

***Mood board* icônico, ou indicial, ou simbólico? - Quando a metodologia do design encontra Peirce.**

Kaori Ishihara Tamekuni

UniRitter

Porto Alegre, RS, Brasil

kaoriishihara@uol.com.br

RESUMO

Esse artigo propõe estratégias metodológicas para a apropriação da cultura mangá pela cultura brasileira, de modo que extrapole a visualidade do mangá, utilizando o design e semiótica peirceana, para o *concept* de Sistema-Produto-Serviço (SPS). Deve-se ressaltar que embora o *concept* gerado seja para a apropriação da cultura mangá, o foco desse artigo está na metodologia. Por acreditar que o design é uma área em que a prática está associada à teoria, tem-se como objetivo explorar as metodologias usadas no design clássico, no design estratégico e design thinking como: a *sensitization*, o briefing¹, o *mood board*, os cenários, a *storytelling*, e o feedback, juntamente com as categorias peirceanas de ícone, índice e símbolo. Essa junção ocorrerá no movimento do *mood board* com o propósito de auxiliar na construção dos quadros, que auxiliarão na organização e utilização dos *mood boards* para próximo movimento.

ABSTRACT

This paper propose methodologies strategic to appropriate the manga culture by Brazilian culture, beyond the visuality. This will be use the Design Methods and Peirce theories to *concept* an Product Service System (PSS). Besides, the *concept* of the project is about manga, but the purpose of this paper is in the method. As the

design is field where practice and theory is aligned, this paper will explore the methodologies from design, strategic design, design think and Peirce categories: icon, index, and symbol. This union will occur on *mood board* movement, with the proposition to help on the construction of the board will help on the organization and on the use to the next movement.

PALAVRAS CHAVES: Design, Semiótica, Metodologia de design, Design estratégico.

INTRODUÇÃO

Este artigo constitui parte de um trabalho em que foi realizada uma pesquisa exploratória sobre a apropriação da cultura mangá no Brasil, por meio do design. Essa pesquisa se dividiu em diversas etapas: a pesquisa bibliográfica e documental para levantamento de informações e referências, entrevistas em profundidade, grupos focais e entrevistas com usuários de *Facebook*, para a compreensão do hibridismo cultural Brasil/Japão. Essa parte da pesquisa considerou em especial o levantamento de informações da cultura mangá. Foi escolhida a cultura mangá devido a possibilidade de relacioná-la aos aspectos que ultrapassam as histórias em quadrinhos, além de serem um reflexo da sociedade japonesa. Desse modo, a apropriação da cultura mangá, para além de sua visualidade pretenderá explorar aspectos como a coletivização, a honra, a educação e a persistência. A origem do interesse desse trabalho foi a revista *Turma da Mônica Jovem* -

¹ Somente serão considerados estrangeirismos palavras não incorporadas ao dicionário Houaiss.