

Sinestésias e Design de Moda: aplicação de uma proposta multissensorial em projetos acadêmicos

Actas de Diseño (2021, julio),
Vol. 34, pp. 226-229. ISSN 1850-2032.
Fecha de recepción: julio 2015
Fecha de aceptación: agosto 2016
Versión final: julio 2021

Camila Assis Peres Silva (*)

Resumo: O presente artigo introduz uma metodologia elaborada para a disciplina de Linguagem Visual pertencente ao segundo período do curso de Bacharelado em Design do SENAI CETIQT. Compreendendo que a percepção visual não está dissociada da percepção de outros estímulos, tais como sonoro e olfativo, iniciamos uma experimentação utilizando sons e cheiros como ponto de partida para criação no design de moda. Para embasar a proposta multissensorial, discorremos sobre a importância das sinestésias para o campo do design. Em seguida detalhamos as etapas das atividades. Finalmente, para ilustrar o resultado positivo apresentamos os resultados obtidos em dois dos projetos realizados.

Palavras chave: Sinestésia - Multissensorial - Linguagem Visual - Percepção - Design de Moda.

[Resumos em espanhol e inglês e currículo na p. 229]

Introdução

O alfabetismo visual é de extrema importância para qualquer designer que deseja realizar projetos eficientes. No segmento da moda, onde a sazonalidade imposta aos produtos exige a habilidade criativa dos profissionais, se destacarão aqueles que dominarem ferramentas e técnicas para criar algo diferente e mais atrativo que a concorrência. Nesse sentido, há de desmistificar a ideia de que criatividade é habilidade inata. Como defende Donis Dondis a “inspiração súbita e irracional não é uma força aceitável no design. O planejamento cuidadoso, a indagação intelectual e o conhecimento técnico são necessários no design e no pré-planejamento visual” (2003, p. 136). A disciplina de Linguagem Visual busca essencialmente desenvolver no aluno a capacidade de manipular os elementos da linguagem visual nos projetos de moda.

O design por sua essência híbrida e multidisciplinar não escapa da integração multissensorial (isto é, da percepção integrada de diferentes estímulos). A percepção visual, no caso dos itens de vestuário, está intimamente ligada a percepção tátil e mesmo olfativa, uma vez que dentre os beneficiamentos dos tecidos é possível acrescentar aromas. A linguagem visual, portanto, não está dissociada de elementos como textura, opacidade, e cheiro, por exemplo. Isto posto, além de desenvolver no aluno o alfabetismo visual, propusemos uma abordagem multissensorial como estratégia para exercitar criativamente o raciocínio visual e a expressividade.

A disciplina de Linguagem Visual no Bacharelado em Design do SENAI Cetiqt faz parte da grade curricular do segundo período. Consiste na continuação dos estudos iniciados na disciplina de Metodologia Visual. Esta última tem um caráter mais teórico, sendo a disciplina de Linguagem Visual mais orientada à prática projetual. De forma resumida, poderíamos dizer que em Metodologia Visual o foco reside no embasamento teórico, no aprendizado das ferramentas para criação, bem como na construção de um olhar crítico apto à análise visual. Dessa

forma, ao ingressar na disciplina de linguagem, iniciamos um trabalho de produção manual no qual aplicamos os conhecimentos adquiridos na disciplina anterior. Para isso, diferentes temas são abordados sob um formato de aula que optamos por chamar de laboratórios criativos. Dada a crescente tendência de uma abordagem multissensorial em projetos de design, iniciamos experimentações no uso de elementos sonoros e olfativos como ponto de partida para criação nas atividades de Linguagem Visual. Neste artigo discorremos brevemente sobre a abordagem multissensorial nos projetos de design e apresentamos a metodologia adotada para cumprimento dos objetivos pedagógicos da disciplina.

Sinestésias no design

O designer de moda, pela natureza dos seus projetos, trabalha com a linguagem visual associada a uma linguagem tátil, na medida em que o tipo de material selecionado para um produto afeta a percepção do usuário tanto quanto o impacto visual. Os elementos tais como cores e forma estão intimamente relacionadas a questões de movimento, opacidade, transparência, maleabilidade. Isto é o que alguns pesquisadores têm apontado como sistemas híbridos de design (Langella, 2007; Braida, Abad, & Ponte, 2009). Em outras palavras, sistemas que utilizam mais de uma matriz de linguagem. Sendo matrizes de linguagem um conceito apresentado por Lucia Santaella e que consiste nos principais sistemas de linguagens através dos quais nos comunicamos uns com os outros (2005). A autora afirma que são três as matrizes da linguagem possíveis de classificação e tradução: matriz verbal; matriz visual; e matriz sonora.

Os sentidos, segundo Santaella (2005), “são dispositivos para a interação com o mundo externo que têm por função receber informação necessária a sobrevivência”. Essa interação, por sua vez, não ocorre de forma isolada por meio de cada um dos sentidos. Julio Plaza afirma que não

se tratam de “sentidos departamentalizados, mas sinestesias como inter-relação de todos os sentidos” (1987, p. 46). O autor defende que é a inter-relação dos sentidos que nos garante a compreensão da realidade. Ele diz que “o próprio pensamento é intersemiótico e essa qualidade se concretiza nas linguagens e sua hibridização” (Plaza, 1987, p. 30). É com base nessas assertivas que propomos uma abordagem multissensorial.

O termo “sinestesia” tem sido muito associado ao design, sendo *design sinestésico* um termo utilizado pelo Dr. Michael Haverkamp. A sinestesia é tanto um termo usado na medicina, para designar um quadro clínico onde os pacientes são chamados de sinestésicos, quanto usado na retórica como uma figura de linguagem. Ambos os casos tratam da integração dos sentidos. Apesar do termo sinestesia possuir relação com o que aqui propomos, acreditamos que o que buscamos não é a *verdadeira sinestesia* (Domino, 2009, p. 599), mas uma associação *cross-modal* para a qual muitos de nós temos predisposição (Demattè et al, 2006; Domino, 2009; Persson, 2011; Ramachandran & Hubbard, 2001). As experiências sensoriais em sinestésicos costumam ser particulares. Não há como padronizá-las. Ao longo de pesquisa de doutorado realizada entre os anos de 2013 e 2017, a autora participou como ouvinte de uma lista de discussão acerca do fenômeno da sinestesia composto majoritariamente por sinestésicos e familiares de pessoas sinestésicas. Os relatos das experiências sinestésicas de tais participantes apontam para a não padronização das sensações cruzadas. Trata-se de uma reação involuntária. Para a metodologia em questão, o objetivo é tecer relações voluntárias, e não involuntárias. Buscamos correspondências entre os diferentes estímulos, tal como temos observado em literaturas de psicologia experimental. Destacamos o laboratório de Psicologia Experimental da Universidade de Oxford que realiza continuamente pesquisas que envolvem a investigação da relação da visão com a audição, visão com o paladar e visão com os cheiros. Com base nos trabalhos oriundos desse laboratório e de outros trabalhos da área da psicologia, consideramos mais pertinentes os termos por eles utilizados. São eles: *cross-modal* (Macpherson, 2011) e *multissensorial* (Joutsela, 2010; Lindstrom, 2012; Spence & Piqueras-Fizman, 2012). Adotamos o termo multissensorial visto que a palavra por si só já comunica a ideia de múltiplos sentidos envolvidos.

Admite-se que as correspondências multissensoriais potencializam a comunicação. Ao mesmo tempo sabe-se que tal tarefa não é tão simples na medida que perpassa por questões subjetivas como a percepção. Para estabelecer as correspondências entre os sentidos, trazemos a proposta de tradução entre os sentidos. Retomando Julio Plaza, o autor traz o conceito de tradução intersemiótica que o mesmo desenvolveu a partir das contribuições de Roman Jakobson (1969). Trata-se de um processo que consiste “na interpretação de signos verbais através de sistemas de signos não-verbais” (1969). Considerando que a linguagem verbal costuma ser o ponto de partida para a execução de projetos (através de um *briefing verbal*) e que a função do designer nada mais é que traduzir o verbal para o não verbal (visual, tátil, sonoro), não haveria nada de novo nessa abordagem. Neste artigo discorreremos, porém, sobre

as possibilidades de tradução de estímulos não-verbais (elementos visuais) em outros estímulos não-verbais (tais como elementos táteis, sonoros e olfativos), utilizando como ponte integradora a linguagem verbal.

Experimentação de uma proposta multissensorial para o design de moda

O mercado está constantemente demandando do profissional de design soluções diferentes, atrativas e inovadoras em seus projetos, que se distingam da mesmice e da concorrência. Especialmente no que tange à profissão do design de moda, que por anos vêm se pautando em coleções sazonais. A pergunta que se coloca ao designer é: como fazer diferente? Sabemos que as metodologias projetuais e técnicas de expressão visual são formas de se buscar o êxito nos projetos. Há de se pensar como tais ferramentas podem levar tais profissionais à busca do novo. A proposta multissensorial na disciplina de Linguagem Visual tem por objetivo trazer uma nova abordagem nos projetos. Visa estimular os alunos a desenvolver a capacidade de dialogar com diferentes estímulos, e desafiá-los a realizar as traduções intersemióticas. Em vez de partir de um *briefing verbal*, os alunos partiram de dois estímulos não-verbais: o som e o cheiro.

Em um mundo dominado pela língua escrita e falada, buscar como ponto de partida uma música ou um perfume (manifestações artísticas sonoras e olfativas) pode se configurar como uma grande estratégia para despertar sensações e ideias que talvez um *briefing verbal* não fosse capaz de evocar. Em seu livro *BrandSense*, Lindstrom (2012) argumenta a importância de trabalhar os diferentes sentidos em uma marca e traz exemplos do bom uso de estímulos sonoros e olfativos. Para o autor, “cada sentido pode ser influenciado para construir uma marca melhor, mais forte e mais duradoura” e este trabalho “não pode ser feito de forma isolada”, sendo importante que haja uma sinergia entre as várias formas de sensibilizar o consumidor (Lindstrom, 2012, p. 108).

No ano de 2016 a disciplina de Linguagem Visual contou com a realização de seis laboratórios criativos dos quais destacamos dois: I) A criação de um adereço a partir da música; II) O esboço de uma coleção a partir de um perfume. A relação multissensorial residiria na correspondência positiva entre o estímulo selecionado e a criação visual. Para tanto, seria preciso interpretar o estímulo sonoro e olfativo e então traduzi-lo para uma linguagem visual. O processo criativo consistiu em traduzir as sensações e percepções evocadas por cada um dos estímulos para a linguagem verbal e, em seguida, buscar elementos na linguagem visual capazes de traduzir tais sensações e percepções. Para o tema música, foi solicitado que os alunos elaborassem um protótipo de um adereço para pescoço ou cabeça. Para o tema perfume, foi solicitado que eles esboçassem uma minicollection, produzindo no mínimo três croquis. Certamente, a capacidade de verbalização dessas sensações é influenciada pelas experiências individuais de cada aluno. No entanto, o objetivo inicial desse trabalho foi trazer à discussão um assunto que julgamos ter potencial para o campo do design de moda. A fim de ilustrar parte dessa experiência em sala

de aula compartilhamos nesse artigo dois exemplos de projetos que tiveram uma repercussão positiva na turma. O primeiro exemplo, cujo estímulo inicial foi uma música, resultou em um chapéu dupla face. As etapas estipuladas foram: 1) Selecionar uma música; 2) Interpretar os significados da letra e da melodia; 3) Produzir esboços a partir dos conceitos chave identificados; 4) Produzir um protótipo do adereço. A música *Please, don't* do cantor sul coreano Kim Hyung-Soo, conhecido pelo nome artístico K.Will, foi escolhida pela aluna Camille Ornelas. É uma música jovial, cuja letra traz um mistério que só é revelado ao final. Com a temática do homossexualismo, a canção trata do sofrimento de um rapaz que não consegue externar seus sentimentos com receio de comprometer sua amizade. Um casal de amigos irá se casar, o que poria fim a suas expectativas de um amor correspondido. Inicialmente, ao que parece, o ciúme do rapaz é pela moça. No fim da música, fica declarado que seu amor é pelo rapaz. Os conceitos de dualidade, mistério, juventude e sofrimento foram interpretados e traduzidos no uso da cor preta e de uma dupla de opostos (discreto versus extravagante) através da proposta dupla face. Para a aluna, uma das faces do chapéu representa a discrição e os sentimentos não revelados, trata-se da face mais simples do chapéu, com uma única fita preta de cetim. A outra face seria literalmente a face revelada do rapaz, assumindo sua opção sexual. Esta face foi customizada com repingos de tinta branca para simular constelações do universo particular não revelado. O laço de renda preta representaria o lado feminino e a sensualidade.

O segundo exemplo ilustra o uso do perfume como estímulo inicial. As etapas estipuladas foram: 1) Selecionar um perfume; 2) Desvendar seus significados; 3) Selecionar imagens e elaborar um painel visual que sintetize a percepção e representação do perfume em questão; 4) Realizar o processo de análise e síntese visual do painel elaborado; 5) Produzir esboços a partir da leitura do painel; 6) Produzir os croquis finais. É importante destacar que nós, seres humanos, possuímos dificuldades de visualizar e verbalizar os cheiros. Apesar disso, temos registrado, desde os tempos primordiais, nossa relação com o mundo dos odores através do uso de comparações com experiências visuais, sonoras, gustativas e mesmo táteis. “Quando queremos ir mais longe, a linguagem rigorosa nos falha e temos de recorrer a metáforas” (Holley & McLeod apud Walter, 2003, p. 225). O discurso de um perfume se constrói, portanto, sob uma retórica verbal e visual, através do uso de figuras de linguagem como a metáfora e a metonímia. (Silva, 2015). Apesar do estímulo olfativo não ser considerado uma linguagem, e sim uma quase-linguagem (Santaella, 2005), acreditamos que é possível traduzi-lo em matrizes verbais e visuais com alguma consistência.

Para ilustrar essa atividade trazemos o exemplo da aluna Alice Py, que escolheu o perfume *Sweet DayDream* da marca *Victoria's Secret*. O perfume não está sendo mais comercializado pela empresa. No entanto, há registro do perfume em alguns blogs e sites de perfumes. Um destes sites, *Fragrantica*, traz alguns dados sobre o perfume. De acordo com *Fragrantica* “*Sweet DayDream* é um perfume Floral Frutado Gourmet Feminino”, contendo Baunilha, Maçã vermelha e Framboesa. Resumidamente, dada a

categoria olfativa a qual pertence, é um perfume com base adocicada e comumente direcionado a jovens mulheres. Tendo selecionado o perfume, a aluna iniciou a etapa dois, desvendar o cheiro. Como parte dessa etapa, as informações do produto deveriam ser comparadas às percepções obtidas da fragrância. O estudo da percepção do perfume se dividiu em duas etapas: a) *Como eu percebo*; b) *Como as pessoas percebem*. Para a etapa a foi solicitado que se considerassem palavras-chave, cores, tecidos e estampas, ritmos musicais ou alguma outra característica que a aluna considerasse pertinente. Para a etapa b foi solicitado que a aluna entrevistasse os colegas de classe apresentando uma tira de papel umedecida com a fragrância (teste cego). Os entrevistados deveriam informar livremente características, cores ou qualquer lembrança que o perfume evocasse. Para a etapa a, Alice apresentou como palavras chave: feminino, suave, dia, flores, frutas, baunilha, viagem, sexy, verão. Relacionou o cheiro às cores rosa, branco, dourado e bege. Relacionou ao tecido cetim, à renda, a estampa de flores. O ritmo musical para esse cheiro seria o pop e o sabor de chantilly. Para a etapa b, o número de pessoas a serem entrevistadas foi definido como o mínimo de dez, meramente para ilustrar a importância de se ouvir o outro e, bem como para compreender as percepções alheias. Algumas das palavras mencionadas pelos entrevistados foram: alegre, sexy, descontraído, feminino, fruta, conforto, jovem, suavidade, banho, mulher, leve, suave, forte, doce, jovial, e manhã. As palavras sexy, doce, jovem e feminino foram recorrentes, o que direcionou a aluna a uma coleção feminina e jovial com estampas de flores e frutas. Foram utilizados contraste de cores quentes e frias, cores luminosas, e matizes como o amarelo, vermelho, azul, verde e rosa, comumente utilizados pelo público jovem.

Considerações finais

Argumentamos nesse sobre a importância da sinestesia como uma abordagem contemporânea em projetos. Trata-se de uma proposta que não apenas contribui para a capacidade criativa de um designer, como também corrobora para resultar em produtos finais mais expressivos. É inevitável, porém, esbarrar em questões subjetivas como a percepção do indivíduo. Se os elementos visuais, que hoje já dispõe de uma sintaxe que nos permite discorrer sobre significados, ainda são suscetíveis a interpretações particulares que variam de pessoa a pessoa, o que dizer de elementos olfativos? Apesar disso, partimos da hipótese de que é possível atribuir significados aos cheiros, tal como temos atribuído às cores, às formas na linguagem visual. Decerto, na medida em que se utiliza uma linguagem mista, como a música que combina o verbal (letras) com o não-verbal (melodia e ritmos), a tarefa de tradução semiótica se torna mais fácil. Porém, não menos interessante sob o ponto de vista da inspiração inicial para um projeto.

Apresentamos no trabalho as etapas dessa proposta aplicadas à disciplina de Linguagem Visual e selecionamos dois exemplos para ilustrá-las. O trabalho, que se iniciou nesta disciplina no ano de 2016, tem sido mantido no cronograma de atividades desde então. Devido à repercussão positiva entre os alunos, que se sentiram motivados

para realizar o trabalho e com os resultados obtidos, recomendamos que esta proposta seja experimentada em outras faculdades e disciplinas do design. Quem sabe, até mesmo por profissionais já graduados, mas interessados em experimentar uma nova abordagem em seus projetos.

Bibliografia

- Braida, F.; Abad, G. e Ponte, R. (2009). *Os sistemas híbridos do Design: despertando os sentidos*. In: 5 Congresso Internacional de Pesquisa em Design, 2009, Bauru, SP. Congresso Internacional de Pesquisa em Design (CIPED). Bauru, SP: PPG Design - FAAC - Universidade Estadual Paulista, 2197-2204.
- Demattè, M. L.; Sanabria, D. & Spence, C. (2006). *Cross-Modal Associations Between Odors and Colors*. In: Chem. Senses 31: 531-538.
- Domino, G. (2009). Synesthesia. In: Runco, M. A., Pritzker, S. R. *Encyclopedia of creativity*. California: Academy Press, 2, p. 597- 604.
- Dondis, D. (2003). *A Sintaxe da Linguagem Visual*. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- Haverkamp, M. (2013). *Synesthetic design: a handbook for a multisensory approach*. Birkhäuser: Switzerland.
- Jakobson, R. (1969). *Linguística e comunicação*. São Paulo: Cultrix.
- Joutsela, M. (2010). Multisensory persuasion and storytelling through packaging Design. *17th IAPRI World Conference on Packaging*. IAPRI - International Association of Packaging Research Institutes.
- Lindstrom, M. (2012). *BrandSense: a marca multissensorial*. Porto Alegre: Bookman.
- Macpherson, F. (2011). Cross-modal experiences. *Proceedings of the Aristotelian Society*, 111, 3, p. 429-468.
- Persson, V. (2011). Crossmodal correspondences between visual, olfactory and auditory information. Student paper. Stockholm-universitet.
- Plaza, J. (1987). *Tradução intersemiótica*. São Paulo: Perspectiva.
- Please don't. (2012) Disponível em: https://www.youtube.com/watch?time_continue=227&v=PdUiCjnRptk. Acesso em: 05 out. 2017.
- Ramachandran, V. S. & Hubbard, E. M. (2001). Synesthesia: a window into perception, thought and language. *Journal of Consciousness Studies*, 8, 12, p. 3-34.
- Santaella, L. (2005). *Matrizes da linguagem e pensamento: sonora, visual, verbal: aplicações na hipermídia*. São Paulo: Iluminuras, FAPESP.
- Silva, C. A. P. (2017). *As cores e as formas dos cheiros: as correspondências entre os sentidos do olfato e da visão em frascos de perfumes*. Tese de doutorado, Universidade de São Paulo, São Paulo, SP, Brasil.
- Spence, C. & Piqueras-Fiszman, B. (2012). The multisensory packaging of beverages. In Kontominas, M. G. (ed.), *Food packaging: procedures, management and trends*. Hauppauge: Nova, p. 187-233.
- Sudjic, D. (2010). *A linguagem das coisas*. Rio de Janeiro: Intrínseca.
- Sweet DayDream. (2017). Disponível em: <https://www.fragrantica.com.br/perfume/Victoria-s-Secret/Sweet-Daydream-7998.html>. Acesso em 14 jul. 2017.
- Walter, F. (2003). *Extraits de parfums: une anthologie de Platon à Colette*. Paris: L'Institut Français de la Mode-Regard.

Resumen: Este artículo presenta una metodología desarrollada para la disciplina de Lenguaje Visual, que pertenece al segundo año de la Licenciatura de Diseño en SENAI CETIQT. Comprendiendo que la percepción visual no está dissociada de la percepción de otros estímulos, como sonora y olfativa, iniciamos una experiencia utilizando canciones y olores como punto de partida para la creación dentro del diseño de moda. Con el fin de apoyar una propuesta multisensorial, se discute la importancia de la sinestesia para el campo del diseño. Además detallamos los pasos de las actividades. Finalmente, para ilustrar el resultado positivo presentamos los resultados obtenidos en dos de los proyectos realizados.

Palabras clave: Sinestesia - Multisensorial - Lenguaje visual - Percepción - Diseño de moda.

Abstract: This paper introduces a methodology developed for the Visual Language discipline, which belongs to the second year of the Bachelor course of Design at SENAI CETIQT. Understanding that visual perception is not dissociated from the perception of other stimuli, such as sonorous and olfactory, we initiated an experience using songs and smells as a starting point for creation within fashion design. In order to support a multisensory proposal, we discuss the importance of synesthesia for the field of design. Moreover we detailed the steps of the activities. Finally, to illustrate the positive result we present the results obtained in two of the projects carried out.

Keywords: Synesthesia - Multisensory - Visual language - Perception - Fashion design.

(*) **Camila Assis Peres Silva**. Doutora em Ciências na área de concentração de Design e Arquitetura pela Universidade de São Paulo. Experiência na área de comunicação visual com ênfase em linguagens e percepção visuais.