

MAPAS MENTAIS E PAINÉIS DE IMAGEM: O ESTUDO SEMIOLÓGICO NA DEFINIÇÃO DO CONCEITO EM MODA.

Mind maps and image panels: semiotics studies for fashion concept.

Camila Konradt Pereira¹

Anne Anicet Ruthschilling²

RESUMO

Este trabalho apresenta uma proposta metodológica para o desenvolvimento de mapas mentais e painéis de imagens a partir da leitura da análise semiológica saussuriana e de metodologias projetuais. O problema deste artigo surge da inserção de conteúdos teóricos em disciplinas de projeto e da necessidade de dinâmicas que permitam a construção conjunta de conhecimentos, além da elaboração do projeto com base em uma aprendizagem significativa. Para tanto, buscou-se aliar o estudo da semiologia à utilização de mapas mentais em metodologias de design com vistas à definição de parâmetros para a formulação do conceito do projeto. Como resultado, apresentamos a aplicação das etapas de desenvolvimento identificadas no estudo para a geração do conceito e das imagens inspiracionais de uma coleção por estudantes de projeto de moda de um curso de graduação em Design de Moda de uma faculdade privada do Brasil.

Palavras-chaves: Design de moda. Painéis de imagem. Semiologia.

131

Abstract

This work presents a method proposition for the development of mind maps and image panels based on the readings of the Saussure semiotic analysis and projective methodologies. The article problem arises from the insertion of theoretical contents in design disciplines and from the need for joint construction of knowledge dynamics, as well as the elaboration of the project based on significant learning. Therefore, we sought to combine the study of semiology with the mental maps analysis in design methodologies, defining parameters and stages for the project concept formulation. As a result, we present the development steps application of a collection concept and inspirational images by students of a fashion project class from a private Fashion Design faculty in Brazil.

Keywords: Fashion Design. Image Panels. Semiotics.

¹ Mestre em Ciências Sociais Aplicadas pela UNISINOS (2010). Pesquisa em identificações estéticas e moda. Graduada em Tecnologia Moda e Estilo pela UCS (2006). Sócia e designer da Oblò Trade Lab. E-mail: camila.konradt@gmail.com | Lattes: <http://lattes.cnpq.br/7120309715659674>

² Sócia, gerente e designer da Contextura – moda sustentável. Doutora em Design pela Universidade de Aveiro, Portugal (2012). Pesquisa em design e desenvolvimento sustentável. Mestre em Design e Marketing do Vestuário pela UMINHO (2009). Bacharel em Artes Plásticas pela UFRGS (2004). Graduada em Tecnologia Moda e Estilo pela UCS (1999). E-mail: anne.anicet@gmail.com | Lattes: <http://lattes.cnpq.br/2184653128143590>.

1 INTRODUÇÃO

O desenvolvimento de projetos em Design contempla uma série de processos que envolvem a geração de ideias. Além dos resultados práticos funcionais, o Design tem como preocupações a percepção, a compreensão e o envolvimento emocional do usuário ou espectador em relação à ideia projetada (GOBÉ, 2010; NORMAN, 2008). Na busca por soluções inovadoras para problemas, surge o desafio de identificar métodos que possibilitem a construção de significado na atividade de projetar. Dentre esses métodos, os mapas mentais e painéis de imagens funcionam como etapa crucial na identificação de problemas de pesquisa, oportunidades de mercado e conceitos de projeto (MCDONAGH, 2005). No campo da moda é perceptível a multiplicação do uso dessas ferramentas tanto na bibliografia especializada (CHOKLAT, 2012; RAYMOND, 2010; SORGER e UDALE, 2009), como na utilização das mesmas em projetos de pesquisa e disciplinas de projeto de moda. Constatação que também é sinalizada pelo número de publicações na área, especialmente artigos científicos, nos últimos anos no Brasil (SANCHES e MARTINS, 2015; BROEGA e MAZZOTTI, 2014; FEDRIZZI *et al*, 2014). Um caminho possível nesse campo é a geração de painéis de imagem a partir da análise semiológica. Os inventários denotativo e conotativo propostos nos métodos de análise semiológica (BARTHES, 2012; PENN, 2014) podem contribuir para a construção do conceito do projeto (GOMES, 2004) auxiliando na definição dos termos envolvidos e na associação destes aos elementos e princípios do design para a construção do conceito da coleção de moda.

Este trabalho propõe a investigação de ferramentas de análise semiológica e de elaboração de mapas mentais e painéis de imagem, com vistas ao desenvolvimento de uma adaptação metodológica aplicável às coleções de moda. A primeira parte trata dos possíveis caminhos de análise semiológica através das leituras de Saussure (2012), Barthes (2012) e Penn (2014). A etapa seguinte investiga a utilização de mapas mentais em projetos de design pelos métodos de Baxter (2000), McDonagh (2005) e Gomes (2004). Por fim, apresenta-se uma análise da aplicação da proposta de método semiológico para elaboração de painéis de imagem por estudantes de graduação de design de moda considerando, além do

método, o processo de aprendizagem dos alunos ao longo do desenvolvimento projetual.

2 ANÁLISE SEMIOLÓGICA

O recorte metodológico que norteia este trabalho está diretamente relacionado ao estudo dos signos e à semiologia. Nas traduções em português muitas vezes a semiologia é tratada como “semiótica”, embora esse termo transite em um campo teórico amplo que converge em diferentes caminhos epistemológicos. Alguns autores consideram que a semiótica foi “fundada” duas vezes, entre meados e final do século XIX, pelo filósofo americano Charles Sanders Peirce e pelo filósofo e linguista suíço Ferdinand de Saussure, respectivamente (ECO, 2014; VOLLI, 2015).

O caminho de Peirce apresenta a semiótica interpretativa desenvolvida principalmente nos trabalhos de Umberto Eco (2014) e, no Brasil, por Lúcia Santaella (1986) – obras bastante difundidas nos estudos de filosofia, de comunicação e também nos cursos de design. Em outro sentido, a perspectiva de Saussure, considerada “estrutural” ou “gerativa”, verte em diferentes leituras tendo influenciado os estudos dos linguistas Louis Hjelmslev e Algirdas J. Greimas, do antropólogo Claude Lévi-Strauss e do semiólogo Roland Barthes (VOLLI, 2015). Ao definir como problema as significações no campo verbal envolvidas na produção de painéis de imagens, este estudo se apoia na semiologia saussuriana.

A origem do estudo da semiologia é atribuída à obra póstuma de Saussure, organizada através dos registros de alunos do Curso de Linguística Geral ministrados entre 1907 e 1911 pelo estudioso (SAUSSURE, 2012). Ao propor um enfoque estrutural, o linguista preocupou-se com as inter-relações através das quais os significados são construídos dentro da cultura onde a linguagem possui um lado individual e um lado social que não podem ser lidos de forma independente, mas sim através de sua relação. Essas relações são expostas por meio de uma série de dicotomias no campo verbal: língua e fala, diacronia e sincronia, sintagma e associação (paradigma), significante e significado. O objeto de significação, o signo, perpassa as dicotomias, sendo este, “uma entidade psíquica de duas faces”

(SAUSSURRE, 2012, p.106). Nesse sentido, o signo se apresenta como qualquer termo oral ou escrito que permita uma relação entre uma “imagem acústica” e um “conceito”, sendo a primeira tratada como mais “material” em oposição ao segundo mais abstrato. Se para Saussure a linguística seria parte da semiologia, Roland Barthes (2012) a apresenta como a parte da linguística que “se encarregaria das *grandes unidades significantes* do discurso” (BARTHES, 2012, p.15). As unidades significantes podem estar em qualquer termo oral ou escrito - objeto, contexto, imagem. Ao tratar da dicotomia significante e significado, Barthes (2012) propõe uma atualização quando apresenta o significante como mediador no processo de leitura do signo, e não somente como imagem acústica ou “material”. Para o leitor que tem conhecimento da língua, o significante já possui em si o sentido do termo. Também, desta forma, o significado se amplia, pois poderá adquirir uma infinidade de sentidos no campo da metalinguagem, ou seja, depende de conhecimentos históricos, sociais e culturais do analista (BARTHES, 2012). Na dicotomia denotação e conotação, que Barthes (2012) apresenta através da leitura de Hjelmslev (VOLLI, 2015), a denotação estaria relacionada ao sentido direto percebido no termo analisado e a conotação associada a um sistema de segundos sentidos percebidos a partir do mesmo termo.

Os sentidos denotativo e conotativo norteiam a proposta de Gemma Penn (2014) que de forma bastante didática propõe quadros e mapas descritivos como forma de organização da análise semiológica de imagens. O inventário denotativo explora os aspectos físicos da imagem enquanto o mapa mental das conotações associadas ao termo analisado inclui os “níveis mais altos de significação” (PENN, 2014, p.328). Este último aspecto é o centro da crítica à análise semiológica por esta depender dos conhecimentos culturais do investigador, sendo assim reduzida ao seu campo cognitivo. No entanto, para a autora (PENN, 2014), o risco de uma análise ser considerada inválida é minimizado quando se explicita os conhecimentos culturais utilizados como parâmetro de análise, além das fontes investigadas. A análise semiológica, em especial os inventários denotativo e conotativo, apresenta-se como importante ferramenta passível de aplicação no desenvolvimento de projetos de design.

3 MAPAS MENTAIS E PAINÉIS DE IMAGEM

A atividade criativa em moda pode ser facilitada por meio de ferramentas que auxiliam o processo de geração de ideias. Uma etapa importante, presente em grande parte das metodologias, é a definição do conceito que guiará o projeto (CHOKLAT, 2012; RAYMOND, 2010; SORGER e UDALE, 2009). Quando falamos em conceito tratamos aqui das referências que influenciarão diretamente o desenvolvimento e solução de problemas específicos. Os mapas mentais e painéis de imagens podem contribuir com a construção do conceito do projeto nas fases iniciais. Nas bibliografias citadas, estes aparecem definidos por uma série de nomenclaturas como *explosão de ideias*, *painel temático*, *painel de inspiração*, *moodboard*.

O *Design Thinking*, ao propor a gestão pelo design das estratégias das organizações, tem grande contribuição na difusão dos mapas mentais e painéis de imagem. Este processo é percebido tanto na utilização da técnica de *brainstorming*, explosões de ideias que levam a mapas mentais bastante intuitivos, quanto na organização formal de ideias e etapas de gestão de projetos através de referências visuais (LOCKWOOD, 2010; OSTERWALDER, 2011; SIBBET, 2013). Essas estratégias também aparecem no design emocional, na utilização dos *moodboards* que tem intenção de estabelecer uma conexão cognitiva emocional com o espectador (NORMAN, 2008). O *moodboard* pode ser definido como um painel visual que apresenta o “espírito” ou “humor” (*mood*) do conceito que guiará o projeto em design. Para tanto, apresenta aspectos multisensoriais e busca comunicar algo significativo para servir como inspiração no processo de desenvolvimento (MCDONAGH, 2005). Outras leituras apresentam o *moodboard* como instrumento de construção de “metáforas” que guiarão o projeto, ou ainda, como ferramentas de “recorte” de referências visuais utilizadas na construção de significados na identificação e solução de problemas projetuais (FEDRIZZI *et al*, 2014).

Os painéis de imagem têm a função de integrar a comunicação visual para compreensão de todos participantes do projeto, sendo assim, os significados latentes nos painéis também devem ser compartilhados, o que depende de uma série de conhecimentos culturais em comuns. Para Baxter (2000), painéis que

contenham sentidos muito abstratos podem limitar sua eficácia no processo de design. A mesma perspectiva é discutida por McDonagh (2005), que considera o problema da significação coletiva pertinente, embora ressalte a importância de não restringir o processo de desenvolvimento conceitual do projeto ao extremo, o que poderia reduzir a característica interativa do *moodboard*.

Em outra perspectiva, Baxter (2000, p.190) apresenta uma divisão dos painéis de imagens em etapas que acompanham o desenvolvimento projetual: o “painel de estilo de vida” que demonstra o perfil do público consumidor; o “painel da expressão do produto” que propõe expressar as emoções e valores que se pretende atribuir ao produto; e o “painel do tema visual” que se refere ao conceito expresso através de imagens que remetem aos estilos visuais que serão utilizados no desenvolvimento do produto. A divisão dos painéis parece coerente se pensarmos na necessidade de resolução de problemas encontrados ao longo da aplicação de uma metodologia de projeto, identificando assim as especificidades de cada contexto.

As metodologias de design de moda apresentam uma visão similar. Grande parte destas propõe a utilização de cadernos de ideias ou *sketchbooks* no processo de desenvolvimento de coleções. Sorger e Udale (2009) sugerem o “*book* de pesquisa” como uma ferramenta de trabalho, o suporte para os “painéis temáticos, de inspiração ou conceituais” (SORGER e UDALE, 2009, p.26). Os painéis inspiracionais ou temáticos, por sua vez, se referem à “essência da coleção” e o ponto de vista do designer. O desenvolvimento dos painéis, para os autores, se dá de forma intuitiva e deve expressar uma visão pessoal do projeto. Essa abordagem apresenta algumas dificuldades metodológicas, especialmente se pensarmos que os painéis de imagem têm função de expressar o conceito não somente para o designer que o projeta, mas também para uma equipe (quando destinado a um grupo) ou para outros espectadores. De forma intuitiva é possível identificar significados que comuniquem algum sentido ao espectador. No entanto, sem o estudo dos termos envolvidos pode-se encontrar significados que vão muito além do conceito inicial da coleção ou, ainda, que não o atinjam completamente. O excesso de dados imagéticos pode ser tão prejudicial quanto a insuficiência dos mesmos.

Os mapas mentais também são debatidos por Sanches e Martins (2015) como importantes ferramentas no processo de desenvolvimento projetual. Em uma análise do processo de geração de ideias a partir da *síntese imagética*, os autores propõem etapas no processo de desenvolvimento como: *decodificar*, *codificar* e *transportar* os conceitos pertencentes ao projeto. Nessa perspectiva o processo se dá através do uso de ferramentas imagéticas e a etapa de construção e transformação do conceito estaria na fase de codificação. Este método pode contribuir para sistematizar e delinear o desenvolvimento projetual. Considerando as implicações do processo de geração do conceito, torna-se relevante a observância das possíveis relações entre semiótica e design.

O estudo dos significados a partir da análise semiótica em design é bastante difundido. Entretanto, o que se percebe é que a aplicação desses métodos pelo design se concentra principalmente na descrição de aspectos referentes à identidade visual da marca ou diretamente às características do produto, sendo pouco utilizados na construção de mapas mentais e painéis de imagem. Clotilde Perez (2004) propõe uma leitura da semiótica peirceana como método de análise das formas de expressão das imagens e marcas, observando aspectos como nome, cor, som, logotipo, embalagem e rótulo. Outros caminhos sugerem a semiótica de Greimas aliada aos princípios da *Gestalt* no estudo dos sentidos atribuídos às formas de construções e produtos industriais (KRAMPEN, 1995). O direcionamento que mais se aproxima da aplicação da semiologia na elaboração de conceitos para painéis de imagem, é a proposta de Luiz Vidal Gomes (2004). O autor divide as fases do processo criativo, indicando a “preparação” como etapa “cognitiva e psicomotora”, propondo, com base na leitura de Saussure, a análise “denoconotativa” para observação dos termos e conceitos relacionados ao projeto (GOMES, 2004). Os termos são analisados dentro do campo da linguagem oral e escrita, passíveis de investigação através da literatura e de documentações.

A análise semiológica que se propõe aqui se assemelha em grande parte à última abordagem apresentada. Através da teoria linguística proposta por Saussure (2012), e posteriormente por Barthes (2012), considera-se que todo signo (termo, palavra, imagem) pode ser lido como imagem acústica dentro de um campo verbal. Dessa forma, a construção de painéis de imagens que contenham “níveis altos de

significação” (PENN, 2014, p.328) pode ser antecedida por uma análise dos significados que envolvem os termos presentes no conceito inicial do projeto.

Esta proposição, aparentemente óbvia em mapas mentais, muitas vezes não é empregada de forma organizada nas metodologias projetuais, deixando margem a uma abordagem intuitiva do conceito. Em outros casos, quando utilizados, esses métodos não propõem uma relação direta com os painéis de imagem que irão guiar o conceito do projeto. Não se pretende, aqui, julgar os métodos intuitivos para o processo criativo, estes são de extrema importância para o design que pressupõe um envolvimento emocional (GOBÉ, 2010). No entanto, o que se busca como metodologia de trabalho é a formulação de parâmetros que possibilitem uma leitura prática dos significados que o conceito pode conter para o espectador com base na interpretação dos signos já na fase inicial do desenvolvimento do projeto, facilitando também o processo de aprendizagem do aluno de design. Esse direcionamento se aproxima da perspectiva de aprendizagem e ensino do design abordada por Sanches et al. (2016), que observa a relevância da aplicação de métodos estruturados como aprimoramento didático e exploração do raciocínio projetual. Para os autores, a construção desse raciocínio se dá através da relação entre o pensar e o agir de forma sistemática. Ainda sobre o processo de aprendizagem, pode-se resgatar a noção de *assimilação* para a aprendizagem significativa, explorando a forma como o estudante incorpora as informações no seu processo cognitivo. O processo *assimilação*, neste sentido, envolve a pré-existência de ideias aprendidas e a forma como esses conteúdos se organizam dentro das estruturas cognitivas de acordo com a relação que esses novos conteúdos estabelecem com as informações já existentes e com capacidade dessas informações de se modificar e produzir novas ideias (POZO, 1998).

Considerando que o aprendizado, nessa abordagem, envolve uma forte interação de conhecimentos novos e já aprendidos, além da transformação dos mesmos na geração de novas ideias (ou sínteses), parece pertinente a inserção de conteúdos teóricos e metodológicos, em especial a semiologia, em atividades práticas do desenvolvimento projetual, permitindo ao aluno de design a investigação de conceitos em função de objetivos de projeto.

4 CONSTRUINDO PAINÉIS DE IMAGEM

A construção de mapas mentais e painéis de imagem pode ser combinada às ferramentas que contribuem na significação dos termos e conceitos de projetos. Propõe-se uma leitura do método de análise semiológica de imagens paradas, de Gemma Penn (2014), para a geração de referências imagéticas através da construção de sentido. O estudo parte observação da aplicação, por alunos de graduação em moda, da análise semiológica em mapas mentais e painéis visuais, visando à construção textual e imagética da temática para uma coleção de moda.

Utilizou-se como caso para investigação, a observação da elaboração de exercícios de geração de mapas mentais e de painéis de imagem por alunos da disciplina Projeto de Moda III (Projeto Conceitual) do primeiro semestre de 2017 do curso de graduação em Design de Moda da UniRitter. As atividades visaram combinar ferramentas metodológicas da semiologia e do design na atividade de geração do conceito da coleção. Antes de dar início à exploração temática, a turma participou de seminários de leitura que contemplaram textos de Barthes (2012) e Penn (2014) sobre análise semiológica. Foi necessário estabelecer os requisitos do projeto: como parâmetro definiu-se uma coleção de 15 looks conceituais e comerciais direcionados ao público consumidor de livre escolha de cada aluno. O estudo sobre "coleção conceitual" se deu através de leituras e debate em aula, onde foram listados alguns fatores que influenciam o projeto conceitual: caráter experimental da moda conceitual, abdicação do funcional, experiência emocional do espectador, recusa às tendências sazonais e impacto midiático (RUIZ, 2007). Com base nessas definições propôs-se um tema único para toda a turma, sendo esse "Humanos".

O primeiro exercício foi a geração do **(1) mapa mental geral** do tema de coleção, aqui ainda amplo. O tema de coleção é debatido por diversos autores de metodologia de projeto de moda como uma etapa para o desenvolvimento de coleção que guiará a identificação dos elementos e princípios do design para a composição visual (TREPTOW, 2004; SORGER e UDALE, 2009). A construção do *mapa mental* inicial pode ocorrer de maneira intuitiva, a partir de associações de conhecimentos ou experiências passadas, ou mesmo em grupo através de técnicas

de *brainstorming*, seguindo a explosão ideias, a análise e a hierarquização (BAXTER, 2000). Essa etapa depende dos aprendizados, dos referenciais culturais e dos aspectos emocionais dos “leitores” e é nela que surgem os termos que geram os conceitos específicos. Assim, a significação dos termos do mapa mental geral realizada em conjunto por toda turma não precedeu pesquisas bibliográficas e documentais sobre o tema, mas a realização de um *brainstorming* imediatamente após à divulgação da temática geral. Esse processo resultou em um *mapa mental geral* com termos associados ao tema "Humanos", como “vida”, “existência”, “*homo sapiens*”, “ser”, “corpo”, “espírito”, “pensante”, além de alguns questionamentos: “quem somos?”, “de onde viemos?”, “para onde vamos?”, entre outros.

Após o *brainstorming*, iniciou-se a investigação individual do tema durante o período de uma semana e, posteriormente, a elaboração do **(2) mapa mental específico** que envolve a pesquisa em maior profundidade dos termos da temática. A relação entre os termos dos mapas mentais geral e específico pode ser percebida na Figura 01:

Figura 01: Mapas mentais geral e específico.



Fonte: Elaborado pela aluna de Projeto de Moda Danielle Silva.

O *mapa mental específico* pode funcionar como uma extensão do mapa geral, inclusive apresentando termos linguísticos semelhantes, mas com o objetivo de delinear o tema do projeto e estabelecer um foco possível de ser alcançado através da geração de alternativas para a coleção de moda. No *mapa específico* cada

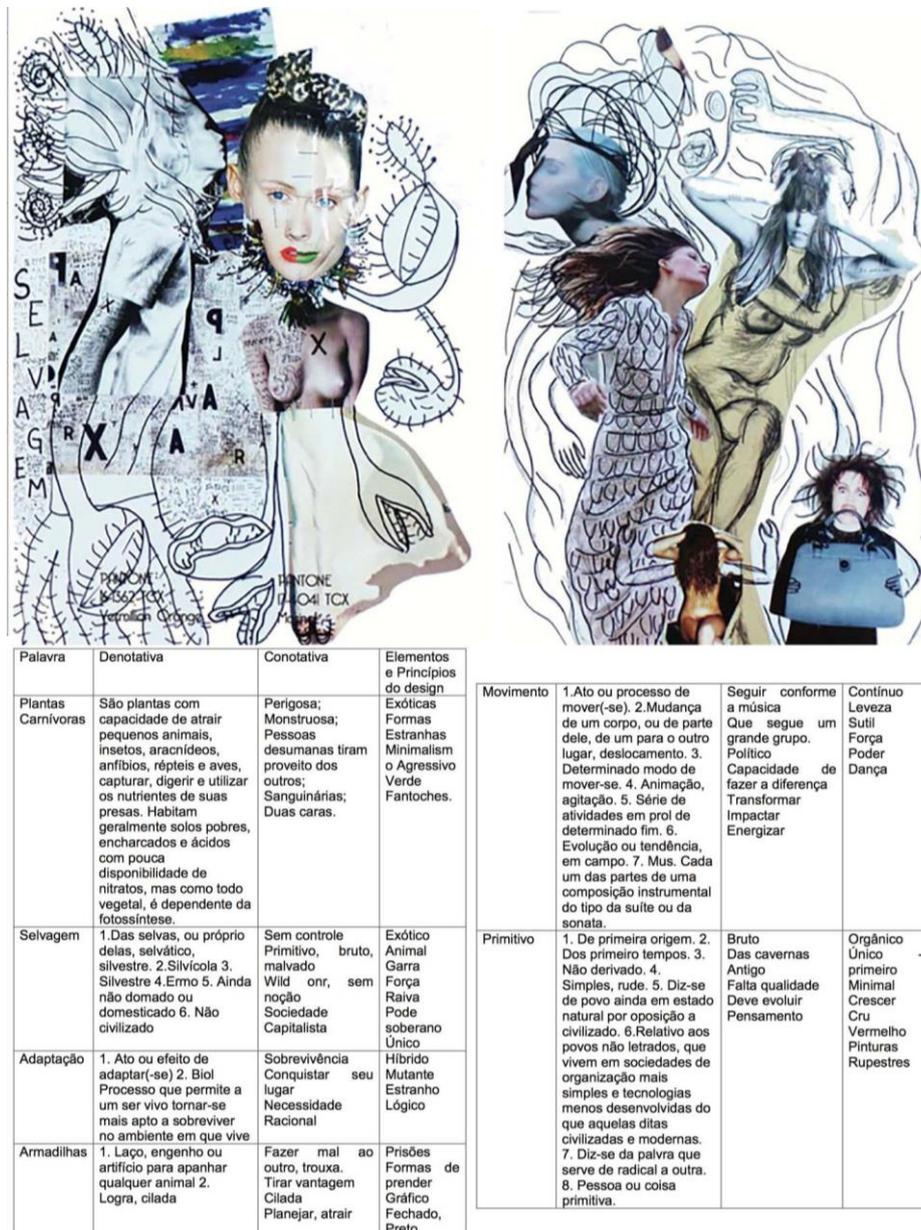
estudante selecionou termos prioritários ampliando a exploração temática e construindo uma base de diferenciação entre os projetos.

As técnicas de análise semiológica propostas como diferencial na construção dos mapas mentais e painéis de imagens aparecem no **(3) inventário denotativo**. Neste inventário, como propõe Gemma Penn (2014, p.326), se concentra o “primeiro nível” de interpretação, percebidos coletivamente por um grande grupo de pessoas que compartilham a mesma língua. É possível identificar os sentidos denotativos associados às principais expressões surgidas do tema específico através da descrição física dos termos e de consultas simples a bons dicionários das línguas envolvidas no estudo, além, é claro, de dicionários de etimologia das palavras. É importante aqui ressaltar que embora o nível etimológico possa estar relacionado à noção de diacronia em Saussure (2012), utilizamos, como recorte metodológico, apenas as análises denotativa e conotativa. Essa fase pode acompanhar de forma dialética o final da fase do *mapa mental específico*, possibilitando a ampliação dos termos nesse mapa.

O segundo momento concentra-se no **(4) inventário conotativo**. Esse sugere uma análise dos “níveis mais altos de significação” (PENN, 2014). Empreender o inventário conotativo requer argumentos que vão além das primeiras interpretações dos termos, envolve conhecimentos que estão no campo da cultura e das conotações sociais dos signos estudados. Neste sentido, a construção do conceito depende de uma investigação dos significados atribuídos aos termos por grupos que compartilham códigos culturais semelhantes. A análise conotativa, nesse aspecto, não se distancia por completo de uma análise semântica com base nos discursos compartilhados pelos públicos envolvidos. Identificar os conhecimentos e memórias de grupos associados aos signos que compõem o tema/conceito auxilia no estabelecimento de um laço emocional com o leitor (GOMES, 2004). Em uma abordagem prática, essa análise pode se dar através da revisão da literatura sobre o tema, através de livros, artigos, ensaios e crônicas como orienta Gomes (2004). Por outro lado, muitos significados podem ser obtidos da cultura oral, nas associações cotidianas e, nos dias de hoje, nas relações estabelecidas através das redes sociais, estas últimas com a complexa característica de estarem no limbo entre a cultura escrita e oral. De qualquer maneira, as análises devem levar em consideração se as

fontes investigadas estão relacionadas ao campo cognitivo do público em questão. Podemos observar os inventários *denotativo* e *conotativo* na Figura 02:

Figura 02: Análise deno-conotativa e painel de imagem final.



Fonte: Elaborado pela aluna de Projeto de Moda Danielle Silva.

As pesquisas realizadas pelos estudantes sobre os termos encontrados no mapa mental específico geraram diferentes abordagens sugerindo possíveis caminhos e associações às referências imagéticas. Cada aluno foi estimulado a abstrair os significados dos termos relacionando-os aos elementos e princípios de

design. O estudo desses elementos e princípios auxilia na construção da composição visual e na identificação das principais formas, texturas, cores e linhas, além da maneira de aplicação destas referências (BAXTER, 2000). Os inventários denotativo e conotativo e suas associações aos elementos e princípios do design podem ser apresentados em um único mapa ou tabela (Figura 02 e Figura 03).

Figura 03: Mapa mental, deno-conotativa e painel de associações imagéticas e painel de imagem.



Fonte: Elaborado pela aluna Stefanie Scherer.

A Figura 03 mostra a sequência dos exercícios realizada por outra estudante. Em "Elementos" vemos o *painel de associações imagéticas* e abaixo, à esquerda, o painel de imagem final. As etapas do método foram propostas de forma linear, porém com liberdade para os estudantes na forma de apresentação e na transição entre as etapas, o que possibilitou um processo dialético.

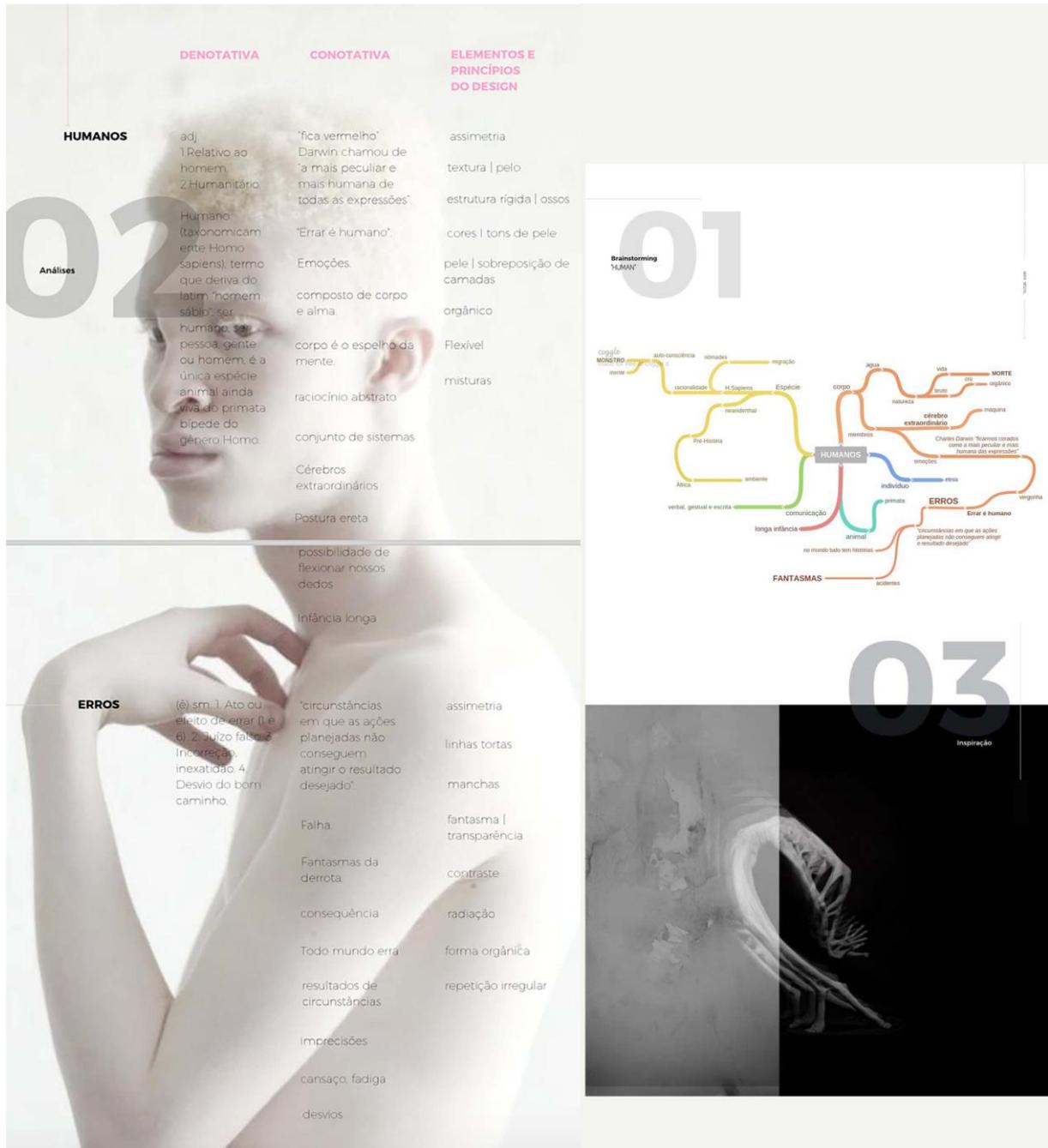
Dessas referências surge **(5) painel de associações imagéticas**. Esse painel pode conter os principais termos analisados, além dos elementos e princípios do design empregados no processo criativo. Os elementos e princípios do design, aqui, são extraídos das análises denotativa e conotativa como termos verbais que auxiliam a definição dos padrões associados ao conceito (Figura 03). A relação entre os termos, seus significados e os elementos e princípios do design contribui na seleção de referências para construção do painel de imagem.

Definidos os parâmetros para a construção da composição inicia-se a elaboração do **(6) painel de imagens**. Para tanto, pode-se utilizar as imagens que compõem o painel anterior ou novas imagens associadas aos termos analisados.

A construção do *painel de associações imagéticas* e do *painel de imagens* pode se dar através de diversas técnicas, desde colagens manuais às montagens feitas por computador ou mesmo técnicas de desenho. Esses painéis podem apresentar uma leitura criativa dos termos e imagens analisados, por meio de manipulação ou construção de novas imagens, com vistas a retratar de forma sensível o conceito para a coleção de moda.

Na Figura 04 observamos um exemplo de painel de imagem final elaborado a partir dos termos das análises *denotativa* e *conotativa*. É possível também perceber a utilização dos elementos e princípios do design surgidos na análise das palavras para a geração de um painel inspiracional que expressa o conceito do projeto a ser desenvolvido. É deste painel que serão extraídos cores, formas, linhas e texturas para a seleção de materiais, cartelas de cores, aviamentos além do desenvolvimento dos desenhos para o projeto de coleção de moda conceitual. Aliar ferramentas de análise semiológica à métodos intuitivos mostrou-se um interessante exercício projetual.

Figura 04: Mapa mental, deno-conotativa e painel de imagens (inspiracional).



Fonte: Elaborado pelo aluno Ruan Escobar.

Ao substituir angústia da busca pelas ideias por atividades práticas, esses exercícios podem tornar o processo de desenvolvimento, que é por natureza lento nessas etapas, mais prazeroso para o designer e, especialmente, para o estudante de design. Por outro lado, pode também contribuir no processo de aprendizagem através utilização de conhecimentos teóricos e metodológicos para atingir objetivos projetuais concretos.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A geração de ideias no processo de criação em design pode ser beneficiada através de metodologias de pesquisa que permitam a construção de um conceito. O desenvolvimento de um projeto deve estar alinhado aos aspectos de percepção e envolvimento emocional tanto dos consumidores como dos próprios designers. Possibilitar a significação dos termos do projeto pode resultar em soluções que vão de encontro às identificações estéticas dos públicos envolvidos. Nesse aspecto, os mapas mentais e painéis de imagem têm a função de criar significados e embasar imagetivamente o conceito de um projeto. Estes mapas e painéis, bastante utilizados no desenvolvimento de produtos de moda, podem ter como suporte para sua construção a análise semiológica. Barthes (2012) e Penn (2014) propõem as análises denotativa e conotativa para investigação dos níveis de interpretação mais coletivos até os níveis mais altos de significação de termos verbais. Essas ferramentas podem auxiliar na definição dos termos envolvidos e na associação destes aos elementos e princípios do design para a composição dos painéis de imagem. O propósito deste trabalho foi identificar uma adaptação metodológica entre a análise semiológica e a geração de painéis de imagem aplicáveis às disciplinas de projeto de moda, apresentando como resultado algumas etapas de análise: **(1) mapa mental geral; (2) mapa mental específico; (3) inventário denotativo; (4) inventário conotativo; (5) painel de associações imagéticas; e (6) painel de imagens.** Utilizou-se como caso aplicado o desenvolvimento e a geração dos conceitos para uma coleção por estudantes de uma turma de projeto conceitual do curso de Graduação em Design de Moda da UniRitter. Como resultado, foram elaborados pela turma painéis de imagens com base no estudo dos níveis de significação da temática proposta, contribuindo no desenvolvimento de uma coleção de moda conceitual. Percebeu-se, de forma geral, melhor delineamento dos temas e maior capacidade expositiva dos conceitos dos projetos, além de ampliar a afinidade com as teorias e os métodos estudados por parte dos alunos. Por fim, o artigo se propôs a corroborar com o importante debate sobre a aplicação de ferramentas e métodos que contribuam para o desenvolvimento de projetos, especialmente na conceituação dos termos verbais e imagéticos associados às temáticas para o desenvolvimento de coleções de moda.

REFERÊNCIAS

BARTHES, Roland. **Elementos da semiologia**. 19.ed. São Paulo: Cultrix. 2012. 120 p.

BROEGA, Ana Cristina; MAZZOTTI, Karla. 2014. **Metodologias facilitadoras da criatividade em design aplicadas à moda: uma experiência acadêmica**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN. 11, Gramado. Blucher Design Proceedings, Gramado, P&D, Vol.4, n.1, p. 1-9. 2014.

FEDRIZZI, Carla Link; HALPERN, Marcelo; MACHADO, Taís Lagranha; GERENDA, Felipe. **O moodboard como ferramenta metaprojetual: um estudo sobre o caso Smart!** In: CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN. 11, Gramado. Blucher Design Proceedings, Gramado, P&D, Vol.4, n.1, p. 1-12. 2014.

CHOKLAT, Aki. **Design de sapatos**. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2012. 192 p.

GOBÉ, Marc. **"Let's brandjam to humanize our brands"**. In: LOCKWOOD, Thomas. *Design thinking: integrating innovation, customer experience, and brand value*. New York: Allworth Press, 2010. 285 p.

GOMES, Luiz Antônio Vidal de Negreiros. **Criatividade: projeto < desenho > produto**. 3. ed. Santa Maria, RS: sCHDs, 2004. 122 p.

KRAMPEN, Martin. **Semiotics in Architecture and Industrial / Product Design**. In: MARGOLIN, Victor; BUCHANAN, Richard (Ed.). *The idea of design*. Cambridge, Mass: MIT Press, 1995. xxii, 285 p.

LOCKWOOD, Thomas (Ed.). **Design thinking: integrating innovation, customer experience and brand value**. New York: Allworth, 2010. 285 p.

MCDONAGH, Deana. **Exploring the degree to which individual students share a common perception of specific mood boards: observations relating to teaching, learning and team-based design**. *Design Studies Elsevier Ltd.*, Vol.26, n.1, p. 35-53. Jan. 2005.

NORMAN, Donald A. **Design Emocional: por que adoramos (ou detestamos) os objetos do dia-a-dia**. Donald A. Norman; Tradução de Ana Deiró. Rio de Janeiro: Rocco, 2008. 278 p.

OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. **Business model generation - Inovação em modelos de negócios: um manual para visionários, inovadores e revolucionários**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2011. 281 p.

PENN, Gemma. 2014. **Análise semiótica de imagens paradas**. In: BAUER, Martin W.; GASKELL, George (Ed.). Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático. 12. ed. Petrópolis: Vozes, [2008]. 516 p.

PEREZ, Clotilde. **Signos da marca: expressividade e sensorialidade**. São Paulo: Pioneira Thomson, 2004. 174 p.

POZO, J. I. **Teorias cognitivas da aprendizagem**. Porto Alegre: Artes Médicas, 1998.

RAYMOND, Martin. **Tendências: qué son, cómo identificarlas, en qué fijarnos, cómo leerlas**. Barcelona: Promopress, 2010. 214 p.

RUIZ, José Mário Martinez. **Arte e Moda conceitual: uma reflexão epistemológica**. Revista Cesumar - Ciências Humanas e Sociais Aplicadas. vol.12, n.1, p. 123-134, jan/jun. 2007.

SANCHES, Maria Celeste de Fátima; MARTINS, Sérgio Reis Moreira. **Projetando mensagens visuais: a contribuição das ferramentas de síntese imagética no design de moda**. Revista Estudos em Design (online). vol. 23, n.1, p. z108-117. 2015.

SANCHES, Maria Celeste de Fátima; MIOTTO, Thassiana de Almeida; ORTUÑO, Bernabé Hernandis; MARTINS, Sérgio Regis Moreira Martins. **Bases para o ensino/aprendizagem de projeto no design de moda: conectando diretrizes didáticas e estratégias metodológicas**. Revista Moda Palavra. Ano 9, n.17, p. 119-144. jan-jun. 2016.

SANTAELLA, Lúcia. 1986. **O que é semiótica**. 4. ed. São Paulo: Brasiliense. 114p.

SAUSSURE, Ferdinand de. **Curso de Linguística Geral**. 28. ed. Cultrix: São Paulo, 2012. 312 p.

SIBBET, D. 2013. **Reuniões visuais: como gráficos, lembretes autoadesivos e mapeamento de ideias podem transformar a produtividade de um grupo**. Rio de Janeiro, Alta Books, 292 p.

SORGER, Richard; UDALE, Jenny. **Fundamentos de design de moda**. Porto Alegre: Bookman, 2009. 176 p.

TREPTOW, Doris. **Inventando moda: planejamento de coleção**. 3. ed. Brusque: Ed. do Autor, 2005. 212 p.

VOLLI, Ugo. **Manual de semiótica**. Edições Loyola: São Paulo, 2007. 338 p.

Recebido em: 29/12/2017

Aceito em: 01/02/2018