

LEVANTAMENTO DE TÉCNICAS E MÉTODOS PARA A SINTAXE VISUAL EM PROJETOS DE DESIGN DE MODA

*Data Entry Techniques and Methods for the Visual Syntax in Projects of
Fashion Design*

Bolsok, Francielle de Camargo; Universidade Estadual de Londrina,
francielle_bolsok@hotmail.com¹

Sanches, Maria Celeste de Fátima; Ms; Universidade Estadual de Londrina,
Doutoranda pela Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da USP,
tsanches@sercomtel.com.br²

Resumo

O presente artigo aborda o resultado das atividades de iniciação científica desenvolvidas junto ao projeto de pesquisa denominado: “Incubadora de Novas Ideias: laboratório de estudo de metodologias para a sintaxe visual”. Dentro do referido projeto, este estudo identificou técnicas e métodos que se destinam à síntese de parâmetros estéticos no projeto de design de moda.

Palavras Chave: design de moda, linguagem visual, projeto, produto de moda.

Abstract

This article discusses the results of scientific research activities developed by the research project entitled: "New Ideas Incubator: a study of methodologies for syntax visual lab", which deals with the research and development of methodological tools that facilitate the syntax visual language in product design fashion clothing. This study identified techniques and methods that are intended for synthesis of aesthetic parameters in design of fashion design.

Keywords: fashion design, visual language, design, fashion product.

Introdução

De acordo com Bürdek (2006) a criatividade está diretamente relacionada ao design, pois determina o potencial de invenção e inovação na concepção de produtos, sendo a base para a consolidação de um projeto.

¹ Graduanda da Universidade Estadual de Londrina. Tem experiência na área de Desenho Industrial, com ênfase em Design de Moda.

² Mestre em Desenho Industrial pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (2003) e encontra em doutoramento pela Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da USP. Professora da Universidade Estadual de Londrina, pesquisa Metodologias de Projeto em Design.



Painel Semântico: Construído normalmente por colagem (manual ou digital), com recortes de imagens, fotografias ou desenhos. Baxter (1998) o denomina como Painel de Expressão do Produto, o qual tem como objetivo sintetizar a sensação subjetiva que o produto irá transmitir ao usuário, com base na coleta de referências que representem o conceito escolhido para a coleção. Sanches (2012) argumenta que extrair os elementos visuais estético-simbólicos contidos no painel, transpondo tais atributos para a configuração do produto de moda, gera a essência do estilo.

Figura 3: Painel Semântico com o conceito outono Fonte: Autora - Cyntia Arisa Nishida –Cedida pelo autor.



Mood Charts ou Mood Board: Como menciona Bürdek (2006) é uma técnica de colagem (“charts”) que ajuda o designer a habituar-se ao universo do público-alvo. É um painel de imagens baseado nos códigos de linguagem referentes ao usuário, porém tal coletânea de imagens pode já transmitir também o direcionamento ou conceito adotado no projeto de design.

Painel de Tema Visual: De acordo com a definição de Baxter (1998) é a reunião de figuras de produtos que transpõem semelhante conceito, referência (tema) e sensação adotada para a criação do novo produto. Estes objetos podem ser selecionados com variados tipos de funções em sua usabilidade ou no setor do mercado (móveis, eletrodomésticos, carros e outros), pois ajudam a inspirar e criar uma nova abordagem para o estilo através da observação e combinação de formas

Conclusões

A pesquisa é essencial para a realização de um projeto na área do

design, dando consistência ao processo de criação do designer, visto que a coleta de informações voltadas ao público-alvo, seu comportamento e estilo de vida, bem como as condições econômicas e socioculturais, se refletem em valores subjetivos que podem ser transpostos na configuração formal do produto de vestuário de moda.

Neste contexto, o desenvolvimento do alfabetismo visual é fundamental para um designer de moda, pois é por intermédio do refinamento da percepção que ocorre a identificação das mensagens visuais que permeiam o universo sociocultural, sendo de extrema importância a decodificação e transposição de tais elementos para a criação e inovação nos produtos de moda. Mediante este raciocínio, constatou-se que a síntese imagética é o recurso mais utilizado para organizar o raciocínio expressivo, mostrando-se eficaz também como forma de comunicação entre as pessoas envolvidas no projeto de moda. Desta forma, o conhecimento de metodologias e ferramentas para a sintaxe visual auxilia os profissionais e estudantes da área a compor códigos estilísticos que expressem mensagens não verbais coerentes às transformações do mercado de moda.

Referências

BAXTER, M. **Projeto de produto: guia prático para o design de novos produtos**. 2ª ed. São Paulo: Edgard Blücher, 1998.

BÜRDEK, B. E. **História, teoria e pratica do design de produto**. São Paulo: Edgard Blücher, 2006.

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 (organizadores). **Pelos caminhos do design: metodologia de projeto**. Londrina: EDUEL, 2012. p. 395

SOUZA, F. M. **Desenvolvimento de Produtos e Serviços**. Centro Universitário Eurípes de Marília. Birigui. 2010. Disponível em: < <http://pt.scribd.com/doc/54572386/32/A-emocao-provocada-pelo-produto>>. Data de Acesso: 20. Jun. 2013.