

**FABIANO ELOY ATÍLIO BATISTA
(ORGANIZADOR)**

**MEIOS,
MATERIAIS E
LINGUAGENS
DO DESIGN 2**

 **Atena**
Editora
Ano 2023

**FABIANO ELOY ATÍLIO BATISTA
(ORGANIZADOR)**

MEIOS, MATERIAIS E LINGUAGENS DO DESIGN 2

 **Atena**
Editora
Ano 2023

Editora chefe

Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Editora executiva

Natalia Oliveira

Assistente editorial

Flávia Roberta Barão

Bibliotecária

Janaina Ramos

Projeto gráfico

Bruno Oliveira

Camila Alves de Cremona

Luiza Alves Batista

Imagens da capa

iStock

Edição de arte

Luiza Alves Batista

2023 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do texto © 2023 Os autores

Copyright da edição © 2023 Atena

Editora

Direitos para esta edição cedidos à Atena Editora pelos autores.

Open access publication by Atena

Editora



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição *Creative Commons*. Atribuição-Não-Comercial-Não-Derivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores, inclusive não representam necessariamente a posição oficial da Atena Editora. Permitido o *download* da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Todos os manuscritos foram previamente submetidos à avaliação cega pelos pares, membros do Conselho Editorial desta Editora, tendo sido aprovados para a publicação com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.

A Atena Editora é comprometida em garantir a integridade editorial em todas as etapas do processo de publicação, evitando plágio, dados ou resultados fraudulentos e impedindo que interesses financeiros comprometam os padrões éticos da publicação. Situações suspeitas de má conduta científica serão investigadas sob o mais alto padrão de rigor acadêmico e ético.

Conselho Editorial

Ciências Humanas e Sociais Aplicadas

Prof. Dr. Adilson Tadeu Basquerote Silva – Universidade para o Desenvolvimento do Alto Vale do Itajaí

Prof. Dr. Alexandre de Freitas Carneiro – Universidade Federal de Rondônia

Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná

Prof. Dr. Américo Junior Nunes da Silva – Universidade do Estado da Bahia

Profª Drª Ana Maria Aguiar Frias – Universidade de Évora

Profª Drª Andréa Cristina Marques de Araújo – Universidade Fernando Pessoa

Prof. Dr. Antonio Carlos da Silva – Universidade de Coimbra

Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
 Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior – Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais
 Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
 Prof. Dr. Arnaldo Oliveira Souza Júnior – Universidade Federal do Piauí
 Prof. Dr. Carlos Antonio de Souza Moraes – Universidade Federal Fluminense
 Prof^ª Dr^ª Caroline Mari de Oliveira Galina – Universidade do Estado de Mato Grosso
 Prof. Dr. Crisóstomo Lima do Nascimento – Universidade Federal Fluminense
 Prof^ª Dr^ª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa Prof. Dr. Daniel Richard Sant’Ana – Universidade de Brasília
 Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
 Prof^ª Dr^ª Dilma Antunes Silva – Universidade Federal de São Paulo
 Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Farias – Universidade Estácio de Sá
 Prof. Dr. Elson Ferreira Costa – Universidade do Estado do Pará
 Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima
 Prof^ª Dr^ª Geuciane Felipe Guerim Fernandes – Universidade Estadual de Londrina
 Prof. Dr. Gustavo Henrique Cepolini Ferreira – Universidade Estadual de Montes Claros
 Prof. Dr. Humberto Costa – Universidade Federal do Paraná
 Prof^ª Dr^ª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice
 Prof. Dr. Jadilson Marinho da Silva – Secretaria de Educação de Pernambuco
 Prof. Dr. Jadson Correia de Oliveira – Universidade Católica do Salvador
 Prof. Dr. Jodeyson Islony de Lima Sobrinho – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
 Prof. Dr. José Luis Montesillo-Cedillo – Universidad Autónoma del Estado de México
 Prof^ª Dr^ª Juliana Abonizio – Universidade Federal de Mato Grosso
 Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
 Prof. Dr. Kárpio Márcio de Siqueira – Universidade do Estado da Bahia
 Prof^ª Dr^ª Kátia Farias Antero – Faculdade Maurício de Nassau
 Prof^ª Dr^ª Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal do Paraná
 Prof^ª Dr^ª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
 Prof^ª Dr^ª Lucicleia Barreto Queiroz – Universidade Federal do Acre
 Prof. Dr. Luis Ricardo Fernandes da Costa – Universidade Estadual de Montes Claros
 Prof. Dr. Lucio Marques Vieira Souza – Universidade do Estado de Minas Gerais
 Prof^ª Dr^ª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
 Prof^ª Dr^ª Marianne Sousa Barbosa – Universidade Federal de Campina Grande
 Prof^ª Dr^ª Marcela Mary José da Silva – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
 Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Pontifícia Universidade Católica de Campinas
 Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Pontifícia Universidade Católica de Campina
 sProf^ª Dr^ª Maria Luzia da Silva Santana – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
 Prof. Dr. Miguel Rodrigues Netto – Universidade do Estado de Mato Grosso
 Prof. Dr. Pedro Henrique Máximo Pereira – Universidade Estadual de Goiás
 Prof. Dr. Pablo Ricardo de Lima Falcão – Universidade de Pernambuco
 Prof^ª Dr^ª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
 aProf^ª Dr^ª Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa
 Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador
 Prof^ª Dr^ª Sandra Regina Gardacho Pietrobon – Universidade Estadual do Centro-Oeste
 Prof. Dr. Saulo Cerqueira de Aguiar Soares – Universidade Federal do Piauí
 Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
 Prof^ª Dr^ª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
 Prof^ª Dr^ª Vanessa Ribeiro Simon Cavalcanti – Universidade Federal da Bahia / Universidade de Coimbra
 Prof. Dr. William Cleber Domingues Silva – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
 Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Meios, materiais e linguagens do design 2

Diagramação: Camila Alves de Cremo
Correção: Yaidy Paola Martinez
Indexação: Amanda Kelly da Costa Veiga
Revisão: Os autores
Organizador: Fabiano Eloy Atílio Batista

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)	
M514	<p>Meios, materiais e linguagens do design 2 / Organizador Fabiano Eloy Atílio Batista. – Ponta Grossa - PR: Atena, 2023.</p> <p>Formato: PDF Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader Modo de acesso: World Wide Web Inclui bibliografia ISBN 978-65-258-1080-5 DOI: https://doi.org/10.22533/at.ed.805230202</p> <p>1. Design. 2. Linguagem. I. Batista, Fabiano Eloy Atílio (Organizador). II. Título.</p> <p style="text-align: right;">CDD 745.2</p>
Elaborado por Bibliotecária Janaina Ramos – CRB-8/9166	

Atena Editora
Ponta Grossa – Paraná – Brasil
Telefone: +55 (42) 3323-5493
www.atenaeditora.com.br
contato@atenaeditora.com.br

DECLARAÇÃO DOS AUTORES

Os autores desta obra: 1. Atestam não possuir qualquer interesse comercial que constitua um conflito de interesses em relação ao artigo científico publicado; 2. Declaram que participaram ativamente da construção dos respectivos manuscritos, preferencialmente na: a) Concepção do estudo, e/ou aquisição de dados, e/ou análise e interpretação de dados; b) Elaboração do artigo ou revisão com vistas a tornar o material intelectualmente relevante; c) Aprovação final do manuscrito para submissão.; 3. Certificam que os artigos científicos publicados estão completamente isentos de dados e/ou resultados fraudulentos; 4. Confirmam a citação e a referência correta de todos os dados e de interpretações de dados de outras pesquisas; 5. Reconhecem terem informado todas as fontes de financiamento recebidas para a consecução da pesquisa; 6. Autorizam a edição da obra, que incluem os registros de ficha catalográfica, ISBN, DOI e demais indexadores, projeto visual e criação de capa, diagramação de miolo, assim como lançamento e divulgação da mesma conforme critérios da Atena Editora.

DECLARAÇÃO DA EDITORA

A Atena Editora declara, para os devidos fins de direito, que: 1. A presente publicação constitui apenas transferência temporária dos direitos autorais, direito sobre a publicação, inclusive não constitui responsabilidade solidária na criação dos manuscritos publicados, nos termos previstos na Lei sobre direitos autorais (Lei 9610/98), no art. 184 do Código Penal e no art. 927 do Código Civil; 2. Autoriza e incentiva os autores a assinarem contratos com repositórios institucionais, com fins exclusivos de divulgação da obra, desde que com o devido reconhecimento de autoria e edição e sem qualquer finalidade comercial; 3. Todos os e-book são *open access*, *desta forma* não os comercializa em seu site, sites parceiros, plataformas de *e-commerce*, ou qualquer outro meio virtual ou físico, portanto, está isenta de repasses de direitos autorais aos autores; 4. Todos os membros do conselho editorial são doutores e vinculados a instituições de ensino superior públicas, conforme recomendação da CAPES para obtenção do Qualis livro; 5. Não cede, comercializa ou autoriza a utilização dos nomes e e-mails dos autores, bem como nenhum outro dado dos mesmos, para qualquer finalidade que não o escopo da divulgação desta obra.

Caros leitores e leitoras;

A obra **‘Meios, materiais e linguagens do design 2’** possuiu o objetivo de trazer discussões acerca das mais diversas vertentes, seja ela prática ou teórica, no campo do Design, fomentando um diálogo que busca oportunizar aos leitores uma ampliação de seus olhares.

Para tanto, iniciando as discussões, o primeiro capítulo denominado **‘Geometria espacial: uma linguagem básica para o desenvolvimento de projeto’**, busca enfatizar como as tecnologias digitais estão cada vez mais presentes na vida das pessoas, e como estas possibilitam a criação de novas formas de aprender e de se relacionar com os mais diversos materiais didáticos no contexto do ensino de design. Nesse sentido, os autores buscaram, de forma crítica, criativa e didática, avaliar programas gráficos e ferramentas computacionais de diagramação e criação de imagens. Para tanto, foi realizado estudos de cores, tipografia e grafismos de um material didático já existente, buscando compreender os elementos constitutivos deste que são potencializadores do processo de ensino-aprendizagem, bem como os elementos que não se mostram tão atrativos no processo de ensino-aprendizagem do/no design. Assim, a partir do estudo de um *layout*, buscou-se um design editorial que possibilitasse a criação de um visual agradável e atraente para o material didático estudado para uso no formato de *e-book* de modo a facilitar a absorção dos conteúdos acerca da geometria espacial.

Dando continuidade às discussões relativas aos processos de ensino-aprendizagem do/no design, o segundo capítulo, denominado de **‘Estratégias de codificação da linguagem visual de produtos de moda em projetos acadêmicos’**, os autores trazem discussões sobre o desenvolvimento de produtos de moda, bem como o conjunto de princípios que devem ser estrategicamente planejados de modo que o artefato obtenha sucesso de mercado. Assim, os autores destacam o papel da linguagem visual como responsável por grande parcela da conexão visceral com o consumidor, tendo em vista que essa dimensão possui relação direta, principalmente, com as funções estética e simbólica dos produtos.

No terceiro capítulo, denominado **‘Gerenciamento de resíduos do setor de confecção: um estudo de caso em empresa do setor de produção de moda feminina’**, os autores realizaram uma pesquisa no setor produtivo da cadeia têxtil. Assim, os autores apontam que o setor da moda gera diversos impactos ao longo de sua cadeia de produção, sendo, portanto, necessário entender mais profundamente a relação entre moda e sustentabilidade. Para tanto, o objetivo da pesquisa foi, de forma sistemática, compreender o processo de gerenciamento de resíduos da confecção em uma empresa de pequeno

porte, buscando apontar alternativas sustentáveis, necessárias, que podem ser implantadas a fim de minimizar os impactos do setor.

No quarto e último capítulo, denominado '**Moda Ageless: idosas conquistam lugar nas capas de revistas, propagandas e passarelas**', a autora constrói uma análise buscando identificar a aparição dos corpos maduros em revistas de moda, desfiles e propagandas de grandes marcas. Para tanto, a autora procurou entender como se dá o processo de envelhecimento do corpo através de alguns autores e difundir a ideia da importância de se pesquisar essa faixa etária em relação à moda.

Espera-se que este conjunto de textos possa contribuir para ampliar as possibilidades, visões e reflexões de todos os leitores ao fornecer *insights* críticos e reflexivos sobre o fazer design e suas mediações de inter-relações sociais.

Desejo a vocês uma excelente leitura!

Fabiano Eloy Atilio Batista

CAPÍTULO 1	1
GEOMETRIA ESPACIAL: UMA LINGUAGEM BÁSICA PARA O DESENVOLVIMENTO DE PROJETO	
Rosemary do Bom Conselho Sales	
Cristiane do Bom Conselho Sales Alvarenga	
Viviane Gomes Marçal	
Naila Reis Soares Oliveira	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.8052302021	
CAPÍTULO 2	13
ESTRATÉGIAS DE CODIFICAÇÃO DA LINGUAGEM VISUAL DE PRODUTOS DE MODA EM PROJETOS ACADÊMICOS	
Fabiano Eloy Atilio Batista	
Glauber Soares Junior	
Ítalo José de Medeiros Dantas	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.8052302022	
CAPÍTULO 3	26
GERENCIAMENTO DE RESÍDUOS DO SETOR DE CONFECÇÃO: UM ESTUDO DE CASO EM EMPRESA DO SETOR DE PRODUÇÃO DE MODA FEMININA	
Paula Piva Linke	
Natani Aparecida Do Bem	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.8052302023	
CAPÍTULO 4	38
MODA AGELESS: IDOSAS CONQUISTAM LUGAR NAS CAPAS DE REVISTAS, PROPAGANDAS E PASSARELAS	
Flávia Sandim Sousa Leite Martins	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.8052302024	
SOBRE O ORGANIZADOR	50
ÍNDICE REMISSIVO	51

ESTRATÉGIAS DE CODIFICAÇÃO DA LINGUAGEM VISUAL DE PRODUTOS DE MODA EM PROJETOS ACADÊMICOS

Data de submissão: 30/01/2023

Data de aceite: 31/01/2023

Fabiano Eloy Atilio Batista

Universidade do Estado de Minas Gerais
Ubá – MG
<http://lattes.cnpq.br/0058785649666554>

Glauber Soares Junior

Universidade FEEVALE
Nova Hamburgo – RS
<http://lattes.cnpq.br/9649333341548747>

Ítalo José de Medeiros Dantas

Instituto Federal de Educação, Ciência e
Tecnologia do Rio Grande do Norte
Caicó - RN
<http://lattes.cnpq.br/3950194171500432>

RESUMO: O desenvolvimento de produtos de moda engloba uma série de princípios que devem ser estrategicamente planejados de modo que o artefato obtenha sucesso de mercado. Dentre tais princípios, destaca-se o papel da linguagem visual como responsável por grande parcela da conexão visceral com o consumidor, tendo em vista que essa dimensão possui relação direta, principalmente, com as funções estética e simbólica dos produtos. No entanto, a prática projetual quanto a configuração visual dos produtos de moda ainda é extremamente intuitiva e limitante,

o que dificulta a geração de objetos mais inovadores para o mercado. Pensando nisso, este artigo tem por objetivo apresentar uma experimentação criativa, empregando o método de Mapa de Categorias Expressivas (MCE), na elaboração da linguagem visual de produtos de moda em projetos acadêmicos. De tal maneira, apresentou-se os trabalhos de três discentes de um curso superior de tecnologia em Design de Moda, discutindo as estratégias empregadas por eles no desenvolvimento de suas soluções projetuais. A partir da exemplificação com trabalhos práticos dos alunos, observou-se que o MCE contribui diretamente para um processo mais fácil de definição dos atributos plásticos, auxiliando o aluno no aperfeiçoamento dos conceitos, seleção da melhor ideia e definição dos elementos da linguagem visual que comparão a coleção de moda construída.

PALAVRAS-CHAVE: Design de Moda. Linguagem Visual. Desenvolvimento de produto. Mapa de Categorias.

STRATEGIES FOR CODING THE VISUAL LANGUAGE OF FASHION PRODUCTS IN ACADEMIC PROJECTS

ABSTRACT: The development of fashion products encompasses principles that must be strategically planned so that the artifact obtains market success. Among these principles, the role of visual language stands out as responsible for a large portion of the visceral connection with the consumer, considering that this dimension has a direct relationship, mainly with the aesthetic and symbolic functions of the products. However, the design practice regarding the visual configuration of fashion products is still highly intuitive and limiting, which makes it difficult to generate more innovative objects for the market. This paper aims to present a creative experiment using the Expressive Category Map (MCE) method to elaborate the visual language of fashion products in academic projects. In this way, the works of two students of a higher technology course in Fashion Design were presented, discussing their strategies for developing their design solutions. From the example with practical assignments of the students, we observed that the MCE directly contributes to a more manageable process of defining the plastic attributes. Therefore, helping the student improve the concepts, selection of the best idea, and definition of the elements of the visual language that compare the constructed fashion collection.

KEYWORDS: Fashion design. Visual Language. Product development. Categories map.

1 | INTRODUÇÃO

O processo de criação e produção de produtos de moda reúne muitas etapas e essas são cercadas de preceitos. Com a elevada competitividade entre empresas no mundo contemporâneo, marcas e designers buscam, de forma constante, por aplicar o conceito de inovação na cadeia produtiva.

Para que um produto atinja sucesso entre consumidores, é necessário que os princípios do design sejam planejados e aplicados de forma estratégica, destacando-se a relevância da linguagem visual. A composição visual de um produto, conforme Baxter (2000), é o que conecta, de maneira imediata, o artefato com o consumidor, na medida em que o visual está atrelado com as funções estética e simbólica, tendo a capacidade de despertar emoções.

A metodologia de ensino-aprendizagem quanto a configuração visual de produtos de moda, é, portanto, essencial para que a geração de artefatos desse segmento consiga, de fato, ser inovadora, ao passo em que solucione necessidades humanas. A partir desses pressupostos, esse artigo foi desenvolvido com o objetivo de apresentar uma experimentação criativa, empregando o método de Mapa de Categorias Expressivas, na elaboração da linguagem visual de produtos de moda em projetos acadêmicos, apoiando-se em Sanches (2016).

Para tanto, metodologicamente, trata-se de uma pesquisa de natureza aplicada, do tipo qualitativa, com tratamento descritivo. O artigo trás resultados praticados na disciplina Pesquisa de Criação do curso superior de Tecnologia em Design de Moda, do Instituto

Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte, Campus Caicó. Utilizou-se como corpus analítico, trabalhos realizados por dois discentes que exemplificam, na prática, a utilização do Mapa de Categorias Expressivas como metodologia para elaboração da linguagem visual na moda.

2 | DESENVOLVIMENTO DE PRODUTO DE MODA

Em um mercado cada vez mais competitivo, para que marcas consigam se distinguir, a inovação é um importante componente a ser pensado (BAXTER, 2000), sobretudo no campo do vestuário e da moda, e esse aspecto pode ser evidenciado desde o processo de ensino.

No campo do vestuário, por parte das marcas e dos designers, existe uma busca constante por criar produtos que atendam as demandas e necessidades dos consumidores. Por esse ângulo, as empresas desse setor tendem a utilizar modelos de produção que priorizem: a pesquisa, para que sejam averiguadas as necessidades dos usuários – necessidades que se modificam constantemente; o processo de criação, de detalhamento e desenvolvimento até a promoção e a comercialização (VARNIER, et al, 2021).

Nos produtos de moda, a percepção visual é um aspecto fundamental para o sucesso entre os consumidores. Como salienta Baxter (2000), que fala do desenvolvimento de produtos de forma generalizada, o estilo – ou forma – é o que produz de forma imediata atração visual – ou não – por um produto. O estilo, é portanto, uma etapa importante para o processo de ensino, sendo uma habilidade essencial que deve ser desenvolvida em novos designers. Nesse sentido, conhecer as formas visuais é muito importante para o processamento visual destes.

Existem então diferentes modelos e metodologias para o desenvolvimento de produtos/coleção de vestuário. Esses modelos possuem etapas projetuais que partem do planejamento e culminam na etapa da comercialização (SILVEIRA HORN; MEYER; RIBEIRO, 2013). Para que haja uma boa assimilação, o processo de ensino/aprendizagem de projeto no design de moda pode respaldar-se em um instrumento metodológico que auxilia na facilitação na sintaxe formal do vestuário, como ponderam Sanchez et al (2016).

Pela ótica de Sanchez et al (2016), a abordagem sistêmica orientada pela aprendizagem significativa – interação do que se ensina com o que o discente já tem de conhecimento – possibilita que os estudantes sejam mais autônomos, ao refletirem e gerirem os seus conhecimentos. Nesse processo, os docentes podem estimular maior participação dos discentes ao executarem atividades práticas, instigando proatividade e postura investigativa.

3 | PLANEJAMENTO DA LINGUAGEM VISUAL

[...] o vestuário é sempre significativo e em suas interpretações aproximamo-

nos da organicidade da sociedade que o produziu. Afinal, em seus cortes, cores, texturas, comprimentos, exotismo, as roupas dão conta de imprimir sobre os corpos que as transportam categorias sociais, ideais estéticos, manifestações psicológicas, relações de gêneros e de poder (CRANE, 2006, p. 22).

A comunicação visual dos produtos de moda está intrinsecamente relacionada à habilidade do designer em manipular os elementos sintáticos da linguagem visual (linha, forma, cor, dentre outros) para concepção dos produtos. Nesta perspectiva, Sanches (2007) compreende que a maneira de executar a linguagem visual é indispensável aos profissionais deste segmento tendo em vista que estes necessitam articular um conjunto de signos e símbolos, que devem ser traduzidos e materializados no decorrer do planejamento das mais variadas interfaces que projetam, oportunizando uma série de experiências (percebidas através dos sentidos) por meio dos artefatos.

No design, os processos de significação estão envolvidos numa relação mediadora com a construção da linguagem dos produtos projetados. O sucesso da ação do designer está diretamente vinculado à materialização de suas ideias em produtos, que, pelas possibilidades de uso, gerem significação. Essa manifestação semiótica confere à construção dos significados e, conseqüentemente, à apreensão dos efeitos que esses possam produzir, a comunicabilidade exigida e desejada (NOJIMA, 2008, p.84).

A linguagem visual, na concepção de Dondis (1997), requer um conjunto de elementos que devem ser sistematizados em suas estruturas formais, relacionais e conceituais para que haja, de fato, uma composição visual do produto. Neste sentido, o autor argumenta que o modo visual é fundamental para qualquer produto, pois ele é o corpo por meio do qual as mensagens são veiculadas em seus mais variados níveis, propiciando significações.

Corroborando, Krippendorf (1989) e Krippendorff e Butter (2011) argumentam que projetar é dar sentido. Assim sendo, a linguagem visual se torna mediadora do processo projetual se encarregando de dar sentidos e antever um conjunto de relações semânticas que são atribuídas aos produtos de moda, tendo em vista que a linguagem visual possui o caráter “de fornecer referências para o projeto, tendo em vista categorias, relações e elementos básicos da forma e da visualidade” (LESSA, 2009, p. 71).

Nesse sentido, compreender os atributos da linguagem visual auxilia o designer na concepção dos produtos de moda, tendo em vista que tais produtos são compreendidos como uma linguagem não-verbal e devem expressar mensagens de acordo com o meio que se insere, articulando o processo de identificação e transferências de significados (SANCHES, 2007; LESSA, 2009; CARDOSO, 2012).

4 | MAPA DE CATEGORIAS EXPRESSIVAS

Nas etapas projetuais de desenvolvimento de um produto de moda, o processo de codificação de sentido é complexo, subjetivo e, por vezes, intuitivo (JONES, 2005;

TREPTOW, 2013), à medida que se entende que a mensagem que se busca comunicar através da linguagem visual dos produtos deve ser entendida efetivamente por seus potenciais consumidores (SILVEIRA, 2018). Para configurar tais produtos, é comum empregar um conjunto de métodos que facilite o processo de criação. Dentre os métodos mais conhecidos, aponta-se o *moodboard* ou painel semântico, que constitui uma síntese imagética de onde se irá extrair os elementos sintáticos dos produtos a partir das referências visuais coletadas (DANTAS; SILVEIRA, 2020).

No entanto, embora amplamente utilizados, os painéis semânticos possuem suas limitações quanto ao alcance explorativo do conceito gerador, onde o designer se atém a uma única ideia, e a explora quanto ao seu potencial de cores, texturas, formas, entre outros atributos plásticos, não gerando o máximo de soluções projetuais possíveis. Nesse contexto, tendo em vista a dificuldade dos alunos no planejamento estético-simbólicos dos produtos, Sanches (2016, p. 178) propõe uma solução denominada de Mapa de Categorias Expressivas (MCE), em que visa justamente complementar essa lacuna na prática projetual, portanto, com essa ferramenta, “pode-se organizar, reunir e filtrar referenciais estético-simbólicos, sintetizando uma estrutura de conexões para o enunciado visual do artefato projetado, na qual se evidencia possibilidades configurativas”. O MCE é composto por outro instrumental, o Diagrama de REC, no entanto, este estudo trabalha somente com a aplicação da primeira ferramenta.

Assim sendo, Sanches (2016) divide o desenvolvimento do MCE entre cinco principais estágios, iniciando a partir da definição de verbos de ação, e finalizando com a aplicação dos elementos sintáticos delimitados a partir de sua intenção semântica. Com isso, observa-se que o primeiro estágio é composto por uma seleção de palavras-chave, expostos como verbos de ação, que delineam o conceito gerador da coleção. Por sua vez, esses verbos de ação auxiliarão na busca por imagens nos banco de dados, constituindo o segundo estágio do MCE, de modo a compor o painel semântico construído (Figura 1).



Figura 1 - Etapas de Construção do MCE

Fonte: Elaborado por Schneider, Santos e Ferreira (2022), de acordo com Sanches (2016)

O terceiro estágio explora a separação das imagens coletadas dentre aquelas que possuem maior correlação, isto é, sentidos comuns, que apontam um possível conceito gerador a ser explorado. No quarto, conduz-se um preenchimento de um diferencial semântico, composto por pares opostos de palavras, que auxiliam na em uma delimitação mais objetiva dos projetos de produtos (SANCHES, 2016).

Por fim, na quinta etapa, Sanches (2016, p. 179) expressa que “as mensurações das percepções sensoriais, resultantes do diferencial semântico, são interpretadas em cores (luz e temperatura), texturas (toque) e estruturas formais (gesto)”. Portanto, trata-se do estágio em que se transforma as referências coletadas em atributos tangíveis, produto materializado. A autora supramencionada aplicou seu método como parte integrante de

uma atividade prática de disciplina, identificando que facilitou o processo de definição do conceito gerador e convertê-lo em elementos sintáticos da forma.

Esse resultado está alinhado com os achados de Schneider, Santos e Ferreira (2022), quando também conduziram um estudo aplicando a ferramenta em seu contexto de aprendizagem significativa. Os autores (p. 22) expressam que os estudantes envolvidos na experimentação “relatam que a ferramenta foi essencial para que pensassem a respeito dos dados informacionais do projeto e, conseqüentemente, do conceito gerador e pudessem, posteriormente, traduzir essas informações em atributos sintáticos e semânticos nos produtos”. De tal maneira, entende-se que o MCE auxilia no processo de desenvolvimento de produtos de Moda, preenchendo a lacuna da dificuldade de transposição dos elementos do painel semântico para a forma do produto.

5 | EXPERIMENTAÇÃO CRIATIVA: APLICAÇÃO DO MAPA DE CATEGORIAS EXPRESSIVAS NO DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS DE MODA

No primeiro semestre do ano de 2022, a disciplina de “Pesquisa de Criação”, ofertada no curso superior de tecnologia em Design de Moda do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte – *Campus Caicó*, contou com a realização de uma série de laboratórios de criatividade. Aproveitando a oportunidade, decidiu-se por testar o Mapa de Categorias Expressivas como uma ferramenta que auxiliasse tais estudantes na elaboração mais aprofundada, e inovadora, dos seus projetos acadêmicos.

Nesse sentido, as instruções dadas para os alunos envolviam a definição de I) verbos de ação que estivesse alinhado com os possíveis conceitos gerador pretendidos; II) coleta de referências imagéticas; III) agrupamento das imagens; IV) preenchimento do diferencial semântico; V) extração dos elementos sintáticos e aplicação em uma minicoleção de no mínimo três *looks* completos. Para exemplificação da aplicação do método nas etapas projetuais, serão apresentados dois trabalhos de alunos, discutindo o processo de cada um.

No primeiro exemplo, a aluna 1 selecionou o verbo de ação “arrasar”, em seguida, empregou-o como sistema de busca no *website* Pinterest e Google Imagens, coletando as referências imagéticas que lhe eram apresentadas. Posteriormente, agrupou-os em dois subgrupos (Figura 2).



Figura 2 – Coleta de imagens e agrupamento em elementos sintáticos

Fonte: Acervo da disciplina

Observou-se que a aluna optou por pautar seu agrupamento em especial nas cores que as imagens apresentam. De um lado, tem-se cores mais saturadas, com tecidos brilhosos e formas com mais movimentos e orgânicas. Em contrapartida, no outro grupo, observa-se elementos estáticos, cores mais escuras, o branco e formas geométricas.

Com base nisso, a aluna selecionou o sentido que mais considerou interessante e adequado para a coleção que criava, optando pelo segundo grupo e preenchendo o diferencial semântico (Figura 3).

MAPA DE CATEGORIAS EXPRESSIVAS – DIFERENCIAL SEMÂNTICO

Definição dos elementos

Luz	Tons mais opacos, como preto, vinho e branco gelo
Temperatura	Fria
Toque	Liso
Gesto	Formas geométricas pontiagudas

Diferencial semântico

	3	2	1	0	1	2	3	
Claro								Escuro
Suave								Intenso
Quente								Frio
Macio								Áspero
Curvo								Reto
Fluído								Brusco

Figura 3 – Diferencial semântico aplicado as imagens coletadas do segundo subgrupo

Fonte: Acervo da disciplina

Por fim, a aluna aplicou o conceito pretendido na criação de uma minicoleção (Figura 4).



Figura 4 – Coleção gerada a partir do mapa de categorias expressivas

Fonte: Acervo da disciplina

Observou-se que a exploração dos elementos sintáticos vistos no painel foram efetivamente aplicadas, tendo em vista que a coleção manteve o seu conceito proposto desde o agrupamento, passando pelo diferencial semântico ao processo de criação. De tal maneira, entende-se que o MCE facilitou o processo de definição dos elementos da linguagem visual que serviram para codificar a coleção, extraindo de maneira adequada os possíveis atributos plásticos do painel, para a minicollection.

No segundo exemplo, a aluna 2 selecionou o verbo de ação “modernizar”, tal como a primeira, empregou-o como parte de um sistema de busca em sites de imagens como Pinterest. A partir da coleta, agrupou-as em possibilidades criativas, gerando dois grupos, denominados de “tecnologia” e “conexões” (Figura 5).



Figura 5 – Coleta de imagens e agrupamento em elementos sintáticos

Fonte: Acervo da disciplina

O primeiro subgrupo, no qual a aluna denominou de “tecnologia”, é constituído predominantemente por cores azuis, escuras ou claras, frias, formas geométricas, principalmente quadrados. Por outro lado, o segundo grupo, “conexões”, é constituído de cores mais quentes, como rosa e roxo, e linhas retas. A aluna, em seguida, selecionou o caminho que considerava mais adequado, baseado na sua intenção enquanto designer, preenchendo o diferencial semântico (Figura 6).

MAPA DE CATEGORIAS EXPRESSIVAS – DIFERENCIAL SEMÂNTICO

Definição dos elementos	
Elementos sensoriais	
Luz	
Temperatura	
Toque	
Gesto	

Diferencial semântico									
	3	2	1	0	1	2	3		
Claro						X			Escuro
Suave						X			Intenso
Quente						X			Frio
Macio	X								Áspero
Curvo	X								Reto
Fluído	X								Brusco

Figura 6 – Diferencial semântico aplicado as imagens coletadas do segundo subgrupo

Fonte: Acervo da disciplina

Exemplificado a partir dessa aluna, mas podendo se levar para outros estudantes envolvidos na experimentação, observou-se uma dificuldade no preenchimento do quadro de elementos sensoriais. Notou-se que eles não compreendiam o que deveria ser posto em cada célula, não compreendendo a relação entre luz e temperatura com as dimensões de materialidade das cores, toque com textura e gesto com as formas. Pautado mais amplamente no diferencial semântico, a aluna realizou a concepção da coleção de Moda (Figura 7).



Figura 7 – Coleção gerada a partir do mapa de categorias expressivas

Fonte: Acervo da disciplina

Com base nisso, de maneira geral, pode-se observar que a utilização do MCE contribui na facilitação da definição dos atributos sintáticos, tal como da exploração das possibilidades criativas. Entende-se que o diferencial semântico, considerado mais objetivo, por já existir os pares de descritores, foi mais facilmente entendido pelos alunos da disciplina. Enquanto isso, o quadro de elementos sensoriais apresentou mais dificuldade no preenchimento, tendo em vista que parte dos envolvidos não conseguiu entender como deveria ser preenchido.

6 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

O processo de planejamento dos produtos de moda demanda uma série de pesquisas que, comumente, resulta na construção de um painel semântico que servirá de embasamento para a definição dos elementos da linguagem visual que irão configurar a coleção pretendida. Pensando nisso, entende-se que tal processo se torna subjetivo e intuitivo, elaborado de acordo com a bagagem de cada designer, exigindo estratégias que fomentem o pensamento projetual holístico, e a geração de alternativas. Assim sendo, este artigo objetivou refletir sobre o Mapa de Categorias Expressivas como uma ferramenta projetual para a definição dos elementos sintáticos e semânticos. Analisou-se tal ferramenta considerando a exemplificação a partir de trabalhos práticos em uma disciplina na graduação em Design de Moda.

De tal forma, concluiu-se que a ferramenta consegue facilitar o processo de codificação de um produto, além de especialmente abrir margem para uma ampla exploração conceitual, deixando o aluno selecionar, de uma série de propostas, aquela que mais se adequa a sua intenção enquanto designer/codificador. Entende-se que a ferramenta se torna efetiva no processo, mas que, para este contexto aplicado, necessita de facilitadores quanto a definição dos elementos sensoriais.

Assim sendo, considera-se o objetivo do trabalho como concluído. Para pesquisas futuras, sugere-se construir um material gráfico, baseado no MCE, que auxilie projetos acadêmicos na codificação. Além disso, reite-se o visto em trabalhos anteriores, acerca da necessidade de identificação do potencial criativo do MCE em indústria/mercado.

REFERÊNCIAS

BAXTER, Mike. **Projeto de produto**: guia prático para design de novos produtos. 2. ed. São Paulo: Editora Blucher, 2000. Tradução de Itiro Iida.

CARDOSO, R. **Design para um mundo complexo**. São Paulo: Cosac Naify, 2012.

CRANE, D. **A moda e seu papel social**: classe, gênero e identidade das roupas. São Paulo: SENAC, 2006.

DANTAS, Í. J. M.; SILVEIRA, N. B. M. Da síntese imagética à configuração da coleção de vestuário: o processo de codificação de mensagens visuais. **Educação Gráfica**, v. 24, n.3, p. 76-93, 2020. Disponível em: http://www.educacaografica.inf.br/wpcontent/uploads/2021/01/08_DA-SINTESE-IMAGETICA_76_93.pdf. Acesso em 29 jan. 2023.

DONDIS, D. **A Sintaxe da linguagem visual**. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

JONES, S. J. **Fashion design**: manual do estilista: São Paulo, BR: Cosac Naify, 2005.

KRIPPENDORFF, K. On the essential contexts of artifacts or on the proposition that “design in making sens (of things)”. **Design Issue**. Cambridge, v. 5, n. 2, p. 9-38, Spring, 1989.

KRIPPENDORFF, K.; BUTTER, R. Semantics: Meanings and contexts of artifacts. In SCHIFFERSTEIN, Hendrik N. J.; HEKKERT, Paul (Ed.). **Product experience**. Elsevier, 2011. p. 1-25.

LESSA, W. D. Linguagem da forma/linguagem visual no âmbito do ensino de design: balizamentos teóricos; tópicos de pesquisa. **Arcos Design**, Rio de Janeiro, ESDI-UERJ, n. 5, ano 4, n. 2, p. 69-91, dez. 2009.

NOJIMA, V L M dos S. Semiótica. In: COELHO, L.A. (org.). **Conceitos-chave em design**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio, Novas Idéias, 2008a, p.221-224

SANCHES, M. C. de F.; BARBOSA, T. de A. M.; HERNADIS ORTUÑO, B.; MARTINS, S. R. M. Bases para o ensino/aprendizagem de projeto no design de moda: conectando diretrizes didáticas e estratégias metodológicas. **Modapalavra e-periódico**, Florianópolis, v. 9, n. 17, p. 119-144, 2016. DOI: 10.5965/1982615x09172016119. Disponível em: <https://www.revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/view/1982615x09172016119>. Acesso em: 25 jan. 2023.

SANCHES, M. C. de F. Design de Moda: sistematizar é fundamental. In: 3º Colóquio de Moda,3, 2007. Belo Horizonte. **Anais...** Belo Horizonte: Faculdade Cimo, 2007.

SANCHES, M. C. F. **O Projeto Do Intangível Na Formação De Designers De Moda:repensando as estratégias metodológicas para a sintaxe da forma na prática projetual**. 2016. 268 f. Tese (Doutorado) - Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016.

SCHNEIDER, J.; SANTOS, C. T.; FERREIORA, M. G. G. Articulação das dimensões sintáticas e semânticas no desenvolvimento projetual de moda: análise ferramental no contexto educacional. **Educação Gráfica**, v. 26, n. 2, p. 7-27, 2022. Disponível em: www.educacaografica.inf.br/wp-content/uploads/2022/08/04_ARTICULAÇÃO-DAS-DIMENSÕES_07_26.pdf. Acesso em 29 jan. 2023.

SILVEIRA, N. B. M. **Morfologia do objeto**: uma abordagem da gramática visual/forma aplicada ao design de artefatos materiais tridimensionais. 2018. 171 f. Tese (Doutorado)- Centro de Artes e Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco. Recife, 2018.

SILVEIRA HORN, B; MEYER, G. C; RIBEIRO, V. G. Reflexões sobre o uso de metodologias de projeto de produto no desenvolvimento de coleção de moda. **Modapalavra e-periódico**, Florianópolis, v. 6, n. 12, p. 155 - 177, 2013. Disponível em: <https://www.revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/view/3482>. Acesso em: 25 jan. 2023.

TREPTOW, D. E. **Inventando Moda**: planejamento de coleção. 5. ed. São Paulo: Edição da Autora, 2013.

VARNIER, T.; FETTERMANN, D. de C.; MERINO, G. A. D. Processo de desenvolvimento de produtos no vestuário: uma revisão sistemática de modelos de auxílio à prática projetual de produtos de moda. **Gestão & Tecnologia de Projetos**, [S. l.], v. 16, n. 2, p. 41-58, 2021. DOI: 10.11606/gtp.v16i2.171529. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/gestaodeprojetos/article/view/171529>. Acesso em: 25 jan. 2023.

A

Aluno 5, 13, 23

Atributos 13, 16, 17, 18, 19, 21, 23

C

Cadeia de produção 26, 27, 29

Coleção 13, 15, 17, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 44, 45, 46

Conceito 3, 4, 14, 17, 18, 19, 20, 21

Confecção 26, 27, 28, 29, 30, 32, 34, 35, 36, 37

Controle de produção 31

Corpo 16, 29, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 49, 50

Cultura 5, 36, 38, 48, 49, 50

D

Desenvolvimento de produto 13, 15

Design 1, 2, 3, 5, 8, 10, 11, 13, 14, 15, 16, 19, 23, 24, 26, 36, 37, 50

Design editorial 1, 5, 10, 11

E

Educação 1, 6, 10, 11, 12, 13, 15, 19, 24, 36, 41, 50

Envelhecimento 38, 39, 40, 41, 42, 49, 50

Estudo 1, 3, 4, 6, 7, 8, 9, 11, 12, 17, 19, 26, 27, 30, 37, 41

G

Geometria 1, 2, 3, 4, 5, 6, 9, 10, 11, 12

Geometria espacial 1, 9

Gerenciamento 26, 29, 30, 31, 34, 35, 36, 37

Gestão 10, 25, 26, 31, 36, 37

I

idoso 39, 42, 48

Imagem 33

L

Linguagem visual 3, 13, 14, 15, 16, 17, 21, 23, 24

M

Marca 44, 45, 46, 47, 48

Materiais 3, 10, 24, 27, 28, 29, 35
 Mercado 11, 13, 15, 23, 27, 28, 43, 48
 Método 3, 6, 13, 14, 18, 19, 27, 30
 Moda 8, 13, 14, 15, 16, 19, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 30, 31, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 47, 48, 49, 50
 Moda feminina 26, 31
 Modelagem 4, 29, 33, 37

P

Produção 3, 4, 5, 7, 14, 15, 26, 27, 28, 29, 31, 34, 35, 36, 37
 Produto 10, 13, 14, 15, 16, 18, 19, 23, 24, 27, 28, 29, 36
 Professor 2, 4, 5, 6, 50
 Projetos acadêmicos 13, 14, 19, 23
 Publicidade 38, 42

R

Resíduos 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37

S

Sala de aula 6, 10
 Sociedade 16, 28, 36, 37, 39, 41, 42, 43, 49
 Soluções projetuais 13, 17
 Sustentabilidade 26, 27, 28, 31, 36, 37

T

Tecnologias digitais 1, 2, 11

V

Visual 1, 3, 5, 8, 10, 13, 14, 15, 16, 17, 21, 23, 24
 Visualidade 3, 16

www.atenaeditora.com.br 

contato@atenaeditora.com.br 

[@atenaeditora](https://www.instagram.com/atenaeditora) 

www.facebook.com/atenaeditora.com.br 

MEIOS, MATERIAIS E LINGUAGENS DO DESIGN 2


Ano 2023

www.atenaeditora.com.br 

contato@atenaeditora.com.br 

[@atenaeditora](https://www.instagram.com/atenaeditora) 

www.facebook.com/atenaeditora.com.br 

MEIOS, MATERIAIS E LINGUAGENS DO DESIGN 2


Atena
Editora
Ano 2023