

**Matriz de Aderência Conceitual como Instrumento de Apoio à Autonomia Criativa em Projetos de Moda**

***Conceptual Adherence Matrix: Supporting Creative Autonomy in Fashion Design***

Amanda Campos

Doutora pelo Programa de Pós-graduação em Design da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)

[amandaqc88@gmail.com](mailto:amandaqc88@gmail.com)

<https://orcid.org/0000-0001-9291-2979>

**Resumo**: O artigo apresenta a Matriz de Aderência Conceitual (MAC) como ferramenta para subsidiar o processo de criação autoral em moda, compreendido como uma prática criativa de caráter expressivo, próxima ao campo das artes visuais. A metodologia adotada combina revisão teórica com relato de experiência, exemplificado por meio da a aplicação prática da matriz em ambiente educacional. A fundamentação baseia-se em estudos sobre expressividade visual (Perassi, Dondis e Gomes) e atributos específicos do vestuário (Jones, Campos, Sanches), articulando referências das artes visuais e do design de moda. A MAC demonstrou-se útil na estruturação conceitual de coleções e no fortalecimento da autonomia crítica dos estudantes, ao oferecer parâmetros de avaliação alinhadas ao conceito da coleção. Sua estrutura flexível permite aplicação em diferentes contextos e pode ser combinada com outras ferramentas projetuais, como o Mapa de Categorias Expressivas (Sanches, 2017).

**Palavras-chave**: moda autoral; metodologia projetual; criatividade; design de moda.

**Abstract**: This article presents the Conceptual Adherence Matrix (CAM) as a tool to support the process of authorial fashion design, understood as a creative expressive practice closely related to the artistic field. The methodology combines theoretical review and experiential reporting, illustrated by a student's practical application. The theoretical foundation draws on studies of visual expressiveness (Perassi, Dondis, Gomes) and specific clothing attributes (Jones, Campos, Sanches), articulating references from both visual arts and fashion design. CAM enhanced the conceptual structuring of collections and the reinforcement of students’ critical autonomy by providing evaluation parameters aligned to the collection’s concept. Its adaptable structure allows it to be applied to different contexts and to be combined with other design tools, such as the Expressive Categories Map (Sanches, 2017).

**Keywords**: authorial fashion; design methodology; creativity; fashion design.

Artigo Original

Recebido em: XX/XX/XXXX

Aceito em: XX/XX/XXXX

Forma

Descrição gerada automaticamente

Este trabalho está licenciado sob uma licença

[Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://na01.safelinks.protection.outlook.com/?url=https%3A%2F%2Fcreativecommons.org%2Flicenses%2Fby%2F4.0%2F&data=05%7C02%7C%7C4ec928c1b06d4265a85808dc67f198b4%7C84df9e7fe9f640afb435aaaaaaaaaaaa%7C1%7C0%7C638499534568161065%7CUnknown%7CTWFpbGZsb3d8eyJWIjoiMC4wLjAwMDAiLCJQIjoiV2luMzIiLCJBTiI6Ik1haWwiLCJXVCI6Mn0%3D%7C0%7C%7C%7C&sdata=5oQQ%2BITIINmL7zcxrAZs9C2ZGkrRoWeVPatI8Jyj0wE%3D&reserved=0)

1 Introdução

O processo criativo em moda tornou-se tópico recorrente de estudos, principalmente desde a institucionalização do ensino superior na área de moda. A plasticidade desse campo de ensino e atuação exige constantes revisões metodológicas e teóricas sobre o “fazer moda”. Muda o mundo, muda a moda. Logo, é requerido repensar as abordagens para se criar, produzir, consumir e comunicar moda. Observa-se uma produção acadêmica expressiva voltada à criação no universo da moda[[1]](#footnote-1).

Assumindo esses novos contornos, a velocidade e da busca por lucratividade da moda industrial culminaram na consolidação do *fast fashion* – modelo de criação, produção, consumo e descarte rápidos –, acelerando ainda mais a efemeridade inerente à moda. Esse modelo escancarou sua face mais perversa, revelando-se criativamente insustentável. Como resposta, floresce o interesse pela moda autoral, que resgata a valorização de peças exclusivas, com alto valor simbólico. Tal conceito vem sendo adotado nos cursos de instituições de ensino superior (IES) no Brasil, sobretudo diante da ameaça iminente de automatização das profissões nos próximos anos.[[2]](#footnote-2)

Nos modelos de criação voltados ao *fast fashion*, há ênfase na reprodução dos itens mais vendidos (*best-sellers)* – tanto da própria marca, quanto da concorrência – com base em dados (*data mining*)[[3]](#footnote-3) e frente aos desenvolvimentos de inteligência artificial[[4]](#footnote-4). Já a criação autoral, por sua natureza subjetiva e inventiva é considerada inautomatizável, colocando em primeiro plano a inteligência criativa do designer.

A maior parte das pesquisas científicas sobre as metodologias projetuais em moda concentra-se em práticas voltadas ao design de produto – como é de se esperar – com ênfase na atuação do alunos como designer e o usuário (ou o mercado) como eixo central do processo criativo. Essas metodologias priorizam a pesquisa de mercado, público-alvo, estilo de vida, parâmetros de moda, *benchmarking*, entre outros aspectos. Todavia, a criação autoral demanda a adaptação dessas abordagens ou mesmo novos métodos, dada a centralidade do criador no processo projetual.

Moda autoral é o termo empregado adequadamente para identificar o modo de criação centrado na figura e na singularidade do idealizador da peça, nomeadamente seu autor. Além disso, a moda autoral sustenta-se sobre os pilares da sustentabilidade de matérias-primas, produção manual e artesanal, investimento na cultura local e na história de vida do criador, vínculo afetivo e diferencial simbólico pela experiência estética sensível com a peça (Campos, 2021, p.16)

Nesse contexto, o presente artigo tem como objetivo apresentar a Matriz de Aderência Conceitual (MAC) como ferramenta de apoio à criação autoral em design de moda. A matriz foi inicialmente aplicada na disciplina Projeto de Criação Autoral do curso de Moda da Universidade [omitido para revisão cega]. Na estrutura curricular do curso, a criação autoral é desenvolvida principalmente na segunda fase, com foco na construção da identidade do autor, sendo retomada na sexta fase, que, embora centrada nos processos de gestão industrial, inclui a disciplina Conceito e Tema de Coleção de Moda Autoral – etapa preparatória para o projeto informacional da coleção que será continuada no semestre seguinte.

Sendo assim, este trabalho incialmente apresenta os pilares de expressão e percepção artística como fundamentais para a abordagem metodológica do processo criativo em moda autoral, com base nas teorias de John Dewey e Ana Mae Barbosa no campo da arte e educação. Posteriormente, discutem-se os elementos de expressão nos produtos de moda – como linhas, formas, proporção, cores, texturas, entre outros –, compondo um repertório visual inicial. Em seguida, expõe-se a Matriz de Aderência Conceitual e exemplifica seu preenchimento. Por fim, apresentam-se as considerações sobre a matriz, suas contribuições e limitações.

2 Expressão e Percepção

A questão da autoralidade como pressuposto central de um projeto de coleção implica diretamente em alterações metodológicas e filosóficas no design de moda. Como apresentado, a centralidade do autor altera suas relações com requisitos de orientação explícita ao mercado e ao consumidor, bem como os parâmetros de produto de *benchmarking* e tendências legitimadas. Uma extensa e detalhada busca por publicações que abordam processos de criação autoral em moda resultou em poucos resultados, sendo os trabalhos de Fonseca (2011, 2015) os mais relevantes na proposta de diretrizes e processos específicos.

Na tese intitulada *Caminhos por meio dos estudos visuais processo criador no ensino da moda,* Fonseca(2015) propõe uma consideração sobre o ensino da moda vinculado à percepção, mediada pela análise de imagens. No campo da moda, o visual constitui o sentido expressivo predominante no processo criativo, uma vez que as ideias e alternativas são comunicadas principalmente por meio do desenho.[[5]](#footnote-5) É igualmente relevante considerar o crescimento expressivo da imagem na comunicação publicitária, que associa produtos de moda a estilos de vida (Crane, 2014). A aparência proporciona um consumo estético e simbólico desses produtos, sendo elemento central de apreciação e avaliação (Campos; Perassi, 2012).

Na mesma direção, Maria Celeste Sanches (2016), em sua tese de doutorado, analisa como a moda e o vestuário transmitem significados culturais e sociais por meio da aplicação de uma sintaxe visual – semelhante à estruturação sintática da linguagem verbal. Elementos como cor, tecido, silhueta e acessórios funcionam como signos semânticos que comunicam códigos culturais específicos. Junior, Schemes e Sant´Anna (2024, p.4) corroboram essa visão ao afirmar que:

[...] o processo de comunicação humana foi desenvolvido por grupos específicos por meio da formação e do uso de códigos condicionados com a intenção, como os gestos, signos, linguagens verbais e demais sistemas de signos, os quais são relacionados às mais diferentes culturas (Camargo, 2020). Dentro desse amplo conjunto sociocultural e linguageiro, tem-se o sistema de moda e o vestuário. Uma das funções primordiais do vestuário é comunicar signos.

Com base nesse entendimento, a visualidade é definida como linguagem prioritária tanto para a percepção quanto para a expressão no processo criativo em design de moda – embora outros sentidos, como o tato, também desempenhem papel relevante na experiência do produto. A compreensão dos procedimentos que compõem a função semântica da expressão visual é fundamental para o desenvolvimento de projetos por meio do desenho (Campos, 2013; Treptow, 2013). A tarefa da criação envolve organizar os elementos visuais – como linhas, formas, cores e texturas visuais – de modo a expressar uma ideia. Sendo o desenho do projeto de vestuário um ato de comunicação intencional, ele deve ser elaborado por meio de um código compartilhado, a fim de assegurar que a percepção do interlocutor se aproxime da intenção comunicativa do criador. Dominar esses códigos é imprescindível para garantir que a mesma seja compreendida conforme o propósito original. Nesse campo, estabelece-se uma divisão dualista entre forma e conteúdo.

Diversos autores buscaram definir os componentes do código visual. Dentre eles, destacam-se a Dondis (2007), Perassi (2010, 2015), Gomes (2004) e Sanches (2017), que propõem elementos básicos e conceituais como formas fundamentais de expressão de uma ideia – constituindo recursos essenciais para a composição visual. O estudo desses elementos é especialmente relevante no contexto da análise de imagens, abordagem defendido como prática pedagógica central na área das artes por Fonseca (2015), Barbosa (2008) e Dewey (2010). Tal estudo é ainda mais imprescindível no processo de criação visual, já que toda mensagem visual se dirige a um objetivo específico e, portanto, deve ser construída com base nesse objetivo. Evidentemente, não é possível controlar integralmente a interpretação de cada interlocutor, pois o repertório individual varia entre os sujeitos. Ainda assim, os estudos mencionados se baseiam em culturas ocidentais e em processos perceptivos amplamente compartilhados. Logo, dominar os elementos visuais e suas relações possibilita comunicar com maior coerência as intenções expressivas do criador.

Entre os elementos básicos da expressão visual estão o ponto, a linha, o plano e a mancha. Esses elementos constituem a base da linguagem bidimensional e, embora não carreguem significados por si só, tornam-se expressivos quando arranjados intencionalmente para comunicar uma ideia. Eles possibilitam a construção de formas, ﬁguras, texturas visuais, tons e cores, de acordo com as propriedades plásticas dos materiais utilizados. Como afirmam Campos e Dias (2013, p.118), o modo como esses elementos são organizados determina a eficácia da comunicação visual. Ou seja, é a manipulação consciente dos elementos básicos da expressividade visual que dá forma ao conteúdo desejado, transmitindo intenções, simbologias e significados.

Além dos elementos básicos, há aqueles que expressas conceitos de forma mais direta – os chamados elementos conceituais. Eles decorrem das associações entre aquilo que se percebe na imagem e as experiências vividas no mundo material, bem como das projeções imaginativas que se fazem sobre a imagem. No próximo tópico, apresenta-se uma seleção de elementos visuais básicos e conceituais adequados às necessidades específicas dos projetos em moda.

2.1 Elementos da expressão do produto de moda

2.1.1 Linha e direção

A linha é considerada um **elemento básico** da expressão visual, enquanto a direção corresponde a um elemento **conceitual**. A linha pode delimitar espaços, estabelecer distâncias entre dois pontos e configurar imagens. Seu traçado indica a direção espacial –horizontal, vertical, diagonal, sinuosa e angulosa – conforme descreve Adorno (2011). As **qualidades expressivas** da linha, como cor, espessura, textura e tonalidade, associadas ao percurso que ela realiza, definem sua presença visual. Embora a linha tenha função essencial na estruturação das imagens, a cultura ocidental historicamente privilegiou a percepção da figura em detrimento do contorno. Por isso, o círculo costuma ser percebido com mais destaque do que a circunferência que o define, já que as linhas são geralmente vistas como delimitadoras de formas.

No design de moda, as linhas também exercem um papel importante na condução do olhar e na criação de efeitos ópticos sobre o corpo. Linhas verticais, por exemplo, alongam a silhueta e sugerem elegância. Linhas horizontais tendem a ampliar visualmente a largura e achatar a figura, pois atravessam o corpo perpendicularmente. Já o corte enviesado (*bias*) dos tecidos permite que linhas diagonais deslizem sobre o corpo, conferindo fluidez e dinamismo à peça (Jones, 2015). As linhas também podem estar presentes em estampas, texturas e outros tratamentos de superfícies, produzindo efeitos direcionais como convergência, divergência e orientação visual nas estruturas vestíveis.

O conceito de direção está intimamente ligado ao de linha, uma vez que os movimentos sugeridos visualmente pelas linhas revelam seu trajeto. De modo geral, reconhecem-se três direções principais: horizontal, vertical e diagonal. A horizontalidade está associada ao repouso, à verticalidade, ao equilíbrio e à ascensão; e a diagonal à profundidade, ao movimento e à espacialidade (Scott, 1970). Além disso, o código de leitura nas sociedades ocidentais – da esquerda para a direta e de cima para baixo – influencia o percurso do olhar. Portanto, ao planejar a aplicação de linhas em projetos visuais ou vestíveis, é importante considerar tanto os significados simbólicos quanto os hábitos culturais de percepção que afetam a percepção visual.

2.1.2 Forma e silhueta

A forma pode ser entendida como aquilo que permite o reconhecimento visual de um objeto ou figura (Wong, 2007). No processo de simplificação da linguagem gráfica, define-se um conjunto de **formas básicas** que fundamentam a composição visual. Seguindo os preceitos da escola de design alemã Bauhaus, Dondis (2007) destaca três formas geométricas primárias: o **círculo**, o **quadrado** e o **triângulo equilátero**. Além de servirem como base para composições mais complexas, essas formas carregam, culturalmente, significados simbólicos particulares: “ao quadrado se associam o enfado, honestidade, retidão, esmero; ao triangulo, ação, conflito, tensão; ao circulo, infinitude, calidez, proteção” (Dondis, 2007, p.58). A esse conjunto somam-se as **formas orgânicas**, que embora frequentemente associadas ao círculo, são menos regulares e remetem a elementos encontrados na natureza, sendo mais casuais e espontâneas.

No campo do design de moda, a silhueta refere-se ao contorno externo de uma peça do vestuário ou do corpo que a sustenta, percebido a partir de sua projeção ou sombra (Jones, 2011). Segundo Sorge e Udale (2009), a silhueta é o primeiro impacto visual de um *look*, pois é o aspecto mais facilmente percebido à distância, ela é a primeira impressão geral obtida da roupa antes da observação de detalhes. Saltzman (2004) descreve a silhueta como uma representação bidimensional, sem a indicação de volume.

**Figura 1 –** Silhuetas inusitadas com ênfase nos ombros e trapézios

 

**Fonte:** Daniela Rettore, disponível em Fashion editorials (2024, s.p.) <https://www.fashioneditorials.com/daniela-rettore-marie-claire-bruna-ludtke/#google_vignette>

“A definição da silhueta é essencial nas etapas preliminares do processo de desenvolvimento do design a fim de determinar quais partes do corpo serão destacas e por quê” (Mendes e Santos, 2017, p.03). Essa escolha deve reverberar o conceito da coleção e ser passível de materialização; exigindo, assim, a análise das possibilidade estruturais, dos materiais e das técnicas a serem empregados. Além disso, a silhueta não atua isoladamente: sua leitura visual é influenciada por outros elementos do design, como os efeitos de superfície (Silva e Menezes, 2018).

As nomenclaturas tradicionais das silhuetas geralmente derivam de formas geométricas, letras do alfabeto ou estilos marcantes de determinadas épocas, explica Jones (2011.). A literatura especializada recomenda que uma coleção mantenha certa consistência nas silhuetas, evitando excessiva variedade, o que pode comprometer o impacto visual e enfraquecer a coerência da mensagem transmitida.

2.1.3 Proporção

A proporção refere-se à relação entre as partes de um objeto entre si, com o todo e com o espaço em que está inserido. Quando bem estabelecida, essa relação pode gerar sensações estéticas associadas à harmonia e ao equilíbrio. Embora frequentemente estudada em áreas como arquitetura, design e artes visuais, a proporção desempenha papel igualmente relevante no design de moda.

No contexto da moda, a proporção é influenciada não apenas pelo desenho bidimensional da peça, mas também pela escolha de materiais, que impactam diretamente o volume e o caimento sobre o corpo. Assim, considerar a tridimensionalidade do vestuário é fundamental para compreender como as proporções se manifestarão na prática.

A proporção está intimamente ligada ao conceito de silhueta, especialmente quando se analisa a distribuição do peso visual nas partes superior e inferior do corpo – geralmente divididas pela linha da cintura. Como destaca Jones (2011), o trabalho com proporções exige decisões estratégicas: qual tipo de corpo será considerado na criação? Quais áreas deseja-se enfatizar ou atenuar? Quanta pele será exposta ou coberta?

Na prática contemporânea, a proporção tida como mais harmônica é aquela que apresenta equilíbrio visual entre busto e quadris, muitas vezes associada à silhueta ampulheta, conforme difundido na literatura de consultoria de imagem e estilo (Aguiar, 2015). No entendo, o campo da criação autoral convida o designer a questionar normas estéticas estabelecidas, propondo novas leituras visuais e experimentações ousadas de silhueta e proporção.

2.1.4 Escala

As formas e figuras, quando posicionadas em uma composição e justapostas a outros elementos, podem sofrer modificações perceptivas em sua aparência e significado. Para Dondis (2007), esse fenômeno está relacionado ao elemento conceitual da **escala** – entendida como a relação dimensional entre os elementos visuais e o contexto no qual estão inseridos. As variações de escala ocorrem a partir de três tipos de relação: (1) da forma com suas partes internas; (2) da forma com outras formas presentes na composição, e; (3) da forma com o todo da estrutura visual. Ou seja, a percepção de escala depende de proporcionalidade, contraste e contexto.

No campo da moda, o conceito de escala costuma ser compreendido com base na expectativa do tamanho real que determinada peça ou parte do vestuário apresenta. Isso ocorre porque a percepção da escala está profundamente vinculada à experiência corporal e física dos observadores com os objetos do mundo real. Assim, padrões visuais que fogem ao tamanho habitual – como bolsos desproporcionalmente grandes, golas ampliadas ou estampas muito reduzidas – podem causar efeitos de estranhamento e/ou surpresa.

Embora existam proporções tradicionalmente bem aceitas, a escala na moda está aberta à experimentação. Quebrar expectativas por meio da manipulação intencional da escala pode gerar composições expressivas e impactantes, capazes de desafiar códigos visuais estabelecidos. Desenvolver a sensibilidade para manipular a escala de maneira coerente e criativa é um aprendizado contínuo para os criadores de moda e demais comunicadores visuais.

2.1.5 Movimento, dinamismo e ritmo

O movimento real envolve os conceitos de mudança e passagem do tempo. No entanto, em imagens estáticas, os elementos visuais são fixos. Nessas situações, fala-se de **movimento implícito**, ou seja, uma sugestão do deslocamento gerada disposição dos elementos visuais. O olhar do observador percorre essas composições guiado pelas linhas, contornos, direções e contrastes presentes, o que cria ritmos visuais que dinamizam a experiência estética.

Segundo Lupton e Phillips (2008), o movimento implica mudança de posição no decorrer do tempo. Contudo, mesmo na ausência de deslocamento rela é possível simular movimento por meio de efeitos gráficos como a inclinação de linhas, formas curvas e diagonais, sobreposições, variações de forma e texturas, que sugerem profundidade, volume e fluidez visual. Esses elementos tornam a imagem mais envolvente e dinâmica em comparação a composições planas e estáticas.

Dondis (2007) afirmar que “o movimento como componente visual é dinâmico”, sendo este dinamismo um fator que intensifica o poder de atração de uma composição visual. Já Eslava Ardila (2016) amplia essa concepção ao relacionar dinamismo não apenas à disposição dos elementos, mas também à variação de formas, tamanhos, texturas, acabamentos e, principalmente, do contraste de cores aplicados nas superfícies das peças.

Nesse contexto, torna-se pertinente considerar a noção de ritmo visual. Para Jones (2011), assim como na música, o ritmo em uma composição visual pode ser produzido pela repetição regular de determinados atributos ou pela criação de padrões mais fragmentados e descontínuos, cada qual com efeitos expressivos distintos. Os tecidos estampados são exemplos de como a repetição pode construir ritmo visual eficaz. Oliveira (2008) destaca que os ritmos mais fragmentados e descontínuos são mais dramáticos e geram maior impacto perceptivo. Portanto, compreender e manipular o movimento e o ritmo visual é essencial para criar composições expressivas, capazes de conduzir o olhar e despertar emoções no observador.

2.1.6 Equilíbrio e harmonia

Assim como o movimento, o equilíbrio visual é uma projeção mental baseada em experiências físicas e sensoriais. A percepção do equilíbrio deriva da vivência corporal dos seres humanos, que necessitam do equilíbrio físico para permanecer em pé e se movimentar. No plano visual, o equilíbrio está relacionado à distribuição equilibrada das formas visuais em uma composição, o que permite que o olhar do observador percorra a imagem de maneira fluida e contínua, sem se fixar excessivamente em um única ponto de atenção.

Em criações de moda – como no desenvolvimento de um *look* ou de uma coleção – o equilíbrio visual se manifesta na equivalência do valor de atração dos elementos que compõem a imagem ou o vestuário. Quando bem distribuídas, essas forças visuais criam a sensação de estabilidade e ordem estática.

A experiência do equilíbrio visual pode ocorrer por meio da simetria, que pode ser axial (plena, invertida ou aproximada) ou radial. No entendo, há ainda composições não simétricas que ainda assim são equilibradas. Scott (1970) define esse tipo de estrutura como “equilíbrio oculto”, obtido por meio de compensações entre formas, cores, tamanhos e posicionamentos. Apesar de mais complexo de alcançar, esse tipo de equilíbrio oferece soluções mais dinâmicas e sofisticadas.

A esse conceito soma-se o de harmonia visual, que, segundo Jones (2011), não é o exato oposto de contraste, mas seu complemento. Enquanto o contraste explora das diferenças entre os elementos, a harmonia enfatiza similaridades, facilitando a combinação de peças e promovendo uma estética agradável. Looks e produtos visualmente harmônicos tendem a ser mais facilmente aceitos pelo público e possuem maior potencial comercial.

Por outro lado, o desequilíbrio visual pode ser explorado propositalmente como recurso expressivo. Para Gomes (2004), composições que rompem com o equilíbrio tradicional provocam, inquietam, surpreendem e chamar a atenção do observador, funcionando como estratégia para gerar impacto e originalidade.

2.1.7 Textura, transparência e camadas

A textura é uma qualidade de superfície associada à visão e ao tato. As texturas agregam detalhes, sugerem atmosferas e instigam ao atribuir profundidade às imagens. No campo do desenho e do design gráfico, como na estamparia, a textura não possui qualidades táteis, sendo apenas sugerida visualmente.

Todavia, o campo da moda possibilita a amplos manipulação e investimento tátil – já que os produtos de moda, além de vistos, são vestidos. Os materiais do vestuário podem enaltecer ou comprometer um projeto bem concebido (Jones, 2011). Assim, é importante conhecer os diferentes atributos dos tecidos, texturas e tratamentos de superfícies – como costuras, aplicações, tintas e corantes – e compreender como esses elementos interagem entre si.

**Figura 2 –** Sobreposição de texturas e transparência em *styling* de moda



**Fonte:** Daniela Rettore, disponível em Fashion editorials (2024, s.p.) <https://www.fashioneditorials.com/daniela-rettore-marie-claire-vitoria-mota/>

Outra qualidade tátil relevante é a transparência, que consiste em um caso especial de superposição. Segundo Arnheim (2000. p.242), “a oclusão é apenas parcial, pois os objetos visuais são vistos sobrepondo-se um ao outro, embora o objeto oculto permaneça visível através daquele que o sobrepõe”. O conceito de camadas está, portanto, correlacionado ao de transparência, já que percebemos a transparência entre planos. Além de permitir a mescla entre dois elementos, a transparência pode ser utilizada para aplicar uma coloração ou textura de forma integral sobre a composição – como uma camada transparente de cor. Também é possível investir na transparência sobre a própria pele, tratando o corpo como camada base, revelando determinadas partes do mesmo.

Camadas consistem em componentes simultâneos e sobrepostos (Lupton e Phillips, 2009). Na moda, as camadas estão comumente associadas às sobreposições. Estas podem ocorrer na sobreposições de tecidos em uma única peça – prevista ainda na etapa de criação – ou na composição com diferentes itens do vestuário, por meio do *styling,* ou seja, na ordenação de peças umas sobre as outras para compor um visual interessante. O acúmulo de camadas em *looks* sugere complexidade e estilo, enquanto sua ausência remete ao minimalismo e à limpeza visual.

2.1.8 Cores e tons

Pode-se também aplicar camadas de cor dotadas de transparência para alterar completamente a coloração de uma composição, transformando, em parte, sua significação e percepção. As cores “produzem sensações, sentimentos, transmitem mensagens [...], nos expressa valores, estados de espírito, situações” (Ortiz, Antón, 2014, p.30). Autores afirmam que a percepção da cor está mais relacionada às emoções do que à sobrevivência, sendo amplamente discutidos os aspectos psicológicos e de comunicação visual das cores. Um vasto repertório simbólico em torno da forma como as cores são tratadas e construídas visualmente foi desenvolvido ao longo da história da humanidade por meio de associações naturais, indícios ou convenções arbitrárias.

Há dois modos distintos de se perceber a cor. O primeiro é a cor-luz, percebida diretamente de fonte luminosa, como telas e visores. O segundo corresponde à cor-pigmento, percebida como luz refletida por um suporte material. No campo da moda, a pigmentação ocorre por meio de processos de impressão (pintura) ou tingimento. Como a percepção da cor depende da incidência da luz, é fundamental que designers considerem que uma mesma cor parecerá distinta sob diferentes iluminações e em diferentes ambientes (Jones, 2011).

Existem gamas de cores comumente associadas às estações. No inverno ou outono, predominam o preto e os tons escuros, por reterem o calor corporal. Já nas estações quentes, prevalecem o branco – que reflete o calor – e os tons pasteis (Jones, 2011, p.128).

Outro aspecto relevante da cor na moda são suas associações simbólicas. Cada cor carrega significados particulares em diferentes culturas, como estudado pela psicologia da percepção e pelo simbolismo das cores. O vestuário, por sua vez, reforça significações próprias para determinadas cores, como o clássico “pretinho básico” ou a ousadia e sensualidade do vestido vermelho. Tais atribuições variam culturalmente: enquanto o vestido branco é tradicional em casamentos ocidentais, na Índia, o vermelho é a escolha habitual para noivas. Outro exemplo recorrente refere-se às vestes de luto: preto no Ocidente e brancas em culturas orientais.

Por todos esses motivos, a cor é um dos elementos-chave no desenvolvimento de uma coleção, sendo um dos três atributos considerados por Sanches (2017) em seu *Mapa de Categorias Expressivas*. Na análise de uma coleção, a cor é, geralmente, o primeiro elemento a provocar uma reação no consumidor. Por isso, a definição da paleta cromática deve ocorrer logo no início nas etapas inicias do processo criativo, já que ela transmite o “clima” ou o “tom” da estação.

Uma cor é composta de três atributos: o matiz (a cor em si), a intensidade (saturação ou pureza) e o valor (grau de claridade ou escuridão). O valor decorre do modo como a luz é irradiada de maneira heterogênea pelas diferentes superfícies e suportes, originando o que chamamos de tom. A sensibilidade tonal confere novas qualidades às cores, adicionando profundidade e ampliando as possibilidades de combinação de um mesmo matiz. Diferentes matizes podem ser organizados em paletas análogas, complementares opostas ou complementares secundárias, além de poderem ser rebaixados, escurecidos ou intensificados.

2.1.9 Elementos figurativos ou motivos

As associações entre elementos gráficos expressivos podem gerar diferentes denotações figurativas. Ou seja, a maneira como manchas, linhas e pontos são organizados podem levar à identificação de figuras reconhecíveis, por meio de um processo de leitura denotativa. Tais relações figurativas decorrem de analogias ou semelhanças formais. Perassi (2015, p.59) exemplifica: “a representação de uma casa, como resultado da combinação dos desenhos de um triângulo, um quadrado e um retângulo, compostos de acordo com uma estrutura e uma proporcionalidade”.

No contexto da criação de uma coleção de moda, cabe ao designer decidir se utilizará figuras reconhecíveis que se relacionem com o tema escolhido. Esses elementos figurativos podem assumir diferentes formatos e técnicas de aplicação, como:

* estampas corridas ou localizadas;
* aplicações e bordados;
* botões, aviamentos e acessórios temáticos;
* sobreposições têxteis;
* construção volumétrica e modelagem da peça que remeta a contornos ou formas figurativas.

2.1.10 Alusão simbólica e/ou emocional

Além dos elementos básicos (como a linha) e conceituais frequentemente explorados na literatura sobre expressividade visual, no contexto da criação em moda autoral, torna-se essencial considerar dois atributos adicionais aplicáveis às coleções de produtos: alusão simbólica e alusão emocional.

Perassi define esses atributos como “sentidos imaginados”, classificando-os como elementos metafigurativos – ou seja, “ideias decorrentes dos efeitos psicológicos, afetivos e cognitivos, provocadas a partir das características gráfico-visuais da composição ou do discurso visual observado” (Perassi, 2015, p.59). Ainda que esses aspectos estejam, em geral, contemplados no conceito geral da coleção, é pertinente definir os atributos do conjunto de produtos, revisar quais atribuições simbólicas o autor deseja provocar no público por meio da interlocução estética com a coleção.

A semiótica – especialmente a aplicada ao campo da cultura material – oferece uma base teórica sólida para refletir sobre os processos de significação e interpretação de signos. A semiótica da cultura, particularmente a vertente russa, reconhece a existência de uma segunda realidade simbólica, que se sobrepõe à realidade tangível (material). Essa segunda realidade é imaginativa, simbólica e tipicamente cultural, composta por signos convencionais herdados e transformados pela cultura (Losada, 2010).

Ainda que brevemente, é válido mencionar outras abordagens relevantes para o campo da criação em moda, como as propostas por Aby Warburg e Georges Didi-Hubermann. Suas reflexões sobre as formas-*pathos* (*Pathosformel*) – fórmulas visuais que expressam emoções intensas e que atravessam diferentes tempos e civilizações – fornecem subsídios para compreender como imagens e formas mantêm uma espécie de sobrevivência simbólica (*Nachleben*), que pode ser evocada também nas práticas autorais do design e da moda (Campos, 2019).

Assim, ao mobilizar referências simbólicas ou afetivas em uma coleção, o criador em moda não atua apenas como criador de formas, mas como alguém que costura memórias culturais e sensibilidades coletivas, aplicando o vestuário como linguagem viva, expressiva e profundamente significante.

3 Aplicação Didática da Mac

Com base nos 10 atributos de produtos de moda – (1) Formas e linhas, (2) Proporção e silhueta, (3) Escala, (4) Movimento, ritmo e equilíbrio, (5) Profundidade, (6) Textura, (7) Cor[es] e tons, (8) Elementos figurativos, (9) Alusão simbólica, (10) Sensações e emoções – identificados como relevantes ao processo de criação autoral, elaborou-se uma matriz a ser preenchida pelos autores das coleções de vestuário. A Matriz de Aderência Conceitual (MAC) tem por objetivo orientar como o tema escolhido será expresso nos produtos de moda e, por isso, deve ser aplicada nos primeiros estágios do processo criativo – logo após a definição do tema e antes da geração de alternativas.

A proposta é que a MAC funcione como ferramenta tanto de geração quanto de avaliação de alternativas. No primeiro caso, sua função é sugerir atributos que possam servir como ponto de partida para novas proposições – possibilitando que o autor parta, por exemplo, de uma paleta de cores, formas ou texturas específicas. Simultaneamente, a matriz contribui para manter o foco conceitual do projeto, favorecendo a coerência entre o tema e os resultados formais. No momento de avaliação, a matriz previamente preenchida serve como critério para verificação e seleção das propostas mais aderentes ao conceito.

A MAC foi aplicada em turmas da sétima fase do Bacharelado em Moda, na disciplina Projeto de Coleção de Moda, em que os estudantes concebem as coleções de conclusão de curso. Sua utilização ocorreu no início do semestre, como retomada do conceitos individuais desenvolvidos anteriormente na disciplina de Tema e Conceito de Coleção Autoral, ministrada na fase anterior. Ao longo de sua implementação, foram realizados ajustes metodológicos, como a exclusão de uma ferramenta secundária baseada em uma escala Likert das técnicas visuais de Dondis A. Dondis, que não se mostrou eficaz na prática pedagógica. Os elementos da MAC foram reorganizados e renomeados com base no *feedback* dos estudantes, na avaliação docente e em revisões da literatura especializada.

A versão aqui apresentada – considerada definitiva, ainda que passível de adaptação conforme o contexto – é composta por dez atributos dispostos em linhas (Quadro 1), cuja ordem não é obrigatória. As colunas da matriz são de número variável (recomenda-se até três) e devem apresentar os conceitos centrais que compõe o tema de coleção, de forma concisa e precisa. A seguir, cada célula é preenchida com a associação entre o conceito e os atributos expressivos definidos, como exemplificado no Quadro 1.

A aplicação da ferramenta desencadeou o processo de criação de coleção, com base nas etapas tradicionalmente adotadas em projetos de moda: (1) geração de alternativas (esboços, estudos de modelos, definição de materiais e tecnologias); (2) avaliação e elaboração (seleção das melhores propostas, desenhos técnicos, fichas técnicas, modelagem e prototipagem) e, posteriormente, (3) confecção da peça piloto e preparação da apresentação final em desfile, realizadas na oitava fase do curso (Montemezzo, 2013, p.62). A Figura 3 exibe quatro *looks* selecionados de uma coleção criada por uma estudante, cujas diretrizes expressivas foram estabelecidas com auxílio da MAC (vide Quadro 1).

**Quadro 1** – MAC preenchida por discente para projeto de coleção

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Elemento | Conceito | Conceito sagrado  (humano) | Conceito profano  (mecânico) |
| Formas e linhas  *São retas ou sinuosas? Elas aludem a alguma das formas básicas?* | volume nos ombros | Retas |
| Proporção e silhueta  *Qual é o eixo dominante?* | horizontal | vertical |
| Escala (tamanho/dimensão) | *oversized* | justo |
| Movimento, ritmo e equilíbrio  *Descreva: é um movimento repetitivo, ocasional, cíclico?* | ocasional | sequencial |
| Profundidade  *Há camadas a serem atravessadas?* | sim | não |
| Textura  *Como seria o toque para desse conceito? Ir além do têxtil e pensar nas sensações* | áspero | liso, polido |
| Cor[es] e tons  *Indicar uma paleta de cores rudimentar prévia* | escuro | vibrante |
| Elementos figurativos  *Haverá alusão direta a figura(s) reconhecível(is)? Qual(is)?* | grunge, rabiscado, expressionismo alemão | art dèco |
| Alusão simbólica  *Há algum significado particular que quero que entendam?* | feito à mão, imperfeito | mecânico, bem acabado |
| Sensações e emoções  *O que eu sinto? O que eu pretendo que os observadores/clientes sintam?* | pesado, surrado, caótico | rígido, frio, lógico |

**Fonte:** da autora (reproduzido com a autorização da discente)

Figura 3 – Coleção de moda desenvolvida pela discente a partir do uso da MAC

**Uma imagem contendo esqui, em pé, homem, neve

O conteúdo gerado por IA pode estar incorreto.**

Fonte: da autora (reproduzido com a autorização da discente)

3.1 Análise Associativa entre os Looks e os Atributos da MAC

A partir das diretrizes definidas na MAC, os quatro *looks* selecionados estabelecem um campo de leitura sensível que tensiona duas esferas simbólicas: o sagrado (humano) e o profano (mecânico). O vestuário se torna um território expressivo, onde sentidos emergem da relação entre corpo, matéria e intenção criadora. As escolhas formais, materiais e compositivas das peças materializam esse embate conceitual por meio de contrastes, sobreposições e fricções visuais. A oposição se manifesta em contrastes formais e táteis: formas ora sinuosas e irregulares, ora retas e racionais; volumes *oversized* contrapostos a modelagens justas; superfícies ásperas em contraste com acabamentos lisos e polidos. As proporções exageradas dos *looks* exploram simultaneamente os eixos vertical, vinculado ao sagrado, e horizontal, relacionado ao profano, desestabilizando a oposição binária e enfatizando o conflito.

A cartela de cores também expressa essa dualidade, combinando a sobriedade do preto e branco com a força expressiva de tons primários em alta saturação, como o azul cobalto, o amarelo vibrante e o vermelho intenso. Os elementos figurativos e a expressão simbólica aparecem nos grafismos de traço livre e acabamentos visivelmente manuais, que evocam a imperfeição como linguagem e o corpo como espaço de expressão emocional – denso, surrado e caótico. Por outro lado, , a rigidez das silhuetas e a estruturação do tronco com corpetes metálicos e cortes precisos remetem à ordem mecânica. A rigidez da expressividade técnica é, no entanto, tensionada por uma composição profusa em camadas, o que atribui profundidade e monumentalidade aos volumes.

Assim, percebe-se que a construção dos *looks* parte de formas retas e mecânicas, mas essas são reconfiguradas pela presença do excesso, do acúmulo, da força expressiva das sobreposições. A percepção geral resulta em uma síntese paradoxal: o corpo transita entre o humano e o mecânico, encenando o dilema de existir em tempos fragmentados. Logo, é possível perceber que a MAC não apenas guiou o desenvolvimento formal dos produtos, mas operou como instrumento de reflexão sobre o que se pretende comunicar — ativando uma criação que se ancora na coerência expressiva entre conceito e materialidade.

4 Considerações

Este artigo teve como objetivo apresentar a Matriz de Aderência Conceitual (MAC) como uma ferramenta para subsidiar o processo de criação autoral em moda. A criação autoral em moda foi compreendida como um processo criativo que se aproxima do universo artístico. Para fundamentar essa abordagem, recorreu-se principalmente a Fonseca (2011, 2015), que articula a Abordagem Triangular das Artes, de Ana Mae Barbosa, com a concepção de arte como experiência, de John Dewey. A aproximação entre moda e artes visuais bem como a centralidade do desenho como meio de expressão criativa, foram considerados essenciais. A MAC se ancora nos elementos de expressividade visual propostos por Perassi (2015), Dondis (2007) e Gomes (2004), e incorpora atributos específicos do vestuário, conforme discutido por Jones (2011), Sanches (2017) e Campos (2013).

O recorte aplicado apresenta limitações, especialmente quanto ao aprofundamento dos textos de Barbosa (2008) e Dewey (2010), que, apesar de oferecerem valiosas articulações para a criação autoral, foram apenas brevemente mencionados. A opção metodológica foi privilegiar os autores que tratam da linguagem visual, com foco na estruturação dos componentes da matriz. Futuramente, esses referenciais poderão ser explorados de forma mais didática, destacando não apenas conceitos gerais, mas também as múltiplas significações atribuídas às expressões visuais na moda.

O alcance desta proposta vai além da orientação docente, proporcionando também o engajamento crítico dos discentes. A MAC explicita parâmetros avaliativos que consideram, entre outros aspectos, o grau de aderência entre conceito e expressão visual, permitindo maior autonomia no processo decisório dos estudantes. Ao estimular a autorreflexão e a revisão das alternativas criativas, promove uma postura ativa em que o discente se reconhece como autor e analista de sua própria produção. Desta feita, a Matriz de Aderência Conceitual não apenas guiou o desenvolvimento formal das peças, mas operou como instrumento de reflexão e posicionamento expressivo – ativando um processo de criação que se ancora na coerência entre intenção e materialidade.

A MAC, embora já tenha passado por ajustes ao longo de seu desenvolvimento, permanece como uma plataforma aberta a revisões. Sua estrutura flexível permite adaptações conforme diferentes contextos educacionais e profissionais. Além disso, pode ser combinada com outras ferramentas, como o Mapa de Categorias Expressivas de Sanches, ampliando a capacidade analítica e expressiva dos projetos de moda autoral.

Referências

ADORNO, L. *O design gráfico da infografia noticiosa na comunicação da marca editorial-jornalística*. Dissertação (Mestrado em Design e Expressão Gráfica) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2011. Disponível em: Acesso em 4 set. 2024.

AGUIAR, T. *Personal stylist*: guia para consultores de imagem. 7ª ed. São Paulo: SENAC, 2004.

ARDILA, D. E. *Teselados aplicados en la fachada del pabellón de España en Aichi, Japón*: condiciones de permeabilidad y dinamismo visual con material cerámico. Dissertação (Mestrado em Arquitetura) – Universitat Ramon Llull, La Salle, 2016. Disponível em: <<https://dau.url.edu/bitstream/handle/20.500.14342/2703/MPIA-58.pdf?sequence=5&isAllowed=y>>. Acesso em 04 set. 2024.

ARNHEIM, R. *Arte e percepção visual*: uma psicologia da visão criadora. 13ª ed. São Paulo: Pioneira, 2000.

BARBOSA, A. M. *A imagem no ensino da arte*: anos oitenta e novos tempos. São Paulo: Perspectiva, 2008.

CAMPOS, A. Q. Estilista ou autor: o percurso das figuras criadoras no sistema da moda. *DAPesquisa*, Florianópolis, v. 16, s.n., p. 01–20, 2021. DOI: <https://doi.org/10.5965/18083129152021e0017>

CAMPOS, A. Q. *Encantamento e realidade*: percepções das expressões gráficas da marca Lança Perfume. Monografia (Bacharelado em Design) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2013.

CAMPOS, A. Q.; DIAS, A. R. Sintaxe visual, design e comunicação publicitária das marcas comerciais: a construção de significados. *Actas de Diseño*, Buenos Aires, v. 28, s.n. p. 41-253. 2019. DOI: <https://doi.org/10.18682/add.vi28.2172>

CAMPOS, Amanda Queiroz; PERASSI, Richard. A representação visual da moda nos suportes gráficos. *Cultura Visual*, Salvador, v. 8, s.n., p.41-59. 2012. DOI: <https://doi.org/10.9771/2175-084Xrcv.v1i18.6249>

CAMPOS, D. Q. A condição da imagem. Da imagem e de suas questões. *Revista DA Pesquisa*, Florianópolis, v. 14, n. 22, p. 49-66, 2019. Disponível em: <<http://www.periodicos.udesc.br/index.php/dapesquisa/article/view/1808312914222019049/9885>>. Acesso em: 30 abr. 2020.

CRANE, D. Ensaios sobre moda, arte e globalização cultural. São Paulo: Editora SENAC, 2014.

DEWEY, J. *Arte como experiência*. São Paulo: Martins Fontes, 2010.

DONDIS, D. *A sintaxe da linguagem visual*. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

FONSECA, A. N. *Interteias*: processo criador e leituras culturais no ensino da moda. Dissertação (Mestrado em Design) –Universidade de Anhembi Morumbi, São Paulo, 2011. Disponível em: <<http://sitios.anhembi.br/tedesimplificado/handle/TEDE/1589>>. Acesso em: 10 jan. 2024.

FONSECA, A. N. *Processo Criador no Ensino da Moda*. Tese (Doutorado em Artes Visuais) –Universidade de São Paulo, São Paulo, 2015. Disponível em: <<https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27160/tde-20072016-115216/publico/PROCESSOCRIADOR.pdf>>. Acesso em: 12 dez. 2019.

GOMES, L. V. N. *Desenhando*: um panorama dos sistemas gráficos. Santa Maria: UFSM, 2004.

JONES, S. J. *Fashion Design*. 3rd edition. Laurence King Publishing: London, 2011.

JUNIOR, G. S.; SCHEMES, C.; SANT’ANNA, D. B. Ensino e linguagem de moda: leitura e interpretação de códigos simbólicos no processo de criação de peças de vestuário. *Palíndromo*, Florianópolis, v.16, n.38, p.01-26, 2024. DOI: <http://dx.doi.org/10.5965/2175234616382024e0009>

LUPTON, E.; PHILIPS, J. C. *Novos fundamentos do design*. São Paulo: Cosac & Naify, 2008.

MENDES, L. B.; SANTOS, M. O. O corpo construído: análise dos elementos do design trabalhados em produtos de moda. *In:* Colóquio de Moda, 13., 2020, Bauru. *Anais* [...]. Bauru: Abepem/UNESP. p. 1-15. Disponível em: <<http://www.coloquiomoda.com.br/coloquio2017/anais/anais/13-Coloquio-de-Moda_2017/CO/co_1/co_1_CORPO_CONSTRUIDO_ANALISE_DOS.pdf>>. Acesso em: 05 mar. 2020.

MONTEMEZZO, M. C. S. *Diretrizes metodológicas para o projeto de produtos de moda no âmbito acadêmico.* Dissertação (Mestrado em Desenho Industrial) – Universidade Estadual Paulista, São Paulo,2003. Disponível em: <<https://repositorio.unesp.br/server/api/core/bitstreams/12bccc0e-d448-4421-889e-97c51a0f077e/content>>. Acesso em 05 set. 2024.

OLIVEIRA, J. C. *O ritmo musical da cena teatral*: a dinâmica do espetáculo de teatro. Tese (Doutorado em Artes Cênicas). Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2008. Disponível em: <<https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/9610/1/JacyanPt1.pdf>>. Acesso em 23 abr. 2024.

PERASSI, R. *Do ponto ao pixel*: sintaxe gráfica no videodigital. 1ª ed. Florianópolis: CCE/UFSC, 2015. *E-book*. Disponível em: <<https://sigmo.paginas.ufsc.br/files/2015/08/Livro_-_Do_Ponto_ao_Pixel_-_Richard_Perassi.pdf>>. Acesso em: 21 ago. 2024.

SANCHES, M. C. F. *O projeto do intangível na formação de designers de moda*: repensando as estratégias metodológicas para a sintaxe da forma na prática projetual. 2016. Tese (Doutorado em Arquitetura e Urbanismo) –Universidade de São Paulo/Universitat Politècnica de València, São Paulo/Valência (Espanha), 2016. Disponível em: <<https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/16/16134/tde-16022017-094603/publico/mariaceleste.pdf>>. Acesso em: 03 set. 2023.

SCOTT, R. G. *Fundamentos del diseño*. Buenos Aires: Editorial Victor Leru, 1970.

SILVA, D. N.; MENEZES, M. S. A percepção da silhueta: diálogo entre o design de superfícies e o design de moda. *Educação Gráfica*, Bauru, v.22, n.3, p. 204-220, 2018. Disponível em: <<http://www.educacaografica.inf.br/wp-content/uploads/2019/02/16_A-PERCEPÇÃO-DA-SILHUETA.docx.pdf>>. Acesso em 31 ago. 2024.

TREPTOW, D. E. *Inventando Moda*: planejamento de coleção. 5ª ed. São Paulo: Editoria C, 2013.

WONG, W. *Princípios da forma e do desenho*. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

1. A título de exemplo, a busca pela combinação dos termos “criação” e “moda” na base de dados Google Scholar apresenta aproximadamente 401.000 resultados, dos quais, 4.150 resultados datam dos meses de janeiro a agosto de 2024. [↑](#footnote-ref-1)
2. McKINSEY&COMPANY (McKINSEY GLOBAL INSTITUTE). 2017. Jobs lost, jobs gained: workforce transitions in a time of automation (relatório). Disponível em: <<https://www.mckinsey.com/~/media/mckinsey/featured%20insights/Future%20of%20Organizations/What%20the%20future%20of%20work%20will%20mean%20for%20jobs%20skills%20and%20wages/MGI-Jobs-Lost-Jobs-Gained-Report-December-6-2017.ashx>>. Acesso em: 16 abr. 2020, às 08:55. [↑](#footnote-ref-2)
3. Tais como o serviço Instock pela WGSN (<https://www.wgsn.com/en/products/instock/>) como expressivo da validade e legitimidade que a mineração de dados ganha no contexto de competitividade e necessidade de rapidez na tomada de decisões. [↑](#footnote-ref-3)
4. Novamente, são mais de 1 milhão de artigos publicados sobre moda e inteligência artificial em inglês e quase 40 mil em português acessíveis pela base Google Scholar. [↑](#footnote-ref-4)
5. Há também uma frequência do processo criativo tridimensional, sendo iniciado com a aplicação e volumetria de tecidos sobre um busto, investindo em técnicas de *moulage*. Todavia, devido à complexidade da técnica e considerável demora no processo de geração de alternativas, esta forma de criação é menos aplicada em cursos de graduação orientados à criação (habilitação em design ou estilismo). [↑](#footnote-ref-5)