

# **Conceituando um projeto comercial**

Storytelling em design de interiores

Contar histórias. A narrativa faz parte da cultura humana: ouvir, contar, explicar.

Em design de interiores não é diferente. Apesar de envolver diversas questões técnicas, nossos projetos estão repletos de **narrativas**

**Storytelling** é uma técnica usada para contar essas narrativas de um jeito envolvente. Isso é possível porque a narrativa vai além da palavra e conta com outros recursos para encantar as pessoas.

Quando usamos o design thinking como ferramenta para  
ossos projetos para melhorar a experiência de um cliente,  
por exemplo, o Design Thinking cria uma sequência de  
eventos que levam a pessoa a um ponto final.

Por meio do recurso narrativo, é possível fortalecer essas sequencias de eventos e soluções e disseminar ideias que se tornam mais claras no projeto.

O que essa técnica faz é encantar o público por meio de narrativas que não necessariamente focam no que está sendo vendido.



Não é de hoje que as empresas perceberam que o storytelling é uma forma de estreitar o relacionamento com seus públicos e fazer com que as pessoas se identifiquem com a mensagem que aquela organização quer passar.

No caso do projeto de design de interiores  
nosso desafio é diferente e um pouco mais  
complexo.

Além de criarmos um espaço tridimensional, nós designers também precisamos desenvolver habilidades na representação de **ideias intangíveis**, de forma a direcionar a narrativa por trás do projeto.

Por mais que o projeto surja de diretrizes pontuais, designers precisam criar uma história, **estruturar seus projetos como uma tese** que pode revelar as prioridades de um projeto.

A ideia de usar o storytelling como fio condutor do projeto é dar um approach **humanizado** ao projeto, tirar a ideia tecnicista das soluções e aproxima-las de **experiencias.**

Existem alguns passos para incorporarmos  
o storytelling como recurso projetual

## **CONHECER O USUÁRIO**

É importante que a narrativa contemple o ponto de vista do usuário em relação ao projeto. Antever seus desejos e expectativas. E também reações que ele terá no espaço.

## **Tenha clareza sobre a mensagem que deseja transmitir**

É fundamental ter certeza de que você entende a mensagem que deseja transmitir no projeto. Eu gosto de usar uma técnica que é antes de iniciar o projeto, elaborar um mapa de emoções, que eu espero do usuário no espaço.



## **Explore os recursos visuais**

Tire o máximo de proveito dos recursos visuais que você tiver à sua disposição para fortalecer a sua narrativa.

Por meio do visual, é possível simplificar ideias complexas, ajudar a memorizar mensagens ou até causar um maior impacto nas pessoas.

## **Explore os recursos visuais**

Mapas mentais, diagramas, moodboards, painéis iconográficos, painéis de referencias. Tudo isso ajuda a explicar **ideias intangíveis**

## **Crie uma narrativa bem estruturada, com começo, meio e fim**

Pense o percurso do usuário, suas motivações, seus problemas, expectativas e como passo a passo o projeto vai o envolvendo e buscando soluções para suas dores

# **Crie uma narrativa bem estruturada, com começo, meio e fim**

Pensar essa jornada, em diferentes momentos, para diferentes expectativas ajuda a estruturar seu projeto como uma narrativa.

## **Faça conexões emocionais com o usuário**

Também é importante ressaltar o poder das conexões emocionais. São elas que colaboram com a persuasão e instigam a tomada de decisão. Mas seja sincero ao fazer isso, sem forçar a barra. Essa conexão deve fazer sentido tanto para o projeto quanto para o público.

## **Foque no todo e não apenas no produto**

Mesmo que o objetivo por trás seja vender um produto ou serviço, lembre-se de que você está usando o storytelling para vender uma história antes de mais nada.

Com esses recursos fica mais fácil e claro estruturar a narrativa que guiará o projeto.