

Desconstruindo looks e coleções
Deconstructing looks

Gisela Costa Pinheiro Monteiro
SENAI CETIQT, Brasil
gmonteiro@cetiqt.senai.br

Sergio Luis Sudsilowsky
SENAI CETIQT, Brasil
ssudsy@cetiqt.senai.br

Resumo: Este artigo relata a experiência da aplicação de um método de análise visual com os alunos do Bacharelado em Design de Moda da Faculdade SENAI CETIQT em seus projetos finais de curso, a fim de “desconstruir” produtos e coleções de marcas e designers existentes a fim de fornecer subsídios para o desenvolvimento do Projeto de Conclusão de Curso (PCC). O uso deste método tem por objetivo comprovar a importância da investigação característica da fase de metaprojeto com a finalidade de auxiliar no processo de criação de coleções de Moda.
Palavras-chave: Design de Moda. Análise visual. Metaprojeto.

Abstract: *This article reports the experience of applying a method of visual analysis in fashion design students projects, made in their final projects in Fashion Design course, at SENAI CETIQT Faculty, in order to "deconstruct" products and collections of existing brands and designers as a resource to develop fashion products. This method is applied to demonstrate the importance of investigation in metaproject phases. The result of these experiments aims to help creating process to design fashion collections.*

Keywords: *Fashion design. Creation. Metaproject.*

INTRODUÇÃO

Este artigo relata a experiência com a aplicação de métodos de análise de imagens como subsídios para o início do processo criativo, desenvolvida na orientação de alunos do Bacharelado em Design de Moda da Faculdade SENAI CETIQT.

Em nossa escola o projeto final é individual e visa o desenvolvimento de uma coleção de produtos cuja matéria-prima fundamental seja têxtil, i. e., desde roupa/vestuário, uniformes, acessórios, cama, mesa e banho, produtos para a casa etc. Ao final do processo, o aluno deverá apresentar seu trabalho para uma banca formada por três pessoas que irá avaliar se o trabalho atende aos requisitos necessários de um projeto em Design que atenda ao mercado e/ou à indústria, focos primordiais do curso e preocupação fundamental do Sistema CNI-Senai¹, nossa entidade mantenedora.

No dia da apresentação, o aluno deverá entregar um documento (monografia ou relatório de projeto), entre quinze e vinte *looks* projetados compondo uma

¹ CNI – Confederação Nacional das Indústrias. SENAI – Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial.

coleção e um protótipo de um desses *looks*, de preferência que seja representativo da coleção desenvolvida. Assim, esse conjunto constitui o Projeto de Conclusão de Curso (ou Projeto Final).

Um dos principais interesses da banca está em compreender o percurso transcorrido pelo aluno, tanto no que diz respeito às metodologias: tanto à científica quanto à projetual. É preciso estar claro quais foram suas motivações e escolhas, e é por este motivo que o documento é entregue impresso para a apreciação de cada um dos três membros da banca, pelo menos uma semana antes da data marcada para a realização da apresentação. Quanto à organização e diagramação do conteúdo, não há uma regra rígida pré-estabelecida, até porque o fato de estarmos em um curso de design faz com que formatos e leiautes diferenciados sejam bastante comuns; de esturruante mesmo resguardamos o fato de que todos os documentos são divididos em duas grandes partes: o metaprojeto e o projeto.

1. METAPROJETO E PROJETO

No artigo *Metaprojeto como modelo projetual*², o designer e pensador do campo Dijon de Moraes define metaprojeto como sendo:

(...) um espaço de reflexão disciplinar e de elaboração dos conteúdos da pesquisa projetual. O metaprojeto nasce da necessidade de uma “plataforma de conhecimentos” (*pack of tools*) que sustenta e orienta a atividade projetual em um cenário fluido de constante mutação. Pelo seu caráter dinâmico, o metaprojeto desponta como um modelo projetual que considera todas as hipóteses possíveis dentro da potencialidade do design, mas que não produz *outputs* como modelo projetual único e soluções técnicas pré-estabelecidas. O metaprojeto, (...) é uma alternativa posta ao design, que contrapõe a metodologia convencional, ao se constituir como espaço de reflexão e suporte ao desenvolvimento do projeto em um cenário mutante e complexo (MORAES, 2010).

² MORAES, Dijon de. Metaprojeto como modelo projetual. In: *Strategic Design Research Journal*. UNISINOS: 62-68 maio-agosto 2010. Disponível em: < <http://www.unisinos.br/sdrj/pdf/86.pdf>>. Acesso em: 05/05/2013.

Falando dessa complexidade característica dos cenários projetuais contemporâneos, ou “fluidez”, como chama o sociólogo polonês Zygmunt Bauman (2003), transpondo tais conceitos para o universo de pesquisas e projetos direcionados para o design de Moda, dada à velocidade cada vez mais vertiginosa em que são trocadas as coleções nas vitrines das lojas, trabalhar bem com o nosso aluno a fase de meta projeto tem demonstrado ser um grande diferencial na proposição de produtos bem definidos, componentes de coleções que vem apresentando resultados cada vez mais superiores. É importante termos a consciência, lembra Dijon de Moraes, que a quase totalidade dos principais *players* da indústria mundial na atualidade – da moda, sobretudo – estão bastante nivelados quanto ao acesso às matérias-primas, capacidade produtiva e acesso à tecnologia, o que tende a resultar numa massificação quase completa dos produtos, inclusive no que diz respeito à características estéticas. O autor continua propondo:

O desafio dos produtores e designers, na atualidade, ao atuarem em cenários mutantes e complexos, deixa de ser o âmbito tecnicista e linear e passa à arena ainda pouco conhecida e decodificada dos atributos intangíveis e imateriais dos bens de produção industrial. (...) Essa complexidade também se caracteriza pela interrelação recorrente entre a abundância das informações hoje facilmente disponíveis e desconectadas. (idem)

Desse modo, faz-se premente que o designer conheça e desenvolva “novas ferramentas e metodologias e novos instrumentos para a compreensão e gestão da complexidade contemporânea”, para que possa se valer da inter/multi/transversalidade que é característica do seu campo profissional, aliando metodologias, práticas e saberes de outras disciplinas.

Assim, entende-se por metaprojeto toda a etapa das pesquisas preliminares que servirão de conteúdo para a criação do projeto (MORAES, p.32, 2010), sobretudo em design, pois essas pesquisas ajudarão a entender a realidade e compor cenários (atuais e/ou futuros), contemplando desde os “agentes e atores sociais” (comprador, usuário, consumidor, *target*, grupo geracional etc.) que se articularão nesses cenários até a cadeia produtiva e o mercado.

No caso específico da Moda, com as devidas variações caso a caso, é na fase de meta projeto que o aluno define as marcas concorrentes e/ou similares com

as quais irá realizar pesquisa para subsidiar o seu desenvolvimento de produto, como também investiga o comportamento do consumidor. Concluindo essa fase, o aluno também pode optar se vai trabalhar ou não com as tendências da estação e com tema de inspiração para a sua coleção.

Ou seja, ao final do metaprojeto o aluno pode construir um quadro/painel/tabela com uma proposta conceitual inovadora, propondo o desenvolvimento de novos produtos, ou uma “análise corretiva”, a partir do “diagnóstico” feito em produtos do mercado.

Já a fase do projeto propriamente dito compreende todas as decisões tomadas para a realização da coleção, desde o conceito à confecção das peças. Em geral, há uma apresentação em forma de *release*. Em seguida, há a apresentação das cartelas de cores, de tecidos, de aviamentos, de beneficiamentos e de estampas. Logo após há a apresentação dos quinze croquis (no mínimo) e seus desdobramentos em fichas de desenvolvimento (fichas técnicas simplificadas). O aluno ainda deverá confeccionar um *look* completo (protótipo ou piloto) e irá colocar no relatório sua descrição detalhada da confecção da(s) peça(s) com sequencia operacional e previsão de custo do protótipo a ser desenvolvido. Preferencialmente, ilustrado com as respectivas fotografias (registro do processo de confecção e ensaio fotográfico).

2 CONSTRUÇÃO

Na passagem das pesquisas de metaprojeto para a criação, os alunos são estimulados a usar diversas ferramentas criativas, sendo a mais popular a Matriz Conceitual, uma espécie de tabela que os auxilia a organizar, de forma prática, os conceitos às suas ideias quanto às cores, matérias-primas e formas (ARAÚJO, 2007). Eles deverão preencher as lacunas da tabela com uma ou mais palavras, estabelecendo livres associações entre as diversas colunas, partindo de elementos chamados “intangíveis” – sensações, sentimentos, impressões etc. – e chegando a elementos “tangíveis” – tecidos, modelagens, recortes etc. (ARAÚJO, 2008). É curioso que, ao final do preenchimento da tabela, ainda não há nenhum croqui elaborado, mas a coleção fica bastante evidente.

A matriz conceitual traz de forma desconstruída todos os conceitos que serão abordados na coleção.

Instrumento para auxiliar o projetista na transformação do conceito do projeto em produtos inovadores. Ela mescla atributos intangíveis, advindos das colagens iconográficas do metaprojeto, com tangíveis, resultando em um mapa de desenvolvimento de produto, com uma série de estímulos de cores, formas e matérias-primas, que serão utilizados em exercícios de criatividade (QUEIROZ & MONTEIRO, 2012).

A aluna Rayane Torres (formanda de 2013/1) propôs, em seu projeto, a implementação de uma linha infantil (feminina adulta) para marca Isabela Capeto. Esta iniciativa está na mesma direção que outras marcas adultas estão tomando. E também porque a designer Isabela Capeto já possui experiências bem sucedidas no ramo infantil, só que assinando para outras marcas.

Rayane identificou características fortes no trabalho da designer e as elegeu como os conceitos intangíveis, São elas: a irreverência, o romantismo e o artesanal (muitas peças feitas à mão). Na tabela 1 pode ser apreciado que para cada conceito intangível foram selecionadas características tangíveis como cores, formas, materiais e superfícies (beneficiamentos e estampas) utilizadas (TORRES, 2013, p. 45).

TANGÍVEL	COR	MATERIAL		FORMA	SUPERFÍCIE (BENEFICIAMENTO / ESTAMPA)
INTANGÍVEL		TECIDOS	AVIAMENTOS		
Irreverente	Laranja, Roxo, Vermelho.	Tecidos com diferenciais, como o cetim cristal amassado.	Bordados, aplicações, zíper, plaquinha de metal de notas musicais, penas em tecido.	Cinturadas, patchwork, pesponto aparente.	Estampa nota musical com listras (digital).
Romântico	Rosa, Lilás.	Fluidos (seda, viscose, renda), tule.	Laços, fitas, flor em tecido, botões (de coração), poá, renda Guipure.	Babados, manga bufante, plissado.	Estampa caixinha de música (digital), Estampa chave cadeado (digital), Plissados.
Artesanal	Amarelo, Azul, Verde.	Áspero (com aplicações)	Pedraria, pérolas, paetês e canutilhos para aplicação, corda de algodão em alças e detalhes.	Alças e decotes bordados, Patchwork.	Estampa poá (Serigrafia).

Tabela 1: Matriz Conceitual da coleção *Minha caixinha de lembranças*, projeto da aluna Rayane Torres.

Fonte: Torres, 2013, p. 129.

A identidade da coleção já está aparente, principalmente porque Rayane optou por uma cartela de cores claras e com muitas variações de tons rosados. E também pelo uso de laços de fita e de estampas com temáticas infantis e delicadas. Os conceitos foram misturados entre si, formando uma o que a mesma batizou de “minicoleção” com 15 *looks* que se coordenam.

Neste artigo ressaltaremos a validade da Matriz Conceitual como ferramenta projetual, uma vez que ela contribui para a organização das pesquisas e ideias dos alunos. O entusiasmo inicial o leva a pensar que tudo o que foi pesquisado é importante e pode ser aproveitado. No entanto, cortes têm que ser feitos ao longo do trabalho. Baxter, diretor do *Design Research Centre*, denomina este processo como “funil de decisões”, afirmando que “os riscos e as incertezas em relação às etapas anteriores vão se reduzindo à medida que se tomam decisões” (Baxter, 2000, p.136). A matriz auxilia o aluno a tomar uma série de decisões importantes.

Como já foi dito e visto, a Matriz Conceitual é representada em forma de tabela e o ideal é que todas as células sejam visitadas antes de começar a projetar a coleção de roupas. Porém não é necessário preencher todas elas. Assim, ela funciona como um guia, indicando quais etapas foram cumpridas e quais ainda estão por fazer.

Para projetar a coleção *Respeitável público: o circo Ringling Bros. and Barnum & Bailey Circus: o maior espetáculo da terra*, a aluna Jacqueline Andrezza Simões da Costa (formanda de 2012/1) dividiu a tabela em quatro linhas. Cada linha evoca os sentimentos que o circo proporciona no público ao longo do espetáculo. Da expectativa ao encantamento, Jacqueline seleciona uma série de palavras que dão contornos aos aspectos intangíveis. Ela também associa cada parte do *show* aos seus acontecimentos. O resultado tangível é uma coleção rica em cores, formas e materiais. A coluna superfície (da mesma forma como Rayane fez) foi adicionada para dar valorizar as interferências na superfície das peças como beneficiamentos (lavagens, por exemplo) e estampas.

Oberve que as escolhas de Jaqueline são bem diferentes das escolhas de Rayane, uma vez que a matriz foi realizada para atender a uma jovem mulher e não a uma criança. O que pode ser percebido na combinação da cartela de cores (com bastante preto), às peças justas, à alfaiaria e ao uso de lantejoulas e pedrarias (SIMÕES DA COSTA, 2012, p. 190).

TANGÍVEL	COR	MATERIAL	FORMA	SUPERFÍCIE
INTANGÍVEL				
O INÍCIO DO ESPETÁCULO, DO CENÁRIO AO APRESENTADOR Expectativa Ansiedade Admiração	Amarelo aberto Amarelo ouro Azul Branco Lilás Roxo Vermelhão	Couro Jacquard Shantung Tafetá Tricoline Veludo	Alfaiataria Ampla <i>(bottom)</i> Estruturada Justa	Bordada Estampada Passamanaria Pedraria Textura
TREINANDO ANIMAIS (FELINOS, ELEFANTES E CAVALOS): Inesperado Perigo Desafio	Cinza Marrom Preto Rosado Roxo Vermelhão	Couro Jacquard Tafetá Tricoline Veludo Voil	Estruturada Justa	Bordada Lantejoulas Passamanaria Pedraria Textura
DISTRAÇÃO COM O PALHAÇO E A BAILARINA: Alegria Diversão	Amarelo ouro Azul Branco Lilás Preto Rosa Roxo Verde Vermelhão	Cetim Organza Shantung Tafetá Tricoline Tule	Acinturada Ampla <i>(bottom)</i> Justa <i>(top e bottom)</i>	Estampada Rendada
O FINAL COM OS AERIALISTAS ACROBATAS, EQUILIBRISTAS CONTORCIONISTAS E MALABARISTAS: Aflição Encantamento Surpresa	Amarelo aberto Azul Branco Lilás Preto Rosa Verde Vermelho	Couro Lycra Malha Tafetá Veludo	Ampla <i>(bottom)</i> Justa	Estampada Lantejoulas Textura

Tabela 2: Matriz Conceitual para a construção de *looks* da aluna Jacqueline Andrezza.
 Fonte: Simões da Costa, 2012, p. 190.

Note que, na matriz, as cores ainda não estão representadas de forma técnica, nem tampouco os tecidos apresentam sua composição. As definições serão exibidas nas cartelas as definitivas. Quanto às cores, por exemplo, a aluna apresentou, na cartela respectiva (SIMÕES DA COSTA, 2012, p.191), cada uma delas com seus valores nas principais escalas usadas no mercado: Pantone TPX (para tecido), Pantone *solid coated* (para papel com brilho);

Cian/Magenta/Amarelo/Preto – CMYK – (para impressão processada). Desta forma, Jacqueline cercou a fidelização da cor em uma ampla gama de aplicações. para que as mesmas mantivessem qualidade quando fossem reproduzidas, tanto em tecido como nos mais variados substratos (FRASER, 2011, p. 236).



Figura 1: Croquis da aluna Jacqueline Andrezza, formanda de 2012.
Fonte: Simões da Costa, 2012, p. 189.

Fica claro que a partir da matriz conceitual é possível extrair elementos ricos que vão sendo delineados ao longo da coleção. Foi desta experiência da construção dos conceitos da coleção em forma de tabela que surgiu a ideia de desconstruir as imagens pesquisadas pelos alunos, usando os mesmos critérios tangíveis ou intangíveis, de acordo com a necessidade da pesquisa de cada aluno.

2 DESCONSTRUÇÃO

Há uma série de pesquisas preliminares necessárias que compõem a fase de metaprojeto. Dentre elas, a mais importante pode-se dizer que é a pesquisa do público para quem a coleção será realizada. A análise visual pode ir além das indesejáveis definições: o perfil do consumidor é de pessoas “descoladas” com “jeito” carioca. Estas frases serviram como motivação para exigir do aluno uma definição precisa e concreta do público, uma análise de fato, obrigando-o a

relatar o que pesquisou. Isto porque o ato de vestir uma roupa não é somente o de cobrir o corpo. As roupas passam mensagens quem comunicam algo. Seja pela forma, pela cor, pelo tecido ou até pelo estado da roupa: velha, mal passada, suja ou limpa. São muitas coordenadas e, por sua vez, muitas pistas que não podem passar despercebidas por um designer de moda (VIEIRA & MONTEIRO, 2010, p. 25).

A intenção é aguçar o olhar do aluno, fazendo que o mesmo pesquise uma série de imagens mediante algum critério pré-estabelecido. A partir desta seleção, ele começará desconstruir as mesmas com os mesmos critérios tangíveis propostos pela matriz conceitual: cor, material, forma. E qualquer outro critério tangível que julgar necessário. Por exemplo, ultimamente tem sido uma prática, como pode ser observado nas tabelas 1 e 2, inserir a coluna de superfície. É estimulado também que o aluno ilustre cada tópico analisado.

Esta análise pode ser realizada tanto para analisar o público como para analisar as marcas concorrentes. O aluno Thales Alves (formando 2013/2), selecionou uma série de imagens das concorrentes (Foxton e Limits) à coleção que estava desenvolvendo, e aplicou a análise visual pela desconstrução. A figura 2 ilustra parte de sua análise. Ele identificou o uso de moletom como um dos materiais mais usados para rapazes em uma coleção de inverno.

A pesquisa de Thales está apresentada com clareza. A hierarquização das informações com pesos diferenciados nos títulos auxiliam na compreensão do que o aluno está considerando. Estas pesquisas foram de suma importância para despertar o olhar do aluno na identificação de cores, formas, materiais e tipos de estampas que o público usa. A partir de então, ele esteve apto a criar uma coleção e a propor inovações e “fixar metas do novo protudo, para poder concorrer com os demais produtos” encontrados no mercado (Baxter, 2000, p.133), uma vez que ele conseguiu concretizar os gostos e hábitos deste homem “descolado”.

MATERIAL**Moletom**

Figura 2: Processo de desconstrução é comprovado pela apresentação das imagens analisadas e não somente dos resultados.

Fonte: Alves, 2012, p. 47.

Dependendo da capacidade de observação do aluno, estas imagens analisadas podem render diversas páginas do trabalho. É aconselhável que, ao final, o aluno organize o que foi observado em forma de tabela, como a realizada pela aluna Jaqueline Andreza, após estudar as características que observou das mulheres que faziam parte do público que estava estudando.

COR	MATERIAL	FORMA	SUPERFÍCIE
Cores básicas: Preto, marrom, Tons de cinza, Cores em tom escuro e branco. Cores vibrantes: Amarelos Azuis Rosa Roxo Verdes Vermelhos	Brim Cetim Corrente Couro Jeans/ jeans com elastano Lycra/elanca Malha/meia malha Organza Renda Tachas/ilhós Tafetá Tricoline Tule Viscose	Top: Acinturada Ampla e flexível Estruturada Justa e flexível Quadrados Retângulos Bottom: Ampla e estruturada Ampla e flexível Justa e flexível Retângulos Triângulos	Estampa corrida: <i>Animal print</i> Caveiras Floral Listras Poá Xadrez Estampa localizada: Identidade visual de banda Beneficiamentos: Desfiados Puídos Tachas

Tabela 3: Análise visual por meio da desconstrução de looks.

Fonte: Simões da Costa, 2013, p. 48.

Assim como acontece com a matriz conceitual, esta tabela aclara quem é o público estudado. Desta forma, necessariamente, o aluno terá que identificar por semelhança ou diferença a forma como seu público se veste.

A atividade projetual, no entanto, não é como realizar uma receita de bolo, afinal:

“fazer um bolo baseado em receita é uma atividade metodológica, mas não projetual, porque não envolve criação: o projeto é, antes de mais nada, uma solução concebida para a eliminação de um problema (VILLAS-BOAS, 1999, p. 39).

Mas em geral, é pedido que os alunos pratiquem a análise tanto com as imagens selecionadas dos *lookbooks* das marcas concorrentes, assim como com as imagens do público. A necessidade varia de projeto para projeto. Por exemplo, a aluna Rayane Torres, montou uma grande tabela fazendo uma análise comparativa das coleções infantis que analisou e, ao final, criou uma última linha na tabela refletindo quais seriam suas pré-decisões. O autor Ian Noble, autor do livro *Pesquisa Visual*, corrobora a atividade do designer e sua capacidade múltipla de coordenar uma série de fatores quando diz:

Em seu trabalho cotidiano, os designers estão constantemente envolvidos em um processo de sintetizar uma complexa série de fatores que vão desde os processos técnicos de produção, orçamento e prazos até a compreensão dos sentidos da linguagem dos públicos pretendidos (NOBLE, 2013, p. 188).

Marcas	Cor	Forma	Material	Superfície	Peças mais usadas
Isabela Capeto Infantil (parceria com Petit Retrô)	Vermelho Amarelo Azul	Godê Evasê Babados Cintura marcada Manga bufante	Algodão Malha Tule	Estampa floral (Corrida e localizada) Listrado <i>patchwork</i>	Vestidos
Ronaldo Fraga para Filhotes	Diferentes tons de verde Laranja urucum Vermelho Marfim	Ampla Fluida Ombros à mostra Evasê Manga bufante	Tecidos de Algodão Malha Renda Tela de fibra natural Madeira de lei	Estampa de bichos (Revoada de pássaros/insetos) Estampa de mapas hidrográficos Aplicações em madeira	Vestidos Saías Macacão
Fábula	Vibrantes (Amarelo Laranja Rosa Vermelho) Azul marinho Tons claros (Branco, bege e <i>off-white</i>)	Ampla Fluida Babados Decote oval	Tecidos de Algodão Tule Jeans Sarja Malhas	Estampa Corrida Floral Xadrez Aplicação de Bordados Lavagens (jeans)	Vestidos Blusas Saías/Shorts
Jolie! Jolie!	Tons claros (<i>Off-white</i> , nude, amarelo, azul) Flúor (Rosa, laranja, limão)	Babados Mangas bufantes Decote de coração	Malhas Veludo cotelê Plumas Rendas Couro metalizado	Estampa floral Estampa revoada de pássaros Silks em t-shirts Aplicações de taxas	Vestidos Saías Casaquetos

Marcas	Cor	Forma	Material	Superfície	Peças mais usadas
Pré-decisões	Tons de rosa Lilás Azul claro e marinho Amarelo Laranja	Leves, fluidas, babados, mangas bufantes, cintura marcada	Voil de algodão, renda, tule, malhas, sarja, organza e tricoline.	Estampas: caixinha de música, nota musical, chave e cadeado e poás.	Vestidos Saías

Tabela 3: Tabela de Rayane Torres com o resultado da construção de looks.
Fonte: Torres, 2013, p. 116.

O mais interessante é que as tabelas são construídas pela observação do próprio aluno, isto é, ele está aguçando seu lado crítico e esta forma tem se mostrado bastante eficiente no resultado das coleções. A validade da pesquisa é chancelada por Buchanan quando afirma:

O design é uma disciplina em que a concepção do objeto de estudo, do método e do propósito faz parte da atividade e dos resultados... sendo assim, não se trata de produto, mas sim da arte de conceber e planejar produtos (BUCHANAN apud NOBLE, 2013, p. 17).

Enfim, as tabelas conseguidas com esta análise são uma rica fonte de informações e poderão alimentar a matriz conceitual.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A desconstrução de looks tem sido uma ferramenta muito útil que auxilia o diálogo entre orientador e aluno, uma vez que o aluno passa a mostrar o que pensa, o que enxerga, de modo concreto. Isto é, com a apresentação de imagens agrupadas. E o orientador, por sua vez, consegue também compreender o aluno. Outra vantagem da desconstrução é que o aluno exercita seu poder crítico. Muitas vezes ele consegue compreender o porquê de uma roupa cara ou barata por este tipo de análise.

Um desdobramento da ferramenta de desconstrução que está sendo desenvolvido é a desconstrução associada aos conceitos intangíveis, criando uma matriz conceitual da desconstrução.

Concluindo, o metaprojeto mais do que um **método** é um **modelo**, uma vez que ele, ao preceder o projeto e abarcar as pesquisas necessárias para a construção do contexto (ou cenário) projetual. Analítico e reflexivo, ao considerar aspectos objetivos (pragmáticos) e subjetivos (os atores envolvidos) o metaprojeto também dá conta de conteúdos imateriais “tornando-se um

mediador na definição do significado do produto (conceito) e da sua significância (valor).” (MORAES, *op cit*).

REFERÊNCIAS

ALVES, Thales. **Hip-hop: uma coleção inspirada no movimento urbano**. Rio de Janeiro, SENAI CETIQT, 2012. Monografia (Graduação) – Curso de Bacharelado em Design - Habilitação: Moda.

ARAÚJO, Mônica de Souza. **Do conceito ao produto: análise pedagógica de uma nova metodologia projetual**. Rio de Janeiro: SENAI/CETIQT, 2007

ARAÚJO, Mônica; QUEIROZ, Mônica; ***Conceptual matrix: incorporating colour into fashion design lessons***. Stockholm, Sweden: AIC, 2008.

BAXTER, Mike. Projeto de Produto: **Guia prático para o design de novos produtos**. São Paulo: Blucher, 2000.

DONDIS, Donis A. **A Sintaxe da Linguagem Visual**. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

FRASER, Tom. **O essencial da cor no design**. São Paulo: Editora Senac, 2011.

MONTEIRO, Gisela Costa Pinheiro; QUEIROZ, Mônica. Handstorm: uma prática para o design de moda. **Redige**. Rio de Janeiro: volume 4, número 1, 2013.

MORAES, Dijon de. **Metaprojeto: o design do design**. São Paulo: Blucher, 2010.

NOBLE, Ian. **Pesquisa visual: introdução às metodologias de pesquisa em design gráfico**. Porto Alegre: Bookman, 2013.

SIMÕES DA COSTA, Jacqueline Andrezza. **Respeitável público: o circo, Ringling Bros. and Barnum & Bailey Circus: o maior espetáculo da terra**. Rio de Janeiro, SENAI CETIQT, 2012. Monografia (Graduação) – Curso de Bacharelado em Design - Habilitação: Moda.

TORRES, Rayane. **Minha caixinha de lembranças: uma coleção infantil inspirada na caixinha de música**. Rio de Janeiro, SENAI CETIQT, 2013.

Monografia (Graduação) – Curso de Bacharelado em Design - Habilitação:
Moda.

VIEIRA, Thais. Monteiro, Gisela Pinheiro. **Linguagem do Produto**. Rio de Janeiro: SENAI CETIQT, 2010.