

MOODBOARD COMO FERRAMENTA DE PROJETO: DISCUSSÕES SOBRE O CONCEITO DE ENAÇÃO NO DESIGN DE INTERIORES

MOODBOARD AS A DESIGN TOOL: DISCUSSIONS ON THE CONCEPT OF
ENACTION IN INTERIOR DESIGN

Ciências Sociais Aplicadas • 02/05/2026

REGISTRO DOI: [10.70773/revistatopicos/777522106](https://doi.org/10.70773/revistatopicos/777522106)

Beatriz de Almeida Pacheco¹

RESUMO

O presente trabalho deriva de uma investigação iniciada em 2013, que aborda a temática das experiências por meio de suas interfaces e interações. O objetivo principal é explorar as potencialidades dessas experiências com base nas teorias externalistas da filosofia da mente, especificamente a Corporificação e a Enação, desenvolvidas por Francisco Varela. Nesse artigo esta abordagem filosófica é aplicada ao uso do *moodboards* como ferramenta de projeto de design de interiores, destacando seu papel como forma de comunicação sensória não verbal.

Palavras-chave: Filosofia Externalista; Painel Semântico; Design de Interiores.

ABSTRACT

The present work derives from an investigation initiated in 2013, which addresses the theme of experiences through their interfaces and interactions. The main objective is to explore the potential of these experiences based on the externalist theories of the philosophy of mind, specifically Embodiment and Enaction, developed by Francisco Varela. In this article, this philosophical approach is applied to the use of moodboards as an interior design project tool, highlighting its role as a form of non-verbal sensory communication.

Keywords: Externalist Philosophy; Moodboard; Interior Design.

INTRODUÇÃO E OBJETIVOS

Ao longo da história, observa-se que os conceitos fundamentais da filosofia passam por transformações. Vale notar que, ao referir-se a esses conceitos, é preciso mencionar a assinatura do filósofo responsável, já que cada autor os utiliza de maneira pessoal.

O termo "experiência", por exemplo, apresenta algo especial, pois as diferenças entre seus múltiplos significados vão além de meras nuances, muitas vezes assumindo significados completamente distintos e, em alguns casos, até mesmo conflitantes.

Esse conflito não se limita ao campo das discussões filosóficas. É possível encontrar o termo "experiência" aplicado de diversas maneiras, como experiência de consumo, venda de experiências, design de experiências e experiência do usuário. Compreender seu significado por meio de uma análise conceitual se torna importante para investigar seus possíveis conceitos, significados e, por fim, as áreas do conhecimento ou disciplinas relacionadas a ele.

Por meio de experiências, seja elas positivas ou negativas, as pessoas adquirem conhecimento. Esse é solidificado por meio da construção de interações significativas com objetos, ferramentas, dispositivos, sistemas ou outras pessoas, permitindo assim a compreensão dos padrões e significados presentes em suas informações.

É importante ressaltar que existem diferentes tipos de experiências que proporcionam diferentes formas de conhecimento. Algumas experiências podem possuir um significado pessoal, sendo únicas e construídas a partir dos pensamentos e pontos de vista individuais. Outras podem ser consideradas locais, quando compartilhadas por um grupo de pessoas, caracterizando-se como experiências compartilhadas. Por fim, há o conhecimento global, que é mais amplo e fundamentado em processos de compreensão compartilhados e acordos na comunicação.

No campo do Design de Interiores e da Arquitetura, os especialistas são responsáveis por projetar espaços que não só sejam visualmente

agradáveis, mas também proporcionem experiências significativas para aqueles que os habitam ou frequentam. Para tanto, a comunicação entre profissionais e clientes deve ser efetiva, mas é comum que estes últimos tenham dificuldade em expressar verbalmente seus desejos e expectativas ao contratar esses serviços.

Diante desse desafio, este trabalho tem como objetivo explorar o uso dos painéis semânticos, também conhecidos como *moodboards*, como uma ferramenta de projeto à luz da filosofia externalista de Varela, Thompson e Rosch (1993).

Moodboards, ou painéis semânticos, são uma ferramenta utilizada no campo do design e da comunicação visual para representar visualmente conceitos, ideias, atmosferas e estilos relacionados a um determinado projeto ou tema. Pode ser definido como uma composição visual que combina diferentes elementos, como imagens, cores, texturas e tipografias, de modo a transmitir uma mensagem ou evocar uma determinada sensação ou emoção (Pacheco, 2022).

Essa ferramenta é frequentemente empregada no processo criativo, permitindo aos designers explorar e comunicar visualmente suas ideias, além de servir como um meio de comunicação eficaz entre os profissionais e os clientes. Por meio do *moodboard*, é possível estabelecer uma linguagem visual comum, auxiliando na compreensão e alinhamento das expectativas, tanto estéticas quanto conceituais, para o desenvolvimento de um projeto (Pacheco, 2022).

A seleção e combinação de elementos visuais no *moodboard* podem influenciar a percepção e interpretação do observador,

ativando associações cognitivas e emocionais. Além disso, os painéis semânticos podem auxiliar na geração de insights criativos, na exploração de possibilidades estéticas e na facilitação da comunicação não verbal.

O conceito de Enação, por sua vez, refere-se a uma abordagem teórica que enfatiza a interação entre o organismo e o ambiente como base para a cognição e a experiência. Segundo essa perspectiva, a mente não é considerada como algo separado do corpo e do mundo, mas é formada por meio das ações e percepções do organismo em seu ambiente (Varela *et al.*, 1993).

Dessa forma, ao adotar os painéis semânticos como parte do processo de design, busca-se não apenas capturar visualmente as preferências estéticas, mas também promover uma compreensão mais profunda das necessidades e expectativas dos clientes. Essa abordagem reconhece que a experiência sensorial, a interação com o ambiente e a corporeidade são elementos fundamentais na concepção de espaços que proporcionem vivências significativas e enriquecedoras para os usuários.

REFERENCIAL TEÓRICO

A Filosofia Externalista de Varela, Thompson e Rosch.

O campo interdisciplinar das Ciências Cognitivas tem, ao longo do tempo, se dedicado a investigar questões que buscam explicar como a cognição humana é moldada e como sua compreensão do mundo é construída.

Atualmente, muitos cientistas das Ciências Cognitivas estão explorando a visão externalista, que se baseia nas teorias da Mente

Incorporada (*Embodiment*, corporificação) e da Enação (*Enaction - en acción*). Essas teorias foram desenvolvidas a partir de uma abordagem fenomenológica, influenciada pelos trabalhos de Husserl e Merleau-Ponty, e foram atualizadas por filósofos e cientistas como Clark (1998), Varela et al. (1993), entre outros.

Dentre as obras relevantes nesse contexto, esta pesquisa se apoia fortemente no livro "A Mente Corpórea" de Varela, Thompson e Rosh (1993), bem como em suas evoluções ao longo das últimas décadas.

A ideia central da corporificação é que os corpos humanos têm influência sobre a maneira como eles pensam, e que os processos cognitivos estão intrinsecamente conectados às suas experiências corporais.

Já a ideia complementar de Enação - *enacción* (em espanhol) ou *enaction* (em inglês) -, consiste no entendimento de que a experiência dos seres biológicos do mundo é construída dentro de seu próprio organismo, sendo moldada pelas suas ações. De acordo com essa visão, o organismo não é um mero receptor passivo dos estímulos do ambiente, mas sim um agente ativo, no qual a forma como age influencia diretamente aquilo que experiencia (Hutchins, 1995, p.428).

Hutchins (1995) aponta que a enação e a corporificação representam duas abordagens que buscam uma nova compreensão da natureza da cognição humana, levando em consideração o fato de que os seres humanos são seres biológicos.

Portanto, a enação pode ser compreendida em dois pontos congruentes e complementares:

1. A ação guiada pela percepção, ou seja, a compreensão da percepção é a compreensão da forma pela qual o sujeito percebedor consegue guiar suas ações na situação local.

“Na medida em que estas situações locais transformam-se constantemente devido à atividade do sujeito percebedor, o ponto de referência necessário para compreender a percepção não é mais um mundo dado anteriormente, independente do sujeito da percepção, mas a estrutura sensório-motora do sujeito” (Varela et al., 1993: 235).

2. A cognição surge das estruturas dos esquemas sensório-motores vivenciados, os quais permitem que a ação seja construída e guiada pela percepção. É a estrutura vivencial sensório-motora contextualizada, ou seja, a forma como o sujeito percebedor está incorporado em um corpo, que determina como ele pode agir e ser influenciado pelos eventos do ambiente (Varela et al., 1993: 235).

Perceber envolve implicitamente testar os efeitos do movimento na estimulação sensorial. A afirmação mais relevante é que há uma ação enativa que é a própria capacidade de percepção, a qual não depende apenas, mas é construída a partir do conhecimento sensoriomotor das pessoas (Noë, 2004).

“De acordo com esse relato enativo da percepção, ver não é uma entidade mentais e sim propriedades ambientais objetivas. Elas são relacionais, com certeza. Mas não são relações entre os objetos e o interior, efeitos sensoriais em nós (...), são relações entre os objetos, a localização do corpo do observador e a iluminação.” (Noë, 2004:85 – tradução nossa)

Ele complementa seu raciocínio afirmando que:

“A percepção pode ser um modo de descobrir como as coisas são, ao descobrir como elas aparecem. Mas esse encontro com como eles aparecem é em si um encontro com o mundo. Pois como as coisas aparecem é uma questão de como as coisas são no mundo. O que é encontrado (ou dado) na percepção não são qualidades sensoriais ou dados sensoriais, mas sim o mundo.” (Noë, 2004:85 – tradução nossa)

Assim, na visão do autor (Noë,2004), a percepção pode ser entendida como uma forma de compreender a verdadeira natureza das coisas com base em sua aparência. Ele ressalta que esse encontro, essa experiência, é, essencialmente, um encontro com o mundo em si, ou seja, o que é percebido não são apenas sensações ou dados sensoriais, mas sim uma ácie direta do mundo ao nosso redor.

Nesse sentido, um elemento essencial da abordagem enativa é a rejeição da ideia de que a percepção seja meramente um processo que ocorre no cérebro, através da construção de uma representação interna do mundo pelo sistema perceptual. De acordo com o autor, ela depende do que acontece no cérebro, que constantemente organiza um fluxo contínuo de representações internas ou imagens mentais. No entanto, é importante notar que ela não se restringe exclusivamente ao cérebro, mas é uma atividade que abrange todo o organismo.

Por exemplo, no caso da visão, existe uma tradição em separá-la dos outros sentidos, tratando-a como um programa computacional que transforma imagens bidimensionais em uma representação tridimensional. Na abordagem enativa de Noë, no entanto, a importância desse sentido é mais complexa, dependendo das demais habilidades sensoriomotoras.

De fato, esse enfoque sugere que a representação perceptual, de forma geral, é dependente dessas habilidades, indicando que a percepção evolui em conjunto com as habilidades motoras, como os movimentos do nosso corpo e os sensores (como os olhos).

Assim, na abordagem enativa, o ambiente é considerado como um fator determinante e integrado ao organismo, como ilustrado na Figura 01.

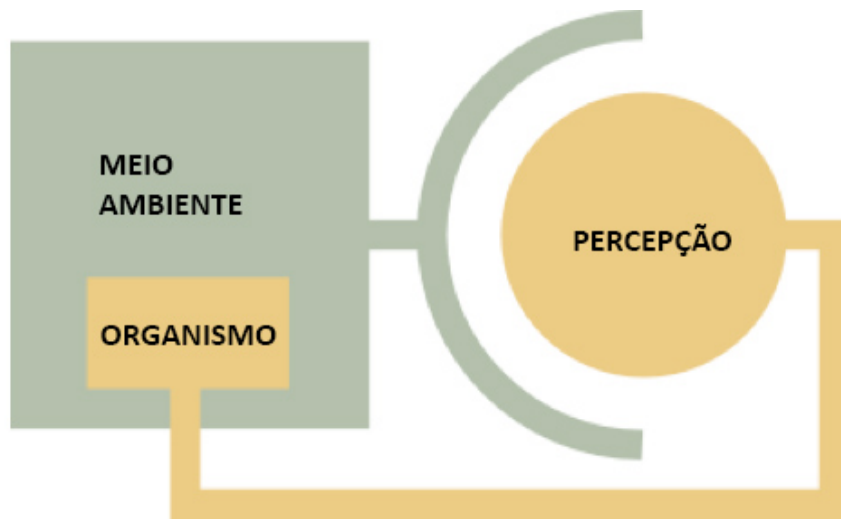


Figura 1: Percepção: Abordagem Enativa (Kenyon, 2011)

Painéis Semânticos (*Moodboards*)

Usar um método para auxiliar o processo criativo é uma forma de evitar imprecisões, erros e esforços desnecessários, uma vez que oferece uma orientação para os esforços de criação. Além disso, é importante considerar que, conforme Santos (2016, p.77) destaca, "o projeto, em sua complexidade, envolve diversas variáveis e requisitos que podem demandar do designer adaptações ou até mesmo sugestões para a criação de abordagens inovadoras".

Interpretar as expectativas de outras pessoas não é uma tarefa fácil, especialmente quando suas palavras não são precisas. Muitas vezes, duas pessoas podem utilizar as mesmas palavras para expressar coisas completamente diferentes. Essa diferença pode estar relacionada ao repertório, experiência e cultura de cada indivíduo.

Existem métodos gerais para o desenvolvimento de projetos de design, e, adicionalmente, diversas ferramentas podem ser empregadas para aprimorar a compreensão do problema e, conseqüentemente, propor soluções mais precisas. Essas ferramentas frequentemente agregam valor à proposta apresentada ao cliente, pois permitem que ele perceba o trabalho realizado, bem

como todo o raciocínio e discussão envolvidos no projeto. Desse modo, as soluções ganham embasamento e solidez.

Dentre as várias ferramentas, destaca-se o *moodboard* ou painel semântico que, segundo McDonagh e Denton (2004), é uma ferramenta complexa com múltiplas funcionalidades. Sua principal função é fornecer inspiração tanto para o designer quanto para os envolvidos no processo de desenvolvimento.

Geralmente utilizado nas fases iniciais do design, os *moodboards* ajudam os envolvidos a refletir sobre o problema a ser enfrentado por meio de que auxiliam na identificação de conceitos de design, proporcionando associações inusitadas e estimulando a criatividade na busca por soluções.

A segunda funcionalidade fundamental desses painéis, como destacado por McDonagh e Denton (2004), reside na sua capacidade de comunicação. Conforme apontam os autores, essa ferramenta se configura como plataforma de diálogo entre os diversos envolvidos no processo de design estimulando a discussão e a criatividade durante o processo.

Esse recurso consiste na criação de um "painel de humor", instrumento de criação e desenvolvimento composto por conjuntos de referências visuais que buscam representar de alguma forma os conceitos do projeto, tais como imagens, pequenos textos, objetos, texturas, cores, etc.

De acordo com Garner e McDonagh-Philp (2001), as imagens, por exemplo, são um recurso poderoso para transmitir significados, especialmente valores e experiências emocionais. Segundo eles, a utilização de imagens pode ser uma ferramenta importante para

comunicar valores que não podem ser facilmente expressos por meio de palavras.

Nesse sentido, a elaboração de um *moodboard* em um projeto de design de interiores pode ajustar o discurso e minimizar as diferenças de interpretação, ou seja, as representações visuais podem alinhar as expectativas e eliminar as divergências (Pacheco, 2022).

É válido ressaltar que os designers geralmente preferem lidar com informações visuais em vez de textuais, pois as primeiras transmitem de maneira mais eficaz as informações mais subjetivas. É fundamental compreender que a empatia com os clientes não pode ser alcançada apenas por meio do conhecimento dos fatos (especialmente quando estes são descritos em longos textos), mas requer uma consciência do contexto do cliente, suas experiências, sonhos e aspirações, a fim de obter uma compreensão mais profunda das motivações subjacentes que impulsionam seu comportamento e valores (McDonagh et al., 2004).

Meroni (2007) destaca que o *moodboard* é uma ferramenta de design que pode ser aplicada para diferentes propósitos. Geralmente, é utilizado como um painel de síntese visual a partir de impressões sobre uma situação observada, por meio da compilação de várias imagens. A autora resalta que, além de imagens, é possível utilizar texturas, palavras-chave e cores, que auxiliam na transmissão do contexto, sentido ou estilo proposto (Ibid, 2007).

Essa ferramenta é comumente utilizada em todas as áreas do design, e no design de interiores não é diferente. Nessa profissão, existem diferentes tipos de painéis utilizados para diferentes

propósitos, inclusive não necessariamente precisam se relacionar diretamente com o projeto. Algumas das imagens podem criar um "sentimento" ou "estado de espírito", dependendo do estágio do projeto em que a ferramenta está sendo utilizada. Dentre os tipos de painéis destacam-se (Pacheco, 2022):

1. Moodboard de Conceito (Concept Board)

O moodboard de conceito é uma etapa inicial que visa estimular o desenvolvimento de ideias e conceitos do projeto. Ele captura a essência do projeto e é ideal para imprimir sua identidade. Essa etapa ocorre logo após a confirmação com o cliente e acompanha a elaboração do briefing.

As imagens utilizadas no *moodboard* não precisam necessariamente estar diretamente relacionadas ao projeto. Algumas imagens buscam transmitir um "sentimento" ou "estado de espírito", visando fortalecer a conexão entre os profissionais e os clientes.

A análise da Figura 2 revela a presença de uma combinação de elementos em cores quentes e avermelhadas, contrastando com elementos em tons acinzentados. Em relação às texturas, é observada a presença de materiais macios, como lã e camurça, evocando a sensação de outono e inverno no ambiente rural. Não é possível perceber uma conexão direta com o projeto a ser desenvolvido, mas sim usar este painel como ponto inicial de aproximação e diálogo entre profissional e cliente.



Figura 3: Inspiration Board (Pacheco, 2022).

Um painel de conceito geralmente influencia o conteúdo de um de inspiração. No entanto, a grande diferença reside no fato de que os *inspiration boards* apresentam elementos mais específicos que provavelmente serão incorporados ao produto ou evento final. Embora ambos tenham um clima definido, estes contêm detalhes, cores e elementos específicos relacionados ao espaço final (Pacheco, 2022).

Pacheco (2022) aponta ser possível pensar de forma prática na diferença entre *concept boards* e *inspiration boards* da seguinte maneira:

- *Concept boards*: exploram sentimentos, conceitos, aspectos psicológicos e sensoriais.
- *Inspiration boards*: focam em detalhes, cores, texturas e especificidades.

Alguns escritórios e profissionais costumam apresentar algo semelhante a esses quadros logo no início do processo, utilizando referências para que o cliente possa expressar suas preferências e direcionar o trabalho.

3. Moodboard de Ambiente (Sample Board Ou Quadro de Amostras)

No *sample board*, utiliza-se o mobiliário real para discutir a aparência final de um ambiente. Nele, são apresentadas amostras de materiais, além de fotos de móveis e acessórios, para transmitir uma ideia do tipo de mobília que será utilizada no espaço projetado.

Esse tipo de painel abrange não apenas o mobiliário principal, mas também todos os demais acessórios, como tapetes, almofadas, cortinas, quadros e objetos decorativos ou de arte. Para proporcionar uma imersão completa no ambiente, são incluídos pisos, revestimentos e suas respectivas cores.

O *moodboard* de ambiente é o mais conhecido no design de interiores e tem como objetivo detalhar como o estilo do cliente será reproduzido na vida real. É comum elaborar esse quadro nas fases mais avançadas do projeto, para visualizar de forma mais precisa como será a materialização do design proposto.

Na figura 4, pode-se observar um *moodboard* de uma sala de estar. Esses painéis apresentam elementos reais que serão incorporados aos espaços projetados. Neste exemplo em particular, há uma combinação de tons quentes e terrosos. O sofá, em um tom de vermelho queimado, e a poltrona amarela seguem essa mesma paleta de cores "queimadas". O tapete conecta os dois móveis mencionados, e o ambiente é complementado por almofadas, cortinas e tapete, que adicionam textura e proporcionam um ambiente aconchegante.



Figura 4: moodboard de ambiente (Pacheco, 2022).

4. Moodboard de Revestimentos

O *moodboard* de revestimentos é frequentemente utilizado na fase de detalhamento do projeto, com o propósito de guiar a seleção dos materiais de acabamento e auxiliar na visualização da composição como um todo. Esse tipo de painel geralmente inclui amostras de pisos, revestimentos de parede, tintas, papel de parede, madeiras, entre outros materiais.

Na Figura 5, a seguir, é possível verificar um conjunto de elementos que serão utilizados no projeto. Piso, tinta, tecido e até vegetação.



Figura 5: painel de revestimento (Pacheco, 2022).

Vale ressaltar que essas diferentes categorias de *moodboards* desempenham papéis específicos ao longo do processo de design de interiores, fornecendo inspiração, direcionando escolhas e auxiliando na visualização e materialização dos projetos, ao mesmo tempo em que exercem papel de comunicação não verbal entre profissionais e clientes.

METODOLOGIA

A metodologia utilizada neste artigo científico consiste em uma abordagem qualitativa baseada na revisão bibliográfica e análise conceitual. O objetivo é explorar as teorias da Mente Incorporada e da Enação, em particular, a filosofia externalista de Varela, Thompson e Rosch, no contexto das Ciências Cognitivas.

Inicialmente, foi realizada uma revisão sistemática da literatura sobre os temas de Mente Incorporada, Enação e filosofia externalista. Foram consultadas obras de filósofos e cientistas renomados, como

Clark (1997), Varela et al. (1993), Hutchins (1995) e Noë (2004), que são referências centrais nessa área de estudo.

A partir dessa revisão, foi elaborado um arcabouço teórico que fundamenta a discussão sobre a influência do corpo e da ação na cognição humana, bem como a relação entre percepção e mundo. Os conceitos chave, como corporificação, enação, ação guiada pela percepção e estrutura sensório-motora, foram identificados e analisados em detalhes.

Além disso, foram selecionados trechos relevantes do livro "A Mente Corpórea" de Varela, Thompson e Rosch (1993), considerado uma referência fundamental nessa área de estudo, para embasar e exemplificar os conceitos abordados.

No que diz respeito ao uso de *moodboards* no contexto do design de interiores, foi realizado um levantamento de diversas fontes bibliográficas, incluindo as obras de McDonagh e Denton (2004), Garner e McDonagh-Philp (2001) e Meroni (2007), que abordam o tema de moodboards, seu propósito, funcionalidades e aplicação em diferentes áreas do design.

Por fim, foi feita uma análise crítica e reflexiva dos conceitos e informações coletadas, estabelecendo conexões entre a filosofia externalista e o uso desses quadros como ferramenta de apoio ao processo criativo no design de interiores.

Por meio dessa metodologia, busca-se proporcionar uma compreensão aprofundada dos conceitos teóricos e práticos relacionados à filosofia externalista e aos *moodboards*, contribuindo para o avanço do conhecimento nessa área e promovendo insights e

reflexões relevantes para profissionais e pesquisadores interessados no tema.

ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Segundo McDonagh e Denton (2004), os *moodboards* não são uma coleção de imagens aleatórias, eles são cuidadosamente criados para transmitir uma visão, um conceito e uma atmosfera específica para um projeto. Ao selecionar e combinar imagens, texturas, cores e elementos decorativos, os profissionais podem criar uma narrativa visual que evoca sensações e emoções nos interlocutores.

Essas escolhas visuais presentes nos painéis estão intimamente ligadas aos conceitos de mente incorporada e enação. De acordo com Varela et al. (1993), a corporificação enfatiza que nossas experiências cognitivas são moldadas pela interação entre nosso corpo, mente e ambiente. Nesse sentido, os *moodboards* capturam a relação entre a percepção e a ação, fornecendo uma representação visual das sensações e experiências que um espaço projetado pode oferecer. Eles comunicam de forma não verbal como as pessoas podem interagir com o ambiente e como ele pode influenciar suas experiências e emoções.

Por exemplo, um quadro pode apresentar imagens de espaços abertos, com luz natural e materiais orgânicos, transmitindo uma sensação de calma, tranquilidade e conexão com a natureza. Essa representação visual evoca uma experiência sensorial e emocional que remete à ideia de relaxamento e bem-estar. Segundo Noë (2004), a utilização de imagens pode ser uma ferramenta importante para comunicar valores que não podem ser facilmente expressos por meio de palavras.

Vale dizer que, na concepção defendida pelo autor (Noë, 2004), o elemento-chave da abordagem enativa à percepção, também conhecido como enativismo, é que o conhecimento e as habilidades sensoriomotoras são partes necessárias da percepção, uma vez que a abordagem enativa sugere que a percepção visual não é simplesmente uma transformação de imagens 2D em uma representação 3D e sim dependente do conjunto dos sentidos e habilidades decorrentes de suas formas de uso.

Além disso, os moodboards também desempenham um papel importante na geração de experiências sensoriais. Eles podem incluir amostras de materiais, texturas e cores, proporcionando uma prévia tátil e visual das superfícies e elementos que estarão presentes no espaço projetado. Segundo Garner e McDonagh-Philp (2001), as imagens e amostras presentes nos painéis são recursos ricos para transmitir significados, especialmente valores e experiências emocionais.

A comunicação por meio dos *moodboards* também facilita a compreensão e alinhamento entre os diferentes envolvidos no projeto. Segundo Meroni (2007), o painel semântico é uma ferramenta de design que pode ser aplicada para diferentes propósitos e atua como uma plataforma de diálogo entre os envolvidos no processo de design, estimulando a discussão e a criatividade durante o processo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A atividade de projeto desempenhada por profissionais de design de interiores, arquitetos e designers é uma prática que vai além da mera improvisação. Envolve a seleção, combinação e criação de

elementos que resultam em transformações significativas nos estilos de vida e costumes das pessoas. Esses profissionais, munidos de metodologias e valores objetivos, oferecem soluções inovadoras, antecipando-se aos problemas que possam surgir.

Para compreender plenamente o universo do cliente e desenvolver projetos adequados, os profissionais imergem nesse contexto, buscando compreender as demandas, esclarecer as solicitações e pedidos feitos. Nesse processo, fazem uso de recursos que aprimoram sua imersão e compreensão, possibilitando a proposição de soluções inovadoras.

Dentre esses recursos destacam-se os *moodboards* à medida que comunicam visualmente as sensações, emoções e interações que um espaço projetado pode oferecer, traduzindo os conceitos de mente incorporada e enação. Ao transmitir uma visão e uma atmosfera específica, os painéis semânticos permitem que os espectadores antecipem a experiência sensorial e emocional proporcionada pelo ambiente.

A interação entre processos internos e externos é complexa e molda as experiências dos corpos biológicos no mundo real. A perspectiva da mente incorporada destaca que os corpos humanos não são meros receptores passivos do ambiente, mas intérpretes ativos que constroem seu entendimento por meio da interação e experiência. Essa abordagem reconhece que a cognição é intrinsecamente integrada à interação e experiência em várias dimensões, e que os corpos biológicos buscam ativamente experiências que envolvam o aparato sensorial e motor na interação com o ambiente.

Portanto, a utilização de *moodboards*, aliada aos conceitos da filosofia externalista de Varela, permite que os profissionais de design de interiores estabeleçam uma comunicação eficaz, gerem experiências imersivas e projetem espaços que consideram a interação complexa entre os indivíduos e o ambiente. Essa abordagem amplia o entendimento do processo cognitivo humano, valorizando a interação e a experiência no mundo real como elementos-chave na criação de espaços significativos e inovadores.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CLARK, A. (1998). *Being There: Putting Brain, Body and World Together Again*. [S.l.]: MIT Press.

GARNER, S.; MCDONAGH-PHILP, D. Problem Interpretation and Resolution via Visual Stimuli: The Use of “Mood Boards” in Design Education. *International Journal of Art and Design Education Design Education*, v. 20, n. 1, p. 57–64, fev. 2001.

HUTCHINS, Edwin (1995). *Cognition in the Wild*. in *Minds and Machines*. 08-1997, Volume 7, Issue 3, pp 456-460. MIT Press.

KENYON, Samuel. (2011). *Enactive Interface Perception And Affordances*. Disponível em: http://www.science20.com/eye_brainstorm/enactive_interface_perception_and_affordances-84602. Acesso em: 21/02/2013.

MCDONAGH, 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*, v. 26, n. 1, p. 35–53, jan. 2005.

MCDONAGH, D.; HEKKERT, P.; ERP, J.V.; GYI, D. Design e emoção: a experiência das coisas quotidianas. Taylor & Francis, 2004.

MERONI, A. (2008). Strategic design: where are we now? Reflection around the foundations of a recent discipline. Strategic Design Research Journal, 1(1), 31–38. doi:10.4013/sdrj.20081.05.

NOË, A. (2004). Action in Perception, Cambridge, MA: MIT Press.

PACHECO, Beatriz. Briefing e moodboard para design de interiores. São Paulo: Editora Senac, 2022.

SANTOS, V. H. C. Metodologias projetuais de design e de design de interiores: conexões no processo criativo. 2016. Dissertação (Mestrado em Artes Visuais) – Escola de Belas Artes da Universidade Federal da Bahia (PPGAV- EBA-UFBA), Salvador, 2016.

VARELA, F. J.; THOMPSON, E.; ROSCH, E. (1993). A mente incorporada: ciência cognitiva e experiência humana. Porto Alegre: ArtMed.

¹ Profa. Dra. Universidade Paulista (UNIP) e Centro Universitário UNIFAAT. E-mail: [acesse o artigo original para visualizar o e-mail.](#)