

Decodificando o enunciado visual do vestuário:

Uma proposta de pesquisa direcionada à
criação de produtos de moda

Decodificando o enunciado visual do vestuário: Uma proposta de pesquisa direcionada à criação de produtos de moda

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA "JÚLIO MESQUITA FILHO"
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN

Projeto de Pesquisa apresentado para Trabalho de Conclusão de Curso em
Design de Produto - Nível Graduação, da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design - Câmpus de Bauru

Vinícius Furlan das Mercês

Orientação: Ana Beatriz Pereira de Andrade

Bauru, 2024

M554d Mercês, Vinícius Furlan das
Decodificando o enunciado visual do vestuário : uma proposta de pesquisa direcionada à criação de produtos de moda / Vinícius Furlan das Mercês. -- Bauru, 2024
64 f. : il.

Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado - Design) - Universidade Estadual Paulista (UNESP), Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, Bauru
Orientadora: Ana Beatriz Pereira Andrade

1. Vestuário. 2. Moda. 3. Design. I. Título.

Sistema de geração automática de fichas catalográficas da Unesp. Biblioteca da Universidade Estadual Paulista (UNESP), Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, Bauru.
Dados fornecidos pelo autor(a).

Essa ficha não pode ser modificada.

Agradecimentos

Gostaria de iniciar meus agradecimentos dirigindo-os aos meus pais, Cristiane e Elius, primeiramente, pelos esforços durante minha vida inteira para me oferecer uma boa educação, que possibilitou minha chegada e estadia neste lugar. Meu obrigado, também, para além dos incentivos, por todo amor, carinho, ensinamentos que fizeram eu me tornar quem eu sou e pela confiança. Minha gratidão, também à eles e meus familiares que deram apoio, força, coragem, além e outros incontáveis gestos para mostrar que acreditavam em mim.

Agradeço também a minha orientadora, Ana Bia por compartilhar seus conhecimentos, pelas conversas e pelos direcionamentos, me fornecendo caminhos para o entendimento acerca de onde começar, organizar todas ideias e poder fazê-las tomarem forma, além de demonstrar interesse em meu projeto e acreditar em mim.

Agradeço também à todos os professores os quais tive contato durante esta jornada, pelos ensinamentos, trocas de experiência e pelo trabalho que possibilita uma qualificação profissional que me fornecerá acesso à boas oportunidades.

Agradeço também à banca, composta pela Professora Doutora Ana Beatriz Pereira de Andrade, Professora Doutora Adriana Yumi Sato Duarte e e Professor Mestre Antônio José Spirandelli.

Por fim, agradeço à todos amigos que fiz durante esta etapa de minha vida, pelas trocas de experiência, apoio, risadas, por contribuírem para meu repertório e por serem amigades que também colaboraram para o meu crescimento pessoal.

Lista de figuras

11	Figura 1. Sapatos Clássicos
14	Figura 2. Placa de pare
14	Figura 3. Copo Gelado
15	Figura 4. Rua molhada
18	Figura 5. Pintura abstrata Paul Klee
19	Figura 6. Homem pisando na Lua
19	Figura 7. Garrafa Coca Cola
20	Figura 8. Desenho realista
24	Figura 9. Letreiro do Mc Donalds
25	Figura 10. Tênis All Star
26	Figura 11. Personagem Marie Schrader da série Breaking Bad
30	Figura 12. Cartela de referenciais de estilo
31	Figura 13. Cartela de referenciais simbólicos
32	Figura 14. Exemplo de Streetwear
33	Figura 15. Exemplo de Clubwear
34	Figura 16. Aparição de jaquetas bordadas na série The Get Down Brothers.
35	Figura 17. Hippie
36	Figura 18. Surfer
36	Figura 19. Skater
37	Figura 20. Punk
39	Figura 21. Calça feita a partir de upcycling
40	Figura 22. Luxury Streetwear
40	Figura 23. Y2K
40	Figura 24. Streetstyle
41	Figura 25. Festa underground em um clube nos anos 80

42	Figura 26. Workwear
43	Figura 27. Estética do techno
43	Figura 28. Opium core
44	Figura 29. Influências do militarismo no streetwear
44	Figura 30. Jaquetas esportivas vintage.
45	Figura 31. Brutalismo.
45	Figura 32. Kitsch.
47	Figura 33. Foto da coleção Surfing Drums da marca Piet.
48	Figura 34. Foto da coleção Surfing Drums da marca Piet.
52	Figura 35. Painél Semântico.
55	Figura 36. Compilado de esboços da geração de alternativas.
56	Figura 37. Compilado de ilustrações da geração de alternativas
57	Figura 38. Jaqueta de trabalho
58	Figura 39. Suéter nuvem
59	Figura 40. Suéter jardim
60	Figura 41. Camiseta Raver

Sumário

7	Resumo
9	Justificativa
10	Análise do cenário
11	Análise da questão
13	Semiótica
13	O que é o signo
16	As três fases interpretativas
17	Semiose
17	Tricotomias
22	Análise do fundamento
23	Análise do objeto
24	Análise do interpretante
25	Figurinos
27	Vestuário
28	Os estilos
28	O produto atrativo
29	A semântica nas roupas
32	Os movimentos de interesse para a criação
33	Entendendo o Streetwear
41	Entendendo o Clubwear
46	História de algumas peças
49	Transformando em uma pesquisa direcionada
50	Uma referência sólida como base
51	O resultado desta soma
52	O método em prática
57	Análise das criações
61	Considerações finais
62	Referências

Resumo

O projeto consiste na investigação dos significados incorporados em objetos do vestuário, os quais carregam diversas informações expressas, através da linguagem visual. O intuito foi desenvolver conhecimento para decodificar informações que se limitam a permanecer no campo da subjetividade de nossa interpretação. Foi conduzida uma análise de referências visuais, a fim de promover maior assertividade e domínio da manipulação do valor comunicativo atribuído para criações de vestuário. O resultado foi um conjunto de etapas propostas para serem aplicadas na fase de pesquisa do processo de desenvolvimento de produto (PDP) com exemplos voltados a criação de estampas para produtos de moda de streetwear.

Abstract

The project consists of investigating the incorporated meanings in clothing objects, which, like a text, carry various information expressed, in turn, through visual language. The aim was to develop knowledge to decode information that is limited to remaining in the subjective field of our interpretation. An analysis of visual references was conducted in order to promote greater assertiveness and mastery of manipulating the communicative value attributed to clothing creations. The result was a set of steps proposed to be applied in the research phase of the product development process with examples aimed at creating prints for streetwear fashion products.

Justificativa

Desde pequeno, me importo muito com o ato de me vestir. Usar as roupas como forma de auto expressão sempre foi algo presente em minha vida, mesmo antes de eu tomar consciência disto. Estas, para mim, assim como para muitos, possuem um papel de força incalculável sobre o bem estar, a autoestima, a afirmação de quem eu sou. Durante a graduação, desenvolvi um interesse por projetar para segmentos de moda voltados ao streetwear e cultura clubber, culturas estas, que estão presentes em minha vida há anos e também na de um grande grupo de jovens hoje em dia.

Busquei então, durante a graduação, tornar este interesse uma área de atuação e como primeiro passo procurei aprender a criar ilustrações para estampas de peças com a premissa de tentar criar algo que pudesse ser lançado em marcas presentes nestas culturas.

Em minha primeira tentativa, fiz um levantamento de produtos com ilustrações lançados por estas marcas, para então poder ter o primeiro direcionamento do que e como fazer. Porém após vários testes, senti que minha entrega estava alinhada à de marcas que não conquistaram grandes evoluções no mercado, pois não havia um estilo muito marcante, nem uma temática e forma de representação muito diferentes do óbvio.

Iniciei então as buscas por materiais que servissem como uma base direcionada à criação para estes segmentos de meu interesse, mas não encontrei nada que resolvesse aquela questão pontualmente.

Ao longo de minha vida, vi diversas pessoas tentarem fundar suas próprias marcas, sejam conhecidos, ou até pessoas em redes como o TikTok; e ao longo do tempo eu me deparei com essas marcas não prosperando. Mesmo que meu propósito nunca tenha sido construir uma marca, identifiquei um problema em comum com estes, que possivelmente está situado na dificuldade ao criar estampas relevantes e valorizadas pelos usuários.

Decidi então, reunir materiais de diversos assuntos que são importantes para uma base consistente do pensamento criativo, buscando conduzir este repertório à direção de arte para estampas de peças para streetwear e cultura clubber. Decisão esta, em busca de elevar meu nível de criações e também como forma de fornecer uma possível contribuição de domínio público para outros profissionais criativos que também buscam fazer parte deste mercado.

Análise do Cenário

Como um entusiasta, consumo conteúdos relacionados a moda como materiais jornalísticos, lançamento de coleções e referências de estilo desde 2018. Acompanhando a evolução da cena voltadas aos meus estilos de interesse - o qual sofreu mudanças e evoluções ao longo destes anos - não é difícil afirmar que o consumidor do streetwear hoje se tornou mais exigente, busca mais complexidade, mais qualidade, sustentabilidade em alguns casos, e estar mais realmente próximo ao estilo de pessoas relevantes do mundo da moda.

Hoje em dia, combinações óbvias parecem ter perdido o local de destaque em relação à alguns anos atrás. As pessoas aparentam ter um desejo de mostrar que entendem de moda, e para isso, apostam em ousar em cores, texturas, estampas, itens de vestuário, proporções. Isto se dá, muitas vezes, com peças que há anos atrás não possuíam beleza para uma grande parte do público, causavam até estranhamento, mas hoje em dia são itens de sucesso entre os usuários.

A moda vem sendo democratizada através das redes sociais de consumo rápido, e, conseqüentemente, domínio dos códigos sobre o vestuário também. Atualmente é muito mais fácil acessar ferramentas que permitem conseguir entender e aplicar conceitos de forma intencional ao vestuário, tendo em vista a presença de diversos criadores que dão dicas sobre styling, apresentam tendências, e produzem conteúdos nichados, direcionados. Este processo, além de uma percepção pessoal, pode ser observado na matéria Arrume-se comigo: o impacto das redes sociais na indústria da moda, de Carol Malheiro

A pluralidade de opiniões que toma conta das plataformas digitais e o amplo alcance de influenciadores possibilitaram que diversos estilos, corpos e preferências passassem a coexistir e ganhassem notoriedade, abrindo espaço para que novas interpretações sobre o significado de moda fossem compartilhadas e ouvidas. inclusive, aumentando a acessibilidade do tema até para os mais leigos. (MALHEIRO, 2023)

Possivelmente isto nos permitiu aprender a enxergar beleza em peças que antes não eram tão aceitas, como, por exemplo, no caso do uso de sapatos clássicos, a anos atrás não sendo muito presentes no streetwear no Brasil. Podemos apenas ter aprendido a interpretá-las, onde, por exemplo, via observação pessoal o uso de sapatos clássicos (figura 1) não era muito presente no streetwear no Brasil numa época antes do surgimento dessas redes, apesar de estar presente no styling de coleções de marcas como Supreme e Palace há vários anos.



Figura 1: Sapatos Clássicos.
Fonte: <https://bit.ly/3RzCk6f>

Análise da Questão

Com o acesso aos complexos códigos do vestuário agora nas mãos de uma parte maior do público, algumas marcas que antes eram sucesso perderam seu lugar, uma possível causa se dá por não inovarem e apenas replicarem tendências das marcas que haviam entrado em alta. Como experiência pessoal, eu mesmo já fui exposto a tentação de fazer releituras de narrativa já existentes, que saltam aos olhos de forma convincente, de modo a me levar a achar que apenas aplicar um toque pessoal ou logo numa temática criada por outrem fosse suficiente. Ao observar criações de outros profissionais, também é possível levantar essa hipótese, considerando já ter visto inúmeros casos de criações que pareciam apenas releituras de narrativas já existentes, e isto pode vir a ser um possível padrão no insucesso de muitos. Durante um processo de busca por algo que comprovasse estas percepções, encontrei um artigo no site da Droper, uma plataforma de revenda de itens de vestuário colecionáveis, feito por Leticia Gonçalves e Gustavo Costa.

O mesmo acontece com nosso cenário atual, o mercado de marcas nacionais, voltadas ao streetwear, está ligado a um ciclo de consumo e apropriação. Essa apropriação, sendo relacionada a marcas internacionais, como a famosa Supreme, que segue como espelho para diversas brands. A maioria das marcas nacionais veem o conteúdo de fora como referência, porém na hora da produção muitas tendem fazer algo como uma releitura ou muitas vezes são apenas cópias, automaticamente deixando o território nacional muito igualitário, pois a diversidade de marcas tendem a produzir o mesmo conceito, deixando o Streetwear nacional sem um ar de criatividade e inovação brasileira, aonde ficamos em patamar fixo.

Então, podemos observar que, entre toda essa falta de criatividade, as pessoas não tentam fugir um pouco da sua linha de pensamento, deixando tudo muito vazio. Devemos construir nossa própria identidade e estilo, mesmo parecendo tão difícil né? Mas não é, basta você se esforçar, se aceitar e abrir a mente para novos patamares, só você pode criar a sua própria identidade visual, com seus conceitos, seus gostos e suas referências, um conceito que você tem poder sobre ele e que possa ser alterado a qualquer momento, porque foi você que o criou, ignorando todas as tendências e os meios de pensamento padronizados, assim criando um ser livre e diferentes, entre as outras pessoas do seu meio social. Basta você se aceitar, você escolhe permanecer em um estilo padrão ou não, tudo depende de você! (COSTA; GONÇALVES, 2019)

Como citado acima, presencio via redes sociais, inúmeras pessoas - muitas delas, relativamente próximas - tentando criar sua marca, ou até marcas de médio reconhecimento fazendo trabalhos que não se aproximam do nível dos produtos que estão em local de destaque e recebem validações relevantes no mundo da moda. Via observações pessoais, percebo que grande parte das pessoas que buscam adentrar neste nicho, ainda, provavelmente não possuem conhecimento para entender o mercado e criar itens de desejo. Nisto é possível reconhecer a importância do discurso do marketing em relação a criar valor próprio, ser atual e encontrar uma forma de ser inconfundível.

Após uma breve análise da problemática, decidi revisar conceitos já apresentados durante a graduação em Design de Produto - que podem ser aplicáveis a este caso -, e uni-los a materiais voltados ao design de moda, para criar uma possível ferramenta de auxílio a leitura de referências e organização do pensamento projetual seguido de relatos pessoais da experiência.

Semiótica

À partir de uma seleção entre os diversos métodos que permitem uma compreensão sobre leitura de uma referência visual, a semiótica, já antes apresentada durante a graduação, mostrou-se como uma das áreas de estudo que poderia contribuir com o raciocínio voltado ao pensamento na linguagem visual.

Estes recursos permitem o entendimento sobre como as mensagens transmitidas através de certos discursos são significadas. Ao assistir outras análises de semiótica, foi possível notar a flexibilidade que estas etapas de análise propostas permitem em serem usadas ou não de acordo com as especificidades de cada conteúdo analisado.

A semiótica é a ciência do signo cujo objeto de investigação são todas as linguagens possíveis, ou seja, tem por objetivo o exame dos modos de constituição de todo e qualquer signo como fenômeno de produção de significação e de sentido.

(MELO, Desirée Paschoal de; MELO, Venise Paschoal de, 2015)

O que é o signo

Segundo as autoras Desirée Paschoal de Melo e Venise Paschoal de Melo, os signos estão contidos em todas as formas de linguagem, sendo um meio de comunicação entre indivíduos que pode ser percebido pelos nossos diversos sentidos (visão, audição, paladar, tato e olfato) (figuras 2 e 3). Pode-se distinguir as formas de linguagem entre verbal, com palavras e escrita; não-verbal, com gestos, sons, elementos imagéticos, entre outros; e diversas formas complexas vindas da combinação de elementos diversos.

É possível dizer que o signo é algo percebido que capaz de representar outro algo. De uma maneira bem simplificada, pode ser dado o exemplo de olhar uma rua inteira molhada, e entender que choveu há pouco tempo (figura 4).

Essa é a particularidade essencial do signo: estar ali, presente, para designar ou significar outra coisa, ausente, concreta ou abstrata. (JOLY, Martine. citado por MELO, Desirée Paschoal de; MELO, Venise Paschoal de, 2015)



Figura 2: Placa de pare.
Fonte: <https://bit.ly/3zaemZ3>



Figura 3: Copo Gelado.
Fonte: <https://bit.ly/4cqzfgW>



Figura 4: Rua molhada.

Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/821273682077089927/>

Em um trecho de Richard Perassi Luis de Souza (2004), citado por Melo e Melo, o autor diz que a linguagem se dá pela associação de coisas que são percebidas e também por lembranças (coisas já percebidas anteriormente).

A mãe de um recém-nascido ao ouvi-lo chorar fica em estado de alerta, porque sente e sabe que o choro é forma de expressão da insatisfação do filho [sensação, sentimento e ideia suscitada pelo signo percebido]. Contudo, durante os primeiros momentos da relação, a mãe não consegue reconhecer as diferentes peculiaridades do choro e, cada vez que o filho chora, toma uma série de providências aleatórias visando atendê-lo e acalmá-lo. Com o passar do tempo, entretanto, as diferenças entre um tipo de choro e outro vão sendo reconhecidas e a cada forma diferenciada dessa expressão é associado um estado físico ou emocional: fome, sono, birra, etc., dependendo de sua entonação ou continuidade.

Isto mostra a importância que fatores como o contexto em que o signo está associado influenciam no que está sendo representado; o mesmo se aplica para a cultura em que está inserido.

As três fases interpretativas

Desirée e Venise também apontam que segundo Charles Sanders Peirce, os processos de percepção dos signos possuem três categorias, sendo:

Primeiridade:

É uma forma de percepção onde vemos as coisas em suas meras qualidades, livres de associá-las a outros fatores, onde não há nada influenciando na forma como está sendo percebida. Um exemplo é ao contemplar o nascer do sol na praia, onde a mente se desprende de questionamentos e apenas da atenção à sentir o acontecimento em sua qualidade mais pura.

Secundidade:

Nesta fase, o signo está associado à uma primeiridade e tem o papel de percepção secundária; como se fosse uma mensagem que levará à percepção sobre a primeiridade em questão. Após percebermos um acontecimento, obtém-se um contexto de existência (físico, temporal) em que o signo está inserido. Se citarmos o mesmo elemento, o sol, num contexto de fazer parte da ambientação cenário de uma ilustração, onde o foco principal será agora em um personagem desempenhando uma ação, o sol terá um papel secundário de ditar a atmosfera da cena.

Terceiridade:

É a fase análise da nossa experiência na primeiridade (percepção) e secundidade (reflexão), que nos permite interpretar o que a cena buscava passar. Foi percebido que o personagem fazia algo (primeiridade); este mesmo fazia algo em um contexto (secundidade) e os fatores tinham uma forma específica de acontecer.

As expressões e posições do personagem poderiam estar mostrando se ele está vigoroso naquele momento, ou então fraco e sofrendo; o sol poderia ter o papel de reforçar se é um momento alegre, ou então um momento em que representa o calor de um ambiente hostil à sobrevivência. Então, a análise destes fatores em conjunto nos leva a finalmente entender a situação como um todo.

Semiose

Uma maneira simplificada de definirmos o que Peirce chama de Semiose, o processo de significação do signo, é explicado em três etapas, fazendo uma síntese de uma definição de Lúcia Santaella, citada por Melo e Melo: um signo primeiro, que se apresenta a partir das qualidades próprias é associado à um segundo, no qual se pretende representar e através da mediação do pensamento, o terceiro processo pode ser interpretado.

Estes conceitos citados acima também são conhecidos como o *representamen*, *objeto* e *interpretante*, que para Diego Piovesan Medeiros (2015); o primeiro item é aquilo que funciona como signo para quem o percebe; o segundo é aquilo que ele representa e o terceiro é o efeito (o resultado) que ele tem sobre quem o interpreta.

Pensando nas produções artísticas, tomemos, por exemplo, a obra Guernica (1937), de Pablo Picasso (...), que retrata o bombardeio sofrido pela cidade espanhola de mesmo nome. A pintura é o signo, os elementos que despertam sensações e sentimentos, o modo como foram trabalhadas as cores, as formas e as texturas é seu fundamento. O bombardeio da pequena cidade espanhola é seu objeto, os efeitos interpretativos que a obra produz em seus espectadores, seja Indignação ou desespero, é o interpretante do signo. (MELO, Desirée Paschoal de; MELO, Venise Paschoal de, 2015)

Tricotomias de Peirce

Para entender as relações sýgnicas, Peirce desenvolveu três tricotomias, sendo estas sobre a relação do signo e fundamento; signo e objeto; signo e interpretante.

Relação do Signo e seu fundamento

Primeiramente, para ele, o que uma coisa precisa para funcionar como um signo, de modo simplificado, é apenas sua mera qualidade, sua existência em si e o caráter de lei, ou seja, o modo com que os signos se apresentam.

- **Quali-signo:** É uma qualidade que trata de aspectos que envolvem somente as características puras do signo em si, o modo como se apresenta, sem considerar a existência concreta, referenciar nada ou estar aplicada em um contexto. Considera apenas as meras qualidades, como formas, cores, massa, cheiro, entre outros. Como por exemplo uma cor ou uma forma sem serem aplicados em um contexto, ou uma pintura abstrata (figura 5).

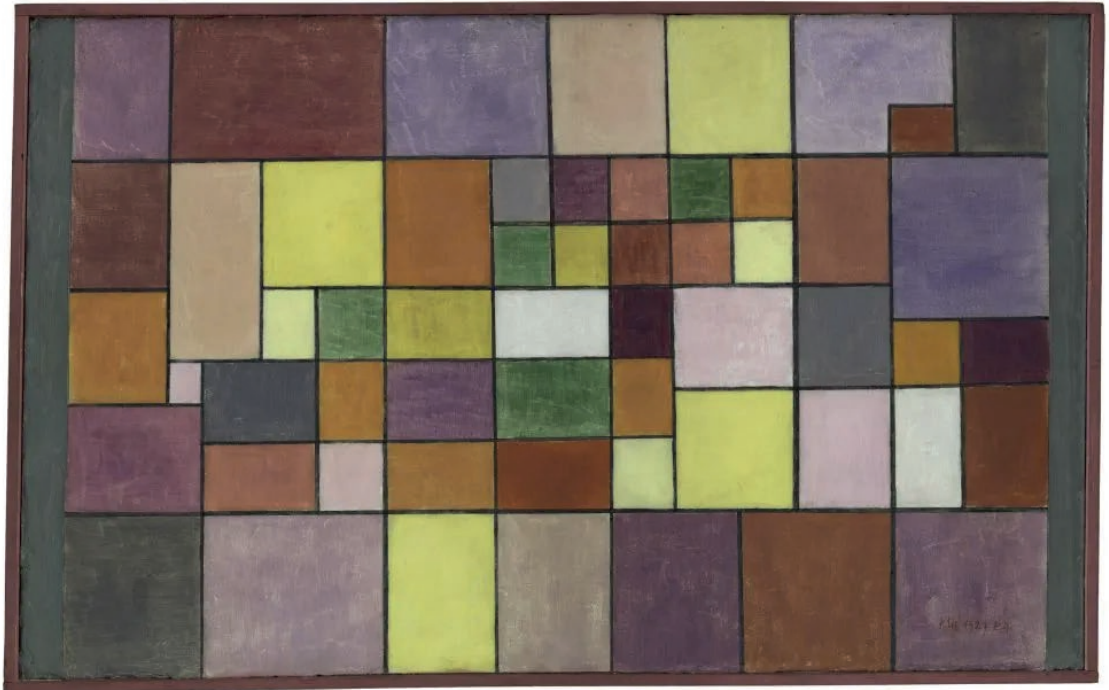


Figura 5: Pintura abstrata Paul Klee. Harmonie der nördlichen Flora, 1927.
Fonte: <https://bit.ly/3RX5KLZ>

- **Sin-signo:** Um aspecto que considera a existência de algo ou um evento - liga a aplicação do quali-signo em um contexto - o singulariza por meio de um conjunto de qualidades e se apropria de parte destas. Isto gera interpretantes que possuem relações diretas ao signo referenciado. Seria como uma representação de algo que seja inconfundível. Pode-se pensar numa pintura ou fotografia de acontecimento histórico (figura 6).

- **Legi-signo:** Um aspecto que funciona como uma norma ou senso estabelecido, geralmente por um grupo de indivíduos, uma cultura, sobre o funcionamento do signo. Ao observar diversos exemplares de um produto é possível identificar uma repetição - um padrão - de determinados elementos, e são estes que permitem que o signo funcione para apresentar aquele produto (figura 7).

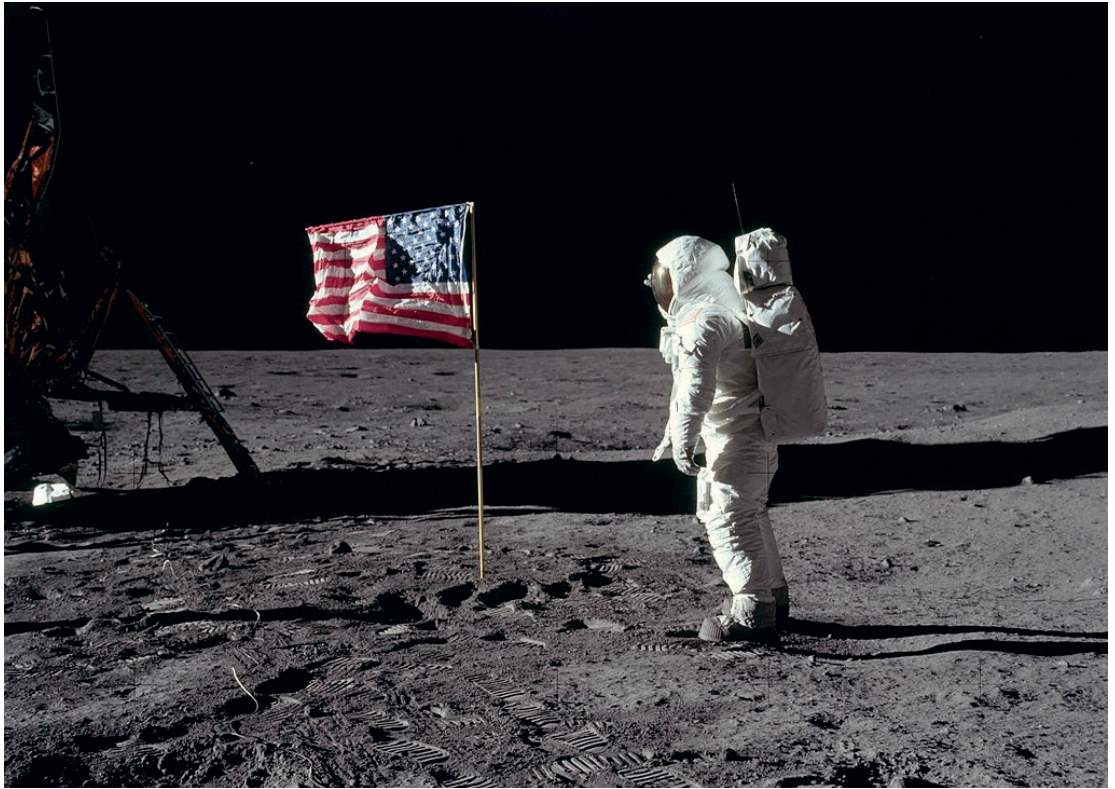


Figura 6: Homem pisando na Lua.
Fonte: <https://bit.ly/3VLiojk>



Figura 7: Garrafa Coca Cola.
Fonte: <https://bit.ly/4coHrOD>

Relação do signo e seu objeto

Segundo Medeiros, esta dimensão analisa a capacidade do signo representar ou referenciar algo, considerando que o signo tem dois objetos: o objeto dinâmico e o objeto imediato. O objeto imediato depende do modo como o fundamento se apresenta para conseguir que se chegue ao objeto dinâmico, e assim como são três as propriedades da relação entre signo e fundamento (qualidade, existência e caráter de lei), também são três as da relação entre signo e objeto:

Ícone: Possui a relação de semelhança com o fundamento, este, que é uma analogia a si mesmo, como um desenho, ou fotografia de um rosto, onde estas representações (o fundamento) se assemelham ao que pretende ser referido (objeto) (figura 8).

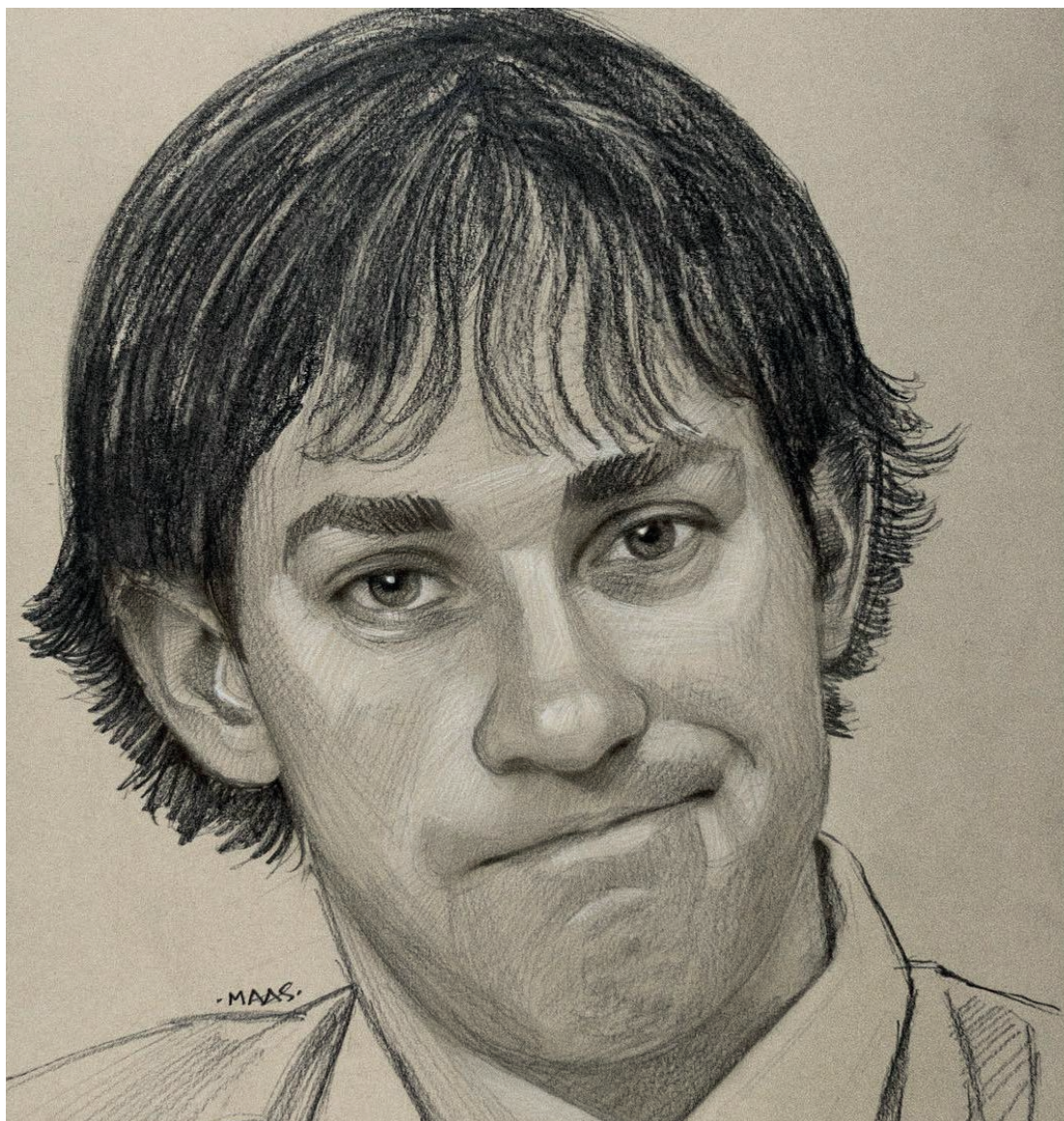


Figura 8: Desenho realista.
Fonte: <https://bit.ly/3VukjHI>

Índice: Para Medeiros, é um um signo que se refere à um objeto através de uma modificação - uma reação - que este mesmo causou. De acordo com Santaella, citada por Melo e Melo, o aspecto existencial do signo é parte de outro existente para o qual o índice aponta. Um dos exemplos mais comuns é o de uma pegada de tênis numa trilha, que pode representar que houve uma presença humana em determinado local.

Símbolo: Funciona de acordo com o caráter de lei, onde o signo está ligado ao seu objeto por meio de uma convenção social. Como para Medeiros, o símbolo “\$” representa dinheiro, ou como para Santaella, segundo Melo e Melo, a pomba branca representa a paz.

Relação do Signo e seu Interpretante

O interpretante trata-se dos possíveis efeitos que o signo pode ter na mente do intérprete. Este, também, para Peirce, possui três níveis que foram atribuídos: interpretante imediato, interpretante dinâmico e interpretante final.

O interpretante imediato trata-se do potencial interpretativo que se encontra no próprio signo, aquilo que de certa forma é sugestivo e independe de quem o perceba. Por exemplo, quando duas pessoas vindas de sentidos opostos tentam passar por uma mesma porta simultaneamente, e então, uma delas desiste e faz um gesto com a mão em direção a porta, onde entende-se que você pode ir primeiro. Aquele signo tende a ser compreendido por qualquer pessoa e geralmente não é percebido por uma análise aprofundada.

Já o interpretante dinâmico é um nível de efeito do signo que possui certa dependência do significado que gera para cada intérprete, também como contexto e outros signos que estão associados a este. Este efeito gera a necessidade de se refletir, e, um exemplo seria chegar à compreensão do por que teria-se avançado após aquele gesto, em que, segundo uma convenção social, significa que a pessoa está permitindo que se passe na frente dela.

O interpretante final é a compreensão mais aprofundada de um signo, onde podem se gerar novos signos, como ainda neste mesmo exemplo, poderia-se ter a percepção daquela pessoa como alguém educado e/ou cordial, devido sua ação. Este, que foi dividido por Peirce em três categorias:

- **Rema:** É uma forma de interpretação associada ao efeito que o signo pode causar, como ao ver uma cena de filme, onde nossa percepção se dá apenas sobre o efeito que nos é causado naquele momento, sem analisar a fundo o que aquilo está conotando. Um bom exemplo dado em vídeo por Diego Frank Marques Cavalcante (2021), cita quando falava com sua cachorra e esta ficava observando, mas apenas desfrutando das qualidades do som de sua voz. Associado ao aspecto qualitativo, uma proposição que não necessariamente é afe-

tada pelo objeto que se refere, mas adiciona uma informação à esse objeto. No caso de uma campanha publicitária, o rema poderia ser um aspecto qualitativo que se quer ressaltar sobre o produto, como no caso de uma comida, onde o rema poderia ser o sabor.

-Dicente: É o efeito que está associado à atenção que o signo nos gera para um objeto. Cavalcante apresenta uma forma de entender isso através do exemplo de um outro cachorro, onde ao falar pra o animal “ir pra lá” e apontar, o efeito desses signos o direcionavam ao objeto (que neste caso era um determinado espaço). Ou seja, o efeito dicente o fazia conectar o signo ao objeto.

- Argumento: Efeito interpretante que possui influência de convenções do intérprete. Funciona quando o intérprete conhece as leis e símbolos. Um exemplo disto é ao levar uma buzina ao tentar trocar de faixa, onde nosso conhecimento sobre as leis nos permite entender que não é um momento oportuno para aquela ação.

Análise do Fundamento

Seguindo ainda a literatura de Melo e Melo, elas conduzem uma forma de fazer uma análise semiótica em imagens embasadas em Santaella, que permite um melhor entendimento para reconhecer onde os aspectos dos tricomos de Peirce da fenomenologia, que consiste em fazer uma análise apenas do que está sendo apresentado, ignorando, neste momento, o que está sendo representado e os efeitos que aquilo produz na mente do intérprete. A análise foi dividida em três etapas: contemplar, discriminar e generalizar.

Contemplar (Quali-signo)

Esta primeira fase consiste em analisar apenas com um olhar puro, olhar formas, cores, texturas, sons, cheiros, entre outros. É um momento de apenas “listar” o que o signo apresenta aos nossos sentidos sem buscar definir o que tal coisa é ou interpretá-la.

Discriminar (Sin-signo)

Trata-se da dimensão do sin signo, este que possui a capacidade de nos levar até uma materialização de algo através de suas singularidades. Se usarmos o exemplo dado anteriormente, da primeira chegada do homem à lua (figura 5), podemos pensar que, caso víssemos uma representação de uma simples silhueta de um astronauta ao lado de uma bandeira, ainda seria possível perceber aquilo como a chegada do homem à lua.

Generalizar (Legi-signo)

Analisa o aspecto de lei do signo, estes que nos dirigem a perceber padrões de repetição que compõem uma classe de determinado algo. É algo usado por marcas, onde através de uma regularidade na presença de certos signos, é possível direcionar nosso pensamento ao seu produto em específico, se víssemos uma garrafa de Coca Cola sem o logo (figura 6), ainda assim seria possível relacioná-la à marca, pois outros elementos regulares ainda estão presentes.

Análise do Objeto

Esta etapa consiste em observar o poder de representação dos signos, ou seja, para onde faz referência, como as coisas se conectam.

Ícone

Cabe ao olhar sobre as possibilidades que o signo sugere, a partir das qualidades de aparência do signo. Como na explicação de Cavalcante apenas faz sugestão. Um bom exemplo é ao observar nuvens e identificar semelhanças de suas formas com coisas diversas, onde uma mesma nuvem pode parecer coisas diferentes para cada observador.

Índice

Considera o aspecto de existência do signo, o índice significa uma coisa através da reação que foi gerada. Neste caso, o signo se conecta ao objeto que está representando - isto devido a consideração do contexto em que está aplicado - e produz um signo que seria uma espécie de “pista” sobre. Ao ver uma pessoa de terno em uma região comercial, imaginamos que ela trabalhe no meio corporativo. Isto é apenas uma suposição, e a influência do contexto implica no que é suposto, que poderia ser diferente ao ver uma pessoa de terno num casamento.

Símbolo

Analisa o aspecto de lei, onde símbolo tem o poder de substituir seu objeto. Estes possuem ligação ao que se pretende representar através de uma convenção social, que faz com que este possa vir a ser uma continuação - uma extensão - de seu objeto. Seria como chegar numa cidade e ver um letreiro com o M do McDonald 's (figura 9), onde este simboliza um lugar em que você vai encontrar os lanches da rede. O logo não necessariamente se parece com o lanche, mas a convenção social nos permite fazer com que o lanche se estenda até o logo.



Figura 9: Letreiro do Mc Donalds.
Fonte: <https://bit.ly/3XvfwN>

Análise do Interpretante

Por fim, nesta etapa, o signo atinge os efeitos no intérprete. Sendo divididos em três camadas: na primeira, ele produz sentimentos (percepções ligadas aos sentidos) a quem interage com estes. Na segunda, produz ação física ou mental (parar ou avançar diante da mudança de cor de um semáforo). E a terceira, produz interpretação através da capacidade lógica (ler uma palavra e associá-la a uma coisa na qual ela se estende).

Entender o processo interpretativo é uma ferramenta essencial para viabilizar a leitura de uma estampa, e também, de um vestuário como um todo, para que então seja possível gerar produções coerentes e aptas a serem compreendidas pelos observadores.

Um outro fator, citado anteriormente neste texto e em outras metodologias é o repertório do observador. Há alguns meses comecei a seguir páginas no Instagram que registram pessoas em diversas cidades do mundo e isto vem contribuindo muito no processo de aguçar minha percepção. Amadureci a compreensão sobre o que cada item comunica de acordo com o contexto aplicado e também o que cada pessoa busca comunicar em seus looks.

Como um próximo passo, foi conduzida uma pesquisa sobre figurinos, uma área onde as roupas têm um poder semiótico muito influente sobre os personagens.

Figurinos

Analisar roupas num desfile de moda pode ser uma tarefa difícil para um primeiro momento de estudo da semiótica acontecendo no vestuário. Para isso, cinema é um ótimo local onde podemos abordar de uma maneira simples e prática a aplicação desta ciência nas roupas.

Os signos estão presentes constantemente no cinema, de modo visual e auditivo, e o figurino, por sua vez, como elemento visual, é carregado destes signos e buscam trazer referências simbólicas ao espectador.

No cinema, o figurino consiste em todas as roupas e acessórios que são utilizados por todos os personagens. Suas funções são contextualizar o espaço e tempo em que a narrativa passa; trazer verossimilhança aos personagens e ao que está sendo contado. Por exemplo, o filme de Maria Antonieta, de Sofia Coppola produzido em 2006, narra uma história ocorrida em 1774 e contém a aparição de um All Star (figura 10), no qual gerou grande questionamento pelo público. Esta lógica se estende a diversas outras dimensões mais profundas.



Figura 10: Aparição do tênis All Star no filme Maria Antonieta.

Fonte: <https://www.invitinghistory.com/2018/01/about-those-famous-converse.html>

Um ótimo exemplo é em *Breaking Bad*, onde existe uma atenção sobre a psicologia das cores na roupa dos personagens ao longo de toda a série. O caso mais marcante é o da personagem Marie (figura 11), onde era totalmente explícito e perceptível sua fixação pela cor roxa, desde roupas a utensílios domésticos. A personagem leva consigo a luxúria, a busca por parecer superior e às vezes até ignorava problemas por ser orgulhosa, esta era sua versão em estado de equilíbrio. Em um momento crítico da série, a personagem entrou em crise e esteve no auge de sua cleptomania, onde a tonalidade de suas roupas muda e causa choque nos espectadores.



Figura 11: Personagem Marie Schrader da série *Breaking Bad*.
Fonte: <https://bit.ly/3XoS8fU>

Essas interpretações são possíveis através de relações que fazemos ao nosso redor, onde em alguns casos os figurinos se baseiam em estereótipos para conseguir promover a percepção do observador, porém isto não é uma regra, é possível também romper com estereótipos a partir do figurino.

As roupas, por sua vez, têm o poder de trazer precisão histórica e geográfica, afirmar simbolicamente características e traços sociopsicológicos, criar efeito dramático, e até distinguir os personagens bons dos maus.

Apesar dos figurinos majoritariamente não terem o foco em trazer os aspectos da roupa como produto, este nos traz pontos a considerar que são muito importantes para entendermos o público de interesse para qual estamos projetando. Utilizar o figurino como ferramenta de aprendizado permite nos estimular a pensar no que as pessoas podem estar buscando representar para assim conseguir um direcionamento na produção do produto.

Vestuário

Iniciando uma perspectiva direcionada para o vestir-se na vida real, pode-se dizer que essa prática está longe de ser algo apenas relacionada à funcionalidade. Destacam-se, na verdade, os aspectos significantes que são manifestados pelas vestimentas, uma vez que, são grande parte da forma com que nos apresentamos em sociedade. Partindo da premissa de Maria Cristina Volpi Nacif (2007), em que é possível afirmar o ser humano social como o ser humano vestido, a nudez traz o ser humano ao estado natural, que vai contra as concepções da cultura.

A prática de se vestir é presente desde a pré-história, vinda das necessidades de cobrir-se por proteção. Posteriormente esta prática assume caráter de diferenciação social com o surgimento do trabalho e da produção de bens (objetos), e então a diferenciação de postos de trabalho, que ao longo do tempo começaria a conter índices acerca das diferentes categorias em que os seres humanos se encontravam.

Nacif afirma, segundo Marcel Mauss (1974), que a sociedade se condiciona, com imitações vindas do fator educacional gerado por atos que deram certo, esta, obtida e validada através de processos psicológicos e biológicos.

Isto permite entendermos que existe um certo padrão entre os indivíduos, onde, na verdade eles não se diferenciam tanto assim de si mesmos, o que se sobrepõe, neste caso, são as diferentes sociedades, com suas convenções, modas e educações particulares.

Para analisar um vestuário é necessário considerar diversos aspectos, como fatores geográficos, temporais (juntamente com acontecimentos históricos relativos), estação do ano, ocasião para qual o traje está sendo usado, classe social, gênero e idade.

Isto permite termos uma base para entender onde os estilos de vestimenta se fundamentam, e podendo assim dar uma possível revelação do que as pessoas - considerando as que possuem minimamente ferramentas e condições para atribuir significados de forma proposital no traje - buscam representar com suas roupas.

Os Estilos

Segundo Ludmila Prado Massarotto (2008), a contemporaneidade e o mar de opções presentes no mercado, com produtos que caminham de acordo com as variáveis sociológicas - uma vez que, as roupas não são livres de códigos simbólicos - submetem as pessoas a adotarem um estilo pessoal. Estas pessoas, então, costumam buscar algo que comunique sobre suas características individuais, como gostos, estilos de vida, entre outros.

Porém, isto não exclui a influência coletiva sobre as escolhas, pois as pessoas têm uma certa necessidade de aprovação social daqueles que compartilham de mesmas preferências e espaços sociais.

A autora traz uma perspectiva de que o consumo está mais atrelado ao que a mercadoria representa do que ao bem em si, ou seja, as pessoas consomem o que o produto representa ou significa. Outra proposição feita é de que as pessoas fazem do consumo uma produção de signos, onde fazem os produtos reafirmarem, subverterem e/ou construírem significados diversos a partir de seus usos. Também, segundo Pierre Bourdieu (2003), o consumo é um meio pelo qual as pessoas manifestam suas preferências e impelem fronteiras simbólicas para se distinguirem de uns e se aproximarem de outros.

O Produto Atrativo

Considerando que, nosso sentido visual é o mais predominante, o estímulo que mais nos atrai em um produto não poderia ser outro. Além de fatores como a percepção da beleza, o simbolismo presente nos produtos tem o poder de despertar um envolvimento do usuário para com o produto.

De acordo com Bernd Löbach (2001), citado por Maria Celeste Sanches Montemeyzo (2003), há grande relevância em atender necessidades psíquicas do consumidor através das funções estéticas e simbólicas ao elaborar um produto. O designer, então, tem a capacidade de emitir uma mensagem em forma de produto, através da comunicação estética, onde é muito importante que o profissional criativo conheça as preferências e aspectos sócio culturais do consumidor..

Ainda, sob perspectiva de Löbach, a autora cita o conceito de produto de uso individual, que, como o nome diz, é um produto industrial de uso pessoal, e a relação das partes possui uma ligação muito forte.

Sendo assim, o desenvolvimento destes produtos, como já se destacou anteriormente, deve ter grande preocupação com o bem-estar emocional do usuário, tendo em vista o valor comunicativo que a vestimenta exerce nas interações do indivíduo com o seu ambiente social. (MONTEMEZZO, Maria Celeste de Fátima Sanches, 2003.)

Outro apontamento muito importante feito pela autora é:

Baxter (1998, p. 49) coloca que “as influências sociais, como a moda dominante imposta pela indústria de confecções, podem mudar as nossas preferências de estilo, de um ano para outro”. Entretanto, o meio social e o perfil psicológico do consumidor não mudam com esta velocidade. Atualmente, têm se dado cada vez mais valor à atitude individual no vestir. Por estas razões as tendências de moda devem ser decodificadas em linguagens estéticas que se comuniquem com cada público, de maneira eficaz. (MONTEMEZZO, Maria Celeste de Fátima Sanches, 2003.)

Onde isto fornece ao designer que pretende projetar produtos de vestuário o conhecimento da importância de compreender o comportamento humano e as dinâmicas sócio-culturais presentes no ato de vestir.

A Semântica nas Roupas

A fim de se aprofundar na decodificação dos signos contidos num produto de vestuário, é interessante trazer uma perspectiva baseada na semântica no design, que tem foco na capacidade de comunicação que um produto tem para seus usuários (diferentemente da semiótica, que pauta o processo de significação de um objeto feita por estes).

Como sugerido por Emanuella Scoz, et. al (2022) - baseados em Algirdas Julius Greimas (1984) -, é possível fazer a leitura de imagens decompondo as informações em blocos de significados, e assim ter uma interpretação do todo mais consistente.

Os autores desenvolveram um método com três cartelas para preenchimento, que contam com referenciais semânticos que possibilitam uma análise e compreensão de informações, sendo elas: cartela de referenciais de estilo; referenciais estéticos; referenciais simbólicos.

As cartelas de referenciais de estilo e de referenciais simbólicos (figuras 12 e 13) possibilitaram um enriquecimento para a aptidão de qualificar de forma verbal os signos e conhecer termos atribuídos a certos conceitos e padrões de estilo percebidos. O conhecimento destes termos possibilitam conduzir uma pesquisa com maior chances de aproximação das referências desejadas.

REFERENCIAIS DE ESTILO

Produto:
 Função Principal:

Requisitos do Design:

ESTILO	Descrição de principais elementos de estilo	ESTILO
camponês		nobreza
gótico		renascimento
rococó		diretório
romantismo		boemia
belle époque		industrial
charleston		mov. moderno
art nouveau		art déco
divas hollywood		disr. Chanel
1940		new look
rockabilly		hippie/beatnik
folk		pop
futurismo		rockstar
punk		disco
yuppies		streetwear
clubber		grunge
minimalismo		Preppy

Modos de uso

REFERENCIAIS DE ESTILO

Produto:
 Função Principal:

Requisitos do Design:

ESTILO	Descrição de principais elementos de estilo	ESTILO
camponês	✕ tecido cru, fibra natural, algodão, lã, cortes simples	nobreza
gótico		renascimento

Figura 12: Cartela de referenciais de estilo. SCOZ, Emanuella; SANTOS, Celio Teodorico; SANTOS, Flavio Anthero Nunes Vianna. MÉTODO ANALÍTICO DAS INFORMAÇÕES SEMÂNTICAS, SEMIÓTICAS E DE ESTILO DA MODA PARA ENSINO SUPERIOR. Anais do XVII Colóquio de Moda - 2022.

Fonte: <https://revistas.udesc.br/index.php/ensinarmode/article/download/21668/14458/86066>

REFERENCIAIS SIMBÓLICOS					
Produto:		Requisitos do			
Função principal		Design			
SIGNO	referente estético	SIGNO	SIGNO	referente estético	SIGNO
bruto		delicado	frenético		calmo
rústico		fino	sensual		púdico
simples		elaborado	noturno		diurno
frugal		exagero	exótico		trivial
pobre		riqueza	atual		antigo
sagrado, profano		científico	cosmopolita		rural
austero		alegre	militar		civil
ocultismo		celestial	racional		irracional
frívolo		profundo	passivo		ativo
jovial		envelhecido	desregrado		regrado
feminino		masculino	liberto		preso
leveza		pesado	extravagante		comum
clássico		contemporâneo	pacífico		guerreiro
sóbrio		ébrio	rebeldia		pacífico
força		fragilidade	movimento		estabilidade
ordem		desordem	doçura		agressividade
alinhado		desalinhado	reforçado		delicado
humano		bárbaro	artístico		habitual
novo luxo		luxo real			

Modos de uso

REFERENCIAIS SIMBÓLICOS					
Produto:		Requisitos do			
Função principal		Design			
SIGNO	referente estético	SIGNO	SIGNO	referente estético	SIGNO
bruto	↓ <i>função</i>	delicado	frenético	↓ <i>sondado</i>	calmo
rústico	↓ <i>for. objetiva</i>	fino	sensual	↓ <i>recoberto</i>	púdico

Figura 13: Cartela de referenciais simbólicos. SCOZ, Emanuella; SANTOS, Celio Teodorico; SANTOS, Flavio Anthero Nunes Vianna. MÉTODO ANALÍTICO DAS INFORMAÇÕES SEMÂNTICAS, SEMIÓTICAS E DE ESTILO DA MODA PARA ENSINO SUPERIOR. Anais do XVII Colóquio de Moda - 2022. Fonte: <https://revistas.udesc.br/index.php/ensinarmode/article/download/21668/14458/86066>

Os movimentos de interesse para a criação

Os temas de interesse para a produção deste projeto são os movimentos streetwear e clubber. O streetwear (figura 14) é um estilo de moda casual influenciado por toda a cultura hip-hop, esportes como basquete, skate, entre outros; cultura punk, entre inúmeras outras manifestações populares.

Já o clubwear (figura 15) é um estilo de moda que também faz parte da cultura urbana, vindo da cultura de festas alternativas de música eletrônica.



Figura 14: Exemplo de Streetwear.
Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/19773685857299473/>



Figura 15: Exemplo de Clubwear.

Fonte: https://www.instagram.com/p/CrGj6gsqD8X/?img_index=1

Entendendo o Streetwear

Existe mais do que uma teoria acerca de onde e como foi criado o movimento streetwear uma delas é a forma de se vestir de meados dos anos 70 nos distritos de Nova York. Esta, que se constituiu a partir da combinação inovadora de

elementos já existentes, como roupas esportivas, de trabalho, casuais e também a inclusão de elementos vindos das culturas africana e latina.

Um elemento muito importante era o uso de peças específicas de acordo com o território onde se vivia. Alguns exemplos são jaquetas com um certo bordado específico, ou até a forma de usar certos itens, como uma amarração de cadarços que tinha a função de identificar quem vestia como pertencente de tal região, como é mostrado na série *Get Down Brothers*, da Netflix (figura 16).



Figura 16: Aparição de jaquetas bordadas na série *The Get Down Brothers*.
Série por Netflix
Fonte: <https://www.netflix.com/title/80025601>

É necessário também considerar a influência dos movimentos hippie, do surf, skate e punk (figuras 17 à 20) de Los Angeles, onde as roupas estavam não somente ligadas à funcionalidade esportiva, mas também como forma de se identificar pertencente àqueles movimentos.



Figura 17: Hippie.

Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/328199891614134464/>



Figura 18: Surfer.

Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/27795722692882419/>



Figura 19: Skater.

Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/680113981201505349/>

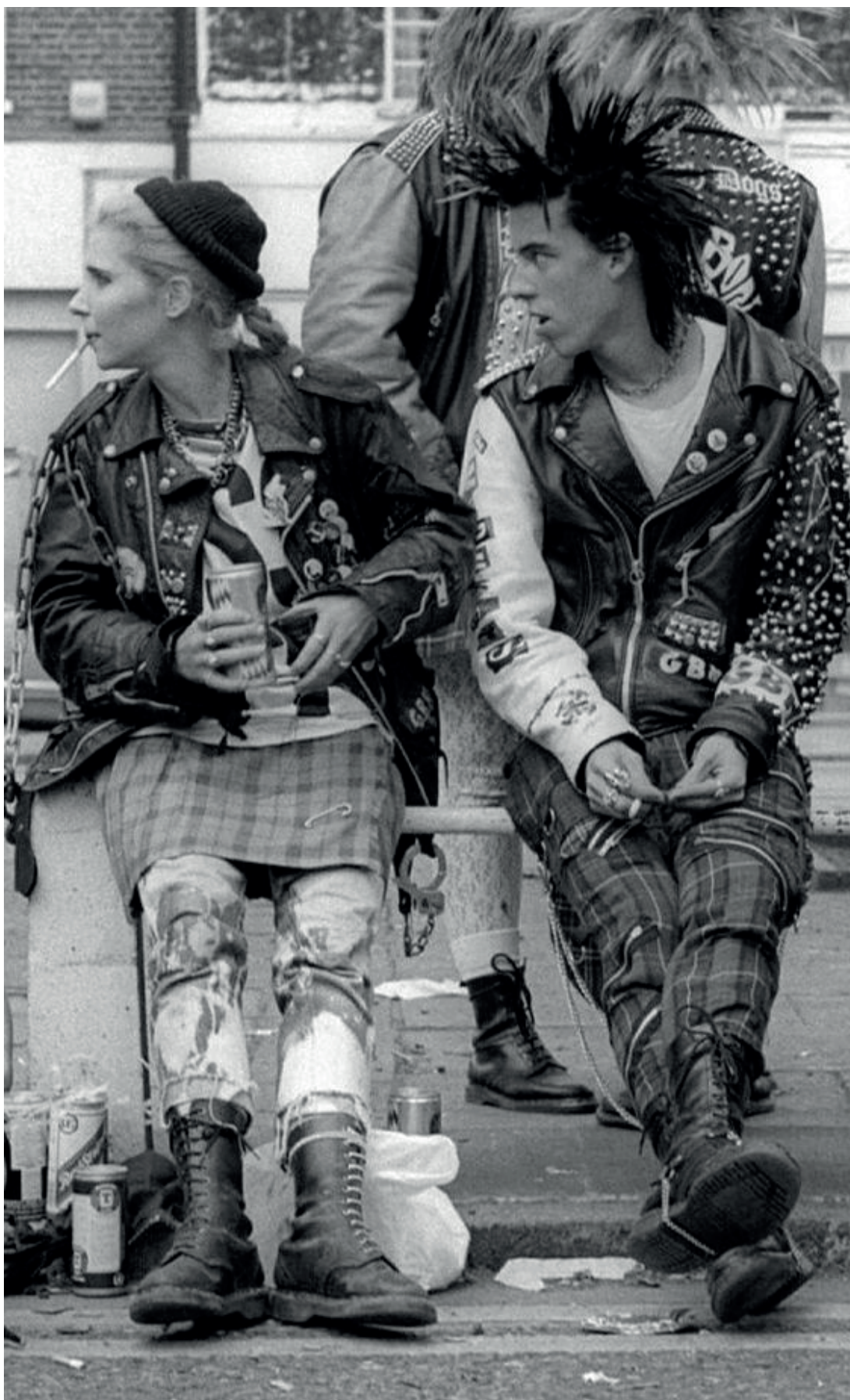


Figura 20: Punk.
Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/11681280277439485/>

Mais tarde, isso resultaria em produtos que atendessem especificamente estas culturas, como camisetas com estampas específicas, bermudas, tênis, entre outros.

Anos depois, com o desenvolvimento desta cultura e uma fusão cada vez maior com o hip hop. As peças usadas por rappers se tornavam itens de desejo do público, isto fez com que o movimento se tornasse notável para as marcas, fazendo com que apostassem neste cenário criando itens pensados para o público do gueto. Há também uma fusão com o posicionamento político do hip hop, onde as peças de luxo foram aderidas no visual desta cultura, como forma de resistência e de mostrar que eles teriam o direito de ter acesso àquilo. Atualmente a cena é uma das principais do mercado de moda, atuando juntamente com marcas de luxo, com profissionais especializados neste segmento, e, como consequência negativa, sofrendo também a elitização.

A influência deste movimento é tamanha, que a maioria das formas de se vestir que são vistas hoje em dia, principalmente entre jovens possuem relação direta com esta cultura.

Sobre o mercado do streetwear, este possui diversas formas de existência, sendo algumas delas as marcas, artistas criativos, os canais de revenda e o upcycling, e a partir disto é possível fazer subdivisões.

Entre as marcas existem diversos tipos, podendo estabelecer uma divisão entre marcas de streetwear de alto padrão, marcas independentes, marcas de luxo, marcas esportivas, entre outras. Já entre os artistas criativos, existem linhas próprias, collabs e outras formas de trabalho autônomo. Os canais de revenda são brechós, resellers (pessoas que compram itens muito exclusivos e disputados no mesmo instante de seus lançamentos e revendem mais caro, em argumento da garantia da possibilidade de aquisição deste), lojas físicas e virtuais. Por fim, o upcycling, que se dá pela produção de novas peças a partir do uso de outras peças têxteis (figura 21).

Pode se dizer que o upcycling vai muito além do que apenas a reutilização de um recurso ou produto no processo de fabricação, o upcycling trata-se da aplicação de técnicas de design para a ressignificação de um produto que seria descartado, conferindo-lhe um valor único. (...) há incontáveis possibilidades de aplicação do upcycling. Recortes diversos, por vezes assimétricos, também são bastante comuns atualmente. Às vezes, uma peça grande é apenas reajustada para servir em uma pessoa menor, também exemplificando um reaproveitamento; ou às vezes arrancar as mangas, fazer um recorte que permita uma amarração diferente, dividir um blazer em um cropped e uma saia, tudo isso são exemplos que podem mudar completamente um produto. Há também a questão da junção de recortes de peças diferentes, bastante observado com jeans de variadas lavagens, ou da mesma forma, com uma mistura de diferentes tecidos. (ANDRADE, A. B. P; Duarte. A. Y. S.; MELARA, L. F.; FOGAÇA, I. C., 2023)



Figura 21: Calça feita a partir de upcycling.
Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/682365781065049093/>

Esta técnica vem possibilitando o ingresso de novos artistas no mercado de trabalho e também fornece uma alternativa a diversas pessoas que possuem algum item de vestuário em que não conseguem mais usar e têm acesso aos meios para confeccionar outra peça.

O Streetwear atual possui diversas vertentes, que são embasadas em diversos conceitos. As variações deste estilo são tantas, que não é possível listar todas, e também não existe uma fórmula a ser seguida, onde é possível estar trazendo conceitos de mais de uma vertente em uma composição de vestuário. Algumas das vertentes mais comuns nos dias de hoje são o Luxury Streetwear, Y2K, Streetstyle, entre outros (figuras 22 à 24).



Figura 22: Luxury Streetwear.
 Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/409264684902094300/>



Figura 23: Y2K.
 Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/11470174044377039/>



Figura 24: Streetstyle.
 Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/622833823494659497/>

Entendendo o Clubwear

Para começar a falar sobre a cultura clubber, não consigo ver outra forma a não ser começar falando de música. Esta, surgida a partir de experimentações com sintetizadores sonoros - tanto teclados quanto baterias digitais - na década de 70, mais tarde ganharia um público fiel na década seguinte. Muitas coisas podem ser música eletrônica atualmente, mas, por cultura clubber, se relacionam gêneros específicos. Atualmente, sendo uma tarefa quase impossível listar todas as vertentes existentes, podemos citar como principais o house e techno. O house uma música dançante, com influências de músicas afro americanas, já o techno é um som mais agressivo e minimalista, com batidas retas, ambos com origem a partir de grupos minoritários, como negos e homossexuais.

O ambiente dos clubes se mostrou um lugar muito acolhedor à jovens negros e homossexuais, onde criou-se uma cultura livre de julgamentos e liberdade de expressão, com uma experiência musical inovadora e incrível. Após alguns anos conturbados devido a desaprovação de grande parte da sociedade conservadora, a música eletrônica, atualmente conseguiu se consolidar e conquistar outros grupos, a mídia, se consolidando como movimento artístico e como meio de produção de cultura (figura 25).



Figura 25: Festa underground em um clube nos anos 80.

Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/723812971419405697/>

A cultura de vestuário então surge da necessidade de exteriorizar o sentimento de pertencer à um movimento e de questões políticas como a luta pela liberdade de expressão de gênero, além do poder sobre a individualidade e criatividade.

Atualmente, o estilo se fundamenta dentro do streetwear, utilizando de códigos do workwear, estilo skater, punk, techno, opium core, militarismo, roupas esportivas de décadas passadas, Brutalismo e até Kitsch (figuras 26 à 32). Alguns elementos muito característicos são o uso de roupas pretas, formas e cortes que valorizam o corpo, androgenia, e, mais recentemente o upcycling e a cultura do faça você mesmo.



Figura 26: Workwear.

Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/2322237300901505/>



Figura 27: Estética do techno.
Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/311241024262036329/>



Figura 28: Opium core.
Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/650840583678931295/>



Figura 29: Influências do militarismo no streetwear
Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/2322237299404741/>



Figura 30: Jaquetas esportivas vintage.
Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/13721973857804079/>



Figura 31: Brutalismo.
Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/309059593195915082/>



Figura 32: Kitsch.
Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/334533078541306319/>

A história das peças

Ao decorrer das pesquisas acerca do tema, me deparei com uma ótima forma para aumentar meu repertório e entender onde buscar pontos de partida para a criação: pesquisando a história de algumas peças. Um ótimo exemplo, atual e que pode ser de fácil compreensão devido à proximidade com a realidade nacional é a coleção da marca de streetwear brasileira Piet, “Surfing Drums”, a qual possui um ensaio em uma das postagens do Instagram com a seguinte legenda:

A nossa busca incansável de encontrar os códigos das raízes do streetwear brasileiro reflete no editorial Contra Maré, dirigido pelos jovens @iagopaiva e @mateusninos. Surfing Drums é inspirada na união do Surfwear com as periferias paulistas onde gerou uma estética que se cruzou com a cultura do funk e da música eletrônica. O conceito da coleção encontra o olhar de Iago Paiva no editorial que reflete as referências do diretor de arte, permeando entre os universos da música e da moda brasileira, traduzido em fotografia. (AUGUSTO, Mateus; PAIVA, Iago, 2023)

Nessa coleção, a Piet trouxe roupas que referem-se às manifestações genuínas do streetwear brasileiro, advindas da cultura periférica paulista com uso de itens de marcas de surf como Cyclone, Quiksilver, Billabong, entre outras. As peças trazem elementos gráficos que remetem às estampas, elementos visuais e até texturas dessas peças (figuras 33 e 34).

Como um extra, no texto desta postagem, me deparei com um recorte que foi capaz de modificar e ampliar minha perspectiva sobre como trabalhar a criação no trecho em que diz “encontrar os códigos”, o qual trouxe uma clareza imediata. Essa compreensão me possibilitou uma compreensão na forma de pensar e entender várias informações contidas em peças ou composições, como na figura 26, que é exemplo de uma forma de existência do streetwear que se distancia muito do estereótipo do estilo.

Contextualizando esse efeito, por anos tive a perspectiva engessada de que apenas certas peças com certas modelagens poderiam ser coerentes a um dado conceito de vestuário - no meu caso, o streetwear - e, em alguns momentos, me via até limitado a seguir receitas prontas. A partir de então, cheguei à proposição de que a presença de certos códigos pode ser um fator com poder de superar outros aspectos para levar uma peça a se tornar interessante para certos grupos. Atualmente, após chegar a este modo de compreensão, posso dizer que consigo ler as informações carregadas nas roupas e, portanto, consigo enxergar a beleza e interpretá-la como algo coerente dentro do streetwear. Desta forma, com esse e outros casos, expandi minhas possibilidades criativas, adquirindo uma nova variedade de suportes para trazer uma multiplicidade ampliada de códigos a serem abordados nas criações.



Figura 33: Foto da coleção Surfing Drums da marca Piet.
Fonte: https://www.instagram.com/p/CzE9adTP4rg/?img_index=2



Figura 34: Foto da coleção Surfing Drums da marca Piet.
Fonte: <https://www.instagram.com/p/CzzWfNCPSkm/>

Transformando isso em uma pesquisa direcionada

A partir dos temas pesquisados acima e de meu conhecimento acerca de metodologias de design, direcionei este embasamento teórico para ser usado na fase inicial do processo desenvolvimento de produto (PDP). Estes temas, então transformaram-se em pautas a serem abordadas em uma pesquisa direcionada para a criação - ou geração de alternativas - em vestuário. Caminhei em direção a tentativas de traçar uma proposta de método para criar um banco de informações consistente que possa conduzir o profissional criativo à uma geração de alternativas que apresente uma evolução e aumento da satisfação em seus resultados individuais. Seu primeiro esboço foi estruturado em três questões para serem abordadas e solucionadas em um painel semântico:

1. Buscar entender bases do estilo: Conhecimento de padrões contidos entre usuários de determinado grupo, sendo peças comumente usadas, ou combinações de peças, uma boa forma de adquirir repertório é através da ferramenta Pinterest, revistas, páginas de registro de vestuário em redes sociais.

2. Conhecer o usuário: Entender quem é o público para o qual se busca projetar, conhecer seus estilos de vida, dinâmicas e ambientes sociais.

3. Decodificar: Compreender e sintetizar tanto partes, como o todo acerca dos códigos contidos em algumas composições de vestuário, entendendo o que essas pessoas buscam expressar utilizando das informações obtidas nos itens anteriores.

Uma referência sólida como base

Após uma tentativa de contato muito bem sucedida com as autoras Maria Celeste de Fátima Sanches e Maria Antonia Romão - que foram muito solícitas -, recebi a indicação de materiais de suporte para minha pesquisa e em um deles, encontrei uma trajetória de ações citada pelas autoras e elaborada por Sanches e Martins, 2015. Esta trajetória é designada à síntese visual para o projeto de produtos de moda, em que pude notar certa concordância com a alternativa que eu havia traçado.

Dessa síntese, sobressaem quatro ações básicas para o enfoque desta explanação: conhecer; decodificar (reconhecer e decompor); sintetizar (relacionar e compor); transpor. Depois do primeiro contato com os fundamentos da composição visual (conhecer), a combinação dessas ações auxilia o estudante a observar o entorno, distinguindo os elementos que compõem os enunciados visuais e percebendo as estruturas de sintaxe que os relacionam. Ao entender essas relações, ele poderá sintetizar padrões de representação visual para conteúdos expressivos e utilizar essas sínteses para gerar possibilidades compositivas. A geração, por sua vez, realimenta a percepção e amplia o conhecimento, o que ajudará o aluno a transpor os códigos extraídos do contexto sociocultural para a configuração de produtos. (SANCHES; MARTINS, 2015) citado por SANCHES; SILVA, 2020.

Então, decidi continuar a construção da minha trajetória baseada na estrutura sugerida e transformando meus tópicos em subtarefas.

Sanches e Silva ainda reforçam um ponto fundamental que serviu para que eu considerasse mais uma etapa a ser agregada ao processo: a experimentação do fazer manual. Esta, de grande importância para materializar o que o olho apreende e com poder de promover a evolução do pensamento visual.

Concluem:

Em termos pedagógicos, a associação dos sentidos visual e tátil facilita a expressão das abstrações e amplia a percepção da situação em estudo, ajudando a estabelecer uma ponte cognitiva entre o saber que o estudante já domina e a inserção de um novo saber. (SANCHES, Maria Celeste; SILVA, Maria Antonia Romão, 2020.)

O resultado desta soma

Decidi então usar e reordenar os itens da proposta que criei para serem unidos à trajetória de Sanches e Martins, 2015 em forma de subtarefas.

1. Conhecer (levantamento)
 - a) Pesquisar subgêneros dos estilos de interesse e suas nomenclaturas
 - b) Criar um painel semântico
2. Decodificar (análise)
 - a) Delimitar o público (padrões, interesses, dinâmicas e ambientes sociais)
 - b) Analisar códigos em peças de vestuário
 - c) Reconhecer padrões de repetição
3. Relacionar e compor
 - a) Descrever o enunciado e elementos compositivos dos estilos
 - b) Relacionar possibilidades dos itens em múltiplos contextos
4. Transpor
 - a) Delimitar um conceito e estética de partida
 - b) Gerar alternativas baseadas nas informações obtidas

Estas subtarefas propostas tem a finalidade de guiar o pensamento projetual e levantar uma base de informações para o profissional criativo ter como uma consulta de fácil alcance. O objetivo é que, no item 1, chegue ao conhecimento terminológico e visual do objeto de estudo. No item 2, é desejável que se identifique o público, depois sejam feitas considerações pessoais, que também considerem um fator coletivo acerca de conotações de certos itens e reconheça padrões entre diferentes grupos para obter um potencial de identificação mais abrangente. No item 3, conduz a sintetizar pontos e interpretações dos estilos e possibilidades de aplicação dos itens de acordo com os contextos diversos. No item 4, parte para o direcionamento em função do início da aplicação prática, estabelecendo o recorte de cenário e o início da geração de alternativas.

52

2. a) Delimitar o público (padrões, interesses, dinâmicas e ambientes sociais)

Estes estilos mostram, na maioria das vezes, certo interesse em um cenário underground, como cultura de rua, música e ambientes sociais voltados a um público alternativo.

b) Analisar códigos em peças de vestuário

Óculos Wrap: futurista, robótico, imponente, vintage, malicioso

All Star: jovem, rebelde, punk, grunge

Calça Baggy: proporção fashion, cultura de rua

Loafer: refinado sem perder a identidade streetwear, social, jazz, preepy

Jorts: proporção fashion, streetwear refinado, pegada alternativa

c) Reconhecer padrões de repetição

As combinações de itens de vestuário feitas nos diversos estilos mostrados acima carregam códigos que permitem os indivíduos se diferenciarem em certos grupos. Apesar disto, há uma certa semelhança na estrutura, dada a grande convergência entre tipos de peças, itens específicos como loafers, tênis de solado reto, óculos vintage e em muitos casos, o uso de proporções que distorcem a forma corporal, como jorts, calças baggy atuais.

3. a) Sintetizar o enunciado dos estilos de moda

- O luxury streetwear carrega um enunciado fashionista e com referências de movimentos da cultura hip hop e proporções oversized, estampas diversas, merchs, joalheria, marcas esportivas, cortes quadrados, entre outros.

- O street style, uma forma de streetwear em alta atualmente carrega também influências do hip hop e streetwear mais comum, mas traz abordagem vintage, relevância à economia circular, peças de alfaiataria, e influências de jazz, r&b, entre outros.

- O estilo conhecido como Y2K, é uma forma de streetwear pautada em trazer um toque do estilo de rua dos anos 2000, com grandes influências da golden era do hip hop, óculos wrap, tênis volumosos, roupas com lavagem, calças com cintura baixa, estampas com estrelas, estampas metálicas, conjuntos esportivos, entre outros.

- O grunge, também possui semelhanças com o Y2K, porém parte para um enunciado com influências de rock, roupas desbotadas, camisetas de banda, entre outros.

- O opium core, possui algumas semelhanças de enunciado com o grun-

ge, podendo ter o uso de roupas desbotadas ou não, com toque mais moderno e com maiores influências em música eletrônica underground, estampas tribais, roupas pretas, rosto escondido, óculos wrap, e que apesar disto, é também adotado por artistas e consumidores da cultura trap atual.

- O clubwear, que é fortemente pautado na cultura da música eletrônica underground e com apelo de valorização do corpo em alguns casos, conta com cortes que valorizam a forma corporal, malhas abertas, tribais, botas, óculos wrap entre outros.

- O business core, que possui visual corporativo, é uma vertente de workwear com peças geralmente usadas em escritórios em versões oversized misturadas com peças tradicionais, versátil para adaptações de contexto, é uma forma de se vestir de forma “elegante” sem ser tão formal.

b) Relacionar funções dos itens de acordo com o contexto

De acordo com minha experiência pessoal, pude presenciar casos em que uma estética business core foi aplicada juntamente à um contexto clubber, ou como um Y2K no luxury streetwear.

Um tênis All Star, pode caber em composições de vestuário grunge, Y2K, streetstyle, clubber e opium core; assim como um calçado loafer pode servir ao street style, clubber e business core; ou uma camiseta com estampa de banda pode servir ao grunge, como também ao streetstyle, ou até ao luxury streetwear. Neste caso, um exemplo como um All Star aplicado ao business core poderia estar deixando claro que o conceito composição não se trata de um vestuário formal, ou então uma distorção proposital que carregue ironia, ou jovialidade.

4 - a) Delimitar um conceito e estética de partida

A partir da análise das referências visuais, foi possível obter um ponto de partida coerente com as propostas que foram levantadas no painel semântico. As escolhas foram um conceito urbano, que remeta à música eletrônica, bruto e irônico; e uma estética minimalista, plana, streetwear e contemporânea.

b) Gerar alternativas baseadas nas informações obtidas

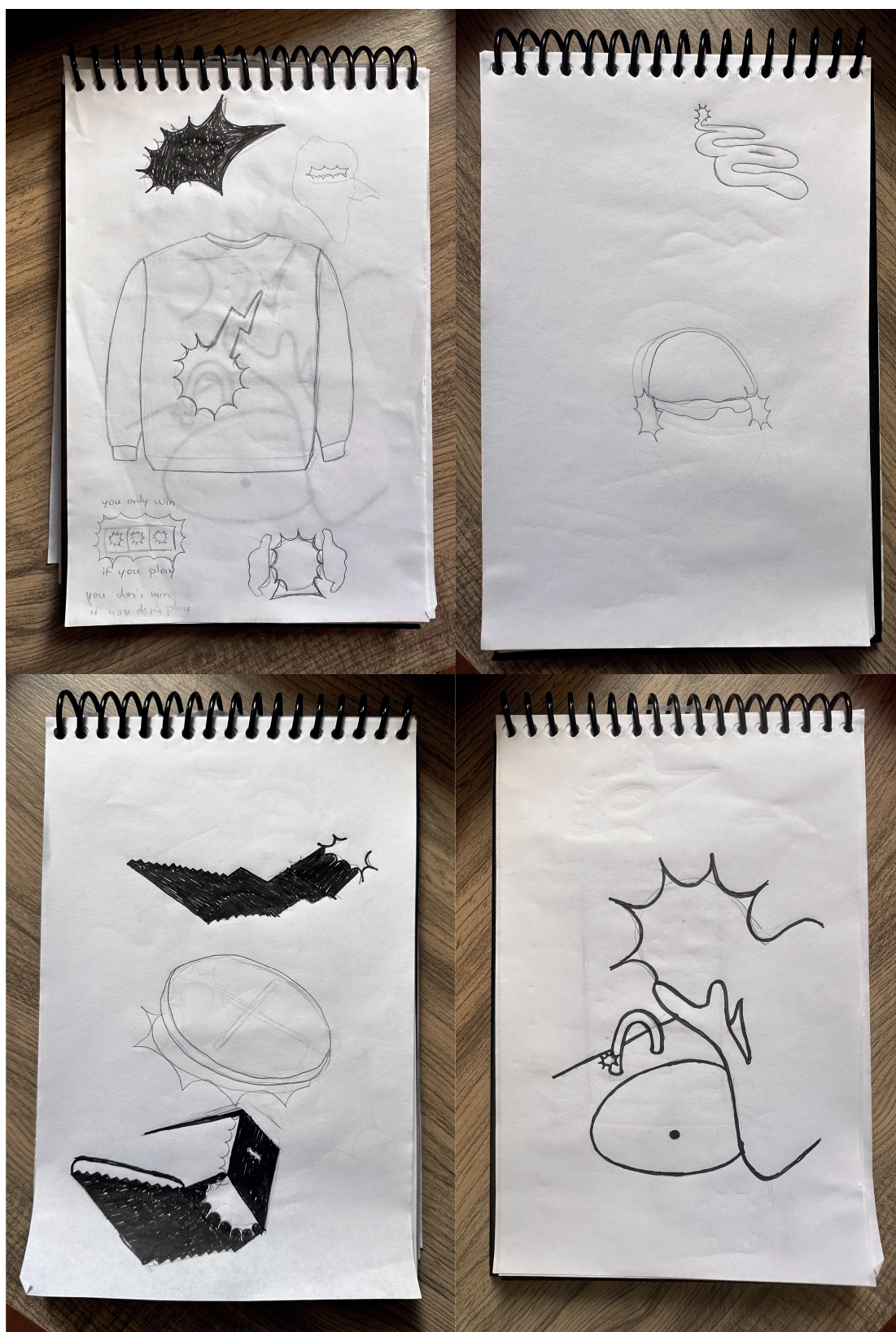


Figura 36: Compilado de esboços da geração de alternativas.
Fonte: Acervo pessoal do autor

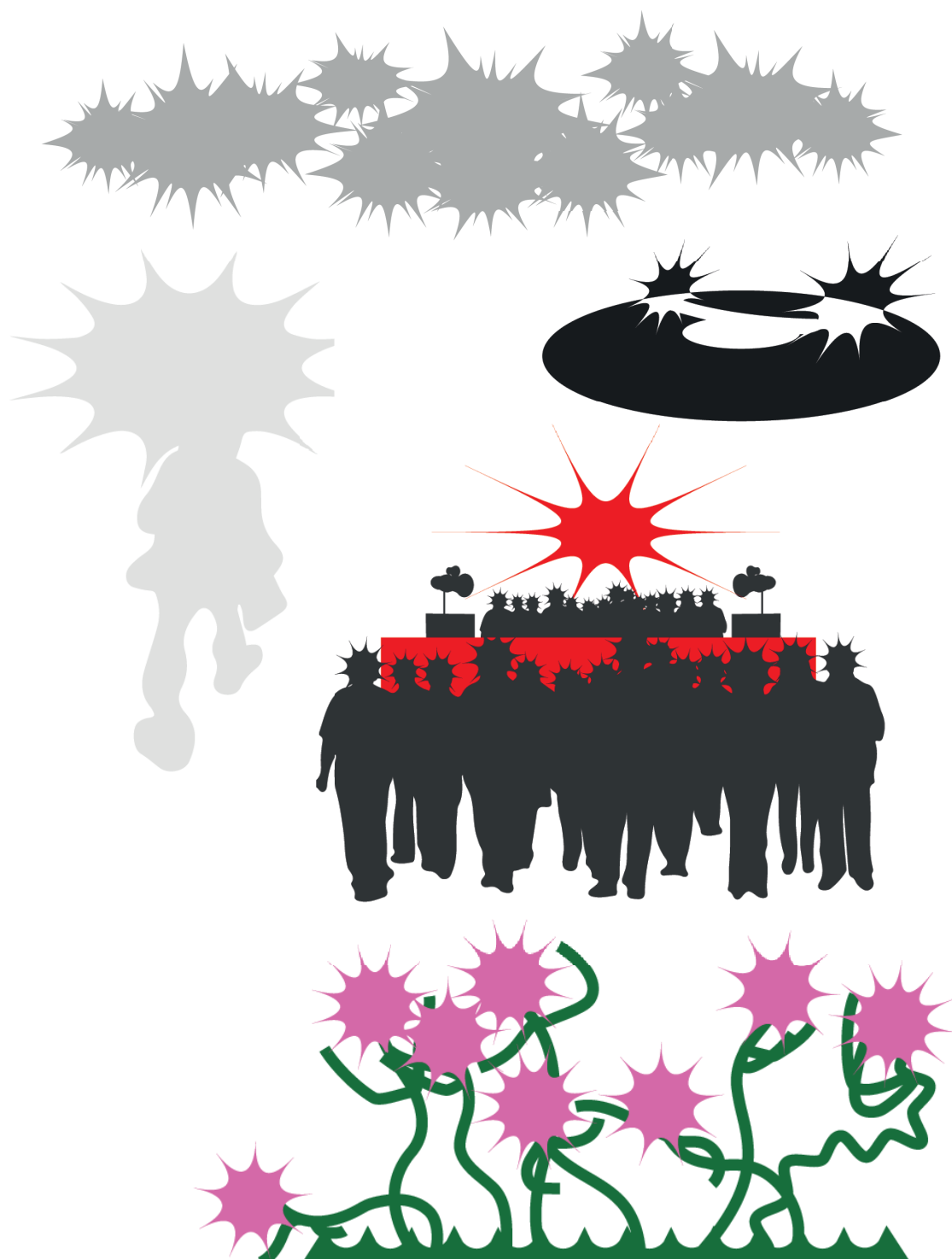


Figura 37: Compilado de ilustrações da geração de alternativas.
Fonte: Acervo pessoal do autor

Análise das criações

Após gerar algumas alternativas, por fim, foram feitas aplicações digitais das ilustrações em algumas peças e serão expostos os códigos abordados durante o projeto das mesmas. A seguir será feito um detalhamento das alternativas apresentadas (figuras 38 à 41), a fim de registro dos resultados obtidos através das informações levantadas na proposta de pesquisa direcionada.



Figura 38: Jaqueta de trabalho
Fonte: Acervo pessoal do autor

Nesta peça, foi escolhida a abordagem do workwear, a peça escolhida é uma jaqueta com gola polo, que remete à uma roupa geralmente vista em escritórios, portarias, entre outros. A ilustração representa uma pessoa andando e carregando um guarda chuva, aliado a forma pontiaguda característica da identidade visual e exercendo o papel de substituir a cabeça do personagem. De acordo com este contexto, a aplicação deste elemento visual busca trazer alguém carregado com sentimentos de esgotamento e a insustentabilidade da rotina. Foram trazidos códigos de streetwear através da ilustração, através da resignificação da peça, trazendo ironia, crítica ao modelo de trabalho comum à maioria das pessoas.

Acompanhando as tendências, atualmente é notável o processo que vem ocorrendo no streetwear, a popularização de um apelo mais formal nas peças. Baseado nisso, então uma escolha do suéter se mostrou muito coerente ao momento. Este item é comumente associado à códigos formais, intelectuais (visto com frequência usado por músicos de jazz, ou atribuídas ao esteriótipo de acadêmicos), ou até mesmo fofos e básicos.

O uso no streetwear, se dá, na maioria das vezes, com a estilização de modelos tradicionais do suéter, não sendo muito comum encontrar versões feitas especificamente para o streetwear, usualmente tendo grafismos como padronagens geométricas ou estampas amigáveis.

Com isto, a ideia foi pautada em explorar possibilidades à partir do suporte, buscando ressignificar a peça e desconectar parte dos significados atribuídos à esta.

O resultado foram duas peças (figuras 39 e 40).



Figura 39: Suéter nuvem.
Fonte: Acervo pessoal do autor

Esta primeira, representa um céu nublado, com o uso do azul acinzentado para a peça e cinza para estampa. As formas pontiagudas têm função de romper com a conotação amigável das formas convencionais de representações de nuvens. A imagem do céu nublado remete popularmente à um cenário negativo e foi trabalhado neste exemplo de vestuário como forma provocativa.



Figura 40: Suéter jardim.
Fonte: Acervo pessoal do autor

A segunda, retrata um cenário floral, que se aproxima à alguns modelos já existentes deste tipo de roupa, mas com apelo mais agressivo. A cor verde remete a grama; a amarela ao botão das flores; a branca às pétalas; o conjunto das cores busca trazer um código kitsch que alguns suéteres carregam. As formas pontiagudas que substituem as pétalas das flores trazem hostilidade ao ambiente, acompanhado de uma cobra passando pelo espaço, trazendo a sensação de perigo eminente.

A peça carrega como narrativa a dualidade de algo que pode ser gracioso, mas também pode oferecer perigo.



Figura 41: Camiseta Raver.
Fonte: Acervo pessoal do autor

Por fim, esta peça retrata o ambiente de uma festa, onde as pessoas estão reunidas pela paixão pela música e pela cultura. A forma pontiaguda vermelha representa a iluminação geralmente presente nestes eventos, já a forma da cabeça das pessoas tem função de igualá-las, remetendo ao momento em que estão reunidas num ambiente acolhedor e livre para dançar. A escolha do vermelho representa momentos em que a iluminação nestes ambientes fica desta cor, trazendo uma energia interessante para a pista.

Considerações Finais

A partir do levantamento e análise de informações direcionadas à decomposição dos objetos de estudo desejados, foi possível obter um enriquecimento da compreensão do poder comunicativo no vestuário. Como consideração pessoal, isto me levou a começar entender as peças de vestuário como ferramentas para reforçar informações que pretendo abordar ao fazer uma composição.

Estas peças, que segundo convenções sociais - das quais temos contato ao longo de toda a vida, enquanto cidadãos brasileiros - como de calças largas serem algo do hip hop, ou roupas pretas serem de algo do rock, entre outros. Apesar da existência deste processo de associação de itens a um estilo específico, na verdade, entender os índices e informações de moda de um produto de forma singular permite a desconexão de parte da influência desta educação social limitante.

Assim, então, é possível se aproximar da linha de raciocínio utilizada em composições de referência que podem não ter uma compreensão tão óbvia. Isto permite chegar à um domínio da criatividade para aplicação destas peças em diversos contextos, tendo a liberdade de adicionar informações sem se desconectar do sentido principal do conjunto desejado. Em termos de uma análise a nível pessoal, foi percebida uma evolução e melhor disposição de ideias potencialmente dentro do tema proposto para a criação.

Um ponto importante a ressaltar é acerca das delimitações de estética: estas, divididas através de semelhança e fator temporal, não são algo fixo. Na verdade, as pessoas tendem a utilizar os conceitos de forma pessoal no modo de se vestir, ainda que, não livres da influência de um fator coletivo. A delimitação destes estilos serve como uma ferramenta para facilitar compreensões, o que mostra então uma não linearidade, que permite que múltiplos estilos sejam transitados em uma composição, ficando livres à criatividade de quem estará vestindo.

Referências

ANDRADE, A. B. P; Duarte. A. Y. S.; MELARA, L. F.; FOGAÇA, I. C. Caminhos para uma moda mais sustentável: panorama geral sobre upcycling, 2023. Disponível em: <https://www.lucasmelara.com.br/post/caminhos-para-uma-moda-mais-sustentavel-panorama-geral-sobre-upcycling> Acesso em: Junho/2024.

AUGUSTO, Mateus; PAIVA, Iago. Editorial Contra Maré. Instagram @piet_org, 2023. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CyjfERwveJ7/> Acesso em: Junho/2024.

BUUENO, Alex. COLUNA | Techno e moda: o que isso tem a ver?, 2021. Disponível em:

<https://colordsdj.com/coluna-techno-e-moda-o-que-isso-tem-a-ver/> Acesso em: Junho/2024.

CAVALCANTE, Diego Frank Marques. 06-Semiótica. Peirce. Terceira tricotomia: rema, dicente e argumento, 2021. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=C6EHxKbq6w4> Acesso em: Junho/2024.

COSTA, Francisco Araujo da. O figurino como elemento essencial da narrativa, 2002. Sessões do Imaginário - Porto Alegre - v. 7 n. 8 (2002) - semestral - FAMECOS/PUCRS. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/famecos/article/view/775> Acesso em: Junho/2024.

COSTA, Gustavo; GONÇALVES, Letícia. O caminho da padronização no Streetwear, 2019. Disponível em:

https://droper.app/n/O_caminho_da_padroniza__o_no_Streetwear_/276 Acesso em: Junho/2024.

FERNANDES, Eduardo. A moda das ruas: o estilo com peso social é voz ativa nas periferias, 2023. Disponível em: <https://www.correiobraziliense.com.br/revista-do-correio/2023/01/5063724-a-moda-das-ruas-o-estilo-com-peso-social-e-voz-ativa-nas-periferias.html> Acesso em: Junho/2024.

FOOTDISTRICT. THE CLUBWEAR AND ITS INFLUENCE ON THE STREETWEAR OF OUR TIME, 2020. Disponível em:

<https://blog.footdistrict.com/en/clubwear-and-its-influence-on-the-streetwear-of-our-time/> Acesso em: Junho/2024.

MALHEIRO, Carol. Arrume-se comigo: o impacto das redes sociais na indústria da moda, 2023. Disponível em:

<https://revistaesquinas.casperlibero.edu.br/arte-e-cultura/moda/em-meio-a-popularidade-do-tema-nas-redes-sociais-a-moda-passou-a-ser-vista-e-consumida-em-favor-de-um-publico-mais-diverso-jovem-e-passageiro/> Acesso em: Junho/2024.

MARTINA. A história e evolução da música eletrônica (e seus subgêneros), 2022. Disponível em:

<https://imusician.pro/pt/recursos/guias-sobre-a-industria-musical/historia-e-evolucao-da-musica-eletronica> Acesso em: Junho/2024.

MASSAROTTO, L. P. . Moda e identidade: o consumo simbólico do vestuário. In: IV Colóquio de Moda, 2008, Novo Hamburgo. Anais do IV Colóquio de Moda, 2008. Disponível em: <https://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202008/39705.pdf> Acesso em: Junho/2024.

MEDEIROS, Diego Piovesan. Semiótica aplicada ao Design, 2009. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/2895111/mod_resource/content/1/Apostila%20de%20semi%C3%B3tica.pdf Acesso em: Junho/2024.

MELO, Desirée Paschoal de; MELO, Venise Paschoal de. UMA INTRODUÇÃO À SEMIÓTICA PEIRCEANA, 2015. Repositório Institucional - Unicentro. Disponível em: <http://repositorio.unicentro.br:8080/jspui/bitstream/123456789/953/5/Uma%20introdu%C3%A7%C3%A3o%20%C3%A0%20semi%C3%B3tica%20peirceana.pdf> Acesso em: Junho/2024.

MONTEMEZZO, Maria Celeste de Fátima Sanches. Diretrizes metodológicas para o projeto de produtos de moda no âmbito acadêmico, 2003. 97 f. Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, 2003. Disponível em: https://www.faac.unesp.br/Home/Pos-Graduacao/Design/Dissertacoes/maria_celeste_montemezzo.pdf Acesso em: Junho/2024.

NACIF, Maria Cristina Volpi. O vestuário como princípio de leitura do mundo. Associação Nacional de História - ANPUH - XXIV SIMPÓSIO NACIONAL DE HISTÓRIA, 2007. Disponível em: <https://snh2007.anpuh.org/resources/content/anais/Maria%20Cristina%20V%20Nacif.pdf> Acesso em: Junho/2024.

PICCOLI, Débora. A Psicologia das Cores e Breaking Bad, 2016. Disponível em: <https://medium.com/point-facilita%C3%A7%C3%A3o-criativa/a-psicologia-das-cores-e-breaking-bad-3488599d7272> Acesso em: Junho/2024.

PONTES, Márcio Miranda. Eletrônica na Moda: A Sinergia entre Sintetizadores e Passarelas, 2024. Disponível em:

<https://www.sabra.org.br/site/eletronica-moda/> Acesso em: Junho/2024.

ROMÃO da Silva, M. A., & SANCHES, M. C. Articulando a Forma: ações pedagógicas transversais para a construção do conhecimento de sintaxe visual, 2020. ModaPalavra e-periódico, 13(27), 200-234. Disponível em: <https://revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/view/15437> Acesso em: Junho/2024.

SARDELICH, Maria Emilia. Leitura de imagens, cultura visual e prática educativa, 2006. Cadernos de Pesquisa, v. 36, n. 128, maio/ago. 2006. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/cp/a/tQws4zsftqmGxhq3XqVJTWL/> Acesso em: Junho/2024.

SCOZ, E.; MOURA NICKEL, E.; ANTHERO NUNES VIANA DOS SANTOS, F. Estudo de métodos de reconhecimento de signos utilizados por designers de moda, 2021. Revista Poliedro, Pelotas, Brasil, v. 5, n. 7, p. 780-803, 2021. Disponível em: <https://periodicos.ifsul.edu.br/index.php/poliedro/article/view/2209> Acesso em: Junho/2024.

SCOZ, Emanuella; SANTOS, Celio Teodorico; SANTOS, Flavio Anthero Nunes Vianna. MÉTODO ANALÍTICO DAS INFORMAÇÕES SEMIÓTICAS, SEMIÓTICAS E DE ESTILO DA MODA PARA ENSINO SUPERIOR, 2022. Anais do XVII Colóquio de Moda - 2022. Disponível em: <https://revistas.udesc.br/index.php/ensinar moda/article/download/21668/14458/86066> Acesso em: Junho/2024.

SILVA, Josie Agatha Parrilha da, NEVES, Marcos Cesar Danhoni. Leitura de Imagem: reflexões e possibilidades teórico-práticas, 2016. Revista Labore em Ensino de Ciências - vol 1 - n 1 - 2016. Disponível em: <https://periodicos.ufms.br/index.php/labore/article/view/2866> Acesso em: Junho/2024.

VASCONCELOS, Tainá Medeiros. LABORATÓRIO DE FIGURINOS: UMA EXPERIÊNCIA CRIATIVA EM SALA DE AULA, 2016. Dissertação (mestrado) - UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA - CENTRO DE COMUNICAÇÃO TURISMO E ARTES. Disponível em: <https://repositorio.ufpb.br/jspui/handle/123456789/12454> Acesso em: Junho/2024.

WHITEMAN, Vivian. ROUPA, RUA E IDENTIDADE, 2021. Disponível em: <https://elle.com.br/colunistas/a-historia-do-streetwear> Acesso em: Junho/2024.