

Análise semiótica da interação do usuário com a utilização da plataforma Pinterest em pesquisa de moda

Semiotic analysis of user interaction with a use of the Pinterest platform in fashion research

Milene Machado Thomasi, Murilo Scóz, Silene Seibel

Pinterest. Pesquisa de Moda. Referências Visuais. Usuário

O *Pinterest* tornou-se uma ferramenta utilizada por grande parte dos profissionais da área de criação, por possibilitar, sobretudo o armazenamento, a organização e a agilidade na pesquisa de referências visuais. Desta forma, o objetivo da presente pesquisa é realizar uma análise semiótica, com base no modelo semiótico greimasiano, para verificar como ocorre a interação do usuário com a interface da plataforma em questão durante o processo de pesquisas visuais no desenvolvimento de produtos de moda. Buscou-se também, verificar como ocorre o percurso gerativo de sentido na interação do usuário com o *Pinterest*. Para alcançar esses objetivos, fez-se uso de uma análise qualitativa bibliográfica e descritiva. A partir dos resultados encontrados, compreendeu-se que estudos na área de análises semióticas de plataformas como o *Pinterest* seriam relevantes para o desenvolvimento de ferramentas digitais que atendam especificamente as atividades de profissionais de criação no âmbito de pesquisa de moda e gestão visual.

Pinterest. Fashion Research. Visual References. User.

Pinterest has become a tool used by most professionals in the field of creation, since it enables storage, organization and agility in the search for visual references. In this way, the objective of the present research is to perform a semiotic analysis, based on the greimasiano semiotic model, to verify how the user interaction with the interface of the platform in question occurs during the process of visual researches in the development of fashion products. It was also sought to verify how the generative path of meaning in the user interaction with Pinterest occurs. To achieve these objectives, a qualitative bibliographical and descriptive analysis was used. From the results found, it was understood that studies in the area of semiotic analysis of platforms such as Pinterest would be relevant for the development of digital tools that specifically meet the activities of creative professionals in the field of fashion research and visual management.

1 Introdução

A utilização de referências visuais no processo de pesquisa é uma prática amplamente explorada nas atividades de criação de produtos de moda, a qual auxilia na definição dos elementos estéticos assim como as características formais das coleções. A plataforma *Pinterest* tornou-se atualmente uma ferramenta relevante e bastante utilizada no trabalho dos designers de moda, por possuir elevado número de imagens disponíveis para pesquisa, além de possibilitar o armazenamento e organização das informações visuais. Por este motivo, a interface da plataforma *Pinterest* tornou-se o objeto de estudo da presente pesquisa.

Por se tratar de um objeto constituído por elementos verbais e não-verbais, buscou-se suporte nos fundamentos teóricos da semiótica francesa para a análise, uma vez que ela busca compreender a produção de sentido dos fenômenos, por intermédio da análise do discurso presente em estruturas narrativas que podem se manifestar em qualquer espécie de texto.

O reduzido número de pesquisas existentes na área de análise semiótica de plataformas digitais utilizadas na área de design de moda foi o motivador inicial do presente estudo. A constatação apresentada justifica a necessidade de outras pesquisas na área em questão, visto que a análise semiótica é uma ferramenta relevante para a compreensão das estratégias discursivas presentes em plataformas digitais. Além disso, ela pode tornar-se um instrumento para compreender como ocorre a interação do usuário com ferramentas digitais, bem como a compreensão dos recursos e estratégias utilizadas pelas plataformas para reter o usuário, mantendo seu acesso frequente.

Desta forma, o objetivo da presente pesquisa é realizar uma análise semiótica da interação de designers de moda com a interface da plataforma *Pinterest* em pesquisas de referências visuais, durante o processo criativo de produtos de moda. Esta pesquisa se apoia nas bases teóricas da semiótica greimasiana e, através dela, buscou-se também verificar como ocorre o percurso gerativo de sentido na interação do usuário com o *Pinterest*, como se organizam os elementos no plano de expressão, e qual o objeto de valor oferecido pela plataforma aos usuários.

Para tanto, fez-se uso de uma análise qualitativa bibliográfica e descritiva, visando obter uma melhor compreensão acerca da relação entre a semiótica e a plataforma *Pinterest* em pesquisas de moda. Posteriormente foi realizada uma análise estrutural da plataforma *Pinterest*, partindo do primeiro contato do usuário com a plataforma, até a verificação de todas as características presentes na mesma. Por último, fez-se uma análise semiótica do *Pinterest* considerando os planos de conteúdo e de expressão.

2 Pesquisa de informações visuais no processo de desenvolvimento de produtos de moda

A moda expressa o *Zeitgeist*, ou espírito do tempo e, por este motivo acaba sofrendo modificações constantes, conforme afirma Seivewright (2015). Por mover-se rapidamente, comparada a outras indústrias criativas, o sistema da moda sofre exigências em relação ao lançamento de tendências, fazendo com que os designers busquem incessantemente por novas inspirações para desenvolverem um trabalho contemporâneo, e que não é possível o desenvolvimento de um bom design sem que haja alguma forma de pesquisa, uma vez que ela inspira a mente e auxilia o despertar da criatividade.

Seivewright (2015) reitera que o início da jornada exploratória de um designer de moda é a pesquisa, e o processo envolve leitura, observação e registro das informações. Renfrew e Renfrew (2010) afirma que uma parcela significativa do desenvolvimento da coleção de moda é fundamentada em imagens, e este formato acaba por estabelecer uma unificação na linguagem visual, bem como a otimização do processo de criação. Desta forma, as imagens exercem uma considerável importância na documentação e no desenvolvimento de peças de moda.

Elementos imagéticos como fotografias, cartões-postais, recortes de revistas e desenhos, são consideradas, pelos autores Sorger e Udale (2009) como fontes de imagens. Entretanto, o lugar mais acessível e ágil para iniciar uma pesquisa é através da Internet, sendo a *Web* uma rica fonte de coleta de imagens e informações.

São inúmeras as fontes de referências visuais e incontáveis são as imagens disponíveis no espaço digital. Nesse meio, o *Pinterest* tornou-se um local muito acessado e uma ferramenta bastante utilizada por designers de moda, por possibilitar armazenamento, organização e agilidade na pesquisa de referências visuais de forma gratuita, além de apresentar outras funções características das redes sociais. Desta forma, o objeto de estudo da presente pesquisa será a plataforma *Pinterest*, e para melhor compreensão de suas características e relação com o trabalho de designers de moda, a próxima seção abordará tais temáticas.

2.1 Pinterest como Ferramenta de Pesquisa

Observou-se, por meio da presente pesquisa, que rede social *Pinterest* é uma ferramenta disponibilizada no meio digital muito utilizada por criadores de moda como forma de pesquisar e gerenciar referências visuais no processo projetual de moda. Esta plataforma é considerada como uma rede social e também como site de curadoria, conhecida por ser uma plataforma de coleção social, suas características são construídas em torno de atividades que possibilitam os usuários coletarem, organizarem e compartilharem conteúdos

visuais digitais (ALVAREZ et al., 2013; HALL & ZARRO, 2012; HAN et al., 2014). Desta forma, compreende-se que a plataforma conecta os usuários por meio de interesses comuns.

A autora Martins (2016) compreende que o *Pinterest* é identificado como uma rede social, e como tal, não foi configurada por seus criadores como forma exclusiva de pesquisa de moda. Todavia, por se tratar de “uma rede social de coleção” (MARTINS, 2016, p.111), acaba oferecendo muitas funcionalidades em sua interface que se assemelham a algumas atividades de um profissional de design de moda, como a busca por referências visuais em diversas fontes para compor o desenvolvimento de coleções.

Uma pesquisa a respeito do uso do *Pinterest* como ferramenta de suporte ao projeto conceitual de produto de moda foi realizada por Martins (2016), onde oito profissionais da área de moda foram entrevistados, e foi identificado pela autora, que 62,5% dos participantes fazem uso do *Pinterest* como instrumento de pesquisa, e que o mesmo percentual respondeu utilizá-lo para armazenar as pesquisas imagéticas. Os entrevistados relataram que a pesquisa realizada na plataforma possui como principal objetivo a obtenção de inspirações e referências para a coleção. Desta forma, a autora infere que o *Pinterest* apresenta três funções no âmbito do desenvolvimento de produtos de moda: ferramenta de pesquisa, de armazenamento e organização de referências visuais.

Em outra pesquisa realizada com profissionais da área do design de moda, Pereira e Schneider (2016) identificaram que entre os 19 participantes entrevistados, 18 utilizava com frequência a plataforma *Pinterest* para fins profissionais há mais de dois anos, enquanto apenas um dos respondentes havia começado a utilizar a ferramenta há pouco tempo. As mesmas autoras afirmam que a utilização do *Pinterest* causou modificações significativas na forma de trabalho dos profissionais de criação de moda, viabilizando a busca e a organização de imagens de referência, normalmente utilizadas no processo criativo. Além disso, os conceitos de armazenamento e busca de imagens foram totalmente renovados com o surgimento do *Pinterest*, e esta ferramenta passou a influenciar diretamente a forma como os designers de moda organizam e pesquisam suas referências (PEREIRA & SCHNEIDER, 2016).

Diante do exposto, compreende-se a relevância de verificar como ocorre a interação da interface do *Pinterest* com usuários designers de moda. Para tal compreensão, o modelo semiótico francês surge como ferramenta para estruturar a análise semiótica do objeto inserido no presente estudo. Os conceitos necessários para a compreensão do modelo semiótico greimasiano serão apresentados na seção posterior.

3 Semiótica - O modelo semiótico comunicacional

A semiótica é uma ciência que possui como objeto de estudo a linguagem, e seu objetivo é a análise dos modos de organização dos fenômenos como fenômenos de produção de sentido e de significação. O conceito de semiótica, de modo geral, está associado à ciência geral dos signos e da significação (SANTAELLA, 2005).

Conforme a mesma autora, três correntes semióticas surgiram quase sincronicamente no tempo, mas distintas na paternidade e no espaço: uma nos EUA (conhecida como peirceana), outra na União Soviética (semiótica da cultura) e a terceira na Europa Ocidental (semiótica francesa ou também conhecida como greimasiana).

A semiótica greimasiana busca descrever e esclarecer o que o texto diz e como ele faz para dizer o que diz, analisando primeiramente o seu plano do conteúdo, configurado através de um percurso o qual representa a geração do sentido (MATTE; LARA, 2009). Os elementos de um texto se associam na forma de um percurso, que se orienta “do mais simples ao mais complexo, do mais abstrato ao mais concreto”, conforme Greimas e Courtés (2008, p. 206). Este percurso possui caráter gerativo, uma vez que ele se estrutura em etapas subsequentes inspiradas na forma como um autor concebe o seu texto.

O percurso gerativo do sentido é estruturado através da união de dois planos, de conteúdo e expressão, em um processo associado à textualização, segundo Pereira (2017). O plano de conteúdo diz respeito ao discurso e às estruturas figurativo-narrativas e, conforme Fiorin (2008), ele é dividido em três níveis, conhecidos como profundo ou fundamental, narrativo ou intermediário e discursivo. No nível fundamental, encontram-se as categorias semânticas que se situam na base da elaboração de um texto, e essas categorias fundamentam-se em conjuntos de oposições, tais como bem e mal, vida e morte. Todavia, é necessário que esses termos tenham algo em comum, e é justamente sobre essa linha comum que constitui a diferença (FIORIN, 2008).

No nível intermediário, os conceitos estão ordenados em estruturas narrativas, com base na concepção de atuantes em trajetos de ação ligados a conquista de objetos, originando percursos e processos de transformações (PEREIRA, 2017). Na narrativa, os sujeitos, as transições entre os estados e as ações são analisadas, por meio da conquista ou a privação dos objetos almejados. Conforme Fiorin (2008), uma narrativa complexa estrutura-se numa sequência canônica, que compreende quatro fases: a manipulação, a competência, a performance e a sanção. A fase de manipulação é caracterizada pelo fazer-fazer, onde um sujeito (manipulador) atua sobre outro (actante) para induzi-lo a querer fazer ou dever fazer algo através de estratégias de persuasão, que podem ser através de tentação (quando é oferecido ao manipulado uma recompensa ou prêmio), intimidação (quando existe uma ameaça ou castigo), sedução (quando há um apelo elogioso) ou provocação (quando é realizada uma projeção negativa do sujeito), (FIORIN, 2008). Na fase de competência, o sujeito responsável pela transformação central da narrativa adquire

um saber ou poder específico para realizar a ação, e entra em contato com o objeto modal, o qual pode ser um artefato ou capacidade que o qualifica para realizar a ação, e que assim, o modaliza (PEREIRA, 2017). Na performance, conforme Fiorin (2008) ocorre a fase de transformação central da narrativa, e onde o sujeito cumpre a missão inicial através da utilização do objeto modal adquirido. A última fase é a sanção, e nela o sujeito (actante) recebe ou não a aprovação do sujeito manipulador pela efetivação da performance realizada.

Pode-se observar, que no modelo semiótico narrativo, os percursos de ação seguem uma lógica ordenada e a mesma pode ser aplicada ao cumprimento de tarefas. Motta (2016) aponta que se o sujeito obtiver sucesso em suas ações, conquistando seu objetivo, a narrativa será caracterizada como uma narrativa de conjunção com o objeto de valor. De outro modo, se o sujeito falhar em seu propósito, a narrativa será de disjunção com o objeto de valor.

Por fim, no nível discursivo as formas tornam-se perceptíveis aos sentidos, e as formas abstratas do nível são envolvidas de conteúdo que lhe conferem materialidade (FIORIN, 2008). Neste nível, a temporalidade e as figuras expressam-se em uma disposição lógica, onde a realização é o estado atual do sujeito conforme sua conjunção com o objeto de valor, afirmam Matte e Lara (2009).

Se o plano de conteúdo refere-se às estruturas figurativo-narrativas, o plano de expressão trata da materialidade ou plasticidade do texto. Conforme Fiorin (2008), cada plano de expressão se desenvolve com espécies de materiais diferentes, um com sons, outro com a cor, etc., e mesmo que dois planos de expressão lidem com um mesmo material, eles não serão idênticos, uma vez que cada um deles seleciona elementos de expressão específicos a serem empregados.

No exercício óptico, a dimensão plástica está relacionada a “extrair o concreto de operações abstratas, [...] reduzir tudo o que vemos a elementos mínimos, reuni-los em segmentos significativos [...]”, conforme Calvino (1996, p.145). Logo, a dimensão plástica se constitui com base na conexão entre os formantes, ou seja, os menores elementos da expressão, e seus processos relacionais resultarão em suas combinações.

Teixeira (2008) aponta que, a semiótica plástica busca lidar com aspectos materiais do discurso plástico, e é executada através de um jogo de volumes e luzes, de cores e linhas, ou em um espaço concebido. Na observação dos objetos plásticos, diferentes tipos de categorias poderão ser consideradas – cromática, eidética, matérica e topológica – e a atuação dessas categorias, na composição do plano de expressão, deve ser analisada conforme a conexão com o plano do conteúdo. Nas categorias cromáticas, podem ser consideradas as incontáveis combinações de cores, visíveis através de oposições como brilhante/opaco, mesclado/puro, saturado/não saturado. Nas categorias eidéticas, as quais produzem as formas, serão analisadas as combinações de volumes, linhas e cores, bem como a superposição de cores, resultando em contrastes como ascendente/descendente,

curvilíneo/retilíneo, côncavo/convexo. Nas categorias matéricas, são consideradas, por exemplo, a forma como ocorrem as pinceladas: contidas/soltas, ascendentes/descendentes, diluídas/pastosas. Já nas categorias topológicas, são considerados o sentido e posição das formas e do movimento, e podem realizar-se em forma de contrastes como alto/baixo, central/periférico, esquerdo/direito (TEIXEIRA, 2008).

Pode-se compreender que o emprego do modelo semiótico greimasiano surge como alternativa para a compreensão das estratégias discursivas presentes no objeto de análise: a interface do *Pinterest*. Uma vez que o objeto trata-se de um texto sincrético, composto por diferentes textos visuais, percebeu-se que a semiótica plástica é também uma ferramenta importante para a análise do arranjo da expressão. Desta forma, as próximas seções irão abordar as análises realizadas no âmbito geral da plataforma, bem como nos planos da expressão e do conteúdo.

3.1 Análise estrutural da Plataforma Pinterest

O objeto escolhido para análise semiótica do presente trabalho foi a interface da plataforma de rede social **Pinterest**, e sua interação com o trabalho de pesquisa do designer de moda, uma vez que é utilizada por grande parte desses profissionais como ferramenta de pesquisa e armazenamento. O processo inicial do presente estudo ocorreu com a análise estrutural da plataforma, partindo do primeiro contato do usuário com a plataforma, para então, verificar todas as características presentes na mesma.

Os usuários do **Pinterest** são chamados de “pinadores”, e ao entrarem na página inicial da rede social (representada pela Figura 1) para realizar o cadastro, se deparam com uma caixa onde se encontram elementos institucionais, como a logo da plataforma, em um tom de vermelho fosco, a frase de chamada: Encontre novas ideias para experimentar, bem como um anúncio de boas-vindas. Além dessas informações, são apresentados campos para preenchimento de e-mail, senha, idade e sexo. Pode-se inferir que o destinador (plataforma) qualifica com maior precisão o perfil de seu destinatário (usuário) através das informações obtidas na etapa de cadastramento, e compreende-se que o arranjo de imagens disposto pela plataforma é baseado nos dados indicados pelo usuário. Outra mensagem aparece na tela inicial, destacada em vermelho opaco, localizada à direita da caixa central, e traz a mensagem: O *Pinterest* ajuda você a encontrar novas ideias para experimentar. Abaixo da mensagem encontra-se um local que conduz o usuário a conhecer como funciona a ferramenta, de modo a oferecer um saber ainda não dominado pelo usuário.

Na tela inicial, reportada na figura 1, são utilizados elementos textuais (verbais e visuais) para demonstrar o modo de operação e o objetivo da plataforma. Elementos como a disposição e a coloração utilizadas nas caixas de cadastro (1) e instrução (2) acabam fazendo

com que o usuário não saiba por onde iniciar sua jornada, uma vez que se trata de uma plataforma a qual apresenta um formato relativamente novo.

Abaixo, pode ser observada a página inicial da rede social *Pinterest* através da Figura 1.

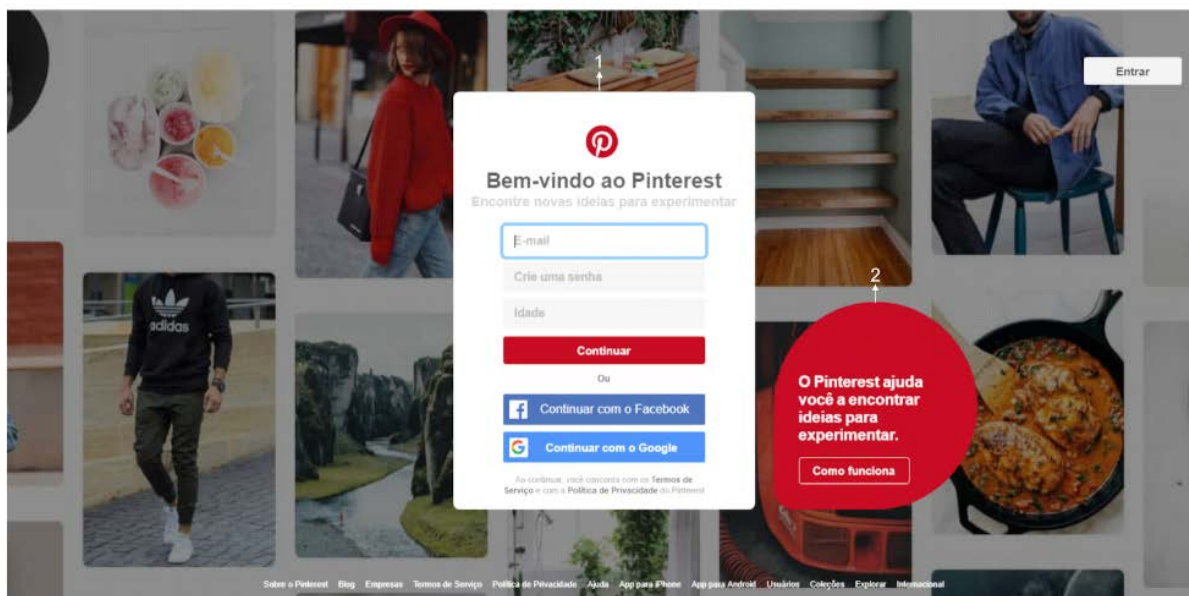


Figura 1 Captura da página de entrada do Pinterest, Fonte: PINTEREST. Disponível em: <<https://br.pinterest.com>>. Acesso em: 10 jan. 2018.

Finalizada a etapa de cadastro, uma nova interface é apresentada (figura 2), onde são dispostas inúmeras imagens de temas variados, relacionados aos escolhidos no processo de cadastro, resultando em um grande painel. Por meio desta área de interação, o usuário transforma-se em um gerenciador de conteúdo com alto grau de autonomia, uma vez que não há linearidade de ações determinadas pela plataforma.

A interação com a interface da segunda tela é vertical (3), onde uma barra de rolagem localizada na lateral esquerda permite o usuário rolar para baixo e visualizar as inúmeras imagens apresentadas pela rede social. Na parte superior esquerda da página, existe um ícone (4) no formato da logo do Pinterest, e ao clicar nele, todas as imagens que aparecem na tela se modificam para novas imagens. Ao lado do ícone com a logo, encontra-se uma barra de pesquisa (5), onde o usuário pode digitar palavras de interesse. Ao digitar uma palavra, por exemplo: casa, surge então, uma nova área (6), localizada abaixo da barra de pesquisa, onde aparecem inúmeras opções de termos ligados ao tema pesquisado, como: arquitetura, pequena, simples, por fora, de luxo, madeira, térrea, aconchegante, sustentável, etc. Essa área de opções variadas de temas apresenta interação horizontal, possibilitando o usuário clicar na seta ao lado e visualizar inúmeras opções de temáticas. Apresenta-se aqui, novamente uma referência

à dualidade, com os elementos dispostos de maneira vertical x horizontal, verificada na Figura 2 abaixo.

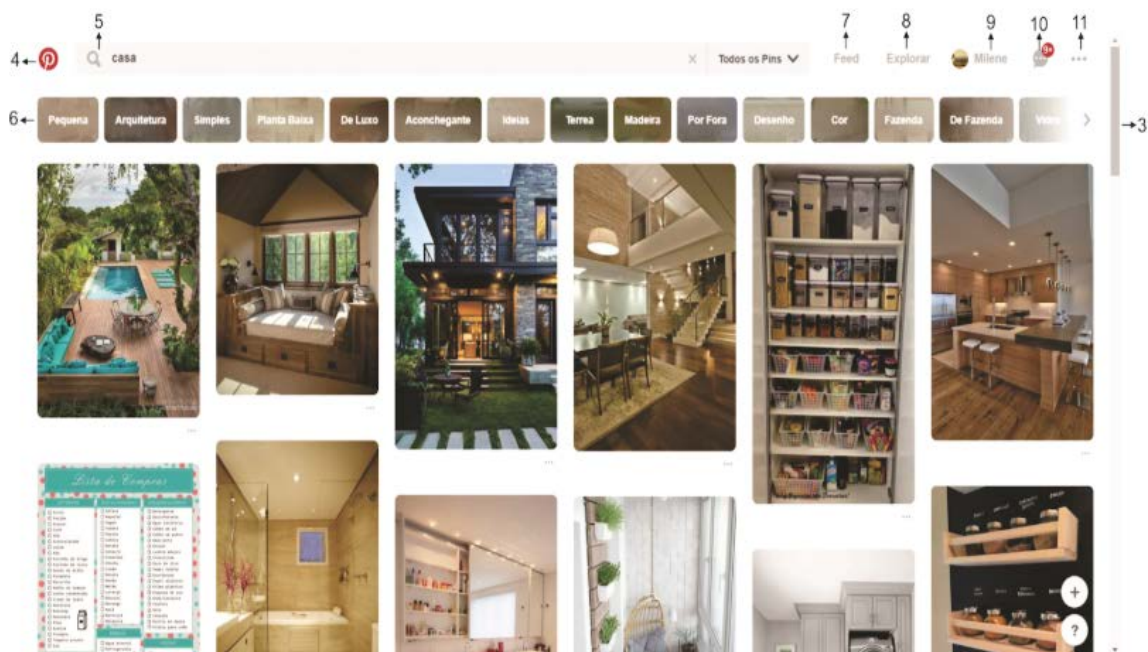


Figura 2 Captura da página do Pinterest, Fonte: PINTEREST. Disponível em: <<https://br.pinterest.com>>. Acesso em: 10 jan. 2018.

Ainda na análise da segunda tela (Figura 2), existem outros ícones localizados na parte superior direita. O ícone *feed* (7) quando acionado, funciona como uma atualização de conteúdo, onde as imagens que aparecem na tela são substituídas por outras publicadas recentemente. O ícone *explorar* (8) remete o usuário a temas relacionados ao perfil informado no cadastro, bem como aos temas de interesse indicados no início da utilização da plataforma. No ícone com o nome e a foto (9) que o usuário pode incluir, ele será direcionado a um espaço onde poderá gerenciar suas coleções. Na imagem em formato de balão de diálogo (10), o usuário pode receber e enviar mensagens a outros usuários. Por fim, o ícone onde aparecem três pontos (11) encaminhará às configurações, central de ajuda, termos e privacidade, entre outros.

O perfil do usuário (9), presente na Figura 2, remete a um espaço onde o pinador poderá criar e organizar suas coleções em pastas (representado pela figura 3), assim como utilizar ferramentas presentes em redes sociais, tais como, seguir (13) outros usuários e ser seguido (12). Dentro de uma pasta é possível criar uma subpasta, assim como criar um *pin*, adicionando a imagem desejada e o site vinculado nos campos indicados. Além disso, é possível que outras pessoas sigam as pastas criadas pelo usuário e também que o usuário siga pastas de outros perfis. Ainda no espaço do usuário, existem três ícones onde é permitido acessar as pastas criadas (14), os pins salvos

(15) e os pins experimentados (16), bem como temas de interesse (17). As pastas elaboradas podem ser públicas (e estas podem ser acessadas por outros perfis), bem como pastas secretas (que permitem serem visualizadas somente pelo usuário ou por quem ele convidar). Essas atividades podem ser observadas na Figura 3.

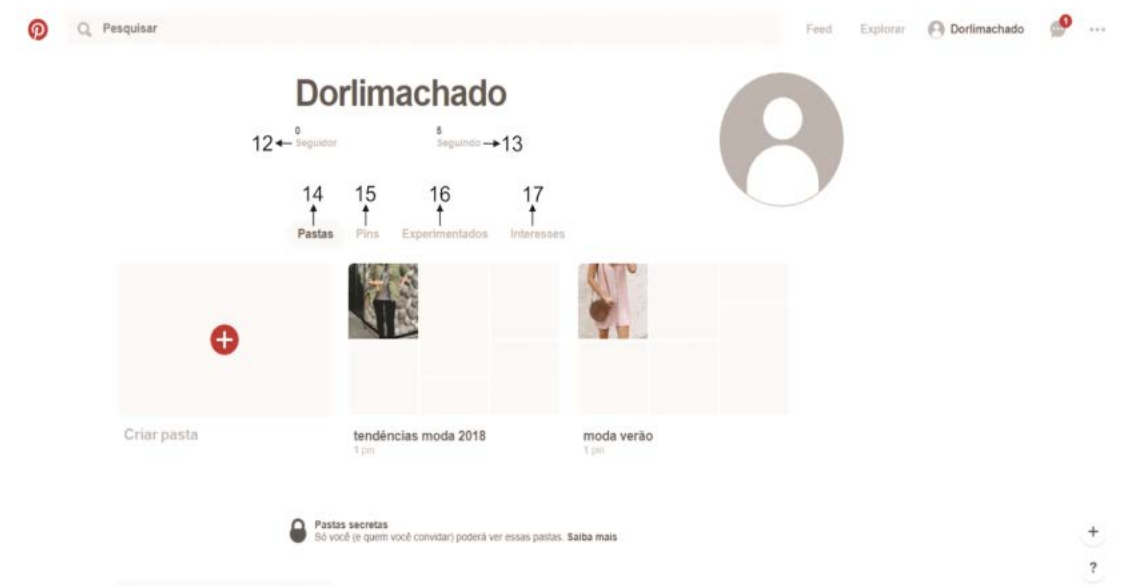


Figura 3 Captura da página do Pinterest, Fonte: PINTEREST. Disponível em: <<https://br.pinterest.com/dorlimachado>>. Acesso em: 10 jan. 2018.

As principais características presentes na plataforma Pinterest foram analisadas nesta seção de modo a facilitar e aprofundar a análise semiótica desta ferramenta, bem como auxiliar a compreensão da interação dos usuários com a mesma.

3.2 Análise semiótica

Para realizar a análise da interação de usuários com a interface do *Pinterest*, foram empregados os domínios do plano da expressão e do conteúdo. A semiótica plástica examina as diferentes formas de articulação entre o plano da expressão e o plano do conteúdo em textos de diferentes naturezas, com base em quatro tipos de elementos: cromáticos, eidéticos, matéricos e topológicos. Já o plano do conteúdo se liga às questões figurativo-narrativas, onde a análise é realizada por meio do percurso gerativo de sentido. As duas teorias foram escolhidas por fornecerem as ferramentas necessárias para o presente estudo.

A partir da análise da configuração da interface da plataforma, e considerando a forma como está disposto o bloco de imagens e textos, pode-se destacar quatro telas (momentos) distintas, que compõem as principais ações realizadas pelo usuário e organizam a apresentação de

seu conteúdo. O objeto escolhido para o estudo trata-se de um objeto sincrético, visto em seu plano da expressão encontram-se diferentes tipos de elementos, tais como imagens, textos, vídeos e recursos de animação para a construção do discurso.

Em relação aos aspectos cromáticos, há uma unidade de tons em vermelho, branco, escala de cinza e preto. Pode-se identificar um contraste plástico entre o branco do fundo das caixas destinadas a textos e o vermelho presente nos ícones institucionais e ícones de ações. Percebe-se que algumas das informações mais importantes das quatro telas se encontram em vermelho, e a escolha de tal cor pode estar relacionada a algumas sensações que a tonalidade causa, como interesse e atenção.

No que tange aos aspectos topológicos, percebe-se que na primeira tela (figura 1) os elementos textuais estão localizados no centro da página. Já nas telas seguintes (figura 2, 3 e 4), a organização dos elementos textuais se encontra na parte superior da página, dando espaço para a centralidade dos elementos visuais. Referente à interação do usuário com a pesquisa de informações na plataforma, são apresentadas duas maneiras de acesso, uma ocorre da parte superior para a parte inferior da página e outra ocorre da parte esquerda para a parte direita da tela. Desta forma, é possível obter uma organização entre as categorias alto x baixo, direita x esquerda e horizontal x vertical, as quais correspondem ao início e o fim da navegação. Por fim, nos aspectos eidéticos são observadas algumas formas recorrentes, como retângulos e quadrados de cantos arredondados, bem como círculos perfeitos.

Através da análise do percurso gerativo do sentido, compreendeu-se que o designer de moda (usuário) inicia seu percurso interativo sendo manipulado pela necessidade de encontrar inspirações para o desempenho de seu papel, o de criar produtos de moda, caracterizando esta fase pelo *fazer-fazer*. Ele então recorre a um artefato (objeto modal), que neste estudo se refere ao Pinterest, passa pela fase de competência, onde irá adquirir a aptidão específica necessária ao cumprimento da ação (o saber utilizar a plataforma), operando os recursos de instrução oferecidos pela rede social, ou mesmo através de suas próprias tentativas. Neste sentido, observou-se que a plataforma não oferece uma linearidade de ações, apesar dos recursos de instrução que oferece, e nos primeiros contatos, o usuário pode sentir-se confuso com a disposição dos ícones. Na fase da performance, a qual trata do *fazer*, o designer utiliza o objeto modal adquirido para cumprir a missão inicial e alcançar seu objeto de valor (ideias/inspiração). Nesta etapa, a plataforma atente muito bem no quesito variedade de informações, uma vez que, além das inúmeras imagens de perfis diversos, ele pode visualizar perfis de revistas de moda, blogueiras, sites e marcas de moda. A fase da sanção se dá quando o manipulador (o próprio o designer) confere se a performance foi cumprida dentro das condições iniciais, e o sujeito (também o designer), por sua vez entra em conjunção ou disjunção

com o seu objeto de valor, as quais são as ideias e inspirações adquiridas através do objeto modal, o *Pinterest*.

Quando o sujeito conquista seu objetivo, neste caso uma ideia ou inspiração, ele entra em conjunção com o objeto de valor. Porém, se ele não alcançar seu objetivo ele entra em disjunção com o objeto de valor.

4 Considerações Finais

Durante o processo de pesquisa de moda, a utilização de referências visuais é uma atividade amplamente realizada por designers de moda, e a plataforma *Pinterest* tornou-se uma ferramenta muito utilizada para tal finalidade. Sua popularidade é justificada por possuir elevado número de imagens disponíveis para pesquisa, além de possibilitar o armazenamento e organização das informações visuais.

Conforme a análise das bibliografias consultadas e com base na semiótica greimasiana, compreendeu-se que o percurso da interação do usuário com o objeto de estudo (interface do *Pinterest*), atingiu, na maior parte da análise, as necessidades existentes no processo de pesquisa de moda. Constatou-se que o objeto de valor oferecido pela plataforma aos usuários é a ação de encontrar novas ideias, e que através do objeto modal (*Pinterest*), o usuário pode utilizar os recursos existentes e as referências presentes na plataforma para conquistá-lo, tais como perfis de blogueiras influentes, revistas de moda, sites e marcas de moda. Todavia, apesar do número expressivo de referências visuais disponíveis na plataforma, percebeu-se que elas se esgotam e tornam-se repetitivas ao longo de muitas pesquisas. Um dos motivos para justificar tal evento talvez esteja relacionado ao fato da plataforma não ter sido configurada por seus criadores como forma exclusiva de pesquisa de moda. Além disso, o *Pinterest* apresenta algumas referências visuais que não estão totalmente relacionadas ao tema que o usuário utilizou em sua pesquisa, podendo ocasionar em um desvio da conquista do objeto de valor.

Desta forma, percebeu-se a necessidade de desenvolvimento de outras ferramentas digitais que atendam especificamente as atividades de profissionais de criação no âmbito de pesquisa de moda e gestão visual. Identificou-se também, o reduzido número de pesquisas existentes na área em questão, e esta constatação justifica a necessidade de pesquisas mais aprofundadas a respeito do tema, as quais poderão contribuir no desenvolvimento de plataformas digitais específicas para o uso de designers de moda.

Tal estudo irá complementar as pesquisas para o desenvolvimento de uma ferramenta digital que facilite e agilize o acesso e utilização de imagens na elaboração dos painéis imagéticos e na criação de produtos de moda.

5 Referências

- ALVAREZ, A. M. et al. (2013). Exploiting socially-generated side information in dimensionality reduction. Proceedings of the 2nd international workshop on Socially-aware multimedia - SAM '13. Anais... Barcelona, Espanha. Disponível em: <<http://dl.acm.org/citation.cfm?doid=2509916.2509923>>. Acesso em: 17 out.
- CALVINO, I. (1996). A palavra escrita e a não-escrita. In: FERREIRA, M.M.; AMADO, J.(org.). Usos & abusos da história oral. Rio: Fundação Getúlio Vargas.
- CAPUTO, V. (2017). Pinterest anuncia novos recursos e recordes no Brasil. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/tecnologia/pinterest-anuncia-novos-recursos-e-recordes-no-brasil/>>. Acesso em: 10 nov.
- FIORIN, J. L. (2008). Elementos de análise do discurso. São Paulo: Contexto.
- GREIMAS, A. J, & COURTÉS, J. (2008). Dicionário de semiótica. São Paulo: Contexto.
- GILBERT, E., & CHANG, S. (2013). “I Need to Try This”?: A Statistical Overview of Pinterest. In: Conference on Human Factors in Computing Systems - CHI '13. Anais... Paris: França. Disponível em: <<http://comp.social.gatech.edu/papers/gilbert.chi13.pinterest.pdf> >. Acesso em: 20 out.
- HALL, C., & ZARRO, M. (2012). Social curation on the website Pinterest.com. In: Asist. Anais...Baltimore, MD, USA. Disponível em: <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/meet.14504901189/full>>. Acesso em: 1 nov.
- HAN, J. et al. (2014). Collecting, organizing, and sharing pins in pinterest. The international conference on Measurement and modeling of computer systems - SIGMETRICS '14. Anais...New York, New York, USA: ACM Press. Disponível em: <<http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-84904329754&partnerID=tZOtx3y1>>. Acesso em: 19 out.
- MARTINS, G. C. F. (2016). Avaliação da Satisfação de Usuários da Rede Social Pinterest Como Suporte ao Projeto Conceitual de Produto de Moda. Dissertação (Mestrado em Design) – Programa de Pós Graduação em Design, Universidade do Estado de Santa Catarina, Florianópolis.
- MATTE, A. C. F.; LARA, G. M. P. 2009. Um panorama da semiótica greimasiana. Alfa - Revista de Linguística, São Paulo, v. 53, n. 2. Disponível em: < <http://seer.fclar.unesp.br/alfa/article/view/2119>>. Acesso em: 13 dez.
- MOTTA, R. G. (2016). Design de interação entre usabilidade e Semântica. Dissertação (Mestrado em Design) – Programa de Pós Graduação em Design, Universidade do Estado de Santa Catarina, Florianópolis.
- PEREIRA, L.P. (2017). Sentido, recepção e interatividade: avaliação de conteúdo de marca em dispositivos móveis. Dissertação (Mestrado em Design) – Programa de Pós Graduação em Design, Universidade do Estado de Santa Catarina, Florianópolis.
- PEREIRA, L P., & SCHNEIDER, T. (2016). Mood board digital: o uso do Pinterest por criadores de Moda e Design. Revista de Moda, Cultura e Arte, São Paulo, v. 9, n. 1. Disponível em: <http://www1.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistaiara/wp-content/uploads/2016/10/IARA_V9_N1.pdf>. Acesso em: 28 nov.

- RENFREW, E, & RENFREW, C. (2010). Desenvolvendo uma coleção. Porto Alegre: Bookman.
- SANTAELLA , L. (2005). O que é Semiótica? São Paulo: Editora Brasiliense.
- SEIVEWRIGHT, S. (2015). Pesquisa e design. Porto Alegre: Bookman.
- SORGER, R, & UDALE, J. (2009). Fundamentos de design de moda. Porto Alegre: Bookman.
- TEIXEIRA, L. (2008). Para uma leitura de textos visuais. Língua portuguesa: lusofonia-memória e diversidade cultural. São Paulo: EDUC.

Sobre os autores

Milene Machado Thomasi

<milenemt@hotmail.com>

Tecnóloga em Design de Moda pela Universidade do Extremo Sul Catarinense

Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Moda da Universidade do Estado de Santa Catarina

Av. Madre Benvenuta, 2007 – Itacorubi – Florianópolis, SC.

Murilo Scóz

<muriloscoz@gmail.com>

Bacharel em Design Gráfico pela Universidade do Estado de Santa Catarina

Mestre em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo

Doutor em Design pelo Programa de Pós-Graduação em Design da PUC Rio

Pós-doutor na Université de Limoges (França) em Semiótica

Professor efetivo do departamento de Design e do Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade do Estado de Santa Catarina

Av. Madre Benvenuta, 2007 – Itacorubi – Florianópolis, SC.

Silene Seibel

<silene.seibel@udesc.br>

Graduação em Engenharia Elétrica pela Universidade Federal de Santa Catarina

Mestre em Pedagogia da Formação Profissional pela Universität Kassel – Alemanha

Doutorado em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina

Professora efetiva do departamento de Moda e do Programa de Pós-Graduação em Moda da Universidade do Estado de Santa Catarina

Av. Madre Benvenuta, 2007 – Itacorubi – Florianópolis, SC.

Artigo recebido em 05/11/2018

Artigo aceito em 03/05/2019