

16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE  
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

**ARTE E AUTORALIDADE NA MODA: COMO IDENTIFICAR A  
AUTORALIDADE DE MARCAS DE MODA QUE AGREGAM VALOR  
EMOCIONAL E AFETIVO EM SEU PROCESSO CRIATIVO.**

*Art and fashion authorality: how to identify the authority of fashion brands that add emotional and affective value to your creative process.*

Freitas, Nicole Ulian de; graduanda do curso de Tecnologia em Design de Moda;  
Universidade do Sul de Santa Catarina, niacole@gmail.com<sup>1</sup>

**Resumo:** Este artigo busca entender a moda autoral e a forma como marcas de moda trabalham afeto, empatia e arte e como expressam sua autorialidade em seus produtos. Por meio de leituras visuais, foram realizadas análises destas marcas, assim como os projetos da autora que tem envolvimento com a arte. Com o intuito de apurar o olhar e descobrir o momento em que a arte se apropria do vestuário como objeto expressivo, materializando a arte vestível.

**Palavras-chave:** Moda autoral; leitura visual; artisticidade.

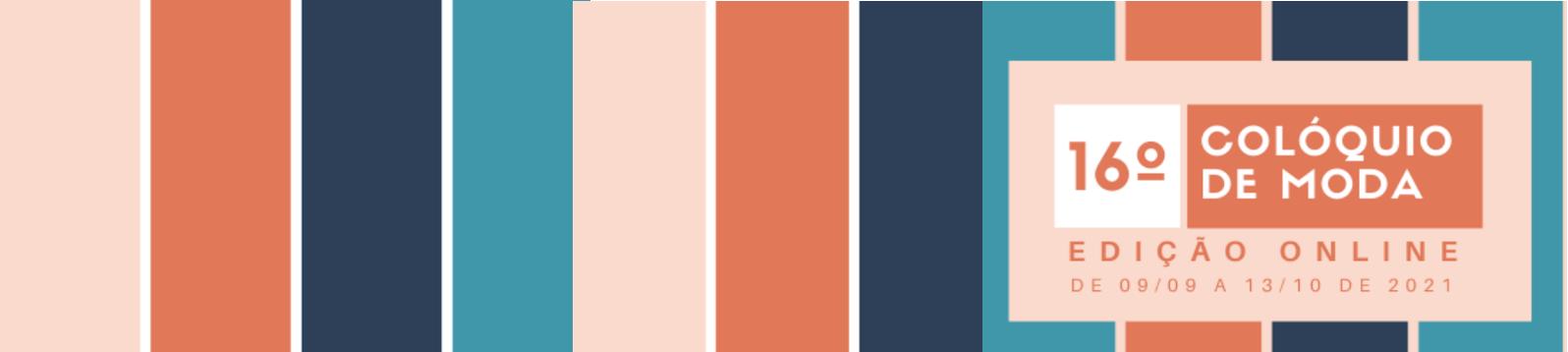
**Abstract:** Este artigo busca entender a moda autoral e a forma como marcas de moda trabalham afeto, empatia e arte e como expressam sua autorialidade em seus produtos. Por meio de leituras visuais, foram realizadas análises destas marcas, assim como os projetos da autora que tem envolvimento com a arte. Com o intuito de apurar o olhar e descobrir o momento em que a arte se apropria do vestuário como objeto expressivo, materializando a arte vestível.

**Keywords:** Author fashion; plastic semiotics; artisticity.

---

<sup>1</sup> Nicole Ulian de Freitas, artista plástica autodidata: aluna do curso de Tecnologia em Design de Moda \_ Universidade do Sul de Santa Catarina. Email [niacole@gmail.com](mailto:niacole@gmail.com).





16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE  
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

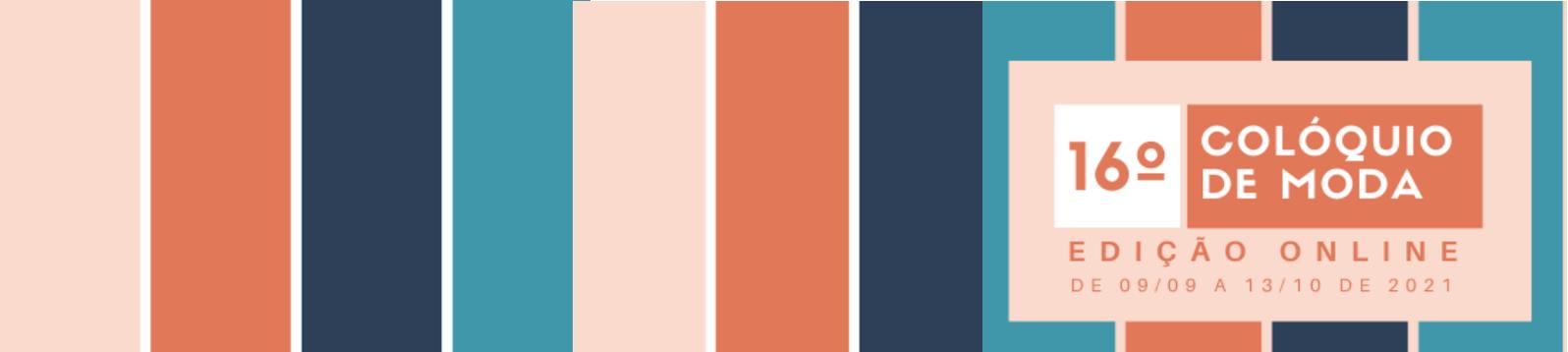
## Introdução

Vivenciamos uma alta rotatividade de produtos de vestuário, tendências sendo criadas a cada semana, necessidades desenfreadas de compra ao mesmo tempo um desapego do consumidor em relação a sua aquisição. Em um contexto global, a humanidade está cada vez mais envolvida em atender suas necessidades materiais, acabam esquecendo suas emoções. Desta forma, pesquisadores passam a estudar o comportamento humano no intuito de compreender estas relações de compra e descarte como, por exemplo, pesquisas de macrotendências da *Worth Global Style Network (WGSN)*. Descobriu-se então a necessidade de produtos que toquem as pessoas emocionalmente e no mercado têxtil, esse movimento aumentou a busca por roupas com tecidos, acabamentos e modelagens de toque macio e apelo sustentável.

Considerando este contexto, surgem cada vez mais marcas de moda oferecendo significado e autenticidade em peças exclusivas e atemporais, explorando a arte em seu processo criativo, personalizando e provocando emoções que reforçam a conexão e credibilidade do consumidor. São marcas autorais, onde o estilista/artista agrega valor em seu processo criativo apropriando-se de valores abstratos e significados, tais como suas próprias memórias e vivências de vida, para confeccionar peças de roupa como obras de arte, carregadas de algo além de suas materialidades, tornando um produto diferenciado que desperta grande experiência emocional no vestir, evitando assim o descarte fácil. Surgiu então o sistema *Slow Fashion* de moda, uma vertente onde estilistas, compradores e distribuidores estão mais conscientes da cadeia produtiva de uma roupa, enxergando o consumidor como parte importante deste sistema e analisando o comportamento e hábitos dos indivíduos que realizam uma compra. Diante deste cenário esta pesquisa busca através de uma leitura visual mais apurada, analisar de que maneira algumas marcas de moda oferecem uma significação emocional aos seus produtos, agregando valor artístico ao processo criativo por meio de uma peça de roupa exclusiva, imprimindo então sua autoralidade.

Para abordar e contextualizar a moda autoral com o intuito de entender melhor a forma como são empregadas as questões emocionais e artísticas, as autoras citadas são





16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE  
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

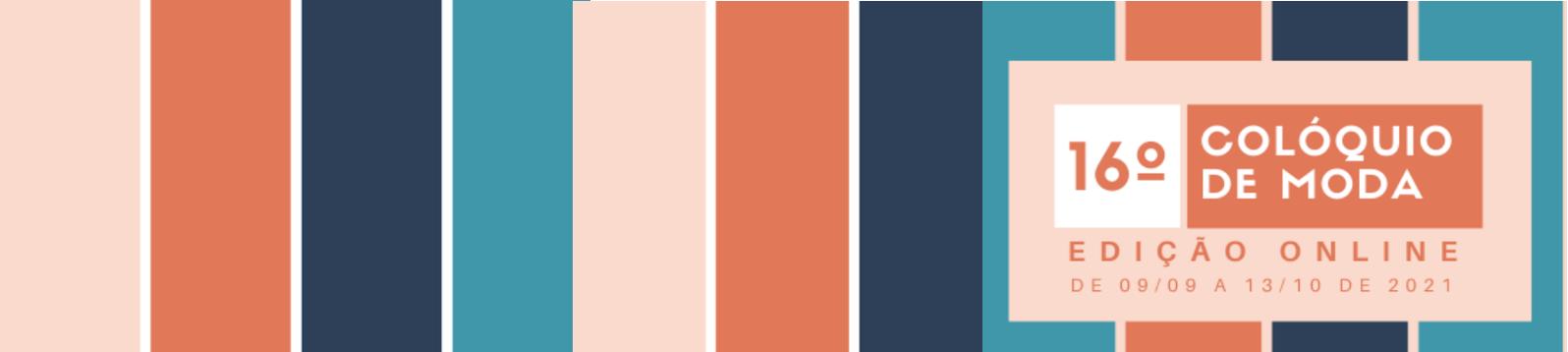
Geanneti S.T. Salomon e Julia V. Noronha, através de seus artigos acadêmicos; e Fayga Ostrower, que nos ajuda a compreender como o processo criativo se interliga com nosso ser sensível de uma forma intuitiva. Como objeto expressivo e como linguagem a moda é referida pelo filósofo norueguês Lars Svendsen; e pelos artigos acadêmicos de Michelle K. Benarush, Renata P. Cidreira e Aline T. Basso. O autor André Carvalhal, também exerce papel importante na pesquisa sobre Slow Fashion; enquanto a Arte é referida por um dos mais célebres historiadores do século XX, Ernst Gombrich; e os estudos de Vera Lúcia Teixeira sobre semiótica plástica orientam a leitura visual dos produtos apresentados.

### **1. Moda, Arte e Contexto global**

Esta pesquisa é resultante do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) em andamento, que visa extrair a autoralidade dos *designers* em seu processo criativo artístico. Podemos chamar de Arte toda iniciativa de expressão que desencadeia a criação de objetos com fins utilitários ou sentimentais, onde o ser humano expressa sua necessidade imediata ou visão do momento histórico em que vive. Um dos mais célebres historiadores da arte do século XX, Ernst Gombrich, diz: ‘Uma coisa que realmente não existe é aquilo que se dá o nome de Arte. Existem somente artistas’. As obras de arte contemporâneas são tão valiosas quanto as antigas, pois a arte no contexto histórico não deve ser considerada como uma evolução. Elas precisam ser analisadas por meio da intenção dos artistas, onde os objetivos são registrados em um contexto específico, buscando determinadas metas.

Por este ponto de vista, podemos concordar que a arte não é uma atividade esnobe, e que não existe um jeito errado de se gostar de uma obra de arte, quando podemos lembrar de alguém ou de algo que gostamos muito, por meio da semelhança na sua representação. É necessário lembrar também que na arte, métodos e regras são flexíveis, quando o que acontece é o senso estético elevado ou não, onde o artista realiza a materialização de sua visão no momento da criação.





16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE  
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

Foi Charles Frederick Worth, o pai da Alta Costura, quem inseriu a arte na moda, reconhecendo-a em pleno direito a partir de 1860, quando se atreveu a desenhar roupas seguindo seu instinto artístico e emocional. A Arte Vestível é uma manifestação artística que se utiliza da vestimenta como suporte e expressão, e foi exatamente isto que Worth se apropriou, deixando então de ser um mero subordinado aos desejos de suas clientes, e abrindo um caminho de grande importância para a Moda. Grandes estilistas sempre expressaram suas criações artísticas como Elsa Schiaparelli, que até hoje mantém presente o estilo surrealista em suas coleções, criando roupas emblemáticas feitas para impressionar.

Do latim *modus*, Moda quer dizer ‘maneira, jeito de fazer’, que significa o comportamento humano traduzido por movimentos culturais, sociais e políticos, pertencentes ao contexto histórico de uma época. Na moda, a roupa é o reflexo materializado deste comportamento, mas além dela, a música, poesia e arquitetura também definem este sistema de significados culturais.

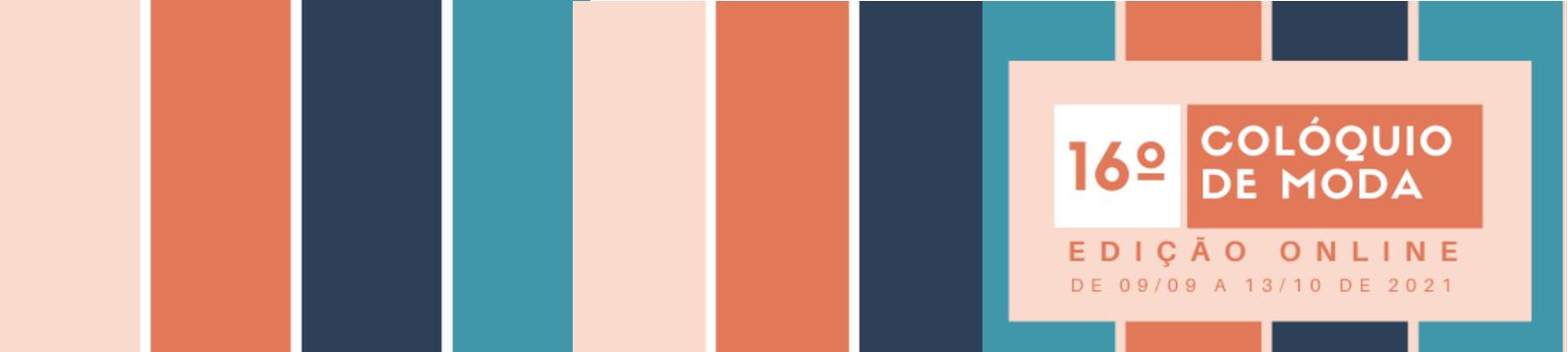
De carona com o *slow fashion*, que traz um novo olhar na maneira de se consumir moda, surge a Moda Autoral, que caminha de maneira mais lenta, sustentável e com consumidores mais conscientes e que ressalta, acima de tudo, a identidade daqueles que fazem e ocupam a peça de roupa.

## 2. Moda e Leitura Visual

Derivada da palavra grega *semeion*, semiótica significa *signo*, que representa tudo aquilo ou todo aquele que significa. Como um fenômeno da significação, ela trata a imagem como algo com finalidade e expõe as várias formas de linguagens verbais e não verbais que demonstram tal significação.

Com base nos estudos de Vera Lúcia Teixeira, é de grande importância que a arte seja lida e interpretada e esqueçamos de olhar e apreender do mundo sua materialidade sensorial, pois estamos treinados na aventura verbal. Segundo a autora, pode-se abordar uma imagem de várias maneiras. Pelo seu aparecimento histórico, pela sua utilização sociológica; por sua produção técnica, coletiva ou individual, manual ou sintética; sua





16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE  
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

recepção, impacto, sua compreensão ou memorização. Descreve também a iconicidade, a figuratividade, o interesse pelas formas, as cores e a composição, elementos não miméticos da imagem. Para além de observar linhas, volumes e cores, será preciso adotar uma metodologia de análise que opera com categorias específicas, cada vez mais bem formuladas pela semiótica plástica, que analisa sistemas semi simbólicos.

Para Teixeira (2008), as categorias plásticas são analisadas de acordo com os seguintes conceitos: às cromáticas devem ser considerados as combinações e os contrastes; as categorias eidéticas observam-se a construção das formas e suas oposições; as topológicas vislumbram a posição e orientação da movimentação no tempo e no espaço; as mátericas apura-se a corporalidade, a considerar texturas, formas, linhas, e como se aplicam visualmente.

Enfim, através do estudo da semiótica e todas as possibilidades e perspectivas que ela oferece, é possível obtermos uma leitura visual dos elementos de uma imagem neste caso, apresentamos a análise de três looks da *maison* Dior, bem como os projetos da autora, pelo seu envolvimento com a arte, com base nas categorias plásticas acima citadas.

## 2.1 Apresentação das Análises

### 2.1.1 Análise 1

Nesta análise apresentamos a coleção Primavera Verão 2021 da *maison* Dior, onde a diretora criativa, Maria Grazia Chiuri, usou como base o baralho de tarot Visconti-Sforza, uma edição italiana do século XV, famosa por ser um dos baralhos de *tarot* mais antigos do mundo. Abaixo, um exemplo de duas cartas, ‘O Louco’ e ‘O Enforcado’ respectivamente, que foram usadas como inspiração para os dois primeiros *looks* da Figura 2.

Figura 1: Cartas de *tarot* e análise 1 quanto à Dior.



16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE

DE 09/09 A 13/10 DE 2021



Fontes: [https://aminoapps.com/c/ocultismo-amino-oficial/page/blog/tarot-viscontisforza/K50X\\_4VtMuL4Y20b548xY8d8q26zlkzZKV](https://aminoapps.com/c/ocultismo-amino-oficial/page/blog/tarot-viscontisforza/K50X_4VtMuL4Y20b548xY8d8q26zlkzZKV); <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2021-couture/christian-dior/slideshow/collection>.

- **CROMÁTICAS:** tons envelhecidos, em nuances de sépia, pouco contraste, sem saturação e opacos.
- **EIDÉTICAS:** silhuetas descendentes com muito volume na parte inferior formando a linha A, ou ajustadas e longilíneas, volume das mangas e *bottons* equilibram com os *tops* ajustados.
- **TOPOLÓGICAS:** linhas verticais descendentes, criam movimento estático.
- **MATÉRICAS:** contraste de texturas pesadas com a leveza da transparência, volume em linhas ascendentes bem equilibradas com partes superiores da silhueta. Predomínio do tom sépia. Contraste de linhas orgânicas e geométricas nos bordados.

Como um resgate de símbolos místicos a estilista procurou manter-se fiel às formas, modelos e cores das roupas das cartas proporcionando ao espectador uma viagem no tempo ao século XV. A impressão de possível desconforto causada pela imposição dos materiais pesados é quebrada pelas linhas volumosas que oferecem liberdade de movimentos. O tom sépia predominante cria uma certa monotonia ao olhar, mas não o torna insípido e reforça o ponto alto da coleção que envolve o espectador ao mistério e comportamento de uma época etérea. É possível perceber a ligação entre as peças de roupa comprovando o gene da marca que apresenta sofisticação, elegância, arte e história.

### 2.1.2 Análise 2

Nesta análise apresentamos a coleção Mosaico de Sensações da autora, que utilizou um de seus quadros de Anjo de Guarda na estampa dos tecidos, homenageando sua filha, num resgate de lembranças e vivências. Seguem abaixo suas obras, entre elas a imagem do anjo que deu início à criação e posteriormente as roupas, e suas análises semióticas.

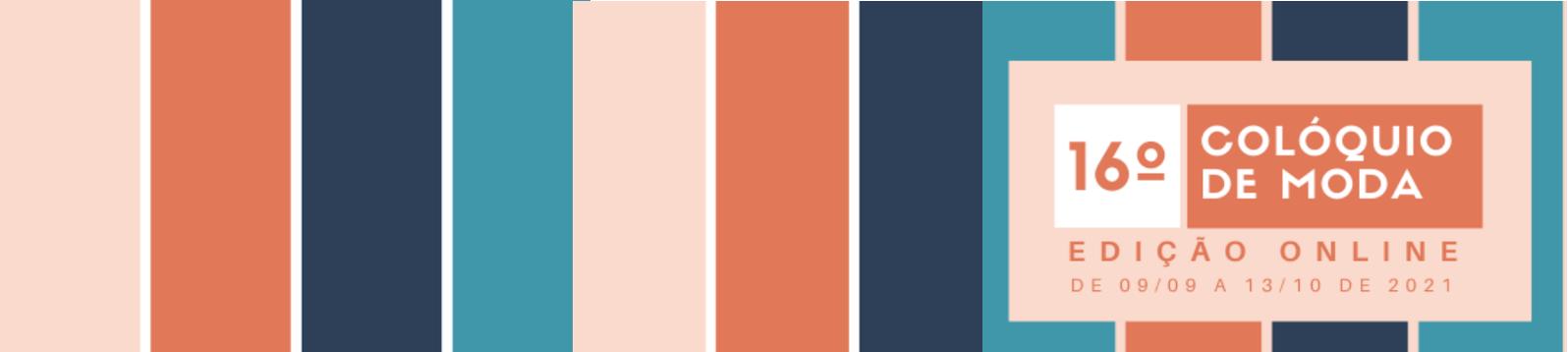
Figura 2: Anjos Guardiões pintados pela autora e desfile Unisul, 2019.



Fonte: Acervo pessoal da autora.

- **CROMÁTICAS:** tons envelhecidos, não puros, opacos, acinzentados com nuances de sépia, pouco contraste e saturação.
- **EIDÉTICAS:** linhas de movimentos suaves e orgânicos, silhuetas com volume e formas equilibradas em contraste com a cintura marcada.
- **TOPOLÓGICAS:** linhas assimétricas e descendentes, com movimento na parte inferior da silhueta.
- **MATÉRICAS:** contraste de texturas pesadas com a leveza do movimento das linhas ascendentes e descendentes, volume em linhas ascendentes e descendentes. Predomínio dos tons cinza e sépia. Contraste de linhas orgânicas e geométricas.

Nota-se que a autora utilizou sua bagagem artística e vivências de uma época de sua vida para bordar e estampar os tecidos, compondo um cenário nostálgico que



16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE  
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

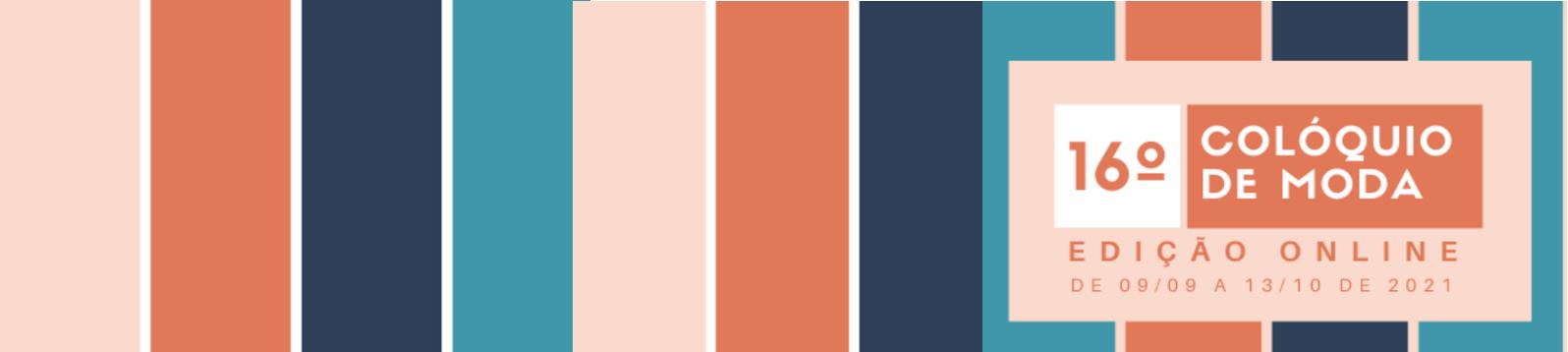
conduz o espectador a reviver suas próprias emoções. A força emocional inserida e materializada no vestuário é exatamente a mesma que deposita em suas obras. Os tons que utiliza tornam-se suaves devido à pouca saturação e registram seu DNA de criação que permite voltar ao tempo confirmando a inspiração e o ponto de partida de todos os seus projetos.

### **Considerações Finais**

Uma característica bem definida desta pesquisa é a construção da releitura de vivências pessoais, que resulta num grande mosaico de desejos e emoções, de imenso valor afetivo, e este sentimento exercido por meio do processo de criação de marcas autorais é refletido diretamente no cliente, que passa a se conectar com a arte, associando a algum aspecto de sua vida. São significados incorporados por meio do diálogo entre as três estruturas: criador, corpo e roupa. Percebemos então que a emoção faz parte da condição humana, assim como seus aspectos físicos, fisiológicos e cognitivos, bem como sua relação com o criador de moda, que é um ser sensível e que conduz sua criação projetada num patamar emocional. Para criações relacionadas à emoção, a percepção da mesma se dá pela capacidade do designer de identificação, reconhecimento e lembrança de elementos sensoriais dos contextos de sua vida, aspectos relevantes que imprimem sua identidade em toda a criação. Sendo assim, visando questões que envolvem arte e emoção, que diretamente fazem parte de uma moda mais ética, com mais autenticidade, emoção, alma, afeto e consciência, o presente projeto apresentou uma análise apurada para o entendimento de que forma os estilistas transportam sua artisticidade e conseqüentemente, a afetividade ao seu processo criativo, definindo então sua autoralidade empregada em cada detalhe que torna o vestuário único, confirmando o conceito *slow fashion* do século XXI.

### **Referências**





16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE  
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

BASSO, Aline Teresinha. **Roupa de artista: a roupa como linguagem na arte.** *In:* COLÓQUIO DE MODA. Anais... 2014/ Artigos de GT/Moda e territórios de existência, processos de criação e subjetivação/GT-8. Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202014/ARTIGOS-DE-GT/GT08-MODA-e-TERRITORIO-DE-EXISTENCIA-processos-de-criacao-e-subjetivacao/GT-8-ROUPA-DE-ARTISTA-A-ROUPA-COMO-LINGUAGEM-NA-ARTE.pdf>. Acesso em 18/09/2020.

BENARUSH, Michelle Kauffmann. **A memória das Roupas.** Academia Edu, 2012. Disponível em: [https://www.academia.edu/8047608/A\\_Mem%C3%B3ria\\_das\\_Roupas](https://www.academia.edu/8047608/A_Mem%C3%B3ria_das_Roupas). Acesso em 18/09/2020.

BUONFIGLIO, Monica. **Anjos Cabalísticos.** São Paulo. Ed. Oficina dos Anjos, 1993.

CARVALHAL, André. **Moda com propósito: manifesto pela grande virada.** São Paulo: Editora Paralela, 2016.

CIDREIRA, Renata Pitombo. **A dimensão afetiva da vestimenta.** 2006. *In:* COLÓQUIO DE MODA, Anais... 2013/Artigos de GT/Moda e territórios de existência, processos de criação e subjetivação. Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202013/ARTIGOS-DE-GT/Artigo-GT-Moda-e-Territorios-de-Existencia-processos-de-criacao-e-subjetivacao/A-dimensao-afetiva-da-vestimenta.pdf>. Acesso em 11/09/2020.

GOMBRICH, E.H. **A História da Arte.** Rio de Janeiro: Ed. LTC, 1993.

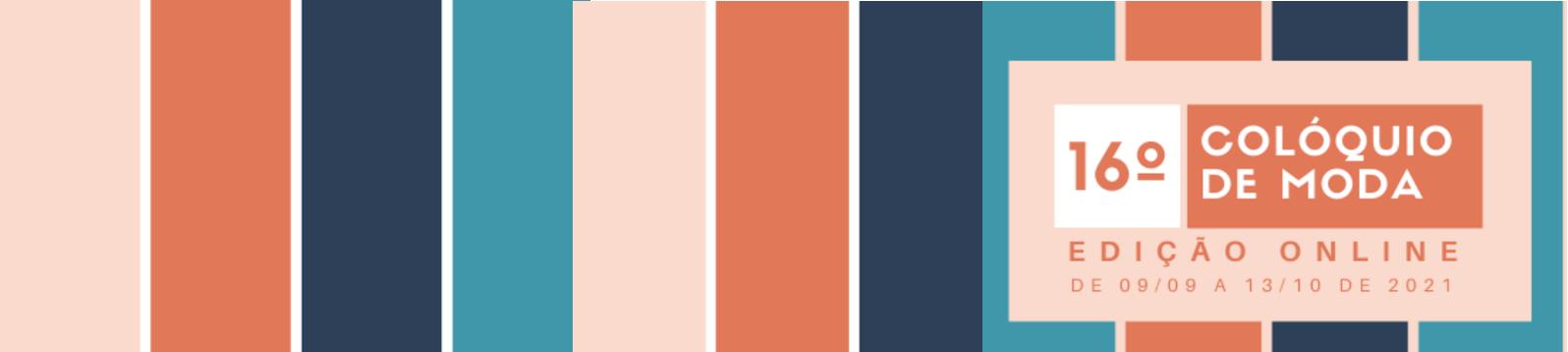
OSTROWER, Fayga. **Criatividade e Processos de Criação.** 20. ed. Petrópolis: Vozes, 1977.

SALOMON, Geanneti Silva Tavares. **Moda e alteridade: Moda autoral e a apropriação da criação do outro.** Academia. Edu, 2009. Disponível em: [https://www.academia.edu/4855611/MODA\\_E\\_ALTERIDADE\\_Moda\\_autoral\\_e\\_a\\_apropriacao\\_da\\_criacao\\_do\\_outro](https://www.academia.edu/4855611/MODA_E_ALTERIDADE_Moda_autoral_e_a_apropriacao_da_criacao_do_outro). Acesso em 18/09/2020.

SVENDSEN, L. **Moda e consumo in Moda – Uma filosofia.** Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

TEIXEIRA, J. L. **Leitura de textos visuais: princípios metodológicos.** *In:* N. B. BASTOS (org.). **Língua portuguesa: lusofonia – memória e diversidade cultural.** São Paulo: EDUC, 2008





16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE

DE 09/09 A 13/10 DE 2021

VALLE NORONHA, J. 2017. **Moda autoral**: pela compreensão de um modo de fazer (roupas). *In*: Encontro Nacional de Pesquisa em Moda. 1edn. Anais do Encontro Nacional de Pesquisa em Moda, Universidade Federal de Goiás, Faculdade de Artes Visuais, São Paulo, pp. 63-72, Encontro Nacional de Pesquisa em Moda, São Paulo, *Brazil*, 13/04/2016. Disponível em: <https://aaltodoc.aalto.fi/handle/123456789/36808>. Acesso em 18/09/2020.

