

PROJETANDO MENSAGENS VISUAIS: a contribuição das ferramentas de síntese imagética no design de moda

Sanches, Maria Celeste de Fátima; Mestre; Universidade Estadual de Londrina/ Doutoranda pela Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo
tsanches@sercomtel.com.br

Martins, Sérgio Regis Moreira; Prof. Dr e Livre Docente da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo - sergiore@usp.br

Resumo: O presente artigo apresenta os resultados das atividades do Projeto de Pesquisa “Incubadora de Novas Ideias: laboratório de estudo de metodologias para a sintaxe visual”, alocado no Departamento de Design da Universidade Estadual de Londrina (UEL). Investigando ferramentas metodológicas que facilitem a sintaxe da linguagem visual no design de moda, dedica-se à pesquisa aplicada no âmbito acadêmico, com o intuito de contribuir na ampliação da abordagem dos aspectos imateriais no ensino de projeto. Para tanto, explora referenciais teóricos, de forma sistêmica, sobre alfabetismo visual, linguagem não verbal, metodologias de design e técnicas de síntese imagética, os quais fundamentam as análises acerca da colaboração do uso de imagens no projeto do partido comunicacional de artefatos de moda.

Palavras-chave: moda, projeto, linguagem visual, síntese imagética.

Abstract: *This article presents the result from the research project "Incubator of New Ideas: a study laboratory of methodologies for visual syntax", allocated in the Department of Design, State University of Londrina (UEL). Investigating methodological tools to facilitate the syntax of visual language in fashion design, It discusses the applied research in the academic area, in order to contribute to the expansion of the approach of intangible aspects in the teaching of project. To do so, It explores systemically theoretical frameworks on visual literacy, nonverbal language techniques of image synthesis, which base the analysis about the collaboration in the use of images in the communicative aspect of fashion design artifacts.*

Keywords: *fashion, project, visual language, image synthesis.*

1. INTRODUÇÃO

De acordo com Souza (2008) o corpo humano constitui-se em um espaço próprio, delimitado por sua estrutura morfológica, que se faz presente, ocupando uma série de outros espaços. Neste sentido, o vestuário pode ser entendido como o primeiro habitat do corpo, visto que é o primeiro espaço que este ocupa, ou seja, na vestimenta a matéria é manipulada em estruturas formais que contém o espaço corpóreo.

Na relação entre espaço corpóreo e espaço da veste se estabelece uma conexão muito estreita e repleta de sentidos, na qual os vínculos gerados situam o artefato como uma extensão do corpo que o traja. Logo, corpo, vestimenta e entorno formam um sistema espacial de influências mútuas, em que a roupa se integra ao corpo, como uma segunda pele, influenciando as vivências cotidianas e a articulação do relacionamento humano com o seu tempo e espaço, constituindo-se como meio de interação social.

Em vista disso, ao projetar um artefato vestível, é preciso entendê-lo como um espaço dinâmico e interativo, no qual os elementos que compõe sua configuração mediam um discurso não verbal que se integra às mensagens do meio onde se insere, promovendo um processo de identificação e comunicação. Desta forma, nas reflexões que abordam o projeto de design na área de moda, é essencial analisar a articulação da comunicação visual de valores simbólicos como um ponto crucial entre as diretrizes do ensino de projeto. Por conseguinte, o desenvolvimento do alfabetismo visual é fundamental para a formação de um designer de moda, pois o refinamento deste tipo de percepção o ajudará na identificação dos códigos não verbais que se manifestam no contexto sociocultural; quesito imprescindível na decodificação e transposição de valores estético-simbólicas para a concepção de produtos de moda.

Sob tais aspectos, o projeto de Pesquisa denominado “Incubadora de Novas Ideias: laboratório de estudo de metodologias para a sintaxe visual” se dedica a investigar ferramentas metodológicas que facilitem a sintaxe da linguagem visual no design de moda, por meio da pesquisa aplicada em âmbito acadêmico. Neste sentido, o presente artigo tem o propósito de apresentar algumas reflexões sobre tais aplicações, esperando contribuir com parâmetros de direcionamento para a prática de projetos no ensino de Design de Moda. Para isto, destaca pontos das análises fundamentadas em pesquisa bibliográfica, pesquisa documental e experimentações qualitativas em sala de aula, as quais embasam as considerações sobre as contribuições da síntese imagética no processo de construção de valores imateriais no desenvolvimento de produtos de moda.

2. DESENVOLVIMENTO

Apesar da pesquisa de imagens já ser algo muito explorado nas indústrias de moda como meio para figurar as correntes estéticas e definir o direcionamento das características formais das coleções, a sua utilização no campo profissional do designer de moda ainda é muito empírica e instintiva. Portanto, para uma maior eficácia destas imagens na concepção de soluções inovadoras, é essencial que o processo formativo aprimore as seguintes aptidões: capacidade de identificar e interpretar os códigos não-verbais do universo sociocultural; capacidade de transpor tais códigos para a configuração dos produtos.

Sob tal premissa, esta pesquisa se apoia nas bases teóricas das técnicas e métodos projetuais do design e da comunicação visual, para então, analisar tais fundamentos sob a ótica das metodologias projetuais empregadas especificamente no design de moda, estruturando experimentações práticas por intermédio da observação participante em sala de aula.

O referido projeto de pesquisa ainda se encontra em andamento, solidificando suas práticas em conjunto com a pesquisa de doutoramento e as observações da experiência docente da presente pesquisadora, em 15 anos de atuação em disciplinas de projeto e metodologia visual. No entanto, já foi delineado um ferramental que demonstrou bons resultados em situações projetuais diversificadas, aportando solidez às análises de sua eficácia, conforme se expõe a seguir.

2.1. Aspectos Comunicacionais do Vestuário

Ao analisar o papel do vestuário na interação homem-ambiente, Montemezzo & Santos (2002) argumentam que a indumentária pode ser considerada como uma “Interface Global Primária”, uma vez que faz parte do meio físico/material do homem, está presente na maior parte do tempo, como uma extensão do seu corpo, interagindo com o organismo humano de maneira generalizada e direta. Logo, pode intervir na realização das ações humanas e no relacionamento humano com quaisquer sistemas.

Neste sentido, a veste se adapta ao corpo, sendo modificada por ele, assim como o corpo é revestido de cores, formas e texturas que o transformam, emitindo mensagens e articulando relações com o espaço a sua volta. Neste sistema, corpo e artefato entrelaçados se conectam a outros espaços, onde outros corpos vestidos transitam e se integram, criando uma malha comunicativa que manifesta um ininterrupto e recíproco movimento de transformação do cenário social. Assim, no contexto pós-moderno, marcado por uma realidade multifacetada, híbrida e dinâmica, as significações geradas nessa malha comunicativa são transitórias, por isso, cada corpo habitante transforma o espaço habitado, mas também é constantemente transformado neste fluxo rizomático de conexões.

Castilho (2004) enfatiza o processo de significações gerado nestas vinculações, quando argumenta que a moda pode ser compreendida como expressão de um conteúdo que veicula um discurso, da mesma forma o corpo também se expressa por meio de uma linguagem própria e assim, quando conectados, pode-se entender que, juntos, artefato de moda e corpo estabelecem um discurso de conteúdo conexo.

Considerando que tal discurso se estrutura, principalmente, sobre mensagens não verbais, em particular nas esferas da visualidade, cabe destacar Mello (2010), a qual argumenta que por meio das vestes os corpos geram uma representação imagética de modos de pensar, imbricando em “suas aparências uma imaginabilidade que tem uma linguagem semântica de comunicação imediata e coletiva”.

Nesta fluência de estímulos visuais e construções de sentido, a transmissão de informações e conceitos se dá por meio das superfícies têxteis, dispostas em volumes dinâmicos que se transformam em oscilações simultâneas à movimentação do corpo. Neste contexto, é pertinente deduzir que valores simbólicos sejam passíveis de expressão material no projeto da configuração de um artefato, ou seja, a forma pode expressar e gerar conteúdos semânticos. Entretanto, concordando com Cardoso (2012), os conceitos simbólicos que são atribuídos à um objeto, em realidade não são qualidades fixas e tampouco derivam diretamente da sua configuração física, mas de

um repertório cultural e de pressupostos, ou seja, o significado é construído pela integração da percepção humana, com o tempo, o espaço, a cultura e a memória.

“As formas dos artefatos não possuem um significado fixo, mas antes são expressivas de um processo de significação – ou seja, a troca entre aquilo que está embutido em sua materialidade e aquilo que pode ser depreendido delas por nossa experiência.” (CARDOSO, 2012, p. 36)

Sob tais aspectos, constata-se que um objeto pode ser estudado como mediador de relações, as quais se formam na interação da sua dimensão formal com a informacional, tornando-o um portador de mensagens.

De acordo com Munari (2006), toda mensagem visual tem dois componentes, informação e suporte visual, sendo a informação o conteúdo a ser comunicado e o suporte visual a forma, a qual é composta pelo conjunto de elementos visuais e suas relações compositivas que tornam a informação visível. Contudo, há uma relação de interdependência entre o suporte visual e a interpretação da informação, como corrobora Arnheim (1980), quando observa que todo acontecimento visual é composto por uma forma com conteúdo, ressaltando que o conteúdo é influenciado pela importância das partes constitutivas e suas relações compositivas com o significado.

Se tal pensamento for transposto para as esferas do projeto de design, analisando a relação entre usuário e produto, que nesta investigação se restringe ao artefato de vestuário de moda, é pertinente pensar que a percepção da informação depende de uma sintaxe que relaciona elementos compositivos em códigos reconhecíveis, dando forma ao conteúdo.

Embora a interpretação do conteúdo não seja permanente ou definitiva, como já foi sugerido nesta explanação anteriormente, os valores imateriais se mostram cada vez mais relevantes nas motivações do consumo, principalmente quando se discute o desenvolvimento de produtos dotados de conteúdo de moda, nos quais a subjetividade e a renovação são premissas básicas.

Assim, se o vestuário notoriamente é um portador de discursos simbólicos, transmitidos pela sintaxe de elementos visuais, torna-se imprescindível a sistematização de ferramentas que facilitem a concepção dessa carga comunicativa, especialmente para este tipo de artefato que é afetado rapidamente pelas transformações múltiplas do cenário contemporâneo, tornando o valor intangível o fator principal para a sua aquisição ou descarte.

2.2. O Alfabetismo Visual na Formação do Designer de Moda

Estabelecer um canal de comunicação, através da dimensão formal de um artefato, significa projetar de forma coerente a sintaxe dos elementos estéticos, para que estes se integrem ao fluxo de códigos vigentes no contexto do usuário e, por conseguinte, sejam identificados, assimilados e, finalmente absorvidos como valores simbólicos. No entanto, este percurso está diretamente ligado ao desenvolvimento do alfabetismo visual daqueles que se dedicam à concepção dos objetos do cotidiano. A habilidade para manipular o suporte visual da carga semântica dos artefatos materiais é indispensável aos designers que pretendem embutir códigos de linguagem no planejamento de suas interfaces, proporcionando experiências cognitivas a partir da aparência e do uso de tais objetos.

Cabe destacar que a percepção do valor de um artefato está intimamente ligada aos sentidos que produz no cotidiano de seu usuário, sobretudo quando se analisa um âmbito como a moda, onde o valor simbólico, na maioria das vezes, sobrepõe-se ao valor utilitário básico de proteger o corpo. Neste sentido, fica evidente que a mediação de sistemas simbólicos é intrínseca à prática projetual do designer de moda, por isso, os métodos que sintetizam direcionamentos de expressão semântica podem ser facilitadores para o estudo da relação forma-significado, em especial a síntese imagética.

Tendo em vista a variação de interpretações sobre o que se encaixa na definição de método, técnica ou simples recomendações de procedimentos e que os exemplos aqui citados podem aglutinar tais conceitos, a opção mais adequada parece ser aquela vislumbrada por Baxter (1998), o qual nomeou estas práticas como ferramentas de projeto.

Bürdek (2006) valoriza as ferramentas de visualização como estratégia de síntese e comunicação, tendo em vista que muitas vezes a descrição verbal de metas, conceitos e soluções não são suficientes.

A síntese imagética auxilia a organização sistêmica do pensamento sobre a dimensão estético-simbólica de um projeto e, ao mesmo tempo, é uma importante ferramenta de comunicação entre os profissionais que participam do processo de desenvolvimento de produtos, 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.

No âmbito do design de moda, a comunicação por meio de imagens, incluindo desenhos de representação do produto e pesquisas fotográficas, pode ser utilizada em várias etapas do projeto. Conforme Sanches (2012), essa ferramenta pode ser inserida como meio de organização cognitiva, com o propósito de concretizar abstrações, sintetizar parâmetros ou comunicar ideias no trabalho em equipe.

Para melhor compreender o percurso do alfabetismo visual na formação de designers de moda, já que a presente pesquisa tem seu foco no ensino de projeto, o Quadro 1 demonstra o trajeto do desenvolvimento da competência expressiva para a construção e uso de imagens como ferramenta de síntese.

Quadro 1 – Percurso do Desenvolvimento do Raciocínio de Composição Visual no Design de Moda

Ação	Habilidade/ Competência
CONHECER	Distinguir os elementos e princípios da sintaxe de mensagens visuais.
RECONHECER	DECODIFICAR Identificar os elementos constitutivos de uma mensagem visual e compreender as relações estabelecidas entre eles.
DECOMPOR	
RELACIONAR	SINTETIZAR Definir os elementos visuais e a estrutura dos procedimentos relacionais para a representação de uma informação.
COMPOR	
TRANSPOR	Sintetizar é transportar conceitos visuais para produtos de moda.

Fonte: Sanches (2012)

Na estrutura anterior, os procedimentos didáticos estão centrados na conceituação dos elementos e princípios da sintaxe visual, na análise de mensagens visuais e na construção de imagens e experimentação de linguagens em produtos de moda. A partir deste alicerce, aprimorando a capacidade de expressão por meio de linguagens não verbais, as ferramentas de síntese imagética se mostram como ótimas aliadas na gestão inovadora do processo criativo, ampliando a abordagem de aspectos imateriais na experiência de uso do vestuário de moda.

Como o universo acadêmico pesquisado insere no seu projeto pedagógico a vinculação com o mercado industrial do vestuário, um campo onde o futuro designer projetará sistemas de produtos que se complementam, partilhando entre estes uma mesma especificação conceitual, adotou-se para este determinante a denominação de Conceito Gerador, o qual será traduzido, no decorrer do processo, em referências de linguagem visual que servem como fio condutor de integração e harmonia de produtos que serão lançados simultaneamente.

Neste contexto, as imagens são usadas para delinear este fio condutor, evidenciando parâmetros de sintaxe visual e indicadores de qualidades expressivas que são identificadas nas pesquisas de contextualização do universo do usuário, o qual também pode ser mapeado com a ajuda da síntese visual. Sendo assim, a seguir enumera-se algumas ferramentas que já demonstraram seu valor nas práticas didáticas de disciplinas de Projeto e Metodologia Visual.

2.3. A Síntese Imagética no Processo Projetual de Design de Moda

Entre as principais ferramentas, destacam-se os painéis de síntese do cenário de inserção do produto, como o Painel de Estilo de Vida e o Mood Board de Conceito de Marca, assim como os de expressão emocional, como o Painel Semântico e o Mapa Conceitual Imagético a partir da técnica de Diferencial Semântico. Contudo, ressalta-se que os parâmetros para a construção das imagens são estabelecidos com o suporte de outras ferramentas, como o levantamento teórico, as análises ergonômicas, os diagramas de análise de similares, etc.

Para esclarecimento, descreve-se brevemente as ferramentas mais adotadas pelos alunos, enfatizando que a opção por uma ferramenta ou outra é decisão tomada de forma autônoma individualmente ou em dinâmicas de equipe, conforme a consciência sobre as ações de projeto vai amadurecendo e os estudantes percebem o foco de cada etapa do processo.

- a) Painel de Estilo de Vida, segundo Souza (2010), é a coleta de imagens que fazem referência ao perfil e estilo de vida do usuário, expressando os seus valores pessoais e sociais. Ilustra o cotidiano, situações e ocasiões que tenham a capacidade de traduzir a personalidade do grupo de usuários.
- b) Mood Charts ou Mood Board, como menciona Bürdek (2006) é uma técnica de colagem (*charts*) que auxilia a representação do contexto no qual o projeto se insere. É um painel de imagens baseado nos códigos de linguagem e comportamento do usuário em seu universo. Contudo, pode ser empregado em várias etapas do projeto, já que a sua função é delinear um cenário de referências múltiplas sobre um direcionamento simbólico. Embora alguns autores situem esta ferramenta também como Painel Semântico, no ambiente em questão estas ferramentas se desenvolvem de forma distinta ou complementar, visto que no primeiro há uma profusão de

informações que sugerem múltiplas possibilidades de análises e interpretações e, no segundo, o conceito simbólico já é traduzido em uma referência compositiva de estilo e sintaxe visual.

- c) O Painel Semântico é uma ferramenta baseada na comunicação através de metáforas visuais. Construído normalmente por colagem (manual ou digital), com recortes de imagens, fotografias ou desenhos, Baxter (1998) o denomina como Painel de Expressão do Produto. Logo, representa a sensação subjetiva que o produto irá transmitir, gerando a essência do estilo em uma composição sintética e coerente. Um exemplo deste raciocínio de síntese é ilustrado na Figura 1.

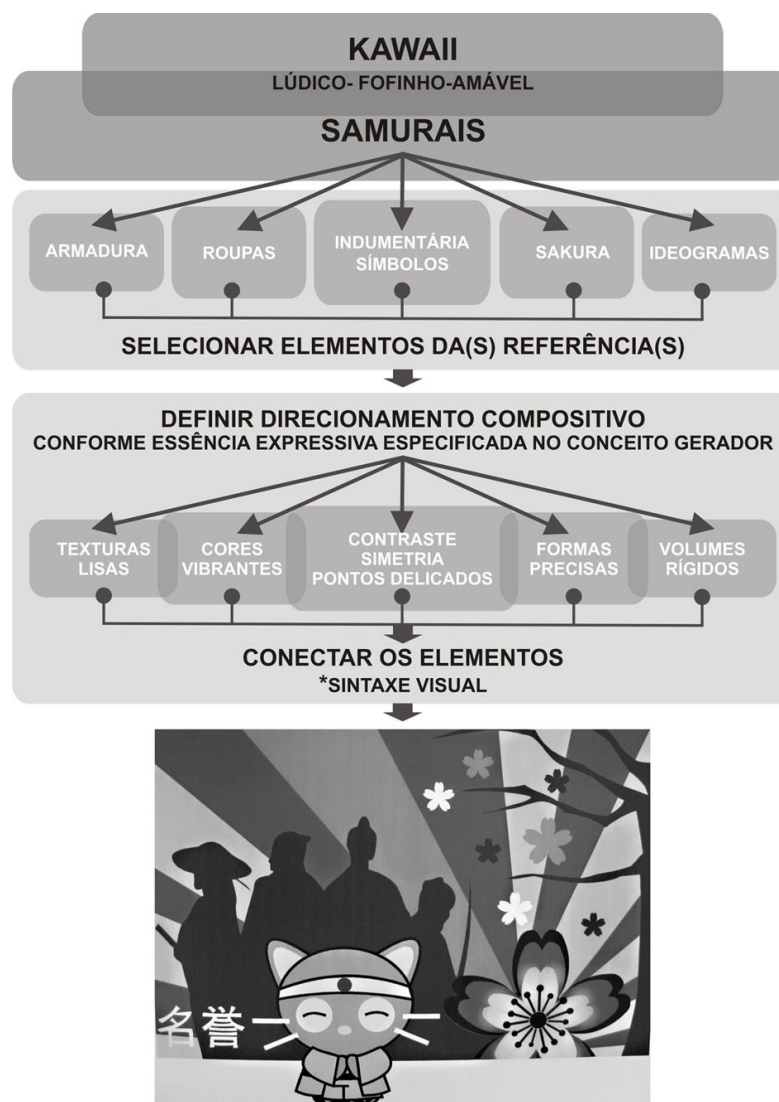


Figura 1: Exemplo de Decodificação de Referência Estética. *Imagem de Expressão da Coleção: autora Paula Hatadani. Fonte: Sanches (2012)

- d) Painel de Tema Visual, conforme a definição de Baxter (1998), é a reunião de imagens de produtos existentes que transpõem semelhante conceito, referência ou sensação adotada para a criação do novo produto. Os objetos podem ser selecionados de forma diversificada no que concerne à função

- ou setor de mercado, assim ajudam a e criar uma nova abordagem para o estilo através da observação e combinação formas.
- e) O Diário Fotográfico é uma ferramenta que permite registrar e compreender situações específicas de forma continuada. De acordo com Bramston (2010), permite captar detalhes do contexto estudado, por meio de uma sequência de registros fotográficos de uma conduta, comportamento ou ambiente dinâmico. O procedimento promove empatia com o cotidiano do usuário, gerando referências que se relacionam ao contexto de uso ou experiências subjetivas. Nas experimentações aqui discutidas este recurso é empregado nas pesquisas iniciais de contextualização, mas também durante o trajeto de geração e seleção de ideias, a exemplo das atividades nos laboratórios da forma, quando a modelagem tridimensional (*moulage*) é utilizada como veículo de pesquisa formal, em integração com as análises de gestão projetual e sistemas produtivos.
- f) Um Mapa Conceitual é utilizado para sistematização e comunicação de conceitos. Com ele pode-se organizar, reunir e filtrar ideias, sintetizando uma estrutura de conexão de informações, na qual se evidencia a totalidade do sistema e a visão panorâmica das principais variáveis do projeto. Nas aplicações práticas aqui estudadas esta ferramenta é usada em sua forma textual, mas também se desmembra em uma aplicação imagética que, em geral, se destina a percepção e comunicação de conceitos simbólicos na fase de conceituação de estilo. Esta vertente é normalmente justaposta à uma combinação de técnicas, incluindo Diferencial Semântico, Verbo de Ação e *Mind Mapping* (ver Figura 2).

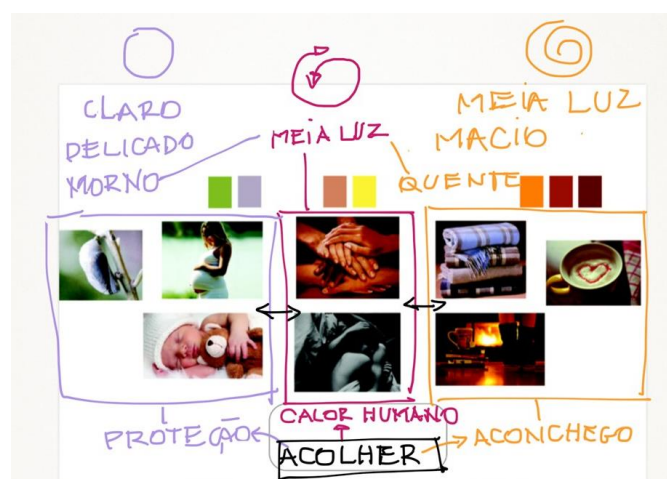


Figura 2: Exemplo de Mapa Conceitual Imagético resultante da integração de ferramentas. Fonte: Elaborado pela autora, com base na pesquisa realizada.

Como já foi comentado, a adoção de uma determinada ferramenta depende de cada situação projetual e das decisões individuais, já que a postura que rege o ensino das metodologias de projeto na presente instituição é a flexibilidade da conduta. Entretanto, para efeitos didáticos, organizou-se, no Quadro 2, um diagrama de vinculações entre os enfoques projetuais e a

aplicação de imagens como ferramentas metodológicas. O quadro integra o resumo esquemático dos principais tópicos de pesquisa praticados pelos estudantes no transcurso do desenvolvimento de produtos de moda, o foco das ações de projeto e as ferramentas mais frequentes em cada etapa.

Quadro 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 Experimentar 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: Elaborado pela autora, com base na pesquisa realizada.

Mesmo sabendo que os recursos da representação esquemática são limitados, muitas vezes é o único canal para ilustrar de modo didático uma conduta sistematizada, por isso enfatiza-se que esta é apenas uma representação didática, uma vez que o processo de design não poderia ser definido por um esquema fechado e linear de decisões, mas sim por um núcleo focal que vai se ampliando em uma estrutura radial, a qual estabelece um sistema de diversas interações possíveis.

3. CONCLUSÃO

Considerando os resultados alcançados até o momento, verifica-se a importância da integração do aprendizado da sintaxe visual aos estudos semânticos, incorporando à conduta do projeto de design de moda a sistematização da dimensão intangível do projeto, considerando que esta é muito comentada, mas pouco direcionada metodologicamente no ensino de projeto na área de moda. Em vista disso, a presente pesquisa estabelece uma conexão contínua com a prática pedagógica de projetos, viabilizando, além das ferramentas já comprovadas, experiências com novos

enfoques de aplicação, integração ou criação de ferramentas facilitadoras do processo de concepção de linguagens e inovação no design de moda.

Entretanto, percebe-se que para a evolução de novas abordagens, a organização pedagógica do curso em questão é um fator de influência, já que o formato do seu projeto pedagógico proporciona a flexibilidade de planejamento e a integração das unidades curriculares e dos professores em atividades conjuntas, o que favorece a amplitude de associações de conceitos e enriquece as percepções sobre o uso das ferramentas. Portanto, embora teoricamente o design seja visto como uma atividade de natureza sistêmica, na qual se detecta claramente o objetivo de mediar relações, ou seja, projetar interfaces, observa-se que nem sempre as posturas didáticas se guiam pelo mesmo mote, prejudicando uma formação coerente com as exigências de raciocínio flexível, multifacetado e integrador da contemporaneidade.

REFERÊNCIAS

- ARNHEIM, Rudolf. **Arte e Percepção Visual** – São Paulo: Pioneira, 1980. 526p.
- BAXTER, M. **Projeto de produto: guia prático para o design de novos produtos**. 2ª ed. São Paulo: Edgard Blücher, 1998.
- BRAMSTON, David. **Bases del Diseño de Producto: de la Idea al producto**. Barcelon: Parramón Ediciones, 2010. 176p.
- BÜRDEK, B. E. **História, teoria e pratica do design de produto**. São Paulo: Edgard Blücher, 2006.
- CARDOSO, Rafael. **Design para um mundo complexo**. São Paulo: Cosac Naify, 2012. 264p.
- CASTILHO, Kathia. **Moda e linguagem**. São Paulo: Universidade Anhembi Morumbi, 2004, 207p.
- MELLO, Márcia Maria Couto. **Modas, arquiteturas e cidades : interfaces, conexões e interferências**. 2011. Tese (doutorado) - Universidade Federal da Bahia. Programa de Pós-graduação em Arquitetura e Urbanismo.
- MONTEMEZZO, Maria Celeste F. S.; SANTOS, João Eduardo Guarnetti. **O papel do vestuário na interação homem - ambiente**. IN: P&D DESIGN, 5, 2002. Brasília. Anais... Rio de Janeiro: AEND-BR, 2002.
- MUNARI, Bruno. **Design e Comunicação Visual**. São Paulo: Martins Editora, 2001. 350p.
- 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, Patrícia e Mello. **A moulage, a inovação formal e a nova arquitetura do corpo**. In: Dorotéia Pires (Org.) Design de Moda. Barueri, SP: Estação das Letras e Cores Editora, 2008. v. 1, Parte III, Cap. 3, p. 327-345.
- SOUZA, F. M. **Desenvolvimento de Produtos e Serviços**. Birigui: Centro Universitário Eurípes de Marília, 2010. Disponível em: < <http://pt.scribd.com/doc/54572386/32/A-emocao-provocada-pelo-produto>>. Data de Acesso: 20. Jun. 2013.