

**ANÁLISE DE METODOLOGIAS DO *DESIGN* E ELABORAÇÃO DE
FERRAMENTAS ÚTEIS PARA O PROCESSO CRIATIVO DO
DESIGNER DE MODA**

***Analysis of design methodologies and development of useful tools
for the creative process of the fashion designer***

***Análisis de metodologías de diseño y desarrollo de herramientas
útiles para el proceso creativo del diseñador de moda***

Emanuella Scoz¹
Celio Teodorico Santos²

1 Doutoranda em Design da UDESC (2020), Mestre em Educação (FURB, 2019), Especialista em Políticas Culturais de Base Comunitária (FLASCO, 2021), Especialista em Negócios da Moda (IbModa, 2009), Bacharel em Design de Moda (UNIASSELVI, 2006). Lattes: <http://lattes.cnpq.br/3858787418552795>; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1651-1345>; e-mail: emanuella_design@hotmail.com

2 Doutorado em Engenharia Mecânica (UFSC, 2009), Mestre em Engenharia de Produção (UFSC, 1998), Bacharel em Desenho Industrial (UFPB, 1983). É professor Adjunto do Departamento de Design da Universidade do Estado de Santa Catarina. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/0731129342074111>; ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-9809-5658>; e-mail: celio.santos@udesc.br.

RESUMO

O pensamento projetual no design lida com informações diversas, dentre as quais: as informações subjetivas que atuam no construto cultural das complexas interações sociais, e que servirão para o *designer*, como conexão entre o produto e o consumidor. Essa pesquisa objetivou analisar metodologias do *design* de moda, e elaborar ferramentas úteis para o processo criativo do *designer* de moda. Foi feita com abordagem teórica, a partir do referencial teórico, e prática, por meio de uma pesquisa aplicada em agosto de 2020, com 5 profissionais de diferentes áreas da moda, de diferentes cidades de Santa Catarina, para constatar o uso de métodos e ferramentas de reconhecimento dos referenciais simbólicos na moda. Essa pesquisa constituiu-se pela abordagem interdisciplinar, unindo semântica, semiótica e ergonomia cognitiva, na busca por ferramentas e métodos de auxílio no processo interpretativo do *designer*, e contribuir para a interdisciplinaridade e sistematização interpretativa no pensamento projetual. Buscou-se reconhecer metodologias aplicadas no Processo de Desenvolvimento de Produto (PDP), as ferramentas utilizadas ou reconhecidas, e os referenciais semânticos da moda. O resultado é a síntese do PDP para o *design* de moda, as ferramentas úteis advindas da teoria semiótica de Peirce (2005), e Greimas (1984), e da memória semântica de Mervis & Rosch (1987). A observação da necessidade de ferramentas interpretativas culminou na elaboração das cartelas de referencial estético, simbólico e de estilo da moda, para servir como ferramentas, e constituir-se como um método. Sobre os dados obtidos foi utilizada a metodologia de análise de conteúdo (BARDIN, 2016).

Palavras-chaves: Metodologia do *design* de moda; PDP; Referenciais semânticos.

Abstract

Project thinking in design deals with diverse information, among which: subjective information that acts in the cultural construct of complex social interactions, and that will serve the designer as a connection between the product and the consumer. This research aimed to analyze fashion design methodologies and develop useful tools for the fashion designer's creative process. It was done with a theoretical approach, from the theoretical framework, and practice, through a survey applied in August 2020, with 5 professionals from different areas of fashion, from different cities of Santa Catarina, to verify the use of methods and tools recognition of symbolic references in fashion. This research was constituted by the interdisciplinary approach, uniting semantics, semiotics, and cognitive ergonomics, in the search for tools and methods to aid in the designer's interpretive process, and to contribute to interdisciplinarity and interpretive systematization in design thinking. We sought to recognize methodologies applied in the Product Development Process (PDP), the tools used or recognized, and the semantic references of fashion. The result is the synthesis of the PDP for fashion design, the useful tools coming from the semiotic theory of Peirce (2005), and Greimas (1984), and from the semantic memory of Mervis & Rosch (1987). The observation of the need for interpretive tools culminated in the elaboration of cards of aesthetic, symbolic and fashion style references, to serve as tools, and constitute themselves as a method. On the data obtained, the content analysis methodology was used (BARDIN, 2016).

Keywords: Fashion design methodology; PDP; Semantic references.

Resumen

El pensamiento proyectual en diseño trata con información diversa, entre las cuales: información subjetiva que actúa en la construcción cultural de interacciones sociales complejas, y que servirá al diseñador como conexión entre el producto y el consumidor. Esta investigación tuvo como objetivo analizar metodologías de diseño de moda y desarrollar herramientas útiles para el proceso creativo del diseñador de moda. Se hizo con un enfoque teórico, desde el marco teórico, y la práctica, a través de una encuesta aplicada en agosto de 2020, con 5 profesionales de diferentes áreas de la moda, de diferentes ciudades de Santa Catarina, para verificar el uso de métodos y herramientas de reconocimiento de referencias simbólicas en la moda. Esta investigación estuvo constituida por el abordaje interdisciplinario, uniendo semántica, semiótica y ergonomía cognitiva, en la búsqueda de herramientas y métodos para auxiliar en el proceso interpretativo del diseñador, y contribuir a la interdisciplinariedad y sistematización interpretativa en el design thinking. Se buscó reconocer las metodologías aplicadas en el Proceso de Desarrollo de Producto (PDP), las herramientas utilizadas o reconocidas y los referentes semánticos de la moda. El resultado es la síntesis del PDP para el diseño de moda, las útiles herramientas provenientes de la teoría semiótica de Peirce (2005), y Greimas (1984), y de la memoria semántica de Mervis & Rosch (1987). La constatación de la necesidad de herramientas interpretativas culminó en la elaboración de fichas de referencias estéticas, simbólicas y de estilo de moda, para que sirvan como herramientas y se constituyan en método. Sobre los datos obtenidos se utilizó la metodología de análisis de contenido (BARDIN, 2016).

Palabras-claves: Metodología del diseño de moda; PDP; Referencias semânticas.

1 INTRODUÇÃO

No âmbito do *design* industrial, o desenvolvimento de produtos ocorre utilizando uma metodologia por etapas bem definidas. Já no campo do *design* de moda, a pesquisa de Bona (2019), e uma pesquisa aplicada em agosto de 2020, demonstrou que há desconhecimento, por parte do *designer* de moda, de metodologias e ferramentas para interpretação de informações subjetivas. Muitas vezes descrevendo uma criação intuitiva.

Para a pesquisa aplicada em agosto de 2020, foram selecionados 5 *designers* de moda, com carreira consolidada e mais de 15 anos de atividade profissional em diversas áreas do *design* de moda de Santa Catarina, sendo 1 docente, 1 empreendedor, 1 consultora, 1 estilista e 1 comprador internacional. Vale constatar que as atividades de consultoria, desenvolvimento de produto (estilista) e comprador internacional eram elaboradas para empresas locais, regionais, nacionais e globais, com pesquisa de tendências globais e informações de consumidores da marca.

A partir da pesquisa e de dados apresentados por Bona (2019), notou-se que os *designers* aplicam o método de *design* aos Processo de Desenvolvimento de Produto (PDP), modificando-os conforme sua necessidade. Mesmo recorrendo ao método de *design*, no entanto, eles salientam não conhecer um método, aplicando um próprio, ao ponto de criar produtos de forma instintiva.

Bona (2019), foi trazida a essa pesquisa por sua aproximação com os dados obtidos na pesquisa aplicada com *designers* de Santa Catarina, tendo estabelecido um formato metodológico para o PDP, que será comparado aos métodos do *design* semântico de Krippendorff (2006), a metodologia elaborada por Santos (2009), e aos dados da pesquisa aplicada.

É a partir de Bona (2019, p.111), que se delimitou a importância das ferramentas visuais, principalmente no *design* de moda, por permitir “expressar ideias, extrair pensamentos e comunicar essas ideias para a equipe de projeto”. Perspectiva que foi evidenciada na pesquisa aplicada.

Essas constatações fizeram reconhecer certo desconhecimento sobre o método de *design* na moda, e a necessidade de elaborar uma metodologia de análise de referencial semântico específica para a moda, por suas características e particularidades em relação ao *design*. Tais quais: ser um fenômeno social cultural, ser global e possuir relações tanto com as formações de linguagem, quanto econômicas (SVENDSEN, 2010).

A metodologia prevista na pesquisa de Bona (2019), coincidiu com a analisada nas falas da pesquisa aplicada em agosto de 2020, e provém do método do *design* industrial, como o de Montemezzo (2003), condizendo com as fases analítica, criativa e executiva do *design* descritas por Guillermo Gonzáles Ruiz.

Dessa forma, essa pesquisa objetivou analisar metodologias do design de moda, e elaborar ferramentas úteis para o processo criativo do designer de moda, durante o PDP, que pudessem ser aplicadas como um método, no reconhecimento de referenciais semânticos dos artefatos, atuando na compreensão da linguagem dos objetos. Foi feita com abordagem teórica, a partir do referencial teórico, e prática, por meio da pesquisa aplicada em agosto de 2020, para constatar o uso de métodos e ferramentas de reconhecimento dos referenciais simbólicos na moda.

Essa pesquisa constituiu-se pela abordagem interdisciplinar, unindo semântica, semiótica e ergonomia cognitiva, na busca por ferramentas e métodos de auxílio no processo interpretativo do designer, e contribuir para a interdisciplinaridade e sistematização interpretativa no pensamento projetual. Buscou-se reconhecer metodologias aplicadas no Processo de Desenvolvimento de Produto (PDP), as ferramentas utilizadas ou reconhecidas, e os referenciais semânticos da moda.

O resultado obtido pela análise do referencial teórico, e dos dados de pesquisa aplicada, foi a elaboração de uma síntese do PDP para o *design* de moda, e a sugestão de ferramentas úteis advindas da teoria semiótica de Peirce (2005), e Greimas (1984), e da memória semântica de Mervis & Rosch (1987). A observação da necessidade de ferramentas interpretativas culminou na elaboração das cartelas de referencial estético, simbólico e de estilo da moda, para servir como ferramentas, e constituir-se como um método.

A metodologia específica para o *design* de moda, apontou características determinantes como: ser constituída por ações subsequentes umas às outras, acessadas de maneira fluída, ao ponto de o *designer* não reconhecer uma etapa pré-definida.

As cartelas de referencial semântico elaboradas, constituem-se como metodologia de leitura de referenciais semânticos dos artefatos de moda, pautada na pesquisa e elaboração de fichas de referencial semântico de Santos (2009), para o *design* industrial. Para o *design* de moda, foram criadas três cartelas: a. referencial estético, b. referencial de estilo, e c. referencial simbólico. Elas se diferenciam das fichas apresentadas por Santos (2009), por se apresentarem para uso físico, e poder ser remodeladas de acordo com o segmento da moda, modelo de negócios e PDP.

O referencial teórico de pesquisa contou, ainda, com Sternberg (2010), Mukarovski (2000), Oliveira (2007), Gomes Filho (2008), e Scoz *et al.* (2019). Sobre os dados obtidos foi utilizada a metodologia de análise de conteúdo (BARDIN, 2016).

É esperado que os dados apresentados nessa pesquisa enriqueçam as discussões acerca do desenvolvimento do pensamento projetual, no âmbito educacional e profissional. De forma a constituírem-se como um instrumental didático pedagógico que vise a condução de práticas criativas em classe, e como instrumental do processo projetual e criativo do *design* de moda, de forma interdisciplinar com a semântica, a semiótica e a

ergonomia cognitiva, favorecendo a atuação colaborativa entre estudantes, profissionais, professores e consumidores no pensamento projetual do *design* de moda.

Essa pesquisa apresentará, na sessão 2, o procedimento metodológico e dados da pesquisa aplicada em agosto de 2020. Na sessão 3 será apresentada uma metodologia para o PDP no *design* de moda, com aproximações entre a pesquisa de agosto de 2020 e Bona (2019). A sessão 4 se destinará as ferramentas úteis em interdisciplinaridade com a semiótica, semântica e a ergonomia cognitiva. A sessão 5 demonstrará as metodologias para o *design* de moda propostas nessa pesquisa, e a sessão 6 serão terá as considerações de pesquisa.

2 PROCEDIMENTO METODOLÓGICO E DADOS DA PESQUISA DE AGOSTO DE 2020

Essa pesquisa foi constituída a partir da análise de conteúdo (BARDIN, 2016), do referencial teórico apresentado, e da pesquisa aplicada em agosto de 2020 com *designers* de moda de Santa Catarina. Sobre os dados analisados, buscou-se por temas, repetições e similaridades, relacionáveis entre si. Procedimento que auxiliou na construção das cartelas de referencial semântico, na elaboração de uma síntese do PDP para o *design* de moda, e na sugestão de ferramentas úteis ao *design* de moda, em interdisciplinaridade com a semântica, a semiótica e a ergonomia cognitiva.

A pesquisa com *designers* de moda de Santa Catarina objetivou analisar metodologias de *design* e ferramentas úteis ao processo criativo, que fossem reconhecidas e utilizadas pelos participantes. A pesquisa ocorreu de forma *online*, durante o contexto pandêmico do COVID-19, de 1 a 29 de agosto de 2020. Para sua aplicação, foram escolhidos profissionais com tempo de profissão superior a 15 anos, com formação específica em *design* ou moda, e com atuação em diferentes profissões criativas, moradores de diferentes cidades de Santa Catarina.

Aos 5 profissionais selecionados foi enviado um questionário via *google forms*, com os seguintes questionamentos:

1. Foi solicitado que descrevessem sua formação na área do *design* e da moda, e qual sua principal atividade;
2. Foram questionados se utilizavam, conheciam ou haviam aprendido algum método sistematizado que auxiliasse na identificação dos significados culturais que são dados aos objetos e seus elementos visuais;
3. Foi solicitado o nome do método utilizado, caso fosse um método reconhecido;
4. Tratava da forma como o profissional interpretava os signos culturais que são

atribuídos aos objetos, e seus elementos visuais componentes, foi solicitado que descrevessem os passos que seguiam para interpretar e aplicar significados já existentes nos produtos a ser criados;

5. Questionava se o profissional sentia falta de pesquisas que identifiquem os significados que as pessoas dão aos objetos do vestuário.

No Quadro 1 é possível ver a formação e área de atuação dos respondentes:

Quadro1: dados dos respondentes.

Respondente	Formação	Área de atuação
R1	Técnico em Estilismo Industrial, Bacharel em <i>Design</i> de Moda, Especialista em Gestão de MKT e Criação de Moda	Docência do Ensino Superior e Produção de Moda
R2	Bacharel em Moda. Mestre em <i>Design</i> Profissional	Consultoria e Pesquisa de Moda
R3	Técnico em Produção de Moda.	Microempreendedor Individual (MEI) - (Corte, costura, artesanato, decoração).
R4	Formando-se em <i>Design</i> de Moda	Executivo de moda de marcas de Alta Costura, trabalho a mais de 10 anos no mercado de luxo. Tendo funções como <i>buyer</i> internacional, consultor de moda e estilo. Atual diretor criativo de uma marca voltada para desenvolvimento em Ateliê, com base em produtos de sedas.
R5	Bacharel em <i>Design</i> de Moda, e especialista em negócios da moda.	Desenvolve coleções para segmento <i>Fast Fashion</i> .

Fonte: Elaborado pelos autores.

As profissões citadas pelos respondentes foram de: consultoria de informação, desenvolvimento de produtos e compras de insumos, que segundo relato dos respondentes são prestadas nas esferas regionais até as globais, e a atuação em: docência e empreendimento de moda, relatadas com ocorrência regional até a nacional.

A escolha por moradores de diferentes cidades, e atuações em diferentes setores da moda buscou ampliar a diversidade da pesquisa, encorajando a aplicação dos dados obtidos a diferentes realidades empresariais, de atuação e de segmento do campo da moda.

Sobre o conhecimento de métodos sistematizados que auxiliasse na identificação dos significados culturais, os profissionais questionados afirmaram não reconhecer um método para interpretação de informações subjetivas de pesquisa. Anunciaram, como metodologia do processo de desenvolvimento de produto (PDP), criar seu próprio método, ou ainda, a criação intuitiva. Ao analisar as descrições metodológicas dos participantes,

no entanto, ficou explícito que se tratava de alterações do método de *design* de produto industrial, a partir da comparação descrita pelos entrevistados com o método proposto para o *design* de moda, por Montemezzo (2003).

Montemezzo (2003), sintetizou o *design* em 6 etapas, sendo: 1. Planejamento, 2. Especificação do projeto, 3. Delimitações conceituais, 4. Gerações de alternativas, 5. Avaliação do produto e 6. Elaboração e realização o projeto.

O processo criativo compreendido no PDP, ocorre para Panizza (2004, p.137) pela “livre associação de ideias (que) é muito utilizada e conduz a elaboração de outras, através de combinações. Com períodos alternados de aproximação e de afastamento do problema, o *designer* se retroalimenta de dados analíticos e reinicia diversas vezes o mesmo processo”.

Essas especificações mantêm o *design* para moda como um método fluido, que se adequa a elaboração de Guillermo Gonzáles Ruiz, em que a realização do projeto de *design* ocorre em fases analítica, criativa e executiva (FUENTES, 2006).

Um dos profissionais da pesquisa indicou que utilizava o método do politécnico *di milano*, que propunha doze etapas. No entanto, foi possível identificar que as fases descritas pelo respondente cabiam nas seis fases do projeto do *design* descritas anteriormente. Podendo caracteriza-lo como uma alteração do método tradicional do *design* apontado por Montemezzo (2003).

Foi solicitado que descrevessem os passos metodológicos para interpretação de informações simbólicas, no processo de desenvolvimento de produtos (PDP). As informações constam no Quadro 2, em que a sequência descrita pelos participantes foi aplicada nas etapas de Montemezzo (2003).

Quadro 2: passos do método utilizado

Prof. etapas	R1	R2	R3	R4	R5
Etapa 1	Pesquisa e relações	Conhecer o mercado: clientes, concorrentes, fornecedores e produtos. Conhecer o usuário, seus comportamentos, gostos, hábitos, estilo de vida etc. <i>Focus group</i> . Pesquisar as tendências.	Pesquisa	Pesquisa em livros sobre o tema proposto	Pesquisa cultural, ideográfica.
Etapa 2		Pesquisar técnicas e tecnologias. Pesquisa das Macrotendências. Pesquisas em revistas <i>online</i> , <i>sites</i> , <i>blogs</i> , influenciadoras digitais, rua, feiras. Análise geral e cruzamento das informações	--	--	Pesquisa do local para onde se destina o produto ou serviço

Etapa 3	--	Definir o conceito do produto com base em todas as informações	Seleção de cores e conceito Principalmemente cores	--	--
Etapa 4	--	Através do conceito e do <i>briefing</i> , criar ideias de solução para o produto	--	Criar formas, estampas com elemento escolhido	--
Etapa 5	--	Fazer pré-seleção e modelar alternativas. Escolher alternativas	--	--	--

Fonte: elaborado pelos autores.

A etapa 6 de Montemezzo (2003), foi suprimida por tratar-se da elaboração produtiva do produto. A partir do Quadro 2 foi possível perceber que as ações metodológicas descritas pelos participantes da pesquisa fazem parte das cinco primeiras etapas do *design*, conforme Montemezzo (2003), e que, de forma geral, os *designers* executam a fase analítica e criativa.

Sequencialmente, ao serem questionados sobre a falta de pesquisas que identifiquem os significados que as pessoas dão aos objetos do vestuário, alguns respondentes afirmaram executar a pesquisa, criação e interpretação de forma intuitiva. E 4 dos 5 respondentes afirmaram sentir falta de métodos e ferramentas úteis que auxiliassem na interpretação das informações de pesquisa.

Dessa declaração, é possível compreender que o *designer* se alimenta da informação de pesquisa e do público consumidor, fazendo uma leitura semântica irrefletida. Notando-se a ausência de métodos e ferramentas que sistematizem o processo de interpretação.

A sessão 3 apresentará metodologias de *design* para a moda provenientes dessa pesquisa.

3 METODOLOGIAS DO DESIGN NO PDP E FERRAMENTAS PARA INTERPRETAÇÃO DE REFERENCIAIS SEMÂNTICOS

Santos (2009, p. 20), conceituou o PDP como um processo de “planejamento e desenvolvimento auxiliados por métodos e ferramentas” cujas “atividades desse processo obedecem a um fluxo de informações que são tratadas dentro de uma hierarquia de valores pertinentes a especificidade do projeto”

Acerca do *designer*, a WDO (2021, [s.p.]), indicou que os *designers* industriais adquirem uma compreensão profunda das necessidades do usuário, e com empatia aplicam o processo de *design* na solução de problemas, de forma pragmática, “para projetar produtos, sistemas, serviços e experiências [...]. Eles valorizam o impacto econômico, social e ambiental de seu trabalho e de sua contribuição para cocriar uma melhor qualidade de vida”.

Em 2004, a Resolução n. 5, de 8 de março de 2004, inseriu a Moda nas diretrizes curriculares do *design*, segundo seu artigo 4º, os cursos de *design* devem possibilitar, dentre outros, uma formação profissional de competências e habilidades que possibilitem as capacidades criativas, de domínio da linguagem na expressão de conceitos e soluções, capacidade de combinação de componentes materiais e imateriais, dos aspectos econômicos, psicológicos e sociológicos do produto. Sendo assim, acredita-se que reconhecer o método de *design* mais comum ao PDP do *design* de moda, e ferramentas interpretativas, venha a somar no auxílio das atribuições do *designer*.

3.1 Metodologia de PDP para o *design* de moda

Bona (2019, p.17), recortou algumas características dos profissionais do *design* em Santa Catarina, como a de que “o *designer*, é parte inerente e importante do processo, é ele o humano que manifesta sua criatividade através das escolhas e da combinação de ideias que cria durante o percurso metodológico” e, por possuir maiores responsabilidades em todo processo de projeto, “há um envolvimento emotivo muito forte com a marca e os produtos e a presença do espírito empreendedor” (BONA, 2019, p.129).

Para Bona (2019, p.101), “todos os responsáveis pelo *design* das coleções de moda (foram) unânimes em afirmar que não utilizam nenhum método ou modelo de referência do *design* para projetar suas coleções”. E definiu que o desenvolvimento do produto ocorre levando em consideração o Metaprojeto, definido em seis etapas: 1. Pesquisa e análise de aspectos produtivos, tecnológicos, novos materiais, sistemas e softwares, 2. Pesquisa e análise de aspectos tipológicos, ergonômicos e formais, centrado no usuário, 3. Pesquisa e análise de aspectos mercadológicos, como identidade, missão, posicionamento estratégico, marca, segmento e usuário, 4. Pesquisa e análise de aspectos socioculturais, interação do *designers* com aspectos socioculturais circundantes, 5. Análise do sistema produtivo do *design*, planejamento produtivo, comunicações, distribuição de valores imateriais, 6. Sustentabilidade socioambiental, análise de aspectos de preservação do meio ambiente e do ciclo de vida dos artefatos.

Santos (2009), elaborou um método para o *design* industrial que compreendia as

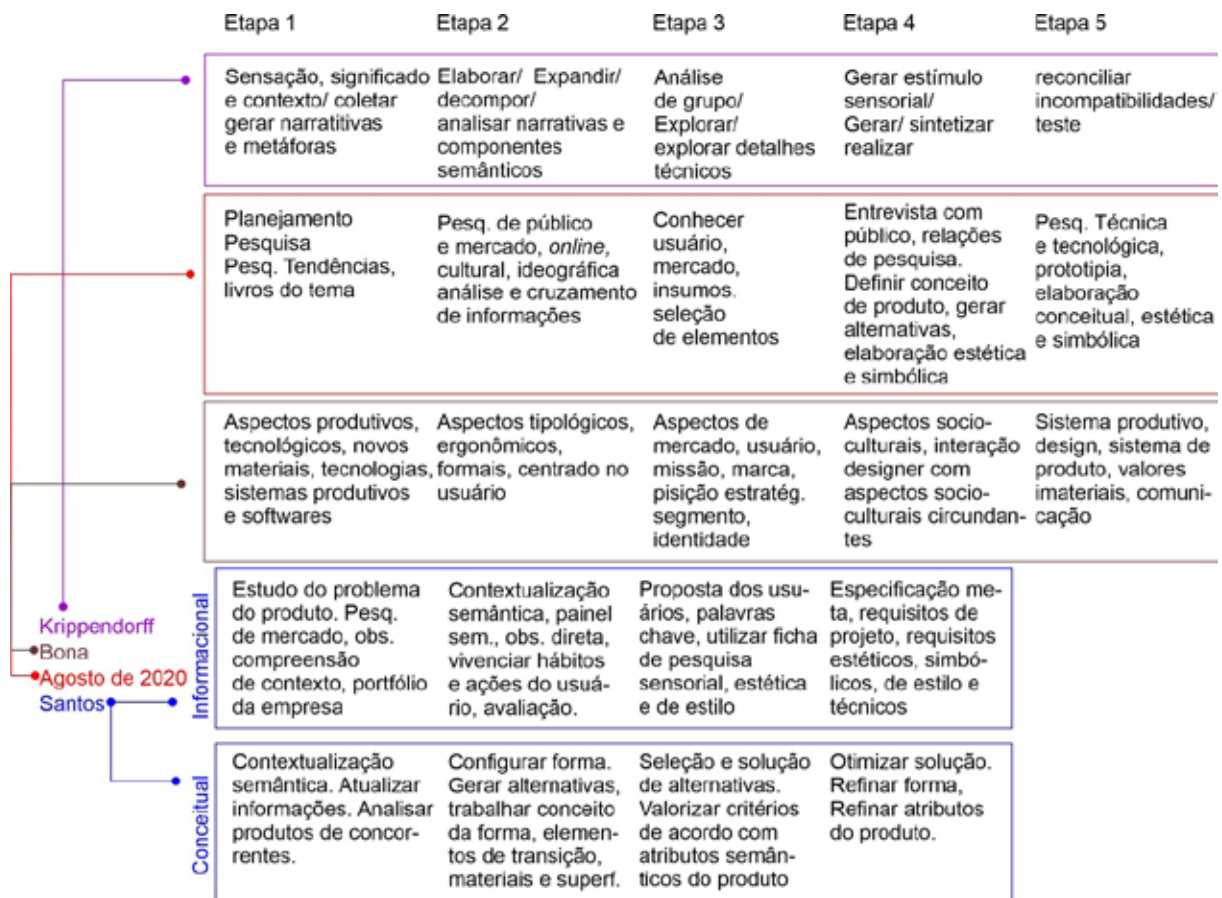
questões semânticas dos artefatos, apresentou referenciais semânticos de estilo, estética e simbólicos, como ferramentas úteis ao processo criativo, por meio de fichas de referenciais semânticos. O método de PDP de Santos (2009), o *design for aesthetics* (MADfAe), adicionou uma abordagem centrada na linguagem dos produtos e nos atributos perceptuais.

Krippendorff (2006), apresentou o artefato semântico, sobre os quais os consumidores ou usuários atribuem emoções, significados, remodelam usos e refazem signos. Nas etapas do *design* de Krippendorff (2006), há cinco etapas definidas que são comuns para processos de *redesign*, *design* de artefato informativo, *design* de artefato original, *design* estratégico, métodos dialógicos de *design* do produto semântico e do *design* centrado no usuário.

Ao analisar a pesquisa de Bona (2019), e de agosto de 2020, percebeu-se similaridades em relação ao PDP, tais quais: a. os entrevistados não conheciam métodos específicos de *design*, ou para auxílio na compreensão de informações subjetivas, as simbólicas, estéticas e de estilo, b. houve a percepção dos *designers*, de que o espaçamento entre as fases analítica e criativa seria diminuto, os *designers* obtinham a impressão de que a pesquisa por informações e a criação de produtos ocorria simultaneamente, c. as ferramentas visuais contribuem no processo de *design*, houve indicação da necessidade de ferramentas úteis que se configurassem como um método para interpretação de informações subjetivas de pesquisa.

A Figura 1 apresentará as etapas projetuais do PDP de Krippendorff (2006), e similaridades entre as etapas do *design* descritos na pesquisa de agosto, Bona (2019), e Santos (2009).

Figura 1: metodologia do *design* semântico centrado no usuário



Fonte: elaborado pelos autores a partir das referências bibliográficas

Após compreender o PDP para o *design* de moda, a partir dos *designers* atuantes, buscou-se analisar informações sobre os referenciais semânticos do *design* e da moda, com base no referencial teórico, e a partir dele elaborar ferramentas de auxílio interpretativo. Os dados serão apresentados na próxima sessão.

3.2 Referenciais semânticos e ferramentas de interpretação

A moda, inserida nos processos do *design* atua nas tendências de consumo temporais, que referenciam um comportamento coletivo de determinado período, está ligada a fenômenos de influência, imitação, declínio e contaminação (CHAUVEL, 2020), além de ser veículo das comunicações simbólicas culturais.

Dessa forma, a partir de Scoz *et al.* (2019), foi possível delimitar alguns estilos mais expressivos da moda a partir do século XI. A cartela de referenciais de estilo, elaborada a partir do referencial citado, apresentará cada estilo definido em contraponto com seu oposto mais marcante, normalmente o estilo que o sucedeu.

Os dados podem ser vistos na Figura 2.

Figura 2: cartela de referenciais de estilos da moda

REFERENCIAIS DE ESTILO

Produto: Requisitos do Design:

Função Principal:

ESTILO	Descrição de principais elementos de estilo	ESTILO
camponês	<input type="text"/>	nobreza
gótico	<input type="text"/>	renascimento
rococó	<input type="text"/>	diretório
romantismo	<input type="text"/>	boemia
belle époque	<input type="text"/>	industrial
charleston	<input type="text"/>	mov. moderno
art nouveau	<input type="text"/>	art déco
divas hollywood	<input type="text"/>	disr. Chanel
1940	<input type="text"/>	new look
rockabilly	<input type="text"/>	hippie/beatnik
folk	<input type="text"/>	pop
futurismo	<input type="text"/>	rockstar
punk	<input type="text"/>	disco
yuppies	<input type="text"/>	streetwear
clubber	<input type="text"/>	grunge
minimalismo	<input type="text"/>	Preppy

Modos de uso

REFERENCIAIS DE ESTILO

Produto: Requisitos do Design:

Função Principal:

ESTILO	Descrição de principais elementos de estilo	ESTILO
camponês	<i>x tecido cru, fibra natural, algodão, lã, cortes simples</i>	nobreza
gótico		renascimento

Fonte: elaborado pelos autores a partir de Scoz *et al.* (2019)

O uso da cartela ocorre com a demarcação, pelo *designer*, do estilo mais próximo correspondente a comunicação que expressa o artefato, identificando os elementos constituintes da forma que representam mais fortemente o estilo.

A partir do referencial teórico, foi elaborada a cartela de referencial estético e simbólico, apresentadas sequencialmente nas Figuras 2 e 3.

Figura 3: cartela de referencial estético

REFERENCIAIS ESTÉTICOS

Produto Função principal Requisitos do Design

Elementos Semânticos

VISÃO	AUDIÇÃO/TATO	SUPERFÍCIE	CORRELAÇÃO	F O R M A	
matiz tom luz sombra reflexo preenchimento	vibração pressão	manchas contraste ponto traço linha gradiente brilho natural artificial	opaco nítido suavizado transparente obscuro padrões palavras quebra	retas área ângulo arredondadas sinuosas contorno	movimento escala proporção dimensão gradação distorcido
				simetria assimetria contraste direção imitação repetição associações	
				continuidade semelhança exclusividade unidade múltiplos singular variado gradação fragmento	

Elementos da Forma

--	--	--	--	--

Organização espacial P e r c e p ç õ e s

DIMENSÃO	S O M	E F E I T O	PARALAXE de MOVIMENTO	PREGNÂNCIA DA FORMA
profundidade tamanho	volume	ênfase estática movimento pictorialidade difusão concentração	convergência binocular disparidade binocular destaque ilusão ótica	agradável desagradável confusão harmonia desarmonia estabilidade instabilidade monotonia exagero discrção tensão
CORRELAÇÃO	rebatimento ênfase aproximação distanciamento	ORIENTAÇÃO ESPACIAL	CORRELAÇÃO	tranquilo simplicidade raridade durabilidade previsível complexo ousadia sobriedade sutileza espontâneo
constância inconstância excesso escassez economia justaposição interposição	ênfase semelhança diferença continuidade fechamento	perspectiva tridimensional bidimensional	peso equilíbrio destaque uniformidade continuidade regularidade	irregularidade exclusividade profusão

Modos de uso

veludo → azul → ilhão → contornos

Fonte: elaborado pelos autores a partir do referencial teórico

Oliveira (2007, p.25) propôs que, ler ou interpretar imagens ou objetos trata de compreender as subjetividades ali impostas social e culturalmente, ocorre em: realizar esquemas visuais, manual ou mentalmente, para em seguida identificar os elementos que constituem a imagem. Sobre isso, Sanches e Martins (2015), indicaram a necessidade de o *designer* conhecer os elementos comunicantes do objeto, reconhecer e decompor os elementos que compõem a mensagem visual.

Gomes Filho (2008), Sternberg (2010), Greimas (1984), e Oliveira (2007), constataram que, ao analisar os referenciais semânticos do objeto, deve-se iniciar analisando os elementos que constituem o objeto, separadamente. Após a análise dos elementos, como,

por exemplo, forma, cor, matiz, tom, material, dentre outros, pode ser feita a relação entre eles.

Portanto, a Figura 3 foi constituída para permitir que o *designer* possa escrever, nas caixas definidas, o elemento constituinte do objeto que está sendo analisado, circulando as indicações estéticas que o caracterizam. Para a utilização dessa cartela faz-se necessário o uso de canetas com cores distintas para cada elemento.

A cartela da Figura 3 não condiciona as possibilidades sensoriais existentes, uma vez que apontou elementos, organização espacial e percepções, em maior parte, ligadas ao aparelho da visão. Outros elementos semânticos podem ser elaborados, relacionados aos outros órgãos de sentido, por exemplo, texturas táteis, como áspero, rugoso, liso, dentre outros.

A cartela de referencial simbólico será apresentada na Figura 4:

Figura 4: Referenciais simbólicos

REFERENCIAIS SIMBÓLICOS					
Produto: Função principal			Requisitos do Design		
SIGNO	referente estético	SIGNO	SIGNO	referente estético	SIGNO
bruto		delicado	frenético		calmo
rústico		fino	sensual		púdico
simples		elaborado	noturno		diurno
frugal		exagero	exótico		trivial
pobre		riqueza	atual		antigo
sagrado, profano		científico	cosmopolita		rural
austero		alegre	militar		civil
ocultismo		celestial	racional		irracional
frívolo		profundo	passivo		ativo
jovial		envelhecido	desregrado		regrado
feminino		masculino	liberto		preso
leveza		pesado	extravagante		comum
clássico		contemporâneo	pacífico		guerreiro
sóbrio		ébrio	rebeldia		pacífico
força		fragilidade	movimento		estabilidade
ordem		desordem	doçura		agressividade
alinhado		desalinhado	reforçado		delicado
humano		bárbaro	artístico		habitual
novo luxo		luxo real			

Modos de uso

REFERENCIAIS SIMBÓLICOS					
Produto: Função principal			Requisitos do Design		
SIGNO	referente estético	SIGNO	SIGNO	referente estético	SIGNO
bruto	fruto	delicado	frenético	forçado	calmo
rústico	atrustura	fino	sensual	sofisticado	púdico

Fonte: elaborado pelos autores

A cartela de referenciais simbólicos, Figura 4, foi elaborada a partir da teoria do signo de Greimas (1984), que apresenta o signo como uma relação com seu oposto, sendo identificado pelo que o signo não é.

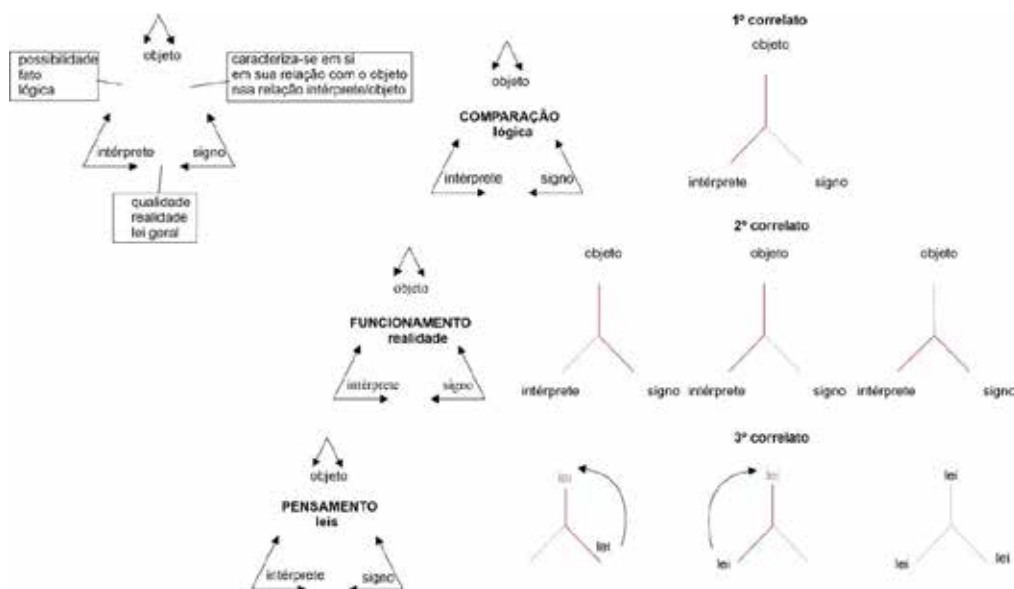
As cartelas apresentadas até aqui não esgotam as possibilidades semânticas. Sendo necessária sua constituição como método, para que possam ser elaboradas para diferentes consumidores, marcas, designers, negócios etc.

As cartelas foram apresentadas como ferramentas úteis para o PDP, como auxílio na interpretação semântica. Para sua constituição como um método, viu-se a importância de correlacionar seu uso com as teorias de linguagem simbólica, como a semiótica. Algumas ferramentas úteis ao *design*, provindas da semiótica, serão apresentadas na sessão 4.

4 INTERDISCIPLINARIDADES ENTRE A SEMIÓTICA, SEMÂNTICA E ERGONOMIA COGNITIVA

A ergonomia cognitiva se preocupa com a padronização de elementos informacionais, e com respostas sensoriais da relação humano objeto, a partir dos órgãos de sentido. A semântica se utiliza do signo tanto quanto a semiótica, a diferença da semântica aplicada ao *design* é que ela deixa de tratar das características da linguagem. A semiótica aplicada ao *design* trata do discurso formado socialmente a partir das significações cotidianas, aplicadas aos objetos. A partir de Peirce (2005), o signo pode ser compreendido em sua relação triádica, entre o interprete, o objeto e o signo, e em suas relações. Conforme a Figura 5:

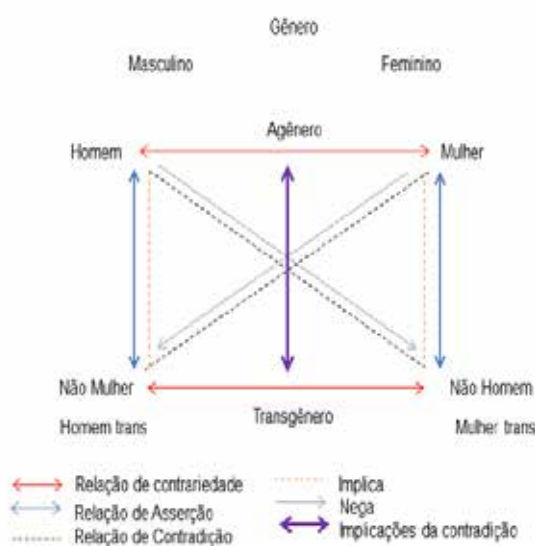
Figura 5: tríade e relações triádicas dos signos



Fonte: Elaborado pelos autores a partir de Peirce (2005)

Greimas (1984), definiu que as características atribuídas aos objetos ocorrem da convergência de pontos de vista, que permite a leitura figurativa de objetos. A partir do signo pode-se encontrar blocos de significados, visto pelo quadrado greimasiano, que será apresentado na Figura 6:

Figura 6: interpretação e categorização do signo



Fonte: Elaborado pelos autores a partir de Greimas (1984)

A leitura do quadrado de Greimas (1984), visto na Figura 6, faz-se iniciando por um referido signo, por exemplo: homem, e seu contrário: mulher. Eles fazem parte de uma mesma categoria geral, aqui chamada gênero, que é em si um bloco de significado e um signo, definida pelo binarismo feminino/masculino. Se feminino é contrário de masculino, homem formará uma relação de contrariedade com mulher.

Ainda, não ser homem implica ser mulher, numa relação de asserção, e não ser mulher implica ser homem, pela mesma relação. A contradição entre homem e não homem, constrói uma negação em que o homem não poderá ser não homem.

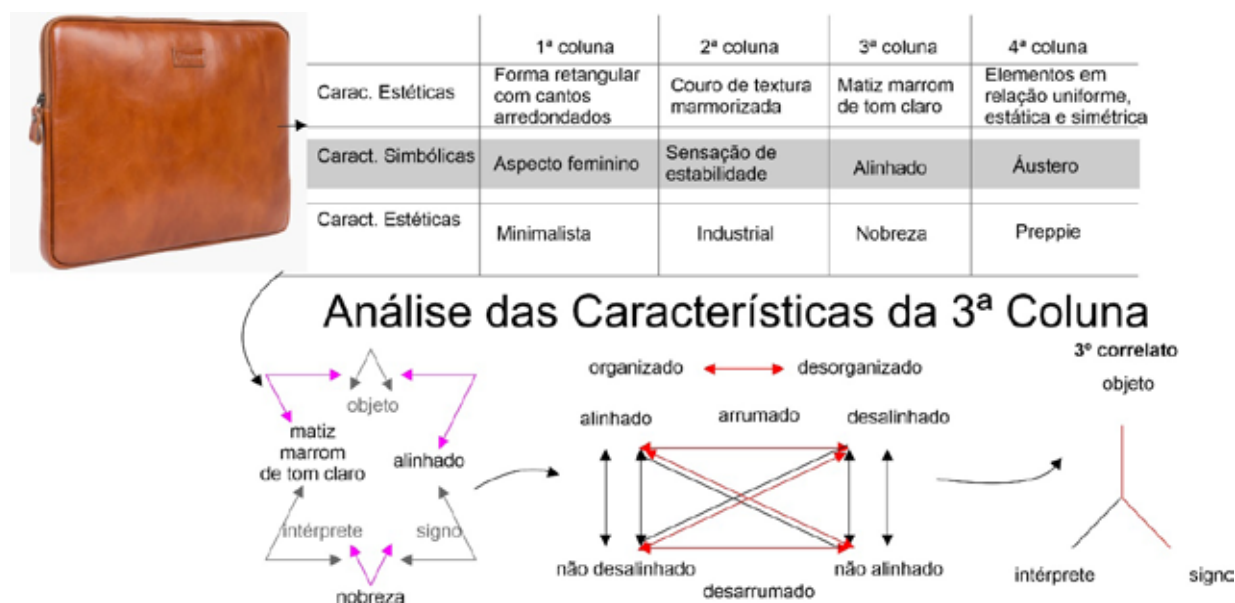
No entanto, não sendo o gênero formado pelo órgão biológico, partindo do pressuposto de Judith Butler (2018), homem poderá tornar-se não homem a partir da transgeneridade, existindo como uma mulher trans, em relação de asserção com mulher (sexo biológico).

De igual forma, da contradição mulher e não mulher, a partir da transgeneridade poderá existir homem trans, em asserção com homem (sexo biológico). Assim sendo, mulher trans e homem trans se aproximam dos contextos e relações formuladas culturalmente para homem e mulher (sexo biológico). Mulher trans implica ser mulher, como contradiz ser homem. E homem trans implica ser homem, e contradiz ser mulher.

Pela relação entre o contraditório, o contrário, asserção, negação, implicações de contradição e por implicação, essa análise permitiu compreender o bloco de significado intitulado “gênero”, contendo vários signos correspondentes entre si.

Com base nas cartelas de referencial semântico, e das teorias da semiótica apresentadas, a Figura 7 exemplifica a utilização interdisciplinar dos estudos:

Figura 7: uso da semiótica para interpretação de atributos semânticos



Fonte: elaborado pelos autores a partir do referencial bibliográfico

Estão apresentadas 4 colunas de análise a partir dos referenciais semânticos sobre o produto bolsa. Em cada coluna é indicado uma característica sensível, a partir da interpretação da pesquisadora e *designer*, o primeiro passo de análise de um artefato, se delimita pela caracterização estética, simbólica e de estilo.

Um segundo passo segue para correlação triádica encontrada nas atribuições de uma coluna. Para efeito de exemplo, foi escolhida a coluna 3, que compreendeu, na correlação do intérprete com o objeto o atributo matiz marrom, tom claro. Na correlação do objeto com o signo o atributo alinhado. E na correlação entre o signo e o intérprete o conceito nobreza. Aplicando-se ao quadrado semiótico de Greimas (1984), ao conceito 'alinhado', definiu-se a categoria macro 'organizado', e seu contrário, a desorganização.

A coluna 3 compreendeu, na correlação do intérprete com o objeto o atributo matiz marrom, tom claro, do objeto com o signo o atributo alinhado, e entre o signo e o intérprete o conceito nobreza, esse último, na tríade semiótica, se apresentou como uma correlação de realidade, a partir da compreensão dos aspectos culturais que podem estar incutidos sobre a bolsa.

Sendo, pela semiótica, possível compreender as relações sígnicas entre os elementos constituintes do objeto. Outra forma de compreender o objeto é a partir da categorização de memória semântica de Mervis e Rosch (1981). Ela pode ser aplicada para categorizar as informações subjetivas, e correlaciona-las.

Mervis e Rosch (1981), definiram três níveis de abstração e cognição, o nível superordenado, nível de base e nível subordenado, divididos pelo detalhamento que é dado na caracterização do que é descrito.

A seguir foi elaborada a aplicação do método a partir de duas peças com elementos semânticos semelhantes, utilizando as referências semânticas descritas nas propagandas da revista *Jornal das Moças*, uma edição de agosto de 1948, e da loja virtual da marca Amaro, coleção de inverno 2021.

As peças Gola de pelo 1948 e Gola de pelo 2021 aparecem na Figura 8:

Figura 8: jaqueta com gola de pelo



Fonte: Montagem feita pelos autores a partir da Revista *Jornal das Moças* (1948) e Amaro (2021).

Na revista *Jornal das Moças* (1948, p.55), figura à esquerda na Figura 8, o referencial semântico atribuído à “ampla gola de *fourrure*”, e reconhecido como “característica deste modelo”, foi de “uma nota de alegre”. A jaqueta da marca Amaro (2021a, [s.p.]), recebeu a descrição “Jaqueta de couro sintético com gola com pelo”, identificando o elemento gola com pelo como um diferencial. A primeira descrição indicou o caráter emocional da pessoa para estabelecer uma conexão positiva com a roupa, o referencial semântico dado a gola de pelo foi, pela descrição no *site* da marca “o básico diferenciado que você estava procurando”. As características atribuídas as peças foram referenciadas no Quadro 3:

Quadro 3: Categorização semântica de Mervis e Rosch (1981), aplicada a gola de pelo

Categoria/peça	Gola de pelo 1948	Gola de pelo 2021
Superordenado	Gola	Gola
Base	Gola de <i>fourrure</i> (pelo)	Gola de pelo
Subordenado	Ampla gola de <i>fourrure</i> (pelo). Lhe confere uma nota alegre	Básico diferenciado

Fonte: elaborado pelos autores.

No nível superordenando, tem-se a primeira descrição feita de ambas, que é ‘gola’, indicando o elemento que mais representa o produto. No nível de base, a gola recebe uma nova percepção, é descrita de forma mais detalhada como ‘gola de pelo’. No nível subordenado o produto recebe novos referenciais, mais detalhados, de descrição ‘alegre’, e ‘diferenciado’.

No nível mais detalhado a gola de pelo foi compreendida como alegre, básica e diferenciada. Ao categorizar esse bloco de informações, pode-se partir da caracterização dos conceitos básico, alegre e diferenciado, a partir de uma interpretação pessoal do *designer*.

Nessa pesquisa, eles foram reconhecidos como conceitos que compreendem o estilo clássico e minimalista, porém, com foco no público jovem, e que possui irreverência, como foi evidenciado nas comunicações dos dois objetos.

O termo irreverente é apontado em terapia do luxo (2018), como oposto a seriedade, sobriedade, apontado como um estilo que segue para a diversão e para o diferente, portanto, uma categoria para a gola de pelo seria: irreverência.

Dessa forma, pode-se compreender que os referenciais semânticos são compostos pelas informações estéticas, simbólicas e de estilo que são dadas aos elementos que compõem o produto.

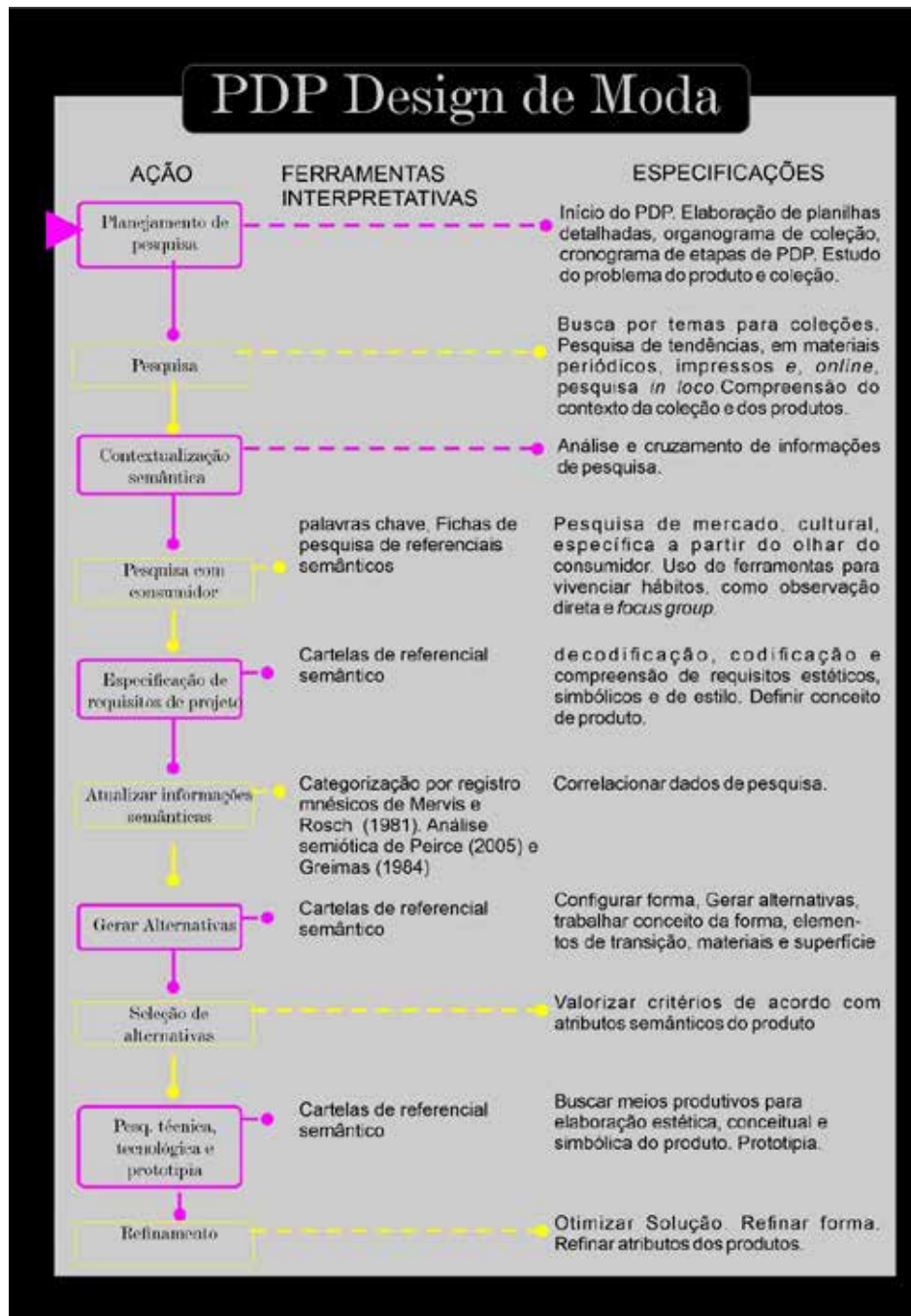
5 PROPOSTA DE METODOLOGIA PARA O DESIGN DE MODA

O referencial teórico dessa pesquisa proporcionou a elaboração de uma síntese para o PDP do *design* de moda, que será apresentada na Figura 9.

Nela, o PDP para o *design* de moda apareceu descrito em ações, sem divisão por etapas, vista a indicação, dos *designers* entrevistados em agosto de 2020, e da pesquisa de Bona (2019), de que não haveria etapas definidas no PDP para o *design* de moda, revisitando a todo momento as ações anteriores, e seguindo para as posteriores conforme a necessidade criativa, sem dividir o processo em blocos de ações específicas. Dessa forma,

esperou-se expressar a dinamicidade com que se executam as ações no PDP no design de moda.

Figura 9: PDP no design de moda

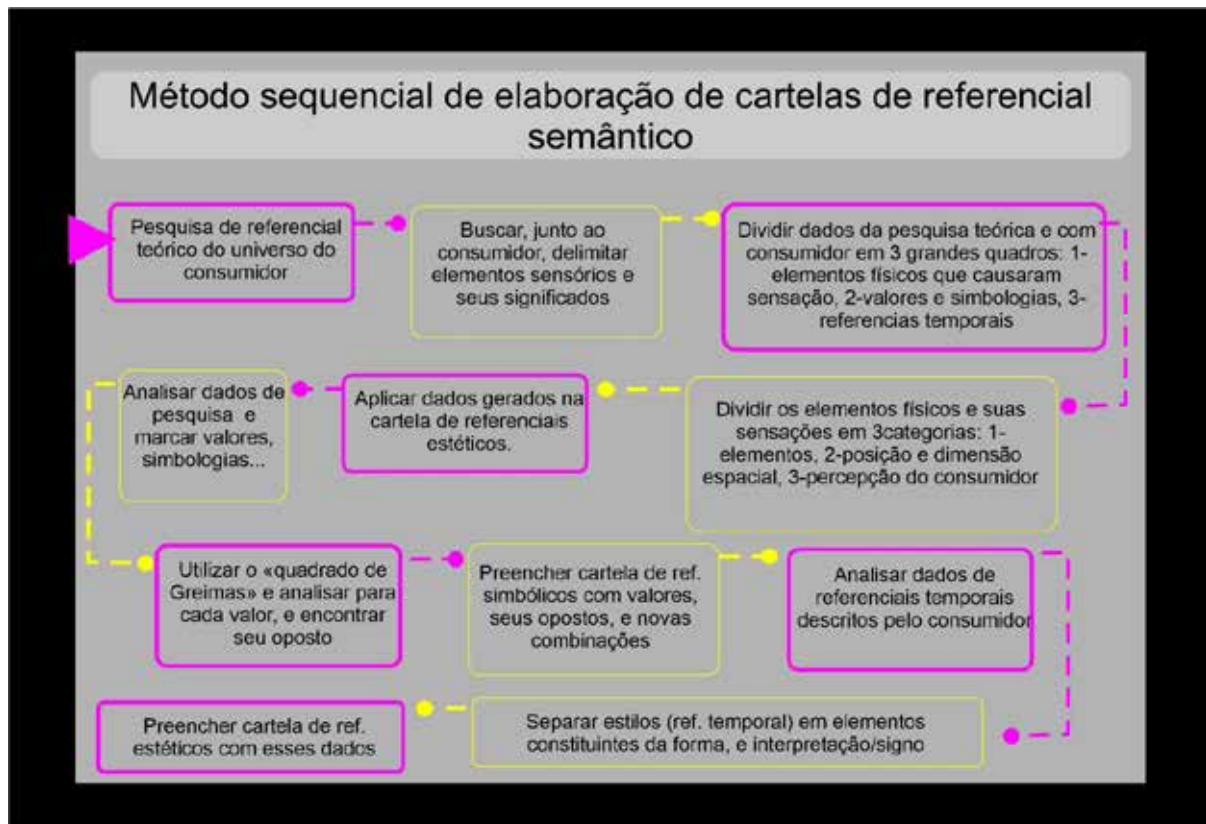


Fonte: elaborado pelos autores.

Como foi proposto nessa pesquisa, propôs-se a elaboração das cartelas de referencial semânticos como um método a ser aplicado no PDP, uma vez que as cartelas apresentadas não esgotam os referenciais estéticos, simbólicos e de estilo da moda possíveis.

A metodologia para elaboração das cartelas de referencial semântico será apresentada na Figura 10:

Figura10: Método sequencial para elaboração de cartelas de referencial semântico



Fonte: Elaborado pelos autores.

Acredita-se que, da elaboração de cartelas de referencial teórico, aplicadas como uma metodologia no processo projetual, pode-se modificar a forma como se desenvolve o pensamento projetual, no âmbito educacional e profissional. Formulando um instrumental didático pedagógico na condução de práticas criativas que, como instrumental do processo projetual e criativo do *design* de moda, possam auxiliar na compreensão, análise e leitura de referenciais semânticos dos artefatos, constituindo-se como instrumento pedagógico de leitura visual.

Sendo interdisciplinar na semântica, semiótica e ergonomia cognitiva, favorecendo a atuação colaborativa entre estudantes, profissionais, professores e consumidores.

6 CONSIDERAÇÕES DE PESQUISA

No âmbito metodológico do *design*, essa pesquisa demonstrou que, apesar de haver extensa pesquisa metodológica sobre os métodos do *design*, adentrando ao *design* semântico e em etapas definidas, no *design* de moda essas metodologias ainda não são reconhecidas pelos profissionais da área. Que, no entanto, as utilizam, modificando-a conforme a necessidade.

Os procedimentos metodológicos descritos por profissionais do setor, na pesquisa aplicada em agosto de 2020, e a partir de Bona (2019), indicaram que a metodologia do *design* industrial, e do *design* de produto, já adentraram nas esferas do *design* de moda.

O *design*, como método, no campo da moda, definiu-se em similaridades entre Santos (2019), Krippendorff (2006), Bona (2019) e os *designers* entrevistados para pesquisa, podendo ser reconhecido a partir das seis etapas de Montemezzo (2003).

As similaridades entre os métodos de *design*, encontradas nessa pesquisa, indicaram que o PDP ocorre sequencialmente, conforme: 1. Coleta de informações de contexto, com pesquisas de tema, tendência, aspectos produtivos e tecnológicos, softwares, problema do produto, mercado, contexto, portfólio da empresa, 2. Elaboração, expansão, decomposição e narrativas, contextualização semântica, em que a primeira etapa de pesquisa é dissecada para aplicação no contexto do público consumidor, 3. Centrada no consumidor, analisa aspectos de mercado, de marca, posicionamento estratégico, identidade, e visa buscar informações diretamente com consumidor, 4. Definição do conceito do produto, a necessidade de especificações, por meio de entrevistas, ou palavras-chave, junto aos consumidores, 5. Elaboração estética e simbólica, a partir de aspectos socioculturais circundantes, 6. Reconciliar incompatibilidades por meio de testes. Pesquisa teórica sobre tecnologias, sistema produtivo, valores imateriais. Prototipia. Especificação técnica.

Como característica própria do PDP no *design* de moda, a saber: a velocidade com que as etapas são revisitadas, o método proposto para o PDP do *design* de moda foi apresentado em ações, dessa forma, alinhado com a aplicação das cartelas de referencial semântico, o desenvolvimento de produtos pode ocorrer conforme os ciclos de criação de diferentes segmentos da moda.

Ou seja, pode ser acelerado no ciclo do *fast fashion*, que tende a encurtar os prazos, ou pode ser desacelerado no ciclo do *slow fashion*, em que o tempo de desenvolvimento de produtos tende a ser alongado.

As cartelas de referencial semântico apresentadas não esgotam as características semânticas possíveis, dessa forma, ao apresenta-las como um método, propôs-se que seja reelaborada de acordo com os referenciais semânticos próprios de segmentos específicos da moda, como o *slow fashion*. Nesse caso, indicou-se que a construção de novas cartelas deve ocorrer com participação do consumidor.

A interpretação dos objetos, demonstrada nessa pesquisa, objetivou demonstrar um aparato interdisciplinar de ferramentas que podem auxiliar na leitura de atributos semânticos, a complementar o uso das cartelas apresentadas. Dessa forma, o *designer* pode munir-se de diferentes formas de compreender um objeto.

Espera-se que, ao apresentar o método de PDP para o *design* de moda, as cartelas de referencial semântico, e formas interdisciplinares de leitura de objetos, a partir da semiótica e da ergonomia cognitiva, além da semântica demonstrada nas cartelas, tenha sido possível demonstrar a importância de ferramentas úteis no *design* de moda, e a possibilidade de interdisciplinaridade com outras ciências na constituição de um instrumental didático pedagógico, e projetual e criativo.

A construção das cartelas de referencial semântico, como um método, a partir de diferentes concepções culturais, favorece a atuação colaborativa entre o profissional e seu consumidor, e entre o estudante e o professor.

É esperando que a metodologia projetual do *design*, a partir do exposto nessa pesquisa, tenham aprofundado as abordagens metodológicas do pensamento projetual, de forma que os dados apresentados enriqueçam as discussões e práticas do desenvolvimento de novas práticas projetuais para o *design* de moda³.

REFERÊNCIAS

AMARO. **Jaqueta de Leather gola removível**. 2021a. Disponível em [https://amaro.com/br/pt/c/moda-feminina/roupas/jaquetas/50300508_0002/jaqueta-de-leather-gola-removivel/preto](https://amaro.com.br/pt/c/moda-feminina/roupas/jaquetas/50300508_0002/jaqueta-de-leather-gola-removivel/preto). Acesso em 19.06.2021.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. 3. Reimpressão. São Paulo: Edições 70, 2016.

BONA, Sheila Fernanda. **Método de projeto de coleção em design de moda: uma configuração para micro e pequenas empresas**. 2019. 138 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Curso de Mestrado do Programa de Pós-Graduação em Moda, Área de Concentração *Design* e Tecnologia do Vestuário, Ceart, Universidade do Estado de Santa Catarina, Florianópolis, 2019. Disponível em: https://www.udesc.br/arquivos/ceart/id_cpmenu/6295/Disserta__o_Sheila_Fernanda_Bona_15816930311845_6295.pdf. Acesso em: 11 ago. 2021.

BRASIL. **Ministério da Educação**. CNE. Resolução n. 5, de 8 de março de 2004. Brasília, 8 mar. 2004. Disponível em: http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/rces05_04.pdf. Acesso em: 02.05.2021.

BUTLER, Judith. **Problemas de gênero**. Feminismo e subversão da identidade. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2018.

³ ALBIO FABIAN MELCHIORETTO, <http://lattes.cnpq.br/6198650989958494>, albio.melchiorretto@gmail.com.

CHAUVEL, Lucrecia Escudero. Cambio de tendencias y paradigmas. In: GAGO, José Maria Paz; TERRACCIANO, Bianca; NANNINI, Victoria (Orgs.). Volver a la Moda... em la Web. **Designis Serie Intersecciones**. Rosario: UNR editora, 2020. Pp.9-14.

FUENTES, R. **A prática do Design Gráfico: uma metodologia criativa**. São Paulo: Rosari, 2006.

GOMES FILHO, João. **Gestalt do objeto**. Sistema de leitura visual da forma. 8ª ed. São Paulo: Escrituras, 2008.

GREIMAS, Algirdas Julius. **Semiótica figurativa e semiótica plástica**. Significação, n.4, julho de 1984.

JORNAL DAS MOÇAS. **1732**. Rio de Janeiro, 26.08.1948.

KRIPPENDORFFF, Klaus. **The semantic turn: a new foundation for design**. Boca Raton: Taylor & Francis Group, 2006.

MERVIS, Carolyn B.; ROSCH, Eleanor. **Categorization of natural objects**. Revista Psychol. 1981, pp.89-115.

MONTEMEZZO, Maria Celeste de Fátima Sanches. **Diretrizes metodológicas para o projeto de produtos de moda no âmbito acadêmico**. 2003. 97 f. Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, 2003. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/11449/97020>>.

MUKAROVSKI, Jan. **Signo, función y valor**. Estética y semiótica del arte de Jan Mukarovski. Tradução de Jarmila Jandová e Emil Volek. Bogotá: Plaza & Janés Editores Colombia S.A., 2000.

OLIVEIRA, Sandra Ramalho. **Moda também é texto**. São Paulo: Rosari, 2007.

PANIZZA, Janaína Fuentes. **Metodologia e processo criativo de projetos em comunicação visual**. São Paulo: USP, 2004. Dissertação de Mestrado, Escola de Comunicação e Artes, Universidade do Estado de São Paulo, 2004. 254fls.

PEIRCE, Charles Sanders. **Semiótica**. 3ªed.Tradução de José Teixeira Coelho Neto. São Paulo: Perspectiva, 2005.

SANCHES, Maria Celeste de Fátima; MARTINS, Sérgio Regis Moreira. Projetando mensagens visuais: a contribuição das ferramentas de síntese imagética no *design* de moda. **Estudos em design**, v.23, n.1, 2015. Pp.108-117. Disponível em < <https://estudosemdesign.emnuvens.com.br/design/article/view/200/177>>. Acesso em 02.07.2021.

SANTOS, Celio Teodorico dos. **Requisitos de linguagem do produto: uma proposta de estruturação para as fases iniciais do PDP**. 2009. 214 f. Tese (Doutorado) - Curso de Engenharia Mecânica, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2009. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/92478>. Acesso em: 18 ago. 2021.

SCOZ, Emanuella *et.al*. **A ROUPA**. A evolução da Roupas em sua Relação com a sociedade. Do ano 1000 d.C. até o século XX. 2ªed. Blumenau: AmoLer, 2019.

STERNBERG, Robert J. **Psicologia cognitiva**. Tradução da 5ª edição norte americana, por Anna Maria Dalle Luche e Roberto Galman. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

SVENDSEN, Lars. **Moda: uma filosofia**. Tradução de Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

WDO. **World Design Organization**. Definição de desenho industrial. 2021. Disponível em < <https://wdo.org/about/definition/>>. Acesso em 01.07.2021.

Data de submissão: 11/02/2022

Data de aceite: 31/03/2022

Data de publicação: 01/06/2022

