que permeiam o podcast.
Percepção Sensação	Desenvolver um projeto editorial, que materialize um conteúdo digital através de elementos inspirados em projetos gráficos dos anos 80.
Experiência Emoção	Consolidar a interseção entre o tangível e o intangível, enaltecendo o caráter coletivo e a originalidade do podcast.

Nesta perspectiva, o contexto narrativo demonstra que a publicação busca por meio de seu projeto gráfico materializar a experencialidade do podcast. Quando analisado de maneira minuciosa, o projeto editorial se sustenta por meio dos estímulos emocionais e sensoriais atrelados à materialidade dos elementos visuais organizados pela Gestalt.

QUADRO 13. Matriz narrativa aplicada ao livro Lombada #1.

Articulação Ação	Conceito	A publicação visa registrar os conteúdos do podcast e resgatar a tangibilidade de materiais digitais por meio de um projeto editorial de referência visual e tátil.
	Princípio	O projeto editorial se fundamenta na adaptação do conteúdo digital do podcast para o formato impresso, estabelecendo conexões entre o tangível e o intangível.
Percepção Sensação	Aspecto	O projeto editorial se destaca pelo uso de elementos visuais, em destaque para sua ilustração de capa e cores, inspirados em projetos gráficos dos anos 80.
	Estrutura	A publicação materializa o conteúdo digital do podcast em um livro que faz alusão a uma fita VHS, valorizando o caráter experimental e ousado do programa.
Experiência Emoção	Interação	O livro apresenta os conteúdos do podcast, por meio de uma experiência que transforma o intangível em tangível, promovendo estímulos sensoriais e emocionais.
	Retenção	O projeto editorial estimula o engajamento visual e sensorial por meio de sua proposta gráfica inovadora, instigando o leitor a revisitar e explorar continuamente o conteúdo.

Lombada #1 não apenas amplia o alcance do podcast como também cria uma metáfora que rompe os estigmas digitais presentes em grande parte dos projetos gráficos desenvolvidos nos últimos anos. A publicação contribui para a discussão sobre a materialização de projetos gráficos digitais no meio impresso, destacando o potencial do design gráfico para transformar diferentes mídias em experiências narrativas.

A publicação incentiva o leitor a visitar e revisitar continuamente o conteúdo do projeto Lombada. A interpolaridade entre o físico e digital possibilita a criação de projetos editoriais que vão além da função prática do livro, ampliando sua capacidade de gerar experiências narrativas.

Mesmo que a priori, a função de um livro seja registrar conteúdos, o projeto editorial da publicação Lombada #1 reverbera sua experencialidade por meio de seu projeto gráfico. Graças aos elementos visuais que protagonizam sua composição gráfica — que englobam às escolhas referentes ao formato da publicação, do papel, das cores, das ilustração, da tipografia e etc. — o livro proporciona uma experiência narrativa que não ofusca sua materialidade ou mesmo sua funcionalidade.

4.1.3 Casa Bauducco

Concebido como parte do processo de rebranding da identidade visual da Casa Bauducco, o projeto tipográfico denominado Casa Bauducco foi desenvolvido pelo estúdio Pharus com o intuito de mesclar a brasilidade da empresa à elementos característicos da cultura italiana. Diferenciando-se da comunicação tradicional da Bauducco como indústria alimentícia, a Casa Bauducco propõe uma experiência intimista e familiar, evocando estímulos sensoriais fortemente influenciados pela herança italiana deixado por seu fundador, Carlo Bauducco.

FIGURA 5. Casa Bauducco Typeface.



Fonte: Leopoldo Leal. Disponível em: <instagram.com/pandemonium_type>. Acesso em: 14 abr. 2025.

Buscando se reconectar às raízes italianas, sem desconsiderar o contexto cultural brasileiro, o projeto tipográfico incorpora elementos visuais e estímulos sensoriais e emocionais que convidam o público a “se sentirem em casa”.

O projeto tipográfico da Casa Bauducco surgiu a partir do conceito "Benvenuti a Casa Bauducco". Estabelecendo um convite ao público para adentrar uma atmosfera de aconchego, tradição e sofisticação, o projeto materializa elementos culturais italianos com sutileza e autenticidade, se inspirando em letreiros urbanos da cidade italiana de Turim.

Tornando-se um ponto de ancoragem entre tradição e modernidade, o projeto tipográfico conta com serifas cuidadosamente elaboradas, que possuem alternâncias entre formas condensadas e arredondadas. Concebida como uma tipografia de títulos, o projeto foi desenhado em caixa alta e conta com glifos adequados ao uso promocional e comercial da Casa Bauducco.

FIGURA 6. Letras e glifos da família tipográfica.



Fonte: Leopoldo Leal. Disponível em: <instagram.com/pandemonium_type>. Acesso em: 14 abr. 2025.

Com um perfil elegante e proprietário, a tipografia desenvolvida para a Casa Bauducco desempenha um papel fundamental no projeto de branding da marca. Sua presença imponente, aliada à sutileza dos detalhes, traduz com sensibilidade a essência do fazer italiano, reinterpretada a partir de uma perspectiva contemporânea.

QUADRO 14. Contexto narrativo da Casa Bauducco Typeface.

Articulação Ação	Convidar o consumidor a fazer parte da família Bauducco por intermédio de estímulos sensoriais e emocionais.
Percepção Sensação	Proporcionar uma experiência intimista e familiar, evocando estímulos emocionais fortemente influenciados pela herança italiana.
Experiência Emoção	Despertar memórias afetivas relacionadas ao lar e à convivência, convidando o público a “se sentir em casa”.

Ressaltando a narratividade do projeto tipográfico, o contexto narrativo demonstra como a estratégia por detrás da Casa Bauducco conduz uma experiência narrativa. Quando analisado de forma minuciosa, o projeto revela uma estratégia de design que transcende a função comunicativa da tipografia e passa a atuar como um agente de significação.

QUADRO 15. Matriz narrativa aplicada ao projeto tipográfico Casa Bauducco.

Articulação Ação	Conceito	O projeto visa criar uma tipografia que aproxime a brasilidade da Casa Bauducco à tradição italiana propondo uma experiência intimista e familiar.
	Princípio	Convidando o público a “se sentir em casa”, a tipografia evoca estímulos sensoriais influenciados pela herança italiana que promove um contato íntimo e familiar.
Percepção Sensação	Aspecto	Inspirada nos letreiros e placas italianas, a família tipográfica possui alternâncias entre formas condensadas e arredondadas e glifos especiais.
	Estrutura	Ao mesmo tempo clássica e contemporânea, com um perfil elegante e proprietário, estabelece um convite ao público que promovem familiarização e identificação.
Experiência Emoção	Interação	A aplicação da tipografia nos ambientes físicos, materiais gráficos e embalagens gera impacto imediato ao remeter, de forma sensível e refinada, a cultura italiana.
	Retenção	A tipografia torna-se um elemento de memória: ela materializa o “sentimento chamado casa” e contribui para consolidar a identidade da Casa Bauducco.

A experiencialidade da família tipográfica manifesta-se por meio de elementos visuais que promovem familiarização e identificação, despertando estímulos emocionais e sensoriais mediados por recursos semióticos e princípios da Gestalt. Inspirada nos letreiros urbanos italianos, a tipografia, por meio de articulações, percepções e experiências, conta uma história de origem, afeto, autenticidade e pertencimento.

Mais do que uma escolha estética, o projeto tipográfico Casa Bauducco sintetiza os valores do branding da marca: afeto, autenticidade, origem e pertencimento. Ao alinhar tradição e modernidade, a tipografia incorpora elementos visuais e estímulos sensoriais e emocionais que convidam o público a “se sentirem em casa”.

Mesmo que o projeto possua um background estratégico que busque enaltecer a experencialidade do branding da Casa Bauducco, o projeto tipográfico ressignifica sua função estética. Graças a sua presença imponente, a tipografia se consolida como um elemento visual elegante e proprietário que faz jus a herança italiana deixada por seu fundador.

4.2 Narratividade e Projetos Gráficos

A análise dos estudos de caso apresentados ao longo do capítulo ilustram como a narratividade de projetos gráficos é conduzida por sua experencialidade (Fludernik, 1966, 2003, *apud* Cobley, 2014, p. 220; Lupton, 2020, p. 12). Por meio da estruturação sistêmica do processo de criação do design foi possível observar como a narratividade de projetos gráficos se relaciona ao seu contexto narrativo (Gamba, 2013, p. 76).

Mesmo que a priori a narratividade de um projeto gráfico não tenha sido considerada durante seu desenvolvimento, as escolhas formais e conceituais das etapas projetuais de sua criação evidenciam como a integração de determinados elementos provocam o desdobramento de uma experiência narrativa (Gamba, 2013, p. 76; Lupton, 2020, p. 33). Seja no desenvolvimento de uma identidade visual, na materialização gráfica de um conteúdo digital ou na idealização de um projeto tipográfico, o design carrega consigo articulações, percepções e experiências que transcendem o campo estético e adentram o domínio da comunicação (Braida & Nojima, 2016, pp. 58-59; Lupton, 2020, p. 12).

Nessa perspectiva, os três estudos de caso analisados evidenciam o papel do design como forma de representação narrativa. A identidade visual do Carnaval do Rio, a publicação Lombada #1 e a tipografia desenvolvida para a Casa Bauducco revelam, cada uma em sua especificidade, o potencial do design em articular ações, sensações e emoções por meio de estratégias visuais cuidadosamente estruturadas (Arnheim, 1980, p. 89; Lupton, 2020, p. 130). Os projetos demonstram como o design transcende sua função estética, assumindo um papel ativo na construção de experiências narrativas graças a matriz narrativa proposta nesta dissertação.

A matriz narrativa demonstrou sua eficácia como ferramenta metodológica para a análise e desenvolvimento de projetos gráficos que promovem narrativas coesas, que aprofundam a relação sistêmica entre a experencialidade e a narratividade de projetos gráficos, como demonstrado nos estudos de caso realizados.

O primeiro estudo de caso, aborda a identidade visual do Carnaval do Rio de Janeiro, como articulador de identidades efêmeras. O projeto incorpora elementos culturais e históricos, promovendo uma experiência narrativa que reforça a brasilidade do evento, contando uma história através de suas formas que capturam visualmente os principais elementos que compõem o carnaval.

O segundo estudo de caso, a publicação Lombada #1, demonstra como o design assume um papel ativo na materialização de projetos gráficos digitais. Promovendo uma experiência tátil, a publicação explora a interseção entre o tangível e o intangível flertando com a ideia de que, antes da era digital, todo conteúdo possuía um formato físico.

O terceiro estudo de caso, o projeto tipográfico Casa Bauducco, expressa o equilíbrio entre herança cultural e contemporaneidade, constituída por meio de códigos simbólicos. Inspirada nos letreiros urbanos italianos, a tipografia sintetiza os valores do branding da marca, incorporando a si elementos visuais e estímulos sensoriais e emocionais que convidam o público a “se sentirem em casa”.

Em conjunto, os três estudos demonstram a aplicabilidade e a eficácia da matriz narrativa. Cada projeto analisado evidencia como o design, a partir da articulação entre ação, sensação e emoção, consolida-se como uma representação narrativa.

Nesse sentido, os estudos de caso não apenas validam o protagonismo do design como um articulador de experiências narrativas. Em um cenário em que projetos gráficos ganham cada vez mais destaque, refletir sobre a narratividade do design é reconhecer o design como um meio de expressão visual apto a narrar histórias por meio de articulações, percepções e experiências que mediam a relação entre forma, contexto e conteúdo.

5 CONCLUSÃO

Com o objetivo de ampliar a compreensão sobre o vínculo entre design e narrativa, a presente dissertação investiga como o design, atuando como um fenômeno comunicativo, configura-se como uma representação narrativa que conta histórias por meio de articulações, percepções e experiências através de projetos gráficos.

Ainda que existam investigações sobre o fenômeno narrativo conduzidas por diferentes autores — como Cautela & Zurlo (2014), Cobley (2001, 2014), Foster *et al.* (2008), Fludernik (1966), Gamba (2013), Lupton (2020) e Meister (2013) — observa-se uma lacuna no que diz respeito a uma metodologia projetual para o desenvolvimento sistêmico de narrativas por intermédio do design.

Nesse cenário, embora seja notável o diminuto número de autores dedicados exclusivamente à discussão da narratividade no design, esta investigação reúne e analisa de maneira abrangente os estudos existentes sobre o fenômeno narrativo. Sob essa ótica, esta pesquisa, com base na revisão de literatura apresentada, infere uma definição sobre os conceitos de história e narrativa, além da contextualização da narratividade do design como uma representação narrativa e seus desdobramentos.

Logo, de acordo com Cobley (2001) e Meister (2013), definimos o conceito de história como a difusão de um relato, e o conceito de narrativa como a descrição deste relato. Para além, definimos uma representação narrativa como toda forma de suporte ou expressão verbal ou não-verbal que organiza uma história de modo inteligível através de códigos presentes em sistemas de linguagem.

Sob essa ótica, partindo do pressuposto de que o design, enquanto fenômeno comunicativo, atua como um intérprete no processo de interpretação e reinterpretação de códigos através do hibridismo presente na materialidade de projetos gráficos, podemos afirmar que o design é uma representação narrativa que conta histórias repletas de articulações, percepções e experiências.

Como expõem Braida & Nojima (2016), Cautela & Zurlo (2014) e Lupton (2020) cabe portanto ao design, em virtude de sua contextualidade intrinsecamente ligada à comunicação, atuar como uma representação narrativa.

Para além de delimitar um recorte sobre a narratividade do design como uma representação narrativa, a dissertação Design e Narrativa: como contar histórias através de projetos gráficos orienta a prática projetual do design na elaboração e desenvolvimento de narrativas que exploram a materialidade do hibridismo de um projeto gráfico.

A narratividade de uma história sucede da interação de três elementos narrativos — ação, sensação e emoção — que integram sistematicamente à materialidade híbrida do design, permitindo que uma narrativa se estruture por meio da intangibilidade das dimensões afetivas, interativas e sensoriais de uma narrativa.

Propostos por Fludernik (*apud* Cobley, 2001) e Lupton (2020), as ações, sensações e emoções que constituem uma narrativa desencadeiam uma série de articulações, percepções e experiências.

Nesse contexto, para que uma narrativa se desenvolva de maneira condizente, é fundamental que um projeto gráfico explore a relação entre os elementos narrativos que compõem uma história. Compreender como o design pode gesticular ações, sensações e emoções na concepção de um projeto gráfico estabelece articulações que interferem diretamente no desenvolvimento narrativo de histórias.

Uma ação possibilita que o design atue na concepção de elementos visuais que modificam a maneira com a qual tomamos decisões de acordo com o desenrolar de uma narrativa. Como explicam Fludernik (1996) e Lupton (2020) qualquer decisão tomada a partir de uma ação é estimulada a partir da composição visual de um projeto gráfico.

Como apontam Arnheim (1980), Filho (2000) e Lupton (2020), a composição visual de projetos gráficos salientam a narratividade de uma história à medida que nossos sentidos interpretam estímulos sensoriais que estabelecem gatilhos que guiam uma história de acordo com a maneira com a qual nossa percepção influencia nossas emoções.

Consequentemente, como é debatido por Müller (2007) e Norman (2008), a combinação de ações e sensações desencadeiam uma série de estímulos emocionais que são influenciadas pelo contexto narrativo de determinada história.

Mediante a associação da experencialidade de elementos visuais e sensoriais, o desenvolvimento narrativo de uma história resulta da relação entre a associação de articulações, percepções e experiências advindas das ações, sensações e emoções atribuídas a um projeto gráfico.

Nesse sentido, a narratividade de um projeto gráfico extrapola o ato narrativo graças às ações, às sensações e às emoções que sucedem uma história, evidenciando como cada elemento visual e cada recurso narrativo molda as estratégias projetuais atribuídas à narratividade do design.

Por conseguinte, como demonstrado por Müller (2007), o design deve explorar elementos visuais e recursos narrativos que realcem a narratividade de um projeto gráfico. Ao longo desta investigação, apresentamos quatro recursos narrativos que auxiliam o desenvolvimento sistêmico de uma história.

Os padrões narrativos estão associados às articulações de uma narrativa. Com o intuito de auxiliar a estruturação de uma história, um padrão narrativo se configura como um padrão recorrentemente utilizado nas mais diversas histórias. Em sua pesquisa, Bach *et al.* (2018) apresenta dezoito padrões narrativos, que podem ser aplicados de acordo com as necessidades de um projeto gráfico, proporcionando um conjunto de possibilidades que auxiliam a narratividade de uma experiência narrativa.

Os conceitos da Semiótica e a teoria da Gestalt estão associados às percepções que as composições de elementos visuais agregam a um projeto gráfico. Conforme

apontam Arnheim (1980), Niemeyer (2003) e Peirce (2000 [1893]), a relação entre os dois recursos narrativos evidencia como o desenvolvimento de uma história por intermédio do design é constituída por elementos visuais interpretados através de signos.

Os estímulos emocionais, como o nome propõe, estão associados às experiências afetivas de uma narrativa. Assim como já ocorreu em outros estudos, elaboramos uma versão adaptada da escala CES, criada originalmente por Richins (1997, *apud* Foster *et al.*, 2008), chamada escala NES, que tem como objetivo evidenciar como emoções emergem de interações específicas entre ações e sensações.

Como observado, os quatro recursos apresentados auxiliam a concepção de uma narrativa por meio de um projeto gráfico. Mesmo que os recursos narrativos atuem na estruturação de uma experiência narrativa, como aponta Gamba (2013), é válido ressaltar que um projeto gráfico não necessita contemplar seu uso.

Ainda que os recursos narrativos apresentados se posicionem como coadjuvantes na materialização da intangibilidade dos atributos experienciados ao decorrer de uma história, sua função como um mediador entre as etapas projetuais de um projeto gráfico contribuem para a consolidação da sistematização sobre a forma com a qual os elementos narrativos — ação, sensação e emoção — são distribuídos, percebidos e interpretados.

Dessa forma, é esperado que estudos futuros contribuam para a dinamização e ampliação do repertório de recursos narrativos, de modo a oferecer um suporte consistente às etapas projetuais envolvidas no desenvolvimento de histórias por meio do design.

Nesta perspectiva, a convergência entre elementos visuais e recursos narrativos, consolida a necessidade de uma abordagem metodológica que sintetize as etapas projetuais da concepção de um projeto gráfico.

Como destacam Gamba (2013) e Cautela & Zurlo (2014), a fundamentação da relação entre elementos visuais e recursos narrativos, assegura estruturação de histórias de maneira sistêmica através de uma metodologia que desenvolva uma narrativa através de ações, sensações e emoções.

Para tanto, um projeto gráfico deve ser organizado e estruturado de maneira clara e coerente. Como demonstram Gamba (2013), Rodrigues (2007) e Rossi & Winck (2012), o desenvolvimento narrativo de projetos gráficos exige um roteiro — uma espécie de briefing — que auxilie o desdobrar narrativo de uma história.

Considerando as pesquisas de Fludernik (1966, 2003, *apud* Cobley, 2014) e Lupton (2020) e tendo em vista a experencialidade da materialização de projetos gráficos, essa dissertação propõe dois modelos projetuais para a estruturação de narrativas: o contexto narrativo e a matriz narrativa.

A matriz narrativa evidencia os contrastes decorrentes da manifestação dos elementos visuais e dos recursos narrativos presentes no desenvolvimento narrativo

de uma história, enquanto o contexto narrativo garante a integridade e a coerência de uma história por meio da síntese da matriz narrativa.

Ambos modelos projetuais propostos surgem do aprofundamento teórico das contribuições acadêmicas de Fludernik (*apud* Cobley, 2001), Gamba (2013) e Lupton (2020) que exploram as articulações, as percepções e as experiências proporcionadas pelo design no contexto de uma experiência narrativa fundamentada através dos elementos narrativos de ação, sensação e emoção.

A fim de validar a aplicabilidade e a abrangência dos modelos projetuais, apresentamos três estudos de caso que garantiram uma amostra representativa das distintas possibilidades de atuação do design gráfico. A seleção dos projetos considerou critérios que vão além da experencialidade narrativa atrelada ao design.

O primeiro estudo de caso analisa a identidade visual desenvolvida pelo estúdio Tátil Design para o Carnaval do Rio de Janeiro; o segundo estudo de caso analisa a publicação Lombada #1, da editora Clube do Livro do Design; o terceiro estudo de caso analisa o projeto tipográfico idealizado para a Casa Bauducco.[34]

Os três estudos de caso não apenas demonstram a aplicabilidade do contexto narrativo e da matriz narrativa, as análises realizadas levantam questões sobre a especificidade contextual da aplicação dos modelos projetuais.

Mesmo que os modelos projetuais contemplem as particularidades da contextualidade da materialidade tangível e intangível do design, se reconhece que determinadas especificidades podem não ter sido previstas e contempladas durante a análise dos estudos de caso.

Por conseguinte, nota-se que determinadas etapas do modelo projetual exigem um grau considerável de subjetividade e de conhecimento da concepção de um projeto. A abrangência da matriz narrativa e do contexto narrativo se limitam à ênfase referente aos aspectos contextuais de uma narrativa conduzida por intermédio do design gráfico — aspecto que se justifica pelos objetivos desta pesquisa.

Estudos futuros — referentes à narratividade de outras vertentes do design — podem ampliar a abordagem do modelo projetual proposto. Essa ampliação permitirá uma abordagem completa da narratividade do design e de sua fruição.

Nesse sentido, ainda que os estudos de caso indiquem pequenos ruídos na aplicação do modelo projetual proposto, evidencia-se que suas análises demonstram que o desenvolvimento narrativo de histórias por intermédio do design resulta em projetos gráficos que narram histórias à sua maneira extrapolando a contextualidade da aplicação dos elementos narrativos que promovem ações, sensações e emoções.

---

34 É válido ressaltar que os estudos de caso analisam de maneira sistêmica o modelo projetual proposto, não abordando as ferramentas narrativas e os elementos visuais utilizados durante a concepção dos projetos gráficos.

Portanto, considerando os resultados obtidos com base na revisão de literatura disponível sobre o tema, é possível afirmar que a abordagem da investigação possibilitou que seus objetivos fossem cumpridos.

Não obstante os possíveis desdobramentos desta dissertação poderão proporcionar discussões mais aprofundadas sobre a narratividade do design. É esperado que diferentes abordagens sejam exploradas, contribuindo para a perpetuação do tema e novas possibilidades de estratégias projetuais com foco narrativo.

6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARNHEIM, Rudolf. *Arte e percepção visual: uma psicologia da visão criadora: nova versão*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.

BACH, Benjamin; BARTRAM, Lyn; BOY, Jeremy; CIUCCARELLI, Paolo; DRUCKER, Steven; ENGELHARDT, Yuri; KOEPPEN, Ulrike; STEFANER, Moritz; TVERSKY, Barbara; WOOD, Jo. *Narrative Design Patterns for Data-Driven Storytelling*. CRC Press (Taylor & Francis), 2018.

BRAIDA, Frederico. *A linguagem híbrida do design: um estudo sobre as manifestações contemporâneas*. Rio de Janeiro, 2012. 297f. Tese de Doutorado - Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

_____. *Design como forma simbólica e como fenômeno de linguagem: uma conceituação possível*. Rio de Janeiro, 2008. 8f. Trabalho de Disciplina - Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

BRAIDA, Frederico; NOJIMA, Vera Lúcia. *Aspectos semióticos da linguagem híbrida do design*. Cadernos de Estudos Avançados em Design: Design e Semiótica, Barbacena, 2016.

CAUTELA, Cabirio; ZURLO, Francesco. *Design Strategies in Different Narrative Frames. Special Issue: Design and Innovation: How Many Ways?*, Massachusetts, 2014.

COBLEY, Paul. *Narrative*. 1 ed. New York: Routledge, 2001.

_____. *Narrative*. 2 ed. New York: Routledge, 2014.

CLUBE DO LIVRO DO DESIGN. Aviso amigo: O LIVRO LOMBADA VAI ESGOTAR! [...]. 15 de dezembro de 2024. Instagram: @clubedolivrodesign. Disponível em: <instagram.com/p/DDmdT-Zu91L>. Acesso em: 14 abr. 2025.

DESCARTES, René. *Discurso do Método*. 2 ed. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

ECO, Umberto. *Tratado geral de semiótica*. São Paulo: Perspectiva, 1980.

FIELD, Syd. *Manual do Roteiro: os fundamentos do texto cinematográfico*. 14 ed. Rio de Janeiro: Objetiva, 1995.

FILHO, João Gomes. *Gestalt do Objeto, sistema de leitura visual da forma*. 3 ed. São Paulo: Escrituras Editora, 2008.

FOSTER, David; GRATION, David; RACITI, Maria. *Emotion and place: a consumer perspective in the context of hallmark events*. Sunshine Coast, 2008. University of the Sunshine Coast.

FLUDERNIK, Monika. *Towards a 'Natural' Narratology*. 1 ed. London e New York: Routledge, 1996.

GAMBA, Junior. *Design de Histórias I: o trágico e o projetual no estudo da narrativa*. Rio de Janeiro: Rio Book's, 2013.

KANT, Immanuel. *Observações sobre o sentimento do belo e do sublime*. Coimbra: Edições 70, 2012.

LEAL, Leopoldo. *Pandemonium: processo de criação em design gráfico*. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2020.

LÖBACH, Bernd. *Design industrial, bases para a configuração dos produtos industriais*. São Paulo: Editora Edgard Blücher, 2001.

LOMBADA #1. Clube do Livro do Design. Disponível em: <clubedolivro.design/products/livrolombada>. Acesso em: 14 abr. 2025.

LUPTON, Ellen. *O design como storytelling*. Osasco: Gustavo Gili, 2020.

MEISTER, Jan Christoph. *Narratology. The living handbook of narratology*, 2013. Disponível em: <lhn.sub.uni-hamburg.de/index.php/Narratology.html>. Acesso em: 02 dez. 2024.

MÜLLER, Fabrise de Oliveira. *As emoções positivas e negativas, a atitude e a intenção de comportamento: um estudo exploratório no varejo*. Porto Alegre, 2017. 111f. Tese de Mestrado - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

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

NORMAN, Donald. *O Design do dia a dia*. Rio de Janeiro: Rocco, 2002.

_____. *Design Emocional*. Rio de Janeiro: Rocco, 2004.

PEIRCE, Charles. *Semiótica*. 3 ed. São Paulo: Perspectiva, 2000.

PHARUS DESIGN. A pesquisa para a tipografia concretizada em Casa Bauducco [...]. 5 de abril de 2024. Instagram: @pharusdesign. Disponível em: <instagram.com/p/C5Y_wswPSRv>. Acesso em: 14 abr. 2025.

_____. Benvenuti à nova Casa Bauducco. [...]. 26 de março de 2024. Instagram: @pharusdesign. Disponível em: <instagram.com/p/C4--t07Lnei>. Acesso em: 14 abr. 2025.

RIO CARNAVAL. Tatil Design. Disponível em: <tatil.com.br/asterisco/portfolio/rio-carnaval-2022>. Acesso em: 14 abr. 2025.

RODRIGUES, Elisabete Alfeld. *Roteiro: o projeto narrativo audiovisual*. Mediação, Belo Horizonte, 2007.

ROSSI, Dorival; WINCK, João. *Roteiro e Design da narrativa (de games)*. Revista GEMInIS, São Carlos, 2012.

SANTAELLA, Lúcia. *O que é semiótica*. 5 ed. São Paulo: Brasiliense, 1987.

_____. *Produção de linguagem e ideologia*. 2 ed. São Paulo: Cortez, 1996.

SOUSA, Gustavo; BASTOS, Helena. *Interpretando o artefato: uma proposta metodológica de análise semiótica aplicada ao Design*. In: Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, 13º, 2018, Joinville.

SQUIRE, Corinne. *What is narrative?* Southampton: National Centre for Research Methods, 2012.

WOLFANG, Jonas. *Design Research Thinking - a Narrative Sketch or: Elements of a theory of Design Reserch*. Kassel, s.d.

Word of the Year 2015. Oxford Languages. Disponível em: <languages.oup.com/word-of-the-year/2015>. Acesso em: 13 out. 2024.