

UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM DESIGN DE MODA

MÍRIAN GOUVEIA MOSCATO

**CONSTRUÇÃO DA MODA ATRAVÉS DA POESIA CONCRETA:
POSSÍVEIS CONEXÕES INTERCALADAS**

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

APUCARANA

2016

MÍRIAN GOUVEIA MOSCATO

**CONSTRUÇÃO DA MODA ATRAVÉS DA POESIA CONCRETA:
POSSÍVEIS CONEXÕES INTERCALADAS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial à obtenção do título de Tecnólogo em Design de Moda, do Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda da Universidade Tecnológica Federal do Paraná.

Orientador: Prof. Ana Cláudia de Abreu
Co-orientador: Prof. Juliana da Silva Bello

APUCARANA

2016



Ministério da Educação
Universidade Tecnológica Federal do
Paraná

Câmpus Apucarana

CODEM – Coordenação do Curso Superior
de Tecnologia em Design de Moda



TERMO DE APROVAÇÃO

Título do Trabalho de Conclusão de Curso Nº 227

**Construção da moda através da poesia concreta: possíveis conexões
intercaladas**

por

MÍRIAN GOUVEIA MOSCATO

Este Trabalho de Conclusão de Curso foi apresentado aos dois dias do mês de dezembro do ano de dois mil e dezesseis, às vinte horas, como requisito parcial para a obtenção do título de Tecnólogo em Design de Moda, linha de pesquisa Processo de Desenvolvimento de Produto, do Curso Superior em Tecnologia em Design de Moda da UTFPR – Universidade Tecnológica Federal do Paraná. A candidata foi arguida pela banca examinadora composta pelos professores abaixo assinados. Após deliberação, a banca examinadora considerou o trabalho aprovado.

PROFESSOR(A) ANA CLÁUDIA DE ABREU – ORIENTADOR(A)

PROFESSOR(A) MARCELO CAPRE DIAS – EXAMINADOR(A)

PROFESSOR(A) SORAYA HANNA AYOUB FRANZON – EXAMINADOR(A)

“A Folha de Aprovação assinada encontra-se na Coordenação do Curso”.

Dedico este trabalho à minha família e amigos, pelos momentos de ausência.

AGRADECIMENTOS

Penso que neste trabalho está o conhecimento de muitos, amigos, familiares, professores e conhecidos, visto que em todos os lugares por que passei me fiz presente e fiz o meu trabalho conhecido, mesmo que tenha sido de maneira simplória. Consegui nessa caminhada ao mesmo tempo aprender e ensinar, deixar um pouco de mim e carregar comigo um pouco do próximo, e desta maneira sintetizei tudo aqui nestas páginas.

Agradeço primeiramente minha mãe, que fez com que meu sonho se concretizasse, me apoiando a todo momento e não me deixando desistir.

Agradeço a minha orientadora Ana Abreu e a minha co-orientadora, e amiga de longa data, Juliana Bello, pela sabedoria com que me guiaram nesta trajetória.

Aos meus irmãos Juliana e Nilson, e suas respectivas famílias, pelo apoio e amor incondicional.

Aos meus amigos de Cornélio Procópio pelo total incentivo.

A família Furlan, por muitas vezes estarem ao meu lado me auxiliando e por me fazerem parte de sua família, me tornando filha.

Ao meu amigo, companheiro e namorado Agenor Furlan, pela paciência, carinho e cooperação durante todo o caminho percorrido.

Aos meus irmãos de Apucarana Cristiany, Amanda, Giovana, Thiago, Jean e todos que estiveram presente em minha vida durante este percurso, estando juntos em momento tristes e felizes, sempre se apoiando e incentivando.

Enfim, a todos os que por algum motivo contribuíram realização deste trabalho.

“Todas as coisas do mundo
não cabem numa ideia.
Mas tudo cabe numa palavra,
nesta palavra tudo.”

Arnaldo Antunes

RESUMO

MOSCATO, Mirian Gouveia. **Construção da Moda através da Poesia Concreta:** possíveis conexões intercaladas. 2016. 98 folhas. Trabalho de Conclusão de Curso de Tecnologia em Design de Moda Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Apucarana, 2016.

Este trabalho propõe unir duas esferas da arte: Moda e Literatura. Objetiva-se demonstrar a possibilidade da construção do vestuário através da poesia concreta ao relacionar conceitos sobre literatura, semiótica e moda. Pretende-se tornar o poema concreto em vestuário, transpondo as linhas, contornos e movimentos da forma poética para a roupas, ao transformar o verbi-voco-visual (verbal, vocal e visual) do poema em pregas, volumes, recortes e formas a fim de explorar infinitas possibilidades de trazer a estética concreta à moda.

Palavras-chave: Moda. Poesia Concreta. Semiótica.

ABSTRACT

MOSCATO, Mírian Gouveia. **Fashion Construction through the Poetry Concrete:** the connections possible interspersed. 2016. 98 Sheets. Work Completion Technology Course in Fashion Design - Federal Technological University of Paraná. Apucarana, 2016.

This paper proposes join two spheres of art: Fashion and Literature. The objective is to demonstrate the possibility of the construction of the garment through concrete poetry to relate concepts about literature, semiotics and fashion. It is intended to make the concrete poem in clothing by transposing the lines, contours and movements of poetic form to clothes, to transform the verbal-vocal-visual (verbal, vocal and visual) of the poem in pleats, volumes, cutouts and shapes the to explore endless possibilities of poeticize fashion.

Keywords: Fashion. Concrete Poetry. Semiotics.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 Poema concreto Que não é...., Arnaldo Antunes	10
Figura 2: Fotografia de Haroldo de Campos, Décio Pignatari e Augusto de Campos, segunda metade da década de 1950	12
Figura 3: Capa da revista Noigandres 1.....	14
Figura 4: Poema Concreto, Gera, Arnaldo Antunes.	16
Figura 5 Poema Concreto Agouro, Arnaldo Antunes.	16
Figura 6: Poema Concreto Pensa, Arnaldo Antunes.....	17
Figura 7 Arnaldo Antunes.....	20
Figura 8 Poema Concreto Olhuz, Arnaldo Antunes.....	20
Figura 9 Tabela das Tricotomias propostas por Peirce	23
Figura 10 Poema Concreto Humanos, Arnaldo Antunes.....	28
Figura 11 Poema Concreto Dentro, Arnaldo Antunes	29
Figura 12 Poema Concreto Cromossomos, Arnaldo Antunes	30
Figura 13 Poema Concreto " O Cabelo", Arnaldo Antunes	31
Figura 14 Poema Concreto "Átomo", Arnaldo Antunes	32
Figura 15 Poema Concreto "Novidades", Arnaldo Antunes.....	33
Figura 16 Resultado apresentado da pesquisa VALS™ da empresa SBI da análise do tipo consumidor.	35
Figura 17 Logo da Marca	39
Figura 18 Cânvãs para o desenvolvimento do projeto do Trabalho de Conclusão de Curso.....	43
Figura 19 Embalagem caixa	44
Figura 20 Embalagem de TNT	45
Figura 21 Tag.....	45
Figura 22 Referência de Público Alvo	46
Figura 23 Livro Pattern Magic	48
Figura 24 Livro Pattern Magic 2	49
Figura 25 Pattern Magic Tecidos Elásticos	49
Figura 26 Pattern Magic Drapeados.....	49
Figura 27 Painel de Referência	51
Figura 28 Shapes da coleção.....	52
Figura 29 Painel Semântico	53
Figura 30 Cores retiradas do Pantone.....	54

Figura 31 Look 1	55
Figura 32 Look 2	56
Figura 33 Look 3	57
Figura 34 Look 4	58
Figura 35 Look 5	59
Figura 36 Look 6	60
Figura 37 Look 7	61
Figura 38 Look 8	62
Figura 39 Look 9	63
Figura 40 Look 10	64
Figura 41 Look 11	65
Figura 42 Look 12	66
Figura 43 Look 13	67
Figura 44 Look 14	68
Figura 45 Look 15	69
Figura 46 Look 16	70
Figura 47 Look 17	71
Figura 48 Look 18	72
Figura 49 Look 19	73
Figura 50 Look 20	74
Figura 51 Look 21	75
Figura 52 Look 22	76
Figura 53 Look 23	77
Figura 54 Look 24	78
Figura 55 Look 25	79
Figura 56 Sequência de desfile	80
Figura 57 Look1 – Alternativa Justificada.....	81
Figura 58 Look2 – Alternativa Justificada.....	82
Figura 59 Look3 – Alternativa Justificada.....	83
Figura 60 Look 4 – Alternativa Justificada.....	84
Figura 61 Look 5 – Alternativa Justificada.....	85
Figura 62 Look 6– Alternativa Justificada.....	86
Figura 63 Ficha técnica 1 – frente e costas.....	87
Figura 64 Ficha técnica 1 - materiais	88

Figura 65 Ficha técnica 1 – sequencia operacional	89
Figura 66 Ficha técnica 2 – frente e costas.....	90
Figura 67 Ficha técnica 2 – materiais.....	91
Figura 68 Ficha técnica 2 – sequencia operacional	92
Figura 69 ficha técnica 3 – frente e costas	93
Figura 70 ficha técnica 3 – materiais	94
Figura 71 ficha técnica 3 – sequencia operacional.....	95
Figura 72 ficha técnica 4 – frente e costas	96
Figura 73 ficha técnica 4 – materiais	97
Figura 74 ficha técnica 4 – sequencia operacional.....	98
Figura 75 ficha técnica 5 – frente e costas	99
Figura 76 ficha técnica 5 – materiais	100
Figura 77 ficha técnica 5 – sequencia operacional.....	101
Figura 78 ficha técnica 6 – frente e costas	102
Figura 79 ficha técnica 6 – materiais	103
Figura 80 ficha técnica 6 – sequencia operacional.....	104
Figura 81 ficha técnica 7 – frente e costas	105
Figura 82 ficha técnica 7 – materiais	106
Figura 83 ficha técnica 7 – sequencia operacional.....	107
Figura 84 Look 1	108
Figura 85 Look 2	108
Figura 86 Look 3	109
Figura 87 Look 4	109
Figura 88 Look 5	110
Figura 89 Look 6	110
Figura 90 Capa do dossiê eletrônico	111
Figura 91 Foto da capa do catálogo	112
Figura 92 Trilha sonora do desfile	113
Figura 93 Sequência de entrada do desfile	114

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 Análise Semiótica do Poema Concreto Humanos, Arnaldo Antunes.....	28
Quadro 2 Análise Semiótica do Poema Concreto Dentro, Arnaldo Antunes	29
Quadro 3 Análise Semiótica do Poema Concreto Cromossomos, Arnaldo Antunes .	30
Quadro 4 Análise Semiótica do Poema Concreto O Cabelo, Arnaldo Antunes.....	31
Quadro 5 Análise Semiótica do Poema Concreto Átomo, Arnaldo Antunes.....	32
Quadro 6 Análise Semiótica do Poema Concreto Novidades, Arnaldo Antunes	33
Quadro 7 Mix de Coleção.....	52

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8
1.1 DEFINIÇÃO DO PROBLEMA	9
1.2 OBJETIVO GERAL	9
1.2.1 Objetivos Específicos:.....	9
1.3 JUSTIFICATIVA	10
2 REFERENCIAL TEÓRICO	11
2.1 POESIA CONCRETA.....	11
2.1.1 Noigandres e a Estética Concreta	12
2.1.2 Dimensões da poesia concreta.....	15
2.1.3 Arnaldo Antunes, Arte e Poesia Concreta	18
2.2 SEMIÓTICA	21
2.2.1 Semiótica e Linguagem	21
2.2.2 Categorias dos Signos.....	22
2.2.3 Tricotomias: a classificação dos signos	22
2.2.4 Semiótica aplicada ao design	24
2.2.5 Semiótica e Moda	26
2.3 ANÁLISE SEMIÓTICA DE POEMAS CONCRETOS	27
3 METODOLOGIA	34
3.1 TIPO DE PESQUISA	34
3.2 FERRAMENTA VALS™	35
3.3 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS	37
3.4 DELIMITAÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO	37
3.5 COLETA E ANÁLISE DE DADOS.....	37
3.5.1 Análise da pesquisa.....	37
4 DIRECIONAMENTO MERCADOLÓGICO	38
4.1 EMPRESA	38
4.1.1 Dados da Empresa	38
4.1.2 Marca.....	39
4.1.3 Conceito da marca.....	39
4.1.4 Segmento	40
4.1.5 Concorrentes (diretos e indiretos).....	40
4.1.6 Sistemas de Venda.....	40
4.2 MARKETING.....	40

4.2.1 Produto	40
4.2.2 Preço	41
4.2.3 Praça	41
4.2.4 Promoção	41
4.3 CÂNVAS	41
4.4 PLANEJAMENTO VISUAL	44
4.4.1 Embalagem.....	44
4.5 PÚBLICO ALVO.....	46
4.5.1 Perfil da consumidora	46
4.6 PESQUISA DE TENDÊNCIAS.....	47
4.6.1 Macrotendências	47
4.6.2 Microtendências.....	47
5 DESENVOLVIMENTO DO PROJETO.....	48
5.1 DELIMITAÇÃO PROJETUAL.....	48
5.1.1 Especificações do Projeto.....	50
5.1.2 Conceito da Coleção.....	50
5.1.3 Nome da Coleção	50
5.1.4 Referência da Coleção	51
5.1.5 Cores	51
5.1.6 Materiais	51
5.1.7 Formas e estruturas (shapes).....	52
5.1.8 Tecnologias	52
5.1.9 Mix da coleção.....	52
5.2 PAINEL SEMÂNTICO	53
5.3 CARTELA DE CORES.....	54
6 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS: CROQUIS	55
5.1 Harmonia da coleção	80
5.2 ANÁLISE E SELEÇÃO JUSTIFICADA DAS ALTERNATIVAS	81
5.3 FICHAS TÉCNICAS.....	87
7 LOOKS CONFECCIONADOS	108
8 DOSSIÊ ELETRONICO	111
9 CATÁLOGO.....	112
10 DESFILE	112
5.4 TRILHA SONORA DO DESFILE.....	113
5.5 SEQUÊNCIA DE ENTRADA DAS MODELOS NA PASSARELA	114
11 CONSIDERAÇÕES FINAIS	115
12 REFERÊNCIAS	116

APÊNDICE 1 – Questionário para identificação de público alvo	119
---	------------

1 INTRODUÇÃO

Quando se estuda Letras, a disciplina que mais traz conceitos da arte é a Literatura, por inter-relacionar-se com outras artes, além de apresentar aos estudantes as diferentes estéticas presentes em cada época. Assim, pode-se presumir o porquê a Literatura é fundamental neste trabalho.

Se contrapostas, Moda e Literatura, ambas se desenvolvem conforme seu tempo, por vezes supera o período anterior, ou somente o recria com outro olhar. Ao pensarmos desta forma, pode-se supor que Moda e Literatura estão confinadas na mesma esfera: a Arte.

No campo da Literatura a poesia concreta encanta pela disposição conceitual de palavras no espaço do papel, pois quando voltado para a Moda pode ser relacionado com os recortes, volumes e formas dadas ao vestuário ao criar uma ponte entre as duas áreas, tornando-as ambivalentes.

Pensando em semiótica e em seus conceitos, acredita-se que observado o signo há como utilizar esta ferramenta como canal para a interação entre os temas propostos, fazendo-os intercalarem-se e completarem-se.

Este trabalho acredita que é possível, valer-se de Moda e Literatura para a criação de uma marca única, que trabalhe para transformar o simples em complexo, ao tornar o que é homogêneo em múltiplo e oferecer aos elementos significados únicos, os quais diferem-se mediante o olhar simplista para que seja possível a junção Moda-Literária.

Assim, acredita-se que a poesia concreta e a construção da moda podem intercalar-se para agregar possibilidades uma a outra com razões e conhecimentos peculiares ao atrelar a semiótica, e utilizá-la como canal de interação entre os temas propostos, assim intercalando-se e contemplando-se para melhor compreensão este processo.

1.1 DEFINIÇÃO DO PROBLEMA

A Moda é uma das ferramentas mais autênticas e maleáveis da humanidade, e a partir dela podemos encontrar vários aspectos que se encaixam em diferentes gostos. Assim, é possível, de maneira simples e eficaz, estar presente em múltiplas áreas de conhecimento ao agregar vários temas e conteúdos diferentes, construindo identidades e essências diversificadas.

A possibilidade de Moda e Literatura se ligarem pelo mesmo propósito artístico, a partir da inserção da semiótica, cria uma atmosfera contemporânea de beleza inspiradora e visual para o cotidiano apressado, tornando-o mais agradável. Selecionou-se a estética Literária Concretismo, cujo o estilo é concretizar a forma poética ao deixar a significação em segundo plano.

O objetivo é, a partir dos estudos da poesia concreta e semiótica, priorizar a confecção dos poemas que serão selecionados e inseri-los no contexto da Moda, partindo da análise do signo para então agregar conhecimento ao processo de criação valendo-se de recortes, volumes, linhas, traços, pontos etc., para produzir o “vestuário-poesia”, confortável e com modelagens diferenciadas.

1.2 OBJETIVO GERAL

Estabelecer conexão entre Moda e Literatura, a partir da estética da poesia concreta e estudo da semiótica para criar um vestuário com design diferenciado, poético e conceitual.

1.2.1 Objetivos Específicos:

- Pesquisar a estética da poesia concreta, a partir de pressupostos teórico crítico;
- Observar os conceitos básicos da semiótica com foco na linguagem não-verbal e a comunicação;
- Relacionar a Moda/Design com a poesia concreta e conceitos da semiótica.

- Investigar o público alvo (feminino), e coletar informações para o desenvolvimento de uma Coleção de Moda.
- Apresentar os resultados e a proposta deste estudo por meio de trabalho escrito elaboração de produtos de moda.

1.3 JUSTIFICATIVA

Partindo da perspectiva de que a Moda e a Literatura estão alocadas no campo das Artes, acredita-se então que juntas podem trazer à roupa atual um ar inovador da poesia concreta à construção do vestuário, perpassando por conceitos da semiótica Peirciana, para então conseguir diferenciar-se perante o atual mercado da Moda.

A palavra *inovação* é o que guia o mercado atual, visto que tudo gira em torno da modernidade. Pensando nisto, este estudo propõe uma revolução a moda feminina ao trazer para o cotidiano a plástica da poesia concreta.

Diante de linhas, contornos e volumes partimos do estudo da semiótica para compreender o poema concreto afim de remodelar sua forma para tornar-se vestuário.

Figura 1 Poema concreto Que não é...., Arnaldo Antunes



SER QUE NÃO É O QUE NÃO PODE SER

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 POESIA CONCRETA

A poesia concreta¹ estreia para quebrar o paradigma da poesia em versos convencionais, o que deixa a estrutura e significação em segundo plano, tendo em voga o significante (palavra) como personagem principal e utiliza o espaço do papel para seu desenvolvimento, assim traz forma física à poesia e transforma o aglomerado de palavras em obra de arte visual com ênfase na significação. Para Alfredo Bosi (1936) em *História concisa da Literatura Brasileira* (2006):

O concretismo toma a sério, e de modo radical, a definição de arte como TECHNÉ, isto é, como atividade produtora. De onde, primeiro corolário: o poema é identificado como objeto de linguagem (BOSI, 2006. p. 475)

Observava-se que durante os decênios de 50 e 60 houve grande apreço e repúdio a respeito da poesia concreta por trazer certo estranhamento ao público que estava acostumado ao poema rimado², composto em versos e estrofes, além da métrica³, herança muito cara aos parnasianos que perdurou ao longo de décadas. Seguido pelo campo da experimentação, o Frances Stéphane Mallarmé, foi um dos ícones da modernidade poética na França, pois utilizava da inversão da sintaxe, experimentação gramatical nas frases para ressaltar a dificuldade como elemento principal em seus poemas concretos. Conforme Bosi:

Os teóricos do concretismo dão como ponto de partida da sua poética o texto de Mallarmé “Un coup lebasard” (1897), primeiro poema em que a comunicação não se faz no nível do tema, mas no da própria estrutura verbo-visual (BOSI, 2006, p. 476-477).

No Brasil, a estética concretista é fundada pelos teóricos Haroldo de Campos, Augusto de Campos e Décio Pignatari (BASTOS, 2003. Figura 1). A partir

¹Poesia concreta é um tipo de poesia de caráter experimental, extremamente visual, que tenta ir além dos versos tradicionais como unidade rítmico-formal. O propósito é romper, passar uma mensagem de forma não usual. (ROCHA, 2012)

² Rima: Uniformidade de sons na terminação de duas ou mais palavras; Repetição do mesmo som, no fim de dois ou muitos versos. (AURÉLIO, 2008-2016)

³Métrica: sinônimo de versificação, “O termo designa, globalmente, as leis que regem a organização de um poema: no poema tradicional seria a medida do verso e da estrofe”. (BASTOS, 2003)

de aventuras verbais até chegar a publicação da revista Noigandres (1952), a qual conseguiram organizar ideias do movimento e expor os primeiros resultados desta proposta nova repleta de textos e poemas visuais. Estes, além de poetas, eram críticos e teóricos literários que aprofundaram seus estudos sobre a poesia concreta com a publicação de *Teoria da Poesia Concreta: textos críticos e manifestos 1950 e 1960* (1987), com o intuito de teorizar e expor sentimentos sobre o tema proposto.

Figura 2: Fotografia de Haroldo de Campos, Décio Pignatari e Augusto de Campos, segunda metade da década de 1950



Fonte: www.artecapital.net > Acesso em: 2016 maio 2016.

2.1.1 Noigandres e a Estética Concreta

Com o final do Formalismo de 45⁴ e a nova estética vinda dos textos do francês Mallarmé⁵, o Concretismo se impõe e sobressai a partir de 1956, com expressão muito viva e atuante para uma nova vanguarda literária. Dessas

⁴Formalismo de 45: corrente que “discutiu acerca de uma literatura de cunho verdadeiramente nacionalista como forma de desapego ao estilo “importado”. (ABDALA JUNIOR & CAMPEDELLI, 1943 p.78)

⁵ Stéphane Mallarmé. Um dos ícones da modernidade poética na França, é responsável por uma revolução poética que abriu caminhos e possibilitou as vanguardas do século XX, do futurismo ao surrealismo, passando também pelo estruturalismo. (AGOSTINHO, 2008)

aberturas, nasce o grupo Noigandres mais tarde transformado em revista, formado inicialmente por pelos irmãos Campos e Décio Pignatari, os quais levaram a revista até a quinta edição, mesmo com toda a dificuldade de aceitação do público.

O Movimento Concretista surge como revolucionário e novo ao alterar a poesia brasileira, ainda sob a sombra do Parnasianismo, sobretudo em um momento que a brasilidade estava em alta e renegava o estrangeirismo, pois:

[...]incomodou os acomodados, angariou simpatizantes, criou legião de inimigos (nunca uma tendência artística no Brasil criara tantos adversários e por tanto tempo: décadas. É que, paralelamente à produção poética, desenvolveu-se todo um trabalho teórico-crítico de uma radicalidade ainda não observada no País) (KHOURI, 2006. p. 22)

A Revista Noigandres (Figura 2) teve como papel principal a coleta e união dos poemas concretos escritos na época, os quais eram, normalmente, de autoria grupal com liberdade de modificação a qualquer instância. Também teve a oportunidade de publicar, em sua quarta edição o “Plano Piloto para Poesia concreta”, este assinado pelos irmãos Campos e Pignatari, assim:

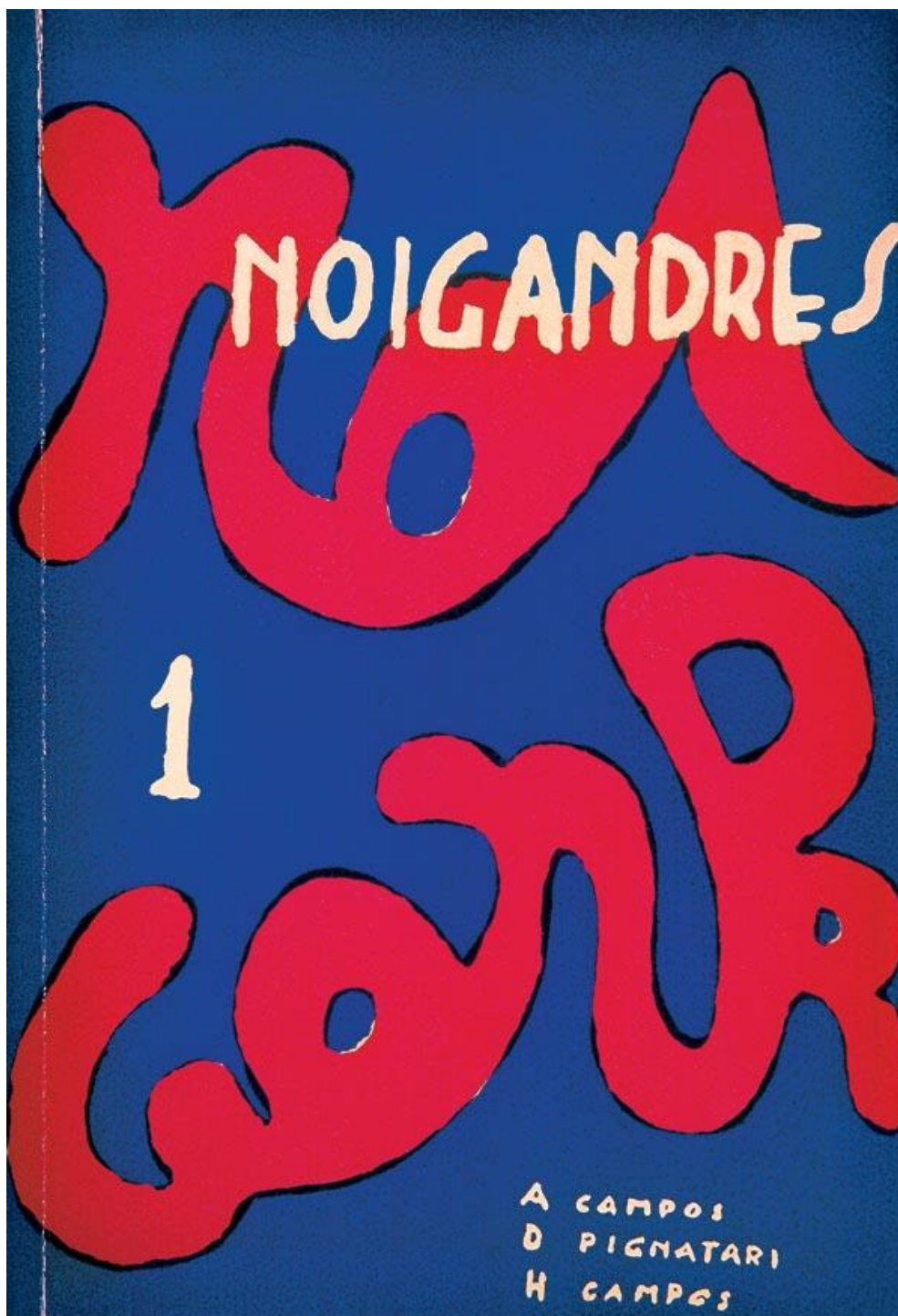
O Plano-Piloto para Poesia Concreta, assinado pelos três, constitui-se numa espetacular síntese do que o grupo vinha pensando e foi publicado – NOIGANDRES 4. 1958 – Em português e inglês, visando a um público restrito de aficionados da poesia experimental, no Brasil e no Mundo. A meta era a de exercer o papel de inventores: iniciar um novo modo de fazer (KHOURI, 2006. p. 224)

A revista em si, não teve tanta procura e apreço como esperado, distribuída, num primeiro momento, em círculo de amigos, conhecidos e curiosos, com impressão de baixa qualidade e formatos que sofria mudanças de uma edição para a outra. Quanto a distribuição, explica Khouri:

[...]era bastante precária: acabaram sendo mais doadas a amigos e aficionados do que vendidas e isto pode ser compreendido pelo fato de linguagem inovadora apanhar público e crítica sem repertório adequado para uma aproximação. Às vezes se observava uma não-aceitação por puro conservadorismo e/ou má-vontade (em muitos momentos, os poetas concretos justificaram a sua larga produção metalinguística escrita pelo fato de a crítica brasileira, quase sempre, estar despreparada para abordar a sua produção poética) (KHOURI, 2006. p. 24)

Nesse sentido, a poesia concreta era, de alguma maneira, pura e límpida o que tornou seu entendimento “real” difícil, restrita aos poetas abertos à novas experimentações.

Figura 3: Capa da revista Noigandres 1.



Fonte: uol.com.br > Acesso em: 30 maio 2016.

2.1.2 Dimensões da poesia concreta

Com o desenvolvimento das cidades o que era campestre tornou-se praticamente urbano, as cidades eram frenéticas e movimentadas, a todo instante novas tecnologias eram implementadas, havia união de diferentes culturas e línguas acontecendo; eis que os poetas do concretismo também evoluíram, ao criar e recriar suas obras, aplicando aos seus poemas visuais a teoria semiótica ensinada por Peirce, ao agregar à arte dimensões plásticas. Desta maneira, os poetas observam que o consumo desta nova estética:

[...] se deu de maneira mais surpreendente. Na linguagem e na visualidade cotidianas, a poesia concreta comparece. Está no texto de propaganda, na paginação e na titulação do jornal, na diagramação do livro, no 'slogan' de televisão, na letra de bossa nova'. É consumida inadvertidamente mesmo por aqueles que se recusam a reconhecê-la como poesia (rótulo que, aliás, não se empenha em disputar, tais os equívocos que impregnaram, preferindo antes um compromisso de fundo com a medula da linguagem (CAMPOS, CAMPOS e PIGNATARI, 1987, p. 7)

A poesia concreta livrou-se do sujeito lírico (eu) e abriu-se para a plenitude da superfície gráfica, desta maneira tentou sustentar a linguagem de uma nova era, “o poema deixa de expressar representar um universo de sentimentos e emoções exteriores a ele, para presentificar uma realidade viva e autônoma (verbi-voco-visual) – a realidade em si do poema.” (SIMON & DANTAS, 1982, p. 25)

Desta maneira as dimensões semântica, sonora e gráfica interferiram na palavra projetada em um dado espaço em branco, a procura de uma sintaxe-espacial, ou seja, uma estrutura única, ao afastar esta nova estética da simplíssima leitura linear e dispendo a poesia concreta a altura de sua época.

Ao partir das dimensões semântica e sonora, observa-se que o significante verbal (palavras) é trabalhado de maneira a transformar o seu significado em verbal e plástico, trazendo uma disposição diferente da convencionalizada pela escrita padrão (figura 3), pois, quando na poesia concreta viola-se essa escrita, o que se busca construir nesse sincretismo é uma nova forma plástica, que reorienta o significante da palavra, da semiótica verbal, com sentidos de uma semiótica plástica, (PIETROFORTE, 2004, p. 144).

Figura 4: Poema Concreto, Gera, Arnaldo Antunes.



Fonte: www.arnaldoantunes.com.br > Acesso em: 24 maio 2016

Ao partir da dimensão gráfica, é possível observar outras duas vertentes bem distintas, uma voltada ao plano de conteúdo e a outra focada no semi-simbolismo. A primeira torna o poema indissociável ao seu significado, fazendo com que imagem gráfica (poema) e significante verbal (palavra) tenham sentido somente juntos, conforme o poema *Agouro*, exposto abaixo (figura 4).

Figura 5 Poema Concreto Agouro, Arnaldo Antunes.



Fonte: www.arnaldoantunes.com.br > Acesso em: 24 maio 2016

Com relação ao semi-simbolismo, observa-se que o resultado gráfico do poema, não pode ser reduzido somente a seleção da forma das letras, mas deve estar em total combinação com o significado final da obra (figura 5), ou seja: “Essa relação plástica, que se realiza no sistema semiótico visual do poema, está de acordo com a semântica que se realiza em seu sistema semiótico verbal”. (PIETROFORTE, 2004, p. 148).

Figura 6: Poema Concreto Pensa, Arnaldo Antunes.



Fonte: www.arnaldoantunes.com.br > Acesso em: 24 maio 2016

Portanto, o poema concreto se apresenta de maneira verbo-visual, onde o espaço da página é o limite e o significante o instrumento de construção, independente do seu significado, conforme Abdala Júnior, em *Tempos da Literatura Brasileira*:

Dissolvendo o verso, desintegrando-o, os concretistas exploram as camadas materiais do significante (o aspecto acústico e visual do signo linguístico). Nesse caso, a fragmentação de palavras, de ideias, de frases, traz uma outra realidade poética: a da presentificação da realidade (em vez da representação, que sempre foi, historicamente, a função da poesia) (ABDALA JUNIOR e CAMPEDELLI, 1943, p. 255)

2.1.3 Arnaldo Antunes, Arte e Poesia Concreta

Nascido em São Paulo, em 2 de setembro de 1960, foi o quarto de sete filhos. Quando criança gostava muito de ir à escola, pois lá mantinha seu interesse pelas linguagens artísticas, também tinha a oportunidade de desenhar e escrever seus primeiros poemas. Na adolescência desenvolveu forte trabalho de arte-educação, no colégio aonde conheceu Branco Mello, Sérgio Britto, Paulo Miklos, Ciro Pessoa, Nando Reis e Marcelo Fromer.

Ele teve a oportunidade de começar a cursar letras pela Universidade de São Paulo (USP), porém sua família se mudou para o Rio de Janeiro, assim o fazendo transferir o curso para a Pontifícia Universidade Católica (PUC-RJ). Realizou com um grupo de cinema da faculdade o Super 8 experimental Jimi Gogh, de 15 minutos, com quadros de Van Gogh e música de Jimi Hendrix.

Arnaldo resolveu voltar para São Paulo onde foi morar durante algum tempo na casa do artista plástico José Roberto Aguilar, com quem realizou diversas performances, até a formação da Banda Performática. Apresentaram-se em diversos eventos no Rio e em São Paulo. Nas performances, Arnaldo, com uma mala cheia de objetos, cantava, tocava percussão e inventava situações *nonsenses*⁶, como pentear discos, bater painéis ou jogar livros para o alto.

Compôs intensamente com Paulo Miklos, que também fez parte da Banda Performática. Em parceria compuseram muitas músicas, conseguindo até ganhar o prêmio de melhor letra no Festival de Música da FAAP com a música “A menor Estrela”.

Em 1982, os Titãs apresentaram-se pela primeira vez, no Teatro Lira Paulistana e no Sesc Pompéia, em São Paulo, com nove integrantes: Arnaldo (vocal), Paulo Miklos (vocal e sax), Sérgio Britto (vocal e teclado), Branco Mello (vocal), Nando Reis (baixo e vocal), Ciro Pessoa (vocal), Marcelo Fromer e Tony Bellotto (guitarras) e André Jung (bateria). Assim iniciando o traçado para seu estrelato. Os Titãs passaram a ser conhecidos em todo o Brasil e começaram a fazer shows em outros estados onde nunca haviam tocado antes, Arnaldo os acompanhou

⁶ *Nonense*: sem sentido, derivado da língua inglesa (*non* = sem; *sense* = sentido)

por dez anos, os deixando em 1992, porém ainda continuou a compor para a banda por muitos anos.

Em paralelo ao sucesso da banda ele publicou, seu primeiro livro, “OU E”, um álbum de poemas visuais, editado artesanalmente. Conforme a Folha de São Paulo (1984 *apud* ANTUNES, Arnaldo, 2015):

OU/E é um livro e uma caixa. Na tampa da caixa tem dois buracos com um círculo giratório dentro; quando você gira esse círculo, os alfabetos mais distantes vão passando pelos buracos: cine-letra. Dentro da caixa tem 29 poemas soltos: são charadas, coincidências visualizadas, releitura de outros textos (Hoelderlin, Haroldo de Campos, Flaubert, Mick Jagger, Blake, Pagu), perguntas longas com respostas curtas e, em quase todos, caligrafias entoando a leitura. Em tudo você tem de pegar, virar, abrir, cheirar, morder, descobrir, enfim, onde está o poema. [...] (Cine-letra; ou/e, por Nuno Ramos, em Folhetim, 15/01/1984 – Folha de S. Paulo.)

Ainda como escritor, participou de numerosas exposições de poesia visual e sua produção desdobrou-se sob o *Pop*, mas com linhas fantasiosas traçadas pela estética concretista, se observada profundamente, sua postura artística alcança o âmbito pós-concreto, visto que em algumas criações utiliza das tecnologias contemporâneas.

Não esquecendo das bases do Concretismo, Arnaldo, baseou-se na linguística e na semiótica para renovar sua arte, muitas vezes parte de pesquisas gráficas e caligráficas para, então, revitalizar o verbal, desdobrando-se entre a tradição e a contemporaneidade, veja figura 7.

Dentro desta dualidade proposta pelo artista, este traz em sua obra um toque de sinestesia⁷ que “se desborda em multiculturalidade e multidiscursividade” (GARDEL, 2009, p. 224). Arnaldo também utiliza de meios diversificados e amplos como: livros, trabalhos de artes plásticas, instalações, poemas visuais, intervenções, etc., para assim desdobrar-se entre os espaços *cults* e “bregas”, arrebatando ao seu estilo único os diferentes tipos de público.

⁷ Figura de estilo que combina percepções de natureza sensorial distinta: visão, tato, olfato, paladar e audição. (Dicionário Aurélio, 2016)

Figura 7 Arnaldo Antunes



Fonte: www.catracalivre.com.br > Acesso em: 28 maio 2016

Figura 8 Poema Concreto Olhuz, Arnaldo Antunes



Fonte: www.arnaldoantunes.com.br > Acesso em: 24 maio 2016

2.2 SEMIÓTICA

2.2.1 Semiótica e Linguagem

A semiótica apresenta-se como a ciência dos signos, ou melhor, a ciência de todas as linguagens: a escrita, a falada, os gestos, os movimentos, etc. Esta ciência tem a finalidade apresentar os homens como “seres de Linguagem” (SANTAELLA, 1983), ou seja, a todo momento se produz alguma significação que pode ser ou não proposital, porém sempre significativa.

Assim, para se iniciar um estudo sobre a Semiótica Peirciana, tem-se primeiramente entender um pouco sobre a fenomenologia, uma quase-ciência que alicerça os estudos de semiótica. Essa quase-ciência explora tudo que é apresentado à mente humana de maneira que produz significado, por exemplo: um cheiro, uma nuvem, um ruído, uma imagem, etc., a partir das três ciências normativas: a estética, a ética e a lógica, as quais tem por função estudar valores, ideias e normas. Conforme Santaella:

A Fenomenologia, como base fundamental para qualquer ciência meramente *observa* os fenômenos e, através da análise, postula as formas ou propriedades universais desses fenômenos. Devem nascer daí as categorias universais de toda e qualquer experiência e pensamento (1983, p. 29).

Desta tríade é possível perceber que uma ciência está diretamente ligada a outra, assim traz significado aos objetos, pois segundo Santaella a estética está na base da ética como a ética está na base da lógica, sendo a estética a ciência que objetiva o que é admirável e inicia esta tríade.

Por conseguinte, observa-se que estas três ciências normativas que se formam e apresentam paralelamente à consciência como *Primeiridade*, *Secundidade* e *Terceiridade*. Estas com a capacidade de juntas formarem o que Peirce trata como signo, ou uma coisa que representa outra coisa.

2.2.2 Categorias dos Signos

O signo para realmente compor um conteúdo necessita passar pela implementação da tríade principal, esta composta pela *Primeiridade*, *Secundidade* e *Terceiridade*, as quais são responsáveis por formar a percepção total do objeto, que traz a ele o reconhecimento, a interpretação e a interferência da mente humana.

Ao pensar em cada categoria separadamente, pode-se afirmar que a *Primeiridade* é a responsável pelo “não consciente”, abstração pura, sem significação alguma, somente um sentimento ou uma sensação. Já a *Secundidade* há a ocorrência da existência, a identificação do objeto, o que ele representa, o sentimento sobre. E a *Terceiridade* incorpora a representação total do objeto, e traz a ele interpretação do ser de linguagem.

Conseqüentemente, pode-se atentar a real ligação presente nesta tríade, a qual, em hipótese alguma consegue trabalhar separadamente visto que as categorias estão relacionadas, conforme exemplo:

Imagine que você vem por uma estrada e bem adiante algo te chama atenção. Um borrão vermelho que se movimenta. Algo cuja qualidade é ser vermelho e isso é tudo que você capta dele em um primeiro momento.

Ao se aproximar começa a visualizar que o vermelho se agita como um pano. Essa é a segunda característica que você conseguir identificar: a relação do vermelho com um pano em movimento.

Por fim, mais próximo do objeto, você desvenda sua dúvida: alguém agita uma bandeira vermelha na beira da estrada compreendida imediatamente como sendo um aviso de perigo mais adiante (NICOLAU, et al., 2010. p. 3-4).

Assim, observa-se que a *Primeiridade* se apresenta como um mero objeto projetado ao ser, a *Secundidade* leva a identificação e relação com tal objeto para que a *Terceiridade* passe à uma total interpretação deste objeto, que parte da tríade. A Semiótica permeia-se em apresentar os objetos do mundo, mostrar as representações cabíveis para então ocorrer uma real interpretação do objeto/coisa tornando-o um signo.

2.2.3 Tricotomias: a classificação dos signos

Das relações triádicas que compõem o signo, Peirce estabeleceu mais 10 tricotomias, ou seja, 10 divisões triádicas, as quais ele não explorou por completo,

conforme disse que não assumiria o encargo de levar a sua sistemática divisão dos signos mais longe, ao deixar esta tarefa para futuros exploradores. Assim, dentre estas tricotomias apegou-se a três específicas explorando-as minuciosamente, que se tornaram as mais conhecidas e divulgadas. Estas sendo: "... a relação do signo consigo mesmo (1º), a relação do signo com seu objeto dinâmico (2º) e a relação do signo com seu interpretante (3º) " (SANTAELLA, 1983, p. 62), conforme figura 9.

Figura 9 Tabela das Tricotomias propostas por Peirce

signo 1º em si mesmo	signo 2º com seu objeto	signo 3º com seu interpretante
1.º quali-signo	ícone	rema
2.º sin-signo	índice	dicente
3.º legi-signo	símbolo	argumento

Fonte: (SANTAELLA, 1983, p. 62)

As três principais categorias dispostas por Peirce têm, também efeito de tríade e são representadas pelo *Representamen* (funciona como signo), pelo Objeto (o que é referido como signo) e o Interpretante (o efeito causado pelo signo).

Ao realizar uma minuciosa definição de cada categoria, observa-se que o *Representamen* é o que funciona como signo e remete um significado a um interpretante. O objeto "exterior ao signo, chamado de objeto dinâmico, é 'espelhado' no interior do signo, 'imagem' esta que se denomina objeto imediato" (MEDEIROS, 2010, p.4) e o interpretante é o resultado da união entre representamen e objeto, desta forma corre o processo de semiose.

Pensar na relação do signo em si mesmo (representamen) contempla-se a tricotomia formada pelo quali-signo (características que menos particulares), sin-signo (particularidades, individualidade, características existenciais) e legi-signo (aplicações de perspectivas e o atendimento às normas), estes dispostos a realizar o sentido, suporte para as interpretações retiradas do signo, traz em si as três propriedades formais que lhe dão capacidade para funcionar como signo: "sua mera qualidade, sua existência, quer dizer, o simples fato de existir, e seu caráter de lei". (MEDEIROS, 2010. p.5)

Com base para a conexão do signo com seu objeto, o estudo novamente divide-se em mais uma tríade, composta pelo ícone, índice e símbolo, cuja finalidade

se ocupa de relacionar o signo com o objeto, chegar a capacidade referencial ou não deste signo. Para que isso ocorra, deve-se ter por base que: o ícone se apresenta como o semelhante ao objeto (ex: uma foto de um avião) ao criar uma relação de semelhança com o referente. Enquanto o índice tem por finalidade indicar algo, seguido a alteração causada pelo próprio objeto (ex: fumaça signo indicial de fogo), assim ocorre a relação direta do signo com o referente. Por fim, o símbolo parte de convenção ou entendimento coletivo que determina que o signo represente o objeto (ex: as palavras de uma língua), com a relação convencional entre o signo e o referente.

Percorrer pela linha proposta por Pierce, ocorre ainda a relação do signo com seu interpretante, formada pela tríade rema, dicente e argumento, estes dispostos a observar o que o signo gera na mente do indivíduo. Isso posto, trata como possibilidade qualitativa, o dicente como signo de existência real e o argumento o signo para seu interpretante sendo este objeto uma lei geral ou tipo.

Logo observa-se nas tricotomias que as combinações são determinadas por possibilidades lógicas, ou seja, um terceiro pressupõe a um segundo, que pressupõe a um primeiro, desta forma trabalha como uma engrenagem.

2.2.4 Semiótica aplicada ao design

Segundo para a semiótica aplicada ao design, percebe-se que ambas têm algumas similaridades, pois a semiótica estuda os variados tipos de linguagem enquanto o design seria um diferenciado/determinado tipo de linguagem. Desta forma pode-se observar que em algum ponto do conhecimento a semiótica e o design podem se cruzar ao criar um significado diferenciado, sendo este a aplicação da semiótica ao design.

Diante da preocupação que vinha por acompanhar a evolução do produto, o design teve como primeira função a de estabelecer o funcionalismo para o produto industrial.

Segundo seus preceitos, devia-se assumir a especificidade da linguagem formal própria à tecnologia industrial, torná-la até como manifesto ideológico, ajustar a configuração formal do produto ao seu modo de funcionamento (NIEMEYER, 2003, p.13).

Com a Segunda Guerra Mundial (1939-1945), houve a consolidação da ergonomia, a qual somou-se ao funcionalismo para uma melhor adequação do produto ao usuário. Porém, com o passar do tempo iniciou-se o pensamento em interface, pois deveria também agregar ao produto um “dizer”, o qual apresentaria seus valores. Conforme Niemeyer, “o produto carrega expressões das instâncias de elaboração e de produção: cultura e tecnologia”. (2003, p.14)

Ao considerarmos que o produto carrega elementos de comunicação e representa aquele que o usa, a semiótica auxilia a idealização do sistema de significação, assim o produto, quando de design, é condutor de representações dentro de um processo de comunicação com o mundo exterior.

Ao passar dos anos o design evoluiu ampliando seu caráter estratégico e adquiriu força, assim com foco mais eficaz na relação entre o produto e o destinatário. A semiótica quando aplicada ao produto consegue de maneira teórica a resolução de questões comunicacionais e de significação, gerando a este sentido perante o produto.

O produto acaba por expressar o cenário atual em que está inserido, de modo igual e recebe várias interferências, conforme sua época de origem. Partindo da interação com o indivíduo ocorre ação dos filtros, estes podendo ser fisiológicos (percepção), culturais (ambientes, experiência individual) e emocionais (atenção, motivação), desta forma o sujeito reage ao produto.

Segundo BENSE (1971) *apud* (NIEMEYER, 2003, p. 45) “o produto, pode ser dividido nas seguintes quatro diferentes dimensões semióticas: dimensão material (hílico), a dimensão técnica ou construtiva (sintaxe), a dimensão da forma (semântica) e a dimensão do uso (pragmática) ”.

As funções do produto não devem ser explicitadas partindo somente de suas propriedades técnicas, mas sim articuladas a outras dimensões, como a dimensão sintática, a qual parte da estrutura e funcionamento técnico do produto, e a dimensão pragmática que observa este mesmo produto perante seu uso e ciclo de vida, desde o projeto até o descarte.

Assim, considera-se que o objeto/produto contém estas qualidades, pois: “A dimensão semântica agrega aspectos de referência a dimensão sintática e à de material, seus descritores”. (NIEMEYER, 2003, p. 49)

2.2.5 Semiótica e Moda

A semiótica pode ser considerada como a ciência que estuda as formas do homem se comunicar através dos signos (verbais ou não verbais), assim se afirma que esta ciência ajuda o homem a interpretar e interagir com o mundo, fazendo-o compreender a realidade a sua volta.

Nessa perspectiva Bardin (1977, *apud* CASTILHO & MARTINS, 2008, p. 27) diz “ que provar que os objetos da nossa vida cotidiana funcionam como linguagem, e que o vestuário é um conjunto de textos projetados e articulados de modo a relacionar elementos característicos do contemporâneo”, ou seja, a moda ao ser contemplada como linguagem, propícia à construção de identidade.

Tendo como base o pressuposto de que o indivíduo se torna representante de si ao construir seu estilo e assim cria uma identidade, estudiosos afirmam que:

No caso da moda, seus textos/objetos-roupas passam pelo crivo de leituras que extrapolam sua funcionalidade e adentram as questões de sua valoração subjetiva, quer pela eleição de grupos que atribuem a roupa determinados valores agregados, quer pela identificação do sujeito usuário de um objeto que lhe aporta determinados traços de identidade (CASTILHO & MARTINS, 2008, p. 52).

Desta maneira, a moda visa a comunicação com a sociedade, assim faz com que o indivíduo tenha a oportunidade de apreensão do sentido pelo ponto da percepção, atrelados diretamente a sensorialidade (visual, gestual, auditivos, olfativos, táteis e os gustativos), portanto a moda pode ser estudada através de várias possibilidades, principalmente pela relação conjunta entre a roupa e o corpo, assim podendo identificar traços de tempo e espaço, conforme Castilho e Martins (2008).

A roupa pode ser considerada uma das linguagens não verbais mais comunicativas da atualidade, visto que esta traz consigo valores agregados enquanto objeto estético e quando se apresenta como tendência (estudo de moda), desta forma:

No primeiro caso, a roupa como objeto é revestida de valores para o sujeito que aporta e, ao mesmo tempo, recebe uma leitura “estética” daqueles que a veem no sujeito. No segundo caso, antes de ser usada por um sujeito, ela se apresenta como projeto, fruto de pesquisas diversas por parte do criador, o seu resultado é o que dialoga com mundos possíveis e imaginários, cujos traços podem ser

instaurados de desejos e necessidades do sujeito consumidor (CASTILHO & MARTINS, 2008, p. 54).

Ao nos depararmos com a assertiva que moda é um movimento social que por meio dela os sujeitos significam (CASTILHO & MARTINS, 2008), constatamos que tal opera perante a dicotomia do individual e do social, em razão de que ao mesmo momento em que há procura pelo singular/único há também a busca por um grupo em que seja aceito, mesmo com esta real dualidade a moda presa pelo emocional do indivíduo.

2.3 ANÁLISE SEMIÓTICA DE POEMAS CONCRETOS

Em análise semiótica tem-se primeiro conhecer os conceitos de Pierce, para então conseguir contemplar semióticamente o poema, tendo em vista que se deve seguir os seguintes passos fenomenológicos: “contemplar, então discriminar e for fim, generalizar em correspondência com as categorias de Primeiridade, Secundidade e Terceiridade.” (SANTAELLA, 2002, p. 29).

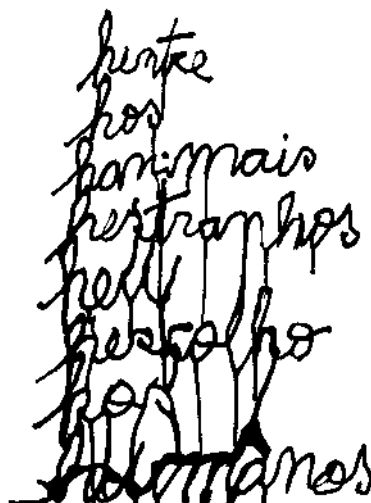
Ao partir para percurso de uma análise semiótica, observa-se que há uma lógica interna de relações entre os signos, sendo assim que o fundamento do signo (contemplação) deve ser analisado anteriormente ao da relação do signo com o objeto (imediato ou dinâmico) e assim por diante.

A semiose, conforme Peirce, é um processo ininterrupto, que progride infinitamente em direção ao interpretante final, sendo então que:

Quando analisamos semióticamente, estamos sempre na posição do interpretante dinâmico, de um interprete singular e, por isso mesmo, falível. Isso só aumenta nossa responsabilidade, pois toda semiose tem uma objetividade semiótica que deve ser respeitada (SANTAELLA, 2002, p. 43).

Assim, este capítulo propõe breve análise semiótica de seis (6) poemas concretos do artista Arnaldo Antunes, os quais terão a finalidade de transformar-se em uma coleção de moda, estes escolhidos visando a aplicação das teorias estudadas até o presente momento, mantendo o nosso olhar e conhecimento.

Figura 10 Poema Concreto Humanos, Arnaldo Antunes



Fonte: www.arnaldoantunes.com > Acesso em: 24 maio 2016

Quadro 1 Análise Semiótica do Poema Concreto Humanos, Arnaldo Antunes

Categoria dos signos	Signo em si ou representamen	Objeto
Primeiridade: escorrimento de Letras/palavras	Quali-signo: Manuscrito, sem cuidado/apreço, desgosto pela escrita. Palavras amontoadas, quase ilegíveis, trazendo a ideia de uma palavra estar acima e escorada na outra. Várias espessuras de linhas nas palavras. Cor preta.	Ícone: rascunho
Secundidade: palavras escritas em outra língua, distorcidas escorrendo	Sin-signo: manuscrito, sem cuidado/apreço, desgosto pela escrita	Índice: escorrido indica descaso, desleixo
Terceiridade: poema concreto, "Hentrehos animais hestranhosheuhescolhos humanos"; trazendo a significação que os animais são menos estranhos que os homens	Legi-signo: manuscrito	Símbolo: poema concreto

Fonte: Da autora (2016)

Figura 11 Poema Concreto Dentro, Arnaldo Antunes



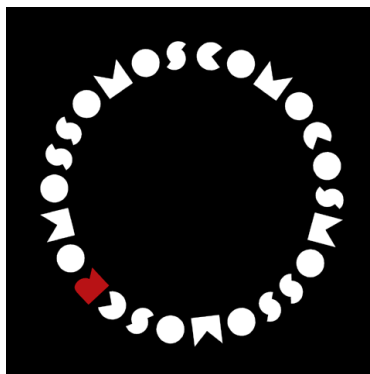
Fonte: www.arnaldoantunes.com.br > Acesso em: 24 maio 2016

Quadro 2 Análise Semiótica do Poema Concreto Dentro, Arnaldo Antunes

Categoria dos Signos	Signo em si ou Representamen	Objeto
Primeiridade: esfera vermelha vazada com algo laranja dentro/preso	Quali-signo: cores fortes, formas arredondadas, linhas curvas e retas, acabamento perfeito, impressão de tridimensionalidade.	Ícone: esfera vermelha com a forma de um aquário, contendo um objeto laranja no seu interior
Secundidade: palavra "DENTRO" escrita em forma de esfera contendo outra palavra no interior contendo o mesmo significado	Sin-signo: Com a realização da leitura das palavras o poema se torna infinito e ao mesmo tempo mostra de maneira imagética o significado de "DENTRO"	Índice: esfera, indício de aproximação e prisão para a palavra interna
Terceiridade: poema concreto com significação infinita de "DENTRO", podendo remeter a prisão	Legi-signo: Palavra "DENTRO" repetida duas vezes, uma sobreposta a outra	Símbolo: poema concreto

Fonte: Da autora (2016)

Figura 12 Poema Concreto Cromossomos, Arnaldo Antunes



Fonte: www.arnaldoantunes.com.br > Acesso em: 24 maio 2016

Quadro 3 Análise Semiótica do Poema Concreto Cromossomos, Arnaldo Antunes

Categoria dos Signos	Signo em si ou Representamen	Objeto
Primeiridade: círculo branco em fundo preto contendo um pequeno pedaço em vermelho	Quali-signo: ausência quase total de cores, pois trabalha em sua maioria com preto, abrindo pouco espaço para o branco e mínimo para a cor vermelha, predominância de linhas curvas e círculos, também abre espaço para poucas retas, acabamento perfeito sem mistura de cores.	Ícone: o círculo do poema traz semelhança com o anel de DNA.
Secundidade: círculo composto por símbolos que fazem alusão a letras	Sin-signo: Poema infinito de difícil significação e leitura, este acredita que a partir dos cromossomos no cosmos nós somos, assim referenciando o nascimento do ser.	Índice: letras representam os cromossomos que se juntaram para formar o DNA e definir as características do homem
Terceiridade: Poema concreto com as palavras cromossomos, como, cosmos e somos escritas em uma simbologia parecida com a alfabeto	Legi-signo: poema circular, com alusão as letras do alfabeto	Símbolo: Poema concreto

Fonte: Da autora (2016)

Figura 13 Poema Concreto " O Cabelo", Arnaldo Antunes



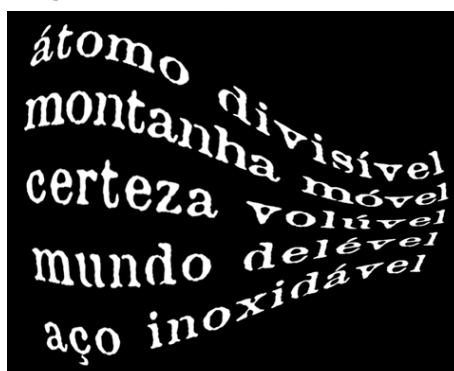
Fonte: www.arnaldoantunes.com.br > Acesso em: 24 maio 2016

Quadro 4 Análise Semiótica do Poema Concreto O Cabelo, Arnaldo Antunes

Categoria dos signos	Signo em si ou representamen	Objeto
Primeiridade: Triângulos sem ponta, alocados na diagonal e interligados	Quali-signo: trabalha com geometria e linhas quase paralelas, não traz cor, porém trabalha com a sensação de tridimensionalidade iniciando no profundo, chegando a superfície e voltando ao profundo.	Ícone: dois triângulos parecidos com megafones, um voltado para o outro, comunicação e forma
Secundidade: palavras grafadas de maneira a parecerem tridimensionais, saindo do fundo para a superfície da folha e voltando ao fundo novamente	Sin-signo: Com a leitura das sentenças ocorre a identificação real da forma do poema, pois o cabelo cresce, alusão ao crescimento do cabelo	Índice: crescente-decrescente, volume do baixo para o auto
Terceiridade: Poema concreto que segue a lógica do crescimento do cabelo, sem tentar explicar porque ele cresce, somente vocaliza este crescimento. Contém a repetição de várias palavras, tornando-o musical.	Legi-signo: poema com forma espacial parecida com a de um triangulo, podendo também fazer menção a megafones	Símbolo: poema concreto

Fonte: Da autora (2016)

Figura 14 Poema Concreto "Átomo", Arnaldo Antunes



Fonte: www.arnaldoantunes.com.br > Acesso em: 24 maio 2016

Quadro 5 Análise Semiótica do Poema Concreto Átomo, Arnaldo Antunes

Categoria dos signos	Signo em si ou representamen	Objeto
Primeiridade: linhas onduladas em fundo preto	Quali-signo: Predominância na cor preta, com nuance em branco e ideia de movimento.	Ícone: Onda, movimento, palavras que iniciam maiores e ficam menores.
Secundidade: Palavras escritas em forma de ondas, impressão de profundidade e movimento	Sin-signo: Poema com dicotomia em seus versos, o tornando quase sem entendimento	Índice: Movimento
Terceiridade: Poema concreto contendo rima "vel" ao final de cada verso, impressão de trabalhar com a dualidade nos versos, porém sem muita lógica	Legi-signo: poema concreto imitando uma onda, e contendo rimas ao final dos versos	Símbolo: poema concreto

Fonte: Da autora (2016)

Figura 15 Poema Concreto "Novidades", Arnaldo Antunes



Fonte: www.arnaldoantunes.com.br > Acesso em: 24 maio 2016

Quadro 6 Análise Semiótica do Poema Concreto Novidades, Arnaldo Antunes

Categoria dos signos	Signo em si ou representamen	Objeto
Primeiridade: Revistas e jornais rasgados/ "cortados a mão"	Quali-signo: cores e formas bem diferenciadas, diferentes grafias e tipos de papel	Ícone: revistas e jornais rasgados, sem importância
Secundidade: Palavras rasgadas de revistas e jornais de fácil leitura, mas sem conexão uma com a outra	Sin-signo: palavras de jornais e revistas rasgadas, colados sobrepondo um ao outro	Índice: desleixo, sem preocupação com a estética
Terceiridade: poema concreto que apresenta as diferentes grafias de palavras, traz como a principal a palavra "novidade, presente no meio da imagem a qual nomeia o poema	Legi-signo: informações variadas que se mesclam	Símbolo: poema concreto

Fonte: Da autora (2016)

3 METODOLOGIA

3.1 TIPO DE PESQUISA

Esta pesquisa é de cunho exploratório sobre o tema proposto Moda e Literatura, em que se optou por realizar em duas fases: a primeira constituída de pesquisa bibliográfica, a qual analisou informações e estudos já realizados sobre o tema proposto. A principal vantagem da pesquisa bibliográfica, é que essa classe “tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses” (GIL, 2007, p. 41). O que será necessário para entender sobre a poesia concreta, a semiótica e a moda, a fim de uni-las em um produto, para que a pesquisa seja capaz de mesclar estes diferentes conceitos, as variáveis utilizadas foram de qualitativa.

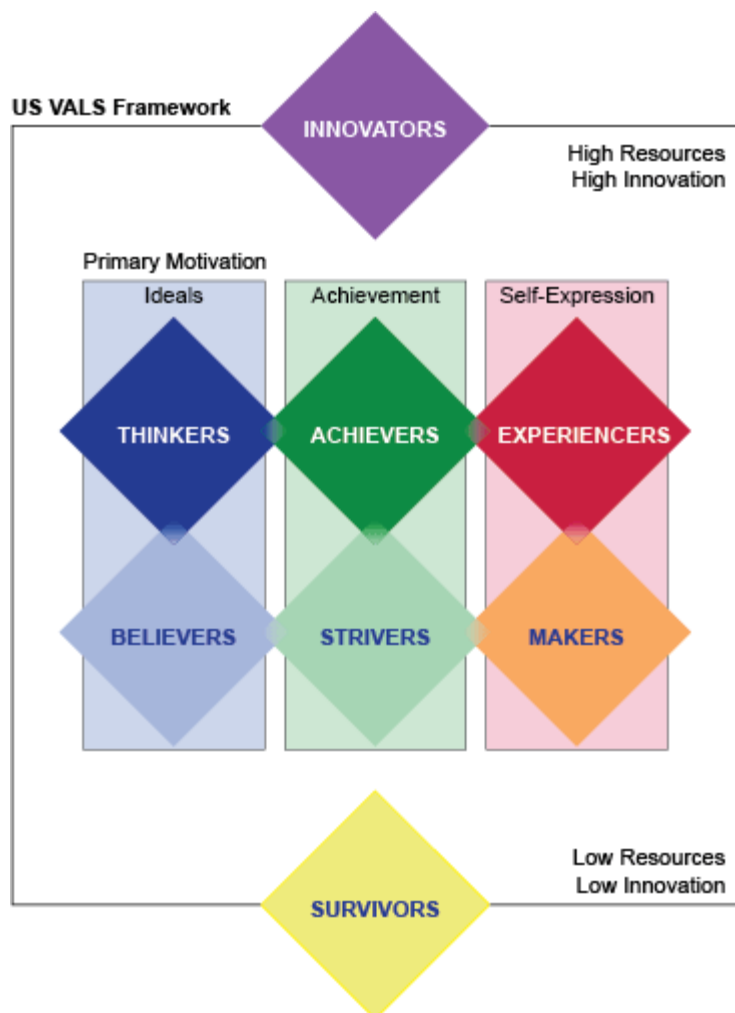
A segunda parte foi em forma de sondagem, caracterizada por um questionário voltado diretamente ao público, porém não de aspecto quantitativo, mas qualitativo, para aprimorar o conhecimento do público-alvo em potencial. Esta pesquisa tem por objetivo o levantamento de informações sobre o universo de todos os integrantes que participarão do questionário.

O questionário foi inspirado no modelo da Pesquisa VALS™ - (V) Valores que a pessoa mais preza, (A) suas atitudes e ("lifestyle", LS) estilo de vida dessa mesma pessoa, realizada pelo Strategic Business Insights (SBI), esta empresa trabalha com os clientes para identificar e mapear novas oportunidades baseadas na tecnologia e conhecimentos dos mercados em crescimento. Estes agrupam as pesquisas em andamento, com serviços de consultoria para criar ideias que influenciam os clientes, negócios e tecnologia e, com a ajuda deles, levam as organizações a identificar mudanças que acontecerão, criando estratégias com uma maior consciência do que o futuro pode trazer.

3.2 FERRAMENTA VALS™

A ferramenta VALS™ tem como princípio descobrir o perfil do consumidor, assim se justificam que entender o cliente é fundamental para as estratégias de marketing; visto que ela reforça a caracterização demográfica, explicando os condutores psicológicos mais profundos do comportamento do consumidor. O resultado é um gráfico que exemplifica que tipo de consumidor o entrevistado é baseando-se nos seus interesses, conhecimentos e cultura agregada (figura 15).

Figura 16 Resultado apresentado da pesquisa VALS™ da empresa SBI da análise do tipo consumidor.



Fonte: Strategic Business Insights > Acesso em: 30 maio 2016.

Desta forma, essa ferramenta classifica os indivíduos subdividindo-as em oito grupos distintos:

- Atualizados: indivíduos que se deram bem na vida e são normalmente responsáveis, preocupados com a família; tem o gosto refinado;
- Satisfeitos: pessoas realizadas, satisfeitas e de bem com a vida. Gostam de viver com conforto e dão valor às coisas funcionais e duráveis;
- Realizadores: São, também, bem-sucedidos, tem preocupação com a carreira e o emprego. Gostam de produtos que dão prestígio;
- Experimentadores: São os indivíduos mais jovens, impulsivos e não conformados com a sociedade em que vivem. Gastam as suas economias em roupas, lanches, música e cinema;
- Religiosos: São aqueles mais tradicionais e conservadores, do tipo convencional. Não gostam de experimentar, preferem manter-se fieis às suas marcas e produtos já conhecidos e utilizados;
- Lutadores: São as pessoas inseguras que não tem certeza absoluta de nada, são hesitantes. Compram produtos que se parecem com marcas mais caras ou que imitam produtos de classes sociais mais altos;
- Fazedores: São os indivíduos preocupados com a família, vivem em função dela e preferem comprar produtos que possam utilizar em prol dos parentes: ferramentas utensílios domésticos;
- Esforçados: São os consumidores leais às marcas favoritas, trata-se, normalmente, de pessoas mais velhas com recursos financeiros limitados. Pensam e analisam muito antes de comprar, mas no fim permanecem fiéis aos produtos já conhecidos;

Portanto, este estudo se fundamentou em aspectos psicográficos, este composto por três elementos: valores, autoconceitos e estilo de vida. De forma que o indivíduo possa encontrar em um estilo de vida e, somente a um dado grupo

3.3 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

O instrumento utilizado para coleta de dados foi questionário aplicado no mês de julho de 2016 e contou com vinte e duas (22) questões objetivas e dissertativas que abordaram comportamento e preferências de consumo e foram formuladas a fim de contribuir no planejamento e desenvolvimento da coleção.

3.4 DELIMITAÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO

O presente estudo tem por objetivo fazer uma análise dos resultados de questionário aplicado online para mulheres, moradoras de grandes centros urbanos e pertencentes a classe média e ativas no mercado de trabalho.

3.5 COLETA E ANÁLISE DE DADOS

3.5.1 Análise da pesquisa

Com o total de cinquenta (50) respostas, observou-se que a grande maioria das entrevistadas (40,8%) estão na faixa etária de 20 a 25 anos, a também sendo a maior parte ainda estudante de graduação (44,9%) e com faixa salarial de no máximo 2 salários mínimos (67,3%).

Com relação a ocupação que exercem observou-se que grande parte está voltada para área de humanas nos campos do design, da educação e da fotografia, mas também há uma pequena fatia que ocupa atividades como arquiteta, analista de qualidade, terapeuta, turismóloga, fotógrafa, administradora e também as que desempenham a atividade como dona de casa, a cuidar do lar e dos filhos.

Partindo para análise do questionário inspirado no Vals, o qual contemplou cada grupo de consumidor com duas questões distintas, observou-se que os perfis que ressaltaram perante a pesquisa foram atualizados, satisfeitos, lutadores e fazedores. Porém a classe dos atualizados e fazedores são os que obtiveram respostas positivas perante as duas questões propostas para cada grupo.

Assim a classe a ser atendida, tem como principais características gosto refinado, responsabilidade, preocupação com a família e vivem de bem com a vida. Sendo os Atualizados:

Nesta categoria são inclusos os consumidores bem-sucedidos, sofisticados, ativos, pessoas com autoestima elevada e recursos abundantes. Geralmente são interessados em crescimento e buscam o autodesenvolvimento e o autoconhecimento, expressando-se de vários modos, algumas vezes guiados por princípios, outras vezes pelo desejo de ação, desejo de fazer a diferença (XAVIER, GONÇALVES e LIMA, 2008, p.4).

E os Fazedores tendo o perfil melhor especificado como:

São pessoas práticas que têm habilidades construtivas e conhecem seu valor pessoal. Vivem dentro de um contexto tradicional de família, emprego e recreação física. Tem suficiente habilidade manual, renda e força de vontade para prosperar e concluir seus projetos (XAVIER, GONÇALVES e LIMA, 2008, p.5).

4 DIRECIONAMENTO MERCADOLÓGICO

4.1 EMPRESA

Partindo dos estudos realizados anteriormente, objetiva-se a busca da materialização de uma nova marca de moda. Assim questões como nome, porte, logo, entre outras características foram estudadas e desenvolvidas para a organização em concretização deste projeto.

4.1.1 Dados da Empresa

Razão social: Mírian Gouveia

Nome Fantasia: Miroka Maria

Porte: Microempreendedor Individual

Baseado nas diretrizes do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), o microempreendedor individual (MEI) é a pessoa que trabalha por conta própria e que se legaliza como pequeno empresário, tendo como faturamento máximo anual de até R\$ 60 mil e não ter participação em outra empresa

como sócio ou titular. O MEI também pode ter um empregado contratado que receba o salário mínimo ou o piso da categoria.

Assim, encaixando-se na atividade de Costureira de Roupas, exceto roupas íntimas e as confeccionadas sob medida, CNAE 1412-6/01.

4.1.2 Marca

A marca Miroka Maria foi desenvolvida a partir do estudo teórico relacionando moda e literatura, partindo dos conceitos da semiótica e seu objetivo é fazer com que o a forma da poesia concreta seja inserida em produtos de moda, gerando assim, futuras coleções que possam trazer um novo conceito a vestimenta.

Míroka Maria é caracterizada, basicamente, por seus produtos com design diferenciado e modelagem irreverente, sendo assim, único perante as atuais criações de moda. A base para criação são malhas de algodão, moletom, brim, sarja e linho. Porém o que traz o diferencial são recortes e texturas agregando formas e linhas marcantes, fazendo com que a roupa ganhe valor estético, apesar de utilizar materiais mais simples. Isso proporciona um produto final de conceito único e atemporal.

A proposta principal é fazer com que o a poesia concreta seja apreciada e experimentada no universo da moda, visto que esta vanguarda foi pouco utilizada para este fim.

Figura 17 Logo da Marca

The logo consists of the text 'Miroka Maria' written in a large, bold, black, typewriter-style font. The letters are slightly irregular and have a monospaced appearance, characteristic of a typewriter font.

Fonte: Da autora (2016)

4.1.3 Conceito da marca

As peças da Miroka Maria foram criadas para atender a necessidade da mulher contemporânea, que busca por qualidade e estilo ímpar. Em uma união entre o clássico e o experimental com cortes arrojados e tecidos atemporais, sua coleção

valoriza a beleza da forma e a excentricidade do poema que inspiram personalidade para vestir uma mulher moderna.

O objetivo da marca é fazer com que suas clientes possam se diferenciar através das roupas, sempre com reafirmando identidade própria e irreverência.

4.1.4 Segmento

DAILYWEAR: Roupas de estilo contemporâneo para o dia-a-dia

4.1.5 Concorrentes (diretos e indiretos)

Concorrentes diretos: Heroína – Alexandre Linhares

Concorrentes Indiretos: João Pimenta e Ronaldo Fraga

Visto que as marcas apresentadas acima trabalham em torno da experimentação e em muitas de suas coleções trazem esferas diferentes da arte, Miroka Maria acredita que elas ao mesmo tempo são concorrentes e fonte de pesquisa.

4.1.6 Sistemas de Venda

A comercialização dos produtos da marca será feita, inicialmente pela internet, de toda a coleção e acessórios, na loja online do site oficial e *Fun Pages*, com entrega a todo Brasil por meio dos Correios – Sedex ou Pac.

Porém também há de se pensar no futuro fazer a venda em lojas multimarcas espalhadas pelo país.

4.2 MARKETING

4.2.1 Produto

O grande diferencial dos produtos da marca são as modelagens, recortes e texturas, agregando a peça design inovador e contemporâneo, porém não esquecendo do conforto e praticidade. Tudo pensado para esta nova mulher “desbravadora”, que não se incomoda em experimentar o novo.

4.2.2 Preço

O preço no mercado será entre R\$50,00 a R\$250,00, conforme a dificuldade de execução de cada peça.

4.2.3 Praça

A distribuição será feita através da internet, visto que a marca não possui loja física inicialmente.

4.2.4 Promoção

A divulgação da marca será feita através das redes sociais como Facebook e Instagram, também pela página oficial na internet. Também podendo ocorrer coquetéis para o lançamento das novas coleções em espaços alternativos como pequenos restaurantes e bares, para assim ocorrer a divulgação venda dos produtos da marca.

4.3 CÂNVAS

O Cântas tem como principal objetivo estruturar um modelo inovador de plano de negócios, trazendo praticidade e principalmente dinamicidade na análise das organizações, é utilizado para fomenta ideias de forma mais simples e rápida.

Este tipo de modelo de negócio é uma ferramenta utiliza o pensamento visual, permitindo ver o modelo como um desenho e não como uma folha de texto.

Utiliza os conceitos do *Design Thinking*⁸ e apresenta nove blocos com os seguintes títulos:









- Segmentos de Clientes,
- Proposta de Valor,
- Canais,
- Relacionamento com Clientes,
- Fontes de Receita, Recursos Principais,
- Atividades-Chave,
- Parcerias Principais,
- Estrutura de Custos,

É importante salientar também que o Cânvase, em todas suas áreas, sofrerá evoluções contínuas até atingir um estágio de maturidade.

O dinamismo implícito na característica evolutiva da ferramenta é um adjetivo que merece destaque, e vai de encontro com a criação de novas ideias. (FABRI e L'ERÁRIO, 2015. P. 20)

⁸ O *design thinking* é uma ferramenta de inovação; é uma abordagem predominantemente de gestão, que se vale de técnicas que os designers usam para resolver problemas.

Figura 18 Câncas para o desenvolvimento do projeto do Trabalho de Conclusão de Curso

 <p>Customer Segments</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mulheres e jovens - Lojas Multimarcas 	 <p>Customer Relationships</p> <ul style="list-style-type: none"> - Coquetéis para divulgação de novas coleções e promoções. - Bazar de coleções antigas - Desconto progressivo 	 <p>Channels</p> <ul style="list-style-type: none"> - Site Oficial - Redes Sociais 	 <p>Revenue Streams</p> <p>Com relação as venda das peças confeccionadas o total a ser arrecadado será de R\$ 1.142,00, porém temos que observar que todos os materiais para a execução deste trabalho foram cotados, desde os materiais de papelaria até a peça confeccionada.</p>
 <p>Value Proposition</p> <ul style="list-style-type: none"> - Miroka Maria roupas femininas 	 <p>Key Activities</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pesquisa - Criação - Execução 	 <p>Key Resources</p> <ul style="list-style-type: none"> - 6 meses para execução total do projeto - Ferramentas de desenho, modelagem e costura 	 <p>Cost Structure</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tecidos e aviamentos (1000,00) - Fotos (200,00) - Impressão de Catálogo, panchas e trabalhos (200,00) - Diagramação (200,00) - Material de papelaria (200,00) <p>TOTAL: R\$ 1.800,00</p>

Fonte da Autora (2016)

4.4 PLANEJAMENTO VISUAL

4.4.1 Embalagem

Como a empresa será, inicialmente, online a embalagem principal a ser adotada pela marca será um modelo de caixa, bem simplista e atemporal, sempre mantido no mesmo formato, porém com três (3) tamanhos diferentes, visto que a quantidade de produtos adquiridos pela consumidora será variado.

Com relação a cor da caixa esta mudará conforme a aquisição de embalagens (feita pela proprietária da marca), indiferente à coleção proposta da época. Também haverá uma embalagem em formato de saco em tecido-não-tecido que acondicionará os produtos antes destes serem colocados na caixa final, para a postagem.

Figura 19 Embalagem caixa



Fonte da Autora (2016)

Figura 20 Embalagem de TNT



Fonte da Autora (2016)

Figura 21 Tag



Fonte da Autora (2016)

4.5 PÚBLICO ALVO

Figura 22 Referência de Público Alvo



Fonte: www.oqusar.com > Acesso em: 10 agosto 2016.

4.5.1 Perfil da consumidora

Mulheres ou meninas pertencentes a todo o país, acostumadas com a rotina frenética dos centros urbanos, ativas em suas vidas, sendo em um espaço empresarial, doméstico ou escolar. São atarefadas e responsáveis. Sempre femininas. Gostam de se divertir nos parques ou shoppings, apreciam uma boa companhia, sejam estas, amigos ou amores. Eclética em seu modo de vestir, de personalidade forte e a cada manhã veste-se conforme o humor. Considera que conforto é necessário, mas também se encanta com a multiplicidade de modelagens, preza pelo simples, porém com um toque que a diferencie das demais.

4.6 PESQUISA DE TENDÊNCIAS

4.6.1 Macrotendências

A macrotendência escolhida foi “DESTEMPERADOS”, a qual está em busca de coisas que não foram criadas, e pensa sempre no que está por vir, tentando a todo momento desafiar a norma. Conforme o Caderno de Tendências Caminhos, da Inova Moda (inverno 2016):

Exposições, manifestações de rua e de mercado apontam para uma revolução com bases na liberdade de expressão. O momento não é mais de contemplação, mas sim, de usar o novo e provocar mudanças. (SENAI e SEBRAE, 2015, p.12)

Pensando exclusivamente na “moda e nos modos, é a hora da virada. Não se conforme: ultrapasse, transgrida, transcenda. ” (SENAI e SEBRAE, 2015, p.14)

4.6.2 Microtendências

Caos Criativo foi a primeira estética ser escolhida, porque aposta que a inquietude no processo de criar e a imaginação são forças que guiam o impossível, passando pela desordem e utopia, tomando o processo e consequências como não definitivas. “A questão não é sobre destruição, mas antes de criar o novo, é necessário derrubar novas paredes”. (SENAI e SEBRAE, 2015, p.18)

Transcendencência aparece como segunda estética, e dota apremissa de que qualquer um pode desejar e decretar mudanças, buscar pelo que não existe e decretar o novo. “Ultrapasse seus limites, vá além dos caminhos já estabelecidos. É preciso mudar para evoluir”. (SENAI e SEBRAE, 2015, p.34)

5 DESENVOLVIMENTO DO PROJETO

5.1 DELIMITAÇÃO PROJETUAL

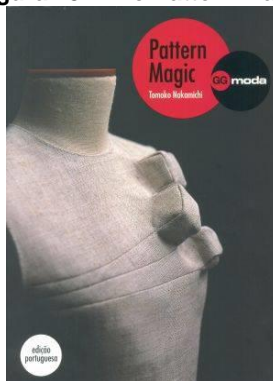
Com o objetivo de inovar nas vestimentas, a marca Miroka Maria traz para sua coleção peças produzidas a partir do estudo de modelagens conceituais, com o intuito de tornar sua consumidora única. Partindo do conceito que o menos é mais, os tecidos utilizados, são na maioria simples e confortáveis, o que torna a roupa utilizável no dia-a-dia.

Também se acredita que a atemporalidade é uma necessária, assim pode-se combinar as peças tanto com acessórios mais formais como sapatos de salto, quanto com um tênis e jaqueta jeans.

Experimentação é o que nos faz funcionar, então a coleção Vanguarda Experimental utiliza de técnicas milenares como o macramê, combinado com modelagens modernas e inovadoras, inspiradas nos livros: Pattern Magic (figura 22), Pattern Magic 2 (figura 23), Pattern Magic tecidos elásticos (figura 24) e Pattern Magic drapeados (figura 25), das autoras Tomoko Nakamichi, Hisako Sato.

Os shapes triângulo invertido, retângulo e ampulheta fazem com que os produtos tenham um bom caimento, mesmo com a utilização de técnicas que propõem volumes as peças.

Figura 23 Livro Pattern Magic



Fonte Editora Gustavo Gili

Figura 24 Livro Pattern Magic 2



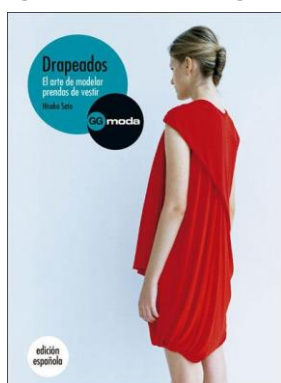
Fonte Editora Gustavo Gili

Figura 25 Pattern Magic Tecidos Elásticos



Fonte Editora Gustavo Gili

Figura 26 Pattern Magic Drapeados



Fonte Editora Gustavo Gili

5.1.1 Especificações do Projeto

A empresa Miroka Maria, traz um estilo excêntrico e inovador, carrega consigo estilo diferenciado partindo de tendências caóticas e experimentais, agregando ao cotidiano a arte, partindo da união entre a Moda e a Poesia Concreta. A consumidora desta marca observa que a coleção é atemporal, com toques da alfaiataria em tecidos esportivos e toque esportivo em tecidos nobres, agregando valor diferenciado as peças.

5.1.2 Conceito da Coleção

A coleção foi pensada para Outono/Inverno 2017 exibe excentricidade unida ao clássico, traz exuberante feminilidade com detalhes diferenciados e únicos. Trabalha com cores invernais e sóbrias, dando um toque de seriedade aos looks.

Inspirada pelos poemas concretos do artista Arnaldo Antunes, a coleção tenta resgatar a individualidade e unicidade da criação, fazendo com que nossa consumidora perpassa pela dicotomia entre o estranho e o simples, que a mesmo tempo em se difere e se insere a sociedade.

Experimentar nos impulsiona, levando-nos a unir moda/design aos mais diferentes temas.

5.1.3 Nome da Coleção

Vanguarda Experimental

5.1.4 Referência da Coleção

Como todo o estudo e criação foi realizado envolta dos poemas concretos de do artista Arnaldo Antunes, nada mais completo do que utilizá-los como referência da coleção.

Figura 27 Painel de Referência



Fonte da Autora (2016)

5.1.5 Cores

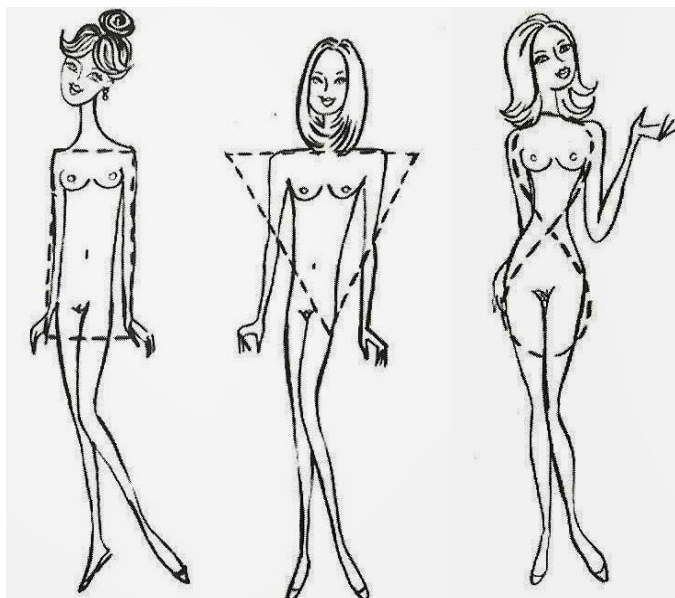
A coleção Vanguarda Experimental inspira-se em seis (6) poemas concretos de Arnaldo Antunes, os quais trazem as cores: branco, bege, preto, chumbo, cinza, vermelho, amarelo e azul.

5.1.6 Materiais

Inovação e conforto permearam a escolha dos materiais, visto que a principal proposta desta coleção é a Experimentação, partindo de modelagens incomuns e acabamentos controversos, que mesclam técnicas de alfaiataria com o despojado do sem acabamento, aplicadas a tecidos simplistas como moletom, malha de algodão, piquet, brim e linho, incorporando diferencial perante a moda atual.

5.1.7 Formas e estruturas (shapes)

Figura 28 Shapes da coleção



Fonte: Blog da Glória (2016)

5.1.8 Tecnologias

As tecnologias utilizadas no desenvolvimento das peças foram modelagem diferenciada, recortes estéticos, tecidos inverniais misturados aos esportivos e costura inspirada na alfaiataria.

5.1.9 Mix da coleção

Quadro 7 Mix de Coleção

	Básico (20%)	Fashion (70%)	Vanguarda (10%)	Total
Top	2	7	1	10
Boton	2	3	1	6
Overall	3	14	2	19
Total	7	24	4	35

Fonte da Autora (2016)

5.2 PAINEL SEMÂNTICO

Figura 29 Painel Semântico



Fonte da Autora (2016)

5.3 CARTELA DE CORES

Figura 30 Cores retiradas do Pantone



Fonte Caderno de tendências Inova Moda (2016)

6 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS: CROQUIS

Figura 31 Look 1



Fonte da Autora (2016)

Figura 32 Look 2



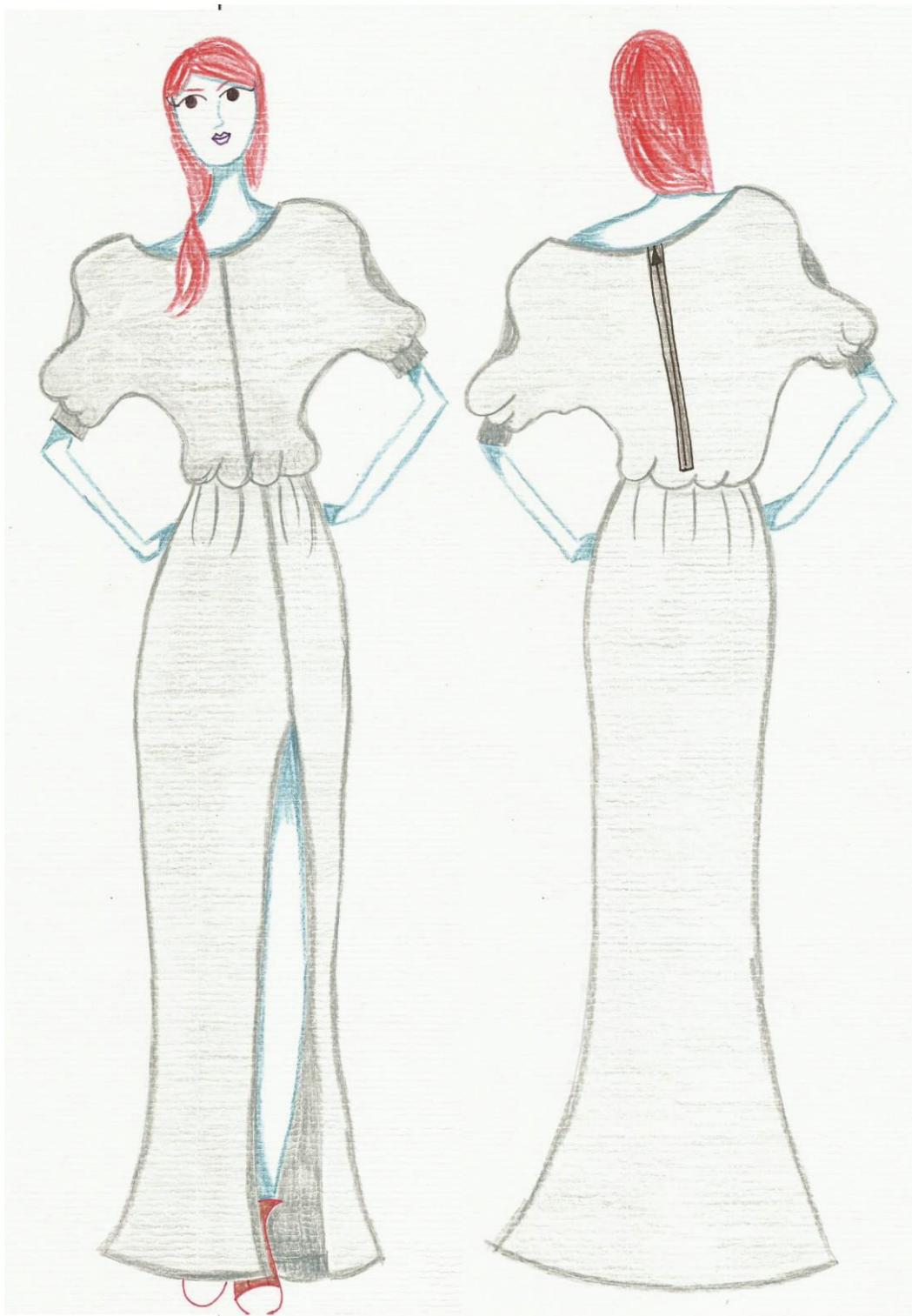
Fonte da Autora (2016)

Figura 33 Look 3



Fonte da Autora (2016)

Figura 34 Look 4



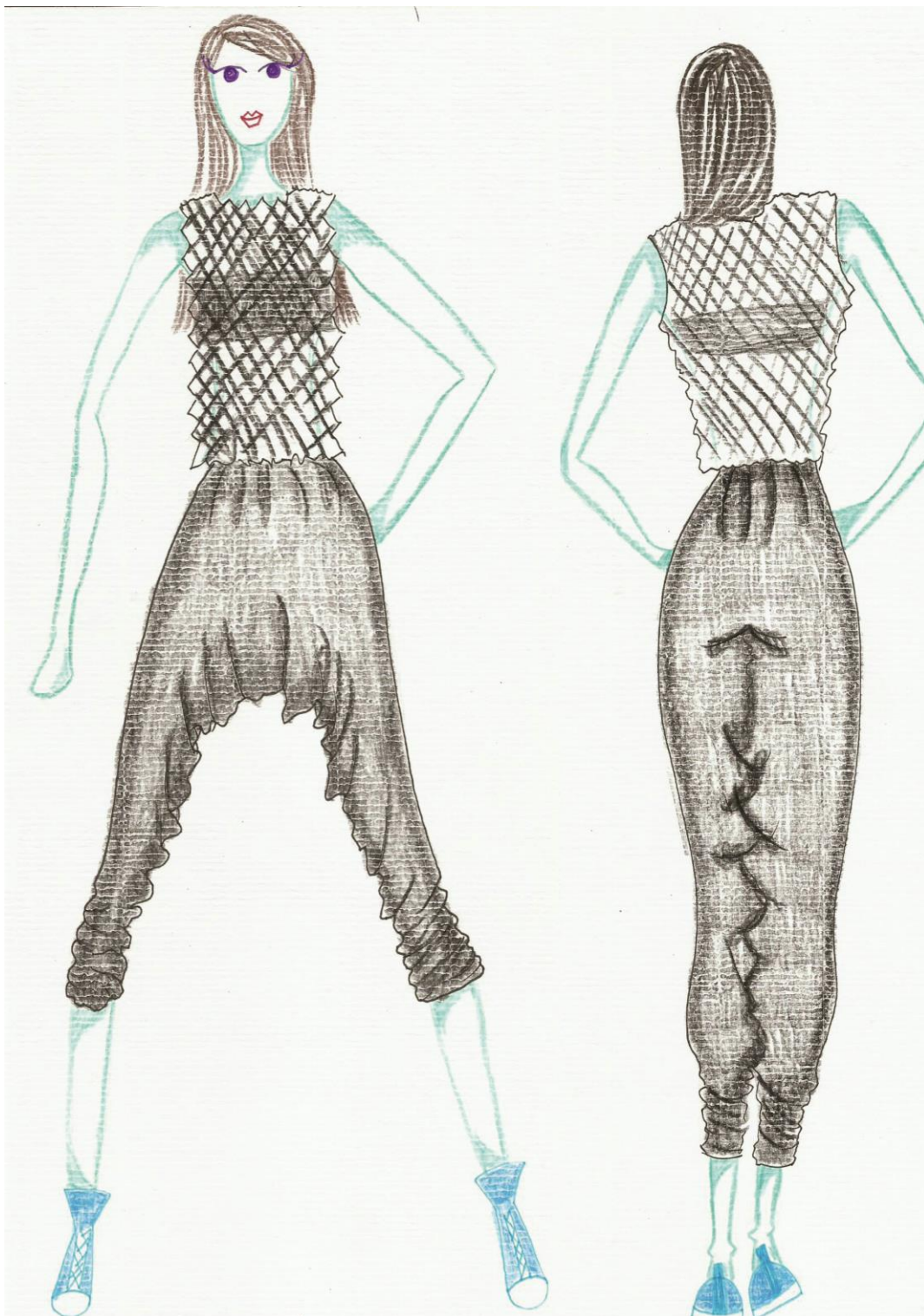
Fonte da Autora (2016)

Figura 35 Look 5



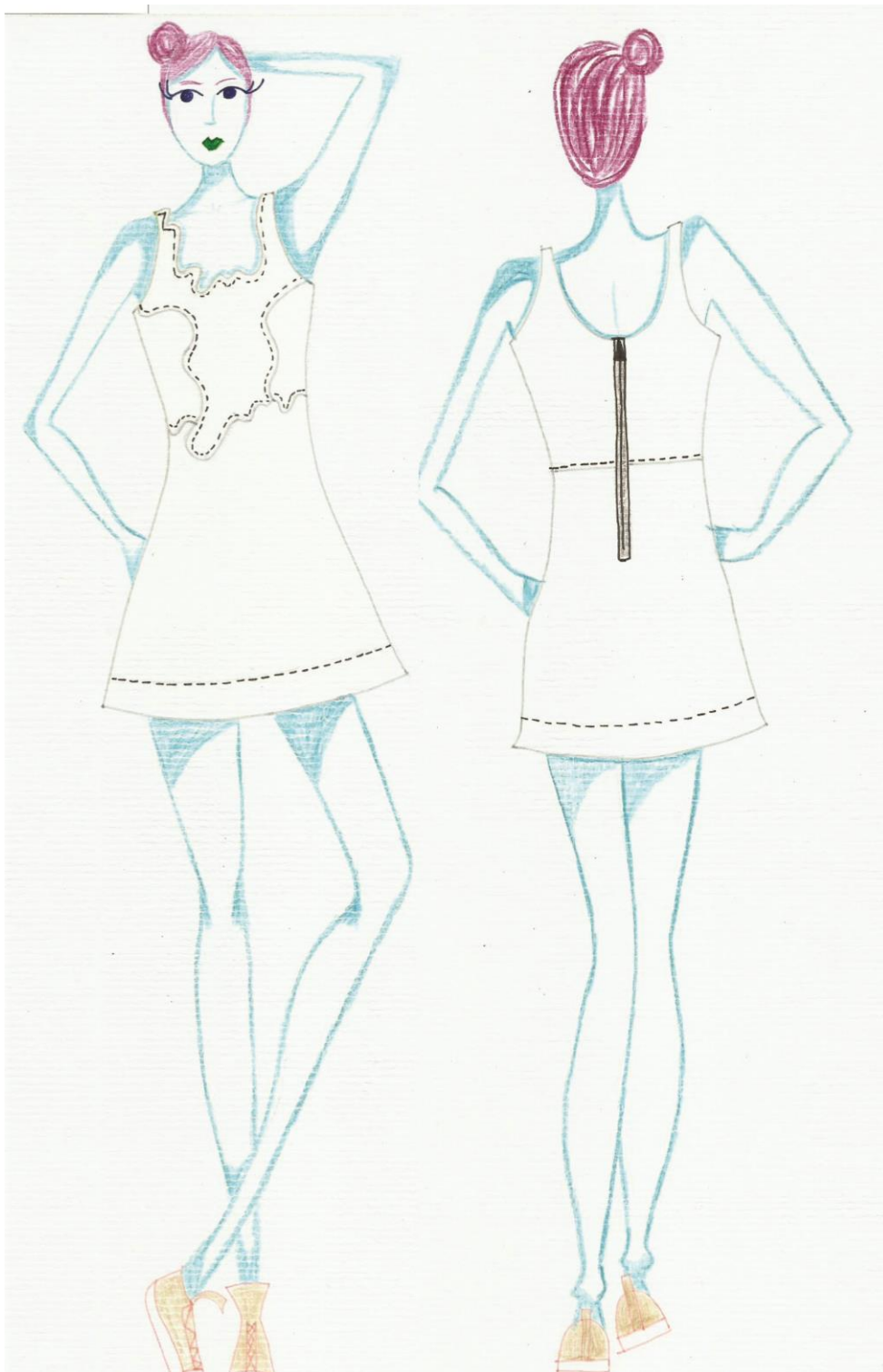
Fonte da Autora (2016)

Figura 36 Look 6



Fonte da Autora (2016)

Figura 37 Look 7



Fonte da Autora (2016)

Figura 38 Look 8



Fonte da Autora (2016)

Figura 39 Look 9



Fonte da Autora (2016)

Figura 40 Look 10



Fonte da Autora (2016)

Figura 41 Look 11



Fonte da Autora (2016)

Figura 42 Look 12



Fonte da Autora (2016)

Figura 43 Look 13



Fonte da Autora (2016)

Figura 44 Look 14



Fonte da Autora (2016)

Figura 45 Look 15



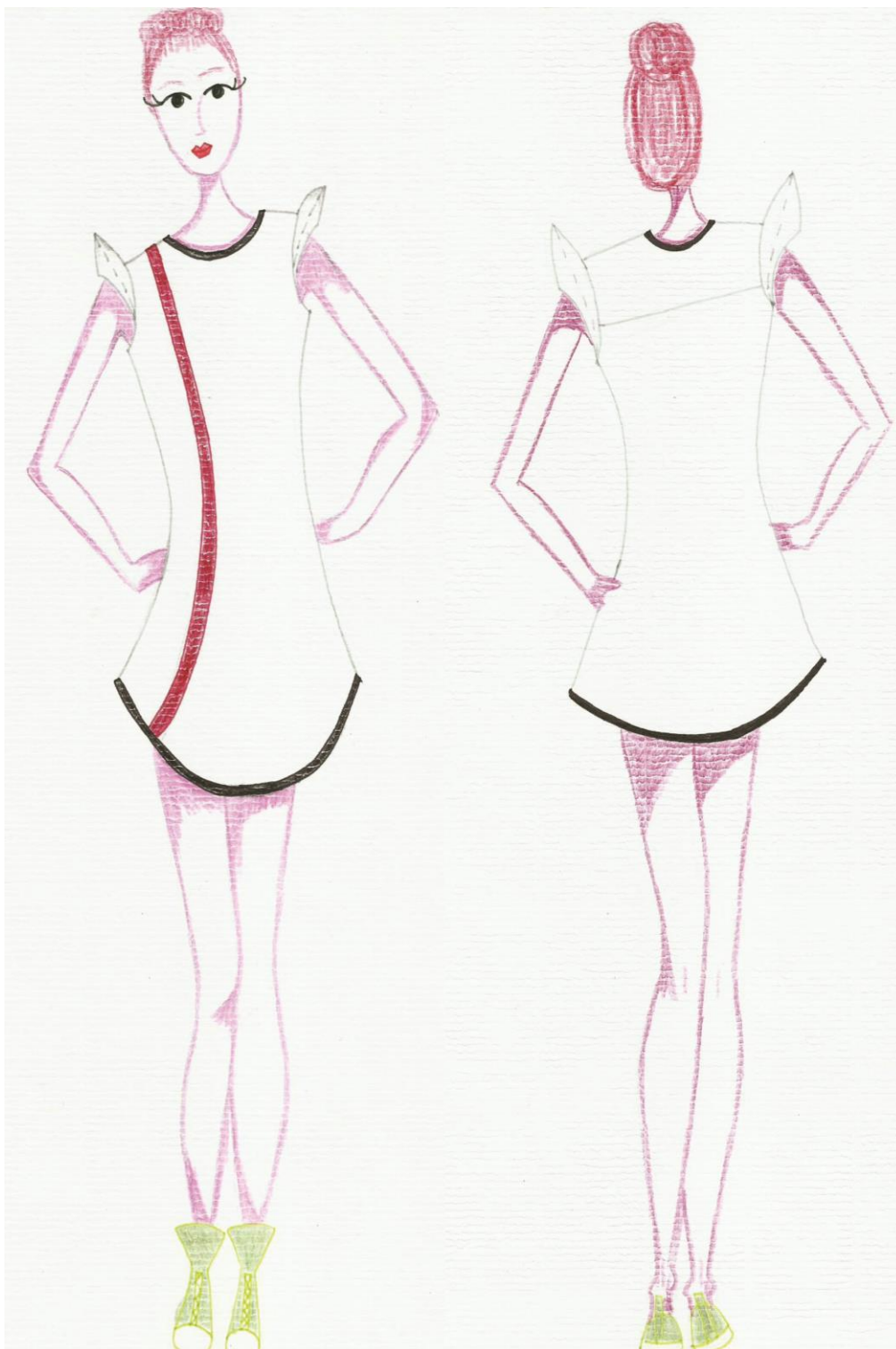
Fonte da Autora (2016)

Figura 46 Look 16



Fonte da Autora (2016)

Figura 47 Look 17



Fonte da Autora (2016)

Figura 48 Look 18



Fonte da Autora (2016)

Figura 49 Look 19



Fonte da Autora (2016)

Figura 50 Look 20



Fonte da Autora (2016)

Figura 51 Look 21



Fonte da Autora (2016)

Figura 52 Look 22



Fonte da Autora (2016)

Figura 53 Look 23



Fonte da Autora (2016)

Figura 54 Look 24



Fonte da Autora (2016)

Figura 55 Look 25



Fonte da Autora (2016)

5.1 Harmonia da coleção

Figura 56 Sequência de desfile



Fonte da Autora (2016)

5.2 ANÁLISE E SELEÇÃO JUSTIFICADA DAS ALTERNATIVAS

Os looks selecionados a partir da geração de alternativas atendem o conceito almejado da coleção Vanguarda Experimental - Outono/Inverno 2016 e mantêm a identidade da marca Miroka Maria.

Figura 57 Look1 – Alternativa Justificada



Fonte da Autora (2016)

O primeiro Look escolhido é um vestido confeccionado em moletom com manga circular, para estruturar esta manga foi utilizado tecido brim entretelado, para cinturar foi utilizado um cinto em tecido trançado em macramê, este fazendo alusão ao poema Cromossomos, trazendo a circularidade e as cores da obra.

Figura 58 Look2 – Alternativa Justificada

Fonte da Autora (2016)

O segundo look apresenta relação com o poema Humanos, assim confeccionado o vestido em brim branco, com bolsos embutidos, recorte na cintura e na linha da princesa, trazendo ar contemporâneo a peça; com relação ao colete foi confeccionado em malha de algodão cortada em viés e amarra formando uma rede, que assim colocada em cima do vestido traz um conceito mais despojado e inovador.

Figura 59 Look3 – Alternativa Justificada



Fonte da Autora (2016)

Com modelagem bem contemporânea o look 3 trabalha retas e curvas, aliado ao tecido de moletom inova no conforto e sofisticação, contém bolso embutido o que agrega uma maior funcionalidade a roupa, e traz consigo a dicotomia do tecido esportivo com modelagem excêntrica e acabamento aparente.

Figura 60 Look 4 – Alternativa Justificada



Fonte da Autora (2016)

O quarto look traz o conceito do poema concreto Dentro, assim a técnica utilizada a “cratera” o que traz uma profundidade e volume a peça, unida a recortes apresenta uma reforma da modelagem tradicional.

Figura 61 Look 5 – Alternativa Justificada



Fonte da Autora (2016)

Pensando no poema O Cabelo, confeccionou-se um macacão com detalhe nas costas, este inspirado na própria forma do poema e utilizando de triângulo sanfonado, agregando a peça design diferenciado.

Figura 62 Look 6– Alternativa Justificada

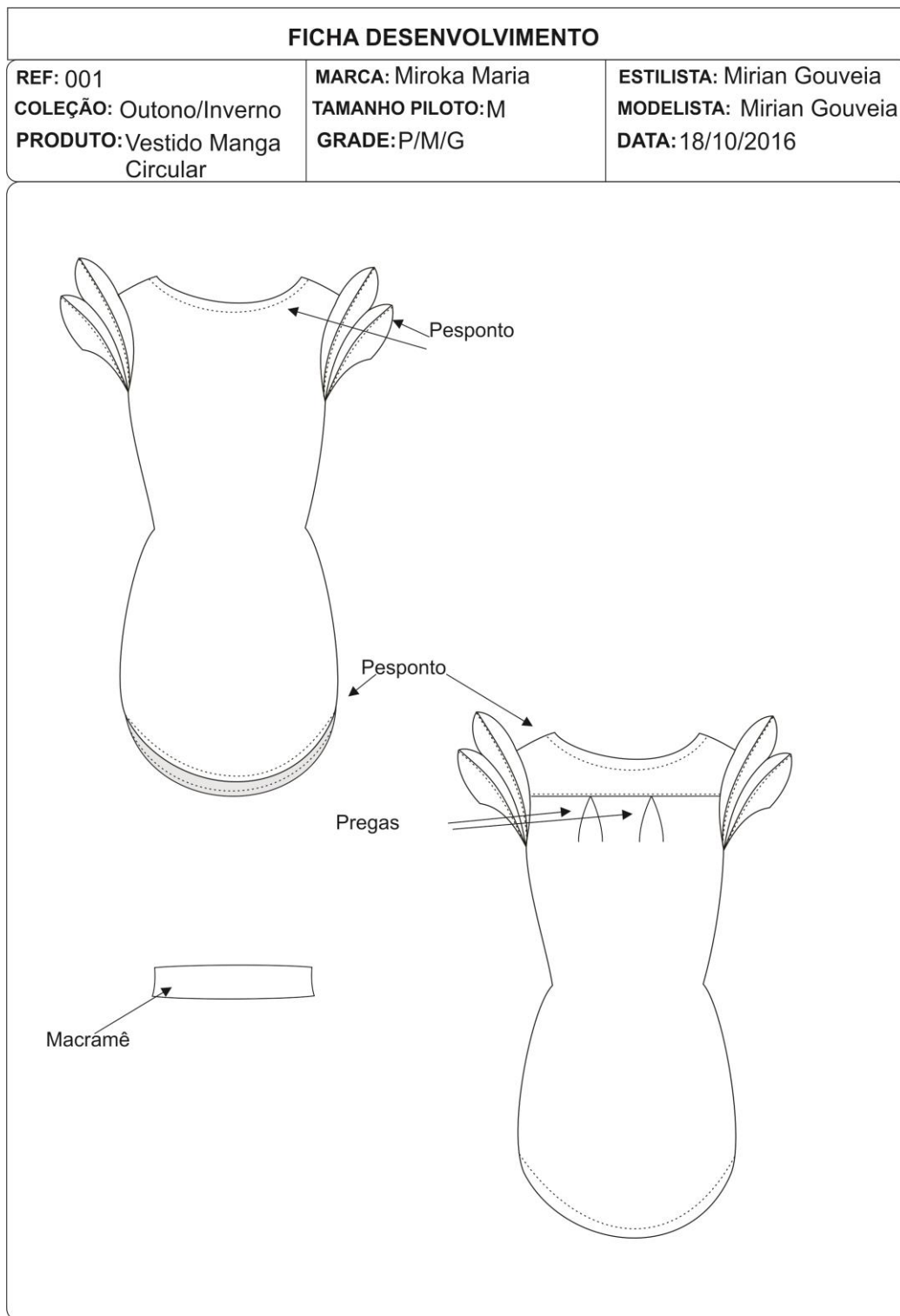


Fonte da Autora (2016)

O sexto look pretende alusão ao poema Novidades, e para isso utiliza da técnica captonê, formando um detalhe na gola, este agregado ao vestido de corte reto e bolsos embutidos, confeccionado em linho e com pespontos aparentes.

5.3 FICHAS TÉCNICAS

Figura 63 Ficha técnica 1 – frente e costas



Fonte da Autora (2016)

Figura 64 Ficha técnica 1 – materiais

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Moletom	Costa Rica	76% algodão e 24% poliéster	1,00 M	28,00
Brim	Paranatex	100% algodão	0,40 M	15,00
Malha de algodão	Costa Rica	100% algodão	0,70	15,00
AMOSTRAS 				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Linha	Corrente	Branco	195 m	4,00
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Etiqueta de composição	Tinta no pano	Branco	1	0,13
Etiqueta da marca	Print Prime	Laranja	1	0,03
Saquinho transparente	Plastilar	Transparente	1	0,10
VARIAÇÃO CORES 				

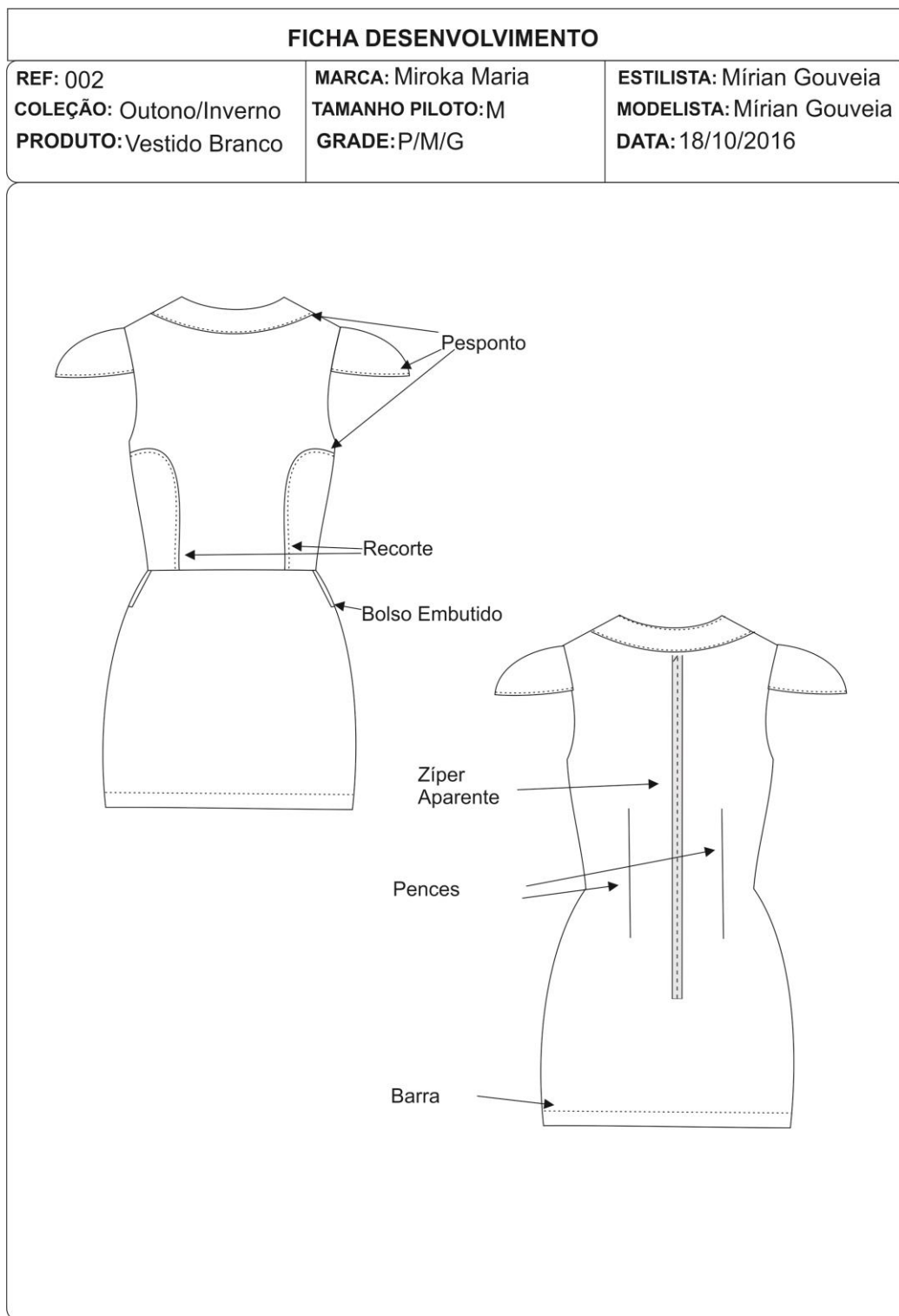
Fonte da Autora (2016)

Figura 65 Ficha técnica 1 – sequencia operacional

SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
No	Operação	Máquina
1	Preparar mangas	reta e overloque
2	preparar bolsos embutidos	reta e overloque
3	costurar bolsos na parte da frente	reta e overloque
4	unir pala com parte trazeira	overloque
5	unir ombros	overloque
6	fechar lateral	overloque
7	fazer acabamento na gola e na barra	reta e overloque
8	unir mangas a peça	reta e overloque



Fonte da Autora (2016)

Figura 66 Ficha técnica 2 – frente e costas



Fonte da Autora (2016)

Figura 67 Ficha técnica 2 – materiais

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Brim	Paranatex	100% algodão	0,40 M	15, 00
AMOSTRAS				
				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Zíper	YKK Zíper	Preto	1	4,00
Linha	Corrente	Branco	195 m	4,00
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Etiqueta de composição	Tinta no pano	Branco	1	0,13
Etiqueta da marca	Print Prime	Laranja	1	0,03
Saquinho transparente	Plastilar	Transparente	1	0,10
VARIAÇÃO CORES				
				

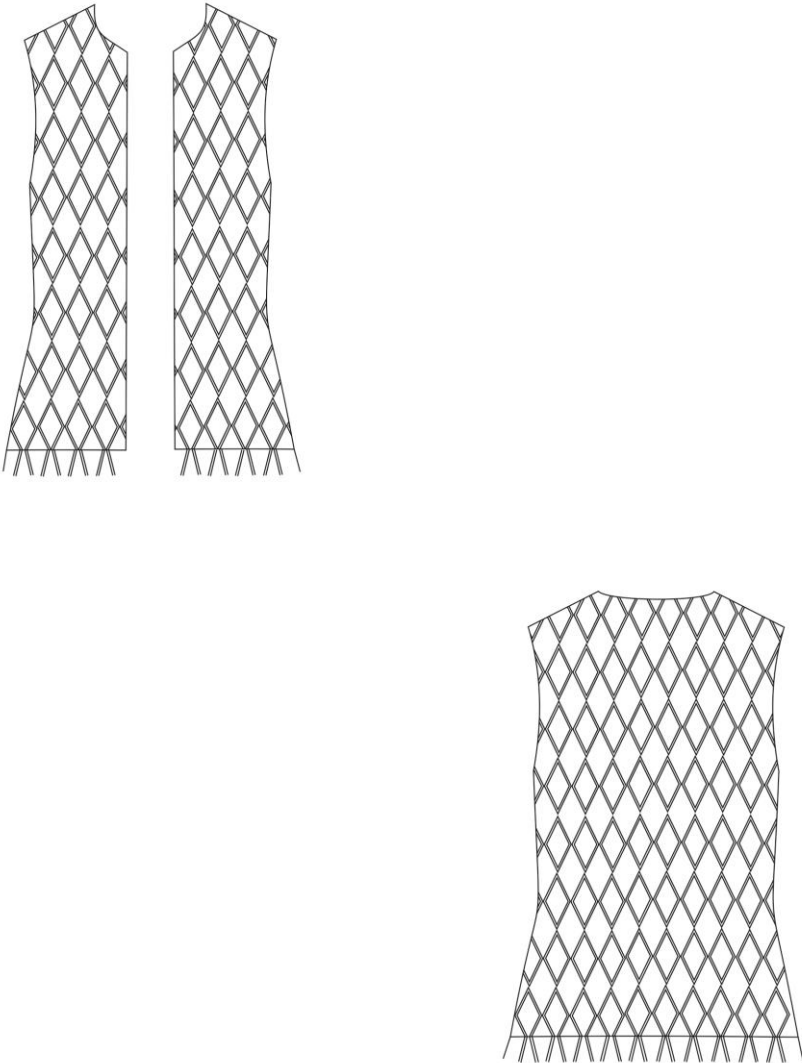
Fonte da Autora (2016)

Figura 68 Ficha técnica 2 – sequencia operacional

SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
No	Operação	Máquina
1	Preparar bolso	Reta e overloque
2	Unir bolso a parte inferior frontal	Reta
3	Unir frentes superior	Reta e overloque
4	Unir frentes superior e inferior	Reta e overloque
5	Unir costas superior e inferior	Reta e overloque
6	Unir costas	Reta e overloque
7	Pregar zíper nas costas	Reta
8	Unir ombros	Reta e overloque
9	Pregar mangas	Reta e overloque
10	Unir laterais	Reta
11	Fazer penças	Reta e overloque
12	Costurar gola	Reta e overloque
13	Fazer barra	Reta

Fonte da Autora (2016)

Figura 69 ficha técnica 3 – frente e costas


FICHA DESENVOLVIMENTO		
REF: 003 COLEÇÃO: Outono/Inverno PRODUTO: Colete de Macramê	MARCA: Miroka Maria TAMANHO PILOTO: U GRADE: Tamanho único	ESTILISTA: Mirian Gouveia MODELISTA: Mirian Gouveia DATA: 18/10/2016
 <p>The image contains three technical line drawings of a vest. On the left, there are two side views: the front view on the left and the back view on the right. On the right side of the page, there is a larger, more detailed front view of the vest. The vest features a complex macramé pattern consisting of interlocking diamond shapes. It has a high, slightly curved neckline and a hem with a decorative fringe-like finish.</p>		

Fonte da Autora (2016)

Figura 70 ficha técnica 3 – materiais

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Malha de algodão	Costa Rica	100%algodão	1,00	15,00

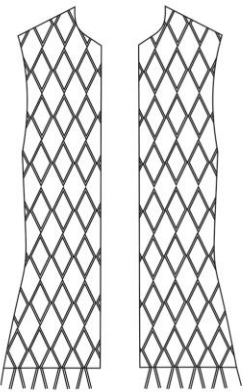
AMOSTRAS



AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Etiqueta de composição	Tinta no pano	Branco	1	0,13
Etiqueta da marca	Print Prime	Laranja	1	0,03
Saquinho transparente	Plastilar	Transparente	1	0,10

VARIAÇÃO CORES

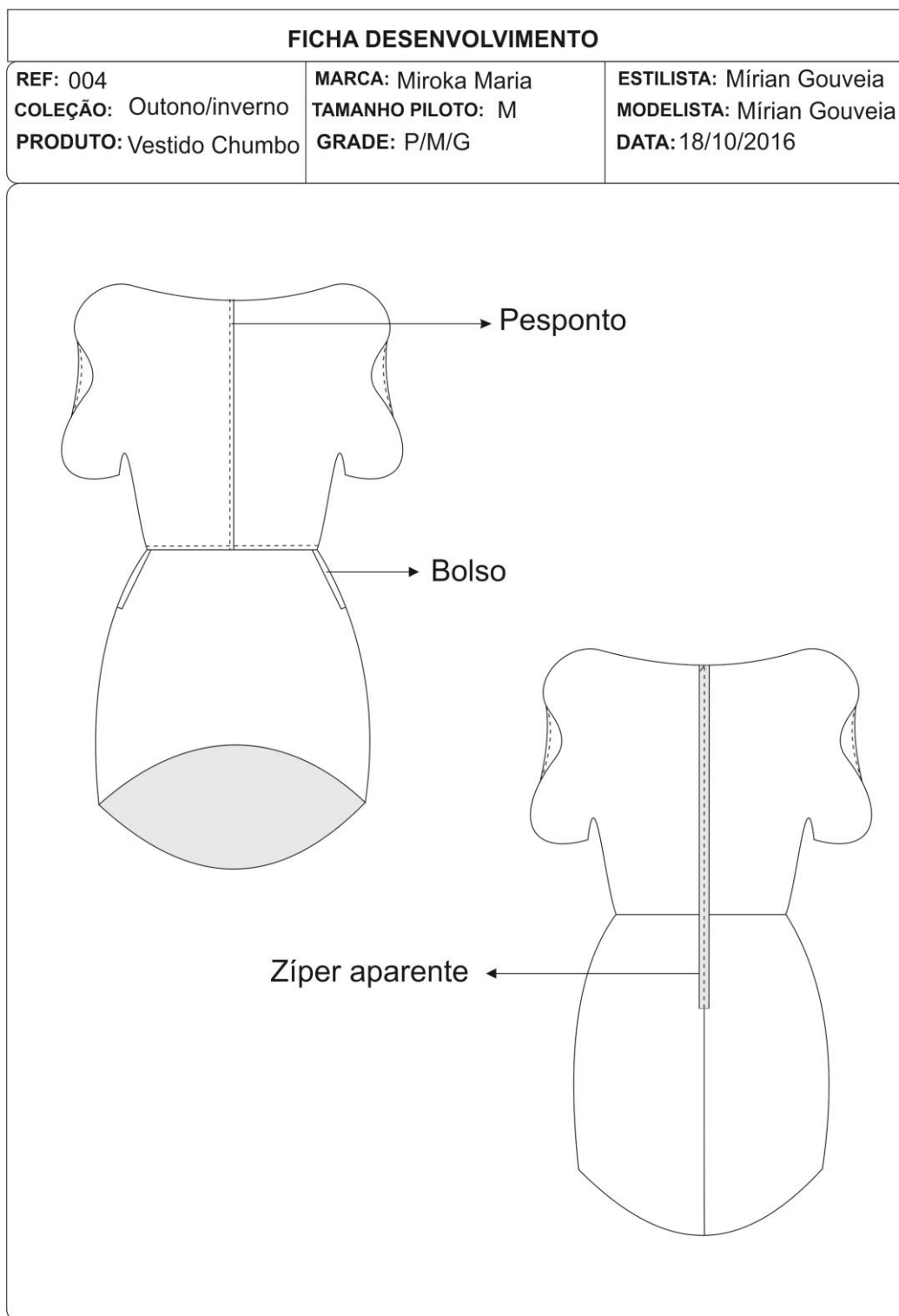


Fonte da Autora (2016)

Figura 71 ficha técnica 3 – sequencia operacional

SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
No	Operação	Máquina
1	Preparar as tiras de malha de algodão	
2	entrelaçar as tiras utilizando de macramê	

Figura 72 ficha técnica 4 – frente e costas



Fonte da Autora (2016)

Figura 73 ficha técnica 4 – materiais

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Moletom	Costa Rica	76% algodão e 24% poliéster	1,50 M	28,00
AMOSTRAS				
				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Zíper	YKK Zíper	Preto	1	4,00
Linha	Corrente	Branco	195 m	4,00
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Etiqueta de composição	Tinta no pano	Branco	1	0,13
Etiqueta da marca	Print Prime	Laranja	1	0,03
Saquinho transparente	Plastilar	Transparente	1	0,10
VARIAÇÃO CORES				
				

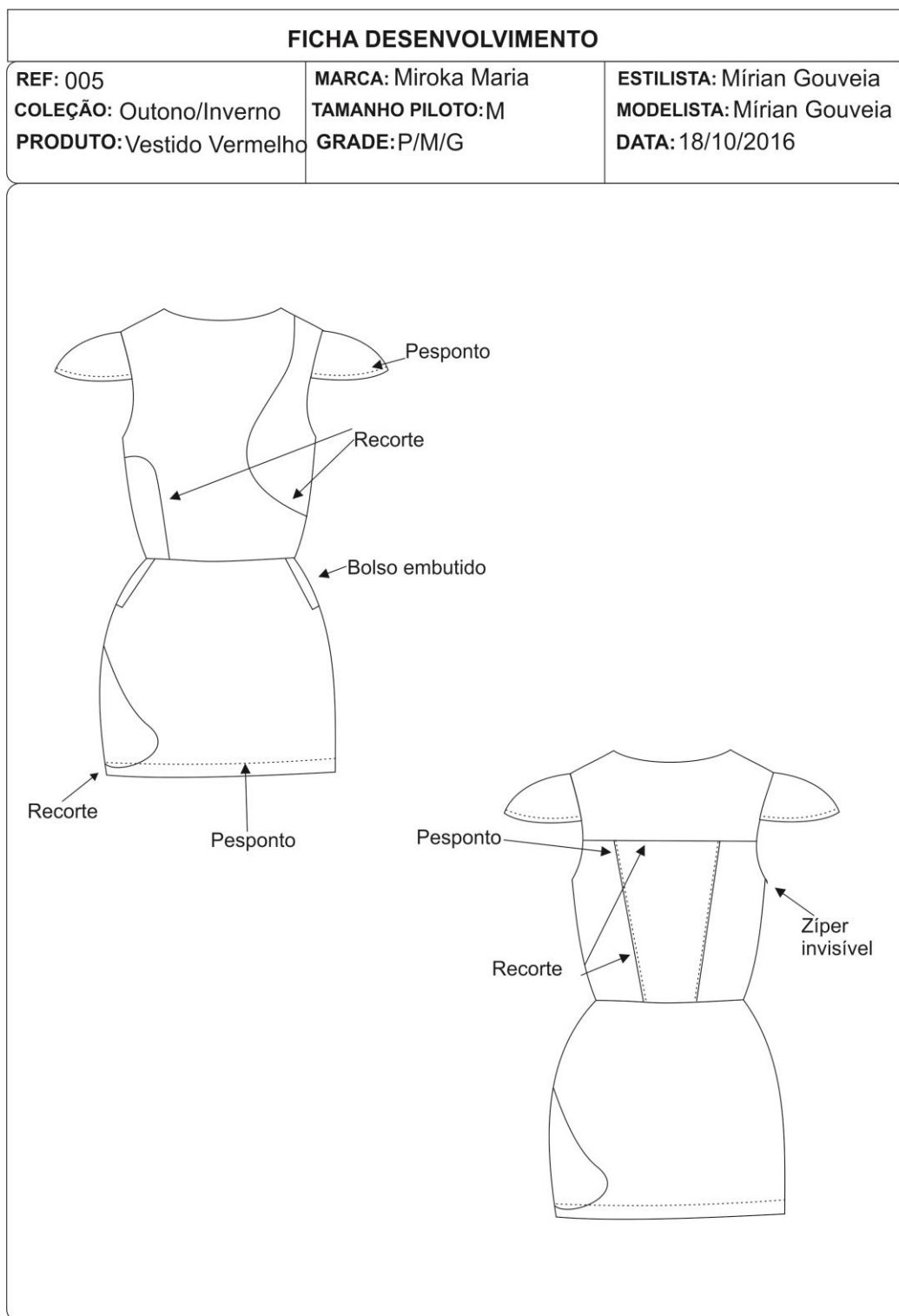
Fonte da Autora (2016)

Figura 74 ficha técnica 4 – sequencia operacional

SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
No	Operação	Máquina
1	Preparar bolso	Reta e overloque
2	Unir bolso a parte inferior frontal	Reta
3	Unir frentes superior	Reta e overloque
4	Unir frentes superior e inferior	Reta e overloque
5	Unir costas superior e inferior	Reta e overloque
6	Unir costas	Reta e overloque
7	Pregar zíper nas costas	Reta
8	Unir ombros	Reta e overloque
9	Unir laterais	Reta e overloque
10	Fazer pençes	Reta
11	Fazer barras da manga e da saia	Reta e overloque
12	Costurar gola	Reta e overloque


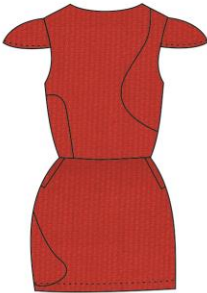
Fonte da Autora (2016)

Figura 75 ficha técnica 5 – frente e costas



Fonte da Autora (2016)

Figura 76 ficha técnica 5 – materiais

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Piquet	Center Fabril	97%algodão 3% elastano	1,60 M	29,00
AMOSTRAS				
				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Zíper	YKK Zíper	vermelho	1	4,00
Linha	Corrente	Branco	195 m	4,00
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Etiqueta de composição	Tinta no pano	Branco	1	0,13
Etiqueta da marca	Print Prime	Laranja	1	0,03
Saquinho transparente	Plastilar	Transparente	1	0,10
VARIAÇÃO CORES				
				

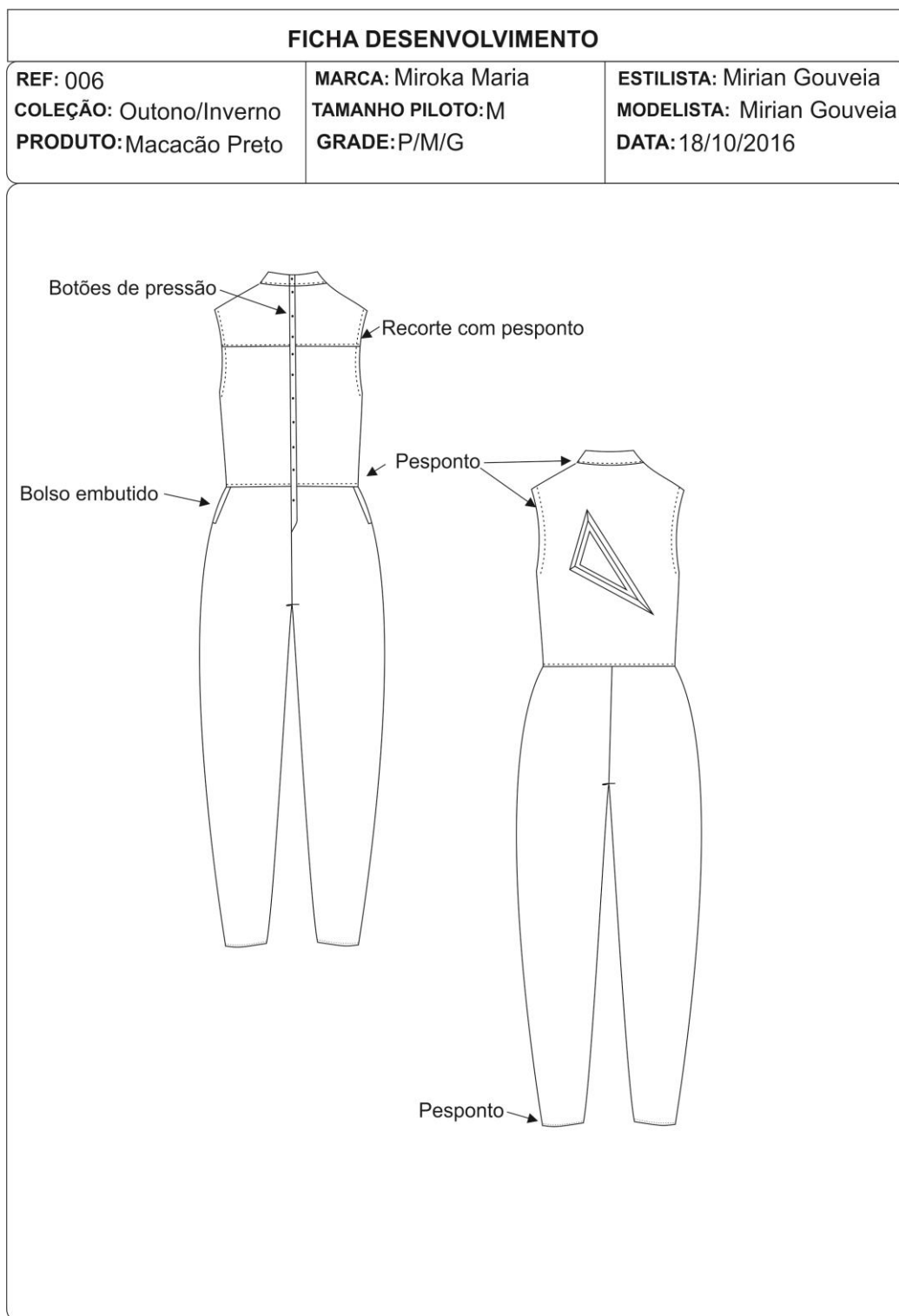
Fonte da Autora (2016)

Figura 77 ficha técnica 5 – sequencia operacional

SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
No	Operação	Máquina
1	Preparar mangas	Reta
2	Unir recortes superiores frente	Reta e overloque
3	Unir recortes superiores costas	Reta e overloque
4	Unir recortes inferiores frente e costas	Reta e overloque
5	Preparar bolsos	Reta e overloque
6	Costurar bolsos embutidos a saia	Reta
7	Fechar ombros	Reta e overloque
8	Unir partes superiores e inferiores	Reta e overloque
9	Fechar lateral	Reta e overloque
10	Pregar Zíper	Reta
11	Fazer barra	Reta e overloque
12	Unir mangas a peça	Reta e overloque
13	Fazer acabamento nas cavas com revel	Reta

Fonte da Autora (2016)

Figura 78 ficha técnica 6 – frente e costas



Fonte da Autora (2016)

Figura 79 ficha técnica 6 – materiais

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Linho Misto	Center Fabril	55% viscose, 24% linho e 21% poliéster	2,00 M	62,00

AMOSTRAS



AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Botão de Pressão	Baxmann	Prata	9	1,00
Linha	Corrente	Branco	250 m	4,00

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Etiqueta de composição	Tinta no pano	Branco	1	0,13
Etiqueta da marca	Print Prime	Laranja	1	0,03
Saquinho transparente	Plastilar	Transparente	1	0,10

VARIAÇÃO CORES



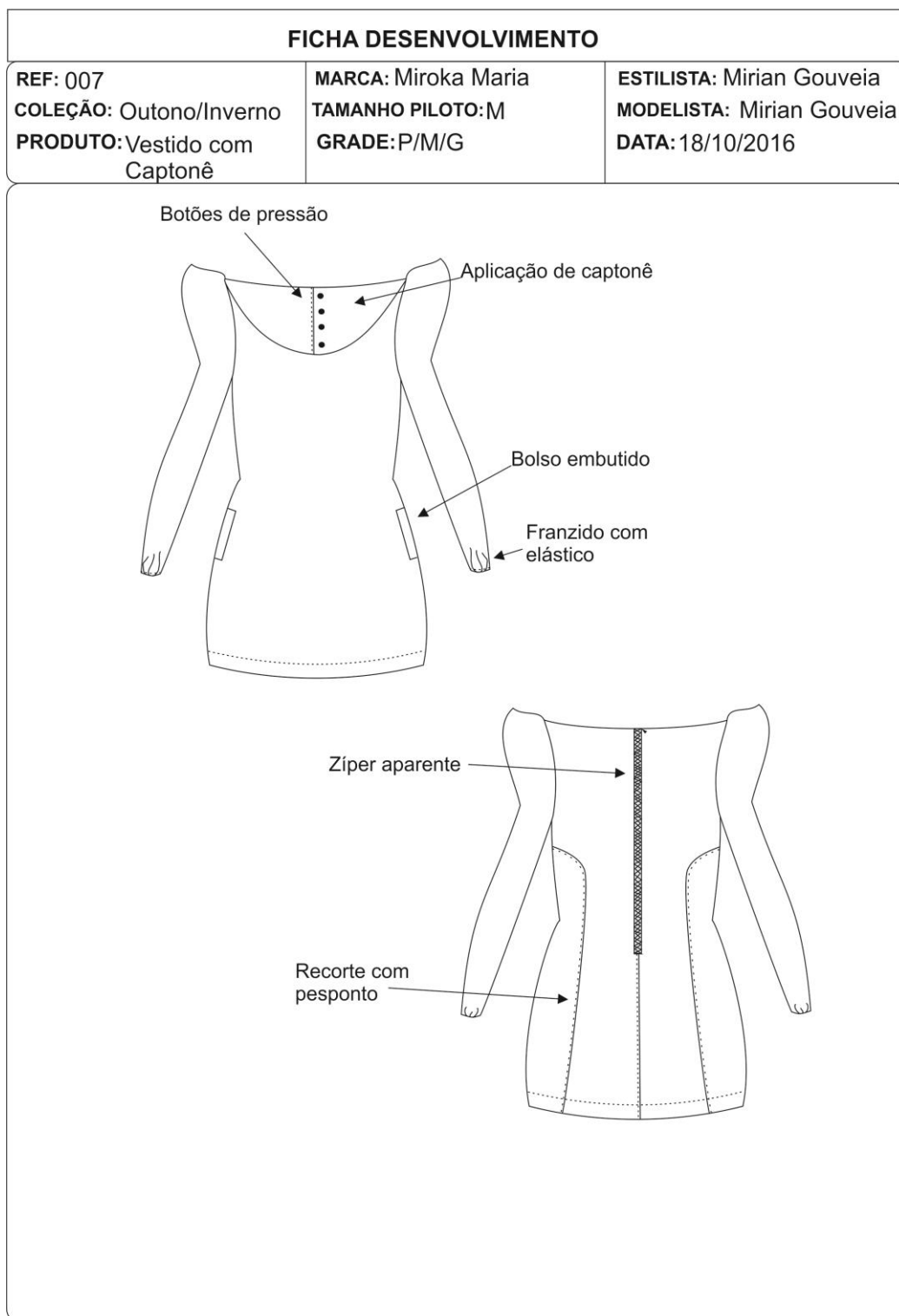
Fonte da Autora (2016)

Figura 80 ficha técnica 6 – sequencia operacional

SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
No	Operação	Máquina
1	Preparar detalhe das costas	Reta e overloque
2	unir e pespontar recorte frontal	Reta e overloque
3	unir ganchos traseiros	Reta e overloque
4	unir ganchos frontais	Reta e overloque
5	preparar bolsos	Reta e overloque
6	costurar bolso a peça	Reta
7	unir frente superior com inferior	Reta e overloque
8	unir costas superior com inferior	Reta e overloque
9	fechar ombros	Reta e overloque
10	fechar laterais	Reta e overloque
11	fechar entre pernas	Reta e overloque
12	preparar transpasse dos botões	Reta
13	preparar gola militar	Reta
14	costurar gola a peça	Reta
15	costurar revel as cavas	Reta e overloque
16	fazer barras	Reta e overloque

Fonte da Autora (2016)


Figura 81 ficha técnica 7 – frente e costas



Fonte da Autora (2016)


Figura 82 ficha técnica 7 – materiais

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Linho	Center Fabril	100% algodão	2 M	22,00
Helanca	Costa Rica	100% poloéster	1 M	7,00

AMOSTRAS				
				

AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Botão	Herimar	Bege	4	0,10
Elástico	Fibrila	Branco	0,30 cm	1,00
Zíper	YKK	Preto	1	4,00
Linha	Corrente	Branco	195 m	4,00

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Etiqueta de composição	Tinta no pano	Branco	1	0,13
Etiqueta da marca	Print Prime	Laranja	1	0,03
Saquinho transparente	Plastilar	Transparente	1	0,10

VARIÇÃO CORES


Fonte da Autora (2016)

Figura 83 ficha técnica 7 – sequencia operacional

SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
No	Operação	Máquina
1	Preparar mangas	reta e overloque
2	Preparar detalhe de captonê	reta
3	Costurar detalhe de captonê com a frente	reta e overloque
4	Montar costas	reta e overloque
5	Pespontar os recortes das costas	reta
6	Preparar bolsos embutidos	reta e overloque
7	Costurar bolsos na frente	reta
8	Unir ombros	reta e overloque
9	Fechar lateral	reta e overloque
10	Pregar Mangas	reta e overloque
11	Fazer barra	reta e overloque
12	Colocar elástico e fazer a barra da manga	reta e overloque
13	Fazer acabamento na gola	reta

Fonte da Autora (2016)

7 LOOKS CONFECCIONADOS

Figura 84 Look 1



Fonte da Autora (2016)

Figura 85 Look 2



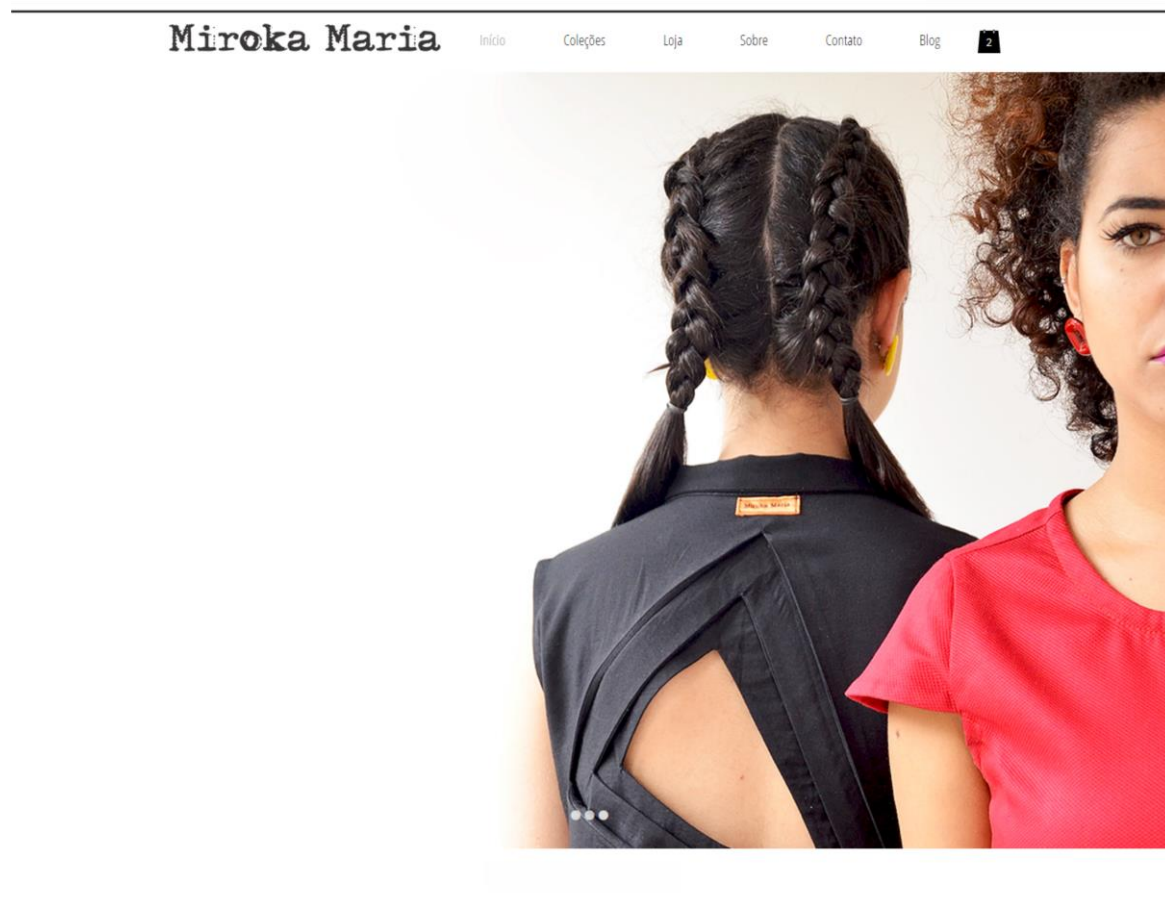
Fonte da Autora (2016)

Figura 86 Look 3**Fonte da Autora (2016)****Figura 87 Look 4****Fonte da Autora (2016)**

Figura 88 Look 5**Fonte da Autora (2016)****Figura 89 Look 6****Fonte da Autora (2016)**

8 DOSSIÊ ELETRÔNICO

Figura 90 Capa do dossiê eletrônico



Fonte da Autora (2016)

9 CATÁLOGO

Figura 91 Foto da capa do catálogo



Fonte da Autora (2016)

10 DESFILE

O desfile é o momento ápice da coleção, em tal evento que a marca oferecerá ao público de forma visual o conceito que a mesma deseja passar com a coleção, transformando todo o ideal que da marca desenvolveu em realidade.

5.4 TRILHA SONORA DO DESFILE

Figura 92 Trilha sonora do desfile

**A Casa É Sua
Arnaldo Antunes**

Não me falta cadeira
 Não me falta sofá
 Só falta você sentada na sala
 Só falta você estar
 Não me falta parede
 E nela uma porta pra você entrar
 Não me falta tapete
 Só falta o seu pé descalço pra pisar

Não me falta cama
 Só falta você deitar
 Não me falta o sol da manhã
 Só falta você acordar
 Pras janelas se abrirem pra mim
 E o vento brincar no quintal
 Embalando as flores do jardim
 Balançando as cores no varal

A casa é sua
 Por que não chega agora?
 Até o teto tá de ponta-cabeça
 Porque você demora
 A casa é sua
 Por que não chega logo?
 Nem o prego aguenta mais
 O peso desse relógio

Não me falta banheiro, quarto
 Abajur, sala de jantar
 Não me falta cozinha
 Só falta a campainha tocar
 Não me falta cachorro
 Uivando só porque você não está
 Parece até que está pedindo socorro
 Como tudo aqui nesse lugar

Não me falta casa
 Só falta ela ser um lar
 Não me falta o tempo que passa
 Só não dá mais para tanto esperar
 Para os pássaros voltarem a cantar
 E a nuvem desenhar um coração flechado
 Para o chão voltar a se deitar
 E a chuva batucar no telhado

A casa é sua
 Por que não chega agora?
 Até o teto tá de ponta-cabeça
 Porque você demora
 A casa é sua
 Por que não chega logo?
 Nem o prego aguenta mais
 O peso desse relógio

5.5 SEQUÊNCIA DE ENTRADA DAS MODELOS NA PASSARELA

Figura 93 Sequência de entrada do desfile



Fonte da Autora (2016)

11 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após pesquisas bibliográficas foi possível identificar um público-alvo para o direcionamento de marca, compreender as necessidades, e buscar métodos e tecnologias para o desenvolvimento do produto. O processo de estudar e relacionar moda, semiótica e poesia concreta se mostrou favorável, visto que em todos os momentos eles se entrelaçaram e se completaram.

Acredito que a arte está em todos os lugares, porém ela se apresenta as vezes de maneira simplista e as vezes apresenta-se esplendorosa, assim o projeto aqui desenvolvido para unir moda, semiótica e literatura, foi de grande valia, pois consegui chegar ao objetivo proposto: transformar poemas concretos em roupas.

Ao aprofundar no estudo da modelagem para conseguir aplicar a peça confeccionada, abri um leque de experimentações em minha vida, visto que ao unir meu conhecimento em modelagem com o proposto pelos livros meu horizonte de conhecimento se expandiu.

12 REFERÊNCIAS

- ABDALA JUNIOR, B.; CAMPEDELLI, S. Y. **Tempos da Literatura Brasileira**. 6ª. ed. São Paulo: Ática, 1943.
- AGOSTINHO, L. D. **O jovem Mallarmé**. Rio de Janeiro: [s.n.], 2008. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1517-106X2008000200015>. Acesso em: 21 julho 2016.
- AGUIAR, G. **A poesia concreta brasileira: as vanguardas na encrusilhada modernista**. São Paulo: EDUSP, 2005.
- ANTUNES, ARNALDO. www.arnaldoantunes.com.br, 2015. Disponível em: <<http://www.arnaldoantunes.com.br/new/index.html>>. Acesso em: 24 maio 2016.
- AURÉLIO, D. O. **dicionarioaurelio**, 2008-2016. Disponível em: <<https://dicionariodoaurelio.com/rima>>. Acesso em: 6 junho 2016.
- BASTOS, A. **alcmeno.com**. [S.l.]: [s.n.], 2003. Disponível em: <http://alcmeno.com/html/textos/conceitos_de_poesias_2003.pdf>. Acesso em: 6 junho 2016.
- BOSI, A. **História Consica da Literatura Brasileira**. 43ª. ed. São Paulo: Cultrix, 2006.
- CAMPOS, A. D.; CAMPOS, H. D.; PIGNATARI, D. **Teoria da Poesia Concreta: textos criticos e manifestos 1950- 1960**. São Paulo: Brasiliense, 1987.
- CASTILHO, K.; MARTINS, M. M. **Discursos da Moda: semiótica, design e corpo**. 2ª. ed. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2008.
- FABRI, J. A.; L'ERÁRIO,. **Prospectando e Gerenciando Projetos para**. 1ª EDIÇÃO. ed. Cornélio Procópio: LABINOV, 2015.
- GARDEL, A. **A palavra-corpo e a performance poética em Arnaldo Antunes**. São Paulo: USP, 2009.
- GARÓFALO, C. **Catraca Livre**, 2016. Disponível em: <<https://catracalivre.com.br/geral/dica-digital/indicacao/arnaldo-antunes-ao-vivo-na-faixa/>>. Acesso em: 28 maio 2016.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4ª. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

- GLORIA. **https://blogdagloria.wordpress.com**. [S.l.]: [s.n.], 2016. Disponível em: <<https://blogdagloria.wordpress.com/2011/07/31/use-seu-tipo-de-corpo-a-seu-favor/formas-do-corpo-feminino-2/>>. Acesso em: 30 agosto 2016.
- KHOURI,. **Noigandres e invenção**: revistas porta-vozes da Poesia Concreta. Ribeirão Preto: FACOM, 2006.
- MARTINS, H. H. D. S. <http://www.scielo.br/>, 2004. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ep/v30n2/v30n2a07>>. Acesso em: 20 maio 20016.
- MEDEIROS, D. P. **Semiótica aplicada ao Design**. São Paulo: [s.n.], 2010. Disponível em: <<https://diegopiovesan.files.wordpress.com/2010/07/apostila-semiotica-teoria-e-classificacao.pdf>>.
- NICOLAU, M. et al. Comunicação e Semiótica: visão geral e introdutória à Semiótica de Peirce, São Paulo, agosto 2010. Disponível em: <http://www.insite.pro.br/2010/agosto/semiotica_peirce_nicolau.pdf>. Acesso em: 11 abril 2016.
- NIEMEYER, L. **Elementos de semiótica aplicados ao design**. Rio de Janeiro: 2AB Editora Ltda, 2003.
- PIETROFORTE, A. V. **Semiótica Visual**: os percursos do olhar. 2ª. ed. São Paulo: Contexto, 2004.
- REGLY,. O Q usar, 2014. Disponível em: <<http://www.oqusar.com/moda/vestido-e-tenis-em-11-looks-incriveis/>>. Acesso em: 2016 setembro 10.
- ROCHA, F. poesiaspoemas e versos, 2012. Disponível em: <<http://www.poesiaspoemaseversos.com.br/poesia-concreta-o-que-e/>>. Acesso em: 5 junho 2016.
- SANTAELLA, L. **O que é semiótica**. 1ª. ed. São Paulo: Brasiliense, 1983.
- SANTAELLA, L. **Semiótica Aplicada**. 1ª. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2002.
- SEBRAE. **Portal do Empreendedor**. [S.l.]: [s.n.]. Disponível em: <<http://www.portaldoempreendedor.gov.br/mei-microempreendedor-individual>>. Acesso em: 21 julho 2016.
- SENAI; SEBRAE. **Caminhos**. Rio de Janeiro: SENAI/ SEBRAE, 2015.
- SILVA, R.. Arte Capital, 2015. Disponível em: <<http://www.artecapital.net/opiniaio-153-renato-rodrigues-da-silva-o-concretismo-e-o-neoconcretismo-no-brasil-elementos-para-reflexao-critica>>. Acesso em: 2016 maio 2016.
- SIMON, I. M.; DANTAS, V. **Poesia Concreta**. 1ª. ed. São Paulo: Abril Educação, 1982.

STRATEGIC BUSINESS INSIGHTS. strategicbusinessinsights, 2009-2016.
Disponível em: <www.strategicbusinessinsights.com>. Acesso em: 30 maio 2016.

UOL. uol, 1996-2016. Disponível em:
<<http://p.php.uol.com.br/tropico/html/textos/1355,1.shl>>. Acesso em: 30 maio 2016.
<http://alcmeno.com/html/textos/conceitos_de_poesias_2003.pdf>. Acesso em: 6
junho 2016.

XAVIER, W. S.; GONÇALVES, F. P. S.; LIMA, A. A. T. D. F. D. C. **XXXII Encontro da ANPAD**. Rio de Janeiro: [s.n.], 2008. Disponível em:
<<http://www.anpad.org.br/admin/pdf/MKT-C377.pdf>>. Acesso em: 18 agosto 2016.

APÊNDICE 1 – Questionário para identificação de público alvo

O presente questionário tem como finalidade abordar o comportamento e as preferências da consumidora afim de contribuir no planejamento e desenvolvimento de uma coleção de moda.

1. Qual sua faixa etária?

20 a 25 anos

26 a 30 anos

31 a 35 anos

2. Qual sua escolaridade?

Ensino médio

Curso técnico

Superior incompleto

Superior completo

Superior completo

Mestrado

3. Qual sua renda salarial?

2 a 3 salários mínimos

4 a 5 salários mínimos

6 a 7 salários mínimos

8 ou mais salários mínimos

4. Qual sua profissão?

5. Onde realiza compras de roupas/acessórios?

Lojas de rua

Lojas virtuais

Lojas de shoppings

6. Quanto você pagaria por um vestido semelhante a este?



Até R\$100,00

Até R\$ 200,00

R\$ 300,00 ou mais

7. Procuo estar atenta as notícias diárias

Sempre

Às vezes

Nunca

8. Gosto de saber o que se passa no mundo

Sempre

Às vezes

Nunca

9. Aprecio comprar roupas/objetos sempre na mesma loja (virtual ou física)

Sempre

Às vezes

Nunca

10. Gosto muito de ter roupas/objetos de marcas renomadas (ex: Ellus, Farm, Adidas, etc.)

Sempre

Às vezes

Nunca

11. Quando gosto de algo pago o preço necessário por ele

Sempre

Às vezes

Nunca

12. Compro produtos com grande durabilidade

Sempre

Às vezes

Nunca

13. Sempre procuro comprar roupas confortáveis

Sempre

Às vezes

Nunca

14. Aprecio parecer diferentes das pessoas ao meu redor

Sempre

Às vezes

Nunca

15. Não gosto muito de inovar em meu modo de vestir

Nunca

Às vezes

Sempre

16. Gosto de experimentar coisas novas e diferentes

Sempre

Às vezes

Nunca

17. Gosto de comprar produtos parecidos com os de marcas renomadas

Sempre

Às vezes

Nunca

18. Gosto de seguir as tendências, as quais me identifico, porém, gastando pouco

Sempre

Às vezes

Nunca

19. Gosto de atividades manuais, como crochê, costura, desenho, etc.

Sempre

Às vezes

Nunca

20. Comprar utensílios para a minha casa me deixam feliz

Sempre
Às vezes
Nunca

21. Tenho uma marca de moda preferida a qual sigo nas redes sociais/blogs/revistas

Sempre
Às vezes
Nunca

22. Procuo comprar artigos sempre da mesma empresa

Sempre
Às vezes
Nunca