

1

Apresentação

Quando eu ganhei a primeira chave de casa foi um acontecimento... Você tem o poder agora de chegar a hora que você quiser. (...) a casa é sua! Foi muito legal! (Pedro)

Ah! A primeira vez que eu usei lente... Eu estranhei, porque não tinha a moldura que nem tem nos óculos... (Gustavo)

A primeira vez que usei um absorvente parecia um tijolo, me atrapalhava a andar. E eu tinha 14 anos e os absorventes não eram como são hoje: fininhos. Eram coisas grossas, horríveis, deixavam a gente totalmente desconfortável, com impressão que todo mundo sabia que você tava menstruada naquele dia. (Elaine)

Comigo o primeiro sutiã foi um constrangimento, assim, porque era o fato! Natal. Você abre o presente e a família toda: aaaah, agora ela é mocinha! Muito horrível... (Juliana)

A primeira vez que eu andei de avião. Eu achava que eu podia abrir a janela do avião. Eu queria ver um pote de nuvens. Foi decepcionante, mas tudo bem, eu tava lá dentro daquela coisa gigantesca... (Camila)

Tenho uma lembrança muito gostosa do meu primeiro relógio. É tradição na minha família: quando completávamos 15 anos ganhávamos um relógio do pai. (...) Acho que nunca nenhum relógio teve tanto significado pra mim... (...) Usei esse relógio durante anos... (Rogério)

O meu primeiro carro, o Chicabon, foi um fusquinha marrom. Ele tinha humor, era uma figura o meu fusquinha. Vendi pra um amigo meu porque eu não ia conseguir vender pra qualquer pessoa. Fiz até um contrato que dizia que ele tinha que cuidar bem do meu Chicabon. (Augusto)¹

¹Trechos de depoimentos registrados neste trabalho e apresentados no capítulo IV.

O primeiro a gente nunca esquece. A frase é batida e corriqueira, mas torna-se impossível não usá-la na primeira linha desta dissertação, pois aqui tratamos, justamente, das experiências das pessoas que usam algo pela primeira vez. Ou seja, o foco deste trabalho é o *uso do primeiro*.

É bastante comum lembrarmos a primeira vez em que usamos diversos objetos: o garfo e a faca, a bicicleta sem rodinhas, o relógio de ponteiro, o estojo de maquiagem, o barbeador, o celular, o sapato de salto alto, o carro e tantos outros produtos do nosso cotidiano.

O *primeiro* abrange uma gama muito grande de objetos. Durante a vida toda iremos usar algo pela primeira vez. Esses objetos podem inaugurar e participar das fases da nossa vida e, ainda, estão presentes em importantes rituais de passagem, como, por exemplo, o momento em que nos tornamos “grandes”, que se materializou no dia em que usamos a caneta pela primeira vez; a revelação de estarmos com a visão comprometida, que resultou no uso dos óculos e na indelével lembrança da primeira vez que o usamos; uma situação especial de nossas vidas ou de uma etapa, em que somos obrigados a usar a bengala e a seguramos pela primeira vez... Enfim, o uso de um objeto pela primeira vez é uma experiência marcante.

Esse objeto e a lembrança *da primeira vez* que o usamos revelam a existência de uma instigante relação que as pessoas estabelecem com seus objetos. Como resume Vera Damazio (2005), os artefatos

(...) têm participação ativa na vida cotidiana, e são usados pelas pessoas para estabelecer significados sobre si mesmas e suas vidas, chegando, em algumas circunstâncias, a ser o eixo em torno do qual as ações sociais se desenrolam. Inter-relacionados com outras engrenagens, os artefatos instruem os indivíduos acerca do mundo, organizam e regulamentam práticas sociais, influenciam comportamentos e provocam efeitos reais e variados (Appadurai, 1986; Coelho, 2002; Csikszentmihalyi e Rochberg-Halton, 1991; Hoskins, 1998; Miller, 2002).

Com foco no pensamento dos autores Mihaly Csikszentmihalyi e Eugene Rochberg-Halton, Damazio (2005) sintetiza que as coisas que nos rodeiam são inseparáveis daquilo que somos e a base sobre a qual construímos o sentido de nossas vidas pessoais. Assim sendo, para entender o que as pessoas são e o que elas podem vir a ser, os autores citados ressaltam a importância de entender o que acontece entre as pessoas e as coisas materiais.

É justamente isso o que se pretende neste estudo: entender o que acontece entre as pessoas e as coisas que por elas são usadas pela primeira vez. Os *primeiros* são parte integrante do universo de coisas que participam ativamente da nossa vida cotidiana. *Esses primeiros* são usados para estabelecer significados sobre nós mesmos e nossas vidas, influenciam comportamentos e provocam efeitos reais e variados; evocam sentimentos positivos ou negativos e podem resultar em experiências igualmente positivas ou negativas.

Dada a relevância do tema para o design e por vivermos rodeados por objetos que intermedeiam relações sociais e evocam uma série de sentimentos, o objetivo deste estudo é conhecer a relação das pessoas com as coisas que usaram pela primeira vez, e nosso foco recai na emoção, que está presente em grande parte das experiências de uso de algo pela primeira vez.

A importância recentemente conferida ao estudo das emoções evocadas na relação das pessoas com o entorno projetado caracteriza um importante campo do design: o Design & Emoção.

Afinal, o design é um processo intencional. Assim sendo, é possível projetar objetos capazes de evocar sentimentos positivos e desencadear mudanças de comportamento positivas para a sociedade.

O foco na emoção, finalmente, permite olhares inéditos e reveladores sobre os produtos e sobre o papel do designer na construção do meio projetado e na transformação da realidade existente em outras mais desejáveis (Frascara, 2005).

1.1.

Sobre o método

Este estudo está inserido no campo do Design & Emoção e foi conduzido no LABMEMO – Laboratório Design, Memória e Emoção da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro – PUC-Rio.

A técnica utilizada para o desenvolvimento desta pesquisa foi o de entrevista assistemática. Ela é uma técnica de Observação Direta Intensiva, estratégia bastante praticada no contexto das pesquisas antropológicas e qualitativas, e partiu da constatação de que muitas pessoas já usaram algo pela primeira vez ao longo de suas vidas — e, conseqüentemente, desenvolveram alguma relação emocional com este objeto. A opção pelo método de entrevistas

considerou, ainda, o fato de que grande parte das pessoas está aberta a partilhar suas experiências de vida.

A antropóloga Mirian Goldenberg afirma que a pesquisa qualitativa é de grande importância para o estudo de “questões difíceis de quantificar, como sentimentos, motivações, crenças e atitudes individuais” (2005:63).

Dentre as vantagens apresentadas por Goldenberg em relação à entrevista como método de pesquisa, estão as seguintes:

“(...) as pessoas têm maior paciência e motivação para falar do que para escrever; (...) pode-se observar o que diz o entrevistado e como diz, verificando as possíveis contradições; instrumento mais adequado para a revelação de informação sobre assuntos complexos, como as emoções; permite uma maior profundidade; estabelece uma relação de confiança e amizade entre pesquisador-pesquisado, o que propicia o surgimento de outros dados” (2005, 88).

Com base nos pontos até aqui apresentados, passo a relatar o método desenvolvido para as entrevistas, chamado pelo LABMEMO de método *Lembrei da sua pesquisa*. Ele tem como objetivos a obtenção de relatos espontâneos sobre as emoções e os sentimentos dos usuários em relação aos produtos, e, também, a criação de uma rede de colaboradores que forneça dados sobre a relação afetiva das pessoas com os produtos.

As ações para o desenvolvimento da estratégia *Lembrei da sua pesquisa* são as seguintes:

1. listar as pessoas do convívio do pesquisador e de suas relações sociais que podem ter relatos sobre suas experiências de uso de algo pela primeira vez;²
2. apresentar o *objeto de pesquisa* às pessoas listadas, transformando as *questões* da pesquisa em *questões* presentes em suas vidas cotidianas e, portanto, do interesse delas;
3. demonstrar disponibilidade e interesse em escutar relatos sobre experiências de uso relacionadas ao objeto ou ao contexto da pesquisa, neste caso sobre experiências de uso de algo pela primeira vez;
4. disponibilizar acesso do entrevistado com o pesquisador através de e-mail, telefone, blog, etc.;

² Cabe ressaltar que mesmo um pesquisador estranho ao objeto (ex.: criminosos) ou ao contexto da pesquisa (ex.: Papua Guiné) têm a possibilidade de criar um grupo de convívio a partir da técnica da entrevista assistemática.

5. considerar o usuário entrevistado como *co-autor*, incorporando seus relatos, suas observações e contribuições de ordens variadas ao longo de toda a pesquisa.

A estratégia deste estudo se constituiu, assim, na criação de uma rede de colaboradores: amigos aqui do Rio, colegas de trabalho de Santa Maria, família, vizinhos, pessoas que viajaram comigo no mesmo ônibus e no mesmo voo, colegas da PUC e amigos com quem me comunico pela internet, além de tantas outras; aliás, praticamente todas as pessoas que me perguntaram o que eu vim fazer no Rio de Janeiro tornaram-se parte desta rede.

Sou gaúcha e, ao ter a notícia da minha aprovação no curso de mestrado da PUC-Rio, pedi demissão da empresa onde trabalhava, em Santa Maria, e mudei-me para o Rio de Janeiro. O meu jeito de falar — o meu sotaque! — chamava a atenção das pessoas e lhes despertava a curiosidade quanto ao que eu tinha vindo fazer aqui. Minhas respostas às perguntas que me faziam eram sempre acompanhadas pelo relato quanto ao tema da minha pesquisa de mestrado. Assim se formou, espontaneamente, a minha rede de colaboradores, com seus relatos e histórias, com a revelação de suas experiências e a descrição de sentimentos que foram despertados pelos objetos que eles usaram pela primeira vez.

A prática da estratégia *Lembrei da sua pesquisa* começava com uma conversa informal com os entrevistados. Nesta conversa, o tema do estudo — a relação emocional das pessoas com os “primeiros” — era ilustrado com depoimentos que haviam sido relatados anteriormente por outras pessoas. Na maior parte das vezes, o entrevistado não apenas se identificava com estas histórias, como demonstrava familiaridade em relação ao tema do estudo; interessado, enfim, pela pesquisa, ele acabava relatando uma experiência pessoal.

Neste momento, eu demonstrava interesse pelo relato, tirava o gravador do bolso, pedia permissão para incluir aquela experiência em minha pesquisa e iniciava a gravação. O efeito dessa estratégia foi que as pessoas não apenas continuavam a prestar seus depoimentos com naturalidade — provavelmente porque já estavam falando espontaneamente — como demonstravam certo orgulho por estarem contribuindo com uma experiência pessoal para uma pesquisa.

Muito frequentemente, esses entrevistados passavam a se sentir colaboradores, e, por serem pessoas conhecidas e próximas, voltavam ao assunto

da pesquisa com novas histórias em ocasiões as mais diversas, quase sempre começando pelo comentário: “*lembrei da sua pesquisa*”.

Como exemplo, recebi um e-mail de um rapaz com quem conversei durante uma viagem de ônibus. Na ocasião, ele havia relatado sua experiência de uso com a sua primeira bateria, pois era músico. Para minha surpresa, dias depois ele enviou-me o seguinte e-mail:

Cris, hoje lembrei da tua pesquisa! Eu sempre levo minhas coisas pra fazer um chimarrão e comecei a prestar atenção no que eu sentia por aquilo: cuia, bomba, térmica. Comecei a rir sem parar, sabe por quê? Pois eu tenho um carinho enorme por essas coisas, me lembram a infância, os fins de tarde com meu pai, tanto é que foi um presente dele. Então, não tinha como não lembrar também porque foi o primeiro kit chimarrão que eu tive! E ainda tenho! E realmente, quando isso acontece, tu percebe que não é o valor material e sim o que aquilo representa na tua vida. Tua pesquisa é muito interessante mesmo, viu! Júlio.

Com a estratégia *Lembrei da sua pesquisa*, obtive respostas mais subjetivas — sob a forma de relatos de experiências, sentimentos, pessoas, lugares, amizades, conquistas e ações sociais variadas relacionadas à experiência de uso do primeiro. É importante ressaltar que os relatos foram além das experiências de uso do primeiro: as pessoas falavam, também, sobre experiências de uso de objetos de modo geral, não somente do primeiro. Os relatos foram adicionados a este trabalho, motivo pelo qual ao longo deste estudo aparecerão relatos que não são somente sobre o primeiro. Vale ressaltar, portanto, que, mais do que entrevistadas, as pessoas que trouxeram seus relatos foram importantes colaboradoras e co-autoras desta dissertação.

O trajeto da investigação foi feito, também, junto a autores importantes para o campo do Design & Emoção, autores estes que compactuam com a idéia de que os objetos são agentes das relações afetivas e evocam emoções e sentimentos aos usuários. São eles: António Damásio, Donald Norman, Patrick Jordan e Peter Stallybrass. Juntos, todos eles levaram-me a olhar para as relações das pessoas com seus primeiros objetos sob uma nova perspectiva: a emocional.

1.2.**Questões norteadoras**

Como se expressa a relação afetiva das pessoas com os objetos usados pela primeira vez?

Que objetos não esquecemos quando usamos pela primeira vez e por quê?

Quais os sentimentos envolvidos no uso de algo pela primeira vez?

1.3.**Organização dos capítulos**

A apresentação de alguns marcos da trajetória do Design & Emoção, de seus principais interlocutores e das idéias que formam este campo emergente foi realizada ao longo do Capítulo 2, intitulado *Sobre Design & Emoção*. Este capítulo traz alguns conceitos pertinentes ao tema, como *Experience Design*, *Affective Design*, *Engenharia Kansei*, *Usabilidade*, *Agradabilidade*; eventos e publicações relevantes, como *Design & Emotion Society* (Sociedade Design & Emoção), *Design & Emotion Conference* (Conferência Design & Emoção) e *Engage*. Apresenta, finalmente, algumas considerações de pesquisadores brasileiros.

Tateando o campo pela primeira vez, título do Capítulo 3, relata os passos dados para se chegar à pesquisa de campo. O capítulo baseou-se no trabalho desenvolvido por Mihaly Csikszentmihalyi e Eugene Rochberg-Halton; traz as primeiras falas dos entrevistados e aborda questões sobre *o novo* e sobre algumas de suas categorias, como *o novo em folha*, *o novo que parece novo*, *o novo para mim*, *o novo moderno*. O capítulo apresenta, ainda, reflexões sobre *como é bom lembrar do primeiro*, como o primeiro inclui as categorias do novo e a importância do primeiro.

No Capítulo 4, intitulado *A pesquisa de campo ilustra a teoria*, são apresentadas as idéias centrais de importantes interlocutores do campo do Design & Emoção. António Damásio (Sobre a competência emocional dos objetos; Emoção e sentimento; Bem-estar); Donald Norman (Norman e os três níveis; Nível Visceral; Nível Comportamental; Nível Reflexivo); Patrick Jordan (com a idéia de que os produtos podem proporcionar diversos prazeres: o físico, o social,

o psicológico e o ideológico) e Peter Stallybrass (com a reflexão sobre a vida social das coisas e sobre os objetos, onde imprimimos as nossas marcas e que carregam a nossa memória). Para contextualizar e enriquecer o pensamento destes autores, utilizamos os relatos dos entrevistados sobre suas experiências de uso de algo pela primeira vez.

O Capítulo 5 traz considerações finais, apresentando os sentimentos envolvidos na relação de uso das pessoas com os objetos que elas consideram *primeiro*. Nele também estão presentes os desdobramentos futuros a que este trabalho expede.