



O DESIGN PARA EMOÇÃO E A SEMIÓTICA COMO FERRAMENTAS DE AUXÍLIO NO PROJETO DE PRODUTOS DE VESTUÁRIO

Gomes, Jéssica Acosta; Esp.; Universidade Federal do Rio Grande do Sul,
acostagomes.j@gmail.com¹

RESUMO

O design para a emoção (DESMET, 2002; JORDAN, 2000, NORMAN, 2004) trata das formas de projetar com a intenção de provocar ou evitar determinadas emoções. Neste estudo, busca-se compreender a construção das emoções no uso de produtos de vestuário. A maneira como as emoções estão relacionadas aos produtos também é explorada, e utiliza-se a Teoria dos Appraisal (DESMET, 2012), uma teoria cognitiva voltada para a área do design, com o objetivo de entender como as avaliações de eventos e situações, chamada de appraisals, levam a diferentes emoções nos usuários. Esses appraisals ocorrem devido à relação do produto com as atitudes, crenças e padrões aprendidos dos usuários, chamados de concerns. Na teoria dos Appraisal são realizadas entrevistas com usuários, e, posteriormente, é construído um perfil de concerns. Nessa etapa os dados obtidos são transformados em requisitos de projeto; para que isso aconteça de uma maneira eficiente, é necessário que os relatos dos usuários sejam precisos e que a interpretação dessas entrevistas seja eficaz. Visando facilitar essa etapa, esse artigo propõe o uso da ferramenta de foto-elicitação durante a etapa de entrevistas, e posteriormente uma análise semiótica (PEIRCE, 1958, NIEMEYER, 2008, KILPP, 2011) para que se saiba exatamente quais formatos utilizar nas modelagens do vestuário conforme a emoção que se deseja despertar. Considera-se neste estudo somente a modelagem do vestuário, não incluindo aspectos relacionados à cor, texturas, ou tipo de

¹ Mestranda em Design. Esp. em Modelagem do vestuário. Graduada em Moda.



tecido. Como resultado pretende-se montar construir um quadro com formatos que evoquem, inicialmente, a emoção da confiança, e, posteriormente, pretende-se ampliar essa pesquisa para outras emoções.

Palavras-chave: Design para emoção; modelagem do vestuário; semiótica, foto-elicitação, confiança.

