

## DA SÍNTESE IMAGÉTICA À CONFIGURAÇÃO DA COLEÇÃO DE VESTUÁRIO: O PROCESSO DE CODIFICAÇÃO DE MENSAGENS VISUAIS

### *FROM IMAGETIC SYNTHESIS TO CONFIGURATION OF THE CLOTHING COLLECTION: THE PROCESS OF CODING OF VISUAL MESSAGES*

Ítalo José de Medeiros Dantas<sup>1</sup>

Nathalie Barros da Mota Silveira<sup>2</sup>

#### Resumo

Para construir a linguagem visual de uma coleção de vestuário, os designers de moda fazem uso, dentre outros métodos, de painéis de imagens que servem para: sintetizar o significado que o produto carregará, representar o público-alvo e/ou apresentar o *mood* da coleção, servindo como suporte na delimitação dos elementos visuais que configurarão as formas dos produtos. Essa pesquisa tem por objetivo entender como ocorre o processo de extração dos elementos visuais dos painéis imagéticos e como eles são materializados no processo de conceitualização dos produtos de vestuário. Buscou-se analisar através de um estudo de caso a coleção de vestuário Terral e o seu correspondente painel semântico, apresentada pela Universidade de Fortaleza no Concurso dos Novos 2019, do Dragão Fashion Brasil. Os métodos de análise visual seguirão os parâmetros apresentados por autores de referência, como João Gomes Filho, Martine Joly e Maria Sanches. Identificou-se a existência de uma relação clara e coerente entre as imagens utilizadas na ferramenta criativa e a materialização dos elementos na configuração da coleção de vestuário, principalmente no que concerne às cores e as texturas aplicadas.

**Palavras-chave:** elementos do design; moda; mensagem visual; linguagem visual; síntese imagética; coleção de moda.

#### Abstract

To build the visual language of a clothing collection, fashion designers use, among other methods, image panels that serve to: synthesize the meaning that the product will carry, represent the target audience and/or present the mood of the collection, serving as support in the delimitation of the visual elements that will configure the shapes of the products. This research aims to understand how the process of extracting the visual elements of the image panels occurs and how they are materialized in the conceptualization process of clothing products. It was sought to analyze through a case study the collection of Terral clothing and its corresponding semantic panel, presented by the University of Fortaleza in the New Fashion Contest 2019, by Dragão Fashion Brasil. The visual analysis methods will follow the parameters presented by reference authors, such as João Gomes Filho, Martine Joly, and Maria Sanches. The existence of a clear and coherent relationship between the images used in the creative tool and the materialization of the elements in the configuration of the clothing collection was identified, especially about the colors and textures applied.

**Keywords:** design elements; fashion; visual message; visual language; imagetive synthesis; fashion collection.

---

<sup>1</sup> Mestrando em Design, UFCG – Unidade Acadêmica de Design, Campina Grande, Paraíba, Brasil, italodantasdesign@hotmail.com; ORCID: 0000-0003-0710-6142

<sup>2</sup> Professora Doutora, UFCG – Unidade Acadêmica de Design, Campina Grande, Paraíba, Brasil, nathalie.motasilveira@gmail.com; ORCID: 0000-0001-8928-3200

## 1. Introdução

Na pós-modernidade, ou hipermodernidade, tema dos tratados de Giles Lipovetsky (2009), Zigmunt Bauman (2001) discute-se sobre a potencialização das mídias e como esses multimeios influenciam na velocidade das transformações e reforçam a fragilidade das relações interpessoais. Mesmo que, por um ponto de vista, a possibilidade de conexão simultânea e instantânea tenham possibilitado a aproximação de pessoas de diferentes nacionalidades, ao mesmo tempo, e por outro lado, marcam o distanciamento das pessoas e as inserem em um paradigma de uma vida exclusivamente digital, afastando-as, como por exemplo a falta de contato humano e a possibilidade de robotização existente na troca de informação em um momento de compra de um produto de vestuário.

A moda, nesse contexto, é uma importante representação das dinâmicas socioculturais, definida conceitualmente pelas palavras de Maximiliano e Tomasulo (2013), como uma palavra derivada do termo em latim *modus*, que significa, as diversas formas com que os indivíduos se apresentam visualmente uns aos outros em um contexto socioespacial. Moda é mais amplamente relacionada aos produtos de vestuário, no entanto engloba ainda sapatos, joias, acessórios, dentre outras tipologias de artefato.

Desde que as roupas representam uma grande parcela de presença na construção das relações intersociais humanas, por vezes sendo o que é primeiramente percebido nessa troca de informação, pode ser usada para veicular mensagens e passar ideias que seu usuário deseje. Assim, isso faz com que as roupas sejam usadas como uma forma de linguagem, permeada por signos e códigos que são compreendidos e decodificados de formas completamente distintas quando se recorta um contexto cultural, um período temporal ou, quiçá, uma localização geográfica (JONES, 2005). Pode-se mencionar como exemplo o fato de que transculturalmente, uma ideia que se tem acerca da palavra *blusa* não irá remeter ao mesmo tipo de produto, assim como a sua semântica.

Na etapa criativa do planejamento de produto de moda, os designers costumam levar em consideração os artefatos enquanto artigos passíveis de veiculação de mensagens significativas. Por isso, principalmente nas fases pré-projetuais, é comum a prática de selecionar temáticas para representar ideias e “contar a história” da coleção em desenvolvimento. A coleção de moda é caracterizada por Rech (2002, p. 68) como o “conjunto de produtos, com harmonia do ponto de vista estético ou comercial, cuja fabricação e entrega são previstas para determinadas épocas dos anos”. Nas etapas projetuais, após a definição do tema, segue-se para a construção de painéis imagéticos que servirão como representação visual para explicar quais mensagens se quer passar enquanto objeto da comunicação (SANCHES, 2012).

A partir desses painéis imagéticos mencionados por Sanches (2012), a próxima fase constitui em extrair os elementos plásticos, que servem para configurar a forma dos produtos. Referem-se a sua qualidade estética. É nesse ponto que reside a importância em desenvolver bem essas sínteses visuais imagéticas. Nesse sentido, Sanches e Martins (2015, p. 112) ressaltam que esta etapa é importante “uma vez que as representações esquemáticas facilitam a visão panorâmica e a reflexão sobre o processo, estimulando cada sujeito a coordenar seu domínio de ação sob o mesmo foco”. Assim, os elementos e princípios da linguagem visual são determinados e aplicados aos artefatos de moda, fazendo com que sua construção visual se correlacione com o seu consumidor através das mensagens visuais codificadas no produto, elaboradas com base no conceito gerador.

Essa pesquisa lida justamente com a compreensão do processo de design e

planejamento de produto, especialmente no que se refere as definições dos elementos sintáticos, com relação à sua construção, e semânticos, discutindo o desenvolvimento de significados, que configuram o eixo central do conceito gerador de uma coleção de moda. Por isso, busca-se reconstruir o processo criativo de um grupo de designers, com foco em entender o processo prático-conceitual trilhado e compará-lo com o seu resultado final. Jones (2005, p. 99) diz que “os conhecimentos dos elementos e princípios do design também vai ajudá-lo a avaliar os pontos fortes de outros estilistas”, Lobach (2001 [1976], p. 161) complementa que “os elementos configurativos considerados separadamente têm pouca importância [...] se os mesmos elementos forem juntados de outra forma passam a ter um novo significado”. Assim, pauta-se a justificativa dessa pesquisa em entender como esses elementos são extraídos e rearranjados para moldar significações, representações e interpretações.

Com base nessa discussão, o objetivo central do presente artigo é entender qual o impacto que a síntese imagética, delimitada através do painel semântico, acarreta na definição dos elementos sintáticos e semânticos que configuram os artefatos de vestuário de uma coleção de moda com relação ao seu conceito gerador. Para isso, toma-se como base uma análise desenvolvida a partir do processo de conceituação da coleção de moda vencedora do terceiro lugar do Concurso dos Novos 2019, do Dragão Fashion Brasil, produzida por um grupo de alunos do curso de moda da Universidade de Fortaleza.

## **2. Fundamentação Teórica**

As discussões teóricas que abarcam o trabalho serão trazidas a seguir através de três subtópicos. O primeiro, versa sobre como os produtos de vestuário podem comunicar mensagem através da sua visualidade. Nessa seção, o conteúdo adentra as dinâmicas sociais do dia a dia; em seguida, disserta-se sobre o papel dos painéis de síntese imagética no processo criativo de vestuário, destacando sua recorrência e relevância no processo de desenvolvimento dos produtos de moda; por fim, discute-se sobre a codificação dos elementos da linguagem visual na configuração dos produtos de moda que compõem a coleção.

### **2.1. Vestuário como Linguagem**

As dinâmicas e interações sociais que tomam palco no dia a dia são mediadas por signos icônicos, indiciais e simbólicos que transpõem informações e comunicam mensagens dotadas de um grande poder de conteúdo aos seus interlocutores. Consequência da Era da Informação, Rafael Cardoso introduz que (2012, p. 59) “Sendo as aparências dos objetos carregadas de significados, isso quer dizer que todo artefato material é também comunicação, informação, signo”. O desenvolvimento dessas redes de relações acontece por meio do ambiente inserido, da interpessoalidade e, mais exponencialmente, dos artefatos que adornam o meio cotidiano e se difundem como objetos pertencentes ao meio social. O autor supracitado completa seu pensamento, trazendo que “nenhuma cadeira pode ser apenas uma cadeira. Ela é uma cadeira específica, dentro de uma gama de possibilidades, e carrega informações sobre estilo, procedência, valor, uso, e assim por diante”. Assim, entre uma gama de produtos, cada um foi escolhido para aquele lugar, por trazer uma ideia em sua forma e veicular uma mensagem que agrege ou se manifesta quando posta dentro daquele contexto específico.

A moda, então, adentra nesse meio como uma forma de representar os indivíduos em sua particularidade nessas interrelações sociais comentadas anteriormente, ao mesmo tempo,

caracterizando-se dentro de grupos, partindo do princípio da imitação-diferenciação como origem do interesse pelo desenvolvimento da moda. Lipovetsky (2009 [1989]) explica que a moda serve como uma representação visual da época, da cultura e da sociedade em que se insere. Jones (2005, p. 34) vai exatamente de encontro à essa ideia ao trazer que “um exame da história da moda e dos usos e costumes dos diferentes países revela que todas as sociedades, das mais primitivas às mais sofisticadas, usam roupas e ornamentos para transmitir informações sociais e pessoais”. Dessa forma, torna-se possível observar os produtos que foram produzidas em tal período e, através disso, reconstruir o modo como essa cultura se enxergava e traduziam suas dinâmicas, especialmente no que se refere à sua cultura de moda (MENDES; SANTOS, 2017).

Roland Barthes (2009 [1967]) foi um dos principais autores a aferir sobre esse tópico, discorrendo sobre como o vestuário se torna ferramenta de inferência no ambiente socioespacial, principalmente no que diz respeito à troca de informações e potencialização do compartilhamento de códigos simbólicos, transpassando sua existência à cultura material e desenvolvendo códigos de vestimentas representativos até mesmo para caracterizar a existência de grupos sociais. Nesse mesmo sentido, Castilho (2004) indica que o vestuário é uma forma de linguagem silenciosa, guiada por signos principalmente não-verbais, em que, no entanto, torna-se chave para um grande universo de possibilidades de comunicação. Como exemplo, cita-se nesse contexto o uso de uma camisa básica atrelada a um projeto cromático específico, sejam estes vermelho ou verde e amarelo, associando essa ideia como manifestação social de apoio não-verbalizado à partidos políticos.

Uma comparação exponente na história das investigações do vestuário e da indumentária foi desenvolvida por Miller (2016), que pesquisou sobre as marcas deixadas pela moda em quatro países distintos.

Em Trinidad, as pessoas usam roupas para descobrir quem são naquele momento particular do tempo. Na Índia, a experiência de ser mulher é diferente, considerando que se espera que a pessoa mude constantemente de aparência em função de cada circunstância. Em Madri, a indumentária ajudou a preservar o ideal cosmológico da cidade como centro da civilização. E descobriu-se que, em Londres, ela é uma fonte de ansiedade precisamente pelo aumento da pressão sobre os indivíduos para exprimir a si próprios, combinado à dificuldade crescente de a pessoa determinar seu próprio gosto individual. (MILLER, 2016, p. 63).

Esse uso da roupa como forma de exprimir sua identidade, de denotar a sua subjetividade, varia de cultura a cultura, assim, cada uma tomando a moda para si e a utilizando de sua própria maneira como uma forma de linguagem. No desenvolvimento industrial e manufaturado de moda, existem dois meios principais de produção: alta costura, aquela produzida de forma exclusiva e sob medida; e, prêt-à-porter, também denominado de roupa pronta-para-vestir, que compreende aquelas que são desenvolvidas para um grupo potencial de consumidores e produzidas em uma maior escala e de forma não-exclusiva (TREPTOW, 2013; POSNER, 2015).

Nesse entremeio, enfoca-se em mais duas nomenclaturas primordiais para essa pesquisa e que são amplamente utilizadas na prática para o discorrer sobre os tipos de vestuários: o vestuário comercial e o vestuário conceitual. A primeira delas possui foco em vender realmente o produto, isto é, trazendo uma maior importância às funções estéticas e práticas; por outro lado, o vestuário conceitual, pensando em veicular muito mais a ideia por trás do conceito gerador da coleção de moda, enfatiza sua função simbólica e traz uma

aproximação com as artes conceituais (RUIZ, 2007). Basso (2014, p. 26) explica que “A moda conceitual é marcada por experimentações e metáforas, que quebram os códigos formais tanto do vestuário quanto do desfile”. Sua principal função é especialmente de chocar seus espectadores, através da quebra de paradigmas, trazendo inversões de valores e veiculando uma mensagem através do uso inesperado dos elementos formais dos artefatos.

Alguns dos principais trabalhos desenvolvidos na chamada moda conceitual foram as coleções produzidas por Alexander McQueen, onde o estilista uniu diversas vezes a performance artística com os produtos de vestuário e lançou algumas das mais memoráveis e marcantes coleções na história da moda (Figura 1).

**Figura 1: Moda Conceitual – Alexander McQueen – *Fall 2009 ready-to-wear***



Fonte: <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2009-ready-to-wear/alexander-mcqueen>

Através das discussões trazidas anteriormente, argumenta-se nesse texto que sim, a moda, mais especificamente o vestuário, é uma forma de linguagem que gera significados e vai muito além do simples ato de cobrir o corpo. Apoiada nessa construção estético-simbólica de cunho visual, as pessoas significam e interpretam umas às outras e geram textos não-verbais que acarretam em inúmeras possibilidades de compreensão Flusser (2007, p. 55) fala que “Estamos cada vez menos interessados em possuir coisas e cada vez mais querendo consumir informações”. Por isso, o uso sociocultural do vestuário demonstra ser extremamente estético-simbólico na atualidade, visto que o enfoque nessas funções tendeu, através dos anos, a superar a função prática que o vestuário denotava em seu surgimento e até por pelo menos meados da Idade Média.

## **2.2. As Sínteses Imagéticas no Processo Criativo de Vestuário**

O processo criativo em design de moda é muito semelhante ao que acontece com outras modalidades de Design, visto que partem de um mesmo princípio teórico-prático, e que a

moda difundiu suas práticas projetuais a partir do design geral, passando por etapas que vão desde a pesquisa primária à prototipia, do marketing à comercialização. Treptow (2013, p. 89) explica que “alguns autores adaptam, para o planejamento de coleção, as etapas do processo criativo do design em geral”, estas etapas, como conclui a autora, compreende quatro fases e são divididas entre “planejamento, geração de alternativas, avaliação e detalhamento, e produção”.

Apesar de bem delimitado na literatura existente, na prática, alguns designers de moda traduzem essas etapas para o seu cotidiano de maneira muito empírica e intuitiva, começando sempre pela delimitação de uma temática que guiará o conceito gerador e os demais tópicos do planejamento estético-simbólico da coleção de moda. Treptow (2013, p. 105) também ressalta que “A escolha de um tema para a coleção depende da sensibilidade do designer ou da equipe de criação”. Assim, enxerga-se uma arbitrariedade nessa escolha de tema, visto que depende sistematicamente das inspirações e repertório dos envolvidos no trabalho, tratando de uma questão subjetiva. Jones (2005, p. 170) complementa que “Para buscar inspirações o estilista precisa manter olhos e ouvidos abertos [...] e acima de tudo observar as pessoas e absorver as sutis mudanças estéticas que acontecem na sociedade”. A construção de uma bagagem cultural é um fator delimitante para a seleção de temas que estejam à frente de seu tempo e se diferencie das demais marcas, tornando-se um objetivo especial de desempenho.

Ainda dentro do processo criativo, que vem da sequência da etapa de seleção do tema e inspiração, é muito comum a construção de painéis imagéticos que irão auxiliar tanto na construção estética do projeto e da compreensão macro da visão do designer sobre a coleção, quanto na compreensão das aspirações que são projetadas pelo público consumidor. Renfrew e Renfrew (2010, p. 17) explicam que, após, a definição da temática conceitual geradora é apresentada através do uso de “imagens e desenhos em painéis de inspiração ou conceituais, bem como roupas, amostras de tecidos [...] elementos que podem ser peças-chave para a nova coleção”. A partir dessas inferências, fica clara a importância dos painéis de síntese imagética no processo de conceituação, ou seja, na transposição das ideias em forma de mensagens do designer, enquanto desenvolvedor de produto e codificador de linguagem visual para o seu público.

Com base nesse contexto, adentra-se com especial atenção aos estudos de Maria Celeste de Fátima Sanches (2010; 2015), pesquisadora responsável pelo atual desenvolvimento da área da sintaxe da linguagem visual em produtos de moda, cujas pesquisas, buscou em alguns momentos, discutir sobre a presença no planejamento formal da síntese imagética como importante ferramenta para delimitar as qualidades visuais dos produtos de vestuário. Sobre isso, Sanches e Martins (2015) discutem que “Apesar da pesquisa de imagens já ser algo muito explorado nas indústrias de moda [...] a sua utilização no campo profissional do designer de moda ainda é muito empírica e instintiva”. Pode-se deduzir assim que, apesar de ser uma das mais importantes e recorrentes ferramentas utilizadas no planejamento de produto, a construção desses painéis imagéticos não costumam possuir diretrizes formais de elaboração, compreendendo que ocorrem puramente pela experiência prática do designer ou da equipe.

Baxter (1998, p. 190) aborda que “Os produtos devem ser projetados para transmitir certos sentimentos e emoções. Mas, como consegui-lo? Isso pode ser conseguido construindo-se diversos painéis de imagens visuais”. Tendo isso em mente, Sanches e Martins (2015) expõem os principais tipos de painéis imagéticos utilizados pelos designers em suas atividades práticas para a definição das diretrizes de estético-visuais das coleções de moda

desenvolvidas.

Pode-se citar, inicialmente, o a) painel de estilo de vida, compreendendo a junção de imagens que remeta a vida cotidiana do seu público-alvo consumidor; b) *moodboard*, dizendo respeito ao código de linguagem e como o usuário se comporta quando observado em seu próprio ambiente c) painel semântico, também chamado de painel de expressão do produto, representa a sensação subjetiva que o produto carregará, assim como define seus elementos visuais expressivos; d) painel de tema visual, resgate de imagens de produtos com informação visual semelhantes ao desenvolvido; e) diário fotográfico, é definido a partir de uma observação fotográfica aprofundada e sequencial de um tema específico do universo do consumidor; e, por fim, f) mapa conceitual, ferramenta que auxilia especialmente na etapa de definição conceitual do tema (SANCHES; MARTINS, 2015). A Figura 2, a seguir, expõe a relação teórico-conceitual de cada um dos tipos de painéis de sínteses imagéticas e, como estes, por sua vez, relacionam-se aos respectivos tipos de aplicação.

Figura 2: A Conduta Projetual e as Ferramentas de Comunicação Imagética no Design de Moda

Pesquisa	Foco das Ações		Ferramentas Imagéticas	
Universo/Usuário	DELIMITAR	Contextualizar Especificar Diretrizes	INTERPRETAR DECODIFICAR	Diário Fotográfico
Universo/corporativo- produtivo				Painel de Estilo de Vida
Tendências socioculturais Conteúdo de moda				Mood Board de Marca Painel de Tendências
Diretrizes de utilidade, adaptação e percepção	GERAR	Conceituar Experimental possibilidades de conexão	COMPOR CODIFICAR	Mapa Conceitual
Conceitos de configuração				Painel de Tema Visual Painel Semântico Registro Fotográfico de Geração Tridimensional Esboços e Croquis
Detalhes de Configuração	AVALIAR IMPLANTAR	Depurar Avaliar eficácia das interações	TRANSPOR	Registro fotográfico de experiências de uso Plano de Coleção Desenhos Técnicos

Fonte: Sanches e Martins (2015)

Dentre os tipos de painéis mencionados, nessa pesquisa, ressalta-se a importância do painel semântico, à medida que, além de ser a ferramenta mais amplamente utilizada pelos designers de moda no projeto de produto, ainda se configura como a mais importante na delimitação dos elementos sintáticos e semânticos, consonante e pertinente com a temática abordada nesta pesquisa. O painel semântico traduz visualmente uma inspiração conceitual, à

medida que Baxter (1998) explica que “Ela representa a emoção que o produto transmite, ao primeiro olhar”. Na Figura 3, a seguir, pode-se visualizar um exemplo do que seria a passagem da síntese imagética através do painel semântico para o desenho final de uma coleção de vestuário conceitual.

Finalmente, como pode ser observado na figura acima, unido às informações apresentadas na Figura 2, considera-se que o painel semântico auxilia sumariamente na codificação do produto e serve para definir conceitos configurativos, sendo assim, constitui-se e justifica-se como uma importante ferramenta a ser considerada durante o processo de análise desta corrente pesquisa.

**Figura 3: Exemplo básico de transição de painel semântico para coleção de moda**



Fonte: <https://www.behance.net/gallery/78201071/Beca-No-Litoral-Colecao-de-Moda>

### 2.3. A Linguagem Visual no Design De Moda

Para a construção de produtos de moda, estes seguem sendo visualmente configurados a partir de uma série de elementos e princípios que servirão como um guia para que o consumidor-observador o codifique e o leia assertivamente em seu processo de interação usuário-produto. Jones (2005, p. 99) explica que “Criar é uma questão de misturar elementos conhecidos de uma maneira nova e estimulante para gerar combinações e produtos diferentes”. Considerando o fator de que as pessoas são facilmente atraídas por elementos visuais, discutido através da ideia do alfabetismo visual que se difunde na sociedade contemporânea, como ressaltado por Dondis (2007), planejar a entrega efetiva de uma mensagem projetual pode ser um diferencial no desenvolvimento de um produto.

Com isso mente, discute-se nos princípios vigentes da dimensão semiótica do design, um dos principais tópicos trazidos por autores como Lucy Niemeyer (2003) e Gomes Filho (2008). Essa teoria semiótica se pauta nos tratados de Charles William Morris, e enxerga a partir de uma tricotomia: sintática, semântica e pragmática. Segundo Niemeyer (2003), essas dimensões podem ser visualizadas dentro do design como: a) sintática, abarca-se discussões sobre a configuração visual do próprio objeto em si, isto é, quais elementos compõem sua formação e como estes se relacionam; b) semântica, compreende o significado do produto, sua dimensão representacional; c) pragmática, fazendo referência ao seu uso, isto é, sua relação com o usuário, podendo ser social, prático ou estético; por fim, autora supracitada acrescenta a dimensão d) material, observando questões de ordem principalmente técnica,

como matéria-prima de construção, tecnologias, princípios ergonômicos, dentre outros.

Neste trabalho, ressalta-se a importância de conduzir a análise com foco nas dimensões sintáticas, pois visa identificar suas partes configurativas, possibilitando uma comparação com o painel imagético e, a dimensão semântica, identificando como estes se relacionam com o conceito gerador previamente delimitado.

De forma mais aprofundada, esses elementos que configuram a linguagem visual são trazidos por Dondis (2007, p. 22) que define como importante “reconhecer que tudo o que vemos e criamos compõe-se dos elementos visuais básicos que representam a força visual estrutural, de enorme importância para o significado”. Assim, faz-se importante entender que todos os acontecimentos visuais, são formas dotadas de conteúdo, “o conteúdo é extremamente influenciado pela importância das partes constitutivas”. Para que essas mensagens visuais sejam transmitidas para seus observadores, em suas estruturas, o planejamento visual acontece por meio desses elementos que se influenciam mutuamente em uma composição e, mesmo que destituídos em um processo analítico, devem especialmente ser analisados através do ponto de vista de uma correlação.

Na pesquisa de doutorado da Profa. Dra. Nathalie Barros da Mota Silveira, em uma das etapas, a pesquisadora desenvolveu quadros que resumem as definições teóricas para cada um desses elementos tomando como base a perspectiva dos principais e mais pertinentes autores da área, tal como Leborg (2015), Ching (2013), Wong (2010), Gomes Filho (2009), Dondis (2007), Lupton (2008), Kandinsky (2006) e Hannah (2015). Em seguida, como pode ser visto na Figura 4, abaixo, a autora ainda desenvolve uma classificação que sintetiza todos os elementos sob um mesmo parâmetro de nomenclaturas e importância.

Figura 4: Taxonomia da gramática visual da forma



Fonte: Silveira (2018)

Nesse quadro taxonômico, Silveira (2018, p. 94) sintetiza e explora a relação existente entre os níveis de configuração de um elemento visual em um artefato fruto do processo de design, “inicia com os elementos e relações mais elementares, localizados no centro do círculo,

e vão crescendo em complexidade e abrangência à medida que se aproximam das extremidades”.

Na moda, os principais elementos delimitados da sintaxe visual são explicados por Sanches (2010, p. 69) como “mercado (ciclos de moda e tendências de consumo), empresa (recursos disponíveis e posicionamento estratégico) e público-alvo (perfil corpóreo e estilo de vida”, a especificação efetiva de cada um desses elementos, fará com que haja um impacto na construção formal da sintaxe visual dos produtos de moda, visto que será necessário desenvolver com base em especificações técnico-conceituais.

Treptow (2013) ressalta e é apoiada por Jones (2005) ao explicar que os principais elementos quando em se tratando de produtos de moda são a linha, a cor, a textura, a padronagem, a silhueta e a forma, ou seja, quase todos aqueles denominados de elementos básicos. Esses elementos organizados à mercê das necessidades dos designers, por meio do que se denomina de princípios do design, onde Treptow (2013, p. 129) explica ser “a principal ferramenta para dirigir o foco de atenção em uma criação de moda”. No Quadro 1, a seguir, está delimitado todos os elementos e princípios do design definidos por autores específicos da área da moda, como Treptow (2013) e Jones (2005).

**Quadro 1: Elementos e princípios da linguagem visual no design de moda**

JONES (2005)		TREPTOW (2013)	
Elementos do design	Princípios do design	Elementos do design	Princípios do design
Silhuetas, linha e textura	Repetição, ritmo, gradação, radiação, contraste, harmonia, equilíbrio, proporção e sensação corporal	Linha, cor, textura, padronagem, silhueta e forma	Repetição, ritmo, gradação, radiação, contraste, harmonia, equilíbrio e proporção

Fonte: Elaborado pelos autores com base em Jones (2005) e Treptow (2013)

Por fim, Treptow (2013) complementa trazendo o importante conceito de elemento de estilo, identificando que uma coleção de moda deve ter uma unidade visual e, que isso é desenvolvimento por meio de detalhes que remetem à temática trabalhada e que se repetem através da coleção, com algumas variações de um modelo para o outro. Para se ler analiticamente uma coleção de moda, faz-se necessário compreender cada uma dessas partes e como se comportam quando observadas em um todo e, ainda, quando relacionada a um conceito gerador.

### 3. Métodos e Técnicas

A pesquisa é classificada, quanto à sua natureza, como aplicada, à proporção que busca discutir pontos que podem ser reaproveitados de maneira prática no processo criativo de produtos de moda. Os seus objetivos são exploratórios de abordagem predominantemente qualitativa (GIL, 2008; MURATOVSKY, 2016). Com relação ao tipo de estudo, caracteriza-se

como um estudo de caso, por se tratar de uma apreciação aprofundada de um único objeto de estudo.

No que se refere ao objeto de estudo, este se trata da coleção de moda 'Terral', composta por 8 *looks* e apresentada pela equipe da Universidade de Fortaleza (Unifor), no Concurso dos Novos 2019, do evento de moda nacional, Dragão Fashion Brasil. Sua escolha é justificada através da noção que a coleção foi vencedora do 2º lugar do concurso, seu material completo, incluindo painel semântico, foi disponibilizado ao pesquisador-autor desse artigo através de contato informal com a equipe de designers envolvida.

Com relação ao roteiro de análise visual, este compreende um resumo dos métodos e princípios propostos por autores referência como a) Sanches (2016), ao falar sobre os elementos delimitadores da sintaxe da forma em produtos de moda; b) Gomes Filho (2008), ao analisar semanticamente os elementos sintáticos em uma composição; c) Joly (1994), ao propor discussões sobre a análise de imagens; d) Silveira (2018), com seu método de análise da forma de artefatos tridimensionais; e) Niemeyer (2003), indicando as dimensões sintática, semântica, pragmática e a do material; e, f) Emerenciano (2015), ao propor um método que analisa a linguagem visual de produtos de vestuário com valor de moda, também ressaltando a importância de se atentar à dimensão técnico-material da composição. Ainda, também é trazido Jones (2005) e Treptow (2013), para subsidiar a construção das discussões sobre moda e linguagem visual.

Por fim, o referido roteiro que será trazido para esse trabalho, trata-se de uma conjunção sistemática de duas partes: I) análise da coleção de vestuário, trazendo seu delineamento técnico e a análise dos elementos sintáticos e semânticos; e, II) análise dos elementos presentes no painel semântico, correlacionando especialmente com a coleção de vestuário que faz parte do *corpus* do trabalho (Figura 5).

Figura 5: Representação gráfica do roteiro de análise visual



Fonte: Elaborado pelos autores com base nas pesquisas realizadas

Ao seguir o roteiro acima, consegue-se identificar a relação existente entre coleção de moda e painel semântico, pois permite uma discussão detalhada, bem como uma correlação, de todas as partes que constituem a configuração estético-simbólico dos produtos analisados, desde um breve posicionamento temporal através de uma ficha técnica resumida ao entendimento de como a significação e representação foi transposta em elemento visual e este extraído do painel semântico original.

#### 4. Discussões e Resultados

O Dragão Fashion Brasil é um evento de moda brasileiro que acontece anualmente na cidade de Fortaleza, no estado do Ceará. Reúne designers famosos desfilando coleções desde 1999. Mais à frente, no ano de 2001, começou a acontecer o Concurso dos Novos, uma subdivisão do evento que define uma temática e seleciona cerca de 8 escolas de moda pelo Brasil para apresentar suas criações e concorrer a um prêmio em dinheiro direcionado ao vencedor do primeiro lugar.

No ano de 2019, a temática delimitada para as escolas compreendia “criatividade é a nossa praia”. Os organizadores do concurso expressam através do edital lançado para o ano de 2019 que, “O desafio, portanto, é ir além dos estereótipos relacionados à beira do mar: é extrapolar os códigos, subverter os ícones e nos transportar para um universo criativo em que “a praia” ocupe o lugar simbólico dos portos de saída e chegada” (DFB HOUSE, 2019, p. 4). A coleção da equipe da Universidade de Fortaleza (Unifor), conquistou o 2º lugar no Concurso dos Novos do referido ano (Figura 6).

Figura 6: Coleção de moda Terral e análise visual



Fonte: Elaborado pelos autores com base em DFB House (<http://www.dfhouse.com.br/gallery/concurso-dos-novos-unifor/>)

A cartela de cores apresentada na imagem acima foi recriada por meio de *softwares* de detecção de cores disponíveis virtualmente, tendo em vista que a cartela de cores original da

coleção não foi disponibilizada publicamente pelos organizadores do concurso, nem pelo grupo de designers envolvidos. Pôde-se perceber uma grande presença de matizes frios dominando a composição, assim como seguido por cores quentes. Em seguida, no Quadro 2, será exposta a análise da coleção de moda através da primeira etapa do roteiro proposto anteriormente.

#### Quadro 2: Análise da linguagem visual de coleção de vestuário

##### DELINEAMENTO TÉCNICO

**Nome:** Terral;

**Tipo de coleção:** Conceitual;

**Ano e local:** 2019 e Fortaleza, Ceará, Brasil;

**Conceito base:** Praia.

##### ANÁLISE DO NÍVEL SINTÁTICO E DA SINTAXE DA FORMA

- **Caracterize os seguintes itens que influenciam na construção da sintaxe da dimensão formal da coleção de vestuário: material e tecnologia; anatomia corpórea; códigos sociais; e, conteúdos expressivos.**

Algodão, brim, couro, tela feita a partir de rede furada, corda estragada, isopor e lonas. Aplicações de tipologias artesanais, como bordado, macramê e crochê. Todos as peças foram confeccionadas a partir do padrão antropométrico de medidas 38, socilitado pelo próprio edital do concurso, número comumente utilizado pelas modelos que desfilarão os looks, assim se deve atentar para que os elementos sintáticos façam juz à corpos que vistam esse pré-determinado padrão, de modo que se torna impossibilitado de explorar e configurar silhuetas corpóreas em produtos de vestuário que sejam de pessoas mais gordas, influenciando ainda na construção conceitual, que deve sempre fazer respeito ao corpo magro. A coleção está inserida nos códigos sociais brasileiros, lançada e fazendo referência ao período pós-moderno, mais especificamente dentro da região Nordeste, no estado do Ceará, identificando que possui uma responsabilidade social-local no nível de não debater temas que sejam sensíveis de maneira desrespeitosa para aquele ambiente em específico. Com relação aos conteúdos expressivos, o conjunto de peças versou significatvamente sobre os pescadores e jangadeiros cearenses, aproveitando a oportunidade ainda para agregar uma homenagem à música Terral, do cantor Ednardo, que serviu como inspiração central para o nome da coleção de moda.

- **Quais elementos e princípios do design formam a composição da dimensão plástica? E como esses elementos influenciam na percepção da forma?**

Para a entrega da mensagem, os designers se apoiam principalmente em elementos básicos tal como ponto conceitual, através do direcionamento do olhar em cada um dos *looks* para um dos pontos específicos, como pode observar que cada um dos *looks* possui dois elementos centrais de destaque em sua estrutura; linha, gerando pontos assimétricos e simétricos; e, plano, através do delineamento da forma dos artefatos. Além, também se apoiou majoritadamente nas cores, gerando uma identificação automática com a ideia de praia; nas texturas, gerando uma

complexidade visual, trazendo redes de pesca, cordas e uma junção de elementos, que traduzem na configuração final em uma textura conhecidamente rústica; e, vindo ainda com padonagens desenvolvidas através do degradê de cores que remetem ao pôr-do-sol. Estes também se configuram como os principais elementos de estilo da coleção de moda.

Fonte: Elaborado pelos autores

Através disso, conseguiu-se decodificar a dimensão estético-simbólico da coleção de moda, compreendendo sistematicamente quais elementos, também de caráter técnico-prático, influencia na construção final da forma configurada, visto que questões como tecnologias, materiais e qualidades antropométricas resultarão na necessidade de alterar determinado grupos de elementos sintáticos de uma composição. Na Figura 7, a seguir, é finalmente exposto o painel semântico enviado pelos designers que participaram do desenvolvimento da coleção Terral, bem como uma breve análise visual, com ênfase nas texturas, padronagens, linhas e cores que formam o acordo visual, onde a cartela de cores também extraída por meio de *software* disponível virtualmente.

Figura 7: Painel semântico da coleção de moda Terral e análise visual



Fonte: Elaborado pelo autor com base em DFB House (<http://www.dfhouse.com.br/gallery/concurso-dos-novos-unifor/>)

No Quadro 3, a seguir, encontra-se detalhado a análise visual através da segunda etapa do roteiro mencionado no tópico metodológico.

Quadro 3: Análise da linguagem visual do painel semântico

#### DELINEAMENTO TÉCNICO-CONCEITUAL

- Qual o nível de complexidade visual das referências do painel semântico

---

### **desenvolvido?**

Baixo. As referências imagéticas coletadas são diretas e facilmente compreendidas, visto que tratam de arquétipos comuns de pescadores, bem como elementos que lembram automaticamente o contexto existente sobre os mares e o sol. Assim, identifica-se que as imagens coletadas pelos designers representam fielmente a ideia do conceito gerador escolhido, não sendo uma relação lúdica e arbitrária.

- **Quais elementos que compõem a sintaxe visual da coleção partiram do painel semântico? Caracterize esses elementos plásticos e justifique com base na construção estético-visual da coleção.**

É possível observar uma alta relação entre o projeto cromático da coleção de moda e as cores delimitadas no painel semântico, visto que os designers buscaram trazer referências que lembrem ao mesmo tempo os pescadores cearenses e se mantivesse fiel ao conceito comum que se tem sobre cores que remetem à ideia de praia, por esse motivo as escolhas de matizes azulados, amarelados e alaranjados. Além disso, também foi possível observar uma forte relação entre a seleção de texturas a partir do painel semântico, onde os designers se ativeram a exemplificar majoritariamente a aplicação das cordas e as redes de pescas. Por fim, também se identificou a construção da padronagem presente na coleção com base em imagens do painel semântico, sendo estas: o pôr-do-sol mencionado, transposto à coleção através de um degradê de cores projetados nos tecidos, onde estes tendem a formar uma imagem visual que vai desde o amarelo puro ao vermelho, esquematizado a partir de tecidos recordados que formam uma composição.

### **ANÁLISE DO NÍVEL SEMÂNTICO**

- **Quais os significados desses elementos dentro do conceito gerador da coleção de moda analisada?**

Como comentado brevemente em tópicos anteriores, os elementos sintáticos foram planejados para servirem de projeção ao conceito gerador de praia e, mais especificamente, os pescadores cearenses. Dessa forma, as cores servem para remeter tanto à ideia generalizada da cor azul do mar, quanto para mencionar o por do sol que adorna as praias, mais especificamente a do Murucipe e a Praia-do-Futuro, tratada na coleção; assim como também foi construído através da padronagem, o branco também foi usado para representar as redes de pescas, e o marrom lembra a ligação do tema com a terra. As texturas, tratam simbolicamente da representação resignificada dos materiais que circundam a vida do pescador, indo desde as redes de pescas às lonas usadas nos barcos à vela. Para complementar, os próprios designers indicam que o uso de tecidos simples, como algodão, serve para refletir a alma simples do povo pescador. As silhuetas amplas e volumosas configuradas através de cinturas marcadas e o que os designers denominaram de ombros aprisionados, fazendo referência às telas usadas nas construções das mangas, ainda misturando parâmetros simétricos e assimétricos em cores, texturas e linhas, servem para representar a dualidade histórica vivida pelos pescados e os conflitos existentes na atualidade. Dessa maneira, apesar do resgate de uma temática que beira o rústico, visto que é um trabalho que desponta em períodos antigos, a abordagem trazida pelo

---

grupo de designers pode ser lida como futurista e *avant gard*, visto que se apropria de elementos assimétricos e objetos da pós-modernidade que foge dos padrões da estética anacrônica que se conhece no imaginário popular contemporâneo, no entanto, a escolha de cores traduz e confirma essa busca pela essência de praia e da homenagem às paisagens em que se depara os pescadores em seu dia a dia.

---

Fonte: Elaborado pelos autores

De maneira geral, traçou-se um paralelo entre os dois materiais, identificando uma alta relação, podendo inclusive deduzir e afirmar que o painel semântico serve como principal síntese imagética no processo criativo, à medida que serve como figura que desponta na delimitação do conceito temático que servirá como aporte visual, impactando toda a coleção de moda. Bolsok e Sanches (2014, p. 3) explicam sobre o painel semântico que é importante para “extrair os elementos visuais estético-simbólicos contidos no painel, transpondo tais atributos para a configuração do produto de moda, gera a essência do estilo”. Confirma-se através dessa análise a participação efetiva da ferramenta no processo criativo, sendo de maneira empírica como sistematizada.

## 5. Considerações Finais

Nas etapas criativas de uma coleção de moda, os designers trabalham com o desenvolvimento de painéis imagéticos que lhe auxiliarão a comunicar uma determinada ideia de maneira mais clara para todo o grupo, bem como para seus futuros consumidores. Por isso, esse trabalho teve como objetivo entender qual a relação entre painel semântico e elementos sintáticos e semânticos da linguagem visual de uma coleção de moda. Para atingir esses fins, desenvolveu-se um roteiro de análise visual com base nas teorias dos principais autores da área e discutiu como estudo de caso uma coleção de vestuário vencedora do terceiro lugar de um concurso de moda brasileiro, o Dragão Fashion Brasil, maior da América Latina.

A partir disso, conseguiu-se identificar a importância do painel semântico na delimitação de elementos sintáticos, principalmente no que se referiu a determinação do projeto cromático, o uso de texturas e as justificativas com embasamento na temática conceitual selecionada para discutir por meio dos produtos de vestuário. Considerando esse material, enxerga-se e reconstrói todo o caminho pelo qual o grupo de designers optou por trilhar, compreendendo sistematicamente os modos individuais de se desenvolver produtos, em que são por vezes considerados de caráter estritamente empírico e intuitivo, sendo importante, então, vislumbrar como cada grupo desenvolve o seu.

Por fim, ressalta-se os objetivos do trabalho como cumpridos, visto que se conseguiu identificar e discutir a relação existente na prática do designer de moda entre painéis imagéticos, com foco no semântico, e coleção de moda. Para futuras pesquisas, indica-se explorar também sobre os demais tipos de painéis, sendo estes principalmente os de estilo de vida do público-consumidor e, como impacta nos elementos sintáticos dos produtos de moda. Também vale a pena mencionar que a mesma pesquisa pode ser aplicada com coleções comerciais, identificando como a limitação da expressão visual do produto não poder ser simplesmente conceitual, em que ponto se altera o painel semântico e, conseqüentemente, a configuração dos elementos sintáticos.

## Referências

- BARTHES, R. **Sistema da moda**. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2009 [1967].
- BASSO, A. T. **A costura do invisível**: uma discussão sobre as fronteiras entre arte e moda na obra de Jum Nakao. 2014. 102 f. Dissertação (Mestrado em Design) - Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2014.
- BAUMAN, Z. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.
- BAXTER, M. **Projeto de produto**: guia prático para o design de novos produtos. 2. ed. São Paulo: Edgard Blucher, 1998.
- BOLSOK, F. C.; SANCHES, M. C. F. Levantamento de técnicas e métodos para a sintaxe visual em projetos de design de moda. In: Congresso Brasileiro de Iniciação Científica em Design e Moda, Caxias do Sul, 30 ago. a 03 set. 2014. **Anais do 10º Colóquio de Moda**. Caxias do Sul: Universidade de Caxias do Sul, 2014. p. 1-4.
- CARDOSO, R. **Design para um mundo complexo**. São Paulo: Cosac Naify, 2012.
- CASTILHO, K. **Moda e linguagem**. São Paulo: Universidade Anhembi Morumbi, 2004.
- DFB HOUSE. **Editais Concurso dos Novos 2019**. Fortaleza, 2019. Disponível em: [www.dfhouse.com.br/wp-content/uploads/2018/11/DFB-Festival---Editais-Concurso-dos-Novos-2019.pdf](http://www.dfhouse.com.br/wp-content/uploads/2018/11/DFB-Festival---Editais-Concurso-dos-Novos-2019.pdf). Acesso em 11 set. 2020.
- DONDIS, D. A. **Sintaxe da Linguagem Visual**. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2007.
- EMERENCIANO, J. W. **Modelo para observação de linguagem visual em produtos de vestuário com valor de moda (PVVM)**. 2011. 160 f. Dissertação (Mestrado) - Centro de Artes e Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2011.
- FLUSSER, V. **O mundo codificado**: por uma filosofia do design e da comunicação. São Paulo: Cosac Naify, 2007.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2002.
- GOMES FILHO, J. **Gestalt do objeto**: sistema de leitura visual da forma. 8. ed. São Paulo: Escrituras Editora, 2008.
- JOLY, M. **Introdução à Análise da Imagem**. 14. ed. São Paulo: Papirus, 2012.
- JONES, S. K. **Fashion Design**: manual do estilista. São Paulo, Cosac Naify, 2005.
- LEBORG, C. **Gramática Visual**. 1.ed. São Paulo: Gustavo Gili, 2015.
- LIPOVETSKY, G. **O Império do Efêmero**: A moda e seus destinos nas sociedades modernas. Tradução de Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia de Bolso, 2009 [1989].
- LÖBACH, B. **Design Industrial**: base para configuração dos produtos industriais. São Paulo: Blucher, 2001.

LUPTON, E.; PHILLIPS, J. C. **Novos Fundamentos do Design**. São Paulo: Cosac Naify, 2008.

MAXIMILIANO, C.; TOMASULO, S. B. O ensino de Moda e a inclusão de deficientes visuais. **Revista E-Tech: Tecnologias para Competitividade Industrial**, ed. 9., v. 6, n. 2, p. 135-164, 2013. Disponível em: <http://etech.sc.senai.br/index.php/edicao01/ar-ticle/view/376>, 2013. Acesso em 08 mai. 2020.

MENDES, L. B.; SANTOS, M. O. Corpo construído: análise dos elementos do design trabalhados em produtos de moda. In: Colóquio de Moda, Bauru, 11 a 5 out. 2017. **Anais do 13º Colóquio de Moda**. Bauru: Universidade do Estado Paulista, 2017. p. 1-15.

MILLER, D. **Trecos, Troços e Coisas**: estudos antropológicos sobre a cultura material. Tradução de Renato Aguiar. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

NIEMEYER, L. **Elementos da semiótica aplicados ao design**. [S.l.]: 2AB,2003.

RENFREW, E.; RENFREW, C. **Fundamentos de design de moda**: desenvolvendo uma coleção. Porto Alegre: Bookman, 2010.

RUIZ, J. M. M. Arte e Moda Conceitual: uma Reflexão Epistemológica. **Revista Cesumar - Ciências Humanas e Sociais Aplicadas**, 2007. v. 12, n. 1, p. 123-134.

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.

SANCHES, M. C. F. Projetando o intangível: as ferramentas da linguagem visual no design de moda. In: LINDEN, J. C. S; MARTINS, R. F.F. 2006 In: MARTINS, R. F. F; LINDEN, J. C. S (org.). **Pelos caminhos do design**: metodologia de projeto. Londrina: EDUEL, 2012. p. 395.

SANCHES, M. C. F.; MARTINS, S. R. M. Projetando mensagens visuais: a contribuição das ferramentas de síntese imagética no design de moda. **Estudos em Design**, v. 23, n. 1, p. 108-117, 2010. Disponível em: [estudosemdesign.emnuvens.com.br/design/article/view/200](http://estudosemdesign.emnuvens.com.br/design/article/view/200). Acesso em 19 ago. 2020.

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.

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

WONG, W. **Princípios de Forma e Desenho**. 2. ed. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2010.