

ADRIANA DE LUCA SAMPAIO CANTO

**A RELAÇÃO ENTRE O PRODUTO DE MODA E A IMAGEM
CONCEITUAL GERADORA: EM BUSCA DE UM MÉTODO**

Palhoça
2007

ADRIANA DE LUCA SAMPAIO CANTO

**A RELAÇÃO ENTRE O PRODUTO DE MODA E A IMAGEM
CONCEITUAL GERADORA: EM BUSCA DE UM MÉTODO**

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado em Ciências da Linguagem da Universidade do Sul de Santa Catarina como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Ciências da Linguagem.

Orientador: Prof. Dr. Aldo Litaiff.

Palhoça
2007

ADRIANA SAMPAIO DE LUCA CANTO

**A RELAÇÃO ENTRE O PRODUTO DE MODA E A IMAGEM
CONCEITUAL GERADORA: EM BUSCA DE UM MÉTODO**

Esta dissertação foi julgada adequada para obtenção do título de Mestre em Ciências da Linguagem e aprovada na forma final pelo programa de Pós-Graduação em Ciências da Linguagem da Universidade do Sul de Santa Catarina.

Palhoça, ___ de _____ de 2007

Dr. Fernando Vugman
Coordenador do Mestrado em Ciências da Linguagem

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Aldo Litaiff
Orientador

Prof. Dr. Fernando Vugman
Membro

Profa. Dra. Marília Matos Gonçalves
Membro

CANTO, Adriana de Luca Sampaio. **A relação entre o produto de moda e a imagem conceitual geradora**: em busca de um método. 2007. 124f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Linguagem) – Programa de Pós-Graduação em Ciências da Linguagem, Universidade do Sul de Santa Catarina, Palhoça.

RESUMO

O trabalho tem por objetivo, analisar a relação entre criatividade, moda e ‘imagem conceitual geradora’. Procura-se confirmar com isso, qual a relação que o acadêmico traça entre a imagem construída e a coleção ou produto de moda. Demonstra-se que as imagens aplicadas na ‘imagem conceitual geradora’ são as referências que formam o conceito, que se estabelece por meio da representação de cada elemento composto no painel e descrito no release, justamente com a intenção de dar unidade a coleção. Porém, nesta busca de sentido será que o aluno compreende este processo? Será que os professores estão preparados para orientar os estudantes nesta busca de significados estabelecidos a partir da imagem? Estas são algumas das questões que formam o eixo desta pesquisa, que é realizada por meio de levantamento bibliográfico e de análise de projetos desenvolvidos pelos alunos do segundo semestre do curso superior de Tecnologia em Moda da Universidade do Sul de Santa Catarina.

Palavras-chave: Imagem. Moda. Criatividade.

CANTO, Adriana de Luca Sampaio. **A relação entre o produto de moda e a imagem conceitual geradora**: em busca de um método. 2007. 124f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Linguagem) – Programa de Pós-Graduação em Ciências da Linguagem, Universidade do Sul de Santa Catarina, Palhoça.

ABSTRACT

The main goal of this research is to analyze the relationship between creativity, fashion and “generative conceptual image”. Based on that, its aim is to find what the relationship that the students set up is between the image created and the fashion collection. It is demonstrated that the images applied to the “generative conceptual image” are the references that form the concept, which is established by means of the representation of each element in the panel and is described in the release, aiming at giving a sense of unity to the collection. However, do students understand this process? Are teachers capable to advise students in this search for meaning established by the images? These are some of the questions that form the main axis of this research which was carried out by means of a bibliographic survey and an analysis of projects developed by students in the second semester of the Fashion Technology course at Universidade do Sul de Santa Catarina.

Key Words: Image. Fashion. Creativity.

Dedico este trabalho ao meu marido
Luiz Edgar e aos meus filhos **Thiago** e
Sofia pela compreensão durante as
constantas ausências.

AGRADECIMENTOS

A todos que de alguma forma incentivaram esta pesquisa, aos alunos que contribuíram com seus trabalhos em especial a aluna **Leticia** e aos colegas que estiveram juntos desde o início, **Kenia, Babi, Liliane, Priscila, Francisco, Jorge, Mary, Simone e Carla**, pelo incentivo.

Às orientações do Prof. Dr. Aldo Litaiff, por sua dedicação e paciência.

A sempre amiga **Marília Matos Gonçalves**, por suas valorosas contribuições e a **Cleunisse Rauen Canto** por seu precioso tempo.

Por fim agradeço a minha família, meus queridos pais **Murilo e Icelda** que concretizaram este objetivo, a **Luiz, Thiago e Sofia** que sobreviveram a minha ausência e retribuíram com amor e carinho e a **Dalvana** por todo apoio.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	12
2	QUADRO TEÓRICO-METODOLÓGICO	18
2.1	IMAGEM	18
2.2	O MITO COMO SISTEMA SEMIOLÓGICO	22
2.3	SISTEMA DE SINAIS	22
2.3.1	A Moda Hoje.....	24
2.3.2	Conceito da coleção	25
2.3.3	Processo criativo em projetos de moda.....	28
2.4	CRIATIVIDADE.....	29
2.4.1	A criatividade no processo de tomada de decisão	30
2.5	Metodologia.....	33
2.5.1	Procedimentos metodológicos.....	33
2.5.2	População e amostra	34
2.5.3	Análise dos dados.....	35
2.5.4	Descrição da pesquisa prática.....	36
2.5.5	Coleta de dados.....	38
3	HISTÓRIA DA MODA	39
4	IMAGENS E COLEÇÕES: ANÁLISES DE DADOS	46
4.1	RESULTADOS DAS ANÁLISES.....	118
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	120
	REFERENCIAS	122

DEFINIÇÃO DE TERMOS

Nesta pesquisa, alguns termos são utilizados e, por estarem inseridos em meios como a moda, design entre outros, recebem em cada ambiente uma denominação diferenciada. Para evitar interpretações errôneas, a seguir, esses termos são apresentados os termos com o sentido que terão neste trabalho.

Coleção de Moda ou Produto de Moda: termo que se referem ao conjunto de peças de roupas (calças, blusas, vestidos, acessórios, etc) resultantes de um processo criativo na indústria da moda, ou seja, as roupas que uma marca ou estilista lançam a cada estação.

Imagem Conceitual Geradora: termo usado no ambiente acadêmico que significa resumo visual, ou seja, o resumo de toda pesquisa elaborada ao desenvolver uma coleção, conseqüentemente o “Conceito do Produto ou coleção de Moda”. A utilização desse termo se deve ao fato de que o vocábulo ‘*briefing visual*’ que lhe deu origem, ainda não ter sido absorvida totalmente no ambiente da moda.

Release: é um breve texto cujo teor é a explicação do conceito da coleção apresentada. Uma breve contextualização da temática da coleção. Pode também contemplar uma descrição dos elementos formais utilizados nas peças: cores, recortes, etc.

Croquis: esboço, rascunho. Na moda o croqui é o desenho inicial de uma roupa, acessório ou outro elemento de coleção, que tem por objetivo a visualização prévia do que se está projetando. Não possui detalhamento técnico ainda (aviamentos, etc.) Serve também para se fazer estudos de cor, tecido proporção, etc.

Aviamento: conjunto de elementos das mais variadas formas e materiais que são necessários ou adorno para o acabamento de peças de costura em geral (botões, elásticos, fivelas, etc.).

APRESENTAÇÃO

Esta pesquisa foi originada a partir de uma necessidade de referencial teórico-metodológico para embasar as atividades que são desenvolvidas nas disciplinas da área de criação do curso de Tecnologia em Moda da Universidade do Sul de Santa Catarina, instituição onde atuo como docente. Sou licenciada em Educação Artística com habilitação em Desenho pela Universidade do Estado de Santa Catarina – UDESC (1994). Iniciei como professora no nível universitário no ano de 1998 na mesma instituição em que me formei, ministrando disciplinas para os cursos de Desenho e Desenho Industrial, (desenho informatizado – aulas sobre o *software Corel Draw®*). Na UDESC fui convidada a ministrar aulas de computação para o curso de Bacharelado em Moda, onde tive o meu primeiro contato com a área. No mesmo ano ingressei - mais por curiosidade - no curso de Especialização em Moda: Criação e Produção. No ano de 2003, efetivamente, ingressei no universo acadêmico da Moda, lecionando a disciplina de Laboratório de Criação I no Curso de Moda da Associação Educacional Leonardo Da Vinci (Asselvi), situada em Indaial, SC. Neste momento pode-se dizer que deu-se início à busca de informações, tanto teórica quanto metodológica, para o desenvolvimento da disciplina, o que posteriormente viria a refletir nos produtos de moda.

Ao longo deste período, em que lecionei em Indaial, observei a dificuldade que os estudantes apresentavam durante o processo criativo, pois era comum que eles partissem de um tema proposto e chegassem a resultados com pouca ou nenhuma ligação com a pesquisa inicial. Foi então que, com base nos estudos adquiridos no curso de especialização, adaptei um método facilitador para este processo, com a pesquisa em mãos orientava os alunos que extraíssem os pontos fortes desta pesquisa e durante a conversa individual procurava traduzir em imagens e elementos estes pontos. Neste período (tempo em que ministrei aulas na instituição) a proposta pedagógica para o curso de Moda era trabalhar com Projeto Integrado, que tem como objetivo envolver todo o conhecimento adquirido pelos alunos durante o semestre. Sendo assim, as disciplinas ministradas e orientadas

pelos professores de determinada fase foram exploradas e aplicadas de forma prática e o resultado desta prática era apresentados durante os Encontros de Moda. Na primeira fase do curso em que lecionava, existiam as disciplinas de História da Moda, em que o aluno pesquisa sobre fatos históricos; Teoria da Moda, em que se faz um levantamento biográfico sobre os estilistas do século XX; Tecnologia Têxtil, disciplina em que os acadêmicos buscam materiais para a execução do produto; Criatividade, onde ocorre a criação de imagens, as quais são chamadas de '*Briefing Visual*', ou seja, um painel que é formado por fotografias, elementos, recortes que se harmonizam e representam o conceito que se quer dar à coleção e ainda a disciplina de Desenho de Moda, cuja atividade é gerar alternativas da coleção de moda, com base no *briefing visual*, para posterior seleção e produção.

No ano de 2004, passei a trabalhar também na Universidade do Sul de Santa Catarina, campus Tubarão, ministrando aulas para a primeira turma do curso superior de Tecnologia em Moda. Nesta instituição, também atuava nas disciplinas voltadas à criação, por isso as técnicas já utilizadas anteriormente foram novamente necessárias. Porém, com a experiência adquirida nos anos anteriores e a adesão total de professores e alunos da instituição, o método foi se solidificando, faltando apenas a referenciação bibliográfica para subsidiá-lo.

Assim, por sentir necessidade de capacitação, não só para realização pessoal, mas também por exigência da própria instituição, houve a possibilidade de ingressar no Programa de Mestrado em Ciências da Linguagem. Verificou-se, então, que esta era a oportunidade de dar seqüência a esta procura de aperfeiçoamento e a escolha deste programa deu-se em função deste possibilitar um estudo mais aprofundado sobre os elementos que constituem a o processo de criação de uma coleção de moda, sobretudo a imagem, a criatividade e a moda, e, uma vez teorizando esses temas, pode-se então partir para o aprofundamento da metodologia aplicada em sala de aula.

Esse estudo também foi incentivado pela busca de melhores fundamentos no tocante a construção da imagem conceitual geradora de uma coleção de moda, pois, ao observar métodos de outros cursos, foi possível verificar que, em cada instituição o Painel de Imagens era denominado de diversas maneiras e aplicado em diferentes etapas na seqüência do projeto.

1 INTRODUÇÃO

A Indústria da Moda tal como se vê nos dias de hoje é resultado de um processo que pode ser equiparado ao próprio processo da evolução humana. A partir do momento em que o homem sentiu necessidade de se proteger contra as intempéries, iniciou-se, por assim dizer, a demanda pelo uso das roupas. Demanda essa que, com o passar do tempo, foi se diversificando em função de inúmeros fatores, como o surgimento da sociedade organizada, a divisão de classes, etc. Além disso, pode-se dizer que a evolução das técnicas e o advento da tecnologia revolucionaram a forma como as pessoas pensam em roupas. Hoje além de proteger, cumprem uma função social, pois muitas vezes se ouve comentários do tipo: “pela roupa que ela está usando deve ser de classe alta” ou “vou vestir essa roupa para ficar com uma aparência mais séria”

Com esse novo posicionamento que a roupa foi adquirindo no dia a dia das pessoas é que surgiu ao longo da história o que se conhece por MODA, que é definida por Joffily como sendo “[...] o fenômeno social ou cultural, de caráter mais ou menos coercitivo, que consiste na mudança periódica de estilo, e cuja validade provém da necessidade de conquistar ou manter uma determinada posição social” (1999, p. 27).

A indústria da Moda brasileira vem crescendo a cada ano. Exemplos que justificam o desenvolvimento neste setor industrial é o surgimento de eventos que visam propagar a Moda e com isso incrementar o mercado. Após a década de 80, com a criação dos cursos técnicos e superiores de Moda e Estilismo ou Design de Moda, ela deixou de lado seu caráter “amador” passando então a se profissionalizar, melhorando assim a qualidade do produto de moda brasileiro. Como consequência disso, tem-se que hoje as empresas possuem mais condições de enfrentar o mercado externo. É conveniente ainda falar que o produto de moda – neste caso, a roupa – para muitos é considerado uma espécie de embalagem do corpo e como tal está carregada de significados. Por muito tempo no Brasil, a indústria da Moda foi

vista como uma espécie de indústria da cópia. De acordo com Feghali e Dwyer (2001, p. 16):

[...] muitas vezes os estilistas compram roupas no exterior e trazem peças para tirar idéias, [...] muitos donos de confecção, estilistas e compradores visitam lojas e shoppings estrangeiros com cadernos e canetas. Há também quem prefira fotografar os modelos mais interessantes e outros que costumam andar com um gravador na mão, fazendo a descrição das roupas que estão vendo.

Do exposto pelos autores, fica que esse significado atribuído às peças do vestuário fosse, muitas vezes, no Brasil, um reflexo de outras culturas (européia, americana, etc) e a identidade, a cara brasileira fosse sendo esquecida.

Uma vez que o mundo da moda existe, é necessário que haja também profissionais qualificados que produzam esse bem de consumo, que agreguem ao tecido elementos que o valorizem e conseqüentemente valorizem àquele que o está usando. A profissão era exercida inicialmente por pessoas que detinham o domínio das técnicas de costura. No século XVII, já havia na França, escolas femininas que ensinavam este ofício.

Com o advento dos cursos técnicos e das escolas superiores de moda no final da década de 80, esse quadro começou a mudar, pois a partir daí acredita-se que o produto de moda gerado pelos profissionais advindos dessas escolas tenha mais qualidade, em função de todo o repertório teórico-prático adquirido, o que contribui não só para a melhoria desta qualidade, mas também para a afirmação desses profissionais no meio industrial. Além disso, pode-se perceber que a partir disso a moda vem inserindo mais a cultura brasileira nas peças desenvolvidas. Pires (2002, p. 6) reforça tal idéia enfatizando que:

[...] acompanhando as mudanças culturais e atenta ao mercado em ascensão, este ensino libertou a moda do amadorismo. Assumindo o profissionalismo e melhores condições de enfrentar a concorrência externa, a Universidade passou a formar designers competentes e preparados.

Nos dias atuais, há dezenas de escolas de moda (nos mais diferentes níveis) espalhadas pelo mundo e pelo Brasil. O estado de Santa Catarina conta hoje com 17 cursos de moda (aqui estão incluídos cursos de graduação nas modalidades bacharelado e tecnológico). Dessa maneira, é primordial para essas escolas formarem profissionais competentes e preparados para o mercado, e nos diversos segmentos em que a moda atua (calçados, roupas, alta costura, *prêt-à-porter*, etc.).

Isto posto, pode-se então adentrar ao tema desta pesquisa. Ao atuar em uma Instituição de Ensino Superior, ministrando as disciplinas de Criatividade e Pesquisa e Criação de Moda (ambas intimamente ligadas ao processo de criação) em um Curso Superior de Tecnologia em Moda, foi possível de se observar, tanto através de leituras preliminares para a preparação de aulas, quando por contato com colegas professores e através de observação durante essas disciplinas, algumas características específicas desta área.

A Moda, no que se refere ao processo criativo ‘executado’ pelos estilistas (informações retiradas de livros, revistas e contato com profissionais da área) e estudantes, gera informações úteis para o desenrolar das disciplinas citadas. O processo de criação de uma coleção de moda, realizada pelos estudantes a partir de atividades pautadas em um tema específico, permitem a elaboração de um conceito. O conceito é representado não só verbalmente (e posteriormente através de um *release*), mas também através de uma imagem conceitual geradora. A partir desta imagem, então, o estudante deve elaborar uma coleção (no caso do segundo semestre um *look* conceitual).

Pôde-se perceber no andamento da disciplina, que o processo criativo (aqui descreve-se esse processo de maneira simplificada como sendo as atividades que foram desenvolvidas pelos estudantes e que culminaram na criação das peças), muitas vezes aplicado pelos estudantes de maneira correta, pois todos seguiram as etapas, cumpriram as atividades, resultou ao final em uma peça de roupa desconectada do seu conceito inicial, o que torna, de certa forma, problemático o processo de avaliação. A partir dessas observações foi necessário buscar a fonte deste problema, verificar o processo criativo como um todo na tentativa de se melhorar os resultados.

Assim sendo, este estudo tem como objetivo geral analisar a relação entre criatividade, moda e “imagem conceitual geradora”. Para tanto, faz-se necessário 1) realizar um levantamento teórico referente aos temas que permeiam o objeto de estudo (Criatividade, Moda e Imagem); 2) coletar imagens conceituais geradoras de coleção de moda, bem como imagens da coleção gerada a partir de resultados de estudantes de graduação em moda; 3) apontar os aspectos relativos à moda adotados na época em que as coleções foram criadas; 4) apontar aspectos referentes à criatividade que tornem possível o estabelecimento de relação entre o tema de uma coleção de moda e a imagem conceitual geradora; 5) verificar, na imagem

conceitual geradora, os elementos que expliquem a relação entre o tema de uma coleção de moda e a própria imagem conceitual geradora; 6) proporcionar aos estudantes de moda uma forma de estabelecer com mais clareza relação entre criatividade, moda e imagem na construção de uma coleção.

Para o alcance dos objetivos traçados para a realização desta pesquisa buscou-se comprovar que a mesma auxiliará inicialmente o estudante e posterior e conseqüentemente, o estilista de moda na identificação de elementos representativos existentes na 'imagem conceitual geradora' de uma coleção de moda, possibilitando assim mais coerência entre o tema de uma coleção e o seu resultado. Por isso, acredita-se que os estudantes de graduação em moda alcançarão melhores resultados em suas futuras coleções e, posteriormente, o mercado de trabalho será também beneficiado ao receber profissionais mais qualificados.

Além disso, pretende-se mostrar aos consumidores, que uma peça de roupa é resultado não de uma inspiração momentânea, mas sim de um estudo e um planejamento que depois de concluído, agrega matéria prima um valor que sugeriu ao usuário um desejo de compra.

Como área investigativa, a pesquisa foi limitada a alguns estudantes da disciplina de Pesquisa e Criação de Moda I, de 2004/2, 2005/1, 2006/1, 2006/2 e 2007/1, do Curso Superior de Tecnologia em Moda, da Universidade do Sul de Santa Catarina. Como critério de inclusão foi definido que os participantes da pesquisa seriam pertencentes à disciplinas ministradas por esta pesquisadora. Dessas, a de Pesquisa e Criação de Moda I foi a que melhor se encaixou, pois o conteúdo nela ministrado contempla o tema desta pesquisa, pois os alunos têm o contato inicial com criação de coleção e com isso exercitam a atividade de elaboração de 'imagem conceitual geradora'.

Entretanto, foi possível vislumbrar alguns problemas no momento de avaliação dos estudantes. Como citado anteriormente, é comum que o resultado encontrado (a mini-coleção) nem sempre esteja de acordo com o conceito que se atribuiu anteriormente. Foi verificado que muitas vezes isso acontece por má definição de contexto ou até por má exposição deste na coleção, ou seja, há situações onde a 'imagem conceitual geradora' não fornece informação visual suficiente que possam ser extraídas e transpostas para a coleção. Dessa maneira

cabe ao professor, durante todo o processo, apontar caminhos e orientar os estudantes na busca da melhor solução possível. Como se vê, o problema configura-se então na dificuldade que tem o aluno em relacionar as peças resultantes da coleção com a “imagem conceitual geradora” que lhe deu origem. Daí então surgiu à necessidade de um aprofundamento maior neste tema, o ponto de partida para essa pesquisa. Para delimitar o tema deste estudo foi essencial abordar teoricamente dois tópicos fundamentais: criatividade e conceito de imagens, além de uma breve explanação sobre a temática da moda.

Sobre o aspecto metodológico, a pesquisa que aqui se apresenta é de natureza empírica. Sua configuração é a de um experimento. Recebeu tratamento qualitativo em sua condução e análise, pois esse olhar qualitativo revelou informações que permitiram o pesquisador conhecer o pensamento dos estudantes de Moda a respeito do estabelecimento da relação entre a imagem conceitual geradora e o resultado da coleção ou produto de moda gerada a partir dessa referência.

Para a fundamentação metodológica deste estudo, utilizou-se a obra de Gil (2002) na escolha, elaboração, validação e aplicação dos instrumentos e estratégias de coleta de dados. O tratamento qualitativo baseou-se nos ensinamentos Bogdan e Biklen (1992). Para esses pesquisadores, neste tratamento: (a) a fonte de dados do pesquisador é o próprio ambiente de trabalho onde este está inserido; (b) as descobertas a são alcançadas no decorrer da pesquisa são apresentadas de forma descritiva; (c) ao longo da investigação, sendo a atenção maior dedicada ao processo e não ao resultado; (d) tendência à análise dos dados de maneira indutiva; (e) maior preocupação com o "significado", considerando-o a real essência do objeto de estudo.

Ainda sobre a Metodologia, cabe aqui destacar que, ao longo deste estudo, este termo será citado para diferentes abordagens. Inicialmente, a caracterização metodológica de caráter científico, necessária a todas as pesquisas realizadas academicamente. Esta foi detalhada nos dois parágrafos anteriores. Inserida nesta, há os procedimentos de análise da relação existente entre a ‘imagem conceitual geradora’ e o resultado da coleção. Ou seja, com base no aporte teórico realizado, como se dará a análise.

Por ser este estudo um relato do que acontece em uma disciplina há que esclarecer como esta é desenvolvida e não se pode fazê-lo a não ser através de uma

metodologia, no caso uma metodologia de ensino. Desta maneira, o capítulo III apresenta detalhadamente esta metodologia, desde a descrição dos procedimentos, a definição de população e amostra e a análise de dados. Mostrará também para um melhor entendimento, a metodologia aplicada em sala e aula durante o desenvolvimento de uma coleção de moda.

Enfim, para um melhor entendimento de futuros leitores, e, por estar inserida em um programa de pós-graduação no nível de Mestrado, a pesquisa que aqui se apresenta está estruturada em 4 capítulos: no primeiro capítulo, há a exposição da introdução da pesquisa, descrevendo seu contexto de realização, com destaque ao problema de estudo, bem como a elucidação dos objetivos, hipóteses, breve informação sobre os procedimentos metodológicos e principais limitações. O segundo capítulo é composto pelo quadro teórico que pretende cercar o tema da pesquisa: criatividade, moda e imagem. O capítulo seguinte apresentar com clareza a metodologia a ser utilizada, bem como a apresentação dos dados a serem obtidos bem como o diálogo entre estes e o referencial teórico e por fim o capítulo quatro que é o momento de se revelar as considerações finais do estudo e apresentação de sugestões para pesquisas posteriores.

2 QUADRO TEÓRICO-METODOLÓGICO

2.1 IMAGEM

Santaella e Nöth (1997) descreveram que imagens tem sido meios de expressão da cultura humana desde as pinturas pré-históricas das cavernas, muito antes do aparecimento do registro da palavra pela escrita. Normalmente, a imagem está associada à idéia de representação, podendo ser configurada sob a aparência de ilustração, fotografia ou outra forma. O estudo da imagem é interdisciplinar, se distribui por várias teorias de pesquisas antropológicas, sociológicas, psicológicas da arte, entre outras. Os autores citam as observações do semioticista Emile Benveniste (1902-1976), o qual salienta que o discurso verbal é necessário ao desenvolvimento de uma teoria da imagem, porém, a separação dos dois códigos, do verbal e do visual, não é tão radical quanto a observação que Benveniste pode sugerir. Questionam qual abordagem ao estudo da imagem poderia, então, ser mais adequada que uma abordagem teórica. Em nossa curiosidade sobre as imagens, deixamo-nos, assim, guiar por nossas vistas, olhares, contemplação e miradas visuais e mentais sobre o nosso objeto de estudo.

Os estudos de Santaella e Nöth (1997) dividem as imagens como representação visual e mental e se aprofundam na teoria da representação e da sua importância, fazendo relação com pensamento de alguns teóricos como Foucault, Descartes, Platão e Wittgenstein, entre outros. Para os autores, as representações visuais são as imagens como desenhos, pinturas, gravuras, fotografias, cinema e televisão, são os objetos materiais, signos que representam o nosso ambiente visual; já as representações mentais são imaginações, fantasias, modelos. Os dois domínios de representações estão ligados, ou seja, as imagens de representação

visual surgem das imagens da mente de quem as produziu. Da mesma forma que as imagens mentais originam no mundo concreto dos objetos visuais.

Aumont (2004) reflete sobre as imagens feitas para serem vistas, por isso convém dar destaque ao sentido da visão. O movimento lógico de nossa reflexão levou-nos a constatar que este sentido não é neutro, que se contenta em transmitir dados tão fielmente quanto possível. Mas, ao contrário, um dos postos avançados do encontro do cérebro com o mundo a partir do olho induz, automaticamente, a considerar o sujeito que utiliza essa visão para perceber uma imagem, a quem chamaremos, ampliando um pouco a definição habitual do termo, de espectador. De acordo com os pensamentos do autor muitas definições diferentes intervêm na relação com uma imagem: além da capacidade perceptiva, influencia também o saber, os afetos, as crenças, classes sociais, época e cultura. O autor questiona, ainda, a relação da imagem com seu espectador, da imagem com o real, as funções da imagem e o papel do espectador e salienta:

Com o tema teórico da influência da imagem surge uma nova relação: entre espectador e produtor da imagem. Implicitamente, é essa relação que está na base de toda uma série de abordagens bastante radicais do espectador, muito diferentes umas das outras, mas cuja característica comum é estabelecer uma espécie de paralelismo entre o “trabalho” do espectador e o “trabalho” da imagem (isto é, em última instância, o trabalho do fabricante da imagem) (Aumont, p.93).

Enquadrar estas abordagens em uma metodologia geral é difícil; acredita-se que o tema da apreensão da imagem pelo espectador como descoberta que faz de estruturas profundas soa as próprias estruturas mentais: idéia como se vê, que é integralmente coerente com a abordagem gestaltista para a qual a percepção do mundo é um processo de organização, de ordenamento de dados sensoriais para torná-los segundo categorias, “leis” inatas que são as do nosso cérebro: pensamento pré-lógico, organicidade, êxtase. Einstein acredita que uma produção da mente pode ser dita orgânica se nela a relação entre as partes for tão importante quanto às partes: se ela “parecer” um organismo natural, metaforicamente falando, como um corpo humano onde cada parte tem sentido com relação ao todo (AUMONT, 2004).

De acordo com as abordagens descritas da relação da imagem com seu espectador, pode-se entender no mínimo que o modelo de espectador varia essencialmente segundo o enfoque, esteja na leitura da imagem ou na produção

dela. Na primeira situação, a tendência será construir teorias analíticas, construtivistas, salientando o trabalho intelectual do espectador; na segunda a abordagem será habitualmente mais global e mais heurística ao mesmo tempo, e haverá maior tendência em buscar grandes modelos antropológicos, para analisar a imagem de forma coerente com uma verdadeira concepção do mundo.

Deleuze (2005) inicia seus escritos em ‘Além da Imagem-movimento’, referindo-se a uma ruptura da forma de apresentação de imagens. Descreve como a exposição de uma imagem com idéia completa passa a ser exibição de forma que permite ao espectador interpretá-la, senti-la e vivenciá-la. O autor pontua: “O que define o neo-realismo é essa ascensão de situações puramente óticas (e sonoras, embora não houvesse som sincronizado no começo do neo-realismo), que se distingue essencialmente das situações sensório-motoras da imagem-ação no antigo realismo” (p. 11). Ainda no primeiro capítulo o autor exemplifica: A pessoa senta na cadeira, a cena é um fato. Em outro momento a pessoa olha a cadeira, a cena sugere, abre espaço para que o espectador imagine e viva as possibilidades da intenção da pessoa de sentar-se na cadeira. Hitchcock consagrou a reversão deste ponto de vista, incluindo o espectador no filme: a identificação se reverte, a personagem tornou-se uma espécie de espectador. As capacidades motoras do espectador lhe fazem ouvir, o que não é mais passível, em princípio de uma resposta ou ação. Ele registra mais que reage.

As situações óticas e sonoras do neo-realismo se opõem às situações sensório-motoras fortes do realismo tradicional. A situação sensório-motora tem por espaço um meio bem qualificado, e supõe uma ação que a desvele ou suscita uma reação que se adapte a ela ou a modifique. Mas uma situação puramente óptica ou sonora se estabelece no que chamávamos de ‘espaço qualquer’, ou seja, desconectado, esvaziado. (p. 14)

No neo-realismo, as ligações sensório-motoras só vão valer pelas perturbações que as afetam: crise da imagem-ação, não sendo mais induzida por uma ação, a situação ótica e sonora não é, portanto, um índice, nem um *synsigno*. (DELEUZE, 2005).

A nova raça de signos: opsignos e sonsignos: imagens subjetivas, lembranças da infância, sonhos ou fantasmas auditivos e visuais, onde a personagem não age sem se ver agir, espectadora complacente do papel que ela própria representa. São dois os tipos opsignos: as constatações – visão profunda a distância, abstração e as instatações – visão profunda e plana, induzindo uma participação. As distinções,

por um lado entre o banal e o extremo, e por outro entre o subjetivo e o objetivo, têm um valor, mas somente relativo. Valem pra uma imagem ou para uma seqüência, mas não para o conjunto. Valem ainda em relação a imagem-ação, que elas questionam, mas já não valem plenamente para a nova imagem que nasce. Indicam pólos entre os quais há constante passagem. Quanto a distinção entre o objetivo e o subjetivo, ela também tende a perder a importância, à medida que a situação óptica ou a descrição visual substituem a ação motora. (DELEUZE, 2005)

Em suma, as situações óticas e sonoras puras podem ter dois pólos objetivo e subjetivo, real e imaginário, físico e mental. Mas elas dão lugar a opsignos e sinsignos, que estão sempre fazendo com que os pólos se comuniquem, em num sentido ou no outro asseguram as passagens e as conversões, tendendo para um ponto de indiscernibilidade (e não de confusão).

Entre um espaço vazio e uma natureza morta propriamente falando, há, decerto, muitas semelhanças, funções comuns e passagens insensíveis. Mas não são a mesma coisa: uma natureza morta não se confunde com uma paisagem. Um espaço vazio vale antes de mais nada pela ausência de conteúdo possível, enquanto a natureza morta se define pela presença e composição de objetos que se envolvem em si mesmos ou se tornam seus próprios continentes (DELEUZE, 2005 p. 27).

Segundo *Bérgson*, nós não percebemos a coisa ou a imagem inteira, percebemos sempre menos, percebemos apenas o que estamos interessados em perceber, ou melhor, devido a nossos interesses econômicos, nossas crenças ideológicas, nossas exigências psicológicas. De certa forma a imagem está caindo na condição de clichê: porque fixar-se em encadeamentos sensório-motor, ela mesma direciona e não se percebe tudo o que há na imagem, não se sabe até onde uma verdadeira imagem pode conduzir: porque ela é feita para isto. Ao mesmo tempo, a imagem está na constante função de derrubar o clichê.

Às vezes é preciso restaurar partes perdidas, encontrar tudo o que não se vê na imagem, tudo o que foi subtraído dela para torna-la “interessante”. Mas às vezes é preciso fazer buracos, introduzir vazios e espaços em branco, rarefazer a imagem, suprimir dela muitas coisas que foram acrescentadas para nos fazer crer que víamos tudo. É preciso dividir ou esvaziar para encontrar o inteiro (DELEUZE, p. 32).

Ainda sobre o cinema mudo descreve o autor, a imagem vista e a imagem lida são entrelaçadas para atingir a concepção de mensagem real e o cinema falado onde a inserção do som passa a compor a imagem promove-se então a interação da

imagem. Segundo o autor, “O cinema mudo efetuava uma repartição da imagem visual e da palavra legível, mas quando a palavra se faz ouvir, dir-se-ia que ela faz ver algo novo, que a imagem visível, desnaturalizada, começa a se tornar também legível, enquanto visível ou visual” (p. 272).

2.2 O MITO COMO SISTEMA SEMIOLÓGICO

A semiologia é uma ciência das formas, visto que estuda as significações, independentemente de seu conteúdo. Recordo, portanto que toda semiologia postula uma relação entre dois termos, um significante e um significado. Relacionando objetos de ordem diferente, não constitui uma igualdade, mas sim uma equivalência. É preciso não esquecer que, contrariamente ao que sucede na linguagem comum, a qual me diz simplesmente que o significante *exprime* o significado, devem-se considerar em todo sistema semiológico não apenas dois, mas três termos diferentes, um após o outro, mas a correlação que os une: temos portanto, o significante, o significado, o signo que é o total associativo dos dois primeiros termos. Eis por que o semiólogo deve tratar do mesmo modo a escrita e a imagem: o que ele retém delas é que ambas são *signos* e chegam ao limiar do mito dotadas da mesma função significante; tanto uma como a outra constituem uma linguagem-objeto (BARTHES, 2003, p. 206).

2.3 SISTEMA DE SINAIS

Segundo Caldas (2004), em seu livro Observatório de Sinais, a idéia que existe uma verdade que não se manifesta por inteiro, mas que é acessível por meio de decifração de sinais, está fortemente presente no imaginário judaico cristão. Na bíblia Deus manifesta-se e fala com os homens por meio de sinais. No emaranhado de símbolos não é fácil decifrá-las. No entanto alcançar o conhecimento é possível. Basicamente, Sinal é indício, vestígio, aviso, prenúncio – algo que indica a existência de outra coisa, à qual está ligado. Segundo o autor, a ‘semiologia’ conceitua Sinal como sendo um “[...] fato imediatamente perceptível que nos faz conhecer uma coisa a propósito de outra que não o é”. Em todas as definições,

existe a idéia que um sinal, de algum modo, antecipa aos sentidos e ao entendimento algo que ainda não se deu a conhecer por completo. Como um organismo que dá sinal de cansaço, ou que a natureza dá sinais de tempestade, são sinais. Um observatório de sinais deve ser compreendido como um recorte do real, uma construção que prescinde da ‘objetividade 100%’ – de resto inalcançável e descabida, em ciências humanas – para transformar-se em interpretação da cultura. Interpretação implica não só em conhecimento, dados, instrumentos e metodologia científica, mas também imaginação, sensibilidade, procedimentos que se aproximam muito mais do fazer artístico. Defendendo o fato que tendência não é provar que “só existe uma direção a seguir e que ela é a certa”, mas abrir sim uma gama de condições possíveis e plausíveis com relação ao futuro e, a partir dos sinais recolhidos no presente, construir narrativas grávidas de sentido.

E o que pode haver de mais excitante e criativo do que a possibilidade de gerar incontáveis soluções para um problema? Este é o lado artístico da ciência, a capacidade do ser humano em recortar, colar, decifrar informações e fazer algo novo a partir de alguma coisa que já existe. É importante alertar para ao fato de que na sociedade contemporânea, tudo se converteu em informação, sinal, sentido, de acesso quase indiscriminado, o que faz com que os únicos diferenciais possíveis para o profissional que trabalhe com pesquisa estratégica, ou seja, busca da informação, sejam o filtro de elementos e a interpretação destes. Para isto faz se necessário, técnica, treino, metodologias,... ou então se cai no livre arbítrio, ou seja intuição.

Caldas (2004, p. 94) questiona: “Mas em que bases se deu a interpretação dos sinais, se é que ela existe? Será que o simples acúmulo de informações estruturado em um texto significa algo? Será que imagens coladas aleatoriamente em um papel representam alguma criação?”.

Um profissional bem informado deve aderir conceitos e metodologias que serão fundamentais para organização e darão credibilidade e sentido ao que foi criado. Existe, no presente, uma verdadeira profusão de marcas, objetos e serviços de todos os tipos o que acarreta importantes conseqüências tanto para os produtores como para os consumidores. É a hiperconcorrência em um mercado de consumidores com forte tendência ao individualismo. Como garantir, dentro de uma cadeia produtiva, que os investimentos realizados ao longo do tempo terão

retorno, num mercado aparentemente regido pelo caos? Lypovetsky (2004, p. 65), por sua vez, questiona:

Será que o eixo do presente tem excessivo poder na economia temporal de uma época? Disso há pouca dúvida, na era do capitalismo financeiro e da precariedade salarial, da democracia de opinião, da Internet e do 'Tudo é descartável'. Mas como encarar o fato? Será que, conforme sugerem alguns, o sistema temporal prevalecente equivale a um 'presente *absolutp*', fechado, encerrado em si mesmo, separado do passado e do futuro? Será que o indivíduo contemporâneo vive realmente num estado de 'imponderabilidade temporal', confinado numa imediatez esvasiada de qualquer projeto e herança? Será que ele se confunde com o homem presente, transformado em estrangeiro no tempo, da urgência e da instantaneidade? Será que a aceleração generalizada, o frenesi de consumo, o retraimento das tradições e utopias teriam conseguido criar a civilização do 'presente perpétuo', sem passado e sem futuro, do qual falava George Orwell?.

A pergunta é como inovar e investir em altas tecnologias sem ser repetitivo e sem custear produtos de ciclo de vida curto. Pensando em responder estas perguntas Caldas (2004) propõem uma série de questões metodológicas e regras de observação e decifração de sinais, bem como alguns instrumentos desenvolvidos para efetuar essa observação, que se têm mostrado eficazes para apreensão de tendências de ciclo curto, como os fenômenos da moda. É um conjunto de informações aplicadas à pesquisa de tendências: para planejar, desenvolver e lançar produtos no mercado, posicionar estratégias de comunicação e otimizar a gestão de marcas e empresas. Trata-se enfim, de uma espécie de guia para a construção de um observatório de sinais.

2.3.1 A Moda Hoje

Traçando uma analogia com os estudos de Caldas (2004) percebe-se que o mundo da Moda está conectado a esse conceito de Sinais e que vivemos em um mundo repleto de problemas e situações diversas onde, cada vez mais os profissionais ligados a criação, neste caso, os profissionais de moda, deve interpretar esse mundo e dele extrair sua essência. E é essa essência que vai estar impregnada em suas coleções. Vendo-se que esse mundo da Moda nada tem de simples e corriqueiro, é que se dá atenção aqui à formação desse profissional.

Paris vem formando profissionais da moda há 150 anos, mas no Brasil esta formação existe há 15 anos com as primeiras autorizações de funcionamento de cursos superiores de moda concedidas pelos órgãos governamentais da educação. Até o início destes cursos pouco se falava em profissionalização de moda, havia alguns cursos de desenho ou de serviços de apoio ao comércio e a indústria na região de São Paulo, portanto predominava o autodidatismo que formou gerações de empresários e estilistas que ainda hoje atuam no mercado. Caldas (2004) aponta algumas contradições internas que surgiram nas escolas de Moda ao longo dos anos neste período de busca de identidade, de autoconhecimento, entre estas contradições o eterno questionamento: Arte ou *design*? Onde se posiciona a Moda?

Arte? Capacidade ou habilidade humana de criação plástica ou musical; Ofício; maneira, modo; artes que se manifestam por meio de elementos visuais e táteis (AURÉLIO, 2002). Para alguns a arte dita como verdadeira não tem nenhuma outra função do que o seu próprio desfrute. A pura sensação de prazer que nos faz voar. E *design*? Processo Industrial ou artesanal? Projeto? São tantos os conceitos e as contradições do uso do termo que é difícil definir. Segundo Caldas (2004, p.180) “[...] idéia de projeto industrial, esse algo que se deseja obter precisa ser projetado, pensando em etapas, para depois ser reproduzido em série. A seriação é o modo de produção da quase totalidade das roupas na sociedade contemporânea, desde o declínio da alta-costura e o desaparecimento quase completo dos artesãos”.

Na verdade a moda é um fenômeno de união destes dois pontos: da criação passando pelas metodologias, técnicas, produção e chegando ao mercado o profissional que atua nesta área é sinônimo de multiplicidade, pois atualmente este profissional agrega competências que não eram cobradas dos artesãos. Em que área está a Moda? Caldas (2004) responde: Nas duas; “arte e *design*”.

2.3.2 Conceito da coleção

De acordo com Holanda (1988), o conceito de *briefing* está relacionado à “instrução específica. Instrução resumida, geralmente antes de alguma ação, que visa a preparar uma pessoa ou grupo para um determinado modo de agir”. Não existe na Língua Portuguesa um termo que o substitua, sendo este então utilizado

em muitas áreas como, design, moda, marketing e outras. No caso da moda, que é tema de investigação desta pesquisa,

[...] a leitura estética do *briefing* refere-se a interpretação das tendências de moda e mercado, gerando uma fonte de inspiração para a equipe de criação. A leitura estética do *briefing* tem por objetivo comunicar aos envolvidos no processo quais conceitos irão nortear a coleção. Na linguagem dos profissionais de moda, representa a atmosfera, o espírito da coleção (TREPTOW, 2005, p. 109).

Ainda sobre *briefing*, Pires (2002) utiliza o termo '*briefing visual*' para se referir a um painel formado por imagens que resume as características a serem exploradas na criação, que tem como objetivos **definir tendências** de mercado; **vencer limites** de criação comuns no desenvolvimento de produto; **enfocar** o trabalho, ou seja, direcionar o conceito para dar unidade à coleção; e **delimitar cartela de cores**, pois é deste painel que se extraem as cores que serão usadas nas roupas. Para essa autora, o *briefing visual* “[...] transmite, através de uma imagem, os principais conceitos de uma coleção [...], é um painel que concentre de modo claro e sintético o conceito da coleção e que comunique as cores, os materiais, as texturas, as linhas, as formas, os volumes e outras informações importantes” (p. 173). A equipe que desenvolverá a coleção fará uma coleta de dados sobre o assunto que será a inspiração da coleção. De acordo com Jones (2002, p. 146), “[...] na busca de inspiração o designer deve manter olhos e ouvidos atentos ao participar de shows, visitar lojas, danceterias, cafés, galerias, cinemas; deve ler jornais, revistas, livros; freqüentar festas, ouvir as músicas, e, acima de tudo, observar as pessoas e absorver as mudanças estéticas sutis que acontecem na sociedade”.

Com todos esses dados em mãos, faz-se uma busca de imagens sobre os pontos fortes do tema em questão, se junta elementos e fotos variadas que estejam de acordo com o espírito da coleção, ressaltando formas, cores e materiais. Neste primeiro momento, o importante é não só a quantidade de elementos disponíveis para o trabalho, como todas as técnicas de criatividade. Não se pode julgar nem eliminar material. Somar é a palavra de ordem nessa fase.

Com todo o material reunido é hora de montar o painel, separar uma imagem forte para o fundo e algumas outras que se complementem harmoniosamente. Cada detalhe contribui para sua totalidade, lembrando-se sempre que, deste painel retira-se as cores que irão compor a cartela cromática. Portanto, faz-se necessário ter muito cuidado na escolha das fotos, observar tonalidades, formas e materiais. As figuras. 1 e 2 apresentam exemplos da ‘imagem conceitual geradora’.



(Fonte: TREPTOW, 2005, p. 111)

Figura 1 - Exemplo de '*briefing visual*'



(Fonte: TREPTOW, 2005, p. 89)

Figura 2 - Exemplo de '*briefing visual*'

O painel permite que a equipe entre em sintonia, conhecendo a fundo o tema, assim o trabalho, ao ser desenvolvido, apresentará unidade na criação. Com base neste painel, nas formas, nas cores, nos elementos representados e na pesquisa da inspiração desenha-se a coleção ou produto de moda.

2.3.3 Processo criativo em projetos de moda

Como foi visto anteriormente, dentre as etapas de desenvolvimento de uma coleção de roupas, a criatividade é fundamental na elaboração de alternativas que correspondem aos desejos e necessidades de um determinado público alvo, ou seja, a demanda. Informação, conhecimento do assunto, estilo próprio e muito trabalho em equipe são pontos importantes para um excelente desempenho no mundo *fashion*. O profissional de Moda deve estar sempre em busca de novos conhecimentos em todas as áreas que o envolvem, aprimorando técnicas de desenvolvimento criativo, pesquisa, desenho, modelagem, costura e informática, assim como marketing, administração e ciências humanas. A informação é igualmente proporcional ao potencial criativo. Cada qual com seu estilo próprio, mas todos com o mesmo objetivo: Criar.

A roupa é a embalagem do corpo e, assim como outros produtos devem ser criados para causar impacto e cumplicidade ao consumidor, mais que meras “vestimentas” elas constituem-se como embalagens que expressam estilos e emoções. A metáfora embalagem, aqui utilizada para representar a roupa, se explica pelo fato de assim como a embalagem de um produto deve transmitir não só o produto que contém, a roupa pode também compor uma embalagem, pois está carregada de significados. A roupa, ao expressar esses estilos e emoções deve ser criada compondo sensações, as quais devem ser alcançadas durante o processo de desenvolvimento de uma coleção; pesquisa da inspiração/tema; perfil do consumidor; croqui; modelagem e confecção das peças. E, no processo de criação, salienta-se que, faz-se necessário passar por etapas intransponíveis como: pesquisar sobre o tema a ser abordado, analisar, absorver esta inspiração, conhecer o cliente a fundo e enfim, concretizar o produto ou desenhar a coleção. Em cada uma dessas etapas, técnicas de criatividade são necessárias, pois servem como motivação e inspiração no desenvolvimento de uma coleção.

2.4 CRIATIVIDADE

De acordo com Alencar (apud PREDEBON, 2003, p.139):

Vivemos em uma sociedade que valoriza excessivamente o pensamento analítico convergente e lógico, em detrimento do pensamento imaginativo e intuitivo. Somos também frutos de um modelo de ensino que estabelece limites muito aquém do nível de nossas reais possibilidades de expressão criativa. Por essa razão, a prioridade de um programa de criatividade deve ser fortalecer a capacidade ilimitada de criar de todos os seus participantes.

A criatividade é um tema há muito discutido em diversas áreas de conhecimento, tais como educação, design, moda, dentre outras. Mas devido a sua complexidade, ainda hoje não se concebeu um conceito comum a todas as esferas. Selecionaram-se, porém, alguns que vêm ao encontro deste estudo. Segundo Mackinnon (1964 apud ALENCAR, 1995, p. 18), a criatividade é a satisfação de três condições básicas:

[...] a resposta deve ser nova ou, pelo menos, estatisticamente infreqüente; a resposta deve se adaptar à realidade e deve servir para resolver um problema ou alcançar uma meta reconhecível, e deve incluir uma avaliação, elaboração e desenvolvimento do *insight* original.

A criatividade é “[...] o processo de descobrimento ou de produção de algo novo que cumpre exigências de uma determinada situação social no qual se expressa o vínculo dos aspectos cognitivos e afetivos da personalidade” (RAMIRES apud RAMIS et al., 1996, p. 35). Maslow (1968 apud ALENCAR 1995, p. 17) enfatiza que a criatividade “[...] necessita não apenas de iluminação e de inspiração; necessita também de muito trabalho, treino prolongado, atitude criativa, padrões perfeccionistas”.

Ao se analisar historicamente, pode-se constatar que colocações antigas relacionam a criatividade a uma herança genética, como característica da pessoa, um dom. Porém interpretações mais modernas enquadram esta característica como mais dependente do meio e de suas influências externas sobre o homem.

Após essas colocações, é possível dizer que se pode desenvolver a criatividade ao se buscar continuamente a informação sobre tudo que o cerca, se tiver sensibilidade para todas as coisas que acontecem à sua volta e curiosidade para descobrir o que se esconde nas aparências dos fatos, dos objetos, das pessoas. A

inspiração, o "clique", é o resultado final de muita leitura, observação e análise. A inspiração é o momento em que o arquivo mental entra em ação e abre-se uma gaveta com uma grande idéia. Para que esta gaveta se abra, o arquivo tem que ser abastecido. O ato repetitivo gera a rotina e esta tem sabor de conforto; o desconhecido é o caos, um buraco escuro e sem fim (PREDEBON, 2003).

Predebon (2003, p. 12) afirma, ainda, que: “Cruzando-se esse fato com as características extremamente mutantes do ambiente atual, encontramos um problema que tem muito a ver com criatividade: o que fazer para se sentir menos desconfortável com as mudanças aceleradas da realidade?”.

Para Bono (1992), a criatividade pode ser intuitiva. Ele a classifica como: a) **inocência** - quando não se conhece a abordagem usual, os conceitos usualmente envolvidos, então arrisca-se um nova abordagem, mas é impossível ser inocente em seu próprio campo de atuação; b) **experiência** - a idéia que já deu certo antes, podendo então ser repetida; constitui uma situação de baixo risco pois procura aproveitar e repetir sucessos do passado; c) **motivação** - significa buscar novas alternativas quando os outros estão satisfeitos com as óbvias; disposição para parar e olhar para coisas que ninguém se deu ao trabalho de olhar; d) **acaso, acidente, engano e loucura** - caracterizada pelo “erro”, pois muitas vezes ele não é negativo pois aponta uma solução não prevista. É importante prestar muita atenção nos erros; e) **liberação** - liberar-se dos temores e inibições é uma parte importante da criatividade e produz alguns resultados, mas ela é somente o primeiro estágio e não é suficiente; f) **pensamento lateral** - termo que significa técnicas criativas e sistemáticas que podem ser usadas de modo formal e deliberado para gerar novas idéias e mudar percepções. Estas técnicas podem ser aprendidas, praticadas e geradas quando necessário. São inúmeras as técnicas de criatividade para cada área de atuação: marketing, finanças, educação, jornalismo, design, moda, etc.

2.4.1 A criatividade no processo de tomada de decisão

Dualibi e Simonsen (2000, p. XVI) concluem que criatividade é uma “técnica de resolver problemas”. Mas, antes de trabalhar as técnicas é importante se fazer algumas adaptações de pensamento e comportamento, pois assim amplia-se o

campo de criação e desenvolvimento da criatividade. Predebon (2003, p. 24) descreve os pontos principais a lembrar:

- a criatividade baseia-se em mudanças;
- criatividade fora das artes, efetiva-se quando se insere no sistema. Lutar para a implementação de idéias novas é característica do 'guerreiro', agente de mudança. Professores, especialmente de criatividade, são agentes de mudanças;
- criatividade não é modismo, mas parte de uma realidade que acompanha a evolução recente do homem, que já está sendo revelada há algum tempo, como se vê nos textos de Maslow (1963) e da Universidade de Lancaster (1994);
- a consciência do que o futuro nos traz estímulo para que resgatemos nossa capacidade criativa, objetivo do treinamento proposto no conteúdo deste livro.

Sobre técnicas de criatividade, pode-se dizer que elas são, em geral, aplicadas em grupos, considerando que nos dias de hoje as decisões a serem tomadas em uma empresa, já não dependem apenas da opinião do dono, diretor ou gerente, mas também dos outros funcionários em alguns casos pouco envolvidos na área específica. O gerente bem-sucedido do futuro faz parte de uma equipe que partilha experiências e conhecimentos visando encontrar soluções para uma ampla variedade de problemas. Segundo Kelly (2000, p. 18): "Os estudos existentes demonstram que as pessoas que participam das decisões em grupo são mais propensas a implementá-las". A autora cita algumas sugestões para obter sucesso no trabalho em equipe:

- seja franco quando expressar suas idéias;
- não caia na armadilha de corrigir suas idéias para acompanhar a evolução do grupo;
- evite prejudicar as idéias;
- disponha-se a fazer acordos, seja flexível;
- evite politicagem e jogos de poder;
- examine os problemas e as decisões de maneira sistemática;
- estabeleça desde o início o problema e os objetivos em questão;
- certifique-se que todos os membros possuem as mesmas informações;
- reserve tempo suficiente para a conclusão, mas não permita que isso demore.

De acordo com Kelly (2000, p. 20), o consenso será atingido depois que “[...] todos os membros tiverem a oportunidade de falar; houverem sido honestos; as informações tiverem sido compartilhadas; os membros se sentirem responsáveis pela decisão; todos apoiarem a decisão”.

É importante lembrar que nem todas as decisões precisam ser tomadas em equipe, algumas terão melhores resultados se forem tomadas individualmente, mas, é claro, sempre com uma pequena contribuição das outras. De acordo com Barnard (2003, p. 112):

A idéia de que o estilista da roupa ou ensemble é a fonte do seu significado pode parecer o mais puro e convincente senso comum. Perguntar-se-á, retoricamente, ‘Se o estilista não sabe o que queria dizer ao criar a roupa?’ Essa é a idéia de que o significado é um produto das intenções do estilista, quando intenções são definidas como pensamentos, sentimentos, crença e desejos de uma pessoa no que concerne ao mundo e ao que nele insere. Assim, esses pensamentos, sentimentos, crenças e desejos que o estilista tem são de alguma forma expressos ou refletidos na roupa/ensemble que produz.

Para Barnard (2003), existem interpretações alternativas das criações. O significado não pode ser simplesmente o resultado de intenções do estilista. Ele varia dependendo da situação e do usuário. Portanto não é apenas um produto de sentimentos do designer de moda. Há momentos em que o criador deixa aflorar desejos e anseios inconscientes e estes se manifestam em suas criações como forma de expressão não proposital. Além das tendências de mercado, é o desejo do estilista, sua experiência, sua referência pessoal que traduzidos em imagens formarão o conceito da coleção.

Ostrower (1996, p. 58) trata esta vivência com imagens referenciais, que são imagens que se compõem por valores culturais que passam a ser normativas, qualificando a maneira por que novas situações serão vivenciadas pelo indivíduo. Pode-se dizer ainda que essas imagens orientem o seu pensar e imaginar, funcionam como um prisma. Para Aumont (2004) a produção da imagem jamais é gratuita, e, desde sempre, as imagens foram fabricadas para determinados usos, individuais ou coletivos e de acordo com seus pensamentos, a imagem esta em situação de mediação entre o espectador e a realidade.

A partir do exposto, pode-se perceber que, temas como Moda, Criatividade, Signo e Imagem estão intimamente ligados. Para Caldas (2004) sinal é algo que indica a existência de uma outra coisa, da mesma forma Barnard (2003) em seus

escritos sobre moda salienta que existem interpretações alternativas das criações que variam dependendo da situação e de quem as usa. Ostrwer (1996) ao falar sobre criatividade enfatiza que a imagem orienta o pensar e o imaginar, funcionando como um prisma, assim como na moda em que as roupas, ao serem massificadas tornam-se normas de uso. Aumont (2004), para concluir, reforça que, no caso da moda, a imagem passa a ser a tradução das idéias do criador.

2.5 METODOLOGIA

A pesquisa, de natureza empírica, se configurou como um experimento Recebeu em sua condução e análise o tratamento qualitativo, pois o olhar qualitativo revelou informações que permitiram o pesquisador conhecer o pensamento dos estudantes de Moda a respeito do estabelecimento da relação entre a imagem conceitual geradora e o resultado da coleção ou produto de moda gerada a partir dessa referência.

Reforçando o que foi dito anteriormente, a fundamentação metodológica deste estudo, utilizou-se a obra de Gil (2002) na escolha, elaboração, validação e aplicação dos instrumentos e estratégias de coleta de dados. O tratamento qualitativo baseou-se nos ensinamentos Bogdan e Biklen (1992). Para esses pesquisadores, neste tratamento: (a) a fonte de dados do pesquisador é o próprio ambiente de trabalho onde este está inserido; (b) as descobertas são alcançadas no decorrer da pesquisa são apresentadas de forma descritiva; (c) ao longo da investigação, sendo a atenção maior dedicada ao processo e não ao resultado; (d) tendência à análise dos dados de maneira indutiva; (e) maior preocupação com o "significado", considerando-o a real essência do objeto de estudo.

2.5.1 Procedimentos metodológicos

Para a concretização desta pesquisa, foram percorridas as seguintes etapas:

- pesquisa bibliográfica acerca da temática: Criatividade, Moda e Imagem (momento exploratório);

- planejamento da aplicação (definição de turmas, seleção de instrumentos e técnicas de coleta de dados);
- análise dos projetos dos estudantes (experimento propriamente dito);
- análise dos resultados;
- redação da dissertação.

Com o objetivo de percorrer as etapas acima descritas foi necessária a realização da pesquisa em duas modalidades:

- a) **Pesquisa de conteúdo**, a ser realizada com o objetivo de buscar referências sobre Criatividade, Moda e Imagem.
- b) **Pesquisa prática**, na qual, por meio de análise dos projetos executados pelos estudantes do Curso Superior de Tecnologia em Moda da UNISUL. Os instrumentos utilizados foram: imagem conceitual geradora, imagens da coleção, *release* da coleção.

Por ser uma pesquisa cujo tratamento é qualitativo, é necessário lembrar-se que os resultados não têm poder de generalização, necessitando para tanto, a busca de dados quantitativos.

2.5.2 População e amostra

Toda pesquisa precisa de um objeto de estudo para que se concretize. Segundo enfatiza Rauen (2002), existem dois objetos científicos considerados básicos: o formal e o material. Ressalta, ainda, o autor:

As ciências formais lidam com objetos ideais, existentes apenas na mente humana, em nível conceitual e não fisiológico. É o objeto da lógica e da matemática, por exemplo.

As ciências materiais ou factuais lidam com coisas, fenômenos ou eventos. Elas podem ser divididas em naturais e sociais, a medida que lidem com eventos puramente ligados à natureza, independentes do homem, ou à medida que lidem com eventos nos quais o trabalho social humano esteja presente (RAUEN, 2002,p. 26).

Das observações do autor conclui-se que para esta pesquisa o objeto de estudo está vinculado às ciências materiais e dentro desta possui uma visão social.

O âmbito da pesquisa que aqui se propõe abrange à Grande Florianópolis. Para tanto, a população é constituída pelos estudantes de curso superior de Tecnologia em Moda. Uma vez definida a população, parte-se para a definição da amostra. Como critério de inclusão utilizou-se o fato de ser esta pesquisadora pertencente ao quadro de funcionários da UNISUL, e por isso o acesso ao ambiente de pesquisa foi essencial para a escolha. Assim sendo, frisa-se aqui que a amostra escolhida é composta por alunos das turmas de segunda fase da disciplina de Pesquisa e Criação de Moda I, dos semestres de 2004/2, 2005/1, 2006/1, 2006/2 , 2007/1 do curso de Tecnologia em Moda da UNISUL, com mais participação de estudantes da turma de 2ª fase do ano de 2005 (semestre 2005/1).

2.5.3 Análise dos dados

Uma vez concluído o referencial teórico referente à criatividade, moda e imagem, utilizou-se dessas informações para confrontar a ‘imagem conceitual geradora’ com a imagem da(s) peça(s) que compuseram a coleção, na tentativa de estabelecer relacionamento entre elas, ou seja. buscou-se apontar os elementos constitutivos da ‘imagem conceitual geradora’ no produto final. O estabelecimento desta relação foi possível ao se tentar responder durante a análise os seguintes questionamentos: Onde está o elemento de inspiração? Quem é seu público alvo? O que faz dela algo exclusivo, que referência pessoal é abordada? Onde houve inovação?

Essas respostas não foram apenas geradas pela pesquisadora. A ‘fala’ dos estudantes também esteve presente através da leitura dos memoriais descritivos ou *releases* das coleções.

A partir desses dados de análise foi possível estabelecer um diálogo entre eles e o referencial teórico, onde foram discutidas as correlações existentes entre moda, criatividade e imagem conceitual geradora da coleção.

2.5.4 Descrição da pesquisa prática

Como foi dito anteriormente, a pesquisa prática iniciou durante o semestre 2004/2 e dela participaram os estudantes da disciplina de Pesquisa e Criação de Moda I, do curso de Tecnologia em Moda, da Universidade do Sul de Santa. No total foram 24 estudantes que participaram da pesquisa. A fim de não se divulgar nomes neste relatório, os estudantes serão numerados de 01 a 24 como 'Estudante de Moda n', onde 'n' é o número do aluno, sequencialmente.

A disciplina de Pesquisa e criação de Moda está alocada na segunda fase do curso de Tecnologia em Moda, conforme apresentado no quadro 2 de forma sintética e organizada as características da disciplina.

Fase:	02
Nome:	Pesquisa e Criação de Moda I
Créditos:	04
Carga Horária	60h
Ementa:	Pesquisa de Tendências e Temas. Painéis de Ambiências: conceito, utilização e montagem. Pesquisa de materiais tradicionais e alternativos. Desenvolvimento de cartela de cores e memorial descritivo.

Quadro 2 - Quadro analítico da disciplina de Pesquisa e Criação de Moda I

Para contextualizar melhor o ambiente onde a pesquisa foi realizada, a seguir será feita uma breve descrição de como se desenvolve a pesquisa durante o semestre de 2005/1.

Antes do início do semestre os professores decidem em reunião qual o tema que será explorado. Na segunda fase a disciplina de História da Moda orienta a temática da pesquisa e os trabalhos são individuais. Após uma explanação geral sobre o tema, feita pelo professor em sala de aula em horário regulamentar, os alunos iniciam suas pesquisas gerais do tema, individualmente e em horários extraclasse. Nesse tempo as orientações são sobre bibliografias e *sites* para pesquisa, e são feitas de forma não-oficial: extraclasse, e_mail, corredores, intervalos, etc. Geralmente, dá-se o tempo de duas semanas para a pesquisa geral.

Já no primeiro contato os alunos são informados de que a avaliação final da disciplina acontecerá em caráter conjunto, ou seja, de maneira integrada com outras disciplinas que compõe a fase. A integração das disciplinas é uma maneira de fazer o estudante compreender que o conteúdo ministrado nas diferentes disciplinas não é estanque, eles se complementam e com isso dão ao estudante um maior suporte na realização dos projetos de moda. Além de Pesquisa e Criação de Moda I, as disciplinas que também participaram do trabalho integrado foram: Desenho II, História da Arte e da Moda II, Tecnologia Têxtil II e Projeto de Coleção I.

A atividade de integração consistiu no desenvolvimento de uma coleção de moda, composta por um traje (uma ou mais peças de roupa). De acordo com o apontado no tópico 1.6 deste documento, por se tratar de uma pesquisa que se desenvolve no desenrolar de uma disciplina, é necessário que se esclareça a forma como essa disciplina acontece, ou seja, a metodologia de ensino empregada. Como dito anteriormente, a disciplina de Pesquisa e Criação I, assim como as outras que são ministradas na mesma fase, contribuem, cada uma com suas especialidades, na execução de uma atividade de integração. Para a disciplina que é abordada nesta pesquisa, a metodologia utilizada para o desenvolvimento da atividade consiste em:

- a) *História da Moda II* – o aluno faz a pesquisa do tema, em livros, sites e revistas e apresenta este conteúdo histórico ao professor, por escrito e em uma conversa de orientação, onde o papel do professor é fazer o aluno pensar e extrair os pontos mais importantes, o que academicamente chamamos de pontos fortes da pesquisa de inspiração;
- b) *Pesquisa e Criação I* – o aluno busca imagens que simbolizam os pontos fortes selecionados e monta um painel de imagens do tema em questão – em paralelo a esta atividade o aluno entra em um processo de auto conhecimento na busca de informações pessoais, em conversa com familiares e amigos e em álbuns de fotografia o acadêmico descobre qualidades, vivências, habilidades que sob a orientação do professor remete as suas referências pessoais e isto vai gerar um painel com imagens que traduzam estas referências.
- c) *Projeto de Coleção I* – faz-se a análise de público alvo, quem será seu consumidor, hábitos, características e gostos. Com estas informações desenvolve-se o terceiro painel.

- d) *Tecnologia Têxtil* – Estudo, criação e desenvolvimento de amostras têxteis, onde o aluno vai tramar, enlaçar, bordar, dar volumes ao tecido base. Escolhe-se a matéria prima para produção do produto de moda.
- e) *Pesquisa e Criação I* – Observa-se os três painéis e desenvolve-se com base nestes a “imagem conceitual geradora” que será a referência para o desenvolvimento da coleção
- f) *Desenho de Moda* – Gera-se alternativas em desenho, para que se escolha uma para ser produzida, a que melhor se identifica com a proposta de conceito.

2.5.5 Coleta de dados

Após explanação detalhada do ambiente em que acontece a coleta de dados – a disciplina de Pesquisa e Criação de Moda I, a fim de poder alcançar o objetivo proposto foram coletados trabalhos dos estudantes das turmas de 2004/2, onde a proposta era desenvolver uma roupa de dormir inspirada no renascimento, turma de 2005/1 roupa conceitual com tema de inspiração em quatro filmes do séc. XVII, 2006/1 com inspiração no renascimento e 2006/2 onde os alunos confeccionaram roupas com base na tricoline branca e inspiração também no renascimento e 2007/1 inspiração no filme de Romeu e Julieta durante a atividade de execução do trabalho integrado passa agora para a apresentação dos dados coletados.

3 HISTÓRIA DA MODA

A Moda, fenômeno ímpar em complexidade, referências sociais, psicológicas e comportamentais, cujo estudo permite tão variadas leituras, que possibilitam entender o crescimento e o comportamento da humanidade, a partir da simples análise de sua própria evolução. (...) Moda é comunicação, é mídia que se expressa visualmente. É também a carteira de identidade do cidadão (CASTILHO, 2001, p. 09-17).

De acordo com Treptow (2003, 26) em seu livro *Inventando Moda*, “a moda é um fenômeno social de caráter temporário que descreve a aceitação e disseminação de um padrão ou estilo, pelo mercado consumidor, até a sua massificação e conseqüentemente obsolescência como diferenciador social”. Ou seja, a moda é um reflexo da sociedade, o que um povo veste é o que ele sente, faz e é.

A moda tem evoluído com o homem. Em um longo período da história da humanidade, o mundo funcionava sem conhecer os jogos de vaidades. Desde as primeiras folhas de vegetais e posteriormente as peles de animais o homem vem cobrindo o corpo por pudor, proteção e adorno. Na pré-história tinha-se crenças sobre o ato de caçar: uma delas é de que desenhando os animais que desejavam caçar, estavam retratando a sua vitória, como se desenhasse o futuro, por isto os desenhos nas paredes das cavernas e a outra crença é que vestindo a pele do animal caçado ele adquiria a força deste animal, o que justifica os desenhos de homens vestidos. Para se impor entre os demais e mostrar bravura eles exibiam os dentes e as peles de animais caçados por eles. As peles que inicialmente eram usadas com os próprios pêlos posteriormente passavam por processos de mastigação para serem amaciadas. Com o tempo o processo de amaciamento foi evoluindo e começaram a usar óleos e gorduras com o objetivo de impermeabilizar, amaciar e dar maior durabilidade à peça.

Com a prática da agricultura o homem deixa de ser nômade e se fixa ao solo, o que beneficia a indumentária, sendo que o linho vegetal proporcionou-lhe, de início, a técnica de feltragem e mais tarde num processo de aprimoramento a

tecelagem. A fabricação do tecido de forma artesanal e primitiva foi evoluindo e surgindo novas técnicas, o suficiente para que o homem fosse capaz de produzir saiotos e outras peças e enfeita-las com franjas, conchas, sementes, pedras coloridas, etc.

As primeiras civilizações desenvolveram vestimentas de acordo com a região onde viviam, sua matéria-prima e condições tecnológicas e assim o é até os dias atuais. Exemplo: os assírios eram um povo guerreiro que levava seu rebanho conforme as terras conquistadas, usavam roupas de lã, já os egípcios usavam as fibras de linho que era cultivado às margens do rio Nilo. Desde sempre a roupa também é usada para identificar classes sociais, a condição econômica do indivíduo perante a sociedade, na Europa Feudal, a principal diferença estava nos tecidos e ornamentos já que o corte e o fio eram muito parecidos, mas a técnica da fiação de qualidade refinada era de uso dos mais favorecidos.

O comércio e a indústria se expandiram; a religião católica foi abalada com o protestantismo; a vida cultural cidadina ganhou forças nas mãos do mecenato; a secularidade se sobrepôs à religiosidade; o homem e seu talento foram valorizados, entre outras características, assim fazendo acontecer o Renascimento.

Os tempos agora são outros e no que diz respeito às roupas, estas também mudaram. A indústria têxtil deu um grande salto de desenvolvimento. Cidades italianas como Veneza, Florença, Milão, Gênova e Luca foram responsáveis pela elaboração de tecidos de primeira qualidade como brocados, veludos, cetins e sedas e, obviamente, esse requinte se refletiu nas roupas propriamente ditas (BRAGA, 2004, p.43).

No Renascimento se redescobriu os valores do humanismo greco-romano. Filósofos e artistas tentavam recuperar referências da Grécia e Roma Antigas. A indústria e o comércio cresceram, o protestantismo abalou o catolicismo; a cultura valorizada, o talento do homem ganhou forças, assim nasceu o renascimento e com ele a indústria têxtil, cidades italianas desenvolveram os primeiros tecidos nobres, brocados, sedas e veludos, que deram requinte às roupas (FIG. 3).



Figura 3 - Elizabeth da Áustria, por François Clouet, 1570/80. Recortes, rufos, bordados de joalheria, caracterizam a segunda metade do século XVI. Disponível em http://www.marquise.de/en/1500/pics/1570_3.shtml. Acessado em 20/05/2007.

Segundo BRAGA (2004), o século XVII iniciou trazendo para a humanidade a Revolução Científica. A tentativa de conhecer os segredos da natureza fez do homem um grande observador, que passou a sistematizar com muito rigor as suas experiências. Este foi um período de grande transformação: surgiram novos padrões sociais, boas maneiras, etiquetas e principalmente, moda. A partir deste momento, a moda masculina ganhou mais identidade desenvolveu-se mais que a feminina.

Após a revolução, a moda começou a passar por um processo de significativa mudança até atingir a identidade daquela que seria verdadeiramente a moda Império. A palavra de ordem neste intervalo de tempo, ou seja, a década de 1790 era conforto. As roupas passaram a ser mais práticas e de fato confortáveis. Os aspectos característicos do Antigo Regime desapareceram tanto para as mulheres quanto para os homens (...). As roupas mudaram drasticamente e o gosto do retorno à natureza passou a ser uma constante. A influência agora era inglesa e vinha especialmente do campo, o que tornava o aspecto de praticidade um fato real (BRAGA, 2004, p. 56).

Para Cabral (2005), no século XIX, com o apogeu da sociedade burguesa e do narcisismo individualista, a moda masculina tornou-se mais discreta e sóbria, havendo uma exaltação da moda feminina, que passou a ostentar todos os adornos que antes eram privilégios do sexo masculino. Além do estilo império, o romantismo, o vitoriano e a Belle Époque, marcaram os modelos das roupas femininas durante o século XIX. O vestuário masculino viu o aparecimento do dândi, figura que foi de encontro à moda clássica da burguesia e criou um estilo de vida único, requintado, que foi imortalizado por Beau Brummel¹, o primeiro dândi, e Charles Baudelaire², que os descreveu em *O Pintor da Vida Moderna*, como “seres que não têm outra condição que não seja cultivar a idéia do belo na sua pessoa, satisfazer suas paixões, sentir e pensar” (FIG. 4).



Figura 4 - Família Freis, por Gerard, em 1805. Ele se apresenta ao estilo Dândi. Ela traça o estilo Império. Disponível em http://www.marquise.de/en/1800/arte/a1805_2.shtml. Acessado em 20/05/2007.

¹ O estilo dos Dândis pode ser visto como um novo paradigma introduzido na moda masculina no séc XIX.

² BAUDELAIRE, Charles. *Sobre a modernidade*. São Paulo: Paz e Terra, 1997. p.48

De acordo com Lipovetsky, foi ao longo da segunda metade do séc XIX que a moda, instalou-se, a Alta Costura versos a confecção industrial, de um lado o luxo sob medida, a inovação, a tendência e do outro a massificação da costura, baixo custo, menor qualidade, roupas inspiradas na Alta Costura.

Foi neste cenário que Charles-Frederic Whort lançou sua casa de cultura, com seu próprio nome “Sob a iniciativa de Worth, a moda chega a era moderna; tornou-se uma empresa de criação, mas também de espetáculo publicitário” (LIPOVETSKY, 1989, p. 72). Até então a elite da sociedade aristocrática mandava fazer suas roupas em costureiras particulares ou alfaiates que produziam as roupas de acordo com a solicitação de suas clientes, seguindo a risca o código social da época. O surgimento do primeiro costureiro coincide com o domínio da burguesia que não media esforços para adquirir novos trajes e o surgimento da indústria em grande escala. Um momento histórico em que o homem deseja se valorizar pela aparência, ele é o que veste, o que quer parecer, o homem é o espelho de quem admira, identifica-se por sua condição social (FIG. 5).



Figura 5 - Os volumes do Estilo Romântico. Lady, por Ferdinand Georg Waldmüller. Disponível em http://www.marquise.de/en/1800/arte/a183x_4.shtml. Acessado em 20/05/2007.

CABRAL (2006) afirma que Worth foi inovador por excelência e consolidou seu próprio império em bases firmes, sendo considerado o responsável tanto pelo uso da crinolina quanto por sua subsequente extinção. Suas criações realçavam os atributos femininos em uma época em que os valores burgueses mostraram homens despidos de qualquer ornamento demasiado, como laços, jóias e tecidos mais elaborados. Os enfeites ficaram a disposição das mulheres, que apresentavam o poder e a riqueza dos maridos ou o que futuros pretendentes gostariam de ver e proporcionar a sua esposa (FIG. 6).



Figura 6 - Vários vestidos, ao Estilo Vitoriano, com suas imensas crinolinas. Fashion Plate de 1865. Imagem disponível em <http://www.marquise.de/en/1800/pics/1800c.shtml>. Acessado em 20/05/2007.

Lipovetsky (1989) coloca que, a partir do séc XX com os estilistas Chanel e Poiret houve uma revolução na forma como as pessoas se vestiam. Esse período pode ser caracterizado com frases como “O chique é não parecer rico”. A diferença se dá na assinatura da roupa que se veste, uma vez que a produção em série, imita as peças criadas pelos estilistas renomados. Este novo princípio contribuiu para o costureiro reforçar sua imagem e adquirir renome internacional. Com o aparecimento do prêt-à-porter, a alta costura deixou de ditar a moda, desencadeou-se uma mutação não somente estética, mas também simbólica, a série industrial deixa de ser anônima, ganha personalidade através de um nome – uma marca (FIG. 7).



Figura 7 - Traje a esquerda, ao estilo Poiret, 1905. Traje a direita, tributado a Poiret e seu orientalismo, 1914. Disponível em <http://www.vintagetextile.com/images/Gallery/1362x.jpg&imgrefurl>. Acessado em 20/05/2007.

Retomando o conceito de moda de Treptow (2003), a moda é um fenômeno social e sazonal. Nela estão expostas a aceitação e disseminação de um padrão ou estilo, um modo de vida. O mercado, com todas as suas ferramentas de Marketing propagam esse modo de vida (personificado através de roupas e outros bens de consumo), desde seu surgimento até sua massificação e posterior obsolescência.

A partir dessa visão histórica da moda, pode-se perceber que hoje, na sociedade como um todo e conseqüentemente no mundo da moda, há a necessidade de interpretar a realidade social em que vivemos, para nos adequarmos a ela. Há muito à moda deixou de ser um fenômeno superficial, para tornar-se o reflexo da sociedade, tem sido discutida e questionada ao longo dos anos e sabe-se como é abrangente sua forma de expressão, pode ser compreendida com um grupo de comportamentos significativos que exprime os valores próprios de uma época.

4 IMAGENS E COLEÇÕES: ANÁLISES DE DADOS

Os dados apresentados a seguir são referentes a pesquisa elaborada pelos respectivos alunos que contém a imagem conceitual gerada, imagem do traje e release da coleção.

Aluna: Estudante de Moda 1 (2005/1)

Título: Moda e Sintonia

Release

O século XVII, em especial o filme “A filha do Mosqueteiro”, servem de referência para a criação dos modelos de roupas planejadas neste segundo semestre do curso de Tecnologia em Moda. As cores dourado, preto, branco, a gola grande e caída, o casaco com botões, são informações essenciais materializadas nos trajes. O tecido Risca de Giz, representa o preto e o branco existentes na partitura e nos instrumentos de corda, os quais também servem de referência para as formas. A cor dourada é obtida a partir da figura do instrumento Arpa elemento muito importante da referência pessoal que é a música clássica.

Os adolescentes do público alvo deste trabalho são caracterizados por serem conservadores e optar pelo estilo clássico, formal e elegante, sem dispensar a fantasia e a inovação que a adolescência possui.

Análise

De acordo com release feito pela estudante, não se pode perceber claramente que elemento exato foi inspirado no filme e inserido na coleção. A imagem conceitual geradora é composta por elementos que referenciam fortemente a

música, em especial a música clássica. Nesta estão os elementos de referência pessoal da estudante que admite ser uma admiradora deste estilo.

Porém ao se contrapor a imagem conceitual geradora e a imagem da coleção pode-se observar algumas das relações existentes entre elas. Pode-se aqui destacar:

- a característica do tecido escolhido tecido risca de giz - têm referências nas linhas que compõem o pentagrama da partitura, nas cordas da harpa, violão e violino;
- as cores utilizadas dourado parecem ser referência à elementos que constituem os instrumentos, como pinos que seguram as cordas da harpa, etc.

Buscando analogia entre a roupa, a imagem, moda e criatividade, pode-se perceber que a irreverência do decote tem a ver com o público-alvo, que são adolescente, e de acordo com o release: “os adolescentes do público alvo deste trabalho são caracterizados por serem conservadores e optar pelo estilo clássico, formal e elegante, sem dispensar a fantasia e a inovação que a adolescência possui” essa informação foi bem apresentada pelo decote (elemento do vestuário típico deste público alvo). A gola grade que remete ao 'lado clássico e conservador' do público-alvo também remete historicamente às roupas utilizadas na Europa do Século XVII, época esta em que é ambientado o filme tema do trabalho integrado.

O estilo do casaco, com botões também remete a este período histórico, onde este aviamento era muito empregado no acabamento e fechamento das roupas.

A composição da 'imagem conceitual geradora' apresenta cores alegres e em diferentes tonalidades, afirmando novamente que se remete a um dos estilos usados por adolescentes.

Com isso pode-se concluir que a Estudante de Moda 1 conseguiu um produto final que têm referências tanto com o tema central (o filme A Filha do Mosqueteiro) quanto com o público alvo. Embora a imagem conceitual geradora esteja mais fortemente ligada ao público alvo e às referências pessoais que ao tema do filme, pode-se afirmar que a relação estabelecida entre a imagem conceitual geradora, a imagem da coleção, a moda e a criatividade foi bem resolvida, pois a estudante usou de bastante criatividade para, a partir de uma referência estilística (moda para 'adolescentes conservadores') criar uma roupa que remete ao público, porém tem suas raízes na referência adotada pelo trabalho integrador.

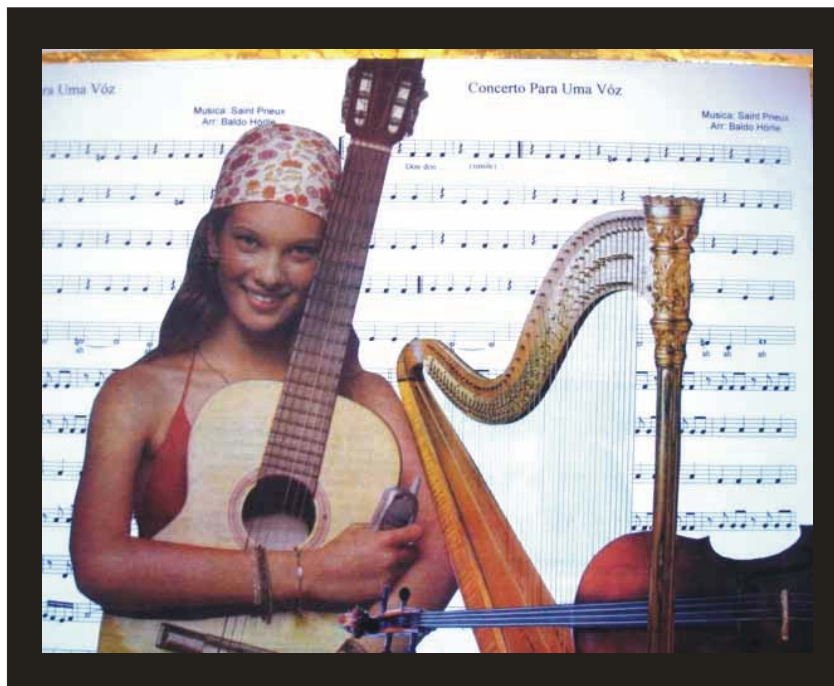


Imagem conceitual geradora



Imagem da roupa

Aluna: Estudante de Moda 2 (2005/1)

Título: Descontração

Release

No filme: “A Filha do Mosqueteiro”, séc XVII, foram observados e analisados todos os detalhes da época. Tendo por maior destaque as plumas dos chapéus e as botas de cano longo. Garotas jovens, que são o público alvo, embora gostem de estar sempre na praia, também preferem se destacar nas festas com seus diferentes trajés. Usam desde o casual até as peças mais sofisticadas. Assim foi elaborada uma criação leve e descontraída.

Com inspirações no mar, sol, momentos alegres com amigos, foi-se extraído as cores que serão utilizadas.

Análise

A imagem conceitual geradora representa um público muito ousado e nada sofisticado, mas que não condiz com as palavras do release, os tons de azul claramente apresentado na imagem conceitual geradora estão em conflito com a cor amarela escolhida para a peça confeccionada.

De acordo com release escrito pela estudante, se percebe facilmente a imagem que representa o ponto forte extraído do filme, as botas e as plumas. O público é jovem e está bem representado pela figura humana que está na imagem conceitual, porém não é sofisticada, nem casual e sim ousada. A Referência pessoal da aluna é genérica: sol, mar, amigos, momentos alegres; superficial e sem identidade ponto fundamental na criação e desenvolvimento de uma coleção, o que demonstra incompreensão do assunto. A imagem conceitual geradora é formada por elementos que representam principalmente água, ousadia e formas rebuscadas como no detalhe do guarda-corpo em que a mulher está apoiada.

Porém, ao se contrapor a imagem conceitual geradora e a imagem da roupa pode-se observar algumas as relações existentes entre elas. Pode-se aqui destacar:

- o tecido escolhido tecido liso e amarelo apresenta poucas referências, pois a imagem apresenta tons de azul, e estampa preto e branco;
- a forma da veste simula o recorte do guarda-corpo;
- as aplicações de conchas representam a relação da acadêmica com o mar, traduzido no fundo da imagem conceitual geradora.

Buscando relação entre a roupa, a imagem, moda e criatividade, pode-se perceber que:

A ousadia do decote tem a ver com o público-alvo, que são jovens, e de acordo com o release: “jovens, que são o público alvo, embora gostem de estar sempre na praia, também preferem se destacar nas festas com seus diferentes trajés.” essa informação foi bem apontada nas formas irreverentes da peça. A bota de cano alto e as plumas identificam a referência extraída do filme “Tendo por maior destaque as plumas dos chapéus e as botas de cano longo”. A composição da “imagem conceitual geradora” apresenta uma mulher sensual que se enquadra com a modelagem da roupa.

Com isso pode-se concluir que a Estudante de Moda 1 desenvolveu um produto final com referências com o tema central (o filme A Filha do Mosqueteiro), porém não foi fiel ao público traçado no release. Embora a imagem conceitual geradora esteja bem equilibrada quanto as informações de público, referências pessoais e tema, pode-se afirmar que a relação estabelecida entre a imagem conceitual geradora, a imagem da roupa, o release, a moda e a criatividade ficou apenas satisfatória, poderia ser melhor relacionada.



Imagem conceitual geradora



Imagem da roupa

Aluna: Estudante de Moda 3 (2005/1)

Título: As duas faces de uma mulher guerreira

Release

Esse filme explora o modelo da mulher guerreira que deixa a vida de glamour e feminilidade para ser uma mulher rompante e com referencial seu pai. D'artagnan o mais famoso mosqueteiro da historia revela seu segredo, sua bela filha Valentine. Esta, desprezando a postura feminina que a sociedade lhe impõe prova sua valentia e assim, acaba sendo requisitada pelo rei. Assim, baseando-se no filme trabalharei as duas faces da mulher viril e vitoriosa. O ponto de referência pessoal do meu trabalho será baseado em pintura de tela a óleo, motivo “as flores”. Usarei as cores lilás, roxo, amarelo e ocre, e a roupa reproduzida será inspirada deste material já foi comparada no filme que se passa no período do século XVII.

Análise

Segundo o release escrito pela aluna o público alvo não está bem definido, apenas diz “as duas faces da mulher viril e vitoriosa”, faltam informações que definam com exatidão quem será o usuário desta roupa. Nesta etapa são mais marcante os pontos fortes do filme “mulher guerreira que deixa a vida de glamour e feminilidade para ser uma mulher rompante e com referencial seu pai. D'artagnan...” e também suas referências pessoais “O ponto de referência pessoal do meu trabalho será baseado em pintura de tela a óleo, motivo “as flores””, fala-se também nas cores como informação extraída do filme.

A imagem conceitual geradora apresenta uma pintura a óleo com motivo de flores em tons lilazes, o que condiz com as palavras acima. De acordo com release escrito pela estudante, percebe-se facilmente a imagem que referencia o ponto forte extraído do filme, as duas faces da mulher guerreira representadas na imagem no perfil feminino em branco e preto posicionados nas extremidades do painel. A Referência Pessoal é clara e devidamente explorada, ponto positivo também no desenvolvimento do produto de moda.

Dentre os elementos que formam a imagem conceitual geradora pode-se observar algumas as relações existentes entre elas. Pode-se aqui destacar:

- A cor tecido liso e roxo com suave transparência representa a cor de fundo e a pintura a óleo.
- forma da veste confortável e com volume - incoerente com a necessidade da mulher guerreira, que usa tecidos resistentes.
- as aplicações de flores salientes e coloridas simulam as flores da imagem conceitual geradora, que são as referências pessoais da acadêmica.

Relacionando a roupa, a imagem, moda e criatividade, pode-se perceber que: A Estudante de Moda 3 desenvolveu um produto final com poucas referências com o tema central (o filme A Filha do Mosqueteiro), mas com forte referencial em sua identidade, porém não soube definir seu público, o que prejudicou na forma final da roupa. Apesar disso, a imagem conceitual geradora condiz com as informações do release e pode-se afirmar que a relação estabelecida entre a imagem conceitual geradora, a imagem da roupa, o release, a moda e a criatividade ficou satisfatória.



Imagem conceitual geradora



Imagem da roupa

Aluna: Estudante de Moda 4 (2005/1)

Título: Perfeito cavalheiro

Release

A roupa foi inspirada em Gaston, um personagem do filme 'A Filha do Mosqueteiro'. Ele era filho de um mosqueteiro, e fez par romântico com a personagem central. Galanteador, metia-se em confusão por causa de mulheres. Seu vestuário era baseado em chemise, couro, tons de marrom, meias até os joelhos, chapéu com plumas e botas. O vestuário burguês simples para época serviu de inspiração. Foi utilizado dessas características para a criação das roupas e acessórios. As cores rosa e verde foram tiradas do chapéu de Gaston o marrom do colete e o branco do chemise. Sendo o metrosssexual o público alvo, foi utilizada a cor rosa para representar essa mudança de comportamento em que o homem heterossexual assume comportamentos femininos sem perder a masculinidade.

Como referência pessoal foi utilizado o arame para os detalhes na roupa modelado em forma de flores com miolo em espiral, e trabalhado em forma de arabesco no chapéu para lembrar a arquitetura da época renascentista. A calça feita de veludo cotelê, um tecido forte luxuoso lembra a fineza de um homem sofisticado. O couro, material rústico, bastante utilizado na época aparece para fazer parceria com o trabalho artesanal destacando seus detalhes.

Análise

De acordo com release feito pelo estudante, pode-se observar claramente o elemento exato de inspiração no filme e implantado na coleção. A imagem conceitual geradora é composta por elementos que referenciam com equilíbrio o público-alvo, a referência pessoal e o tema de inspiração, "A Filha do Mosqueteiro". Na roupa pode-se aqui destacar:

- a característica do tecido escolhido couro preto - têm referências na roupa do personagem;

- os detalhes- em arame remetem à identidade da estudante;
- acessório em arame com plumas cor de rosa representam tanto o personagem do filme quanto o público metrosexual;

Na procura da relação entre a roupa, a imagem, moda e criatividade, pode-se perceber que:

A cor da pluma tem a ver com o público-alvo, que são metrosexuais, denominação usada para definir os homens vaidosos que se preocupam com a aparência e de acordo com o release: “a cor rosa para representar essa mudança de comportamento em que o homem heterossexual assume comportamentos femininos sem perder a masculinidade”. O decote profundo traduz o homem viril (“Galanteador metia-se em confusão por causa de mulheres”). O chapéu foi confeccionado pela própria aluna, já que esta é hábil com este material por trabalhar na área de acessórios.

A composição da 'imagem conceitual geradora' apresenta tons de cinza, verde musgo, preto e rosa, todos identificados na veste e narrados no release.

Com isso pode-se concluir que a Estudante de Moda 4 conseguiu um produto final que têm menção tanto com o tema central (o filme A Filha do Mosqueteiro) quanto com o público alvo e suas referências pessoais. O aluno estabeleceu com louvor a relação entre a imagem conceitual geradora, a imagem da coleção, a moda e a criatividade, pois a alcançou seu objetivo com o devido equilíbrio.

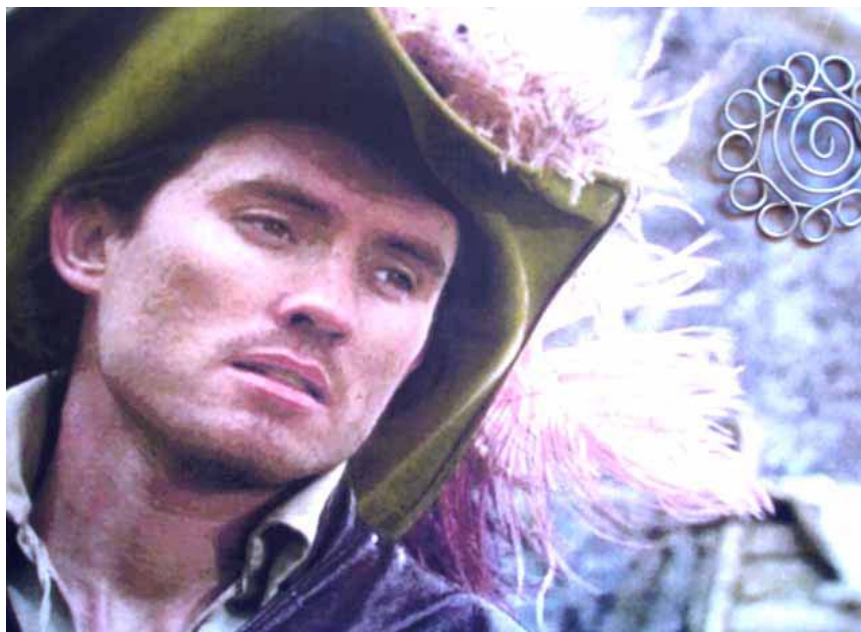


Imagem conceitual geradora



Imagem da roupa

Aluna: Estudante de Moda 5 (2005/1)

Título: Guerra e Morte

Release

No filme "A Filha do Mosqueteiro", o metal, a guerra e a morte são uma constante. Sendo assim, desta energia despontou o preto como base para inspiração dessa criação. A imaginação criou asas e pensando como alvo um público jovem, ousado, arrojado, com tendências futurísticas, criou-se uma peça onde foi usado tecido preto, formas ousadas e correntes prateadas, que por fim estas últimas foram retiradas da referência pessoal.

Análise

De acordo com breve release escrito pela aluna, pode-se perceber visivelmente o ponto forte extraído do filme, a referência pessoal e os traços do público em questão. A imagem conceitual geradora é composta por informações que referenciam a guerra, traduzida na figura da espada, as correntes e imagem da jovem, definida como ousada.

Ao se objetar a imagem conceitual geradora e a imagem da coleção pode-se observar algumas as relações existentes entre elas. Pode-se aqui destacar:

- a forma da peça com recortes irreverentes - têm referências na forma da espada;
- a cor utilizada (preto) remete à escuridão da guerra;
- os acessórios - correntes - mostram a identidade da aluna

Buscando analogia entre a roupa, a imagem, moda e criatividade, observa-se que:

A irreverência do decote e o comprimento do vestido tem a ver com o público-alvo - adolescentes - e, de acordo com o release: “A imaginação criou asas e pensando como alvo um público jovem, ousado, arrojado, com tendências futurísticas”. O recorte quadrado nas laterais lembra a forma das espadas utilizadas no filme.

A composição da 'imagem conceitual geradora' apresenta as cores preto e prata determinadas no release e devidamente introduzidas na peça.

Com isso, pode-se concluir que a Estudante de Moda 5 conseguiu com naturalidade uma roupa que têm referências tanto com o tema central (o filme A Filha do Mosqueteiro) quanto com o público alvo. Sendo que de acordo com a imagem conceitual geradora o ponto mais proeminente é a referência do tema, representada neste trabalho pela figura das espadas. Pode-se afirmar, portanto que a relação estabelecida entre a imagem conceitual geradora, a imagem da coleção, a moda e a criatividade foi bem objetiva, pois a estudante usou de bastante criatividade para, a partir de uma referência estilística, criar uma roupa que remete ao público, porém tem suas raízes na referência adotada pelo trabalho integrador.



Imagem conceitual geradora



Imagem da roupa

Aluna: Estudante de Moda 6 (2005/1)

Título: Mistério Místico

Release

Esta criação foi inspirada na religiosidade de Aramis, personagem do filme " Os Três Mosqueteiros ". Assim, a cor dourada, que referencia a sacralidade da fé, foi aliada ao roxo, de uma referência pessoal que privilegia o misticismo, compondo através de veludo e outros tecidos, formas arredondadas e babados, um visual feminino e sensual próprio para mulheres modernas e corajosas com estilo próprio e criativo.

Análise

Em seu release a estudante transfigurou com clareza o ponto forte extraído do filme, a sua referência pessoal, porém não definiu com precisão o seu público. A imagem conceitual geradora é composta por informações de religiosidade, demonstrada na cor dourada, de misticismo, na cor roxa e no público que é a mulher sensual.

Ao se comparar a imagem conceitual geradora e a imagem da coleção pode-se notar algumas relações existentes entre elas. Destaca-se aqui:

- a característica do tecido escolhido - tecido nobre (veludo) - têm referências no fundo da imagem conceitual geradora;
- as cores utilizadas dourado que simboliza a religiosidade e roxo, relacionada com o lado místico da aluna;
- o volume dos tecidos soltos e babados significam feminilidade de quem usa.

Relacionando o release, a imagem conceitual geradora, moda e criatividade, pode-se perceber que:

Embora na imagem conceitual geradora a figura da mulher encontra-se em destaque, no release faltaram informações para se conhecer esta mulher (é dito apenas: um visual feminino e sensual próprio para mulheres modernas e corajosas com estilo próprio e criativo).

O estilo do capa lembra cenas do filme (onde aparecem personagens fugindo e se escondendo sob estas).

A composição da 'imagem conceitual geradora' apresenta principalmente as cores dourada e roxo, afirmando mais uma vez a relação com a igreja e de certa forma o poder.

Assim sendo, pode-se concluir que a Estudante de Moda 6 conseguiu um produto final que têm referências tanto com o tema central (o filme A Filha do Mosqueteiro) quanto com suas referências. Ainda que tenha sido genérica ao descrever sua mulher moderna pode-se afirmar que a relação estabelecida entre a imagem conceitual geradora, a imagem da coleção, a moda e a criatividade foi bem solucionada.



Imagem conceitual geradora



Imagem da Roupa

Aluna: Estudante de Moda 7 (2005/1)

Título: Uma doce passagem

Release

Pensada para um público feminino adolescente, esta criação propõe trabalhar a relação sensualidade e meiguice, característicos dessa fase da existência. Tendo por base não só as golas de renda do Rei Luiz XIV no filme “Os Três Mosqueteiros”, tão marcantes na moda do século XVII, mas também o universo infantil, presente na referência pessoal, a inspiração correu numa mescla entre o lúdico e a sensualidade caracterizando essa criança adolescente. Portanto, é possível observar na criação o encontro entre a sensualidade da renda e as formas e coloridos associados ao lúdico, a infância, representando esse momento de transição onde se percebe um toque de sensualidade.

Análise

Na formulação de seu conceito, a aluna evidenciou as características do tema em questão, No entanto confundiu-se ao falar de seu público-alvo e de sua referência pessoal. A imagem conceitual geradora é composta por rendas ao redor em sintonia com a inspiração, uma estrada que representa a passagem da infância (brinquedos ao fundo) à adolescência (a menina moça, jovial, inocente e moderna).

Ao se confrontar o release, a imagem conceitual geradora e a foto da coleção observa-se algumas as relações existentes entre elas. Destaca-se aqui:

- a característica do tecido escolhido (cetim - denotando sensualidade);
- o acabamento em renda (as golas do Rei Luiz XIV no filme);
- as cores utilizadas: rosa e preto (meiguice e sensualidade).

Em busca de afinidades entre a roupa, a imagem, moda e criatividade, pode-se perceber que:

A irreverência do decote tem a ver com o público-alvo, que são pré-adolescentes e está de acordo com o release: “[...] mescla entre o lúdico e a sensualidade caracterizando essa criança adolescente”. A flor no detalhe entre os seios simboliza o nascimento da sensualidade, os babados da saia e a manga fofa são a despedida do mundo infantil e as rendas, símbolo da inspiração.

A composição da 'imagem conceitual geradora' apresenta cores alegres confirmando mais uma vez a relação com o universo infanto-juvenil.

Então pode-se concluir que a Estudante de Moda 7 alcançou um produto final que têm referências tanto com o tema central “Os Três Mosqueteiros”, quanto com o público alvo. Estando a imagem conceitual geradora esteja profundamente relacionada com o lúdico, pode-se afirmar que a relação estabelecida entre o release, a imagem conceitual geradora, a imagem da coleção, a moda e a criatividade foi bem resolvida.

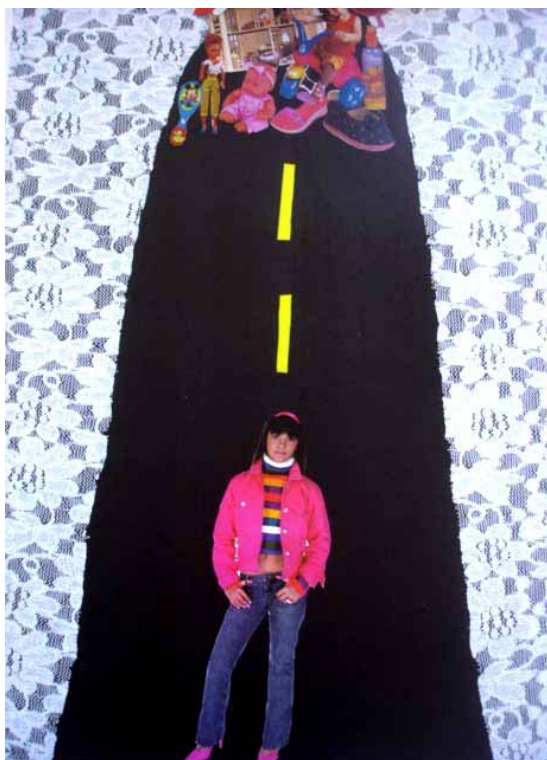


Imagem conceitual geradora



Imagem da roupa

Aluna: Estudante de Moda 8 (2005/1)

Título: Sem Título

Release

Baseado no filme “Os Três Mosqueteiros” a criação foi inspirada nas festas pomposas da época. Considerando a referência pessoal, a criação foi direcionada para as garotas extrovertidas, entre 15 e 25 anos, que gostam de se produzir para a diversão das baladas.

Trabalhando uma estética glamourosa e luxuosa expressa nas festas da época, usou-se o cetim nas cores dourada e bege, em combinação com a renda rosa. Esta última representando a delicadeza característica das mulheres a quem a coleção se destina.

Análise

O release da aluna é objetivo em seu conceito, salienta as características dos pontos explorados do filme de inspiração, é claro quando fala de seu público-alvo, todavia não identifica a sua referência pessoal. Na composição da imagem conceitual geradora observa-se os tons neutros, as pétalas da flor dourada e a figura de uma mulher independente e alegre.

A imagem conceitual geradora é equilibrada com a divisão transversal na cor bege e dourada, na mulher extrovertida e no detalhe da flor que aqui simboliza delicadeza. Careceu um elemento concreto da referência pessoal não descrita no release.

Portanto na relação release, imagem conceitual geradora e a imagem da coleção pode-se ressaltar algumas as relações existentes entre elas.

- a característica do tecido escolhido tecido nobre com brilho em parte do fundo da imagem;
- as cores utilizadas (dourado e bege) aparecem como símbolo de luxo, glamour e poder;

- as formas arredondadas da saia lembram as pétalas da flor.

Buscando analogia entre a roupa, a imagem, moda e criatividade, pode-se perceber que:

A manga fofa tem a ver com a época do filme: “Baseado no filme “Os Três Mosqueteiros” a criação foi inspirada nas festas pomposas da época” A saia godê curta é voltada ao público jovem definido no release. A composição da 'imagem conceitual geradora' apresenta cores neutras.

Conclui-se então que a Estudante de Moda 8 alcançou um produto final que têm referências tanto com o tema central (o filme A Filha do Mosqueteiro) quanto com o público alvo. No entanto abstraiu sua referência pessoal, fato importante na criação e desenvolvimento de uma coleção. Pode-se afirmar que a relação estabelecida entre a imagem conceitual geradora, a imagem da coleção, a moda e a criatividade foi satisfatória, pois a estudante soube utilizar os pontos que fez referência em sua pesquisa.



Imagem conceitual geradora



Imagem da roupa

Aluna: Estudante de Moda 9 (2005/1)

Título: Requite e ousadia em chamas

Release

Este modelo foi inspirado no filme “Os Três Mosqueteiros”, ambientado no século XVII, que relata a história de um garoto que possuía o sonho de se tornar um mosqueteiro (guardião do rei). O fogo representando a iluminação da alma e desvendando os segredos do interior do ser e o dourado marcando presença em várias esculturas, estavam bastante em evidência nas cenas e serviram de inspiração.

A criação foi feita para uma mulher de aproximados 20 anos, intelectual, que trabalha e estuda e tem gosto por coisas versáteis e ousadas, mostrando que é uma mulher moderna e elegante. No painel de referência pessoal os diamantes materializam a riqueza, o poder e o glamour característicos das obras literárias do escritor norte-americano Sidney Sheldon e também estão presentes na criação. O fogo é usado no seu sentido abstrato, representando desejo e luxúria, também dele é tirado as cores vermelho, laranja e amarelo; o dourado é retratado como a realização dos sonhos, a cor da vitória assim como o ouro; e os diamantes são empregados para darem uma aparência de elegância e requinte a peça.

Análise

No release elaborado pela aluna, pode-se observar com nitidez o elemento de inspiração no filme e inserido na coleção. A composição da imagem conceitual geradora tem equilíbrio nas informações de público-alvo, de referência pessoal e de tema de inspiração, “Os Três Mosqueteiros”. Na peça, pode-se destacar:

- a característica do tecido escolhido cetim lembra luxo, riqueza
- a cor - vermelha representa o fogo e também desejo;

Em busca da relação entre a roupa, a imagem, moda e criatividade, pode-se perceber que:

O fogo no fundo do painel tem a ver com o tema de inspiração: “O fogo representando a iluminação da alma e desvendando os segredos do interior do ser e o dourado marcando presença em várias esculturas, estavam bastante em evidência nas cenas e serviram de inspiração”, A figura da mulher condiz com o público-alvo determinado: “... 20 anos, intelectual, que trabalha e estuda e tem gosto por coisas versáteis e ousadas, mostrando que é uma mulher moderna e elegante”, as lantejoulas simbolizam a referência pessoal da criadora: “os diamantes materializam a riqueza, o poder e o glamour característicos das obras literárias do escritor norte-americano Sidney Sheldon e também estão presentes na criação”. Porém, no momento da confecção da peça a aluna abstraiu este dado.

A composição da 'imagem conceitual geradora' apresenta tons de vermelho e laranja, todos identificados no vestido e relatados no release.

Portanto pode-se concluir que a Estudante de Moda 1 alcançou um produto final que têm menção tanto com o tema central (filme “ Os Três Mosqueteiros) quanto com o público alvo. Contudo, desenvolveu uma roupa em que não a identifica como criadora, pois não possui suas referências. Pode-se afirmar que a relação estabelecida entre a imagem conceitual geradora, a imagem da coleção, a moda e a criatividade foi satisfatória.



Imagem conceitual geradora

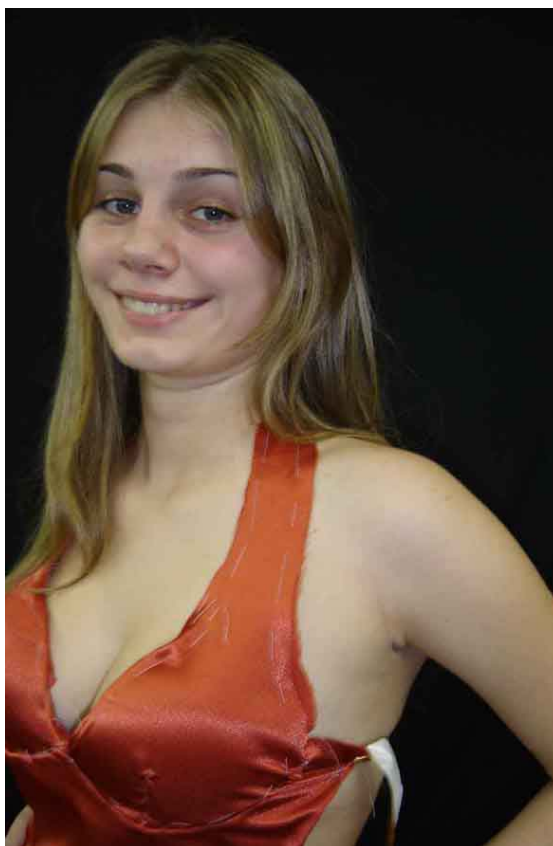


Imagem da roupa

Aluna: Estudante de Moda 10 (2005/1)

Título: Uma Flor e um Sentimento

Release

O ponto de inspiração foi a “Flor de Lis”, que no contexto do filme “Os Três Mosqueteiros”, representou o amor do mosqueteiro Atos por sua ex-esposa. Poderemos ver materializado este amor na cor vermelho e na “Flor de Lis”. O trabalho será voltado para adolescentes que estão acima do peso e que tem dificuldade de encontrar “Moda” para o tamanho de seu manequim. E como sabemos, hoje a moda criou um padrão estético onde o corpo magro ganha grande destaque e valor.

E estas adolescentes que estão acima do peso, o que usam? A “Moda” não é feita para elas. É a partir deste conceito que vamos trazer para passarela, a idéia de que a “Moda” é uma questão de atitude e deve ser criada para todos. Na passarela também será mostrado todo do romantismo do tema que está ligado à referência pessoal, associado ao bem estar destas adolescentes.

Análise

No release pode-se notar visivelmente que a inspiração no filme é inserida na coleção. A composição da imagem conceitual geradora tem equilíbrio nas informações do tema de inspiração “Os Três Mosqueteiros”, de público-alvo e de referência pessoal e. No vestido, pode-se aqui destacar:

- a cor - vermelha símbolo do amor;
- as formas com recortes e alongadas representam a flor de liz;

O tecido fluido também referencia a flor (fluidez semelhante às pétalas).

Na relação entre roupa, imagem, moda e criatividade, pode-se perceber que:

A flor de Liz em evidência no painel tem a ver com o tema de inspiração: “o amor do mosqueteiro Atos por sua ex-esposa. Poderemos ver materializado este amor na cor vermelho e na ‘Flor de Lis’”. A figura da mulher enquadra-se com o público-alvo apontado: “O trabalho será voltado para adolescentes que estão acima do peso e que tem dificuldade de encontrar “Moda” para o tamanho de seu manequim”, a poesia posicionada no painel é a referência pessoal da aluna que se apresenta como uma pessoa romântica”.

A composição da 'imagem conceitual geradora' apresenta todas os dados mencionados no release.

Logo, pode-se finalizar que a Estudante de Moda 1 desenvolveu um produto que têm alusão tanto com o tema central (filme “ Os Três Mosqueteiros) quanto com o público alvo e sua referência pessoal. Deste modo, pode-se afirmar que houve êxito na relação entre a imagem conceitual geradora, a imagem da coleção, a moda e a criatividade.



Imagem conceitual geradora



Imagem da roupa

Aluna: Estudante de Moda 11 (2005/1)

Título: Secreta paixão ardente

Release

Este trabalho é inspirado no filme “O Homem da Máscara de Ferro”, que se passa no século XVII. Relata uma grande paixão secreta de D`Artagnam e a rainha. As rosas vermelhas se materializam através da paixão demonstrando sua ousadia e seu poderio. Neste sentido, as peças vão retratar toda uma romântica sensualidade em traje de dormir. A criação se destina as mulheres que curtem andar na moda em vários estilos, dependendo apenas do ambiente onde estão.

A natureza usada nas referências pessoais estará presente o verde e o brilho de forma estilizada. Da mesma maneira, o romantismo será representado com aplicações em bordados, utilizando tecidos nobres como, *chiffon*, rendas, e cetim na criação. Transmitindo vitalidade e luxuosidade para quem esta apaixonada.

Análise

A inspiração no filme “O Homem da Máscara de Ferro”, a referência de identidade da aluna e traços do público adotado compõem o release da coleção e traduz-se na imagem conceitual geradora. No vestido pode-se aqui destacar:

- os tecidos escolhido *chiffon* e renda significam luxo;
- a cor - vermelha atua como ícone do amor;
- o acessório rosa aponta para a materialização da paixão entre os personagens
- o detalhe no ombro solto e tons de verde representam a natureza.

Pode-se perceber na ligação entre roupa, imagem, moda e criatividade, que:

A rosa em proeminência no painel simula o tema de inspiração: “As rosas vermelhas se materializam através da paixão demonstrando sua ousadia e seu poderio.”, A mulher ao fundo da imagem quase escondida representa a paixão secreta entre os personagens. Os noivos envoltos em uma moldura dourada dão a sensação de um par perfeito como se fosse um sonho, um final feliz. Faltou clareza ao argumentar sobre sua referência pessoal, qual a influência da natureza em sua vida, porém foi citada e referenciada fielmente tanto na imagem conceitual geradora, quanto no vestido criado. O mesmo acontece quando a aluna descreve seu público, superficial nas palavras “A criação se destina as mulheres que curtem andar na moda em vários estilos, dependendo apenas do ambiente onde estão”, mas bem representada pela noiva que parece saber se vestir.

A composição da 'imagem conceitual geradora' apresenta todos os dados mencionados no release, com ênfase no contexto do filme.

Logo, pode-se finalizar que a Estudante de Moda 11 desenvolveu um produto que tem implicação tanto com o tema central (filme “O Homem da Máscara de Ferro”) quanto com o público alvo e sua referência pessoal. Deste modo pode-se afirmar que obteve êxito na relação entre a imagem conceitual geradora, a imagem da coleção, a moda e a criatividade.



Imagem conceitual geradora



Imagem da roupa

Aluna: Estudante de Moda 12 (2005/1)

Título: Star Light

Release

Esse trabalho tem como base o filme "O Homem da Máscara de Ferro" onde se buscou inspiração principalmente nas roupas de D'Artagnan atentando-se para os detalhes, cores e formas. Assim, esta criação destina-se às mulheres jovens que curtem as festas, que gostam de estar bonitas e destacar-se entre as outras, enfim que buscam ser diferentes. Pode se dizer que das referências pessoais, as estrelas remetem a um luxo de corte onde poucos brilham. Neste sentido, o azul e o prata, em referência a corte e as estrelas, são trabalhadas em seu esplendor.

Análise

O release da estudante faz uma pequena citação quanto à inspiração no filme "O Homem da Máscara de Ferro", a referência pessoal da aluna e descrição do público alvo escolhido compõe o release da coleção e traduz-se na imagem conceitual geradora. No vestido pode-se aqui destacar:

- a cor azul royal lembra o céu em noite de luar;
- a estampa estrelas o brilho e o luxo
- o detalhe do capuz solto representa liberdade

Pode-se observar na relação entre roupa, imagem, moda e criatividade, que:

A relação com o tema ficou a desejar, a aluna diz: "Esse trabalho tem como base o filme "O Homem da Máscara de Ferro" onde se buscou inspiração principalmente nas roupas de D'Artagnan atentando-se para os detalhes, cores e formas", porém não identifica estes aspectos e principalmente não os coloca na imagem conceitual geradora e por consequência cria uma roupa que não tem ligação com o tema de inspiração. As estrelas em destaques na imagem são dados da referência pessoal que também é descrita genericamente: "Pode se dizer que das referências pessoais, as estrelas remetem a um luxo de corte onde poucos brilham.

Neste sentido, o azul e o prata, em referência a corte e as estrelas, são trabalhadas em seu esplendor”. Neste caso é impossível apontar a identidade do criador. O mesmo acontece com o público alvo escolhido: “Assim esta criação destina-se às mulheres jovens que curtem as festas, que gostam de estar bonitas e destacar-se entre as outras, enfim que buscam ser diferentes.”, A mulher em destaque é ousada, mas básica, não tem o comportamento, nem o olhar de alguém que deseja ser diferenciada.

A 'imagem conceitual geradora' está sem consistência e mal organizada o que reflete no resultado final do trabalho. Logo, pode-se concluir que a Estudante de Moda 12 desenvolveu um produto esteticamente valoroso, porém não tem nexos com as informações básicas exigidas em um Trabalho Integrado: Tema, público alvo e referência pessoal. Deste modo pode-se afirmar que a aluna obteve um resultado insatisfatório na relação release, imagem conceitual geradora, produto de moda, a moda e a criatividade.



Imagem conceitual geradora



Imagem da roupa

Aluna: Estudante de Moda 13 (2005/1)

Título: Liberdade e Atitude

Release

Este trabalho foi inspirado no filme “O Homem da Máscara de Ferro”, tendo como destaque a cor vermelha juntamente com a prata tiradas das principais cenas e do vestuário dos personagens. As formas usadas para criação do modelo desejado foram baseadas na roupa de banho, mas precisamente no maiô (vestuário usado para prática do surf por muitas garotas). A idéia para realização da roupa é a seguinte: na parte inferior tem-se uma saia em cetim toda revestida de tule ou tela nas laterais, favorecendo a abertura ao caminhar. Possui uma cauda na parte traseira com a gravura de uma onda aplicada em prata, sendo que o tipo de tecido ainda não foi determinado, este exemplificado é só uma idéia para ter uma base.

A roupa foi desenvolvida para uma garota jovem que tem como esporte a prática do surf, se preocupa com seu físico, tem o seu próprio estilo e o diferencial lhe atrai. O referencial pessoal foi de uma garota surfista que durante a semana estuda e final de semana freqüenta festas e vai à praia.

Análise

De acordo com o release a aluna usa o filme “O Homem da Máscara de Ferro” como inspiração para sua roupa, a sua referência pessoal e descrição do público alvo escolhido compõem o release da coleção e traduz-se na imagem conceitual geradora. No maiô pode-se aqui destacar:

- o decote profundo na forma de um V representa a prancha de surf;
- a cor prata brilho do mar

Pode-se observar na relação entre roupa, imagem, moda e criatividade, que:

A relação com o tema está coerente como que escreve a aluna no release: “Este trabalho foi inspirado no filme “O Homem da Máscara de Ferro”, tendo como destaque a cor vermelha juntamente com o prata tiradas das principais cenas e do

vestuário dos personagens”, bem representados tanto na imagem conceitual geradora como no *look* criado. Embora mal apresentada a referência pessoal é a sua familiaridade com o mar: O referencial pessoal foi de uma garota surfista que durante a semana estuda e final de semana freqüenta festas e vai à praia”, obviamente confundida com o perfil do público alvo escolhido: A roupa foi desenvolvida para uma garota jovem que tem como esporte a prática do surf, se preocupa com seu físico, tem o seu próprio estilo e o diferencial lhe atrai” representados na imagem. Visualmente o produto de moda desenvolvido é atrativo, todavia as informações em alguns momentos são excessivas: “A idéia para realização da roupa é a seguinte: na parte inferior tem-se uma saia em cetim toda revestida de tule ou tela nas laterais, favorecendo a abertura ao caminhar. Possui uma cauda na parte traseira com a gravura de uma onda aplicada em prata, sendo que o tipo de tecido ainda não foi determinado, este exemplificado é só uma idéia para ter uma base”.

A 'imagem conceitual geradora' está de maneira satisfatória integrada ao produto. Logo, pode-se concluir que a Estudante de Moda 13 desenvolveu um produto razoável, porém superficial para um Trabalho Integrado: Tema, público alvo e referência pessoal. Deste modo pode-se afirmar que a aluna obteve um resultado regular na relação release, imagem conceitual geradora, produto de moda, a moda e a criatividade.



Imagem conceitual geradora



Imagem da roupa

Aluna: Estudante de Moda 14 (2005/1)

Título: Sem título

Release

A criação do modelo de meu trabalho integrado está embasado no filme “O Outro Lado da Nobreza” cuja inspiração requer um cuidado todo especial, por salientar o lado do requinte e sofisticação com a nobreza e seu oposto, o lado rasgado desfigurado com a pobreza. Portanto, a criação é de um top e uma saia que nos mostra duas faces, o nobre e o pobre, em uma perfeita combinação apesar do contraste, evidenciando também minha referência pessoal que está atribuída nos tecidos utilizados na execução do trabalho, pelo qual me identifico através do meu cotidiano profissional.

O lado glamouroso encontra-se na parte superior, salientando o luxo, com bordados e brilhos mostrando todo o requinte da alta sociedade daquela época regida pela monarquia.

A parte inferior enfatiza os desprovidos de riquezas, e pessoas consideradas deficientes mentais, cuja qualidade de vida era deplorável. O rasgado esfarrapado e sujo ganham destaque pela diferenciação entre as duas situações vivenciadas.

Essa criação destina-se a mulheres sofisticadas que freqüentam círculos sociais requintados e que acima de qualquer coisa, buscam olhares e impressões marcantes.

Análise

A inspiração no filme “O Outro lado da nobreza”, a referência pessoal da aluna e o perfil do público adotado compõem o release da coleção e traduz-se na imagem conceitual geradora. No vestido destaca-se:

- os tons cobre e ouro como referência de riqueza;

- os tons neutros lembram farrapos
- o bordado referenciam as formas rebuscadas muito utilizadas pela monarquia (coroa, brocados)

Pode-se perceber na ligação entre roupa, imagem, moda e criatividade, que:

A figura em evidência no painel representa uma mulher de alto poder aquisitivo, alinhada, porém com um ar discreto e preocupado,: “Essa criação destina-se a mulheres sofisticadas que freqüentam círculos sociais requintados e que acima de qualquer coisa, buscam olhares e impressões marcantes”, coerente com o público adotado. Os retalhos envolvidos por uma moldura dourada têm a intenção de contrastar: A criação do modelo de meu trabalho integrado está embasado no filme “O Outro Lado da Nobreza” cuja inspiração requer um cuidado todo especial, por salientar o lado do requinte e sofisticação com a nobreza e seu oposto, o lado rasgado desfigurado com a pobreza. Portanto a criação é de um top e uma saia que nos mostra duas faces, o nobre e o pobre”. Tanto o tema de inspiração quanto o público alvo estão bem argumentados e traduzidos na imagem conceitual geradora. A aluna foi clara em seus argumentos, escolheu com cuidado as imagens, compondo assim uma imagem conceitual geradora coerente com o release e também com o produto desenvolvido.

Portanto, pode-se concluir que a Estudante de Moda 14 desenvolveu um trabalho que tem implicação tanto com o tema central, quanto com o público alvo e sua referência pessoal. Deste modo pode-se afirmar que o resultado foi bem resolvido.



Imagem conceitual geradora



Imagem da roupa

Aluna: Estudante de Moda 15 (2005/1)

Título: Dança do amor

Release

“O Outro Lado da Nobreza” foi o filme que serviu de inspiração para a criação das peças. O filme relata a história de um amor platônico de um jovem médico por uma das amantes do rei. O romantismo do filme e a cor vermelha, muito usada no figurino dos personagens e nas decorações dos castelos, serviram como base para a criação do look. As inspirações foram materializadas na delicadeza, no romantismo e nas cores das peças, dando um ar jovial e romântico adequado à garotas dos 18 aos 25 anos, pertencentes a classe média alta, extrovertidas, que adoram sair para se divertir e tem a vaidade como principal característica. A referência pessoal abordada é o balé, sendo bem visível nas peças criadas, através das fitas, laços e tecidos. O romantismo, as cores e a delicadeza do balet criaram um toque de feminilidade.

Análise

O release escrito pela estudante fala do tema/inspiração no filme “O Outro lado da nobreza”, a referência pessoal da aluna e o perfil do público adotado compõem o release da coleção e traduz-se na imagem conceitual geradora. No vestido pode-se aqui destacar:

- os tons vermelho e pink - referência de romantismo;
- o estilo colante com saia representam as roupas de bailarinas;

Pode-se observar poucas referências na ligação entre roupa, imagem, moda e criatividade:

A figura em evidência no painel representa uma mulher vaidosa, porém nada descontraída, tão pouco extrovertida e sim esnobe: “As inspirações foram materializadas na delicadeza, no romantismo e nas cores das peças, dando um ar jovial e romântico adequado à garotas dos 18 aos 25 anos, pertencentes a classe

média alta, extrovertidas, que adoram sair para se divertir e tem a vaidade como principal característica”, desconexo com o público adotado. O fundo com variações entre o vermelho e rosa tenta de certa forma representar o lado romântico: “O romantismo do filme e a cor vermelha, muito usada no figurino dos personagens e nas decorações dos castelos, serviram como base para a criação do look.”O símbolo de representação de sua referência pessoal está discretamente delineado ao canto, com se fosse apenas um detalhe, no entanto na roupa este ícone ficou em evidência perante os outros pontos. O release tem equilíbrio nas informações, descreve com clareza os pontos importantes do tema, o público alvo e a identidade da criadora, todavia estes pontos se convergem na Imagem conceitual geradora e na roupa.

Conseqüentemente, pode-se concluir que a Estudante de Moda 15 desenvolveu um trabalho desconexo com sua pesquisa de tema, público alvo e referência pessoal. Deste modo pode-se afirmar que o trabalho é insatisfatório na relação entre o *release* e a imagem conceitual geradora, a imagem da coleção, a moda e a criatividade.



Imagem conceitual geradora



Imagem da roupa

Aluna: Estudante de Moda 16 (2005/1)

Título: Alegria de Verão

Release

A inspiração foi extraída de uma cena comovente e tocante do filme “O Outro Lado da Nobreza”, onde seu significado maior instala-se em um órgão de extrema importância para o nosso corpo, o coração, com a pretensão de atingir o público surfete, com uma linha jovial cores alegres e fortes como azul, amarelo, e vermelho contrastando a rotina dos jovens adeptos ao surf, sol, praias.

Minha referência pessoal está inserida nessas características deixando em evidência sempre o bom humor, disposição e principalmente a alegria juvenil. Sendo assim, o modelo criado vem de encontro também a minha referência pessoal que se sobressaem através de um órgão vital, que também é considerado do amor e da alegria.

Análise

De acordo com o release a aluna usa o filme “O Outro Lado da Nobreza” como inspiração para sua roupa, a sua referência pessoal e descrição do público alvo escolhido compõem o release da coleção e traduz-se na imagem conceitual geradora. No maiô pode-se aqui destacar:

- a cor azul brilho do mar
- a cor amarela - alegria

Pode-se observar na relação entre roupa, imagem, moda e criatividade, que:

A relação com o tema está superficial no release: “A inspiração foi extraída de uma cena comovente e tocante do filme “O Outro Lado da Nobreza”, onde seu significado maior instala-se em um órgão de extrema importância para o nosso corpo, o coração”, questiona-se: que cena tocante é esta? A aluna não descreve, desta forma torna o seu ponto de inspiração completamente genérico sem representação tanto na imagem conceitual geradora como no *look* criado. Embora

mal apresentada a referência pessoal é a sua alegria e bom humor, representados na imagem e no produto pela cor amarela: “Minha referência pessoal está inserida nessas características deixando em evidencia sempre o bom humor, disposição e principalmente a alegria juvenil.”, o que se funde nos dados do público alvo selecionado: “Sendo assim o modelo criado vem de encontro também a minha referencia pessoal que se sobressaem através de um órgão vital, que também é considerado do amor e da alegria”, representados na imagem. As cores do *Briefing Visual* e da roupa vem de encontro com os dados fornecidos.

A “imagem conceitual geradora” está de forma satisfatória integrada ao produto. No entanto não há relação com o tema, nem tão pouca inovação no produto pode-se concluir então que a Estudante de Moda 16 desenvolveu um produto não satisfatório do ponto de vista de um Trabalho Integrado: Tema, público alvo e referência pessoal. Deste modo pode-se afirmar que a aluna obteve um resultado insatisfatório na relação release, imagem conceitual geradora, produto de moda, a moda e a criatividade.



Imagem conceitual geradora



Imagem da roupa

Aluno: Estudante de Moda 17 (2005/1)

Título: *Power noise*

Release

Através de imagens obtidas no filme: “O Outro Lado da Nobreza” Obteve-se a aparente imagem de um rio marginal ao vilarejo, o que denota fluidez. “Deixar-se levar pela correnteza”. Essa idéia foi materializada em tecidos fluidos, de movimento leve, ou ainda, em superfícies lisas, como o vinil. Neste sentido a criação remete a discos de vinil preto, utilizados por Dj’s de música eletrônica, composta por sons industriais, caracterizando um estilo punk, inspirado nos países bálticos. Reunidos em casas noturnas de *power noise*, nas grandes metrópoles. O desenho torna-se ferramenta de produção e expressão pessoal, juntamente com a idéia de infinito, verificada na ausência de início e fim, das nebulosas; assim como os rios marginais; cujas águas são infinitamente.

Análise

O release da aluna revela a inspiração no filme “O Outro Lado da Nobreza” e a expressão visual da aluna. As palavras são poéticas, com abstrações necessárias das informações, no entanto não o público alvo não é mencionado. Lembro aqui que mesmo um produto conceitual pede um objetivo, ou seja, um “usuário”. Na roupa pode-se destacar:

- a forma e o conjunto identificam os edifícios ao fundo;
- as cores branca, preta, vermelha e amarela referenciam: noite, claro e escuro, luzes;
- vinil representa os discos;
- o neon remete à vida noturna

Pode-se perceber na ligação entre roupa, imagem, moda e criatividade, que:

O desenho da mulher em evidência no painel expressa a referência pessoal da aluna: “O desenho torna-se ferramenta de produção e expressão pessoal, juntamente com a idéia de infinito, verificada na ausência de início e fim, das nebulosas; assim como os rios marginais; cujas águas são infinitamente”, O fundo da imagem simula uma noite futurista, que aqui significa inovação: “Neste sentido a criação remetesse a discos de vinil preto, utilizados por Dj’s de música eletrônica, composta por sons industriais, caracterizando um estilo punk, inspirado nos países bálticos. Reunidos em casas noturnas de *power noise*, nas grandes metrópoles”. A composição da imagem conceitual é limpa, organizada e conexa com os elementos do release e da roupa e com a mesma qualidade foi desenvolvido a parte inicial do projeto foi confeccionada a roupa. Faltaram aqui referências do público alvo o que compromete em parte o resultado final do trabalho.

Então, pode-se concluir que a Estudante de Moda 17 desenvolveu um produto visualmente agradável, inédito que têm implicação com o tema e com o público alvo. Deste modo pode-se afirmar que obteve êxito na relação entre a imagem conceitual geradora, a imagem da coleção, a moda e a criatividade.



Imagem conceitual geradora



Imagem da roupa

Aluna: Estudante de Moda 18 (2004/2)

Título: Sem Título

Release

Ao olharmos para a escultura “Davi” de Michelangelo, percebemos que ela contém uma espécie de força interior, possui a capacidade de enfrentar os desafios da existência. Assim como Davi, temos de enfrentar desafios a cada dia. A harpa foi o instrumento de Davi, um pastor de ovelhas, que através da música buscava inspiração para compor os Salmos da Bíblia.

A música foi utilizada como referência pessoal neste projeto, onde o tema central foi o Renascimento Cultural, direcionado para a escultura “Davi” de Michelangelo.

Com base nestes conhecimentos, a peça foi elaborada para ser não somente um simples traje de dormir, mas sim um meio pelo qual o público alvo utiliza para se expressar e entender o seu meio, seus desejos. Com este traje, pode-se viajar na história estando no passado e no presente ao mesmo tempo, acreditando que a música serve, assim como a arte, para expressar aquilo que não se consegue definir. Davi aqui renasceu para as artes: “Renascimento de Davi”.

Análise

De acordo com release feito pela estudante, pode se perceber com clareza os elementos de inspiração e de referência pessoal da aluna que estão inseridos na roupa. A imagem conceitual geradora é composta figuras que referenciam fortemente a música: “A harpa foi o instrumento de Davi, um pastor de ovelhas, que através da música buscava inspiração para compor os Salmos da Bíblia”.

Ao se comparar a imagem conceitual geradora e a imagem da roupa pode-se observar algumas as relações existentes entre elas:

- a característica do tecido escolhido – cetim – tecido usado nos finos trajes de dormir;

- a cor bronze - referência à estátua de Davi;
- a forma da parte superior – violino – símbolo da referência pessoal;

Buscando analogia entre a roupa, a imagem, moda e criatividade, pode-se perceber que:

As cores estão corretamente representadas, porém as formas estão óbvias por de mais, faltou uma sutil abstração ao transpor as informações da imagem conceitual geradora na peça. Em relação ao público alvo adotado os dados não bem descritos: “Com base nestes conhecimentos, a peça foi elaborada para ser não somente um simples traje de dormir, mas sim um meio pelo qual o público alvo utiliza para se expressar e entender o seu meio, seus desejos.” Então subentende-se que o consumidor seja alguém interessado em arte, no entanto não se definiu faixa de idade ou estilo.

A composição da ‘imagem conceitual geradora’ apresenta cores coerentes com o conceito que se quer transmitir e em conformidade com o traje.

Com isso pode-se concluir que a Estudante de Moda 18 conseguiu um produto final que têm menção tanto com o tema central a escultura de Davi quanto com a referência pessoal “música”. Embora a imagem conceitual geradora esteja mais fortemente ligada a estes dois pontos, esquecendo-se em parte da relação com o consumidor, pode-se afirmar que a semelhança estabelecida entre a imagem conceitual geradora, a imagem da coleção, a moda e a criatividade foi satisfatória, pois a estudante usou de bastante criatividade para desenvolver uma roupa com tais referências.



Imagem conceitual geradora



Imagem da roupa

Aluna: Estudante de Moda 19 (2004/2)

Título: Arquimetal

Release

Buscando inspiração na Arquitetura Renascentista, Arquimetal foi desenvolvida. Um traje de dormir que não tem a finalidade de passar a imagem de uma simples peça, mas sim, de ressaltar as características de uma grande obra arquitetônica, juntamente com as necessidades do público alvo e a referência pessoal da estilista.

Os pontos representados no traje, fazem parte da Basílica de São Pedro, que mostra com clareza os arcos de volta perfeita, as origens greco-romana e a repetição das formas. Sendo que, o caimento do tecido, representa o desejo do público alvo, que precisa da liberdade sem perder a elegância e o acabamento em metal faz parte da referência pessoal escolhida.

Análise

O release descrito pela a aluna tem equilíbrio nos dados exigidos no trabalho. Menciona o tema de inspiração, a referência pessoal da aluna e informações do consumidor, com nitidez. A imagem conceitual geradora tem é simples e objetiva da mesma forma que o release se identifica com clareza os elementos de representação.

De acordo com release escrito pela estudante, se observa a imagem de fundo que significa a arquitetura renascentista, o detalhe que brilha no centro da imagem é o símbolo da identidade da acadêmica que não foi bem clara, mas ela trabalha em uma empresa de metais, onde são fabricados pequenos quadrados deste material para serem usados em móveis e aberturas de construções. O público está fielmente representado por uma mulher elegante e livre, posicionada na saída da basílica de São Pedro.

Ao se contrapor a imagem conceitual geradora e a imagem da roupa pode-se observar algumas as relações existentes entre elas. Pode-se aqui destacar:

- o tecido escolhido – cetim – tem o brilho dos metais;
- a forma da veste – simula as formas da Basílica;
- o recorte na lateral – representam os arcos

Buscando relação entre a roupa, a imagem, moda e criatividade, pode-se perceber que:

As formas da roupa estão de acordo com o release: “ Os pontos representados no traje, fazem parte da Basílica de São Pedro, que mostra com clareza os arcos de volta perfeita, as origens greco-romana e a repetição das formas.” essa informação foi bem apontada no decote e recortes da peça. Os materiais escolhidos para confecção de peça também estão de acordo com as palavras descritas: “Sendo que, o caimento do tecido, representa o desejo do público alvo, que precisa da liberdade sem perder a elegância e o acabamento em metal faz parte da referencia pessoal escolhida.”.

A composição da ‘imagem conceitual geradora’ apresenta todas as informações exigidas em um trabalho integrado da segunda fase.

Com isso pode-se concluir que a Estudante de Moda 19 desenvolveu um produto final com referências com o tema central, fiel ao público traçado no release e coeso com a identidade do autor. Tanto a Imagem conceitual geradora, quanto a roupa estão visualmente adequadas e coerentes com base teórica. Portanto pode-se afirmar que a relação estabelecida entre a imagem conceitual geradora, a imagem da roupa, o release, a moda e a criatividade está bem resolvida.

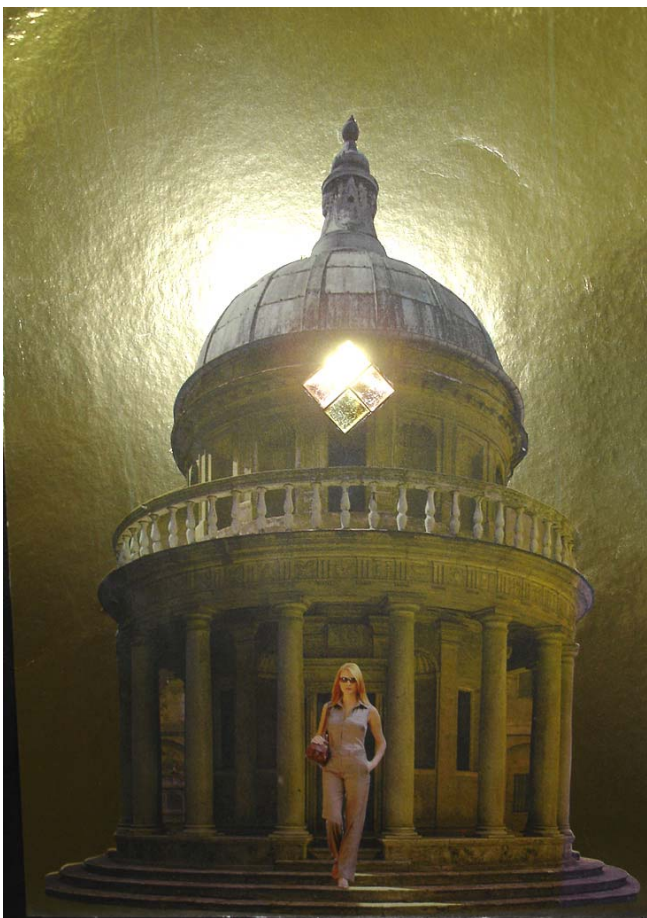


Imagem conceitual geradora

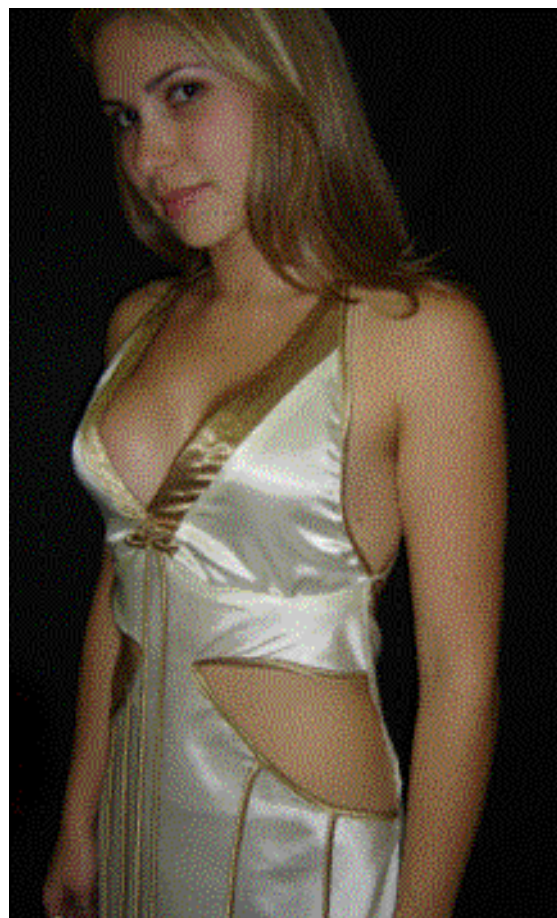


Imagem da roupa

Aluna: Estudante de Moda 20 (2004/2)

Título: Sem Título

Release

A elegância é, simplesmente, estar em uma belíssima camisola, ou mesmo uma tradicional, mas sempre interpretando de novas maneiras. Tal peça foi direcionada a garotas entre 15 e 25 anos de idade que procuram roupas que se encaixem em seu perfil jovem e romântico, sem renunciar ao conforto e a beleza de uma peça sedutora. Assim, os movimentos das vestes das esculturas renascentistas foram vinculados aos tules para representar de forma mais autêntica tais movimentos.

Análise

Segundo o release escrito pela aluna o público alvo está bem definido, “Tal peça foi direcionada a garotas entre 15 e 25 anos de idade que procuram roupas que se encaixem em seu perfil jovem e romântico, sem renunciar ao conforto e a beleza de uma peça sedutora”. O tema de inspiração está claro quando coloca: “Assim, os movimentos das vestes das esculturas renascentistas foram vinculados aos tules para representar de forma mais autêntica tais movimentos”. No entanto a identidade da aluna não foi sequer mencionada.

A imagem conceitual geradora apresenta a renda branca e as fitas em rosa *pink* que deixam a roupa leve e romântica, a figura da mulher sedutora com a faixa de idade descrita é coerente. Todavia a relação da roupa com as esculturas renascentistas se contrapõe, pois é claro na imagem que as vestes são soltas e confortáveis e a roupa confeccionada apresenta amarrações que obviamente limitam os movimentos. Como foi dito antes não há referência pessoal, o que é um ponto negativo no desenvolvimento de um projeto de moda.

Dentre os elementos que formam a imagem conceitual geradora observa-se algumas das relações existentes entre elas. Pode-se aqui destacar:

- a renda branca – representa o romantismo do consumidor;
- a fita rosa – lembra a juventude;
- o decote ousado e comprimento curto da saia – salienta a sensualidade. Relacionando a roupa, a imagem, moda e criatividade, pode-se perceber que:

A Estudante de Moda 20 desenvolveu um produto final com fortes referências com o público alvo, interpretação equivocada do tema central com nenhuma identidade pessoal de criação o que prejudicou o conceito da roupa. Visualmente a roupa ficou agradável, porém pode-se afirmar que a relação estabelecida entre a imagem conceitual geradora, a imagem da roupa, o release, a moda e a criatividade ficou insatisfatória.



Imagem conceitual geradora



Imagem da roupa

Aluna: Estudante de Moda 21 (2006/1)

Título: Sem Título

Release

O antropocentrismo toma o espaço teocêntrico e o homem torna-se agente social durante o Renascimento. Neste afã aflora o indivíduo que deixa suas lembranças de herança. Assim como almas femininas são registradas no íntimo infinito de suas caixinhas vigiadas por mudas chaves. Caixas estas, frias e encarnadas de regras sociais guardam em seu interior a candura das vontades e o calor das emoções. Por fora a rigidez do metal, frio, cinza, controlador. Dentro, um veludo vermelho a recobre, doce, quente, inebriante. Junto ao veludo a memória dos sentimentos tão suave e abstrato quanto o tecido. A chave torna-se o portal entre os dois mundos e se traduz como objeto de revelação.

Pensar na história dessas mulheres hoje é perguntar: o que há de vontades individuais no íntimo da mulher que publicamente é profissional e no lar, mãe? Ouso uma breve resposta dando-lhe liberdade como em uma viagem sem rumo, como se infinita fosse a liberdade de sua fantasia igual ao mundo aveludado da caixinha. Com a tricoline trabalhada oferecer a essa mulher a experiência carnal de suas emoções em texturas suaves, abstratas e cores que remetem ao calor que corre nas veias, que enrubescem o útero. A veste séria e rija da profissional encobrendo doces segredos e os revelando oportunamente.

Análise

De acordo com release poético da estudante, pode-se notar que as informações de tema, público alvo e referência pessoal estão descritas com sutileza nas palavras a perfeita abstração dos dados da pesquisa prévia. A imagem conceitual geradora é composta por elementos que referenciam com equilíbrio os três pontos abordados. Na roupa pode-se aqui destacar:

- a cor de fora – cinza - têm referências a frieza;
- a cor de dentro - o tom laranja avermelhado – a sintonia com a dupla jornada, a mãe e a profissional;
- os detalhes – em forma de rosas – representam o desabrochar da mulher.

A procura da relação entre a roupa, a imagem, moda e criatividade, pode-se perceber que:

As cores escolhidas com a separação de dentro e fora em forma de capa, simbolizam o público escolhido: “o que há de vontades individuais no íntimo da mulher que publicamente é profissional e no lar mãe? Ouso uma breve resposta dando-lhe liberdade como em uma viagem sem rumo, como se infinita fosse a liberdade de sua fantasia igual ao mundo aveludado da caixinha. Com a triline trabalhada oferecer a essa mulher a experiência carnal de suas emoções em texturas suaves, abstratas e cores que remetem ao calor que corre nas veias, que enrubescem o útero. A veste séria e rija da profissional encobrendo doces segredos e os revelando oportunamente.”.

A composição da “imagem conceitual geradora” apresenta tons de cinza, vermelho e laranja, todos identificados na veste e narrados no release.

Com isso pode-se concluir que a Estudante de Moda 21 conseguiu um produto final que têm menção tanto com o tema central a relação de poder masculino, perante a aparente fragilidade da mulher renascentista, herança passada à nossa mulher atual, mãe e profissional, que agrega responsabilidades, mas continua com os mesmos desejos de seus antepassados. A aluna estabeleceu com louvor a relação entre a imagem conceitual geradora, a imagem da coleção, a moda e a criatividade, faltou apenas descrever melhor a sua referência pessoal, todavia o resultado foi excelente.

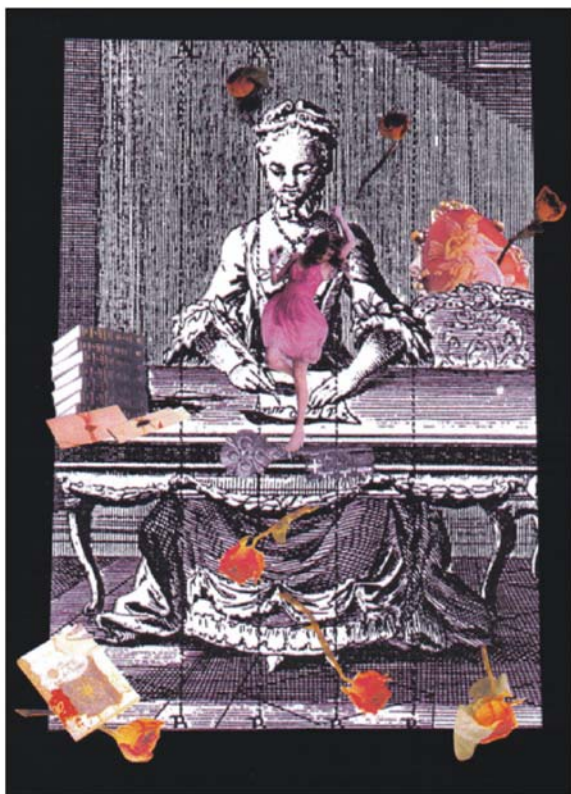


Imagem conceitual geradora



Imagem da roupa

Aluna: Estudante de Moda 22 (2006/2)

Título: Sem Título

Release

A Coleção traz do Renascimento a sátira presente da obra “O Elogio da Loucura” escrita por Erasmo de Rotterdam. A loucura é sedução, ousadia, paixão, adulação e exibicionismo, coragem e amor-próprio. Estes mesmos elementos servem como inspiração a arte circense. Com as características de tema chegou-se ao palhaço, pois tudo que envolve tem a ver com o mistério que está envolto através da irreverência do personagem.

Usando tricoline branca e desenvolvendo algumas técnicas têxteis: tramas, vazados e volumes, formas longelineas assimétricas e arredondados foram criados os *looks* conceituais para homens com estilo irreverente.

A criação originou-se principalmente na loucura entre alegria e a melancolia que existe atrás da máscara do palhaço.

Análise

De acordo com release feito pela estudante, pode-se observar claramente os apontamentos da do tema de inspiração e inseridos na coleção. A imagem conceitual geradora é composta por elementos que traduzem na medida certa o público-alvo, a referência pessoal e o tema de inspiração, “O Elogio a Loucura”. Na roupa pode-se aqui destacar:

- a característica das formas – esfiapadas/levemente bagunçadas, divertidas - a irreverência;
- os detalhes (arredondados) – remetem à lona do circo, a forma da mente;
- acessório – chapéu – público masculino.

A procura da relação entre a roupa, a imagem, moda e criatividade, pode-se perceber que:

Segundo o release: “Usando tricoline branca e desenvolvendo algumas técnicas têxteis: tramas, vazados e volumes, formas longelineas assimétricas e arredondados foram criados os looks conceituais para homens com estilo irreverente”, o público definido não se assemelha a expressão da figura masculina apresentada no painel, este está mais para um jovem sedutor que usa de seus atributos para alcançar seus objetivos do que propriamente o perfil descrito anteriormente.

O desequilíbrio do casaco remete a assimetria representando a alegria e a melancolia características do palhaço. Os recortes no tecido dão à sensação de liberdade, alegria e informalidade, perfeita sintonia com o conceito de irreverência explícito nas palavras da aluna.

A composição da ‘imagem conceitual geradora’ elementos e formas perfeitamente identificados na veste e narrados no release.

Com isso pode-se concluir que a Estudante de Moda 22 conseguiu um produto final que têm menção tanto com o tema central (o filme A Filha do Mosqueteiro) quanto com o público alvo, no entanto esqueceu-se de mencionar suas referências pessoais o que interferem na relação produto-criador. Sendo assim a aluna estabeleceu satisfatoriamente a analogia entre a imagem conceitual geradora, a imagem da coleção, a moda e a criatividade, pois a alcançou em parte seu objetivo de criar uma roupa conceitual e inovadora.

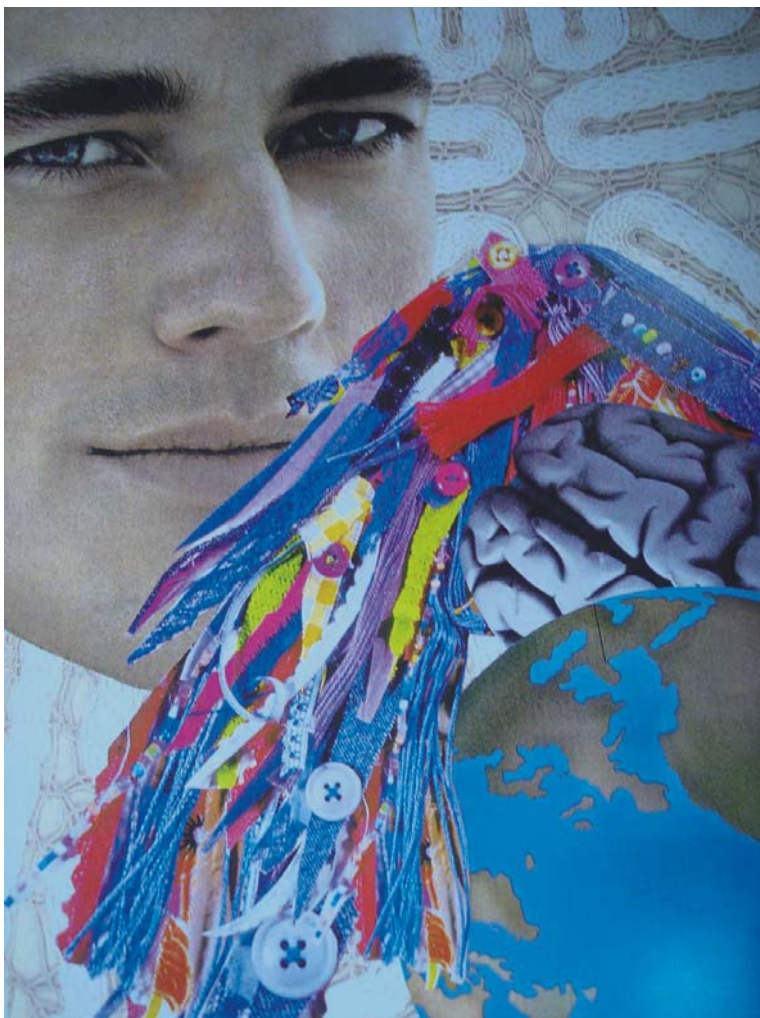


Imagem conceitual geradora



Imagem da roupa

Aluna: Estudante de Moda 23 (2006/2)

Título: O Sonho de Voar

Release

Esta coleção tem como inspiração o grande sonho de Leonardo Da Vinci que era fazer o homem voar, para isso passou longos períodos estudando os pássaros. “O pássaro se eleva no alto, é o ar que o sustém. O pássaro é um instrumento que age por força matemática, porque a asa faz tanta força contra o ar, quanto o ar contra a asa” Da Vinci. Através de suas idéias e da visão do corpo como máquina que pode ser medido e regulado, desenvolvi essa coleção para mulheres cosmopolitas entre vinte e trinta anos utilizando tricoline branco.

Análise

A estudante utiliza-se do sonho de voar de Leonardo De Vinci pra desenvolver esta coleção, no release o tema de inspiração está bem definido, assim como o público que se quer atingir, no entanto não há menção de sua referência pessoal. A imagem conceitual geradora é composta por figuras fortes e objetivas que representam fielmente o tema e o público alvo.

Ao se comparar a imagem conceitual geradora e a imagem da roupa pode-se observar algumas as relações existentes entre elas:

- a forma de círculos da parte superior do vestido – representam as engrenagens;
- a forma da saia – simulam as asas dos pássaros ao fundo.

Em busca da afinidade entre a roupa, a imagem, moda e criatividade, pode-se perceber que:

O release faz menção às formas usadas na roupa e interpretadas na imagem conceitual geradora: “O pássaro se eleva no alto, é o ar que o sustém. O pássaro é um instrumento que age por força matemática, porque a asa faz tanta força contra

o ar, quanto o ar contra a asa” estão representadas no fundo com inúmeras gaiotas. Em relação ao público alvo adotado: “Através de suas idéias e da visão do corpo como máquina que pode ser medido e regulado, desenvolvi essa coleção para mulheres cosmopolitas entre vinte e trinta anos utilizando triline branco.” Então está claro que a roupa foi feita para mulheres jovens, que está bem representada na figura da mulher composta na imagem com uma expressão forte, segura de quem sabe o que quer, coerente com o que foi dito.

Com isso pode-se concluir que a Estudante de Moda 24 conseguiu um produto final que têm menção tanto com o tema central quanto o público alvo, embora se tenha anulado a referência pessoal da aluna o que em parte compromete a criação, pois é a identidade posta na coleção que dá o diferencial do produto. Todavia, pode-se afirmar que a semelhança estabelecida entre a imagem conceitual geradora, a imagem da coleção, a moda e a criatividade foi satisfatória, pois a estudante foi habilidosa no transgredir do tema.



Imagem conceitual geradora



Imagem da roupa

Aluna: Estudante de Moda 23 (2007/1)

Título: O que os outros vão falar

Release

"Romeu e Julieta" é uma história que, para os padrões atuais, fala de uma excessiva ingenuidade. Os filhos de famílias rivais se apaixonam à primeira vista e acabam se matando por amor. Hoje, da mesma forma que se vê como ingenuidade o amor à primeira vista, vê-se como ingênuo condicionar a própria vida por receio do que os outros podem falar. Com medo desse controle exercido, muitas vezes, pela fofoca maléfica, as pessoas se escondem, se sentem ou tornam presas, rígidas, atadas.

Inspirada nessa relação entre a ingenuidade, o atrevimento e o domínio maléfico da fofoca, esta criação traduz o desejo e a liberdade de uma mulher excêntrica, eclética e sem medo de ousar, materializando-se na leveza e movimento do faillete restritos pelo controle macio, porém rígido, de tramas bem fechadas, amarrações, enchimentos e camadas contínuas.

Análise

O amor de Romeu e Julieta é apenas o ponto inicial do tema. Com desenvoltura a aluna transformou o sentimento em um significado ainda maior, a relação deste com a sociedade. O consumidor está definido nas palavras: "...esta criação traduz o desejo e a liberdade de uma mulher excêntrica, eclética e sem medo de ousar,...". No release faltou a descrição da sua referência pessoal, aspecto importante no desenvolvimento de uma coleção. A imagem conceitual Geradora é objetiva, o funil de forma crescente representa o tema de inspiração, a ingenuidade descrita no release da seguinte forma: "Hoje, da mesma forma que se vê como ingenuidade o amor à primeira vista, vê-se como ingênuo condicionar a própria vida por receio do que os outros podem falar." A figura da mulher amarrada simboliza na Imagem conceitual Geradora No vestido pode-se aqui destacar:

- a cor - vermelha – símbolo do amor;
- as formas – com recortes e alongadas – representam a flor de liz;

A composição da ‘imagem conceitual geradora’ apresenta todas os dados mencionados no release.

Logo, pode-se finalizar que a Estudante de Moda 23 desenvolveu um produto que têm alusão tanto com o tema central (Romeu e Julieta) quanto com o público alvo e sua referência pessoal. Deste modo pode-se afirmar que houve êxito na relação entre a imagem conceitual geradora, a imagem da coleção, a moda e a criatividade.



Imagem conceitual geradora



Imagem da roupa

4.1 RESULTADOS DAS ANÁLISES

Após a análise das imagens conceituais, release e posterior comparação entre eles e a coleção (que no caso do Projeto da 2ª fase os alunos desenvolvem apenas um *look*) foi possível vislumbrar o resultado apresentado no QUADRO 3.

Estudante	Tema	Resultado
Estudante 1	A Filha do Mosqueteiro	bem resolvida
Estudante 2	A Filha do Mosqueteiro	satisfatória
Estudante 3	A Filha do Mosqueteiro	satisfatória
Estudante 4	A Filha do Mosqueteiro	bem resolvida
Estudante 5	A Filha do Mosqueteiro	bem resolvida
Estudante 6	Os Três Mosqueteiros	bem resolvida
Estudante 7	Os Três Mosqueteiros	bem resolvida
Estudante 8	Os Três Mosqueteiros	satisfatória
Estudante 9	Os Três Mosqueteiros	satisfatória
Estudante 10	Os Três Mosqueteiros	bem resolvida
Estudante 11	O Homem da Máscara de Ferro	bem resolvida
Estudante 12	O Homem da Máscara de Ferro	insatisfatório
Estudante 13	O Homem da Máscara de Ferro	insatisfatório
Estudante 14	O Outro Lado da Nobreza	bem resolvida
Estudante 15	O Outro Lado da Nobreza	insatisfatório
Estudante 16	O Outro Lado da Nobreza	insatisfatória
Estudante 17	O Outro Lado da Nobreza	bem resolvida
Estudante 18	Renascimento	bem resolvida
Estudante 19	Renascimento	bem resolvida
Estudante 20	Renascimento	bem resolvida
Estudante 21	Renascimento	bem resolvida
Estudante 22	Renascimento	bem resolvida
Estudante 23	Renascimento	bem resolvida
Estudante 24	Romeu e Julieta	bem resolvida

Quadro 3 – Classificação dos estudantes por tema e resultado obtido

Para a verificação dos dados e posterior tabulação e organização destes foi estabelecida uma escala de avaliação composta por três medidas:

- **bem resolvido**, medida esta que já significa que o trabalho está de acordo em todos os elementos que o compõe, ou seja, a imagem conceitual geradora, o release e a coleção podem ser consideradas como elementos de um conjunto uniforme;

- **satisfatório**, aplicada ao trabalho quando no resultado encontrado, os elementos não estão totalmente de acordo uns com os outros. Como consequência, o resultado final é uma coleção que poucas referências apresenta com o tema inicial;
- **insatisfatório**, aplicada aos trabalhos em que os elementos que a compuseram (imagem forte, release e traje) não estão de acordo uns com os outros e o resultado é uma coleção desconexa e sem referências.

A partir disso, pode-se analisar os resultados obtidos: dentre os 24 trabalhos analisados, o resultado foi: 16 trabalhos considerados bem resolvidos, 4 considerados satisfatórios e 4 considerados insatisfatórios. Isso mostra que houve falha de avaliação no decorrer do processo didático em que todos os trabalhos foram considerados bem resolvidos. E após uma análise com mais fundamentos sobre a imagem e criatividade que são elementos fundamentais de entedimento do conceito de uma coleção e sua materialização foi possível vislumbrar que o que vem sendo feito em classe até então está um pouco desconexo com a realidade.

Essa falta de conexão resultou em trabalhos - que poderiam ser considerados insatisfatórios demandando mais estudo e esforço por parte dos estudantes que o fizeram - cujo resultado mesmo sendo considerado insatisfatório - acarretou ao estudante - que pela avaliação que havia recebido anteriormente teve seu trabalho tido como bom - um baixo embasamento para futuros trabalhos. Esse resultado vem de encontro, portanto, com os objetivos expostos por esta pesquisadora no início deste trabalho, que era, através de um bom embasamento teórico sobre moda, criatividade e imagem, obter melhores fundamentos para orientação e posterior avaliação dos trabalhos realizados nas disciplinas de Criatividade e Pesquisa e Criação de Moda.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A proposta deste trabalho é relacionar a imagem conceitual geradora com o produto desenvolvido a partir dela e verificar se esta relação tem sintonia, ou seja, se o conceito descrito no release é traduzido nos elementos que compõem a imagem conceitual geradora e conseqüentemente na coleção criada. Isto pôde ser observado a partir do levantamento teórico, que estabeleceu conceitos de imagem interpretados por especialistas no assunto; um levantamento histórico sobre moda, que apresentou um quadro de como esse sistema que, na atualidade é tão complexo e abrangente. Mas, principalmente, este resultado pôde ser adquirido através da pesquisa prática, onde a metodologia empregada para avaliação dos trabalhos realizados pelos estudantes de moda (realização de uma imagem conceitual geradora, cuja temática era variada – de filmes a períodos históricos – e a partir dela uma coleção cujo conceito é exposto na forma de um *release*), que apontou com clareza os erros e acertos dos caminhos que os alunos tomaram e, por conseguinte, do resultado final do desenvolvimento de uma coleção (ou produto de moda).

Observou-se, a partir dos dados coletados, que as análises de informação do release e da imagem conceitual geradora são essenciais para orientar o trabalho, não apenas no sentido estético, mas principalmente para facilitar a interpretação: da pesquisa ao produto final, com o objetivo de além de dar conceito, dar também unidade ao trabalho. No entanto, destaca-se aqui a grande contribuição deste trabalho na vivência profissional, pois foi a partir dela que se identificou uma falha no processo de orientação dos projetos desenvolvidos nas disciplinas de Criatividade e Pesquisa e Criação de Moda, pois, a partir de uma análise mais profunda e embasada na teoria referente a imagem foi possível verificar a ausência de dados no release, má interpretação de imagens, elementos, cores e formas. Sugere-se, portanto, a partir dos resultados obtidos que, nos próximos trabalhos os alunos sejam orientados a fazer a imagem anotando o significado de cada elemento que a compõe e posteriormente, na ligação destes elementos com a pesquisa

referente ao tema. Cabe ao professor analisar estas informações e fazer a conferência antes da criação da roupa, evitando assim erros ou pelo menos minimizando-os.

Uma atitude comum no desenvolvimento destes projetos é o aluno queimar as etapas do trabalho, no sentido de criar a peça antes de compor a imagem ou inclusive fazer a pesquisa. Faz-se aí uma observação, que é de responsabilidade do professor apresentar a metodologia e exigir sua aplicação, com o objetivo de dar conteúdo e conseqüentemente, agregar valor ao produto.

Tem-se ainda uma preocupação, a questão da credibilidade do método, já que a área acadêmica de moda é recente, portanto, há pouca bibliografia sobre o assunto, sendo a maioria delas adaptações das metodologias empregadas em projetos de design de produtos. Além disso, por se tratar de criação, os profissionais têm por precaução manter o sigilo do processo criativo (seu ou de sua equipe).

Vislumbra-se para tal situação, uma possibilidade de caminho a ser adotado, que é aplicação do método por meio de análises, ou seja, fazer com que se tenha similaridade ou forte proximidade de relação entre o que descreve e aquilo que é apresentado. Para tanto, sugere-se: salientar ao aluno a importância do método aplicado ao produto final; exigir do mesmo a veracidade dos dados coletados da pesquisa; orientá-los para que façam anotações referentes às figuras que compõe a imagem conceitual geradora e, ao final do processo conferir junto ao aluno os elementos de representação que estão conectados em todas as etapas do desenvolvimento.

Isto posto, percebe-se que os objetivos inicialmente delineados, foram alcançados e a pesquisa descobriu seu valor ao verificar nas análises erros e acertos de orientação, além de proporcionar uma expressiva contribuição teórica para as questões pontuais aqui apresentadas na área acadêmica de moda, que pouco possui em termos de informação metodológica. Esta pesquisa prevê algumas atividades futuras³ que vêm a contribuir com o que foi apresentado aqui. Dentre elas destaca-se: o desenvolvimento e aprofundamento de uma metodologia de desenvolvimento de produto de moda; a sua validação através da aplicação em situação real, de seus resultados.

³ Análise que pretende-se desenvolver em estudos posteriores com o doutorado.

REFERENCIAS⁴

AUMONT, J. **A imagem**. 8. ed. Campinas, SP: Papyrus, 2004.

BARNARD, M. **Moda e comunicação**. Rio de Janeiro: Editora Rocco, 2003.

BARTHES, R. **Mitologias**. Rio de Janeiro, Editora Bertrand Brasil Ltda., 2003

BERLO, D. K. **O processo de comunicação: introdução à teoria e à prática**. 7. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1991.

BONO, E. **Pensamento lateral**. São Paulo: Nova Era, 1992.

BRAGA, J. **História da moda: uma narrativa**. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2004.

CALDAS, D. **Observatório de sinais: teoria e prática da pesquisa de tendências**. Rio de Janeiro: Editora Senac Rio, 2004.

CENTRO PORTUGUÊS DE DESIGN. **Manual de gestão do design**. Portugal, 1997.

CHATAIGNIER, G. **Todos os caminhos da moda: guia prático de estilismo e tecnologia**. Rio de Janeiro: Rocco, 1996.

DUALIBI, R.; SIMONSEN, H. **Criatividade & Marketing**. São Paulo: Makron Books, 2000.

DELEUZE, G. **A Imagem-Tempo**. São Paulo: Editora Brasiliense, 2005.

DEMO, Pedro. **Pesquisa e construção do conhecimento: metodologia científica no caminho de Habermas**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1994.

FARINA, M. **Psicodinâmica das cores em comunicação**. 4. ed. São Paulo: Editora Edgard Blücher Ltda, 1994.

⁴ Baseado na NBR 6023: 2002 da ABNT.

FRUTIGER, A. **Sinais e símbolos: desenho, projeto e significado**. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

GIOIA, M. A. d. **Envases y Embalajes: como herramienta de la exportacion**. Buenos Aires: Ediciones Macchi, 1994.

GIOVANNETTI, M. D. V. **El mundo del envase: manual para el diseño y producción de envases y embalajes**. 2. ed. Barcelona: Editorial Gustavo Gili S.A., 1997.

GURGEL, F. **Administração do produto**. São Paulo: Atlas, 1995.

HOLANDA, A. B. **Dicionário Aurélio Escolar da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 1988.

HIDA, I. **Ergonomia: projeto e produção**. 7. ed. São Paulo: Editora Edgard Blücher Ltda, 2001.

JOFFILY, R. **O Brasil tem estilo?** Rio de Janeiro, SENAC Nacional, 1999.

JONES, S. J. **Fashion Design**. New York: Watson Guptill Publications, 2002.

KELLY, P. K. **Técnicas para tomada de decisão em equipe**. São Paulo: Futura, 2000.

LIPOVETSKY, G. **Os tempos hipermodernos**. São Paulo: Editora Barcarolla, 2004.

MOUTINHO, M. R.; VALENÇA, M. T. **A moda no século XX**. Rio de Janeiro: Editora Senac, 2000.

NÖTH, W. **Panorama da semiótica: de Platão a Peirce**. São Paulo: Annablume, 1995.

OSTRWER, F. **Criatividade e processos de criação**. São Paulo: Vozes, 1996.

PEIRCE, C. S. **Semiótica: estudos**. 3. ed. São Paulo: Editora Perspectiva, 2000.

PIRES, D. **Moda: criação e produção**. Florianópolis: UDESC, 2002. [Apostila do curso de Especialização].

PREDEBEN, J. **A criatividade hoje: como se pratica, aprende e ensina**. São Paulo: Atlas, 2003.

RAUEN, F. J. **Roteiros de investigação científica**. Florianópolis: Editora Unisul, 2002.

SANTAELLA, L. **A teoria geral dos signos: como as linguagens significam as coisas**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

_____. **O que é semiótica**. São Paulo: Brasiliense, 1983.

NÖTH, W. **Imagem**: cognição, semiótica, mídia. São Paulo: Editora Iluminuras, 2001.

STENBERG, R. J. **Psicologia cognitiva**. Porto Alegre: Artes Médicas Sul, 2000.

TREPTOW, D. **Inventando moda**: planejamento de coleção. Brusque: 2003

404.41

C23

Canto, Adriana De Luca Sampaio, 1970 -

A relação entre o produto de moda e a imagem conceitual geradora : em busca de um método / Adriana De Luca Sampaio

Canto. . 2007.

125 f. ; 30 cm

Dissertação (mestrado) . Universidade do Sul de Santa Catarina, 2007.

Orientador: Prof. Dr. Aldo Litaiff

1. Semiótica. 2. Moda. 3. Criatividade. I. Título. II. Universidade do Sul de Santa Catarina.

Ficha catalográfica elaborada pela Biblioteca Universitária