

# O Atlas Mnemosyne e o Painel Semântico. A História da Arte em diálogo com a pesquisa visual em Design

*Atlas Mnemosyne and Moodboard. The History Art in dialogue with the visual research in Design*

Campos, D.

UFSC - Universidade Federal de Santa Catarina

Retirado de: <http://convergencias.esart.ipcb.pt>

**ABSTRACT:** This essay aims to propose a dialogue between art history and the visual research in design. The visual research in design, more or less, uses an associative board of images. The Semantic Panel is the methodological tool used by professionals of various qualifications in design. However, even though such a mechanism of visual references is widely used by the area, it lacks relevant theoretical production. Different areas of knowledge also use board to associate images and some of them produced interesting theoretical reflections. German art historian Aby Warburg produced relevant sets of imagery panels that sought to contribute to image research: the Atlas *Mnemosyne*. Issues proposed by art historian Aby Warburg are suggested for the iteration and renewal of the Moodboard. The Atlas Mnemosyne is an image associative board, just as the Moodboard, however their assemble and purposes distinguish. The goal of this essay is to integrate some issues if the Atlas - as the assembly and its flexibility- to the Moodboard. Such issues would add the change and renewal character to the Moodboard, which would be more open to change and improvement throughout the various project phases.

**KEYWORDS:** Moodboard, Atlas Mnemosyne, design, art history, image.

**RESUMO:** O presente artigo objetiva propor diálogo entre a história da arte e a pesquisa visual em design. A pesquisa visual em design, grosso modo, utiliza-se de quadro associativo de imagem. O Painel Semântico é a ferramenta metodológica utilizado por profissionais de diversas habilitações em design. Contudo, mesmo sendo um mecanismo amplamente utilizado pela área não é perceptível relevante produção teórica sobre a temática. Diferentes áreas de conhecimento também se utilizam de quadros associativos de imagens e algumas dela produzem interessante reflexão teórica. O historiador da arte alemão Aby Warburg produziu relevante conjuntos de painéis imagéticos que ambicionavam contribuir para a pesquisa com imagens: o Atlas *Mnemosyne*. Questões de tal dispositivo imagético são sugeridas para interação e renovação do Painel Semântico. O Atlas Mnemosyne constitui quadro associativo de imagens, tal qual o Painel Semântico, contudo suas feições e finalidades os distinguem. O propósito é integrar algumas questões do Atlas – como a montagem e a sua flexibilidade – ao Painel Semântico. Tais questões, adicionariam caráter de mudança e renovação ao Painel, que estaria mais aberto a alterações e aprimoramento durante toda a fase projetual.

**PALAVRAS-CHAVE:** Painel Semântico, Atlas Mnemosyne, design, história da arte, imagem

## 1. Introdução

Atualmente a pesquisa visual no campo do design intercorre, principalmente, através da ferramenta metodológica Painel Semântico. Tal ferramenta é copiosamente utilizada por profissionais de design de diversas habilitações e atuações. O Painel Semântico apresenta-se como organização imagética e tem como principais desígnios servir como referência visual na prática projetual e comunicar signos visuais. A pesar da amplitude de sua utilização não se depara com tal insigne na produção teórica. A bibliografia acerca da temática expõe-se ainda bastante sintética e tímida. Tal dado é visualizado para além das fronteiras nacionais e do campo do design. As referências teóricas acerca do Painel Semântico são bastante tímidas se as compararmos com sua larga utilização da ferramenta metodológica.

Quadros associativos de imagens são utilizados por diferentes áreas de conhecimento, como por exemplo em pesquisas de cunho policial e investigativo. Um historiador da arte, Aby Warburg (1866-1929), desenvolveu um quadro de associações de imagens – o Atlas *Mnemosyne* – que bastante se assemelha ao Painel Semântico. Ao contrário deste, o Atlas *Mnemosyne* apresenta vasta e pertinente discussão teórica na atualidade. O que se propõem, em caráter ensaístico, é um diálogo entre o Painel Semântico e o Atlas *Mnemosyne*. Pretende-se discutir e conciliar questões da história da arte com a pesquisa visual em design. De tal feita, o objetivo desta pesquisa é propor uma teoria e uma metodologia da pesquisa visual da história da arte para o design.

## 2. Estado da Arte

O design é a atividade projetual (LOBACH, 2009). Mas, segundo o historiador da arte e do design Stéphane Laurent, o design é a aliança do projeto com sua expressão (LAURENT, 1999). Afim de realizarem este projeto e sua respectiva expressão, profissionais de design elaboram métodos que auxiliem seus processos criativos – para tal, muitos desenvolvem uma pesquisa visual.

A pesquisa visual em design se dá, grosso modo, através de uma ferramenta metodológica bastante conhecida e difundida por profissionais, professores e estudantes da área: o Painel Semântico. Essa ferramenta metodológica para a pesquisa visual objetiva servir como fonte de informação e de criatividade na atividade projetual do design (EDWARDS, FADZLI, SETCHI, 2009). O Painel Semântico auxilia o designer a abordar, coleccionar e organizar as imagens, emoções e sentimentos por de trás dos objetos por ele projetados.

No Brasil, o uso do Painel Semântico apresenta-se consolidado nos grandes e pequenos escritórios de design, bem como nos centros de estudos e pesquisa – como universidades, faculdades e institutos de formação profissional. Visualiza-se o emprego dessa mesma ferramenta metodológica em diversos outros países. Na França, ferramenta similar nomeia-se *planche de tendance* (pranchas de tendências) e é igualmente consolidada tanto no campo profissional – empresas, quanto no de ensino – universidades e grandes *écoles*. Em países de língua inglesa e na Alemanha a mesma ferramenta metodológica denomina-se: *moodboard* (placas de humos). A pesar de estarmos abordando três nomenclaturas bastante diversas, trata-se do mesmo aparato de pesquisa tão caro a atividade projetual.

Segundo Gusmão (2012) o painel semântico tem por objetivo a organização das imagens coletadas que tornar-se-ão referências na prática projetual. O painel traduziria então a linguagem verbal em signos visuais. O professor Carlos Gusmão escreve que, sob o ponto de vista prático, o fazer pesquisa visual em design atrela o reunir das chamadas imagens referenciais para em seguida organizá-las em painéis relativos ao projeto – painéis que via de regra dividem-se em três: (1) pessoas, (2) ambientes e (3) objetos. Esta organização imagética atua como referência aos profissionais envolvidos no projeto que podem buscar nos painéis elementos como cores, formas, textura, tipografia, bem como conceitos mais subjetivos.

Para além dos designers, esse tipo de documento visual é bastante conhecido e utilizado na fase de concepção projetual por diferentes profissionais que atuam em áreas da criatividade – como estilistas, criadores de tendências e decoradores (MANZEAU, 2008). Jacques e Santos (2009b) ainda reafirmam a aplicação do painel, analisados por elas como uma metáfora gráfica, em diversos contextos, como ambientes de ensino e cotidianos de grandes e pequenas empresas. “[...] O trabalho de concepção de imagens que traduz o conceito do projeto a ser desenvolvido e objetiva auxiliar em diversas fases no processo de desenvolvimento do produto” (JACQUES, SANTOS, 2009a).

A pesquisa visual e a concepção do painel semântico comumente ocorre na fase inicial do desenvolvimento do produto. Essas construções imagéticas auxiliam a equipe – geralmente multidisciplinar – a compreenderem os consumidores, as relações com os produtos, os materiais empregados no futuro projeto. “Ele é considerado um essencial e efetivo elemento que pode ajudar o designer a explorar a emoção e os sentimentos por de trás de seus produtos” (EDWARD, FADZLI, SETCHI, 2009).

O Painel Semântico constitui meio de comunicação visual e multissensorial (texturas, movimento, som) que assistem a comunicação e a inspiração durante o processo projetual do design (MCDONAGH, DENTON, 2005). Contudo, um dos mais referenciados artigos acerca da temática, defende, já em sua primeira página, que atualmente não existe uma metodologia para a criação do Painel Semântico (EDWARD, FADZLI, SETCHI, 2009). Grosso modo, o painel trata-se mais de uma espécie de saber fazer (*savoir faire*) de algumas áreas criativas – como design, moda e arquitetura – do que de uma metodologia com extensa base teórica.

Os profissionais da área utilizam-se do Painel para expressar imaginações, referenciais imagéticos, elementos do público alvo, materiais que constituiriam o futuro produto. De tal feita, cada um destes Painéis têm principalmente dois intentos: (1) servir de espécie de autorreferencial imagético do(s) profissional(s) que o constituiu e (2) transmitir e compartilhar visualmente o projeto para demais pessoas – clientes ou membros da equipe de trabalho (GUSMÃO, 2012).

Um dos artigos mais citados acerca do Painel Semântico *A comparative Study of Developing Physical and Digital Mood Board* (EDWARD, FADZLI, SETCHI, 2009), para além de um estudo comparativo entre o Painel físico e o digital relata e descreve esse *savoir faire* em etapas. Segundo os autores, o Painel físico inicia-se com (1) uma seleção de imagens – feita a partir de revistas, fotografias e demais suportes imagéticos físicos. Posteriormente, (2) estas imagens coletadas são analisadas e entre elas eleitas as de maior relevância. Neste estudo específico, utilizou-se como suporte uma placa espumosa de tamanho A5, onde se alocou uma imagem principal na parte central da placa – consistindo numa espécie de foco – baseando-se nesta imagem central, (3) outras foram arranjadas. A construção deste Painel foi seguida por um (4) período de reflexão, no qual o mesmo foi analisado e adaptado – neste momento de reflexão imagens podem ser agregadas, ou eliminadas. Através da análise e discussão da reunião imagética constituinte, o painel pode passar por um processo de reestruturação, sendo todo o processo repetido. Por fim, neste estudo de caso foram feitos um total de cinco Painéis, num período de quatro semanas. As diferenças entre o último e o primeiro agrupamento imagético apontam particularmente a importância e o impacto do período de reflexão neste fazer.

Um segundo exercício, do referente artigo, constituiu o elaborar de um Painel Semântico digital – com o auxílio de um *software*. As coletas de imagens, neste estudo de caso, foram efetuadas em bibliotecas digitais e pesquisadas a partir de uma palavra-chave. Após a seleção de imagens, estas foram editadas através de outros *softwares*, como o *Photoshop*. Por fim, o desenvolvimento do Painel Semântico digital foi considerado mais simples e rápido. Fora feito somente uma versão do Painel anterior a versão final em um período de apenas uma semana. Para os autores, o maior problema encontrado – nesse segundo exercício – fora imensa possibilidade imagética localizadas a partir da palavra-chave selecionada nas plataformas digitais pesquisadas.

Conclusivamente, os autores apresentam uma grande tabela comparativa destes dois diferentes processos – Painel físico e digital. O Painel Semântico digital foi preferido em virtude da ampla escolha imagética e da flexibilidade de trabalho que proporciona ao profissional de design. Este acarreta a disponibilidade de um maior volume de imagens mediante uma pesquisa que requer menos esforço, custo e tempo. A manipulação de recursos mais simples e eficaz é somada a um processo iterativo com menor período de análise e custo mais baixo.

Fig. 1



Quadro ilustrativo sobre o processo de feitura do Painel Semântico. Fonte: Mc Donagh D., Denton, H. SETCHI, R. A comparative study of developing physical and digital mood boards. Apresentado no: 5th International Conference on Innovative Production Machines and Systems (I\*PROMS'09), Cardiff, UK, 2009.

O estudo propôs um diagrama, posteriormente difundido e utilizado por grande parte dos textos que abordam o Painel Semântico. Segundo o diagrama, o processo é fundamentado em um (1) conceito que deve abranger o projeto em desenvolvimento – o qual deve compreender o problema projetual. Apoiado no conceito inicia-se um processo cíclico de (2) coleta de imagens, (3) seleção das imagens – as mais importantes e ilustrativas para o projeto, (4) arranjo de imagens – constituindo parte delas as edições e agrupamentos imagético, (5) período de reflexão, no qual a equipe irá decidir se o painel está ou não de acordo com as expectativas projetais. Estando, o Painel pode ser findado, caso o contrário, todo o processo deve ser repetido a te se chegar em um Painel final que convença os membros da equipe.

Bem, o propósito do presente artigo não é definir se o Painel Semântico digital é ou não mais eficaz ou não do que o Painel físico. O interessante aqui é problematizar como se pensa, elabora e discorre a análise da feitura do Painel Semântico no artigo mais referenciado pela temática, tendo sido este publicado no ano de 2009 por Edward, Fadzli e Setchi.

O mais relevante nessa atividade comparativa é de como o Painel Semântico é pensado como um aporte para o fazer projetual. No texto de Edward, Fadzli e Setchi o período de reflexão imagética é completamente desvalorizado, sendo inclusive colocado um fator de contra no quadro comparativo. Lembro aqui que o fazer design também se constitui em um fazer imagens – sendo de extrema importância para esse profissional pensar e questionar tanto as imagens produzidas, quanto as suas imagens referenciais. O que se propõem com a ferramenta metodológica *Atlas* é justamente que a reflexão imagética faça parte desse fazer imagem e que o elaborar das Pranchas constituintes do *Atlas* faça parte integrante de todo o processo projetual de design do produto em questão.

Outra discussão recorrentemente encontrada nos textos acerca da temática é a problemática das experiências pessoais nesse processo de feitura dos Painéis. A formação sociocultural de cada membro de uma equipe pode causar uma chamada extrema abstração, o que para os autores afetaria a eficácia da placa. Logo “uma placa de modo automatizado pode ser uma solução sem fatores humanos que afetassem a composição das placas” (EDWARD, FADZLI, SETCHI, 2009. p.6). Automatizar uma montagem de imagens, relegar a atividade de um pensar imagético a uma máquina, a um *software*, é abertamente cogitado no referido estudo. Todavia, o designer é um também profissional da imagem, ele faz imagens, que tem um valor e um objetivo de uso. O valor de uso não descaracteriza o fazer imagem, nem as torna menos importantes que as chamadas imagens artísticas. Lembramos aqui que para Stéphane Laurent, o design é a aliança do projeto com sua expressão (LAURENT, 1999) e que também para Lobach a principal função do design é a esforço para que a “função estética dos produtos, atendam as principais condições de percepção do homem” (LOBACH, 2001. p.69).

Edward, Fadzli e Setchi ainda pontuam as subjetividades como prejudiciais ao processo, colocam as diferenças educacionais e culturais do sujeito como um ponto negativo da técnica. Para os autores, a objetividade do processo o tornaria mais eficiente, uma vez que minimizaria a “margem de erros” na seleção imagética. Esta objetividade auxiliaria o desenvolvimento de Painéis Semântico que contivessem “imagens globais”. Contudo, vale questionar o que seriam essas “imagens globais”, uma vez que as teorias imagéticas atualmente defendem a imagem em relação com aquele que a olha (DIDI-HUBERMAN, 2011), para Georges Didi-Huberman “olhar não é uma competência, é uma experiência” (DIDI-HUBERMAN, 2014, p.1), experiência sobre a qual tanto escrevera um dos mais respeitados teóricos da imagem: Walter Benjamin (BENJAMIN, 2002).

A primazia da razão sobre o sensível e do universal sobre o singular vem sendo filosoficamente questionada a séculos. “A emoção opõe-se, por um lado, a razão [...]” de Platão a Kant (DIDI-HUBERMAN, 2015, p.22). Uma tradição filosófica desde Platão e Aristóteles e seguida por Descartes, Kant, Hegel defenderam uma universalidade dos juízos. Kant escreveu sobre a “universalidade” do conhecimento humano e a necessidade dos “princípios da razão” na Estética em sua *Crítica da Razão Pura* (KANT, 2006). Georges Didi-Huberman sublinha que filosoficamente a emoção fora malvista e que para Kant a emoção era falha da razão. Contudo, a partir de Friedrich Nietzsche a primazia da razão passa a ser questionada filosoficamente.

Retirar a subjetividade humana do processo de feitura do Painel Semântico é ir de encontro a um pensamento que vêm se desenvolvendo desde Nietzsche. A “universalidade”, esta “imagem global” no Painel Semântico vai de encontro com a criatividade e a inovação, tão caros a atividade do designer. Em projetos que buscam a inovação é notavelmente interessante a utilização de referências pouco convencionais. Para pesquisador inglês Raymond (2011) ideias inovadoras surgem as margens, por isso defende o uso das por eles chamadas *anomalias*. À margem faz a interface entre o que é interno e externo à cultura. As margens fazem as fronteiras, agora porosas, entre um campo de conhecimento e outro, entre a história da arte e o design. A interdisciplinaridade e o frutífero diálogo entre o design e outros campos do conhecimento tendem a renova-lo teórica e metodologicamente. Lembremos que a margem é parte de dentro, mas conecta-se como de fora. Novidades transformam-se em inovação

### 3. Metodologia

A metodologia proposta tem seus alicerces teóricos nos estudos de Aby Warburg. Em especial, na forma como que este intelectual operava e organizava suas pesquisas imagéticas. Grosso modo, através de intensa e copiosa pesquisa ele selecionava imagens e as organizava em categorias temáticas elencadas. O mecanismo organizador de imagens se transformou para além de uma síntese, numa forma de operar. Tais grupos de imagens organizados em pranchas negras formavam seu Altas *Mnemosyne*. Que de certa feita, pode ser resumido como uma forma de pensar por imagens.

Aby Warburg foi um historiador da arte e da cultura alemão que produziu suas obras entre o final do século XIX e início do século XX (DIDI-HUBERMAN, 2013). Contudo, as obras de Aby Warburg alcançam considerável notoriedade somente a partir da segunda metade do século XX e principalmente no início do século XXI. Na década de 1960 os textos de Warburg começaram a serem lidos e editados na Itália. Na Ingraterra, no final do mesmo século XX, o autor começaria a ser revisitado pelo instituto que fundara – o Instituto Warburg. Na década de 1980, o historiador da arte Ernst Gombrich lança *Aby Warburg: An Intellectual Biography* (1986). Entretanto, é no século XXI que as obras e o nome de Warburg são efetivamente revisitados, a teoria e a história da arte francesa do século XXI que consolida mais expressivamente tal valorização. A tradição francesa warburguiniana inicia-se, sobretudo a partir do filósofo historiador da arte Georges Didi-Huberman.

O interessante pontuar que Aby Warburg é um intelectual muitíssimo pouco conhecido no campo do design, mas que transformou drasticamente o modo de compreender e de pensar as imagens. Segundo o folheto explicativo da exposição *Atlas – Como levar o mundo às costas* (que ocorrerá em 2010/2011 no Museu Reina Sofia de Madri) Warburg seria para a história da arte o que Freud foi para Psicologia, uma vez que incorporou questões radicalmente novas para sua compreensão. Tanto que para Carlo Ginzburg (2007), Aby Warburg teria inventado um método – o método indiciário, e para Giorgio Agamben, talvez ele tenha criado uma ciência, uma “ciência sem nome”. Para o pensador italiano se essa ciência tivesse que receber um nome seria chamada de *Mnemosyne* (AGAMBEN, 2007).

O importante aqui é situar Aby Warburg como um intelectual que incorpora questões absolutamente novas no pensar e trabalhar com imagens – ainda hoje no século XXI. “Estudar a obra de Warburg e seu esforço para ampliar a história da arte as dimensões de uma ciência cultural da imagem em movimento” (SIEREK, 2009, p.22). Brevemente, Warburg iniciara sua empreitada na história da arte com sua tese doutoral *O nascimento de Vênus e as primaveras de Sandro Boticelli* (WARBURG, 2013) defendida ainda no final do século XIX – 1895. Após a tese muitos outros textos, especialmente os relativos ao renascimento italiano e alemão, as seguiram e estabeleceram termos e conceitos hoje centrais na história da arte – como *Pathosformel* e *Nachleben*. Um de seus trabalhos com maior destaque fora a conferência proferida sobre o *Ritual da serpente* (2013) que acordou costumes, ilustrações, fotografias dos índios Hopi e Navajo dos Estados Unidos da América. Seu último trabalho fora o *Atlas Mnemosyne*.

Seu grande legado um instituto – O Instituto Warburg – e uma biblioteca – *Kulturwissenschaftliche Bibliothek Warburg*, ambos estabelecidos da cidade natal do intelectual, Hamburgo. O Instituto e a biblioteca foram transladados, por motivos políticos, durante o regime nazista alemão para a cidade de Londres – Warburg pertencera a uma riquíssima família de banqueiros judeus. Para além dos legados palpáveis Warburg deixa como maior contribuição sua influência nas obras de importantíssimos intelectuais como: Erwin Panofsky, Ernst Gombrich, Frances Yates, Ernst Cassirer, Carlo Ginzburg, Carlos Emílio Burúcuca, Giorgio Agamben, Georges Didi-Huberman. No campo do design, seu nome é ainda pouco conhecido, mas pontuamos que mesmo na história da arte no Brasil sua

introdução é ainda fato recente, tendo sido parte de suas obras traduzidas para a língua portuguesa apenas no ano de 2013 (WARBURG, 2013). Enfim, passemos para seu *Atlas Mnemosyne*.

O *Bilderatlas Mnemosyne* homenageava a deusa grega da memória: *Mnemosyne*. Uma das cinco filhas de Urano e de Gaia que pelo enlaço de nove noites consecutivas com Zeus fora mãe das nove musas das inspirações poéticas (FARES, 2008). A deusa preservava o mundo antigo do esquecimento, este era seu poder sagrado. Os mortos que bebiam no poço de *Mnemosyne* relembram-se de suas vidas. O nome da deusa grega da memória fora a palavra grega escrita em uma pequena placa colocada por Warburg no alto da porta interior de sua Biblioteca.

Naquela incrível biblioteca que o dispositivo *Atlas Mnemosyne* fora gerado e instalado. O chamado *Bilderatlas* era uma organização visual do pensamento empreendida entre os anos de 1924 e 1929. Projeto iniciado em 1924, mas resultante de uma atividade que o pesquisador da arte desenvolveu durante boa parte de sua vida. Warburg costumava falar que aquele era o intento de contar uma história da arte sem palavras, que seu Atlas era “uma história de fantasmas para adultos” (WARBURG, 2015). Os painéis eram telas de madeira, de 1,5 por 2 metros, cobertas por tecido preto. Sob tais tecidos foram fixadas cópias de quadros, reproduções fotográficas, pedaços de periódicos, imagens e textos retirados de material gráfico – organizados, assim, a partir de eixos temáticos. As montagens dos painéis, que compunham o *Atlas*, não necessariamente eram organizadas de forma linear ou cronológica,

Maria Angélica Melendi (2010) escreve que o *Atlas* pretendia trazer o modelo, segundo o qual, o humanismo europeu projetasse suas continuidades e apontasse suas origens. No seu *Atlas Mnemosyne*, Warburg pretendia a construção de um modelo mnemônico. Benjamin Buchloh (1999), assinala que para Warburg o rastreamento de inúmeras camadas de transmissão cultural poderia, de certa forma, apontar uma memória social coletiva.

“O Atlas é uma forma visual do saber [...]” (DIDI-HUBERMAN, 2011). Georges Didi-Huberman defende que a imaginação é o princípio, o motor do *Atlas*. Segundo o mesmo, a palavra imaginação é tão perigosa como a palavra imagem. Mas, são duas palavras indissociáveis a duas outras palavras tão caras a atividade do design: criação e inovação.

Em poucas palavras: o *Atlas Mnemosyne* fora a grande obra warburguiniana. O *Atlas* reúne imagetivamente o pensar daquele o grande intelectual das imagens. As pranchas eram a organização visual do pensamento warburguiniano. Como elas visualiza-se que para Warburg analisar imagens se dá a partir de associações. É como se uma imagem precisasse estar em contato com outra para dizer-nos algo. Georges Didi-Huberman insiste “o importante é colocar as imagens em relação, pois elas não falam de forma isolada” (DIDI-HUBERMAN, 2014, p. 8).

O *Atlas Mnemosyne* ganhara suas pranchas na Biblioteca de Warburg. À época de sua morte mais novecentas imagens compunham cerca de 79 pranchas, mas elas não estavam coladas sob o tecido negro. As imagens eram presas, jamais coladas. A ideia era o próprio movimento, a ideia era que cada uma daquelas imagens pudesse entrar e sair das pranchas e do próprio *Atlas* a qualquer momento. O *Atlas* constituía aparato para pensar as imagens através das próprias imagens, de suas associações. Ele não era o fim de um projeto intelectual, mas o início e o meio. Talvez essa seja a grande diferença para com os demais quadros associativos de imagens sobre os quais escrevemos neste artigo. Mas talvez também esse seja seu grande triunfo. Por fim, o *Atlas Mnemosyne* também fora “acabado”. A biblioteca precisou ser trasladada para a cidade de Londres, nessa mudança as pranchas do *Atlas* se perderam. Restaram fotografias de 79 pranchas com as combinações montadas por Aby Warburg antes de sua morte. Estas 79 pranchas estão atualmente publicadas em um livro *Atlas Mnemosyne* (2010) ainda não tendo publicação em português. Se por um lado, a edição tirou o movimento daquelas imagens fixando-as em fotografia e publicando-as em livro, por outro o saber imagem movimento, o saber montagem warburguiniano, difunde-se e circula em milhares de bibliotecas por todo o mundo.

## 4. Resultados

“Um atlas não possui, quase nunca, uma forma que se possa dizer definitiva” (DIDI-HUBERMAN, 2011, p.11). Se Painel Semântico propõem uma colagem de imagens. O *Atlas Mnemosyne* configura-se pelo caráter sempre instável e renovador de suas montagens. Provavelmente o caráter instável dessa proposta montagem desconforta muitos designers. Existe uma diferença essencial entre estes dois fazeres: o fim. O Painel Semântico, seja no design, na arquitetura, na moda, objetiva a finitude. A pesar da base epistemológica e teórica desse texto embasar-se na história da arte e na filosofia, pretende-se tornar essa base de conhecimento warburguiniana possível para a prática projetual do design. O que se apresenta é uma ideia nova – é aqui que reside seu potencial de inovação. O que se designa é que este escopo teórico auxilie e traga melhorias e inovação para a pesquisa visual em design.

O design configura-se com campo projetual de imagens – sejam elas bi ou tridimensionais que tem por fim uma utilidade social, seja ela qual for. Contudo, a atividade estética é também indissociável desse fazer design. A funcionalidade, a criação e a inovação são a tríade motora do campo de conhecimento. A pesquisa visual no design o auxilia em duas destas questões – (1) criação e (2) inovação. A tímida produção teórica acerca do Painel semântico demonstra como a pesquisa visual não vem sendo renovada no campo de conhecimento. Muitos dos teóricos consideram a rapidez da pesquisa visual como um ponto positivo. Atualmente, o Painel Semântico não consiste parte integrante do fazer projetual em design – uma vez que a feitura do Painel procede o fazer projetual propriamente dito. O Painel está sendo utilizados pelos profissionais da área como um ponto de partida, como os quadros policiais – dos quais fala o historiador da arte norte-americano Mitchell (2015).

A presente pesquisa não propõe um *Atlas* para o design que não objetive o fim. O fim, neste caso, deve e precisa sim existir. Contudo, tal fim não deve constituir uma prancha ou um painel, mas o produto final. Ao contrário do Painel Semântico, que se propõe como pesquisa visual que antecede todo a atividade projetual, o *Atlas* se propõe como pesquisa visual que acompanha todo o projeto. O processo projetual em design perdura meses, por vezes ultrapassa o período de um ano. De tal feita, o coletar imagens e montar painéis associativos não deve se asilar de todo o período projetual.

Pautada nas premissas de Aby Warburg seria bastante discutível propor um diagrama de trabalho. Contudo, tratando-se da área de design também seria bastante contestável não propor e organizar ao menos uma proposta de montagem para a ferramenta metodológica *Atlas*. Desta feita, com base nas cinco etapas constituintes no Painel semântico, propomos algumas mudanças e ajustes para a ferramenta metodológica *Atlas*.

Fazendo o quadro associativo de imagens parte integrante e ativa da atividade projetual a (1) conceitualização do produto a ser desenvolvido é inquestionável como primeira etapa do processo. A equipe, antes de iniciar a atividade projetual e o quadro associativo de imagens, precisa determinar o conceito do produto que se anseia projetar. Após a definição do conceito inicial precisa-se (2) pensar através de imagens, ou seja, pensar o conceito do produto como e através de imagens. Tal etapa envolve toda amplitude que a palavra imagem designa para um produto de design. Nessa etapa, sugere-se que sejam pensadas matérias, cores, formas, público alvo, publicidade. O pensar imagem, aqui está destacado como a segunda etapa dessa ferramenta metodológica, contudo ela transborda para todas as etapas de feitura do *Atlas*, uma vez que consideramos o *Atlas* o próprio pensar imagético. Na etapa número três (3), propõe-se a coleta de imagens, efetuadas pelos os profissionais envolvidos no projeto, que por sua vez, devem eleger imagens que para eles sejam relevantes ao trabalho. Como etapa seguinte temos a (4) montagem, montar é colocar as imagens em movimento. Montar é agrupar imagens, é fazer-las dialogar em conjunto. Não será uma imagem sozinha que vai ajudar o profissional de design em sua atividade projetual, mas o conjunto delas. O diálogo estabelecido pela montagem de imagens que irá contribuir para a atividade criativa. O montar imagético é indissociável do (5) remontar, que constitui última etapa. A remontagem faz parte da própria montagem e ambas constituem um pensar imagem, um processo por si só inacabado e inacabável. A imagem para Aby Warburg e para Georges Didi-Huberman é em si um processo de pensamento – montar é coloca-las em movimento. Lembramos que a seleção de imagens (assim como todas as demais 5 etapas do Atlas) podem ser feitas ou refeitas a qualquer momento desse processo.

*Atlas* pode ser constituído de um ou vários painéis, como já ocorre com o Painel Semântico. Essa ferramenta metodológica pretende montar e remontar imagens durante todo o processo projetual. O pensar imagem fará parte do projeto e ajudará os profissionais na sua construção. Produto e *Atlas* devem ser construídos em conjunto, um alimentando o outro.

Outra questão do *Atlas* é que as experiências pessoas dos integrantes do projeto são consideradas positivas e não negativizadas como o faz o Painel semântico. Uma vez que se considera a imagem uma relação antropológica entre o sensível e o inteligível, retirar a sensibilidade da atividade imagética é anula-la é reduzir uma de suas maiores potências.

## 5. Conclusões

O Painel Semântico nega duas das principais questões da teoria da imagem vigente. Ele quer fixa e racional. A teoria da imagem, como discutida na atualidade nas áreas da antropologia visual, filosofia, história da arte, letras, comunicação abrem-se cada vez mais aos escritos de Aby Warburg, Georges Didi-Huberman, Walter Benjamin. Para Karl Sierck, Warburg é um pesquisador inovador radical “cujo pensamento mudou nossa cultura da imagem” (SIEREK, 2009, p.15).

O campo do design constitui domínio verdadeiramente dispare do d’história da arte. O design, no seu sentido atual, atrela-se a Revolução Industrial (MEGGS e PURVIS, 2009), esta datada da segunda metade do século XIX. Nos primeiros anos do século XX começariam a surgir as primeiras organizações de pensamento e de ensino de design – principalmente com a Deutsche Werbund e a Bauhaus (BURDEK, 2006). O fazer, pensar, escrever história da arte modificou-se significativamente ao longo dos séculos. Contudo, como campo de conhecimento esta data ainda do século XVI. A história da arte nasce como campo de conhecimento Renascentistas enquanto o design aflora-se na modernidade dos séculos XIX e XX. Não esqueçamos, porém, que fora neste mesmo linear de século que se situa boa parte das renovações teóricas hoje vigentes no campo de conhecimento da história da arte.

O design, ao contrário da história da arte, dedica-se a funções práticas de uso. O valor de uso é inseparável do fazer design. Para Lehmkuhl e Pereira (2015), as funções práticas de uso permeiam-se aos campos subjetivos da percepção humana. Lobach afirma a importância das “funções estéticas dos produtos atendendo as principais condições de percepção do homem” (LOBACH, 2009, p.62). Cláudio Gusmão (2012), escreve que um dos principais desafios do design é a passagem de conceitos abstratos para a materialidade. Em contrapartida, a história da arte, não tem como objetivo funções práticas de uso. E se como campo de conhecimento, faz alguma passagem, é de uma materialidade – a obra, ou a imagem em si, para conceitos.

A história da arte e design constituem disciplinas e fazeres bastante díspares. Contudo, uma palavra uni estes dois mundos: a palavra imagem. O design projeta imagens. Imagens com valor de uso, funções praticas, materiais. Mas, mesmo assim imagens. A história da arte, principalmente a partir do decorrer do século XX, dedica-se a pensar imagem.

Este breve artigo, constitui simples e ligeiro exemplo de como estas diferentes áreas de conhecimento podem estabelecer diálogos estimulantes e produtivos. A história do design está repleta de história da arte, assim como a história da arte é repleta de história do design.

A pesquisa visual no design, em especial o Painel Semântico, consiste em interessante campo de pesquisa para a história da arte. Este constitui um universo de criação, objetivando ser fonte de informação e criatividade (EDWARD, FADZLI, SETCHI, 2009). O Painel Semântico é um também quadro associativo de imagens. Nestas páginas, ensaiamos teorizar e explicar os quadros imagético associativos nos domínios do design e da história da arte. Todavia, em simples e sucintas palavras, o Painel Semântico e o Atlas *Mnemosyne* são coleções de imagens.

Em meio as suas placas e pranchas, o historiador da arte e o designer transformam-se em uma espécie de colecionadores de imagens. O colocar imagens em relação constitui *métier* desses dois diferentes profissionais.

Em suma, a conclusão desta pesquisa é que o Painel Semântico pode ser renovado teórico e metodologicamente a partir de alguns aspetos da produção de Aby Warburg e seu Atlas de imagens. Warburg inovou toda uma cultura da imagem.

## Referências Bibliográficas

- AGAMBEN, Giorgio. Aby Warburg y la ciencia sin nombre. In: *La potencia del pensamiento*. Buenos Aires: Adri na Hidalgo, 2007.
- BENJAMIN, W. *Passagens*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.
- BUCHLOH, Benjamin. Gerhard Richter’s Atlas: the anomic archive. In: *Photography and painting in the work of Gerhard Richt*. Barcelona: Libresreerca Arte 6, 1999.11-30.
- BURDEK, B. E. *História, teoria e prática do design de produtos*. São Paulo: Edgard Blucher, 2006.
- DIDI-HUBERMAN, G. A imagem sobrevivente. História da arte e tempo dos fantasmas segundo Aby Warburg. Editora Contraponto, 2013.
- \_\_\_\_\_. *Atlas: como levar el mundo a cuestras?* Texto de apresentação escrita por Georges Didi-Huberman no folder da exposição homônima realizada no Museu Reina Sofia, Madri, Março de 2011.
- \_\_\_\_\_. *Georges Didi-Huberman: “Yo no se lo que es arte”*. Entrevista realizada por Cecilia Macón. La Nacion, ADN Cultura, 31 de octubre de 2014.
- \_\_\_\_\_. *Que emoção! Que emoção?* Tradução: Mariana Pinto dos Santos. Lisboa: KKYM, 2015a.
- EDWARDS, A.; FADZLI, S. A.; SETCHI, R. *A comparative study of developing physical and digital mood boards*. Apresentado no: 5th International Conference on Innovative Production Machines and Systems (I\*PROMS’09), Cardiff, UK, 2009.
- FARES, J. *Memórias, cultura é memória*. Revista Intermédias, v.8, p.01-12, 2008.
- GINZBURG, Carlo. *Mitos, Emblemas, Sinais. Morfologia e História*. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.
- GOMBRICH, E. *Aby Warburg, une biographie intellectuelle ; étude sur l’histoire de la bibliothèque de Warburg, par Fritz Saxl*. Paris : Klincksieck, 2015.
- GUSMÃO, C. Painel Semântico como técnica metodológica no ensino da prática projetual do design. In: Luísa Paraguai; Jofre Silva. (Org.). *DAMT 8: Design, Arte, Moda e Tecnologia*. São Paulo: Edições Rosari Ltda., 2012, v. 1, p. 1-10.
- JACQUES, J. SANTOS, R. dos. *MetáforasGráficas ? A Aplicação do PainelSemântico no Desenvolvimento de Produtos*. EducaçãoGráfica (UNESP,Bauru), v. 13, p. 244-256, 2009a.
- \_\_\_\_\_. *O Painel Semântico como Ferramenta no Desenvolvimento de Produtos*. Anais V CIPED, Bauru, p. 531-538, 10 – 12/10/2009b.
- LAURENT, S. *Chronologie du design. Guide culturel*. Paris: Flammarion, 1999.
- LEHMKUHL, L. PEREIRA, L. O design orientado para a percepção: experiências projetuais com o aporte da estética. In: FourthInternational Conference on Integration of Design, Engineering and Managemnetof innovation. Florianópolis, SC, Brazil, October 07-10, 2015.
- KANT, E. *Crítica da razão pura*. São Paulo: Editora Escala, 2006.
- LÖBACH, B. *O design industrial*. São Paulo: Editora Edgard Blucher, 2009.
- MANZEAU, K. *Planches de tendances en décoration intérieur*. Paris : Groupe Eyrolles, 2008.
- MEGGS, P. e PURVIS, ALSTON W. *História do design gráfico*. São Paulo: CosacNaify, 2009.
- MELENDI, M. A solidez do arquivo: Entre pedras soterradas e fotografias e squecidas. IN: FLORES, B. e VILELA, A. (orgs.). *Encantos da Imagem: Estâncias para a prática historiográfica entre história e arte*. Blumenau: Letras Contemporâneas, 2010.

Mc Donagh D., Denton, H. *Exploring the degree to which individual students share a common perception of specific mood boards: observations relating to teaching, learning and team-based design*. Design Studies, 2005. p 35-53.

MITCHELL, W. J. T. *Image Science: Iconology, Visual Culture, and Media Aesthetics*. Chicago: University of Chicago Press, 2015.

RAYMOND, Martin. *Tendências. Que são, como identificá-las, em que fijá-las*. Barcelona:

Promotora Prensa Internacional, 2010.

SIEREK, Karl. *Images oiseaux. Aby Warburg et la théorie des médias*. Paris: Klincksieck, 2009.

WARBURG, A. *Atlas Mnemosyne*. Madrid: Impresos Cofás S.A. 2010.

\_\_\_\_\_. *A renovação da Antiguidade pagã. Contribuições científico-culturais para a história do Renascimento europeu*. Rio de Janeiro: Editora Contraponto, 2013.

\_\_\_\_\_. *História de fantasmas para gente grande*. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

**Reference According to APA Style, 5th edition:**

Campos, D. ; (2020) O Atlas Mnemosyne e o Painel Semântico. A História da Arte em diálogo com a pesquisa visual em Design. Convergências - Revista de Investigação e Ensino das Artes , VOL XIII (25) Retrieved from journal URL: <http://convergencias.ipcb.pt>