

Um modelo interdisciplinar de interpretação de referenciais semânticos para o *design* de moda

<https://doi.org/10.21814/uminho.ed.139.12>

Emanuella Scoz¹, Celio Teodorico dos Santos²

¹ UDESC, emanuella_design@hotmail.com

² UDESC, celio.santos@udesc.br

Resumo

Esse artigo objetiva apresentar um modelo interpretativo e ferramental de diretrizes semânticas de moda, interdisciplinar entre a semântica, semiótica, moda e ergonomia cognitiva, composto de referenciais simbólicos, estéticos e de estilo da moda. O modelo apresentará formas de análise, compreensão, e correlação dos referentes semânticos. A necessidade de um modelo interpretativo foi percebida em pesquisa que precedeu a elaboração do modelo, em Agosto de 2020. A elaboração do modelo interpretativo ocorreu por revisão bibliográfica, e sua validação ocorreu de avaliativa de Janeiro a Agosto de 2022, usando modelo impresso, questionário e entrevista online com designers, docentes e discentes. O método de análise foi análise temática de Bardin (2016), auxiliando na categorização dos referentes semânticos e dos dados gerados em pesquisa empírica. A aplicabilidade do modelo demonstrou usos para refinar e analisar pesquisa de moda, definir e interpretar referentes semânticos, analisar geração de alternativas, analisar artefatos, marcas e linguagem de coleções, aprovação de coleções e para discussão e apresentação em reuniões de equipe. Sua eficiência e eficácia demonstrou capacidades para organização das criações, concretização de ideias, ampliação das propostas criativas e compreensão das coleções após a uso. Concluiu-se que o modelo necessita de imersão e acompanhamento dos usuários, tendo sido comprovada assertividade e ganho de tempo nas atividades do design de moda.

Palavras-chave

Design de Moda; Modelo interpretativo; Referenciais semânticos

1. Origem e elaboração do modelo interpretativo interdisciplinar

O presente artigo objetiva apresentar um modelo interpretativo de referentes semânticos da moda, é interdisciplinar entre a semântica, a semiótica, a moda e a ergonomia cognitiva, e foi elaborado durante pesquisa de doutorado na Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC), entre agosto de 2020 e agosto de 2023.

O interesse pela proposta iniciou a partir das dificuldades vividas pelos pesquisadores, durante suas carreiras como discentes, profissionais do *design*, e docentes em cursos de *Design* de Moda, e devido a uma lacuna documental percebida durante a pesquisa acerca de modelos e métodos interpretativos para o *design* de moda. Em pesquisa na plataforma Google Scholar, por artigos, teses e dissertações envolvendo “diretrizes interpretativas do desenvolvimento de artefatos de moda” e “referenciais semânticos dos artefatos”, não foram encontrados materiais que se aproximassem do modelo proposto.

Acerca da interdisciplinaridade entre o *design* industrial e a moda, em 2004, a Resolução n. 5, de oito de Março de 2004, inseriu a Moda nas diretrizes curriculares dos Cursos Superiores em *Design*, no Brasil. A partir disso a Moda foi legitimada no Campo do *Design* no Brasil, e com isso houve o surgimento dos cursos Superiores em *Design* de Moda, e o aperfeiçoamento do profissional para o mundo do trabalho, surgiram requisitos inerentes ao *designer* de moda.

A Moda adquiriu com o *design* os “métodos e técnicas de projetos, meios de representação, comunicação e informação, estudos das relações usuário/artefato/meio ambiente, estudo de materiais, processos, gestão e outras relações com a produção e o mercado” (Brasil, 2004, p.2). E ao *designer* de moda, configurou-se como requisito, adquirir:

competências e habilidades de capacidades criativas, do domínio da linguagem na expressão de conceitos e soluções, capacidade de combinação de componentes materiais e imateriais, dos aspectos econômicos, psicológicos e sociológicos do artefato. (Resolução n.º 5, de oito de Março de 2004).

Isso condicionou ao processo de ensino e aprendizagem do *design* de moda a necessidade, dentre outros, do letramento visual. Em pesquisas exploratória e de revisão bibliográfica foi possível perceber algumas influências da Resolução n.º 5, de oito de Março de 2004, na configuração do Processo de desenvolvimento de Produto (PDP), para o *design* de moda. Esses, e demais dados de origem do modelo interpretativo serão apresentados a seguir.

1.1. Da origem do modelo interpretativo

Uma pesquisa exploratória foi aplicada em Agosto de 2020¹, para compreender se os profissionais de moda reconheciam, haviam aprendido ou utilizavam metodologias interpretativas próprias do *design* em seu trabalho. Bona (2019), em investigação com pequenas empresas (MPEG), e empreendedores individuais (MEI), do estado de Santa Catarina, Bona (2019), recortou algumas características dos profissionais do *design* de moda. Os dados das duas pesquisas citadas foram utilizados para validar a necessidade de um modelo interpretativo a ser formulado como metodologia.

A pesquisa exploratória supracitada ocorreu em Agosto de 2020, contou com a participação de cinco profissionais do *design* de moda. Visando maior abrangência dos resultados foram escolhidos profissionais de diferentes atividades no campo da Moda, com atividades em escala nacional, assim sendo, participaram: um *designer* júnior, que possui uma marca e desenvolve e vende produtos artesanais da cultura tradicional de uma cidade do Vale do Itajaí, em Santa Catarina (SC); dois *designers* plenos, o primeiro desenvolve coleções para marcas de *fast fashion* nacionais, e o segundo é comprador internacional para uma marca de artefatos de moda produzidos com seda do estado de São Paulo; um docente de curso Técnico e Superior em *Design* de Moda de uma instituição do sistema “S”, da região do Vale do Itajaí (SC), e uma consultora independente que efetua pesquisas internacionais para empresas nacionais. A escolha desses participantes se deu pelo seu tempo de profissão no *design* de moda, formação superior em moda e relevante contribuição para o setor, considerando, a partir desses critérios, que sua trajetória profissional poderia trazer relevantes informações para a percepção de necessidade de métodos de interpretação de referenciais semânticos, nas atividades dos *designers*, durante o ensino e aprendizagem e em atividades de pesquisa.

Bona (2019), encontrou, dentre as características do *designer* e do PDP no *design* de moda, de que a. “o *designer* é parte inerente e importante do processo [...] que cria durante o percurso metodológico” (2019, p. 17), de que há b. “um envolvimento emocional muito forte com a marca e os artefatos e a presença do espírito empreendedor” (Bona, 2019, p. 129), e todos afirmaram “que não utilizam nenhum método ou modelo de referência do *design* para projetar suas coleções” (Bona, 2019, p. 101).

O que foi possível perceber pela pesquisa de Bona (2019), e de Agosto de 2020, foi o uso de ferramentas e métodos do *design* industrial, tais quais o uso de painéis semânticos, e metodologia dividida em três fases: analítica, criativa e executiva, sem que os profissionais reconhecessem o ferramental ou a metodologia como algo próprio do *design*, intitulado-os como etapas de criação própria, oriundas da necessidade do PDP conforme processos do local de trabalho. Alternando entre as etapas das fases analíticas, criativas e executivas conforme a necessidade de suas atividades.

1 Mais informações sobre a pesquisa podem ser encontradas no artigo Estudo de métodos de reconhecimento de signos utilizados por designers de moda, de Scoz, Nickel e Santos, Pelotas, RS – Brasil | v. 05 | n. 07 | p. 780 a 803 | Dez. 2021.

Os participantes das pesquisas de Bona (2019), e de Agosto de 2020 afirmaram: ou não haver etapas sequenciais para o PDP, ou haver etapas curtas, pelo ritmo mais acelerado com que ocorre o desenvolvimento dos produtos de moda. Foi percebida a supressão do processo de análise, próprio do método de *design*, no *design* de moda, em detrimento da geração de alternativas.

Em análise dos dados da pesquisa exploratória, e da pesquisa de Bona (2019), ficou evidente a necessidade de metodologias de análise próprias para o *design* de moda, que comportem os conhecimentos de diversas ciências da linguagem, constituídos com uso de imagens, de forma responsiva e adaptados ao tempo encurtado percebido pelos profissionais da moda, para o Processo do Desenvolvimento de Produto (PDP). Para Scoz et al. (2019, [s.p.]), “O processo criativo de uma Roupas é complexo e envolve uma série de valores, ele está ligado ao espírito humano”, e se materializa em um processo industrial com ritmos diferentes dos do *design* industrial. Durante a análise da pesquisa de Agosto de 2020, e da pesquisa de Bona (2019), foi percebida a subtração do tempo de análise no *design* de moda, em detrimento da geração de alternativas. O que pode mitigar ou mesmo subtrair o processo criativo dos artefatos de moda.

Os dados das duas pesquisas validaram a elaboração do modelo interpretativo interdisciplinar, e indicaram a direção a ser seguida. A hipótese levantada foi de que a sistematização interpretativa dos fenômenos subjetivos relacionados a caracterização do artefato de moda poderia contribuir para a compreensão e atribuição de referenciais semânticos aos artefatos de moda durante o PDP. Buscou-se pela elaboração de um modelo interpretativo que pudesse ser utilizado pelo *designer* de moda durante suas atividades inerentes ao PDP, e que compilhassem conhecimentos necessários ao processo criativo, e a agilidade e mobilidade requisitadas durante o PDP. Para tal, foi necessário compreender o PDP para o *design* de moda, o que foi feito a partir da pesquisa de Agosto de 2020, e de Bona (2019). A elaboração do modelo interpretativo teve como base a pesquisa de Celio Teodorico dos Santos (2009), utilizando as Fichas de referenciais semânticos como modelo inicial.

A elaboração do modelo interpretativo ocorreu após verificações dessas duas pesquisas apresentadas anteriormente. A metodologia de geração e análise de dados será apresentada no próximo capítulo.

1.2. Da elaboração do modelo interpretativo

A elaboração do modelo interpretativo iniciou com o reconhecimento do PDP para o *design* de moda, a partir da pesquisa exploratória, foi possível definir algumas etapas fundamentais para o Processo, elas serão apresentadas na Figura 1:

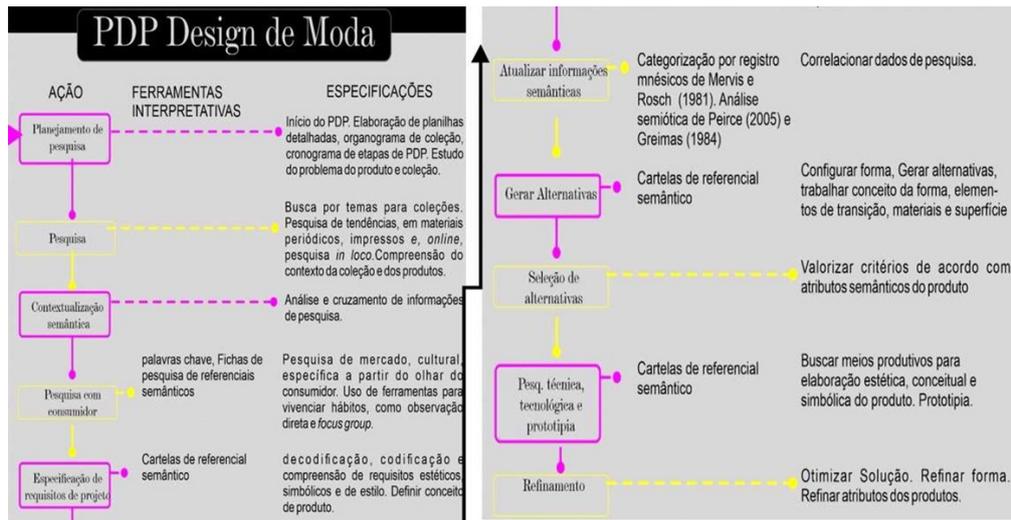


Figura 1
Fases e Etapas do PDP para o *design* de moda.

Com base nesse modelo de PDP proposto, iniciou-se a busca por referentes semânticos, em uma bibliografia interdisciplinar, dado extenso número de materiais sobre *design* não compilados ou elaborados de forma sistêmica especificamente para o *design* de moda. Na elaboração do modelo interpretativo, a partir dos autores, inicialmente elaborou-se um estudo de revisão bibliográfica, buscando diretrizes estéticas, simbólicas e de estilo da moda. A categorização, a partir de Bardin (2016), levou em consideração semelhanças entre os referentes, agrupando-os conforme proposta de Santos (2009), em referentes estéticos, simbólicos e de estilo. Os referentes estéticos foram definidos na leitura de Krippendorff (2005), Mukarovksi (2000), Santos (2009), Sternberg (2010), Oliveira (2007), e Mervis & Rosch (1981). Os referentes simbólicos foram encontrados na leitura da semiótica de Greimas (1984), e Peirce (2005). Os referentes de estilos da moda surgiram dos estudos da moda a partir de Scoz et al. (2019), e Mendes, La Haye e Borges (2009).

A execução das cartelas de referenciais semânticos foi pensada para uso no cotidiano do *designer* de moda, organizando os referentes de forma que pudessem ser correlacionados aos elementos componentes dos artefatos, definidos após pesquisa e escritos, pelo *designer*, nas caixas indicadas nas cartelas.

Esse modelo foi inicialmente elaborado em três cartelas separadas, que serão apresentadas na Figura 2:



Figura 2

Cartelas com referentes semânticos sequencialmente, estéticos, de estilo da moda e simbólicos.

Na figura 2, demonstrou-se que cada cartela foi identificada com uma cor diferente, para melhor organização do designer, há os referentes semânticos, organizados da seguinte maneira: A. na cartela de referentes estéticos eles foram agrupados por semelhança; b. na cartela de referentes de estilo eles foram agrupados de acordo com a ciclicidade da moda, em que um movimento social listado a esquerda precedeu o movimento listado a direita, portanto, o movimento que é listado a esquerda é, de certa forma, contrário ao da direita; e c. os referentes simbólicos identificam sentimentos e foram listados em duas colunas, compilados em antônimos divididos por uma caixa de diálogo que serve para o designer escrever o elemento visual a ser utilizado. Abaixo de cada cartela é identificada a forma de uso que foi explicada aos participantes da pesquisa avaliativa. As caixas de diálogo servem para escrever os elementos que compõem os artefatos, como tecidos, aviamentos, texturas, cores, volumes, caimentos, dentre outros, identificados em pesquisa de moda. Esses elementos são correlacionados aos referentes semânticos que melhor os definirem, utilizando canetas coloridas para circular.

Após a elaboração das cartelas elas foram testadas em pesquisa avaliativa, de Janeiro a Agosto de 2022, que contou com a participação de: a. um1 *designer* júnior, um *designer* pleno, e um *designer* sênior; 31 estudantes e um docente de um Curso Superior em *Design* de Moda de uma instituição de Ensino Superior do Sistema “S” localizada em Blumenau, sendo: uma turma do 3.º semestre de um Curso Superior com duração de dois anos, e uma turma do 5.º semestre de um Curso Superior em *Design* de Moda com duração de cinco anos; e com uma pesquisadora e escritora de moda docente de uma Instituição de Ensino pública localizada em São Paulo. O teste do modelo ocorreu com uso do modelo de forma impressa, e aplicação de questionário e entrevista online, observando a aplicabilidade, eficiência e eficácia do modelo interpretativo e suas ferramentas.

Acerca do uso das cartelas de referencial semântico, foram definidos que: a. poderiam ser utilizadas separadamente ou concomitantemente, conforme preferência e organização dos participantes, em suas atividades profissionais ou educativas diárias;

b. as cartelas são independentes entre si, mas se complementam no processo que envolve o desenvolvimento de produto; e c. a utilização das cartelas foi apresentada para ocorrer na pesquisa de referenciais semânticos, no refinamento da pesquisa, e durante o desenvolvimento das alternativas de produto.

A Figura 3 demonstrará algumas cartelas após o uso:



Figura 3
Formas de uso das Cartelas com referentes estéticos.

A Figura 3 possibilita perceber diferentes usos, além dos definidos na elaboração do modelo, e que foram explicados aos participantes. Na primeira cartela a esquerda, o participante utilizou caneta preta e fez uma legenda para correlacionar os elementos com os referentes. Na segunda cartela, o participante fez a legenda, diferenciando os referentes por cor, e correlacionando por numeração e cor aos referentes da cartela. Durante esse teste os participantes identificaram dificuldades no uso do modelo, pela compreensão dos referentes semânticos, e pelo espaçamento dado para escrita dos elementos dos artefatos.

Isso demonstrou a necessidade do *redesign* das cartelas. Apesar dessas dificuldades, os participantes afirmaram: a. Conseguir elaborar suas criações com mais facilidade; b. Compreender e concretizar criações; c. Compreender linguagem das coleções; e d. Diferentes usos para o modelo, para além da proposta inicial, que foi seu uso na análise de dados de pesquisa, antes da geração de alternativas. Dentre esses novos usos estavam: a. para refinar pesquisas; b. definir e interpretar referentes semânticos e analisar geração de alternativas; c. para analisar artefatos; d. analisar linguagem visual gráfica de novas marcas; e. analisar linguagem de coleções; e f. para aprovação de coleções; g. discussões e apresentações em reuniões de equipes criativas.

Foi unânime entre os participantes a afirmação de que o modelo interpretativo permite geração de um banco de dados de pesquisa e coleção, bem como uma melhor argumentação acerca de suas criações, uma vez que há dados concretos do que antes era subjetivo.

Com bases nesses dados foi feito o refinamento do modelo, inserindo ferramentas úteis para ampliar as possibilidades durante o trabalho do *designer* de moda, o resultado foi um modelo interpretativo e ferramental de diretrizes semânticas de moda, interdisciplinar entre a semântica, semiótica, moda e ergonomia cognitiva, composto de referenciais semânticos de estilo da moda, simbólicos e estéticos, formas de análise, compreensão, e correlação dos referentes, que pode ser utilizado de forma impressa ou virtual, no formato canva ou cartela. Esse modelo encontra-se em fase de testes e será apresentado no próximo capítulo.

2. Apresentação do modelo interpretativo interdisciplinar

A proposta do modelo interpretativo foi de servir para análise dos elementos de *design* e seus referentes semânticos, possibilitando ao *designer* de moda executar o processo de análise, seja na pesquisa, geração de alternativas, reuniões de aprovação ou para análise de artefatos, coleções ou marcas prontas.

A Figura 4 apresentará a imagem do canva, ou cartela do modelo interpretativo que foi gerada após o refinamento do *design*:



Figura 4
Modelo interpretativo interdisciplinar.

Para o *redesign* do modelo, foram retirados alguns movimentos da moda, concentrando, na parte que concerne aos estilos de moda, os principais movimentos do final do século XIX e do século XX, inserindo, na esquerda do canva, quadros com elementos visuais representativos desses movimentos, e de outros que são originários.

Na Figura 4 há, da esquerda para a direita, uma apresentação dos referentes semânticos que compõem os principais movimentos da moda, de acordo com Scoz et al., e logo abaixo deles a apresentação da tabela de memorização semântica de Mervis & Rosch (1981), que pode ser utilizada para compreender a forma simplificada de um termo e de seus componentes derivativos.

Na parte superior da imagem há um cabeçalho para preenchimento do nome do artefato, coleção ou pesquisa, a sua função principal, e os atributos requisitados ao *design*. Abaixo, iniciando da esquerda para a direita, há uma tabela com os principais

movimentos da moda do século XX, de acordo Mendes, La Haye e Borges (2009). O que possibilitará efetuar a análise da linguagem de estilo do item a ser analisado.

Ao lado direito, centralizado no canva, há uma tabela com referentes simbólicos, organizados em duas colunas que contém os principais signos utilizados na moda, que possam correlacionar sensações ou compreensões simbólicas abrangentes, do contato do ser humano com o artefato de moda. Há linhas entre os termos para que o *designer* escreva o elemento do *design* e circule ou marque qual signo melhor o representa. Isso possibilitará uma análise simbólica do elemento, e a correlação dessa simbologia ao estilo já definido para aquele elemento.

Ao lado direito há uma tabela formada pelos referentes estéticos, que inicia com uma lista dos principais referentes, e logo abaixo é seguida de *post its* vazios, seu uso foi proposto para que o *designer* escreva um elemento do *design* em cada *post it*, e correlacione esse elemento ao referente semântico que melhor o define, na listagem acima. Essa ferramenta permite que o *designer* analise a forma, silhueta, superfície, volumetria, coloração, sensações e demais referentes do artefato. A compreensão desses referentes, e a relação deles com os referentes simbólicos e estéticos já correlacionados aos referentes simbólicos e de estilo podem possibilitar ao *designer* uma compreensão completa do elemento a ser utilizado no artefato, os significados culturais a que foram implicados, e perceber se esses elementos que irão compor, ou já compõem os artefatos, compreendem, uma unidade de sentidos, ou ainda, quais são os sentidos propostos.

Na extrema direita do canva há o quarado de Greimas (1984), e a tríade de Peirce (2005). O *designer* pode escrever os elementos simbólicos do *design*, listados na tabela de elementos simbólicos, e avaliar suas correlações com outros termos, e entre si. Abaixo há uma teia de relações, para que sejam correlacionados os elementos de *design* estudados até o momento, pelo *designer*. Cada círculo pode ser preenchido com um elemento, o *designer* define num círculo um elemento, e para o próximo círculo, que fizer a correlação com o termo, escreve outro elemento. Esse ferramental visa permitir ao *designer*, que compreenda melhor o conceito dado ao termo que está estudando, seus derivados e opostos, e sua relação com o artefato, e com o consumidor.

A dificuldade inicial no uso das cartelas de referenciais semânticos fez definir, como forma ideal de aplicação do modelo interpretativo acima proposto, a imersão, com acompanhamento de curto prazo dos usuários.

2.1. Correlações entre os atributos de um *designer* de moda e o modelo interpretativo

As relações humanas ocorrem por meio da linguagem e comunicação, o ser humano comunica-se entre si por meio da linguagem visual, escrita, falada, gestual e sígnica. Utiliza os artefatos como meio de transporte de informações, atribuindo a eles significados, é o que Löbach (2001, p. 24) chama de “relações objetualizadas”.

Boa parte da comunicação feita pelo ser humano ocorre na cultura, pela linguagem semiótica, definida por Santaella (2007), como a linguagem que se constitui no sistema social, histórico, e nas representações humanas, e “como método de interpretação dos processos de significação dos signos” (Santaella e Nöth, 2009, p. 27). Dentre tais linguagens está a moda, que Roland Barthes (1915-1980), descreveu a moda como uma linguagem semiótica.

Em sua relação com os artefatos, a Moda impõe-se também sobre eles, (Sant’Anna, 2016, p. 63), que são “tanto expressão como construtores dos espaços, da temporalidade e conjuntamente dos sujeitos”. Portanto, pode-se dizer que a linguagem semiótica da moda está integrada nas comunicações culturais por meio dos simbolismos propostos aos objetos e seus componentes visuais.

Para Hall (2016), é a partir da interpretação dos usuários, atribuindo signos aos artefatos, que se formam identidades. Essas, sendo compreendidos por outros usuários do mesmo círculo, passam a fazer parte da cultura, se expressando também como identidade cultural num território. Em um mundo de imagens (Hall, 2016), que perpassam a linguagem, a cultura ocorre como um conjunto de características do modo de vida, mapas conceituais compartilhados entre as pessoas. E a linguagem pode ser compreendida como um veículo pelo qual pensamentos, ideias e sentimentos são representados na cultura.

São essas comunicações, simbologias e identidades que são objeto de estudo do *designer* de moda, ao debruçar-se sobre uma nova coleção ou produto.

A WDO (2021, [s.p.]), indicou como requisitos para o profissional *designer*

adquirir uma compreensão profunda das necessidades do usuário, e com empatia aplica o processo de *design* na solução de problemas, de forma pragmática, “para projetar artefatos, sistemas, serviços e experiências”. (WDO, 2021, [s.p.]).

Dentre os requisitos para o profissional de *design*, estão a leitura visual, a interpretação semântica, e a compreensão das linguagens semióticas, como a moda. Para Sanches e Martins (2015), o artefato pode ser lido pelo *designer*, a partir da decomposição dos elementos constituintes dele, que trazem uma mensagem visual, são elementos comunicantes.

Oliveira (2007, p.25) propõe que uma imagem pode ser lida porque propõem ideias, conceitos e noções. Ler, ou interpretar imagens ou artefatos trata de compreender as subjetividades ali impostas social e culturalmente, a leitura de imagens ocorre em: realizar esquemas visuais, manual ou mentalmente, para em seguida identificar os elementos que constituem a imagem, e então o intérprete gera conteúdo da leitura de imagem a partir dos sentidos causados pelas partes constituintes desta, e do todo.

Portanto, é inerente a profissão do *designer* de moda o letramento visual, a interpretação e codificação dos referentes simbólicos, estéticos e de estilo presentes e que

formam a cultura. Sendo de vital importância a correta assimilação dos conceitos, termos e atributos semânticos de cada elementos de *design* a ser utilizado, e seus derivativos, dentro de uma concepção histórico cultural. Ainda, segundo Bona (2019), e a pesquisa executada em Agosto de 2020, as ferramentas visuais contribuem no processo de *design*, principalmente no *design* de moda.

3. Considerações finais de pesquisa

A partir da pesquisa para elaboração do modelo interpretativo interdisciplinar, foi percebido que, no Campo do *Design* Industrial, as etapas metodológicas são bem distintas com possibilidade de retorno, já no Campo do *Design* de Moda, o que os dados puderam demonstrar, dentre outras coisas, foi de que há um encurtamento e certo apagamento da fase analítica em detrimento da geração de alternativas, passando a fase analítica sem apoio metodológico para interpretação dos elementos constituintes dos artefatos. O que pode prejudicar a assertividade da comunicação entre o artefato e o consumidor final.

Dessa forma, e conforme foi validada em pesquisa avaliativa, torna-se importante iniciar o pensamento projetual no *design* de moda no Brasil, a partir das várias informações disponíveis em outros Campos de conhecimento, e que já são utilizados pelos *designers*, dentre os quais, além da semântica, semiótica, da ergonomia cognitiva e da própria moda como foi apresentado, há as linguagens das artes, a psicologia da Gestalt e movimentos sociais histórico culturais. Não sendo possível descolar da proposta metodológica para o *design* de moda, o envolvimento social da moda.

Acredita-se e espera-se que o uso da proposta interpretativa apresentada possa auxiliar na implementação de propostas metodológicas específicas para o *design* de moda, e próprias para as caracterizações da própria moda, como a ciclicidade, o ultrapassamento das fronteiras semióticas, no contexto de semiose de Lotman (Américo, 2017).

Agradecimentos

Agradecemos a todos os participantes da pesquisa originária da tese de doutorado, que não serão citados por ética de pesquisa. Todos vocês foram insubstituíveis para a concretização dessa pesquisa.

Referências

Algirdas Julius Greimas, 1984. Semiótica figurativa e semiótica plástica. [Online] Disponível em < <https://www.revistas.usp.br/significacao/article/view/90477>> [Acedido a 27 julho 2023]

Bernd Löbach, 2001. Industrial Design. Bases para configuração dos produtos industriais. [Impresso] Edgar Blücher.

BRASIL. Resolução n. 5, de oito de Março de 2004. [Online] Disponível em: http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/rces05_04.pdf [Acedido a 29 abril 2023]

Carolyn B. Mervis; Eleanor Roch, 1981. Categorization of natural objects. [Online] Disponível em < https://www.researchgate.net/publication/234837300_Categorization_of_Natural_Objects> Acedido a 28 julho 2023.

Celio Teodorico dos Santos, 2009. Requisitos de linguagem do artefato: uma proposta de estruturação para as fases iniciais do PDP[Online] Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/92478>. Acedido a 29 abril 2023.

Charles Sanders Peirce, 2005. Semiótica (3ª edição) [Impresso] Perspectiva.

Emanuella Scoz et.al., 2019 A ROUPA. A evolução da Roupas em sua Relação com a sociedade. Do ano 1000 d.C. até o século XX (2ªedição) [Impresso] AmoLer.

Emanuella Scoz; Elton Moura Nickel; Flávio Anthero Nunes Viana dos Santos, 2021. Estudo de métodos de reconhecimento de signos utilizados por designers de moda. [Online] Disponível em https://www.researchgate.net/publication/363796286_Estudo_de_metodos_de_reconhecimento_de_signos_utilizados_por_designers_de_moda_Study_of_signs_recognition_methods_used_by_fashion_designers. Acedido a 01 maio 2023.

Jan Mukarovsky, 2007. Signo, función y valor. Estética y semiótica del arte de Jan Mukarovsky. Plaza & Janés Editores Colombia S.A.

Klaus Krippendorff, 2005. The semantic turn: a new foundation for Design. [Impresso] Boca Raton: Taylor & Francis Group.

Laurence Bardin, 2016. Análise de Conteúdo (3ª Reimpressão). [Impresso] Edições 70.

Lucia Santaella; Winfried Nöth, 2009. A linguagem das mercadorias [Impresso] Revista signos do consumo.

Lucia Santaella, 2007. O que é semiótica. [impresso] Brasiliense.

Mara Rúbia Sant'Anna, 2016. Teoria da Moda. Sociedade, Imagem e Consumo (2 edição) [Impresso] Estação das letras e cores.

Maria Celeste de Fátima Sanches; Sérgio Regis Moreira Martins, 2015. Projetando mensagens visuais: a contribuição das ferramentas de síntese imagética no Design de moda. [Online] Disponível em < <https://estudosemDesign.emnuvens.com.br/Design/article/view/200/177>>. Acedido a 29 abril 2023.

Robert J. Sternberg, 2010. Psicologia cognitiva.[Impresso] Cengage Learning.

Sandra Ramalho e Oliveira, 2007. Moda também é texto. [Impresso] Rosari.

Sheila Fernanda Bona, 2019. Método de projeto de coleção em Design de moda: uma configuração para micro e pequenas empresas. [Online] Disponível em: https://www.udesc.br/arquivos/ceart/id_cpmenu/6295/Disserta__o_Sheila_Fernanda_Bona_15816930311845_6295.pdf [Acedido a 29 abril 2023]

Stuart Hall, 2016. Cultura e representação. [Impresso] Editora PUC Rio- Apicuri.

Valerie Mendes; Amy La Haye, 2009. A moda do século XX. [Impresso] WMF Martins Fontes.

WDO, 2021. Definição de desenho industrial [Online] Disponível em <<https://wdo.org/about/definition/>>. Acedido a 29 abril 2023.