

organização e melhor entendimento desses dados o processo visa a elaboração de um Diagrama de Afinidades, seguindo uma adaptação do método KJ-Ho, proposto por Kawakita [15]. O método propõe a organização dos dados em forma de diagrama e segue seis passos básicos: a elaboração de etiquetas, o agrupamento das etiquetas, a nomeação dos grupos de etiquetas, o arranjo espacial, a identificação das relações e a elaboração da explicação verbal e/ou escrita [16].

A adaptação utilizada no método aqui proposto, apropria-se das etapas de elaboração e agrupamento das etiquetas e do arranjo espacial (neste primeiro momento). A elaboração das etiquetas, aqui representadas pelas palavras-chave, ocorre na etapa de Conceituação. As palavras-chave são escritas em *post-its* e dispostas em uma mesa, ou parede, de modo que todas fiquem expostas, em seguida inicia-se o processo de agrupamento das mesmas.

O critério para o agrupamento das palavras-chave é a relação natural entre as mesmas [17]. As palavras-chave não são agrupadas simplesmente com base em suas similaridades (como na apresentação de palavras semelhantes) mas com base na associação mental que emerge da relação destas (significado, semântica) [16]. As palavras que demonstram essa relação são agrupadas de forma a ficarem próximas umas das outras e distantes de outros grupos de palavras, formando grupos distintos. O próprio processo de agrupamento resulta no arranjo espacial possibilitando, de maneira visual, que se verifique a quantidade e o teor de cada grupo de palavras-chave.

Em um segundo momento utiliza-se a nomeação dos grupos de etiquetas, de forma a resumir, conceitualmente, o grupo ao qual pertencem as palavras-chave. Posteriormente, propõe-se a realização do refinamento dessa nomeação, de forma que os conceitos agrupados e nomeados formem a identidade musical da marca, como será demonstrado a seguir.

Uma vez verificada as afinidades das palavras-chave por meio do diagrama, esses grupos de palavras são transferidos para o *Miller Mood Map*. O *Miller Mood Map* foi desenvolvido pela Dr. Liz Miller como uma ferramenta para o mapeamento de ânimo (humor) voltada a

pessoas com distúrbios e transtornos relativos ao humor. Compõe-se por dois eixos onde encontram-se as qualidades: alta energia (*high energy*), baixa energia (*low energy*), positivo (*positive*) e negativo (*negative*) [18]. Para os propósitos do método que aqui se propõe, esse mapa foi adaptado para demonstrar características e traços da personalidade da marca de modo à possibilitar a tradução dos principais conceitos regentes da identidade da marca em parâmetros musicais e sonoros. Na adaptação proposta pelo método, os eixos alta energia e baixa energia denominam-se "energético" e "calmo", e os eixos positivo e negativo como "ensolarado" e "nebuloso" respectivamente, para melhor representar conceitos relativos a construção de uma "paisagem" ou ambiência sonora (figura 7).

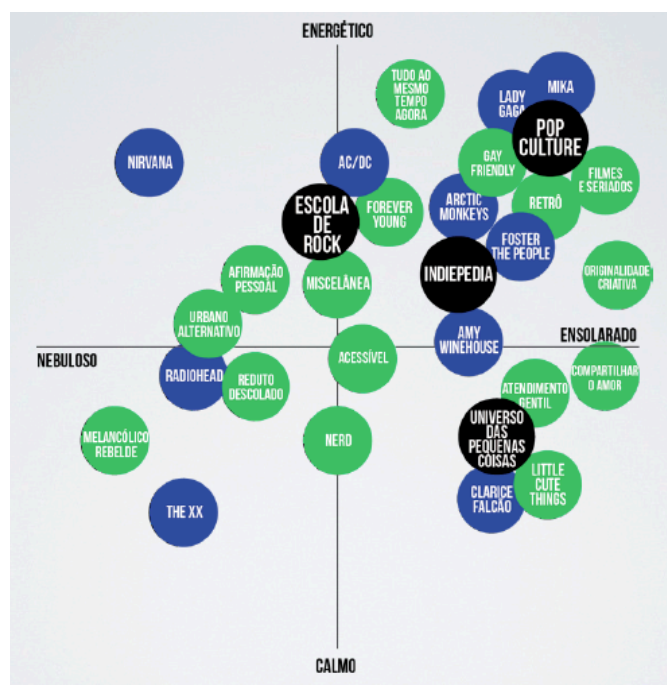


Figura 7 - *Mood Map* do Caso de Aplicação (elaborado pelos autores)

O arranjo em quadrantes resultantes da combinação de duas das qualidades permite um mapeamento mais preciso das afinidades, bem como a construção de um ambiente que possa contar com esses atributos como referenciais. Vale ressaltar a diferença de atmosfera de ponto de venda em lojas tais como as da marca