

UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS – UNISINOS
UNIDADE ACADÊMICA DE GRADUAÇÃO CURSO DE
BACHARELADO EM MODA

Stella Rosa Michalski

OPERAÇÕES SINESTÉSICAS:
UMA INVESTIGAÇÃO EM TORNO DAS POSSIBILIDADES DE CRIAÇÃO DE
MODA A PARTIR DE SONS

Porto Alegre 2020

STELLA ROSA MICHALSKI

OPERAÇÕES SINESTÉSICAS:
UMA INVESTIGAÇÃO EM TORNO DAS POSSIBILIDADES DE CRIAÇÃO DE
MODA A PARTIR DE SONS

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como requisito parcial
para obtenção do título de Bacharel
em Moda pelo Curso de Moda da
Universidade do Vale do Rio dos
Sinos – UNISINOS.

Orientador: Prof. Me. Raimundo Giorgi Filho

Porto Alegre,
2020

Dedico-te às mulheres artistas, aos 'fora da curva' e ao caos que transforma.

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer primeiramente a todos os professores que passaram em minha trajetória acadêmica, que me guiaram e proporcionaram conhecimentos em diversas áreas a fim de ter capacidade de concluir esta etapa deste projeto, compreendo o privilégio deste e por isso e muitos outros sou extremamente grata.

Quero também agradecer ao Tuti, pelo privilégio de ter tido um orientador quase tão maluco quanto eu, que me direcionou caoticamente a caminhos inusitados e perfeitos! Obrigada a Gisele, por sempre colocar meus pés no chão e se demonstrar disponível a todos os momentos para reorganizar meus pensamentos.

Obrigada Manuel, por ser um apoio constante nesse processo um tanto conturbado, por saber os momentos de me ajudar a insistir e ao mesmo tempo sempre tornar as coisas mais fáceis além de sempre colocar a mão na massa comigo, obrigada por tanto! Esse projeto não seria o mesmo sem você!

Gostaria de agradecer a minha irmã, Alice, por auxiliar com seu olhar crítico e insights e também agradecer a todos os amigos e conhecidos que participaram da primeira versão da Oficina Sinestésica, vocês foram imprescindíveis para que o projeto tivesse andamento, obrigada a todos por seu tempo e interesse.

“A parte fundamental de criar algo: faça você mesmo”

Elise by Olsen.

RESUMO

Este é um trabalho exploratório que tem como objetivo traçar relações possíveis entre a escuta sonora – o mundo dos sons – e a produção de moda. A Moda tem em seu cerne um viés antropológico, considerando que ela faz análise de repetições comportamentais humanas, conjuntos de gostos e modos que se repetem em determinados grupos sociais. Em uma sociedade contemporânea dominada pela imagem, sabe-se que as identidades e gostos são afetadas por elas. Por meio deste estudo proponho um tipo de provocação a essa hegemonia, recortando especificamente a influência do sentido sonoro sobre o imagético: de que modos podemos produzir imagens (e, a partir delas, moda) a partir dos sons? Quero entender as formas possíveis de se transformar som em imagem. Para tanto, estudo sobre a questão do domínio da imagem e do sentido visual na sociedade contemporânea: sobre a noção de sinestesia e suas conexões sensíveis (sinestesia vem do grego, “junção de sentidos”) e construo estudos de caso sobre essas ‘desseparações’: um a partir das artes visuais, outro partir da música e um terceiro a partir da Moda. Do conhecimento gerado retiro valores – segundo as lógicas do Design Estratégico – ao projeto de uma coleção de moda e seu sistema-produto. Ao final, construo uma análise reflexiva sobre o conjunto de conhecimentos gerado, com vistas à sua utilização na sequência dos processos.

PALAVRAS-CHAVE: Moda. Som. Sinestesia. Sociedade. Projeto.

ABSTRACT

This is an exploratory work that aims to trace possible relationships between the listening of sound - the world of sound - and fashion production. At its heart, fashion has an anthropological bias, that considered, fashion analyzes human behavioral repetitions, sets of tastes and conduct that are repeated in certain social groups. In a contemporary society dominated by image, it is known that identities and tastes are affected by this. Through this study, I propose a type of provocation to this hegemony, specifically cutting out the influence of the sense of sound on the image: in what ways can we produce images (and, based on that, fashion) from sounds? I want to understand the possible ways of turning sound into an image. To do so, I study the question of the domain of image and visual sense in contemporary society: the notion of synesthesia and its sensitive connections (synesthesia comes from the Greek, junction of senses”) and I build case studies on these 'detachments': one based on the visual arts, another based on music and a third based on fashion. From the knowledge generated, I withdraw values - according to the logic of Strategic Design - to the design of a fashion collection and its product system. At the end, I build reflective analysis on the set of procedures generated, with a view to its use in the sequence of processes.

KEYWORDS: Fashion. Sound. Synesthesia. Society. Project.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Tabela com tipos de Sinestesia	27
Figura 2 – Tabela de porcentagem de tipo sinestésico	28
Figura 3 – “O som do imaginário”	33
Figura 4 – “Auditório”	34
Figura 5 – ‘Poeme symphonique’	35
Figura 6 –Synchrony in Orange: To form	37
Figura 7 – Fugue (Fuge)	38
Figura 8 – O cavaleiro	40
Figura 9 – Composição XII	42
Figura 10 – Banda Roxy Music	43
Figura 11 – Obra “77 Million Paintings”	46
Figura 12 – Fotografia da estilista Greice Antes em seu ateliê	49
Figura 13 – Vernissage da Coleção “Vinho Mancha?” na Vinícola Aurora	51
Figura 14 – Detalhe da peça da coleção Partícula	52
Figura 15 – Mapa de Polaridades do cenário “Mundo Transcodificado”	55
Figura 16 – Moodboard “Mundo Transcodificado”	57
Figura 17 – Mapa de extração de Concepts.....	57
Figura 18 – Mapa de união entre “Concept 1” e “Concept 2”	58
Figura 19 – Mapa de união “Concept GENZ”	59
Figura 20 – Mapa característico do “Concept GENZ”	61
Figura 21 – Moodboard coleção GENZ	62
Figura 22 – Mapa com respostas da Oficina Sinestésica (flor)	70
Figura 23 – Mapa da pétala verde	71
Figura 24 – Mapa da pétala rosa pink	72
Figura 25 – Mapa da pétala amarela	73
Figura 26 – Mapa da pétala azul	74
Figura 27 – Mapa de polaridades “beleza e morte”	75
Figura 28 – Esboços da primeira estação	77
Figura 29 – Esboços da segunda estação	78
Figura 30 – Esboços da terceira estação	79
Figura 31 – Esboços da quarta estação	80
Figura 32 – Mapa de polaridades	81

Figura 33 – Mapa de polaridades com esboços	82
Figura 34 – Mapa de polaridades com croquis finais	82
Figura 35 – Look Slipyslu da coleção “Quatro Estações”	83
Figura 36 – Look Solitismo da coleção “Quatro Estações”	84
Figura 37 – Look Passagia da coleção “Quatro Estações”	85
Figura 38 – Look Desrede da coleção “Quatro Estações”	86
Figura 39 – Look Depréos da coleção “Quatro Estações”	87
Figura 40 – Look Vibralgico da coleção “Quatro Estações”	88
Figura 41 – Look Malesia da coleção “Quatro Estações”	89
Figura 42 – Look Velírio da coleção “Quatro Estações”	90
Figura 43 – Look Amíngua da coleção “Quatro Estações”	91
Figura 44 – Look Fliparoo da coleção “Quatro Estações”	92
Figura 45 – Quadro completo da coleção “Quatro Estações”	93
Figura 46 – Cartela de cores da coleção “Quatro Estações”	93
Figura 47 – Modelo de Ficha Técnica	95
Figura 48 – Desenho técnico capuz Depréos	97
Figura 49 – Desenho técnico vestido Depréos	97
Figura 50 – Desenho técnico vestido Velírio	98
Figura 51 – Desenho técnico vestido Amíngua	98
Figura 52 – Desenho técnico vestido Fliparoo	99

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	08
1.1 Tema	09
1.2 Delimitação do tema	10
1.3 Problema	10
1.4 Objetivos	10
1.4.1 Objetivo geral	10
1.4.2 Objetivos específicos	11
1.5 Justificativa	11
1.6 Sobre a metodologia de pesquisa	13
1.7 Sobre a metodologia de projeto	16
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	17
2.1 A sociedade contemporânea dominada pela imagem	17
2.2 Sinestesia: sentidos que evocam outros	26
2.3 Experiências Trans: 3 estudos de caso	39
3 METAPROJETO	52
3.1 Captura de valores	53
3.2 Montagem da figura de relação	54
3.2.1 Construção de um cenário	55
3.2.2 Extração de concepts (marca e sistema produto)	57
4 PROJETO	62
4.1 Revisão de concepts	62
4.2 Criação de uma forma operacional: Oficina sinestésica	63
4.3 A oficina e seu andamento	65
4.4 A oficina e seus resultados	69
4.5 Projeto de coleção	76
4.6 Croquis, cartela de cores, desenhos e fichas técnicas	83
4.7 O documentário	99
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	101
REFERÊNCIAS	105
APÊNDICE A	110
APÊNDICE B	111
APÊNDICE C	112
APÊNDICE D	113

1 INTRODUÇÃO

Desde muito cedo tive contato com ambientes de criação. Com dois anos de idade brincava de fazer quadros abstratos rolando pelada na tinta Guache. Com cinco anos andava pela creche com uma prancheta fazendo caricaturas de lápis 6B dos meus professores e coleguinhas; as caricaturas de quem gostava mais, desenhava para que as pessoas ficassem lindas, já as de quem não gostava ficavam um pouco diferentes... As marcas de expressão eram mais notáveis, verrugas estavam em evidência e qualquer tipo de saliência considerada “feia” era ressaltada. Parte de um processo infantil, inocente e verdadeiro: somente tentava expressar minha percepção integral da pessoa no desenho. Aos oito anos coloquei minha primeira pintura realista em uma exposição de bar, por assim vai. Esse tipo de atitude gerou em mim uma atitude disposta a invenção, que carrego até os dias de hoje.

Criada por um pai artista plástico, uma mãe que pintava quadros e outro pai fotógrafo é de se esperar que muitos destes aconteceram em função da grande influência que a minha família exercia sobre mim, sempre senti essa facilidade de me expressar através dos trabalhos manuais e criações em geral. Algo que aprendi nos estudos de semiótica e que acredito que deve ser levado para a vida: podemos gostar de absolutamente qualquer coisa, nossos gostos são questão de introdução correta. Gostamos do que entendemos e entendemos mais do que gostamos. Descobri essa citação, do filósofo italiano Giorgio Agamben: *“Só porque verdade e beleza se acham originalmente cindidas, só porque o pensamento não pode possuir inteiramente seu objeto, este deve tornar-se amor da sabedoria, isto é, Filosofia”* (1982; p 253).

As conexões que fazemos de acordo com informações que temos são as pontes que podem acarretar o entendimento de determinados signos/estilos e a partir destes entendimentos existe a possibilidade desta compreensão ser aproveitada e processada com valorização e, portanto, apreço. No meu caso, não eram todos os tipos de expressões que faziam sentido, entre elas a expressão sonora era uma das minhas maiores incompreensões e portando não entendia o apelo, gerava-me desinteresse.

Um caso que ajuda a esclarecer como penso e me reconheço, fala sobre mim mesma: passei recentemente por uma situação traumática muito forte da qual não

tenho memória visual, somente auditiva. A partir deste ocorrido me deparei na situação cotidiana do indivíduo criativo da vontade de pôr para fora, expurgar o que se passava por dentro de mim. Foi um momento frustrante, pois estava tentando colocar para fora meus sentimentos, mas não conseguia me fazer sentir representada pela minha própria forma de expressão. Naquele momento expressões visuais não me bastavam mais.

O sentimento era intenso, tridimensional e envolvente pelos múltiplos sentidos do meu eu, o que eu sentia era sonoro com um sistema Full Surround¹ HD², impossível de ser expresso em toda a sua complexidade por somente um sentido. Eram necessárias múltiplas facetas para representar o que havia dentro de mim.

O ser humano é um ser múltiplo. Relativo à sua maneira de pensar e conseguir processar seus pensamentos; pensamentos que são criados a partir de fatores externos, mundanos e que se colidem dentro do cérebro deste indivíduo com as mais variadas informações que este armazena. Entendo que são necessárias diversas facetas para analisar o ser humano e seu pensamento complexo e que, portanto, somos indivíduos plurissensoriais. É a partir destas reflexões que iniciei a discussão em torno da importância de estudo do som e da imagem com relação às suas áreas de contato: psicológicas, estéticas e em geral sinestésicas!

As sinestésias, diz o dicionário, podem ser descritas como a capacidade do ser humano em conectar sentidos, inter-relacionando suas manifestações. A Moda, é um exemplo de disparador sinestésico, é um tipo de manifestação sociocultural que intersecciona muitas outras. Sendo um tipo de comunicação não verbal, acaba por comunicar através de símbolos, mensagens que automaticamente são interpretadas. Em meio a este processo de interpretação é acionado um repertório sociocultural já vivenciado, interseccionando diversos sentidos, afetando e sendo afetada por elas. Podemos dizer que a Moda é um exemplo de disparador sinestésico. Arte e música, por exemplo, acabam por estreitamente ligadas ao consumo da Moda, cujas escolhas são reflexos de tipos de comportamento.

Por associação, podemos dizer que a Moda é, em si, sinestésica: na medida em que reúne qualidades de expressão e funcionalidade; dois valores fundamentais e

¹ Também conhecido como som 5.1. Nome comum a sistemas de áudio avançados e considerados de boa qualidade.

² High Definition (característica de aparelhos com alta resolução)

complementares na sociedade contemporânea. Ela faz agir as mais diversas combinações de sentidos.

A sociedade atual, “submissa a imagem”, é um tópico de caráter enigmático a muitos que já era antecipado por Guy Debord na obra ‘a sociedade do espetáculo’. O pensador francês antecipa traços referentes ao uso das multifaces da imagem. As multifaces confundem os sentidos de comunicação e de percepção de nosso meio. Afirma ele que “tudo o que era diretamente vivido se afastou na fumaça da representação”. (2003;13)

Com isso, Debord se refere à experiência imagética que acaba por se confundir com o sentido sonoro, se apropriando do mesmo. Como é o caso do cinema; nos propõem uma narrativa da qual somos induzidos a sentir e pensar de acordo com o nos é proposto. Somos ensinados de maneira massificada a ‘normalidade’ do agir, reagir – ser- e viver como um todo.

A disseminação de ideais massificados generaliza cenas que, através da repetição, se fixam em nosso imaginário, propondo uma experiência extremamente completa e “real”. A vivência se fixa em nossa mente como um panorama geral dela, um ‘*frame*’ do momento. O som está presente na criação deste imaginário, porém estes fragmentos da memória acabam por muitas vezes sendo ignorados. Se fixando, no final das contas, somente a imagem.

Em nossas interações no plano das redes sociais por exemplo: recebemos mensagens que podem ser ‘escritas oralmente’ através de áudios, que se manifestam invisivelmente em nosso inconsciente; reconhecemos o intuito do comunicado, mas a comunicação em si passa inconsciente.

Visto isso, ao escolher abordar o estudo sinestésico, tenho como tema a relação entre imagem e som especificamente. Seguindo essa lógica proponho a seguinte reflexão: **como podemos criar imagens, imagens de Moda, a partir de sons?** Visando alcançar uma reflexão política de embate as estruturas visuais já impostas, afetando o nosso coletivo maior.

Tenho como meu **objetivo geral** a investigação de possibilidades, processos e maneiras de transformar sons em imagens, aplicando-os em projetos de Moda, dando forma ao que geralmente é invisível.

Adentrando em meu objetivo, pretendo investigar aspectos políticos e técnicos da organização social entre imagem e som, bem sobre formas de provocar relação

sinestésica entre os sentidos que mobilizam, tornando-os 'aplicáveis'. Mais **especificamente tenho como objetivos** nesse estudo:

- Compreender as relações de domínio da imagem na sociedade contemporânea e o papel que o som ocupa nessas relações;
- Alcançar definições de sinestesia e suas manifestações diárias, ocasionadas de maneira proposital ou não;
- Entender acerca de casos relevantes que utilizam de transformações relativas a imagem e som, descobrindo modos possíveis de 'transformar som em imagem'
- Aplicar estas informações e descobertas em um projeto de coleção de Moda tendo como base formas e características derivadas de estímulos sonoros;

Estudar o som, a imagem e suas relações é uma disposição coerente, pois elas já compõem muitos e importantes aspectos da moda contemporânea. Imagens falam a respeito de moda, construções de imagens se conectam intrinsicamente a sons, que por tabela estão todos interconectados. Analisar tudo isso através de um viés político diz mais respeito ainda a Moda, que atua como veículo de expressão, também, veículo político. Vivemos em meio a imagens e sons, visões que muitas vezes se tornam nossa percepção de experiência do mundo, como diria Susan Sontag; os sons (e não só a música) nos ambientam nessa experiência. Tendo a moda como mais um veículo crucial de manifestações.

Esta é uma pesquisa de exploração e descoberta, sua problemática está a ser completada conforme se desenvolve. A partir da pesquisa retiro subsídios para projetar e a partir do projeto compreendo o que pesquisar. A pesquisa e o projeto vão provocando um ao outro, poderíamos então dizer que a pesquisa e o projeto "sinestésiam" entre si.

O trabalho se organiza, portanto, em uma parte da pesquisa teórica (de construção de conhecimento acima do problema) e outra de atividade de projeto (de aplicação desse conhecimento em respostas ao problema). A metodologia de pesquisa inclui trabalho *desk* e a construção de estudos de caso. É formada por:

- Um capítulo de estudo sobre a sociedade dominada pelo sentido visual, consumidora de imagens, trazendo autores como Walter Benjamin, por seu texto "A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica" e da fotógrafa Susan Sontag e suas reflexões sobre o 'consumo das imagens';

- Um capítulo de estudo sobre as sinestésias, contendo sua definição e verificações, a partir das áreas da psicologia, neurologia e semiótica;
- Um estudo de caso sobre experiências dessas transversalidades de sentidos, centralizando, a cada vez, a arte – observando a respeito do trabalho do pintor abstrato Kandinsky –, a música – com a análise do músico/produtor Brian Eno – e a moda – com o estudo de caso da Designer de Moda Greice Antes.

A metodologia de projeto opera nas lógicas criativas do Design Estratégico e se esclarece basicamente nos seguintes passos:

- Releitura e análise compreensiva do conhecimento teórico gerado (com fins de contribuição ao projeto);
- Extração, análise e hierarquização de valores conceituais – em forma de ‘palavras-chave’ – de orientação ao projeto;
- Organização, a partir dos valores de projeto, de uma figura de relação entre os valores (definida por polaridades);
- Construção de cenários de projeto (a partir dos quais projetar a marca de moda e seu sistema-produto);
- Geração de *concepts* de projeto (a partir dos quais projetar as relações entre a marca e suas coleções de moda);
- Escolha e desenvolvimento analítico-técnico do projeto de uma coleção (como parte coerente do sistema-produto da marca criada)

Socialmente este estudo tem como intuito propagar os estudos sinestésicos, hoje em dia existentes em quantidade reduzida, e contribuir para que estes sejam disseminados em uma área que atualmente não existe correlação direta. Auxiliando pessoas em condição Sinesteta a se identificarem como tais e conseguirem utilizar de seu total potencial criativo e mental em suas inúmeras possibilidades. A facção deste estudo é de eminente relevância acadêmica pois a utilização do estímulo sonoro, ou na verdade qualquer outro estímulo que não seja o visual, acaba por ser uma temática pouquíssimo - se não nada - abordada entre o meio de produção de conteúdo de moda. Uma vez notadas as relevâncias que estes outros diversos estímulos possuem no ser humano, podemos analisar com muito mais profundidade o contexto de escolha

humana, relativas a como são afetadas as opções de consumo de cada um, entre outros que abrangem a lógica de uma cadeia de consumo, hoje influenciada pela imagem é ignorante em relação a outros sentidos que nos circundam e nos afetam.

1.6 Sobre a metodologia de pesquisa

Quanto a natureza desta pesquisa, a mesma pode ser considerada uma pesquisa básica pois tem como objetivo principal investigar as possibilidades em torno da transformação de som em moda e não necessariamente solucionar algo.

Quanto a abordagem deste assunto a definimos como qualitativa, entendendo que "... o objeto da pesquisa qualitativa é apresentar uma amostra do aspecto de pontos de vista..." (GASKELL, George. 2003) Esta pesquisa possui majoritariamente uma pesquisa qualitativa, pois investiga de maneira a compor um processo sistemático de construção de conhecimento acerca do tema explorando (o universo sinestésico) adentrando em casos de relevância histórica como Kandinsky e de inovação como Brian Eno e Haverkramp. Estes nos dão embasamento para elaborar um meio de produção de moda com base na transformação sonora (uma vez que estes realizaram esta transformação no âmbito sonoro/imagético e tendo como preceito de que a moda é criada a partir de comportamento humano e imagem).

A pesquisa possui também caráter dedutivo, utilizando de uma cadeia de raciocínios. Essa cadeia se inicia relatando a respeito do uso da imagem na sociedade contemporânea, evidenciando seus efeitos psicológicos geracionais; seguindo a exposição de conceitos sinestésicos e de suas utilizações para com criações, ainda que pouco exploradas são de evidente importância e verídicas, de palpável facção (como exemplificada nos estudos de caso).

Utilizando desta cadeia de raciocínios para produzir resultados que concluem afinal que: podemos utilizar de outros estímulos que não os visuais para criação de novos conteúdos criativos, especificamente de moda, em prol da inovação e necessidade de mudanças de hábitos comportamentais de uma geração que cria imagens a partir de outras imagens. Um sistema que se retroalimenta, criando sempre mais do mesmo ao considerar somente um aspecto sensitivo dos múltiplos possíveis para análise e inspiração.

Os pesquisadores que utilizam os métodos qualitativos buscam explicar o porquê das coisas, exprimindo o que convém ser feito, mas não quantificam os valores e as trocas simbólicas nem se submetem à prova de fatos, pois os dados analisados são não-métricos (suscitados e de interação) e se valem de diferentes abordagens. (GOLDENBERG, 1997, p. 34)

De acordo com Goldberg (1997) a pesquisa qualitativa possui um caráter explicativo, investigativo de explorar o porquê de determinado assunto ser da maneira que é, abordando (sem expressar valores) provas histórias e correlações simbólicas de maneira a comprovar fatos. A respeito de sinestésias, utilizo da pesquisa bibliográfica tendo como base artigos publicados no assunto, páginas na web, teóricos Como Sean Day, Bragança, Michael Haverkramp, etc. Deste último, adentro-me em um estudo de caso, compreendendo com profundidade seus estudos e produções artísticas acerca da sinestesia e transformação sonora.

No que diz respeito a “Sociedade Contemporânea dominada pela Imagem” utilizo de pesquisas bibliográficas e documentais. Aprofundando-me em conhecimentos teóricos de Walter Benjamin e realizando um estudo de caso da fotografa Susan Sontang.

Elaborada a partir de material já publicado, constituído principalmente de: livros, revistas, publicações em periódicos e artigos científicos, jornais, boletins, monografias, dissertações, teses, material cartográfico, internet, com o objetivo de colocar o pesquisador em contato direto com todo material já escrito sobre o assunto da pesquisa. (Prodanov e Freitas, 2013, p.54)

Prodanov e Freitas (2013) evidenciam que o uso da pesquisa bibliográfica para este tipo de investigação permite que haja um maior entendimento acerca dos conhecimentos já produzidos e/ou publicados na temática. Então, a partir dessa análise consegue-se compreender em quais âmbitos o assunto já fora abordado, pesquisado e possuir um maior entendimento deste.

Outra justificativa para o uso de documentos em pesquisa é que ele permite acrescentar a dimensão do tempo à compreensão do social. A análise documental favorece a observação do processo de maturação ou de evolução de indivíduos, grupos, conceitos, conhecimentos, comportamentos, mentalidades, práticas, entre outros. (CELLARD, 2008).

De acordo com Cellard (2008) a pesquisa documental serve como um ótimo instrumento de análise durante a pesquisa por complementar outros âmbitos. Seu fator de compreensão social é elevado, ao momento que se leva em conta conteúdos não necessariamente acadêmicos ou científicos produzidos em torno da temática, como documentários, críticas em revistas e análise de obras (quadros, músicas, projetos...) Essa maneira de pesquisa utiliza muito da análise e interpretação justificada de quem a escreve para que se suceda.

Evidencio também, três estudos de caso de criativos no âmbito da arte e do design, utilizando sentidos que se cruzam desde as áreas artísticas mais tradicionais (com o estudo de caso do pintor abstracionista Wassily Kandinsky) até âmbitos sonoros mais alternativos (com o estudo de caso do produtor musical Brian Eno) e assim como no âmbito da Moda (de maneira mais intimista, com a Designer Grace Antes).

Já dizia YIN (2001) respectivo a definição de estudos de caso “quando envolve o estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos de maneira que permita o seu amplo e detalhado conhecimento”. É de extrema importância escolher bem quem serão as pessoas selecionadas a serem estudadas através deste âmbito, visto que é elaborada uma pesquisa extensa e detalhada em torno do sujeito, descobrindo minúcias relevantes a um resultado de pesquisa. Nestes estudos de caso utilizo de análises tanto bibliográficas, com artigos que já foram publicados acerca destes, quanto análises documentais utilizando revistas como *The Guardian*, documentários como “Figuras do Invisível” de Kandinsky e descrevendo acerca de obras como o “Cavaleiro Azul” e “Composição XII”, também expondo sobre a obra “77 Billion Paintings” de Brian Eno e entrevistas disponíveis online na BBC, Canal *Noisey*, *Vice*, *Red Bull Music Academy*, entre outras, falando a respeito da trajetória e projetos inovadores do mesmo em âmbito sonoro. No caso específico da Designer Greice Antes, aproveitando a oportunidade, realizo uma entrevista presencial afim de me adentrar mais em sua perspectiva de criação.

A pesquisa *Survey* pode ser referida como sendo a obtenção de dados ou informações sobre as características ou as opiniões de determinado grupo de pessoas, indicando como representante de uma população-alvo, utilizando um questionário como instrumento de pesquisa (FONSECA, apud O método científico: tipos de pesquisa, 2019, p. 24)

A pesquisa ‘*Survey*’ é uma pesquisa online que procura entender melhor o público alvo da marca, que são os criativos. Personas enfoque desta pesquisa por todos deste segmento possuírem a capacidade de criar sinestesticamente, portanto se encaixando como público alvo desejado a consumir uma marca de moda alternativa que cria roupas sonoras para quem cria de tudo um pouco.

Ainda discorrendo a respeito do âmbito projetual: possui caráter de pesquisa experimental, aquela que “... consiste, especialmente, em submeter os objetos de estudo à influência de certas variáveis, em condições controladas e conhecidas pelo investigador, para observar os resultados que a variável produz no objeto” (GIL, 2007) e nela serão elaborados experimentos acerca da transformação de som em moda.

Para este serão utilizadas maneiras literais de tradução sonora, via equipamento tecnológico, para sua tradução em ondas sonoras (a fim de definir formatos). Também serão usadas conexões metafóricas já instauradas em nosso cotidiano, como por exemplo analogia da cor vermelho a temperatura quente, entre outras representações equivalentes; transcrevendo dinamicidade de tempo em linhas e suas intensidades de cor e profundidade em texturas e fluidez dos tecidos, entre (muitos) outros. Após esta exploração então optarei pelas técnicas mais apropriadas, neste contexto, a serem utilizadas para a criação da coleção de uma marca de moda autoral criada especificamente para criativos.

1.7 Sobre a metodologia de projeto

O Design Estratégico exercita o pensamento de “crise do paradigma do produto frente ao paradigma de interação” (MANZINI apud Zurlo, 2004). Significando que: hoje em dia, um produto é cada vez mais definido por suas instâncias imateriais.

A maneira como determinado produto se relaciona com as suas formas de serviços acaba por formar o seu sistema-produto³. Este sistema une o produto a sua comunicação, revelando como o produto ‘conversa com o mundo’, e entrelaça estes

³ Segundo Manzini, citado por Zurlo (2004), “O sistema-produto é o conjunto integrado dos produtos, dos serviços e da comunicação com os quais uma empresa se apresenta ao mercado, se coloca na sociedade e da forma a própria estratégia. (...) O sistema-produto é um artefato complexo, flexível e interativo que constitui a interface entre empresa, cliente e sociedade” - tradução do italiano.

com as suas formas de serviço, mostrando como este é colocado no mundo. De acordo com Zurlo (2004) o Design estratégico projeta seu produto a partir do seu significado. A sequência de itens a serem contemplados pelo sistema produto define o percurso e história do produto, portanto, definindo também, o que este significa.

Neste projeto, possuímos um sistema produto que parte de um caráter e propósito inicial a uma marca de moda e seus respectivos aspectos de serviço, comunicação e produto. Para a realização destes, opero a construção de um *metaprojeto* e dois de seus outputs: cenários, que servem como respostas amplas do contexto do projeto, prevendo possíveis universos em que o produto irá permear. Em cima dos cenários previstos, elaboro concepts, que unem as características do mundo que permeia o produto com as características do produto em si. Após a facção dos cenários e concepts, elaboro a coleção de moda, construída em cima de narrativas textuais, moodboards⁴ e croquis.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 A sociedade contemporânea dominada pela imagem

Uma análise a partir de Walter Benjamin

O pensador Walter Benjamin foi um intelectual precursor na criação de teorias acerca da materialidade da arte. Um de seus primordiais ensaios se chama “A Obra de Arte na Época de sua Reprodutibilidade Técnica”. O ensaio relaciona as inovações na maneira de reproduzir arte a uma liquidação de sua aura, liquidando seu valor inicial.

Seguindo a lógica do intelectual: a arte teve inúmeras transformações a partir dessas mudanças nas capacidades de reprodutibilidade técnica. Este novo contexto de reprodução foi um dos marcos transitórios para a sociedade contemporânea ter a sua capacidade e características atuais de conceber imagem.

Com o início do século XX houve avanços tecnológicos que revolucionaram a área da captação de imagem, como a evolução de técnicas de divulgação da imprensa, fotografia e cinema. De acordo com Benjamin (2012) as condições da

⁴ Técnica projetual que utiliza referências visuais. Painéis semânticos que carregam uma série de elementos que favorecem a visualização de ideias.

reprodução técnica, a materialidade dos recursos técnicos industriais e artesanais influenciam diretamente na maneira que a arte é produzida e reproduzida e em como nós seres humanos conseguimos absorver estes tipo de conteúdo.

Segue a lógica de que se em cada momento histórico as condições de produção material são diferentes, portanto, tem-se diferentes formas de ter contato com o sensível em cada época. A maneira como organizamos a nossa percepção do mundo e das artes é alterada a cada período em que há mudança de condição para essa reprodutibilidade.

Seguindo essa linha de raciocínio temos como um exemplo o período social da Antiguidade Clássica que se estende em direção a Idade média. Nesta época reinava uma condição campestre e bucólica, sobrevivia a partir do que a terra produzia em seu âmbito. A forma de percepção do sensível era muito vinculada com os ciclos naturais, esta sociedade percebia com muita clareza os tempos e os ciclos pois dependia primordialmente destes para a sobrevivência. O passar do tempo nesse recorte da sociedade é medido por uma vivência clara do dia dividido por turnos: manhã, tarde e noite, a percepção das transformações de estações era mais eminente, ciclos lunares entre outros afetam mais diretamente o cotidiano deste ser que dependia da terra para plantar e sobreviver.

Em sua tese Benjamin evidencia que até os dias de hoje em nossa sociedade somos afetados por resquícios dessa visão sensível do mundo, a separação semanal de dias da semana por exemplo foi originada neste período, no final das contas o tempo não passa de uma estrutura circular que vai se repetindo e nessa época isso se era percebido de maneira mais nítida ainda. Este período foi fortemente marcado pela romanização do indivíduo e da arte, que era caracteristicamente única, individual e feita como se fosse para uma pessoa só.

Ainda no século XIX já existiam modos de reprodução mais rudimentares como xilografia, litografia, mas somente no século XX que foram inventadas técnicas para propagação em larga escala que possibilitaram que a arte não fosse feita para apreciação singular. A partir desta, a forma de contato com a obra de arte começa a ser alterada. No século XIX passamos pela Revolução Industrial, onde ocorreram enormes transformações tecnológicas que possibilitaram as implicações das técnicas de reprodução de materiais.

Seguindo a tese do autor, foi aí que a arte acabaria por perder a sua `aura` considerando que em seu conceito a aura é tradicionalmente vista como singular, única, especial. Anteriormente arte era muito relacionada a religião, retratando estes símbolos e ícones endeusados. Muitas vezes estas esculturas eram feitas de um bloco único, esculpidas manualmente e se originavam de uma única matéria prima. Além de ser singular em seu material, era incapaz de ser produzida novamente pelo mesmo artista e quem dera de outra autoria. As obras de arte eram santificadas, imaculadas em função de sua inacessibilidade de reprodução. A partir do momento que se torna possível fotografar uma obra e fazer inúmeras cópias, ou fazer um molde de determinada peça, xilogravura para produzir em massa imagens em jornais, essa arte antes hipervalorizada repentinamente se torna mais acessível ao público geral. Inicia-se o processo de dessacralização da arte.

A partir de então, quando uma obra que estava sendo exposta em um museu da Europa, por exemplo, poderia ser vista por pessoas de qualquer continente, não era mais necessária uma viagem, esse tipo de tecnologia democratizou a arte. A barreira gerada pelo grupo antes absolutamente seletivo e restrito financeiramente se dissolveu aproximando as massas com o consumo da arte.

A reprodutibilidade técnica se torna essencial para a sociedade das massas, com as mudanças no modo de concentração da sociedade, essa reprodutibilidade é fundamental para reger o novo tipo de organização fundamentada através da concentração urbana. O indivíduo que habita o polo urbano industrial tem necessidades e percepções diferentes, ele não valoriza mais o ideal romântico individual, ele o banaliza a partir do novo entendimento de que qualquer um pode reproduzir uma obra de arte. Conforme a lógica de Benjamin, evidencia-se que: o verdadeiro culto dessa geração é na busca do impacto midiático gerado por este novo catalisador coletivo.

O cinema acabaria por ser um produto de massa, não distingue classes sociais, contrario as antigas produções culturais que eram geradas nos palácios e segregam claramente as culturas eruditas das populares, o cinema possuindo o conceito de ter inúmeras pessoas na mesma sala consumindo o mesmo conteúdo não era necessariamente produzido para as massas, mas sim colaborativamente por atores, equipe e aparatos que criam a obra como um todo, misturando a ideia de quem é autor

e quem é público e tornando a ideia da arte mais acessível, retirando a ideia de distanciamento e culto da obra de arte.

Obras anteriormente produzidas com o propósito de serem belas e valorizarem os processos nos quais foram feitas agora se ressignificam para valorizar a mensagem e o impacto que possuem com sua utilização, assumindo uma função política muitas vezes vazia. Por mais que por um lado positivo essa massificação da cultura, e das artes em geral tenha democratizado o conhecimento, somente o fato de ser tão fácil o acesso a estes gera um certo esvaziamento da aura da obra de arte, a banalização da história desses objetos e a sua falta de apreciação verdadeira resultam em uma qualidade de absorção de conteúdos rápida porém rasa. Benjamin afirma que evoluímos como sociedade em termos de quantidade de conteúdo disponível, mas infelizmente a qualidade de que o consumimos decaiu.

Com novas mudanças tecnológicas em evidência, a sociedade conseguiu se desprender da antiga lógica cronológica cíclica em que vivia. Assim como já exercido na literatura antigamente para grupos seletos intelectuais, o vídeo proporciona uma percepção de tempo alterada, migrando do passado para o futuro, misturando tempos e criando realidades paralelas. Criando um universo novo de infinitas possibilidades para o público geral. A reprodução de conteúdo cinematográfico em massa por exemplo não possui a finalidade de segregar a propagação de quaisquer conteúdos, seja por renda, classe social e afins.

Esse tipo de propagação acaba possuindo um intuito mercantil ao disseminar de maneira massificada estas obras. Benefícios econômicos se entrelaçam a propagação de informação. A partir desse tipo de movimento, vanguardas da época começaram a se manifestar, houve o surgimento do movimento Dadaísta, com *Duchamp*, que posteriormente abre espaço ao movimento da *Pop Art*, com artistas como Andy Warhol⁵. Estes começaram a brincar com essa noção de reprodutibilidade e cópia em massa, a fim de abolir uma certa 'automatização' de visão de mundo e causando um estranhamento em relação a imagens já massificadas como uma tentativa de quebrar com o espetáculo midiático a ser instaurado.

⁵ Pintor e Cineasta Norte Americano. Majoritariamente reconhecido por sua utilização do estilo Pop Art.

Uma análise a partir de Susan Sontag

“Uma sociedade capitalista requer uma cultura com base em imagens. Precisa fornecer grande quantidade de entretenimento a fim de estimular o consumo e anestesiar as feridas de classe, de raça e de sexo”. (Susan Sontag, 1997). A renomada escritora, fotógrafa e ativista Susan Sontag discorre a respeito do papel da imagem e da fotografia na sociedade contemporânea de maneira alinhada as ideias de Walter Benjamin. Com 17 livros publicados e 4 prêmios literários também é uma escritora nata, como já dizia a mesma “ser escritora é ser alguém se que interessa pelo todo”. Suas escritas abrangem as mais variadas temáticas: romances, teses da América, estudos a respeito de Aids, Fotografia etc., sempre mantendo o seu eu crítico e disruptivo dando toques inesperados aos seus estudos.

A cultura do pão e circo prova-se, nesta ocasião, e cada vez mais durante a história, como tendo um forte caráter de reinvenção. Na transição do século XX ao XXI os grandes canais disseminadores de imagem conseguem cada vez mais induzir pensamentos de todos os tipos de classe ao mesmo tempo, evento inédito na história, conforme o tempo vai se dando tempo para o desenvolvimento de estudos psicológicos e publicitários em torno destes canais e a eficácia e na maneira de controle se intensifica quase que de maneira incontrolável.

“Hoje, tudo existe para terminar numa foto”. (SONTAG, 1997). A fotógrafa alega que encara a fotografia como uma “experiência capturada” e a câmera como “o braço ideal da consciência em sua disposição aquisitiva” (nota 1, p. 14, Sobre a Fotografia, 1997) portando fotografar é capturar a visão através dos olhos ou mente de quem está fotografando. A imagem mostra o verdadeiro, mas ainda assim um recorte, um olhar pontual que não necessariamente enquadra o panorama geral da situação.

Analisando com mais proximidade ainda as opiniões da autora sobre o ato de registrar imagens (já entrando em congruência aos pensamentos de Benjamin) retiro uma reflexão “... a fotografia é um modo de atestar a experiência, tirar fotos é também uma forma de recusá-la ao limitar a experiência em uma imagem um souvenir” (SONTAG, 1997).

A partir do momento que você se retira do momento em que está vivenciando para registrá-lo você está (por mais que com o intuito de guardá-lo) o desvalorizando por não estar 100% presente no momento real. Um paradoxo pois a tentativa de eternizar um momento ao mesmo tempo o faz ser omisso no mesmo. Ainda assim posteriormente a recordação dessa fotografia trará uma falsa sensação do momento, da visão do momento, mas não da experiência em si que na verdade nunca foi experienciada por completo.

Alega que “... é por meio de fotos que o mundo se torna uma série de partículas independentes, avulsas...”. Essa série de realidades independentes se refere tanto a visão de quem captura o momento fotográfico quando do telespectador que absorve o conteúdo.

A partir do momento que colocamos uma informação para o mundo essa informação não pertence mais a nós, ela pertence a quem quer que seja que a escutou, leu ou viu. Nunca se sabe como as outras pessoas irão reinterpretar as nossas ideias, visto que cada ser humano tem uma história e uma maneira de processar e absorver todas as informações que as cruzam.

Esta sequência lógica propõem uma reflexão: muitas vezes acaba-se por deixar a mercê da visão e interpretação de outros realidades que para permanecerem intactas em seu significado deveriam permanecer singulares. As verdades (visões) são múltiplas e simultâneas se sobrepondo umas às outras e fazendo-se difícil de distingui-las. A partir do momento que determinada informação esta solta no mundo está livre para ser interpretada para quem tem, e para quem não tem, conhecimento e empatia para processá-la.

Na fotografia esse valor de interpretação é empregado igualmente, a fotografa já afirmava que “As pessoas de países industrializados procuram ser fotografadas. Sentem que são imagens e que as fotos as tornam reais” (SONTAG, 1997). As conclusões tanto de Benjamin como de Sontag se cruzam no ponto de que ambos consideram que quando o “homem” se retira das fotos é quando o valor de exposição vem a superar pela primeira vez o valor de culto. O “homem” começa a valorizar mais a imagem que terá posteriormente daquele momento do que o momento em si. Hoje em dia esse pensamento cada vez se prova mais, com o uso extremo das mídias sociais as pessoas passam o dia documentando o que fazem e postando para os

outros em busca de aprovação ou propagação de uma imagem própria que muitas vezes é falsa, visto que como dito antes, são somente recortes.

O caso FoMO (*fear of missing out*)

Indo de acordo com Benjamin, Sontag e por ser uma componente da parcela social jovem atual e portando possuindo uma maior vivencia da realidade que é crescer imersa as tecnologias, consigo através de experiencias próprias afirmar com propriedade que, nos dias atuais a realidade é a subsequente: se não tira-se uma foto do que se estas a fazer, é como se não tivesse acontecido. Essa sensação é válida desde as situações mais banais, como a documentação de um café da manhã, até situações consideradas mais relevantes, como um casamento. Se não há registro fotográfico deste, existe uma sensação de que determinado ato entrará para o esquecimento.

Hoje em dia a memória das pessoas está condicionada a se recordar somente das pegadas digitais, as pessoas que estão vivenciando estas memórias se condicionam em relação a postagem desse conteúdo. A partir desta nova análise comportamental identifica-se uma nova síndrome chamada de FoMO, do inglês '*Fear of Missing Out*' que em português se equivale ao "medo de estar perdendo algo".

A pesquisa publicada em 2018 na "Revista Internacional de Pesquisa Ambiental e Saúde Pública" discorre quanto ao uso problemático das redes sociais entre os jovens e como este afeta em seus comportamentos. Esta pesquisa caracteriza a FoMO como uma agente da ansiedade, que é gerada pelo uso excessivo das redes sociais. O usuário sente que está perdendo de fazer e/ou saber do mundo quando offline ou em contato com os conteúdos gerados pelas redes por tempo em excesso. (Franchina, Vittoria & Abeele, Mariek & Rooij, Antonius & Lo Coco, Gianluca & Marez, Lieven, 2018)

A pesquisa afirma que o constante estímulo imagético que o indivíduo recebe acaba por bombardeá-lo com informações rápidas e carregadas de significados, trazendo conhecimento acerca do que outros fazem e pensam o tempo inteiro e relembrando-o de que não está participando dessas coisas. O desejo de inclusão é gerado, mas ser onipresente é fisicamente impossível. Ao se guiar através das redes

sociais as pessoas, em específico o público jovem, aspira a se sentir pertencente a estas inúmeras atividades que lhe são apresentadas. Acaba por sentir que o que está fazendo é menos importante, esquecendo de lembrar que nem tudo o que se vê na internet é real. Fragmentos de felicidades são filmados e expostos ao mundo gerando uma sensação de um universo perfeito muitas vezes inexistentes por não contemplarem um contexto geral.

Os avanços tecnológicos nos trouxeram infinitas possibilidades, acesso a informações nunca imaginadas. O que não poderíamos prever era que este bombardeio imagético estaria claramente nos adoecendo como sociedade. Inclusive a FoMO quando intensificada pode acarretar severos casos de depressão. De acordo com Soraia Alves (2019) o índice de suicídio nos jovens da Geração Z⁶ é crescente pelos últimos anos, a taxa de suicídio entre pessoas de 10 a 24 anos aumentou 56% entre 2007 e 2017 com tendência a aumento.

Soraia expõe que a síndrome é muito comum hoje em dia especialmente nos jovens que acabam por, em média, ter uso mais elevado dessas tecnologias. Os respingos mais iminentes desses adventos estão em análise agora com a inserção da geração Z no mercado de trabalho. A primeira geração a ser considerada como verdadeiramente digital, abrangendo pessoas nascidas desde 1997. Tiago Dias, jornalista, escreve uma reportagem com pesquisa extensa publicada em junho de 2019 a respeito das mudanças comportamentais dessa geração. Abrange nela as novas necessidades que essa geração possui, o que almejam, o que não toleram mais entre outros dados.

De acordo com dados levantados nesta pesquisa, em um grupo de 3000 jovens brasileiros de classes sociais variadas, 85% dos jovens na atualidade se diz ter um nível de ansiedade de média para alta e 35% destes já sofreram de depressão. Eles em sua grande maioria não relacionam, como em gerações passadas, possuir um cargo de liderança em uma empresa e ter filhos como sinônimo de sucesso. Almejam acima de outras necessidades ter algum relacionamento (vínculo) com alguém, viajar o mundo e possuir um negócio próprio.

Eles são engajados a deliberar as suas opiniões políticas em âmbito digital por mais que presencialmente não se considerem militantes. A sua maior fonte de

⁶ Definição sociológica para a geração de pessoas nascida, em média, entre meados dos anos 1990 até o início do ano 2010.

recepção de conteúdo tanto político quanto jornalístico, de causas sociais e afins é através das mídias sociais (majoritariamente pelo Facebook). Cerca de 60% dos jovens de 10 a 19 anos tem o smartfone em mãos durante metade do dia relata uma pesquisa feita pela marca de celulares *Motorola* (Phone Life Balance, 2019). A pesquisa explica que essa geração utiliza do humor satírico para lidar com assuntos delicados, muitas vezes resultando em memes viralizados. A linguagem do Meme traduz como o jovem dessa geração enxerga a vida: tendo uma mensagem rapidamente difundida e que ganha novas interpretações conforme o contexto se varia.

“É uma nova forma de se conectar com o mundo, tão séria quanto as outras formas de comunicação de outras gerações. É quase como uma fuga para tentar existir num mundo com tantas falhas. Então você começa a achar graça sobre a falha, ao invés de tomar aquilo como sofrimento” Michael Alcoforado apud Os imperfeitos. 03 jun. 2019.

A geração Z lida com a imperfeição na base da brincadeira, inclusive, o artigo se refere a esta geração como a “geração dos imperfeitos”, aceitam a sensação de perda e de emoção negativa com mais facilidade do que a geração passada. Esse tipo de consumidor busca verdade nos produtos que consome, busca aceitar as falhas em si mesmo e enxergar estas falhas de maneira a valorizá-las por sua unicidade. É um consumidor que possui novas demandas, o mercado estando pronto ou não para executá-las.

Dia 15 de Novembro de 2018 o fastfood Mcdonalds anuncia a chegada de um Hamburguer vegetariano em franquia brasileira (CORREIO, 2018). Demanda de urgência a ser atendida, os indivíduos da geração Z são a geração mais consciente ambientalmente até então, tendo em vista os dados relatados na pesquisa do IBOPE de 2019 que 14% dos brasileiros se dizem vegetarianos, tendo um crescimento estatístico de 75% desde a pesquisa feita em 2012.

No dia 17 de julho de 2019 a rede social Instagram opta por remover a visualização de likes nas publicações em território brasileiro. A intenção é de “diminuir o clima de competição entre os seguidores” afirma nota oficial, possuem como objetivo diminuir a “pressão” em cima dos usuários e promover um uso mais saudável do aplicativo. Durante uma entrevista cedida a BBC, Mia Garlick (Diretora de Policiamentos do Facebook da AUS e NZ) afirma o seguinte “Esperamos que este

teste elimine a pressão de quantas curtidas uma postagem receberá, para que você possa se concentrar em compartilhar o que gosta”.

A nova propaganda da pizzeria *Domino's* lançada Reino Unido, inventa um novo termo de utilização chamado de JoMO. A JoMO se enquadra como a antítese da FoMO, por significar em inglês “Joy of Missing Out”, ou seja, uma sigla que enaltece a alegria de estar perdendo algo. A propaganda exibe diversas situações onde pessoas estão “se divertindo” durante segundos a serem gravados para mídia social, mas que fora do frame, em um contexto geral não estão tão felizes quanto aparentam e que estão a viver com falhas e situações desagradáveis assim como todos nós. Esta coloca em evidência que não existe nada melhor do que estar fazendo exatamente o que você está fazendo.

Em uma sociedade dominada pela imagem, é eminente a necessidade de renovação nos canais normativos de se absorver conteúdo. Como este tipo de canal quase que integralmente só se representa de maneira visual, por ignorância dos outros canais de sentidos disponíveis, acaba por não atender a nova geração, que como de praxe clama por mudanças e que está além de cansada de absorver “mais do mesmo”, precisando de mudanças estruturais.

As tais “mudanças estruturais” mencionadas acima se aplicam diretamente a sociedade do consumo. Esta que degrada o meio ambiente e que também se auto degrada psicologicamente com o consumo excessivo de imagens em ambientes virtuais. As mudanças já estão acontecendo “de baixo para cima”: a pedidos do povo e sendo atendidas pelas grandes corporações que tem a necessidade de se remodelar a este novo perfil de consumidor.

2.2 Sinestesia: sentidos que evocam outros

A experiência sinestésica se dá quando um indivíduo experimenta uma sensação de sentidos simultâneos, percepções consideradas transversais. A palavra Sinestesia é derivada do Grego, uma junção das palavras `Syn` que significa união e `Aisthesis` que significa sensação. Este cruzamento de sensações que despertam outras podem se manifestar tanto metaforicamente quanto congenitamente. (Bragança, 2010).

Conforme diz Bragança, congenitamente este fenômeno pode ser demonstrado em pessoas que naturalmente produzem essa dupla inteligência como uma espécie de transtorno de percepção. Já diz por definição a palavra em si, congênito, há de ser uma característica inata do indivíduo desde o nascimento.

Nesse tipo de manifestação da sinestesia, as informações de sentido captadas não passam somente por um canal cerebral, tendo como exemplo as sinestésias sonoras-visuais, biologicamente ao invés da informação sonora passar direto e reto pelo córtex auditivo ele passa também pelo córtex visual e a pessoa obtém essa sensação dupla, uma espécie de embaralhamento de informações que cria uma nova capacidade de percepção, chamada de percepção sinestésica, que gera uma segunda tão involuntária e intensa que parece real. (BASSBAUM, Sergio, 2012)

De acordo com o linguista e especialista em Sinestesia Sean Day (2007) existem 73 possibilidades de tipos diferentes de sinestesia identificados até então. Estas abrangem todas as variações possíveis entre sentidos que evocam e os que por consequência são evocados incluindo algumas que ainda não foram registradas por sinestetas, mas que seguem sendo opções a serem descobertas e registradas.

Figura 1 -Tabela com tipos de Sinestesia

	emotions	flavors	graphemes	kinetics	lexeme	music note	music sound	odors	orgasm	pain	pers.	phon.	prop.	sound	spat loc.	temp	time	touch	vision/color	
emotions	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
flavors	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
graphemes	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
kinetics	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
lexeme	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
music note	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
music sound	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
odors	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
orgasm	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
pain	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
personality	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
phoneme	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
prop.	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
sound	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
spatial loc.	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
temp	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
time	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
touch	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
vision/color	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

Fonte: Synesthesia: Website the American Synesthesia Association.

A tabela acima demonstra lacunas preenchidas onde já se há relato e registro de atividade sinesteta e lacunas em branco onde os sentidos cruzados ainda não foram registrados. É através de múltiplos sentidos que conseguimos ter a capacidade de compreender e nos comunicar com o mundo em nossa volta. Os sentidos mais comumente utilizados são: visão, audição, olfato, paladar e o tato. Todos estes citados formam o sistema sensorial humano, definido por Sócrates na Antiguidade Clássica.

Analisando a tabela, nota-se que há sentidos com mais registros que outros. Segue abaixo uma relação em ordem decrescente dos 4 tipos de sinestesia mais registrados entre sinestetas:

- 1- Grafema - Cor (registro de 61%): O Sinesteta de Grafema-Cor consegue enxergar cores e/ou formas coloridas ao ver letras e/ou números do alfabeto;
- 2- Tempo - Visão (registro de 22%): O Sinesteta de Tempo - Visão consegue, ao ver uma unidade de tempo escrita, percebê-la visualmente predisposta a sua frente de maneira espaçada e distorcida ou a enxerga como cor e/ou formas coloridas;
- 3- Sons musicais - Cor (registro de 18%): Este tipo de sinesteta enxerga cores e/ou formas coloridas ao ser exposto a determinados sons musicais. Muitos destes acabam por ter uma facilidade musical ao conseguirem discernir notas musicais, afinando instrumentos etc.;
- 4- Sons gerais - Cor (registro de 16%): Esta sinestesia se consiste na capacidade de escutar sons aleatórios cotidianos e a partir destes enxergar cores e/ou formas coloridas. Qualquer som pode ser um gatilho. O roncar de um carro, um sino de igreja, alarmes e outros. Em todos estudos já feitos nenhum tipo de padrão foi identificado, a sinestesia age de maneira aleatória para cada sinesteta. (SEAN DAY, 2011)

Figura 2 - Tabela de porcentagem de tipo sinestésico

emotions -> flavors	0.26%	temperatures -> sounds	0.09%	number -> flavor	0.26%
emotions -> odors	0.35%	temperatures -> vision	1.84%	object personification	*****
emotions -> sounds	0.09%	ticker-tape	*****	odors -> flavors	0.09%
emotions -> vision	3.24%	time units -> flavors	0.09%	odors -> sounds	0.44%
flavors -> musical sounds	0.09%	time units -> sounds	0.09%	odors -> temperatures	0.09%
flavors -> sounds	0.53%	time units -> spatial coordinates	*****	odors -> touch	0.70%
flavors -> temperatures	0.09%	time units -> vision	22.96%	odors -> vision	6.13%
flavors -> touch	0.53%	touch -> emotion	0.26%	orgasm -> flavors	0.09%
flavors -> vision	5.78%	touch -> flavors	1.14%	orgasm -> vision	1.93%
general sounds -> vision	16.21%	touch -> odors	0.35%	pain -> flavors	0.09%
grapheme personification (OLP*)	4.65%	touch -> sounds	0.35%	pain -> odors	0.09%
grapheme -> sound	0.09%	touch -> temperatures	0.09%	pain -> sounds	0.09%
grapheme -> touch	0.09%	touch -> vision	3.94%	pain -> temperature	0.09%
graphemes -> vision	61.26%	vision -> flavors	2.98%	pain -> vision	5.43%
kinetics -> personality	0.09%	vision -> graphemes	*****	personalities -> flavors	0.35%
kinetics -> sound	1.05%	vision -> kinetics	0.09%	personalities -> odors	0.70%
kinetics -> vision	0.53%	vision -> odors	1.14%	personalities -> sound	0.09%
lexemes -> flavors	2.89%	vision -> sounds	3.07%	personalities -> touch	0.09%
lexemes -> odors	0.61%	vision -> temperatures	0.35%	personalities -> vision ("auras")	6.49%
lexemes -> temperature	0.09%	vision -> touch	1.58%	phonemes -> flavors	*****
lexemes -> touch	0.44%			phonemes -> vision	7.54%
lexemes -> vision	0.70%			proprioception -> flavor	0.09%
mirror speech	0.18%			proprioception -> vision	0.09%
mirror touch	*****			sounds -> flavors	5.00%
musical notes -> vision	7.80%			sounds -> kinetics	0.96%
musical sounds -> flavors	0.44%			sounds -> odors	1.58%
musical sounds -> personality	0.09%			sounds -> temperatures	0.53%
musical sounds -> spatial coordinates	0.09%			sounds -> touch	4.38%
musical sounds -> temperatures	0.09%			spatial sequence (number form)	*****
musical sounds -> vision	18.05%				

Fonte: Synesthesia: The American Synesthesia Association.

Dentre as quatro sinestesias descritas acima (que possuem maior índice de aparição) podemos notar que todas estão diretamente ligadas a sentidos visuais e sonoros. Estamos, como sociedade, acostumados a ter uma maior atenção a estes dois sentidos pois desde a Antiguidade e através da história foi-se ensinado (primordialmente no sistema de educação ocidental) a partir de preceitos Aristotélicos, de que eram os sentidos de maior relevância dentre os cinco. Entretanto, com o passar do tempo estudos foram aprofundados e a ciência passou a substituir o termo “cinco sentidos” por “sinfonia de sentidos”. (Irish Times, 2017)

Hoje em dia conseguem-se contabilizar inúmeros outros sentidos humanos que fogem dos que estamos acostumados. Bary C. Smith, coordenador do centro de pesquisa dos sentidos na *University of London*, quando entrevistado explica alguns destes novos sentidos, são eles a propriocepção (consciência de onde cada parte de seu corpo está localizada) ou a equilíbriocepção (senso de equilíbrio do organismo, nos mantém de pé) também temos a termoccepção (percepção de ausência ou presença de calor em um ambiente, ato de sentir as mudanças de temperatura) entre diversos outros a serem explorados. (Irish Times, 2017)

A falta de conhecimento próprio do ser humano em relação a seus sentidos acaba por afetar os dados providos hoje em dia a respeito da quantidade de sinestetas congênitos existentes. Há probabilidade que existam muitos sinestetas não identificados que por não terem suas sinestesias manifestadas no âmbito visual acabam por serem despercebidas. Sem contar com a falta de consciência geral do que é a Sinestesia por si só.

Um exemplo pessoal que possui relevância nesse aspecto: estava apresentando a minha pesquisa de Projeto de Conclusão (sim, esta mesma que vos escreves) para uma turma de colegas meus da faculdade. Explicava inicialmente sobre o que o trabalho aborda, conceitos gerais de sinestesia tanto metafórica quanto congênita e ao meio de minha explicação a respeito de como sinestetas percebem as coisas, pessoas que ao ouvirem determinados sons veem certas cores e formas... Ao meio da minha explicação, um colega e amigo meu, Jean, levanta a mão e questiona boquiaberto:

-Mas não é assim que todos veem as coisas?

Jean. Com 23 anos, era sinesteta e não sabia. Em meio de minha explicação a respeito do assunto, Jean descobriu que possuía essa qualidade especial (essa não,

e sim essas no plural, pois depois conversando descobrimos que ele possuía mais de um tipo). Jean nunca havia antes ouvido falar a respeito da Sinestesia e como sempre enxergou as coisas da maneira que enxergou nunca considerou questionar se as outras pessoas percebiam o mundo de maneira diferente.

O processo de descoberta da capacidade Sinesteta em seu geral foi meio turbulento, somente no final do século passado que a ciência conseguiu desdobrar tecnologias que comprovassem com estudos científicos a veracidade desta condição neural. Hoje em dia, umas das táticas usadas como comprovação deste é o imageamento cerebral, onde se é registrado o fluxo sanguíneo nas regiões do Córtex onde há estímulo recebido. (BARON - COHEN e HARRISON, 1997)

De acordo com Bragança (2010), antes do desenvolvimento de equipamentos de imageamento cerebral como a ressonância magnética e a tomografia, era praticamente impossível comprovar a veracidade dos relatos feitos por pessoas sinestetas. Estas pessoas durante muito tempo foram consideradas como disfuncionais, mentirosas ou muitas vezes loucas.

A Sinestesia é estudada tanto nas áreas da neurologia quanto da psicologia. Por mais que a pessoa não se enquadre neste seleto grupo com esta capacidade sensorial, com certeza existem outras maneiras de viver a sinestesia e de maneira mais presente do que se imagina. Este tipo de sinestesia se enquadra no que chamamos de Metáfora Sinestésica. Em um grau psicológico, criamos inúmeras correlações com sensações de estímulos cruzados, quando tentamos descrever metaforicamente com características de um sentido outro acabamos fazendo correlações sinestésicas o tempo inteiro sem notar, como por exemplo a ligação de determinados cheiros com emoções ou barulhos, sons relacionados a certas cores, determinados nomes representando personalidades diferentes que já nos foram pré-estabelecidos por relações de vivências anteriores. (CYTOWIC e EAGLEMAN, 2009)

Aristóteles afirmava que a ciência começa pela observação. No decurso das nossas vidas apercebemo-nos das coisas com nossos sentidos, recordamo-las, construímos um corpo de experiências. Os nossos conceitos são retirados da nossa experiência; na ciência, a observação primazia sobre a teoria. (RAZZO, Francisco, 2010)

Dessa maneira, poderíamos supor que experiências pessoais com alguém de determinado nome por exemplo, podem influenciar nas percepções da próxima

pessoa que conhecer do mesmo nome pois imediatamente, mesmo sem haver qualquer tipo de convívio, em função de experiências prévias o cérebro irá fazer correlações. Faz-se isso todos os dias. Estas são as sinestésias metafóricas, elas podem se encaixar em um contexto geral, como por exemplo: associar a cor vermelha, a temperaturas elevadas (quentes) e também a sentimentos fortes. São associações quase que unânimes socialmente devido a referências gerais de que fogo é de tonalidade avermelhada e gera calor. Tal qual o símbolo global utilizado para representar o amor é um coração vermelho. Para representar o diabo, que bíblicamente simboliza o ódio, usa-se o vermelho também. Ambas emoções extremas e fortes.

“A percepção é um fenômeno cultural partilhado, tem uma história e uma política que só pode ser compreendida dentro dos seus parâmetros culturais.” (LINDGREN, 2011). As construções culturais nos induzem a construir sinestésias metafóricas. Construimos além destas, relações sinestésicas metafóricas pessoais. Onde uma vivência particular que não é de conceito geral social acaba por influenciar nossa percepção prévia de algo.

O chamado “preconceito” muitas vezes irracional, mas ainda assim vigente. Um exemplo poderia ser a relação da cor do quarto que cresci quando criança, tendo uma infância muito boa e confortável, seguir associando sem motivo aparente esta cor com a sensação de aconchego, por assim vai.

“Há evidentemente uma gradação que vai do olhar ao degustar, o olhar e a escuta sendo mais mediatizados e o apalpar, cheirar e degustar, estando numa escala decrescente de mediação até a quase imediatas que é o caso do degustar. Enquanto a percepção visual e a sonora são processos nítidos de decodificação, o apalpar já implica uma interação com a matéria, enquanto o cheiro e o paladar envolvem uma absorção da matéria pelos nossos órgãos sensores. O que é comum a todos eles, no entanto, são o fato de que há algum processo interpretativo por parte do sujeito preceptor, o que os caracteriza a todos, em menor ou maior gradação, como processos de linguagem” (SANTAELLA, 1996, p.314).

Compreende-se então, que dentro da nossa ‘Sinfonia de Sentidos’ devemos estar atentos às influências, por vezes imperceptíveis, dos múltiplos sentidos, mas que evidentemente nossas percepções sinestésicas sonoras e visuais acabam por ter uma influência mais aparente em nosso cotidiano. Em qualquer âmbito interpretado dos sentidos haverá a influência do sujeito que está a processar esta informação.

A nossa realidade existencial se fundamenta na existência de matéria e das relações humanas com este meio e consigo mesma (sociais). O processo social de construção coletiva faz colidir com a subjetividade de um indivíduo com a subjetividade de comum acordo construída pelo coletivo social, construindo realidades que se transformam e se mutam.

A fim de compreender mais a respeito de quem processa estas informações, ou até do nosso próprio processo como seres inseridos em um meio cultural comum, é necessário que se compreenda melhor esses processos de transformação. “O design sinestésico baseia-se no melhor alinhamento possível entre os aspectos do design e da percepção multissensorial dos objetos pelas pessoas” (HAVERKAMP, 2010)

Michael Haverkamp e seus estudos sinestésicos

O Dr. Michael Haverkamp é pesquisador da Universidade de Colônia, na Alemanha, investiga percepções corpóreas do som. Como citado em sua descrição da ‘*International Sound Award*’, Michael é formado em engenharia elétrica tendo seu enfoque em acústica técnica e psicológica na engenharia das comunicações. Possui estudos nas áreas da ‘percepção Cross-Modal’⁷, Design, Artes e música.

Em meio aos estudos do Haverkamp e tentando compreender melhor nosso objeto de estudo, analisei o fenômeno chamado de *Os Qualia*. Termo derivado do Latim Qualis, que significa “como obter” e do singular “o tormento”. *Os Qualia* existem dentro dos limites da consciência individual de cada um, forma parte da consciência fenomenal de cada indivíduo, muitas vezes essa nossa parte da consciência pode ser confundida com o mundo físico.

Essa sensação, de acordo com o pesquisador, é o que faz possível que cada um de nós consiga ser exposto a um mesmo estímulo sonoro, por exemplo, e ainda assim ouvi-lo de uma maneira única e peculiar, por mais que entremos em consenso ao explicar esse som verbalmente nunca será exatamente o que a outra pessoa escutou. Assim como não há maneira de comprovar se as cores que um indivíduo vê são exatamente da mesma tonalidade que outro indivíduo as percebe. Pode ser que

⁷ É a percepção que envolve interações entre duas ou mais modalidades sensoriais diferentes.

as impressões coloridas tenham direta influência a frequências que as estimulam, mas ainda assim, são somente hipóteses.

Haverkramp possui PHD em Design Multissensorial, ele ressalta que para conseguir ter uma visão clara do que é verídico e do que não é, fica extremamente necessário separar a área das qualidades perceptivas subjetivas de uma maneira linguisticamente precisa, da das influências físicas (estímulos). Ele ressalta também que é importante distinguir o auditivo e o visual do acústico e o visual. O que Michael quer dizer com isto, é que: devemos, ao observar como percebemos as informações ao nosso redor, tanto quanto através da visão, quanto pela audição, pelo tato, olfato etc., conseguir discernir o que de fato está ocorrendo em âmbito físico, do que se desenrola em âmbito de percepção sensível.

Em terceira instância ainda, conseguir distinguir estes dois conceitos dos que descrevemos verbalmente a respeito de ambos, pois muito frequentemente nos faltam variedades de palavras existentes em nosso vocabulário para conseguir exprimir de fato o que se passa em nosso campo sensível e acabamos por nos conformar com expressões que já estão pré-dispostas em nosso vocabulário para caracterizar uma sensação. muitas vezes por metáforas sinestésicas inclusive.

“Como não podemos extrair nosso vocabulário de descrição do conteúdo subjetivo da própria consciência, devemos derivá-lo por referência a objetos fora de nossa consciência.” Afirma Haverkamp, validando com sua fala, a metáfora sinestésica.

Além de suas contribuições acadêmicas, o estudioso possui suas próprias produções artísticas em diversos âmbitos. Abrangem desde pinturas em tinta óleo, a fotografias que exploram o preto e branco e negativo e até também projetos de arte sinestésica que transforma o sonoro em visual. O processo do artista é tão impregnado pelo ideal sinestésico que o batismo de suas obras parte de um princípio metafórico.

Figura 3 - “O som do imaginário”



Fotografia “o som do imaginário” da série gelo/gelo do artista Michael Haverkamp.

Fonte: Site de Michael Haverkamp.

Figura 4 - “Auditório”



Fotografia “Auditório” da série gelo/gelo do artista Michael Haverkamp.

Fonte: Site de Michael Haverkamp.

Todas as obras do artista estão disponíveis para visualização em seu website, na série Gelo/Gelo Haverkamp retrata a neve de diversas maneiras, geralmente utilizando close-ups que permitem a dupla interpretação dos detalhes no gelo. Na fotografia “Som do imaginário” ele enquadra com um plano detalhe pedras de gelo sobre terra que remetem a notas musicais posicionadas em uma partitura, de primeira instancia ao se deparar com a obra o telespectador pode não ter essa visão, resquício claro de um olhar com vício sinestésico pela parte do artista. O mesmo processo ocorre na obra “Auditório” onde repentinamente inúmeros feixes escuros enfileirados

verticalmente se sobressaem na neve se tornam na imaginação do artista um auditório, visto de cima como planta baixa.

Em seu projeto “Visualização de música” ele pinta uma seleção de sete músicas clássicas, criando quadros que exprimem sua percepção da emoção sonora. Nesta sequência de obras Michael escreve o nome do compositor original da obra musical, o nome da obra e a seguir sua assinatura seguidos de uma breve explicação acerca de sua visão da obra.

Figura 5 – ‘Poème symphonique’



Quadro embasado na obra de Gyorgy Ligeti ‘Poème symphonique’ por Michael Haverkamp.
Fonte: Site de Michael Haverkramp.

Nesta obra Haverkamp interpreta o experimento sinfônico de Gyorgy Ligeti “Poème Symphonique”. Gyorgy Ligeti foi um dos maiores compositores de música erudita do século XX, tendo elaborado composições experimentais vanguardistas eletrônicas na época pós segundo guerra mundial e sendo também responsável por desenvolver a técnica da micropolifonia. (GAVIN, Thomas)

Essa técnica se caracteriza por ter caráter polifônico (derivado do grego ‘muitas vozes’ se caracteriza quando a música possui diversas partes simultâneas e harmônicas, umas independentes das outras, mas de igual importância) mas com adição do número de partes individuais de som ser mais por terem ‘micro’ duração em seu tempo. Essa estruturação sonora faz com que não se consiga mais distinguir os

movimentos individuais de cada som, compondo uma estrutura geral densa, desenvolvendo o que se chama de “textura musical”. (OKONSAR, 2007)

Ligeti utiliza deste recurso em inúmeras obras durante sua carreira, inclusive na obra *‘Poème symphonique’*, na qual opera inúmeros metrônimos desparrados quase que simultaneamente com um momentâneo intervalo de tempo entre seus disparos. O caos sonoro gerado através do disparo paralelo e ligeiro sonoro acaba por gerar dentro da sua confusão um tipo de padrão sonoro: uma unidade quebradiça, “rugosa” e “densa” que vai se dissipando assim que os metrônimos param de ressonar.

Ao fazer a releitura da obra de Ligeti, Haverkamp leva em consideração a percepção do espectador, que irá interpretar o quadro da esquerda para a direita, não deixando de expressar também de maneira visual sua perspectiva singular (de relevância extrema em função do nível de conhecimento teórico musical e sinestésico que possui e utiliza ao criar). Segue abaixo a observação de Haverkramp a respeito de obra:

“A obra de Gyorgy Ligeti *‘poème symphonique’* baseia-se no som de 100 metrônimos mecânicos, cada um atuando com diferentes tempos. Iniciado simultaneamente, o barulho do tique-taque diminui um por um. O ruído total muda de amorfa qualidade aleatória a transitória de pulsos únicos, passando por vários passos de ritmo complexo. Os gráficos demonstram esse efeito usando 16 grupos de barras com distância diferente causando comprimento diferente. Sobreposição dos fios da série de barras para uma estrutura que muda de caractere aleatório na esquerda para ritmos cada vez mais simplificados à direita.” (HAVERKAMP, Michael, 2006)

Em seu artigo chamado “visualizando a percepção auditiva: correlações, conceitos, sinestesia”, o pesquisador aborda exemplos de artistas variados que ao longo da história buscaram por representar sinestesticamente a transformação sonora em visual. Nota-se nele, que há uma curiosidade de longa data em meio artístico em torno de desvendar essa relação visual, sonora e psicológica. Com base nesta análise acaba por obter algumas conclusões interessantes, que abordaremos a seguir, relativas a padrões observados nestes trabalhos cujo provavelmente utiliza em suas criações.

“Um problema essencial dessa maneira de proceder é a transformação necessária de características dinâmicas e temporais dos eventos auditivos em representações visuais estáticas”. (Haverkamp, 2010). O artista evidencia desde o

princípio que o grande dilema na transformação de som em imagem é conseguirmos representar a sensação de dinamicidade do tempo que se escuta na música para algo estático como vê-se em imagens sem perder-se informações em meio a esse processo. Uma abordagem que poderia ser uma solução para este problema seria a aplicação do conceito do movimento Sincronista (do termo em inglês *Syncromism*).

De acordo com publicações da *The Art Story Foundation* (Fundação da História da Arte), que se situa na Alemanha, o movimento Sincronista foi criado por Morgan Russel e Stanton Macdonald-Wright na primeira década do dos anos XX. Ambos partiram de preceitos ensinados por seu tutor: Ernest Percyval-Tudor.

Percyval havia criado um sistema de cores que enfatizava o “espaçamento”, ele definia como a justaposição de cores extraídas de uma escala de cores, com cores neutras em seu intermédio, a fim de criar um efeito visual como a melodia na música. De acordo com relatos da *The Art Story Foundation*, Macdonald-Wright defendia que o amarelo-laranja tem uma tendência de se gabar, mas que no fundo é fraco e doentio. As comparava como “as últimas pretensões morrendo em uma alma pomposa”. Acreditava que em função disso, haveria por subsequência uma nota triste. Comparando esta, a um velho que sente a senilidade próxima.

Ambos Russel e Macdonald influenciados pelo sistema de Percyval desenvolveram o sincronismo, que se diferencia de outros movimentos artísticos relativos a cor por ter em seu cerne a ênfase no impacto psicológico que a cor exerce opticamente. Eles acreditavam que a cor criava uma experiência de realidade pictórica e psicológica, revelando a verdade do mundo natural, da natureza humana e do sentimento humano.

Desenvolveram a partir desse questionamento um sistema análogo entre cor e música, onde a luminosidade da cor é equivalente ao tom musical, a saturação igual a intensidade de um som e a tonalidade com equivalência ao tom musical. Atestavam com este, ter uma solução para o problema da cor e da luz, uma “lógica da cor”. Imaginavam a arte como um ser apresentado como sinfonia visual.

Figura 6 - Synchronomy in Orange: To form



Quadro "Synchronomy in Orange: To form" de Morgan Russel.
Fonte: Site da Fundação da História da Arte. (Galeria Albright-Knox)

Além do movimento Sincronista, para traduzir essa sensação de passagem de tempo na arte temos artistas que utilizam da ampliação da imagem na direção horizontal como na obra "Scroll Picture" de Hans Richter. Haverkamp afirma ser necessário estimar critérios para que o destinatário (observador-ouvinte) sinta as correlações das características auditivas e visuais da maneira pretendida.

Figura 7 - Fugue (Fuge)



Quadro de Hanz Richter chamado Fugue (Fuge).
Fonte: Website MoMA.

Nesta obra de Hans, o achatamento da imagem e a sequência de elementos dentro de sua composição acabam por dar a impressão da passagem de tempo pois leva-se em consideração que o observador irá interpretar a obra da esquerda para a direita e como uma sequência de acontecimentos devido ao intervalo entre as formas dispostas.

"Bach, a fim de explorar o conceito musical de contraponto, que é a composição harmônica de duas ou mais melodias simultâneas, as formas entrelaçadas deste desenho estão dispostas em níveis variados, como as vozes superior ou inferior de

uma fuga.” (MoMA, 2014) Haverkramp acaba por concluir uma definição de três estratégias principais de conexão intuitiva:

- Utilizar cruzamento de analogias sensoriais (como brilho, intensidade, nitidez, movimento, sincronicidade e afins);
- Acoplamento de ícones, com base na identificação de objetos e cenas (por exemplo a utilização de formas visuais semelhantes a ondas e gotas com associação a ruídos de respingos de água);
- Alinhar conteúdo simbólico (por exemplo, hino nacional relacionado a bandeira);

Ao criar as analogias “inter-sensoriais”, ele ressalta que não se deve esquecer de representar visualizações que façam referência às três dimensões da percepção sonora (abrangendo características temporais, espectrais e espaciais).

“Para fornecer um alinhamento intuitivo a uma composição, os conceitos de visualização da música precisam se referir a conexões sensoriais cruzadas, frequentemente usadas pelo sistema perceptivo para gerar modelos multissensoriais do mundo exterior. Formas elementares não objetivas são frequentemente usadas como objetos correlacionados à música. Para obter plausibilidade, as características desses objetos devem ser escolhidas alinhadas ao que está acontecendo no fluxo auditivo percebido. Tamanho, cor, posição e movimento no espaço são parâmetros apropriados que podem ser manipulados. Além disso, podem ser utilizados recursos icônicos que se referem à experiência anterior da vida cotidiana e ao uso da mídia (TV, rádio, PC etc.). ” (Haverkamp, 2010)

2.3 Experiências Trans

A palavra trans. é utilizada como um sufixo e significa, de formas variadas, uma situação ou ação que vai além de algo ou si mesma, que ultrapassa, que cruza. Neste capítulo falaremos a respeito de três estudos de caso de experiências “trans sensoriais”: experiências que utilizam do cruzamento de sentidos existentes para criação de um conteúdo novo. Serão abordadas áreas de criação diretamente influenciada por estímulos visuais utilizando exemplos reais de experiências sinestésicas nos âmbitos da arte, música e moda.

As pinturas de Kandinsky

Wassily Kandinsky foi um artista expressionista revolucionário. Nascido no ano de 1866 em Moscou e tendo falecido no ano de 1944 em Paris com 78 anos de vida, tendo suas obras mundialmente conhecidas por serem precursoras no estilo abstrato. Kandinsky começou a sua carreira como pintor somente aos 30 anos de idade, formado em direito e tendo experiências acadêmicas nas áreas de pesquisa para a Sociedade das Ciências Naturais, Etnográficas e Antropológicas, ainda assim conseguiu ainda marcar seu nome na história da arte vanguardista até a atualidade.

Desde muito cedo em sua carreira o artista obteve destaque. No documentário, *Figuras do invisível*⁸, podemos observar a respeito da trajetória de Kandinsky como artista. Nele podemos discorrer a respeito de inúmeros pontos. Iniciando pelo fato de que seu reconhecimento não se deve somente a suas ideias inovadoras relativas à forma (nem sempre possuindo este estilo, foi algo que através dos anos se consolidou) mas através de sua visão única e particular de mundo. O artista possuía a condição sinesteta de som-cor-forma, conseguindo traduzir em sua mente visualmente notas musicais e seus sons em cores e formatos específicos.

Em Moscou, em 1903, ele publicou 122 xilogravuras de aparência primitiva, que ele chamou de *Poemas Sem Palavras*, tendo em mente o velho gênero musical de "canções sem palavras". Em 1913, ele criou um livro de poemas e xilogravuras⁸ vinculados, chamado *Klänge* - "*Sounds*". (MCBURNEY, 2006)

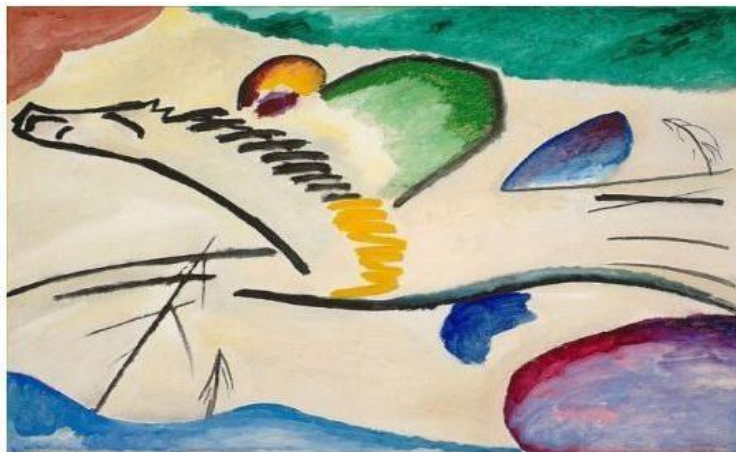
Unindo a sua condição especial aos pensamentos revolucionários que ligavam a arte com a sua base semiológica e sociológica cultivados durante anos em seus estudos acadêmicos em Moscou, temos o início de uma faísca identitária e ideológica que revolucionou a maneira como encaramos a arte. Assim que o artista optou por largar a vida acadêmica se mudou para Munique na Alemanha, onde sua prima residia, e iniciou sua trajetória dedicada somente a estudos artísticos.

Como podemos observar em *Figuras do Invisível*, as obras de arte de Kandinsky se metamorfoseiam durante os anos de sua extensa carreira. Inicialmente retratavam paisagens neoimpressionistas, contos de fada contemplando em sua maioria cavalos (tema frequente em suas obras). Estas mesmas cenas começaram a ser retratadas com formas um pouco mais simplificadas e os coloridos mais marcados, vibrantes até que em 1911 o artista funda o grupo expressionista alemão '*Der Blaue*

⁸ Documentário disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=aYTW_nKBuv0>. ⁸ Arte e técnica de fazer gravuras em relevo sobre madeira.

Reitera' (O Cavaleiro de Luz) que possuía o preceito de expressar a sua visão pessoal da vida e do mundo, sobrepondo sua visão a maneira natural de enxergar a natureza. O grupo fez sucesso e deu início aos trabalhos pessoais de composições abstratas com formas totalmente não atribuíveis a objetos existentes no plano mundano.

Figura 8 - O cavaleiro



Quadro “O cavaleiro” do artista Wassily Kandinsky no grupo ‘Der Blaue Reiter’.

Fonte: Museu Boijmans Van Beuninger, Roterdã, Holanda. (2019)

Com o início da instauração da guerra na Alemanha, Kandinsky retornou a Rússia, seu país de origem, onde não teve seu estilo muito bem aceito! O movimento construtivista era vigente lá e valorizava um estilo geométrico arquitetônico que ainda não compreendia as ideias vanguardistas do pintor.

Em 1921 consegue retornar a Alemanha entrando na renomada Escola de Belas Artes Bauhaus como “Maestro de Formas” onde ensina a respeito do universo peculiar de formas que se refletem em seus quadros. Dava aulas de “Desenho Analítico” onde ensinava a inúmeros artistas a relação do desenho de objetos e das estruturas deles em formas geométricas, e traços.

Nesta época reproduzia uma série de fotografias traduzidas em pintura com o projeto chamada de Ponto-Linha-Plano. As fotografias eram reformuladas em eixos de corpo e linhas que sugerem os movimentos e tensões energéticas expressadas no ato capturado pela fotografia.

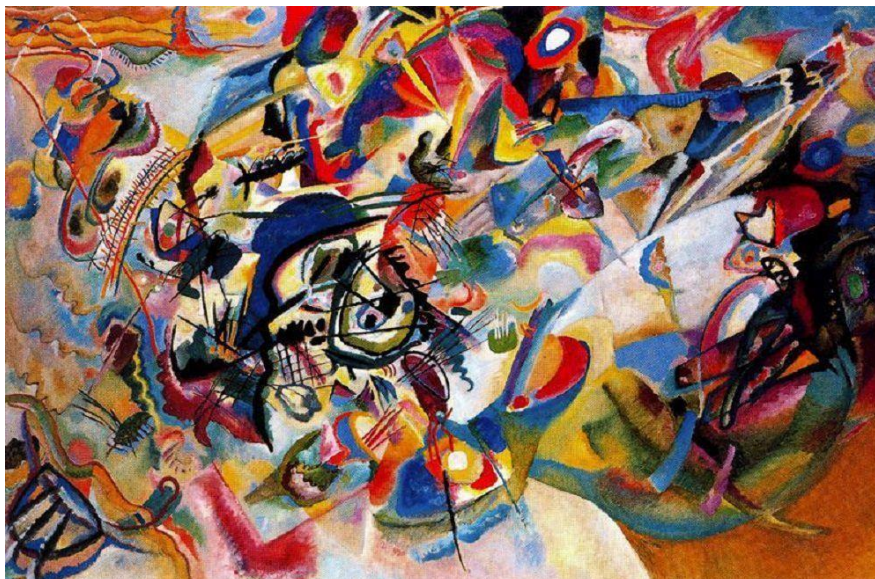
Em suas aulas reafirmava os princípios da Teoria das Cores⁹, que afirmava que se duas cores diferem por sua claridade a mais clara tende a parecer mais clara do que iria ser percebida se isolada e a mais escura mais escura ainda também quando colocadas uma em contraste com a outra. Partindo deste pretexto, e de que o espectador do quadro geralmente irá o interpretar da esquerda para a direita pode-se dizer que o autor pode em algum nível controlar as transições de sentimentos de quem percebe a obra assim como controla as transições de tonalidade variando temperaturas entre cores quentes e frias bem como suas intensidades em sensações de continuidade ou rompimentos abruptos. (MCBURNEY, Gerard. 2006)

A partir de então começa a desenvolver profundamente uma linguagem pessoal utilizando a forma gráfica da linha e a forma pictórica da cor, traduzindo situações cotidianas ao seu ver em sua arte. Linhas em diferentes partes do plano, verticais e horizontais, correspondem a diferentes sonoridades, a ocupação ou falta de objetos na composição de determinados espaços no quadro eram a tradução de ritmos e ressonâncias. Os quadros de Kandinsky se tornavam verdadeiros pentagramas musicais!

As obras de Kandinsky possuem títulos como: composições, improvisações e impressões. Além de outras produções, o artista possui uma série de 10 poderosas composições que foram criadas durante o período de três décadas, desde a primeira composição feita em 1907 até a última em 1939 sendo nomeadas como “Composição I”, “Composição II”, sequencialmente até a “Composição X”. Algumas destas foram destruídas na segunda guerra mundial, restando somente esboços e fotografias das obras. Estes evidenciam um encaixe na sequência de pinturas, que almejava ser um ciclo de “sinfonias”. O artista também realizava improvisações que possuíam um resultado dramático, ele os chama de “de repente criando expressões de processos com um caráter interior”. (MCBURNEY, Gerard. 2006)

Figura 9 - Composição XII

⁹ Teoria criada pelo artista Goethe em 1810. Defendia a ideia de as cores serem resultado da interação da luz com a "não luz" ou a escuridão.



Quadro “Composição XII” feito em óleo sobre tela pelo artista Wassily Kandinsky.

Fonte: Galeria Tretyakov. (2019)

A Composição VII, disposta acima, representa de forma oval o centro de um furacão, rodeada de formas e cores intensas, eliminando semelhanças ao mundo físico relacionando com o seu interior. Acreditava representar um mundo espiritual sintetizando dramaticamente palavras, cores e música em uma representação única e contínua. (MCBURNEY, Gerard. 2006)

Kandinsky que já possuía uma relação diferenciada com os sentidos relativo à sua condição sinesteta cada vez mais adentrava na atmosfera das cores e sons usando códigos próprios em uma espécie de equação aplicada entre a pedagogia e demonstração visual. As formas produzidas pelo artista eram uma forma de expressão externa do conteúdo do interno, seus pensamentos, do invisível unindo formas que se esquivam e se colidem em uma sinfonia.

O som de Brian Eno

Brian Eno é considerado na atualidade um gênio musical, conhecido por cruzar de maneira inovadora suas expertises nas áreas das belas artes, música e ciência. Durante a sua carreira teve êxito tanto nos projetos pessoais quanto produzindo bandas icônicas como U2, Coldplay, David Bowie e muitos outros.

De acordo com a descrição na escola de artes *Royal Hibernian Academy* na Irlanda, Eno possui formação nas belas artes, tendo trabalhado no mercado da música

como produtor durante anos e concomitantemente lançando projetos Solo de música experimental e arte sonora-visual que seguem tendo repercussão mais do que nunca ao auge de seus 71 anos de idade.

Ingressou no ramo musical como membro fundador da banda de Art Rock¹⁰ *Roxy Music*, atuando como técnico musical. Eno opta por sair da banda após o segundo Disco lançado deixando inúmeros fãs desapontados por estarem perdendo de escutar o `fator experimental` que trazia as músicas. Em uma entrevista para o grupo Graham na CBS em 2018, quando questionado a respeito do porquê de ter largado a banda, Eno admite “Eu tive um tempo maravilhoso na *Roxy Music*, mas em uma noite no meio de um show enquanto cantava junto com as *backing vocals* me peguei pensando na roupa que eu tinha para lavar”.

Figura 10 - Banda Roxy Music



Banda Roxy Music, Brian Eno sendo o segundo integrante da direita para esquerda.

Fonte: Website Radio Times. (2019)

Eno não encontrava entusiasmo nesse projeto mais e estava disposto a ir em busca de algo que representasse suas ideias integralmente como artista, a música não bastava mais por si só. Ele conta em sua entrevista do Canal 4 da TV Britânica em 2016 que acredita que o trabalho que produzimos tem relação direta com a energia que se coloca para dentro dele. O artista revela nessa mesma entrevista que aos 17 anos se deparou com uma das maiores angústias em sua carreira: decidir entre ser um artista das belas artes ou trabalhar como músico, mais tarde descobriria que havia uma maneira única de trabalhar com os dois! Brian chegou a lançar alguns álbuns

¹⁰ Subgênero do rock que possui influências da música experimental e da arte de vanguarda.

solo de rock experimental que foram caracterizados por críticos como Lester Bang¹¹ tal qual um “Pop de um mago dos teclados britânico quase-dadaísta” antecipando em muitos anos o rock pós-punk”. (Rocha, 2017)

Como produtor Eno desenvolveu grandes músicos da época. Na sua entrevista de 2011 com John Savage, Eno relata que em 1978 colaborou na produção de álbuns com David Bowie, além de produzirem e cocriarem juntos eram amigos, trocavam referências musicais e de artes em geral. Em 1980 relata que produziu a banda de gênero Punk e New Wave ‘The Talking Heads’ e algumas outras. Eno, que geralmente atuava em produções de bandas mais alternativas abriu exceções para produzir pela primeira vez a banda U2 e também o Álbum “Viva La Vida” da Banda Coldplay. (KOVITCH, 2011)

Em sua entrevista dada ao Programa *BBC Arena*, a música e o apresentador Humphrey Burton desenvolvem acima do trabalho do artista. Nesta entrevista recordam que o álbum foi reconhecido como sendo o nono lugar nas “100 Melhores Músicas” dos Rolling Stones em 2008. Tendo primeiro lugar no ranking de Singles do Reino Unido segue sendo o single mais escutado da banda até os dias de hoje. Ambas bandas possuem um viés mais convencional e de megaprodução que acabaram dando uma visualização extrema ao seu trabalho de Brian como produtor musical e aos seus estudos pessoais.

A sua música de maneira isolada permanência de caráter vanguardista, utilizando de maneira inovadora sintetizadores a fim de criar uma categoria musical chamada de Música Atmosférica ou Música ambiente. Em cima destes estudos Eno criou seus famosos álbuns *Airport Music* e *Apollo*.

Em sua entrevista dada no Canal *Noisey* da revista *Vice* (GRANT, 2019) Eno fala a respeito de seu trabalho no álbum ‘*Apollo: atmosferas e trilhas sonoras*’. O álbum foi feito em torno de uma reflexão a respeito do homem pisando na Lua pela primeira vez, há 50 anos atrás. Eno elaborou o álbum em conjunto com seu irmão e mais um amigo, exercendo uma tradução sonora empática a visão dos astronautas no momento que olhavam a Terra de longe, com uma perspectiva completamente diferente de qualquer outro ser humano.

¹¹ Famoso por suas críticas musicais na revista *Rolling Stones*. Considerado a voz mais influente na crítica da música de rock. Criador do termo ‘*heavy metal*’.

A ideia da música atmosférica é de fazer música que estimule o “não pensar” do ouvinte. Esse efeito de esvaziamento de pensamentos da cabeça do ouvinte acaba por fazê-lo pensar ainda mais do que iria com sons repletos de signos a serem interpretados. A música atmosférica gera um efeito de teletransporte do ouvinte a outro local, nesse caso também se propõem a traduzir uma certa sensação de “flutuamento” que o espaço sideral possui.

O Álbum Apollo possui longos períodos de sensação flutuante que passam uma impressão de “nada”. Esses efeitos se dão através de sons extremamente estendidos e modificados digitalmente, Eno explica que “Quando você utiliza repetidamente um padrão sonoro, mentalmente acaba por gerar um efeito flutuante porque você percebe estes sons como um círculo” (ENO apud ARMOUR, 2019)

O que Eno quer dizer com isto é que ele utiliza em seus sons processos sinestetas metafóricos com obtenção de extrair sensações visuais de seus ouvintes. Ainda nesta entrevista, explica sua fórmula técnica para obtenção destes sentimentos. É através de softwares de edição sonora que utiliza osciladores de voltagem em cima de *reverbs*¹² já aplicados as faixas originais além de dividir as oitavas¹³ nas notas, resultando em ecos que começam a se repetir colidindo harmonicamente gerando por fim o efeito flutuante.

O artista seguia concomitantemente com sua carreira de produção projetos pessoais tanto no âmbito sonoro quanto visualmente. Em sua entrevista para o Canal 4 em 2016 relata que tentava fazer “quadros que se mexessem” e “música que ficasse parada”. Com o passar do tempo seus quadros passaram a se combinar aos seus estudos de iluminação, criando uma estética única que utilizava materiais não convencionais em sua composição. Eno cada vez mais se adentravam na tentativa de dar a sensação psicológica de movimento através da utilização de determinadas cores e luminosidades.

A partir dessa necessidade, Eno criou seu primeiro projeto de “esculturas audiovisuais” chamado de *‘77 Million Paintings’*. As esculturas são parte de uma instalação que utiliza de um sistema auto generativo para reproduzir combinações

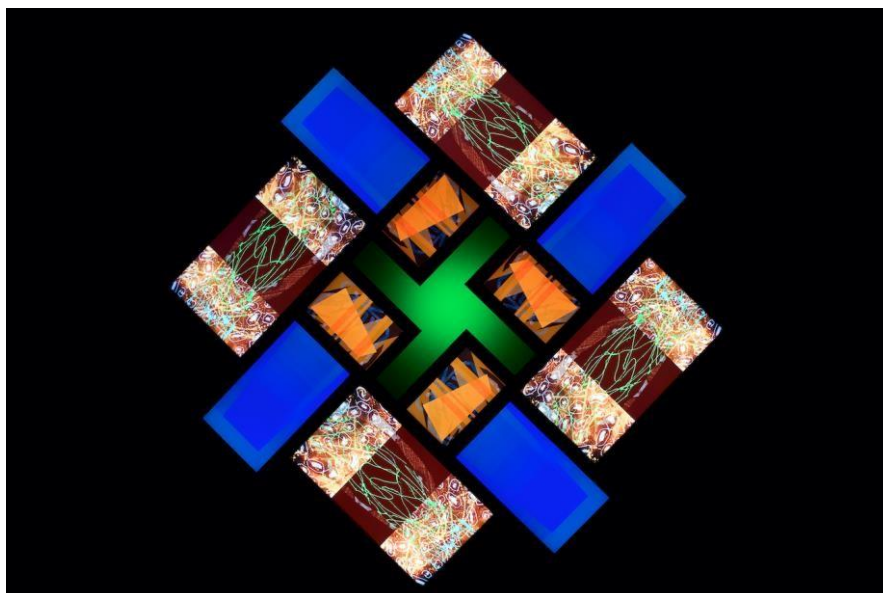
¹² Efeito gerado por ondas sonoras quando estas são refletidas de forma reiterativa.

¹³ Uma oitava é o intervalo entre uma nota musical e outra com a metade ou o dobro de sua frequência. Intervalo musical de 2/1.

inéditas e infinitas de sons e imagens. O nome do projeto é um reflexo da quantidade de combinações possíveis que podem ser resultantes desse processo.

As imagens são exibidas em uma junção de caixas luminosas que demonstram as combinações de imagens elaboradas através de um software que utiliza de 296 obras originais como base das variações visuais da obra. A simulação projeta as combinações destas imagens que lentamente se desbotam e são substituídas por outras aleatoriamente. A música da instalação funciona com software da mesma maneira gerando arbitrariamente combinações de variações infinitas.

Figura 11 - Obra “77 Million Paintings” de Brian Eno



Fonte: Website RHA Gallery. (2019)

Em seu depoimento para a BBC Click (KELLY, 2017) o artista explica um pouco de seu processo criativo em torno das esculturas e revela que inicialmente utilizava TVs de pequeno porte por trás de placas de acrílico, estas telas geram as variações de cores, criando padrões novos. Com o passar dos anos os avanços tecnológicos permitiram que as TVs fossem substituídas pelo LED¹⁴. O criador esclarece que para cada exposição em que irá instalar a obra gera novas imagens iniciais para que a obra siga tendo seu caráter singular: a ideia de que você nunca mais irá conseguir ver aquela obra outra vez pois o software somente gera uma vez cada variação.

¹⁴ Sigla que significa diodo emissor de luz. Componente eletrônico capaz de emitir luz visível transformando energia elétrica em energia luminosa (eletroluminescência).

Eno utiliza durante seu processo de montagem da instalação maquetes manuais para elaborar onde cada obra estará e outros detalhes, ele evidencia que “o problema com computadores é que você consegue fazer tudo ficar lindo virtualmente e a realidade acaba por ficar decepcionante em comparação” (KELLY, 2017). O artista relata ainda, outro macete sonoro utilizado na obra: para dar a sensação de que o som varia em sua distância, ficando mais longe do ouvinte ele utiliza de muitas caixinhas de som com volume baixo, confundindo a percepção geográfica sensorial de quem escuta.

Na abertura da instalação feita no parque *Yerba Buena Gardens* (Califórnia) em 2007, Eno explica que a sua obra abrange uma reflexão a respeito do tempo, tópico característico da sociedade atual, o artista acredita que o tempo é a mídia que vivemos no momento e que é também a mídia que um músico utiliza para compor mas que não é geralmente a mídia utilizada pelo artista visual.

“O que estou tentando fazer com esta obra é pegar o perceptual de frames que se usa na música e mover para o âmbito das artes visuais em uma narrativa visual-sonora que se embasa no tempo” (ENO apud BEAGLE, 2007). Eno utiliza de transformações sinestésicas durante todo seu processo artístico e enxerga artistas como um todo de maneira sinesteta.

Em sua entrevista dada para a *Red Bull Music Academy* (2014) o artista compara metaforicamente músicos há artistas de colagem, devido a quantidade exorbitante de informações sonoras disponíveis online onde um músico há de utilizar sua maior arma, a habilidade de recorte e seleção destas variadas possibilidades sonoras disponíveis a fim de criar algo seu. Afirma também, seguindo o mesmo raciocínio, em sua entrevista com John Savage que “as distinções entre as artes estão começando a desaparecer, há possibilidade de trabalharmos em uma nova paisagem que engloba o visual, o sonoro e o tátil”. (KOVITCH, 2011)

As peças de Greice Antes

Em meio a minha procura por exemplos de sinestésias projetadas, no mundo da moda, encontrei o caso da estilista Greice Antes. Greice possui seu ateliê próprio em Porto Alegre no bairro Rio Branco onde faz roupas sob medida, vestidos de festa e de noiva. Tem elaborado em sua trajetória diversas coleções pessoais de cunho

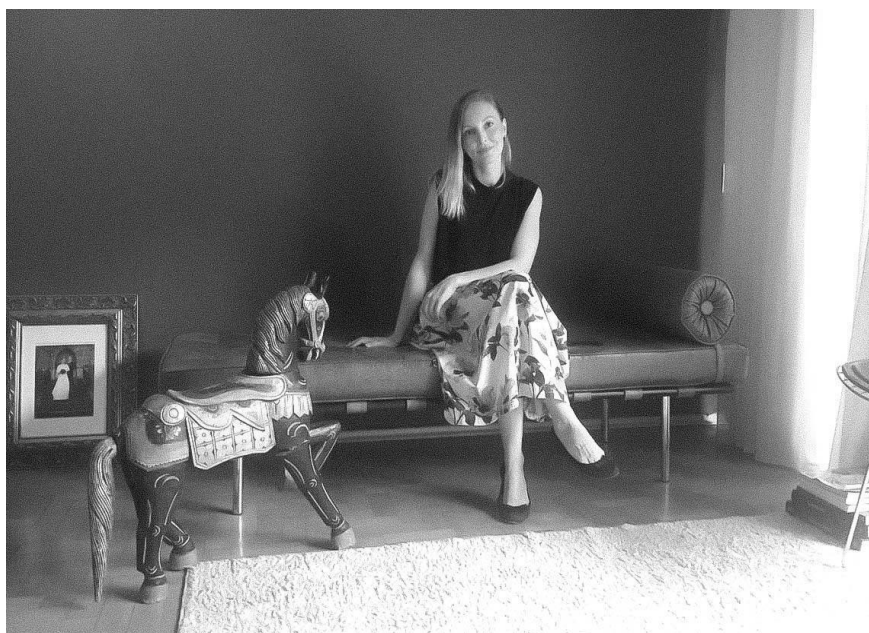
atemporal, com intuito de explorar a história por trás da roupa além de seu toque disruptivo pessoal.

A designer que na verdade é graduada em publicidade, após terminar a graduação e estar insatisfeita com a vida tumultuada de trabalhar em set de filmagem, descobriu sua paixão pela moda e se aperfeiçoou na área com curso de corte e costura do Senai. (PANDOLFI, 2012)

Ao final do segundo curso, Greice apresentou um trabalho de conclusão com uma coleção “Tiros” de roupas feitas com intervenções extremamente originais. A coleção foi inspirada no trabalho da artista francesa Niki de Saint Phalle feito em 1960 chamado de “Paintings” e foi vendida integralmente, inclusive tendo aparições nas revistas Vogue e Elle.

Realizei uma entrevista pessoal¹⁵ com Greice, dentro dessa coleção ela conta que utilizou tiros feitos com um calibre 38 para criar estampas coloridas de tinta nas peças. Ia para a escola de Tiro Magaldi junto com as suas criações e balas de tinta, mirando ao alvo até sair algum resultado. “Gosto do acaso, acho que a vida é assim! E eu sempre relaciono meu trabalho com a minha vida” comenta Greice durante a entrevista, por assim defender a imprevisibilidade das estampas que acabaram por sair nas suas peças. (PANDOLFI, 2012)

Figura 12 - Fotografia da estilista Greice Antes em seu ateliê



Fonte: Fotografado pela autora. (2019)

¹⁵ Entrevista realizada pela autora com a designer Greice Antes disponível no Apêndice A – Entrevistas.

Além deste projeto, a artista fez outras coleções dentro do universo afrontoso que permeiam suas coleções. A coleção chamada “Vinho Mancha?” e a Coleção “Partícula”.

A ideia da coleção Vinho Mancha, explica a artista, veio a partir de uma reflexão sua feita durante uma tarde bebendo vinho. Em certo momento se deparou com a preocupação de não querer derrubá-lo em si mesma por medo de que manchasse a sua roupa, após um tempo considerando a respeito começou a refletir do porquê de isso ser um problema, afinal, vinho é bom e não existia um motivo concreto para impor esse “não” em sua vida. A artista argumenta que hoje em dia recebemos a palavra “sim” de menos. Inspirada nesse sentimento e determinada a promover mais o “sim”, a artista resolveu chamar 50 amigos próximos para irem a um *Brunch* de pré-lançamento da sua coleção em Pinto Bandeira na vinícola Aurora. (ANTES, 2012)

Greice revela em meio a entrevista pessoal que fizemos (cujo discorrerei em breve a respeito) que as pessoas chegaram a vinícola e foram recepcionadas com um vasto varal recheado das roupas brancas da coleção, estendidas e esvoaçantes. De princípio o varal havia sido encarado pelos convidados como somente uma maneira incomum de expor as peças, mas mais tarde, quando Greice foi anunciar por fim a coleção. Explicação vai, explicação vem a acerca de seu momento de inspiração, até que em determinado momento espanta a todos seus convidados com seguinte proposta:

-Vamos todos jogar vinho nas peças!?

A artista revela em sua entrevista que os convidados permaneceram incrédulos com o convite. A possibilidade de fazer algo que “arruinaria” permanentemente a coleção na qual estavam prestigiando fez com que inicialmente os convidados permanecessem estáticos. Até Greice atirar a primeira taça. Após a primeira taça não houve mais volta. Um por um, todos os convidados se tornam a jogar vinho das mais diversas maneiras: pingando, atirando dramaticamente, despejando a garrafa por completo e até cuspidando! Um processo de libertação tanto quanto para os convidados, que agora eram convidados a intervirem na obra e se libertarem do ‘não’, quanto para a artista que deveria se libertar do controle quanto ao resultado das estampas em sua coleção e aceitar o acaso.

Figura 13 - Vernissage de Coleção “Vinho Mancha?” na Vinícola Aurora



Fonte: Reportagem Clic RBS. (2019)

A fim de obter um entendimento mais profundo a respeito do processo criativo de Greice em torno de sua última coleção '*Partícula*' marcamos um horário para conversar em seu ateliê onde ela contou-me mais a respeito. Revela ela que, a coleção *Partícula*, pretende entregar algo além da roupa. A estilista conta que as peças foram feitas em quantidade reduzida com processos intensos e exclusivos, passando um questionamento sentido por ela.

Em um dia que a artista estava em uma exposição do artista e amigo Guilherme Dable, começou a olhar para as peças do mesmo e refletir sobre o quanto você consegue olhar algo em silêncio, mas ao mesmo tempo sentir muito barulho. A artista questiona-se “Quantas vezes queremos dizer algo, mas não conseguimos dizer através de palavras? Quantas vezes o silêncio fala mais alto?”

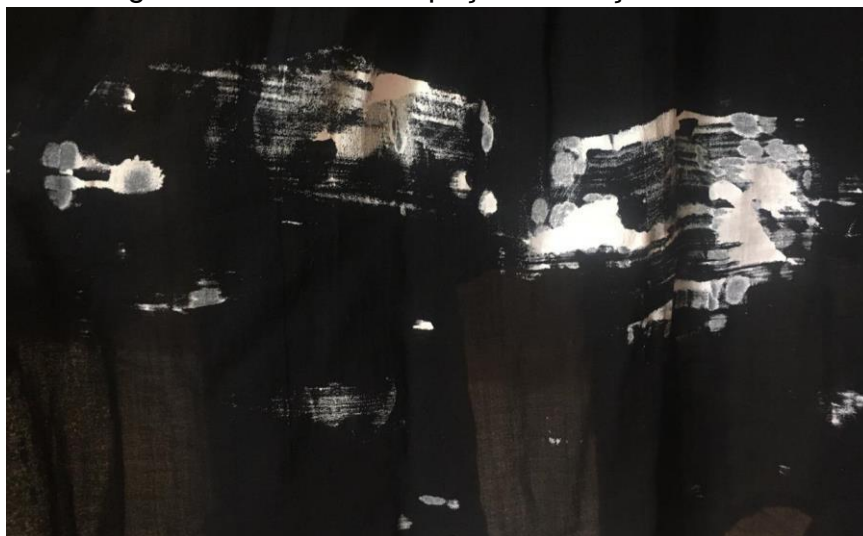
O trabalho de Dable consiste em utilizar instrumentos como teclado para imprimir através dos movimentos feitos pelo instrumento as marcas desse som em um tecido. Ele põe o tecido por dentro do instrumento com uma camada de tinta separada por um fino papel e as movimentações das teclas quando tocadas acabam por deixar as marcas da música, fazendo a obra.

“A partir do momento que você vê a estampa e entende que ela foi feita através de um instrumento musical essa estampa começa a soar dentro de sua cabeça”. Afirmo o músico Guilherme em sua entrevista dada a diretora Beca Furtado sobre a coleção *Partícula*. (FURTADO, 2011)

Greice propôs que fizessem um projeto juntos utilizando suas peças, construindo roupas que falassem através de suas estampas. Pediram ajuda para Diego Silveira, amigo músico na OSPA, que ajudou a elaborar a facção da “performance” feita no ateliê de Greice mesmo. Optaram por utilizar o instrumento do xilofone além deste elemento da obra, Greice escolheu 10 pessoas anônimas, porém importantes em sua trajetória, para darem a ela uma música de presente. A partir desta seleção musical, Guilherme as toca em cima das peças “imprimindo manualmente” através da intensidade rítmica do batucar do xilofone sob o tecido.

“Se eu pudesse nascer com algum talento eu gostaria de saber cantar! Acho impressionante o ato de conseguir afetar a vida das pessoas através da música” Greice comenta ao meio da entrevista e ainda admite “Eu sempre brinco que os vestidos de noiva que faço são como se fossem a minha canção na história de um casal! É à minha maneira de ter uma voz nessa história”.

Figura 14 - Detalhe de peça da coleção Partícula



Fonte: Registro próprio da autora (2019)

Greice explica que a origem do nome da coleção “Partícula” vem da ideia de fragmentos: partículas do xilofone impressas ao tecido, partículas de nota musical representadas por tinta, partículas de relações humanas expressas com música, isso tudo gerando um elemento só que pode ser lido como poesia visual.

As criações de Greice falam, contam uma história e remetem a sons, por mais que não emite nenhum ruído são extremamente barulhentas. Inconscientemente Greice estava realizando um processo sinestésico, criando uma peça que ao momento que se vê também se escuta. Criando *moda* que *fala*. Discussão de longa

data em âmbito de estudo da moda, que nesse projeto, se exemplifica de maneira literal, provocativa, manual e simples: possibilitando criação de moda a partir de sons.

3 METAPROJETO

O Design Estratégico

Se falo de sinestésias, uma, metafórica, que podemos aproximar é aquela que une Moda e Design. Estas são pertencentes ao mesmo universo criativo, chega a ser difícil entender por que se separam como áreas de conhecimento.

O Design Estratégico, do qual retiro aqui as metodologias de projeto, é uma definição característica desse ensino na Unisinos. Ela trata ainda mais dessa operação sinestésica com outras zonas da cultura de projeto a partir, principalmente, de duas noções.

Uma, a de sistema-produto, que entende a mercadoria contemporânea como um acontecimento definido por algo maior do que o produto em si (no caso da Moda, as vestimentas), cujo valor inclui o conjunto de fatores (tipo de oferta, capacidades de comunicação) que lhe dão “senso, forma e percurso” (CELASCHI, 2007).

Outra, a de Metaprojeto, dedicada exatamente ao projeto do sentido das coisas, antes das coisas em si, posto que isso agora faz parte evidente do jogo de consumo. Deixamos de consumir mercadorias (de qualquer tipo, econômicas ou não) pela simples prestação utilitária. Entram em jogo, agora em modo projetado, fatores subjetivos em torno dessa mercadoria. Nesse manejo, não existe neutralidade. Quando utilizo aqui tais ferramentas do Design, declaro desde o princípio que as utilizo como forma de questionar o sistema produção-consumo, como forma de querer, em alguma medida, gerar consciência sobre ele.

O Metaprojeto, cuja fronteira em relação ao Projeto em si (como o conhecemos pelo senso comum) é o *concept*, permite exatamente esse tipo de operação, pois estende nosso poder projetivo a essas fases de construção de sentido. Um *concept*, na definição do Design Estratégico, é uma resposta híbrida entre sentido (os motivos projetados de existência da mercadoria no mundo) e suas características de forma (como essa mercadoria vai se expor ao mundo). No nosso caso, mercadorias em forma de um conjunto de relações (marca, propósito, produto), seu sistema-produto.

O uso dessas metodologias aqui, portanto, segundo vejo, é uma espécie de unificação de pensamento em torno do Design (*Fashion Design*, se quisermos).

3.1 Captura de valores

Da Fundamentação Teórica, escolhemos valores principais que possam orientar nossos caminhos de projeto. Esses valores foram realçados, por um lado, por se mostrarem importantes na compreensão das pesquisas e seus conteúdos; por outro, por dispararem ideias em relação aos processos de projetos e seus potenciais resultados. Dentre eles, destacamos aqueles ‘maiores’, mais abrangentes em termo de sentido.

- Moda;
- Som;
- Imagem;
- Sinestesia;
- Padrão;
- Evocação;
- Provocação;
- Separação;
- Mistura;
- Complexidade;
- Cultura;
- Transculturalidade.

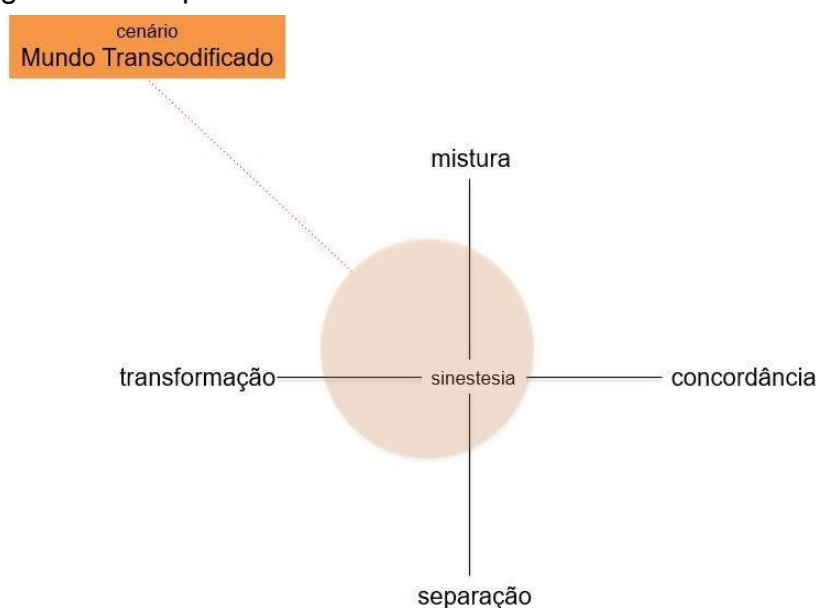
A questão relacional entre Som e Imagem, primordialmente entre outros sentidos também, são princípios do projeto, e permanecem assim como valores organizadores. Outra questão que surge tem a ver com a perturbação das hegemonias que afetam os processos da Moda, de algum modo expressa na própria vontade de ‘incomodar’ o domínio contemporâneo do sentido visual (tudo acaba em produção e consumo de imagens). Esse desafio se expressa em valores como provocação (frente ao hegemônico), mistura (frente às separações) ou *trans.* (frente ao simples). Interpretamos na forma de cultura (como expressão de continuidade), ao

qual opomos o valor contracultura, cujo sentido político é reconhecido e claro (como expressão de inconformidade).

3.2 Montagem da figura de relação

O passo seguinte a essa interpretação projetual das pesquisas é a organização dos valores em forma que permita a ‘localização’ de caminhos de projeto, como ferramenta importante dessa definição. Primeiro, organizamos em forma de ‘polaridades’ (como se fossem conceitos de valor oposto), em seguida construímos ‘campos de oportunidade’ de projeto, a partir da criação de quadrantes. Um valor central foi agregado, que é o principal construtor de sentido do projeto, a sinestesia. Ficou assim:

Figura 15 - Mapa de Polaridades do cenário "Mundo Transcodificado"



Fonte: Elaborado pela autora

Utilizo de quatro polaridades neste mapa. Duas (do eixo vertical) são as polaridades representadas pela Mistura e Separação; atributos essenciais sinestésicos, cujo tema toca os limites entre evidenciar uma hegemonia de sentidos ou a clara separação destes. Como as minhas duas escolhas do eixo horizontal, utilizo os polos de transformação e concordância, ao mesmo tempo que transformação nos remete as experiências trans. previamente abordadas, pode nos destinar a refletir quanto a atos que transformam, revolucionam em contraposição aos que vão de

acordo com a hegemonia social, estáticos acabando por deixar cenários imutáveis, reflexão coesiva a mudança de hábitos em torno da lógica de criação de conteúdo de moda.

3.2.1 Construção de cenário

O cenário que montamos fala de um mundo onde as experiências sinestésicas não só existem (como acontece naturalmente), mas são provocadas, criando sentidos de percepção das coisas e dos acontecimentos. É uma espécie de mundo transcodificado, em que a produção relacionada a um sentido quer interferir no outro. Como imagens produzidas a partir dos sons, por exemplo. Eis o cenário:

O mundo transcodificado

O mundo a um turbilhão por hora: tudo transita, tudo se mistura.

Afinal, o que é a hora se não algo inventado?

O imaginário e o físico acabam por se misturar, sentidos mesclam-se, linguagens se confundem, verdades se desordenam, há uma lógica invertida.

A necessidade de transformação é simultânea e proporcional as informações que, como um vendaval, nos cruzam. Expostos a novos ares e conhecimentos incessantemente nos tornamos a ser novos nós. Bauman afirmava que possuímos percepções que se tornam fluidas: vivemos em estados culturais de transformação, estados de troca, estados de sinestesia.

As tecnologias incentivam esta evolução, proporcionam meios de fusão, ao mesmo tempo gerando um desejo de resgate pelo manual, pelo verdadeiro. Prezamos pelo concreto, pelas sensações reais que fogem a convenções.

Nossa capacidade muda em meio a estas mudanças. Nos tornamos seres transculturais, multidimensionais e buscamos consumir em universos que consigam suportar essa pluralidade toda, de maneira consciente e empática.

Uma transculturalidade que atíça as possibilidades de um mundo plural acendendo uma faísca imaginativa existente em todos a que dispostos a ver. O ser criativo desperto e atento, que não segue, cria!

Atento para uma nova maneira de enxergar o mundo:

Enxergando-o como é desde sempre.

Estranho é estarmos por reparar dele somente agora.

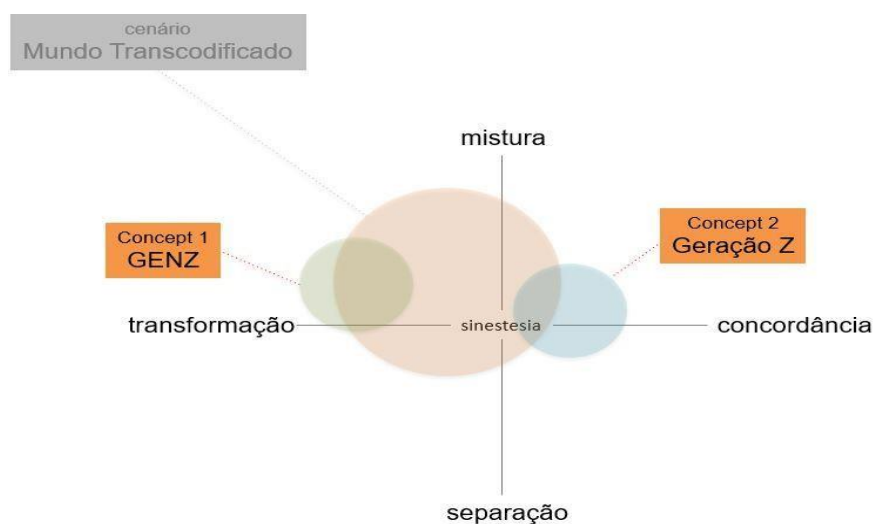
Figura 16 - Moodboard “Mundo transcodificado”



Fonte: elaborada pela autora

3.2.2 Extração de Concepts (marca e sistema produto)

Figura 17 - Mapa de extração de Concepts



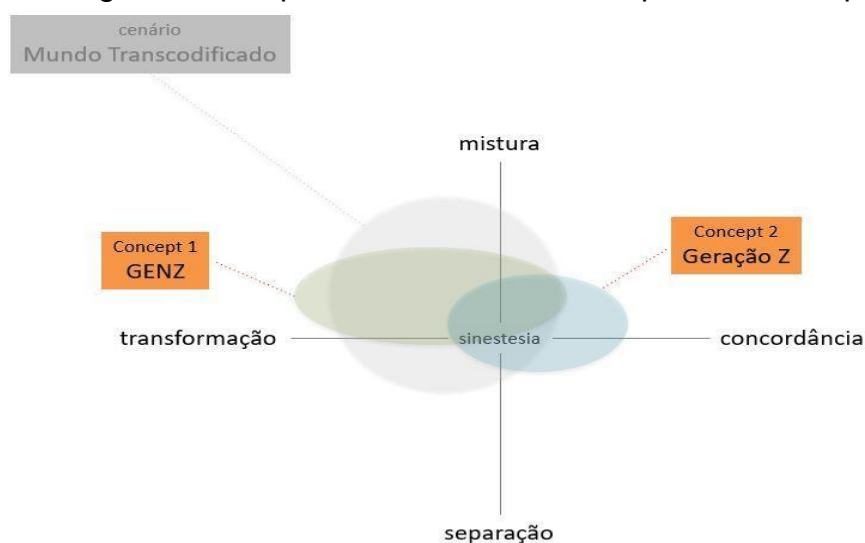
Fonte: Elaborado pela autora.

Em cima do Mapa de Polaridades, crio dois concepts possíveis a serem seguidos com divergentes características por se situarem em quadrantes oposto do mapa. Ambos os concepts se dirigem à chamada ‘geração Z’, alterando as características segundo o grau de desrupção que propõe.

Concept 2, denominado de **Geração Z** é menos transgressor, se enquadra em um público “Trend Follower”, olha para padrões e gera um sistema-produto. Produz cultura, pois ainda assim, está próximo do espectro ‘sinestesia’ que permeia o centro do mapa, mas de maneira hegemônica e conhecida, agradável (mais universal).

O Concept 1, chamado de **GENZ** foca em um público de criativos, consumidores do novo e da diferença, público considerado como “Trend Setter”. Gera um sistema-produto de vanguarda e nicho que produz cultura de maneira disruptiva e transformadora.

Figura 18 - Mapa de união entre “Concept 1” e “Concept 2”



Fonte: Elaborado pela autora.

Ao estudar os dois concepts possíveis da marca, analisamos que ambos se encontram em algumas características centrais, no mapa enxergado como a colisão da área verde e azul. Este cenário abrange a criação de conteúdo tanto quanto mais transgressor quanto mais consolidado, ainda assim com posicionamento de caráter majoritariamente transformador devido a seu posicionamento inclinado a parte esquerda do mapa.

Figura 19 - Mapa de união “Concept GENZ”



Fonte: Elaborado pela autora.

Minha escolha é por um sistema em torno de uma marca que se afirme pela inovação e criatividade (caráter do concept GENZ), podendo gerar produtos que vão do universo disruptivo ao reconhecível (caráter do concept Geração Z). Não perdendo, no entanto, seus aspectos de provocação e invenção, portanto predomina a primeira marca.

Essa escolha se deu devido ao pensamento acerca do aumento do campo de consumidores e tem a ver com a sustentabilidade financeira da marca, mas fundamentalmente possibilita a oferta de produtos (e seus princípios éticos) mais acessíveis.

Nome: GENZ

Sentido: A palavra GENZ vem da contração do termo Geração Z, numa leitura que tem a ver com hábitos de escrita da juventude atual, reconhecíveis, e com comportamentos que, assim como o nome se descontrói, seguem constantemente rompendo com valores predispostos. O nome representa a essência da marca: uma moda ágil, criativa, ética, em mutação constante e desafiadora de paradigmas.

Público alvo: Um público jovem, ligado estilo a partir de moda e música. Como público difusor, jovens da área da criação que possuem consumo críticos e questionam comportamentos, exigentes de constantes novas maneiras de consumo. Eles não seguem tendências, eles as criam, abrem barreiras e estão na linha de frente.

Serviço: oferta por canais web (pelo alcance) e presenciais (pelo encontro). Nos dois casos, buscando formas inovadoras, muito mais em torno de valores de comportamento do que de *formas* comerciais. Nos modos presenciais, sempre em torno de eventos que incluam participação ativa dos consumidores.

Comunicação: A comunicação da marca será minimalista e inovadora, instigando o usuário a estar conectado e querer ser acompanhar e ser associado a marca. As ações de divulgação relâmpago ocorrerão de maneira anônima espontânea em formatos diversos, utilizando de mídias/divulgações atípicas: hologramas, divulgação-performática em interação a algum espaço público, apoderar-se virtualmente de algum espaço, entre outros.

Produto:

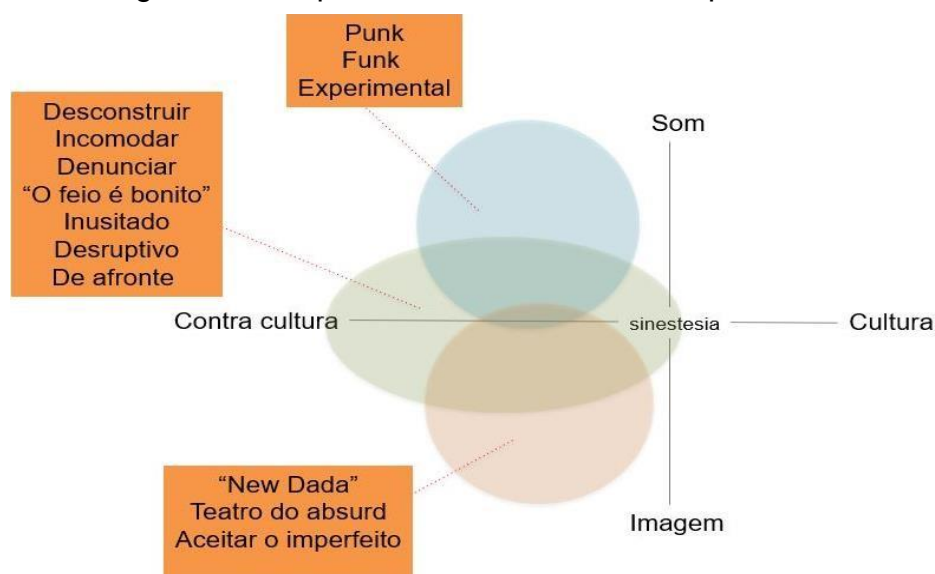
Concepção - A marca irá atuar em 'colab' (colaboração) com outros artistas e grupos de criativos, para gerar coleções diferentes. Vai atuar como uma espécie de curadoria, reflexo de um pensamento coletivo horizontal da geração atual. Um valor a ser buscado é a participação do usuário da marca.

Materialidade - Materiais sustentáveis (do natural ao hitech), com possíveis tecnologias incorporadas, com propostas de usos e técnicas inusitadas. Peças criativas (diferença), com cuidado estético (linguagem) e funcionais (multi-usáveis).

Essência: As roupas serão em 2/3 da coleção com elementos vanguarda e 1/3 básico, visto que possui sua polaridade em um quadrante disruptivo no âmbito sinestésico sonoro visual. Estas terão materiais inusitados, seus formatos, modelagens e texturas serão diretamente montados através de uma transposição sonora para com o visual, utilizando diversos modos (como uma oficina de criação coletiva sinestésica que utiliza de recursos semióticos ou aparelhos métricos para a intensidade de volume sonoro, recursos de luz para simbolizar movimentação e intensidade, poética semiótica em torno da criação da peça, que portando ao fim, irá remeter ao som em sua essência porem em um novo aspecto.

Ainda dentro do mapa geral da marca, elabora-se mais um mapa que adentram posicionamento da marca quanto a coleção por hora, que explora, em primeiro parecer, as correlações diretas entre o som e a imagem posicionados no quadrante de 'transformação' (escolha lógica ao considerar o posicionamento de 2/3 de Conceito geral da marca neste). Foram localizadas as seguintes características:

Figura 20 - Mapa característico do “Concept GENZ”



Fonte: Elaborado pela autora.

Em cima do Concept GENZ elaborei um mapa característico da temática pontual, escolhida a ser um primeiro posicionamento de marca perante seu público consumidor. Em torno de estudos sinestésicos sempre, a marca GENZ opta por, nessa coleção, se adentrar nos sentidos de Som e Imagem - por ter estes como sentidos primordiais - e mais afundo dentro da ideia de produzir transformações escolhi considerar estes como atos contraculturas. Esticando-me cada vez mais ao polo esquerdo do mapa.

Ao cruzar o polo de som com contracultura consigo extrair as referências da música: punk, disruptiva desde sua criação; experimental que, já diz seu nome, baseia-se testes, nem sempre melódicos ou agradáveis melodicamente, possui extrema relevância para que seja possível observar elementos nem sempre trabalhados em composições mais sonoras, afim de concluir algo em meio ao caminho da inovação. Por fim o funk, som transgressor desde suas raízes no movimento negro americano até sua versão brasileira atual, revolucionando a escuta ao dar voz a quem muitas vezes não é escutado.

Ao cruzar o polo de imagem com contracultura consigo extrair as referências da tribo contemporânea “New Dada” ainda em seus estudos recentes, contemplada por membros de estética disruptiva e alinhada ao ideal “imperfeito” que busca a geração Z. Em conjuntura a este, também referencio ao Teatro do absurdo, tendência de dramaturgia que fala a respeito da desolação do homem moderno (pertinente meio

ao uso excessivo das imagens e mídias, que nos coage a investigar por novas soluções como esta) unindo o trágico ao cômico, remetido a sociedade do meme que utiliza também do humor satírico jovial para criticar seu meio sem peso.

Além destas, reuni características ‘universais’ desse concept ao cruzar som e imagem com contracultura (primordialmente), as resultantes são as seguintes: desconstruir, incomodar, denunciar, “o feio é bonito”, inusitado, disruptivo, de afronte.

Figura 21 - Moodboard coleção GENZ



Fonte: Elaborado pela autora (2019)

4 PROJETO

Quem projeta possui o desejo, a intenção de conceber algo para o futuro, o projeto se torna como uma espécie de plano. De acordo com Dijon de Moraes, PhD em Design estratégico, o metaprojeto nada mais é do que um modelo projetual a ser considerado para o projeto em si. Acaba sendo um espaço de reflexão disciplinar e de elaboração dos conteúdos da cultura do projeto. “Nesse sentido, o metaprojeto enquanto metodologia da complexidade pode ser considerado o projeto do projeto, ou melhor, o design do design” (Moraes, Dijon. 2010).

Como podemos observar com a afirmativa de Dijon de Moraes, o projeto baseia-se no metaprojeto. E com base neste, se do início ao processo de elaboração e execução do planejamento como um todo.

4.1 Revisão de Concepts

Nessa revisão mantive os Concepts projetados no Metaprojeto. O Concept escolhido a ser abordado em âmbito projetual diz respeito ao mundo transcodificado. Neste cenário encontramos uma juventude criativa que enfrenta uma série de dicotomias em seu dia a dia. Em um lado há o impulso quase que natural ao futuro tecnológico e por outro a urgência por uma retomada do manual. Convivemos em um mundo que é tanto físico quanto imaginário ao mesmo tempo. O mundo real e o virtual são os mesmos, nossas mentes influenciam em nossas percepções táteis assim como na ordem reversa.

Estas dicotomias contemporâneas são resultantes de um mundo transcultural e hiper conectado. As barreiras que existiam entre as pessoas prezavam pelo individualismo e foram criadas para que houvesse algum tipo de classificação e padrão entre todos. Hoje em dia estas barreiras se veem desnecessárias, se dissolvem, para não dizer que, mesmo que tentassem se sustentar, não conseguiriam mais. Já passou o tempo onde se houve um desejo de que estas barreiras fossem mantidas, seria impossível conter o que continham.

A necessidade máxima agora clama pela construção coletiva e pela desordem. Pela mistura e pelo diferente. Diferente de tudo que já se viu, mas ao mesmo tempo familiar; como uma receita nova de bolo em que você conhece todos os ingredientes, mas quando colocados juntos resultam em algo completamente novo e surpreendente. A mudança não é fácil porque vem acompanhada de incertezas. Elas que perturbam a harmonia de um ambiente para que enfim, se torne harmônico novamente, mas de maneira moderna. Assim se dão os ciclos, como o movimento de uma onda. Uma onda que chega ao seu pico de altura somente para cair estrondosamente no mar e se acalmar novamente, sendo como sempre foi, mas ainda assim outro.

Tem-se por um lado a necessidade de manter a ordem e por outro a curiosidade para compreender o que se esconde atrás do desconhecido: a desordem nunca foi tão sedutora. A necessidade de construir uma nova maneira de se enxergar o mundo e tão real e palpável que já está agindo, de maneira sorrateira. O mundo mudou e esse novo mundo é revolucionário, o mundo é miscigenado, misturado e completamente sinestésico.

4.2 Criação de uma forma operacional: Oficina Sinestésica

O projeto tem em seu cerne o desejo de explorar as possíveis formas de transformação de som em moda (uma transformação sinestésica). Dentre as descobertas feitas ao longo dessa pesquisa pode-se notar que não existe uma maneira correta de se fazer validar esse tipo de transformação, mas sim várias.

A metáfora sinestésica diz respeito a sinestesia como em um grau psicológico; levando em consideração as descrições metafóricas que fazemos ao designar determinadas características de um sentido a outro (sinestésicas) revelando muito também a respeito da vivência e personalidade do indivíduo que realiza a metáfora. Michael Haverkramp ressalta que se deve observar como percebemos as informações ao nosso redor e separar as associações físicas das percepções sensíveis. Brian Eno falava abertamente a respeito de utilizar truques mentais a fim de gerar diferentes sensações com suas produções sonoras. Giogi Litegy ressalta a importância de considerar a interpretação do telespectador na hora de criar obras sinestésicas, assim como o Movimento Artístico Sincronista.

O Movimento Sincronista utiliza de uma série de regras que correlaciona cores e seus equivalentes, levando em consideração seu impacto ótico-psicológico na luminosidade, saturação, tom de coloração e contraste. Wassily Kandinsky também se baseava na teoria das cores e desenvolveu um exercício próprio para transformação de fotos em formas. O exercício se chamava ponto-linha-plano e consistia na reformulação de fotos em eixos de corpo e linhas que sugerem movimento e tensões energéticas, assim representando um movimento dinâmico em formas primárias estáticas.

Com base nestes estudos elaborei uma nova forma operacional de criar sinestesicamente, elaborei a Oficina Sinestésica. A Oficina preza pela criação de maneira colaborativa e instiga o pensar de maneira sinestésica. Ela se baseia em uma série de perguntas que induzem o participante a escutar um som fazendo uma análise que traduza o som para diferentes características do mesmo em outros campos do seu sentido perceptivo (que não o sonoro) sendo elas tanto imagéticas quanto táteis.

A oficina propõe aguçar nossa atenção as influências “imperceptíveis” captadas pelos nossos sentidos. Ao atribuir características perceptivas de textura, coloração, formato, vocábulo, sentimento e movimento a este som passamos a compreender os outros significados que o som já acabava por atribuir -mesmo que sem querer- em

nossa percepção psicológica dele. O instrumento da oficina acaba revelando muito a respeito do sujeito que a realiza; as preferências e correlações que cada pessoa fornece dizem muito sobre sua maneira de pensar e, portanto, da sua história individual. Mas, ao mesmo tempo, como já dizia Lindgreen “a percepção é um fenômeno cultural compartilhado”.

Por isso a oficina é feita de maneira colaborativa, para que consiga abranger e valorizar a perspectiva de pessoas com diferentes vivências sobre o mesmo estímulo sonoro, obtendo maior abrangência e veracidade nos seus resultados. Os resultados da Oficina falam tanto a respeito da vivência pessoal de quem a fez quanto do contexto onde estão inseridas e das nossas crenças sociais de maneira geral. Pretendo usar a gama de características dadas nas respostas de cada participante como subsídio para análise de suas semelhanças e divergências e para então, a partir da extração destes valores, realizar o processo de construção de uma coleção de moda.

4.3 A oficina e seu andamento

A oficina em si se consiste em 4 áudios diferentes de 30 segundos acompanhados de série de 8 perguntas iguais para cada áudio. Para responder a cada pergunta é necessário que o participante escute o áudio novamente, proporcionando um momento de análise individual para cada áudio em 8 âmbitos diferentes. A oficina foi realizada em um grupo de 15 pessoas conhecidas, escolhidas criteriosamente a fim de que a atividade se realizasse de maneira plural.

Inicialmente a oficina havia sido idealizada para que fosse feita de maneira presencial, porém em função do cenário atual em que vivemos acabamos priorizando pelo distanciamento e a oficina foi adaptada para ser feita inteiramente online. A oficina foi enviada para cada participante em um documento editável que continha as perguntas e link de acesso para os 4 áudios.

O caráter diverso da oficina se dá em relação gênero e idade; assim como nas respectivas áreas de interesse acadêmico e atuação profissional e diferentes realidades de vida. Segue abaixo a lista de pessoas selecionadas para participar da Oficina e critério de seleção ao lado:

Vitor Marx – Músico;

Paola Brasil – Estudante de direito;

Nínive Bianchi – Atua no setor de vendas;
Julia Trindade – Designer / Mora no exterior;
Jean Alves – Sinesteta de nascença;
Henrique Ventura – Atua na área de finanças;
Manuel Surreaux – Atua na área do cinema;
Paola Pasquale – Escritora;
Phillipe Martini – Fotografo;
Alice Michalski – Artista;
Francesca McClure – Professora de línguas e estrangeira morando no Brasil;
Frances Rocha – Dançarina;
Felipe Bonaccina – Professor de história;
Daniel Gonçalves – Atua na área de relações públicas;
Carolina Pinto – Estudante de Jornalismo;

O grupo de 15 pessoas descritas acima inclui 7 homens e 8 mulheres de idades que abrangem desde os 20 aos 50 anos, englobando as classes A, B e C; atuantes tanto em áreas criativas quanto em áreas mais analíticas. Além destes critérios acima, temos 3 destes participantes que foram escolhidos por fatores diferentes e igualmente importantes para que fosse feita depois uma análise mais completa.

A participante Francesca McClure tem o inglês como língua nativa, possibilitando uma maior abrangência de associações advindas da língua inglesa. O integrante Jean Alves, que nasceu com a condição sinesteta de som-cor, proporcionando uma análise comparativa de suas respostas com as do restante do grupo. E por terceiro, a participante Julia Trindade que é brasileira e está há anos morando no exterior, em Portugal, possibilitando que tenha, hoje em dia, uma visão cultural diferente do restante dos participantes, porventura levando-a a ter diferentes associações do restante do grupo.

Os questionamentos elaborados para o grupo de 15 pessoas foram os seguintes:

- 1- Nomeie um sentimento que sentiu escutando esse som.
- 2- Se esse som fosse uma cor ou cores, como estas seriam e por quê?
- 3- Se esse som fosse um formato ou conjunto de formatos como eles seriam?

- 4- Se esse som fosse uma palavra qual palavra seria?
- 5- Se esse som fosse uma palavra que não existe no dicionário qual seria ela? (válidas misturas de palavras já existentes, para facilitar, de três adjetivos para esse sim e junte-os!)
- 6- Se esse som fosse uma textura como ela seria? (áspero, rugoso, liso, “melequento”, sedoso, poroso, seco, úmido...)
- 7- Que imagem esse som te faz reproduzir? (escutar áudio de olhos fechados e soltar o lápis de acordo com o som ir mexendo e reproduzindo um desenho, o que vier a cabeça mesmo! Não tem regras, pode ser em um pedacinho de papel ou guardanapo que tiver por perto! Após, fotografar enviar para mim via WhatsApp)
- 8- Se esse som fosse um movimento esse movimento seria como? (Escute novamente o áudio, mas desta vez ao mesmo tempo grave um vídeo de uma sequência de movimentos que para você seja uma tradução do som. Se sentir que deve utilizar o corpo inteiro, ótimo! Se preferir usar somente as mãos, pés, cabeça etc. também pode! Tudo está válido e aberto a sua interpretação. Após enviar para mim via WhatsApp)

As 8 perguntas acima forçam a construção de um processamento sinestésico dos sons escutados, aguçando os ouvidos a analisarem para além da absorção mundana do som. Estas perguntas treinam o processo de análise do som através do aspecto tátil, visual, léxico e cognitivo.

Pelo ponto de vista tátil ao questionar o que remetem relativos à textura e movimento; na perspectiva visual, ao questionar o que remetem relativos a cor, forma, imagem e também, novamente, movimento; na ótica léxico e cognitiva ao questionar o que remetem relativas a vocábulo real ou fictício. Acima de tudo, de maneira geral, estes questionamentos todos instigam a investigação psicológica por trás do nosso imaginário.

Os 4 áudios determinados para serem utilizados na oficina foram escolhidos em função de remeterem a 4 sentimentos muito divergentes e, portanto, servirem como uma base mais diversa de características em polaridades opostas. O que nos permite tatear em um universo mais complexo de conexões, além de possivelmente agregar aos resultados da pesquisa traços de dinamicidade, que conversam com os conceitos

de transformação e agilidade fundamentais da marca Genz. Denominei-os (para minha organização pessoal e com base em como os percebia) como:

Áudio 1¹⁶ – Som Ambiente;

Áudio 2¹⁷ – Caos;

Áudio 3¹⁸ – Felicidade;

Áudio 4¹⁹ – Tristeza;

O áudio 1 se constitui em um trecho de 30s extraídos da música “New Space Music” do compositor Brian Eno. Brian é conhecido por criar músicas do gênero ambiente, essa em específico foi criado pelo artista com o intuito de replicar o sentimento dos primeiros astronautas na Lua. Em entrevistas Brian explica que tenta replicar o que seria uma espécie de sensação de flutuar e insere alguns sons a remeter um estilo de música Country. O Country era um estilo comumente escutado no interior dos estados Unidos, local de origem dos astronautas enviados nessa missão. Cada um era permitido levar um disco consigo para a nave, de modo que muito provavelmente, se o espaço de fato tivesse som, se assemelharia aos sons inseridos por Eno em sua composição.

O áudio 2 é composto por um trecho de 30s extraído da música “Despirocar” da banda Apanhador Só, possuindo intervenção de pequenos fragmentos de falas aleatórias retiradas de áudios gravados em manifestações de 2013 em Porto Alegre acerca do aumento das passagens de ônibus. Estas pequenas inserções de áudio contêm falas soltas dos manifestantes durante os protestos, captando também o ambiente de protesto ao redor do falante.

O áudio 3 é feito pelo trecho inicial dos primeiros 20s da música “Some Sunsick Day” do músico Morgan Delt. O trecho foi colocado em loop até completar os 30s padrões dos outros áudios. Este trecho é composto por uma sequência aguda e estridente de notas de teclado, embaladas por um violão melódico, estes se repetem.

¹⁶ Áudio 1 elaborado pela autora disponível no Apêndice B – Áudios.

¹⁷ Áudio 2 elaborado pela autora disponível no Apêndice B – Áudios.

¹⁸ Áudio 3 elaborado pela autora disponível no Apêndice B – Áudios.

¹⁹ Áudio 4 elaborado pela autora disponível no Apêndice B – Áudios.

O áudio 4 é feito por um trecho de 30s da sonata de piano número 14 em C# menor do Beethoven. Esse trecho da melodia é composto por notas de piano que descem de um tom médio para mais grave, quase que de maneira melancólica, a meu ver.

O detalhamento criterioso dos diversos âmbitos da oficina prevê informações ricas e diversas para servirem de base projetual completa para a elaboração projetual da primeira coleção da marca Genz. A oficina se constrói com base nos três âmbitos explicados previamente: sons, perguntas e grupo focal; e por fim em um quarto momento extremamente importante, a análise das respostas de cada participante.

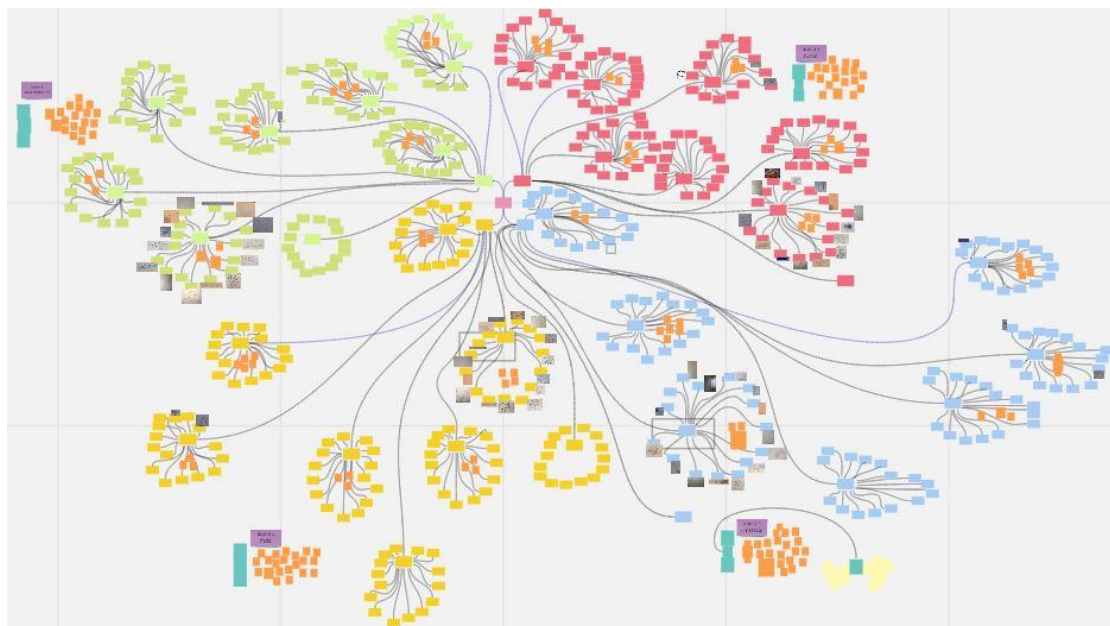
4.4 A Oficina e seus resultados

Após a coleta da oficina de cada integrante, as respostas de todos os 15 participantes foram transcritas e organizadas em uma plataforma para visualização online chamada Miro, a estrutura que se formou de todas as respostas dos 4 áudios que chamo de Flor²⁰, devido a sua semelhança em estrutura e formato, onde as respostas se ramificam em 4 pétalas diferentes distintas por cor.

A primeira pétala, indicada pela cor verde, é a ramificação do áudio 1 (Som Ambiente). A segunda pétala é corresponde pela cor rosa *pink* e representa a ramificação de respostas dadas ao áudio 2 (Som Caótico). Temos a terceira pétala, evidenciada pela coloração rosa amarela, com as respostas correspondentes ao áudio 3 (Som Feliz). Por fim, temos a quarta pétala, com suas respostas traduzidas na coloração azul sendo correspondentes ao áudio 4 (Som triste).

²⁰ Mapa de respostas da oficina que formam a figura da 'Flor', elaborada pela autora, disponível no Apêndice C – Respostas da oficina.

Figura 22 – Mapa com respostas da oficina sinestésica (flor)



Fonte: Elaborado pela autora (2020)

Ao analisar as percepções obtidas ao áudio da Pétala verde (Áudio 1 – som ambiente) notei uma série de entendimentos comuns. Relativo a sentimento os participantes por frequência utilizaram palavras que remetiam ao sentimento leve, calmo e de nostalgia (com exceção do participante Jean, que possui condição sinesteta desde nascença, ele relacionou com o sentimento de Agonia). Já as cores que foram trazidas em pauta pela grande maioria dos participantes foram cores que remetem a raios de sol, por do sol, amarelo claro e azul claro.

No quesito do formato os participantes revelaram que o áudio remete a formas abstratas, “flares” de luz e formatos circulares, ondulares (exceto o participante Jean, que relacionou com formato de retas que se encontram, como uma espécie de grade). As palavras existentes levantadas pelos participantes giravam em torno de férias, calor, transe e desmaio. As texturas que acabaram se repetindo de maneira geral foram fluidas, macias e que se assemelham a uma textura arenosa.

As imagens criadas a partir do áudio 1 em geral contêm linhas soltas, fluidas e ondulares e dois desenhos com objetos remetentes ao imaginário “Western”, com cenário de cavalos e chapéu de cowboy. Tendo como única representação visual que foge desse padrão, do participante Jean que que desenhou diversas formas pontiagudas.

Com base nestes novos entendimentos, montei um mapa de valores que agrupasse estes, a fim de representar suas características de maneira visual mais clara. E por fim sintetizei estas características em 3 que resumissem este grupo de atributos: leve, gostoso e quente (sinalizadas em azul).

Figura 23 – Mapa da pétala verde



Mapa da pétala verde com junção de características extraídas da oficina.

Fonte: Elaborado pela autora (2020)

Fazendo a análise das percepções obtidas ao áudio da Pétala rosa pink (Áudio 2 – som caótico) percebi, de maneira geral, respostas pertencentes aos sentimentos de caos, ansiedade, pressa e tensão; sensações que remetem a um certo desconforto. As cores notadas pelo grupo foram o vermelho em suas diversas gradações, tonalidades mais escuras acinzentadas e como se fosse um piscar de luzes alucinante (novamente permeando o universo do incomodo).

Os formatos que mais se repetiram pelo grupo foram angulosos e disruptivos, repletos de linhas, triângulos e zigue-zagues. Na análise das palavras reparadas pelos participantes houve uma repetição nas que aludiam descontrolado, multidão e confusão.

As texturas relativas a esse áudio são ásperas, com textura de cimento e de maneira geral incomodas. Tendo aparecido exemplos como “textura de cactos” e parede trincada. As imagens retratadas pelos participantes faziam alusão a agressividade, confusão, assim como linhas rígidas e objetos sólidos, concretos. Com

base nestes atributos, montei um mapa com estes valores agrupados, evidenciando em azul os traços: caótico, estruturado e ágil (dinâmico) que se sobressaem as outras.

Figura 24 – Mapa da pétala rosa *pink*



Mapa da pétala rosa pink com junção de características extraídas da oficina.

Fonte: Elaborado pela autora (2020)

Fazendo a análise das percepções obtidas ao áudio da Pétala amarela (Áudio 3 – som feliz) observei que em geral os participantes tiveram consenso em percebê-lo com o sentimento de felicidade, euforia e em algumas percepções até artificial. Por conhecer as pessoas que participaram, noto que as que tiveram essa sensação de artificialidade são bem ativas politicamente e críticas.

As cores extraídas deste som foram cores que lembrassem tonalidades mais infantis, o amarelo, rosa e azul foram citados assim como o metálico prateado e neon. Estas cores condizem claramente com a sensação feliz e artificial já analisada.

Os formatos elaborados se resumem em formatos mais circulares, como o de fractais de luz ou de um caleidoscópio. Foram citados assim como estes, formatos de ícones infantis, balões, bolas, sol... Todos esféricos.

As palavras citadas que remetem ao áudio de maneira geral se resumem a plenitude, felicidade utópica e descoberta. As texturas extraídas são de grão

açucarado, “soft” (macio) e do inglês “bouncy” que se traduz para saltitante, mas em uma textura de caráter mais “melequento” (todas pertinentes ao universo infantil).

As imagens criadas pelos participantes para o áudio 2 se resumem a linhas retas curtas e “estridentes” misturadas com linhas emaranhadas ondulares leves e flutuantes. Ícones do universo infantil permeiam as imagens criadas como balões e rostos felizes. A partir destes novos traços gerados, agrupei-os em um mapa de valores, ressaltando em azul as características predominantes:

Figura 25 – Mapa da pétala amarela



Mapa da pétala amarela com junção de características extraídas da oficina.

Fonte: Elaborado pela autora (2020)

Por fim, fazendo análise dos sentidos obtidos nas respostas da Pétala azul (áudio 4 – som triste) os integrantes entenderam, de maneira geral, o sentimento deste som como de tristeza, sensação de “finalização”. Maior parte das sensações acabavam na verdade, por revelar, o que no subconsciente da pessoa simbolizaria tristeza, possuindo respostas como dor, dúvida, abandono, solidão. Tivemos uma exceção, a integrante Paola Pasquale, que percebeu o oposto, notou a sensação de felicidade.

Relativo as cores, os participantes se identificaram nas cores frias, relaxantes e pacíficas como o cinza, azul marinho e roxo, também tonalidades que remetam o mar ou floresta e sua sensação relaxante de pacificidade. Os formatos propostos

permeiam em duas características opostas: formas tranquilas (como nuvens confortáveis) e formas ameaçadoras (como linhas com pontos estridentes).

Entre as palavras citadas estavam palavras que permeiam os universos da beleza e da morte, opostos que podem andar juntos dependendo do ponto de vista. No âmbito da beleza e morte palavras que incitam o prazer, profundidade e intensidade também foram citadas. As texturas trazidas foram várias, remetendo elementos dentro do meio elegantes e confortável: veludo, mármore, morno, seco ou líquidos macios...

As imagens elaboradas a partir das conexões dos participantes ao escutar o áudio 4 acabaram atendendo de modo geral uma linha mais minimalista, trazendo também inúmeras linhas solitárias com direcionamento ondular e imagens que mostravam um complexo confuso, emaranhado. Com base em todas essas novas características extraídas pelos participantes da oficina, elaborei um mapa de valores, ressaltando em azul os atributos que mais tiveram destaque, sendo eles: dualidade, tristeza e morte e o triste reconfortante.



Mapa da pétala azul com junção de características extraídas da oficina.

Fonte: Elaborado pela autora (2020)

Observei que dentre todas as características e conexões levantadas, o conceito em comum que unia estes era a dualidade. O áudio 4, que para mim simbolizava tristeza, para alguns significava o mesmo, mas para outros significava algo completamente oposto, portanto, a fim de compreender de maneira mais completa

estes polos, reorganizei estas características em um novo mapa, composto por dois polos opostos: beleza e morte. Assim agrupei cada polo com as características citadas a seu respeito.

Figura 27 – Mapa de polaridades “beleza e morte”



Fonte: Elaborado pela autora (2020)

Convidei o participante Jean Alves para participar da Oficina, dentre outros motivos, por possuir a condição de sinestesia desde que nasceu, possibilitando com que Jean enxergue cores e sinta determinados sentimentos ao escutar certos sons. Jean recebe as informações do mundo de maneira diferente do que pessoas que não tem a condição sinesteta, considerando que cada sinestesia possui os seus padrões característicos de atuação, podemos assim dizer que Jean absorve o mundo através de um “filtro próprio”.

Ao comparar as respostas do integrante com condição sinesteta com as dos demais integrantes, notei uma divergência drástica em relação as características atribuídas. Suponho que as divergências nas respostas do Jean sejam influenciadas por sua condição sinesteta e as conexões que estas interferem com seu subconsciente. Observando as respostas dos outros integrantes, consegue-se perceber um certo “pré-conceito” se manifestando diversas vezes; estes consensos relacionam um sentido a outro, sem nenhum motivo aparente, evidenciando a construção de um imaginário social.

Pegando como exemplo a análise relativa ao sentimento de tristeza, na sua grande maioria foi relacionada diretamente a coloração azul. Esta, entre outras “coincidências” faz parte de uma das crenças do nosso inconsciente coletivo: de que

o azul é uma cor triste. Evidente também, pela expressão inglesa “I’m feeling blue” (em português “estou me sentindo azul”) que significa, estou me sentindo triste.

Muitas vezes nosso cérebro sucumbe a conexões do imaginário coletivo, porém identifiquei também percepções diretamente conectados com vivências pessoais e história de cada um dos participantes. Essas vivências particulares revelam dualidades na percepção de alguns assuntos, como observado ao analisar áudio 4 (som de tristeza). Alguns integrantes percebiam a tristeza com receio, enquanto outros percebiam ela como reconfortante e até bela.

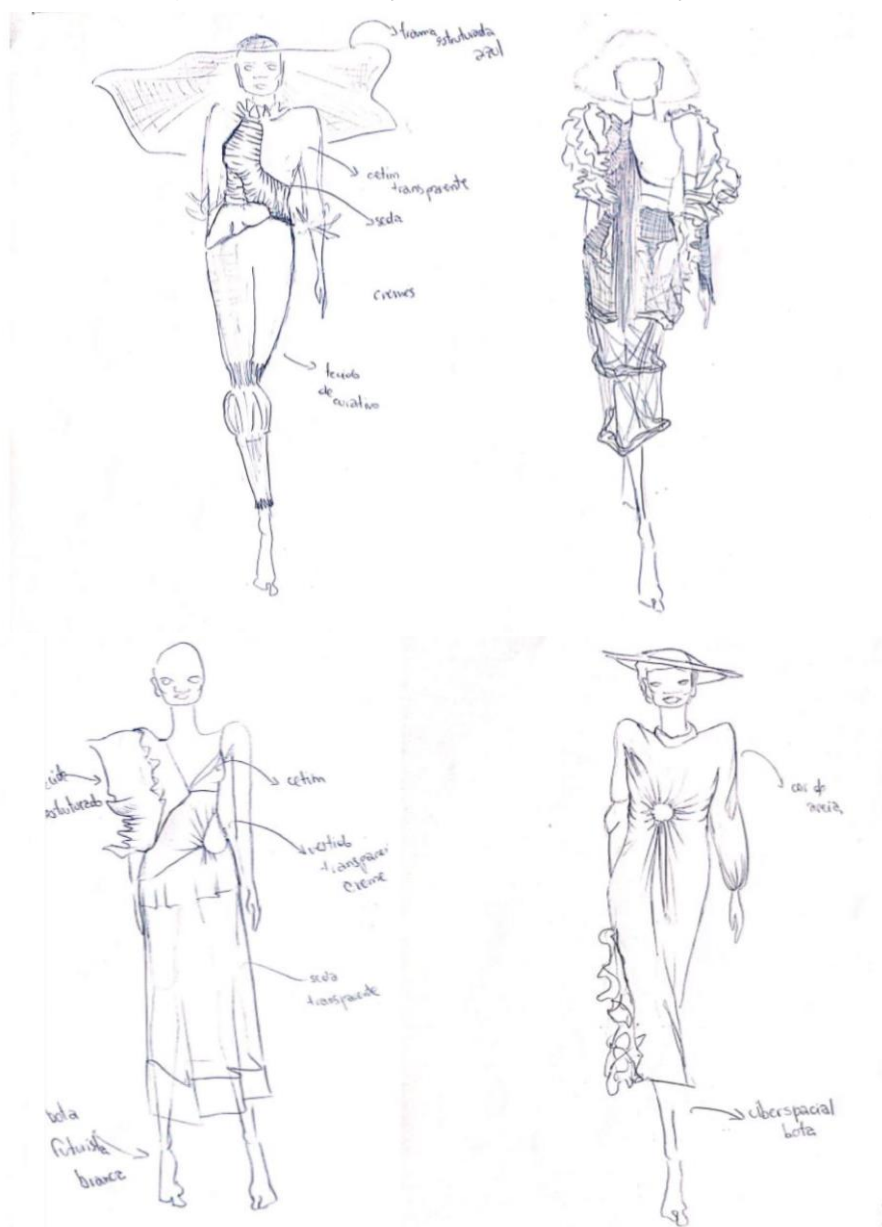
Ao mesmo tempo que, possuímos como humanidade, uma série de crenças, mitos e valores culturais extremamente difundidos. Nos deixamos levar por essas conexões, que por muitas vezes são significados construídos por outros, aceitamos eles como parte de uma verdade maior, coletiva já construída.

4.5 Projeto de coleção

A partir da análise de resultados obtidos na oficina, início o processo projetual de uma coleção de moda cruzando as novas características retiradas da oficina com valores fundamentais da marca. Utilizo como base para criação dos primeiros 16 esboços dos croquis, os mapas de características das pétalas, reservando 4 croquis para cada pétala. Desta maneira trabalhando quase que em 4 coleções diferentes, 4 estações distintas. Cada uma com as suas peculiaridades, mas unidas em suas sazonalidades formam um ciclo natural, o espírito do tempo. O zeitgeist que liga temporalidades diferentes em um momento único. Unidos pela atualidade: real, contemporânea. Ela preza pela construção coletiva, pela diferença e pela mistura, ela é todas que já foi, mas nova ao mesmo tempo e completamente surpreendente.

Chamo esta coleção de 4 estações. No processo criativo, inicialmente, trabalho nela uma estação por vez, transpondo suas características individuais. Para a primeira estação, utilizo a pétala verde, do áudio 1 (som ambiente). As características extraídas foram leves, gostosas e quentes com curvas suaves e constantes, arenosos e abstratos. Em cima destas características elaborei os 4 croquis abaixo que são esboços de peças que usam de tecidos com caimentos leves, de design fluído e que formam formatos mais abstratos. As cores se idealizam na paleta mais arenosa, com tons de branco off-White, nude e marrom claro.

Figura 28 – Esboços da primeira estação

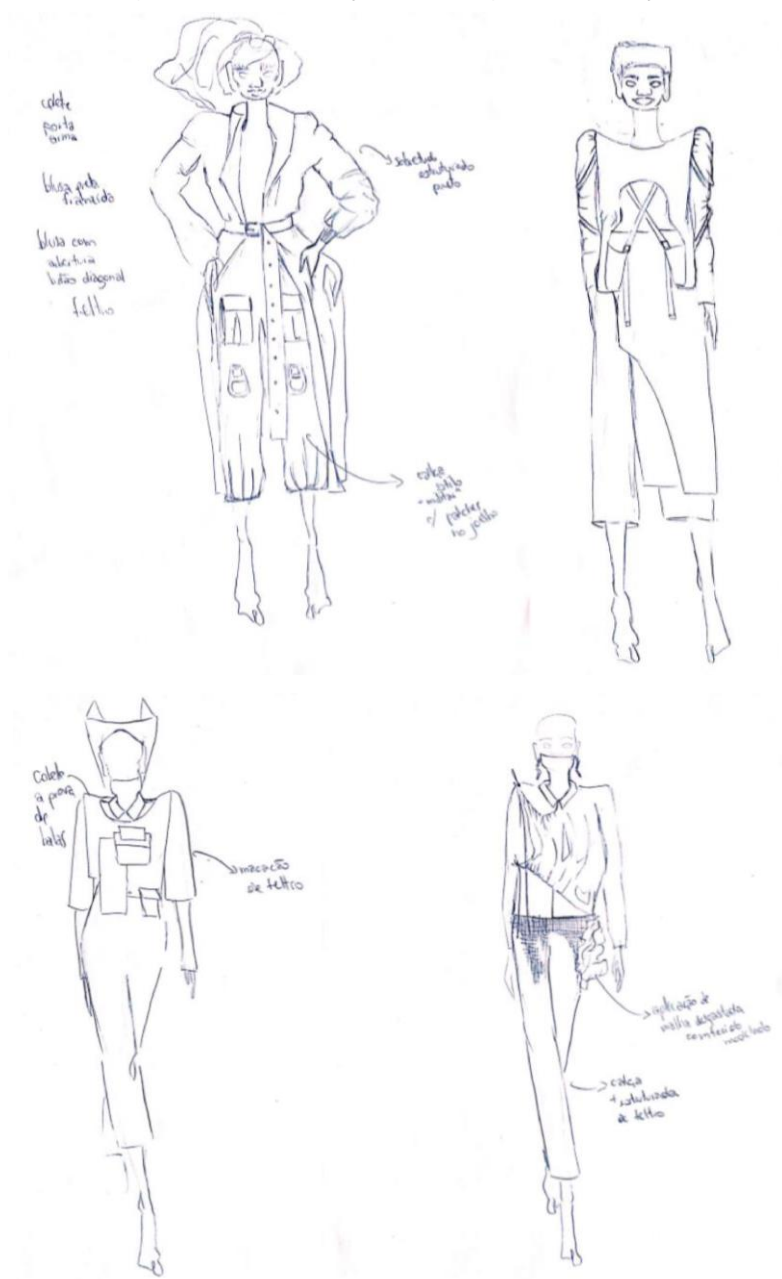


Esboço dos quatro croquis feitos em referência ao áudio 1 - som ambiente.

Fonte: Elaborado pela autora (2020)

Para a segunda estação, utilizo a pétala rosa Pink, do áudio 2 (som caótico). As características extraídas foram de teor caótico, estruturado, ágil e dinâmico com textura áspera e similar à de cimento. Em cima destas características elaborei os 4 croquis abaixo, que são esboços de peças que possibilitam em sua ergonomia e modelagem que a pessoa tenha maior agilidade para locomoção, possuindo itens auxiliares para o embate, bolsos grandes, itens remetentes a camisa de força. Optando por tecidos mais estruturados, como o feltro e a sarja, nas tonalidades acinzentadas.

Figura 29 – Esboços da segunda estação

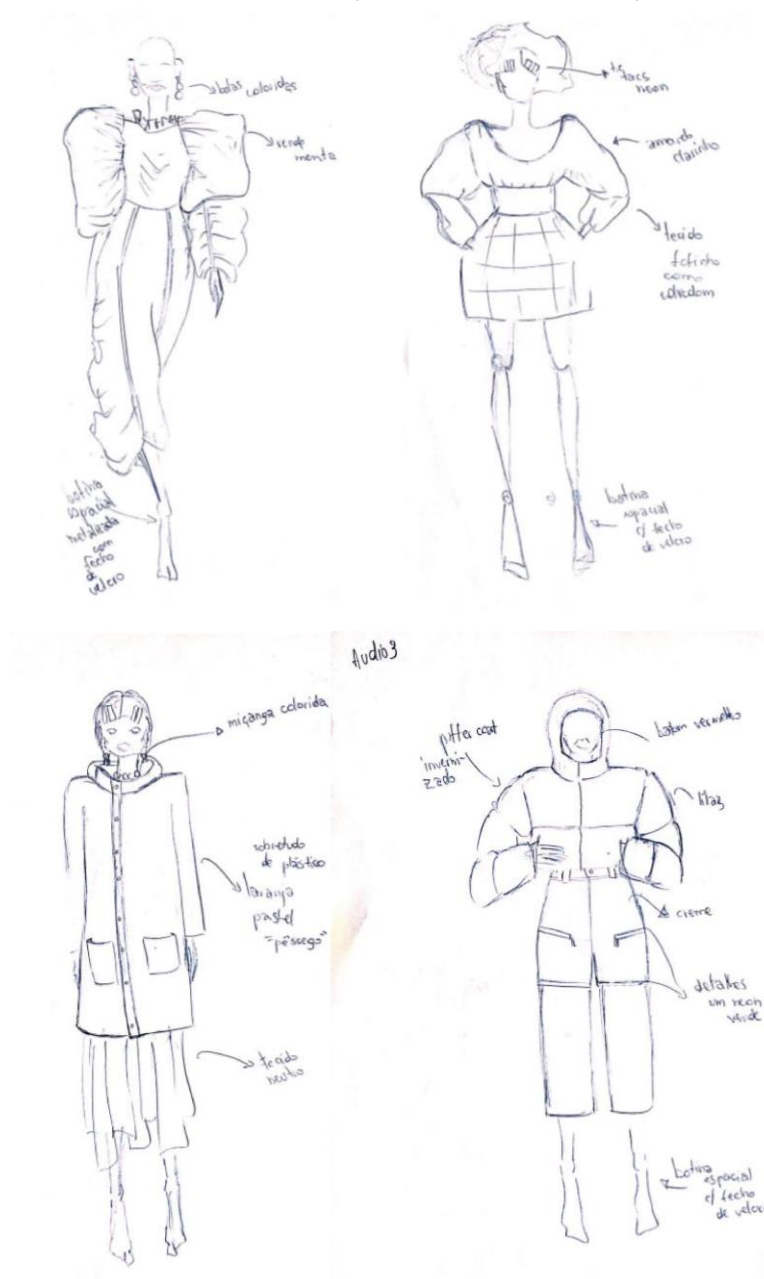


Esboço dos quatro croquis feitos em referência ao áudio 2 – som caótico.

Fonte: Elaborado pela autora (2020)

Para a terceira estação, utilizo a pétala amarela, do áudio 3 (som feliz). As características extraídas foram infantil, feliz e artificial assim como tonalidades pasteis de amarelo, rosa, azul e texturas fofinhas. Em cima destes traços elaborei os 4 croquis abaixo, que são esboços de peças que remetem a elementos infantis, como mangas bufantes de princesa, calças que tem zíper para se transformarem em calção, capas de chuva coloridas e texturas mais aconchegantes e almofadados, com algumas modelagens exageradas, não naturais e utilizando de tonalidades pasteis coloridas.

Figura 30 – Esboços da terceira estação



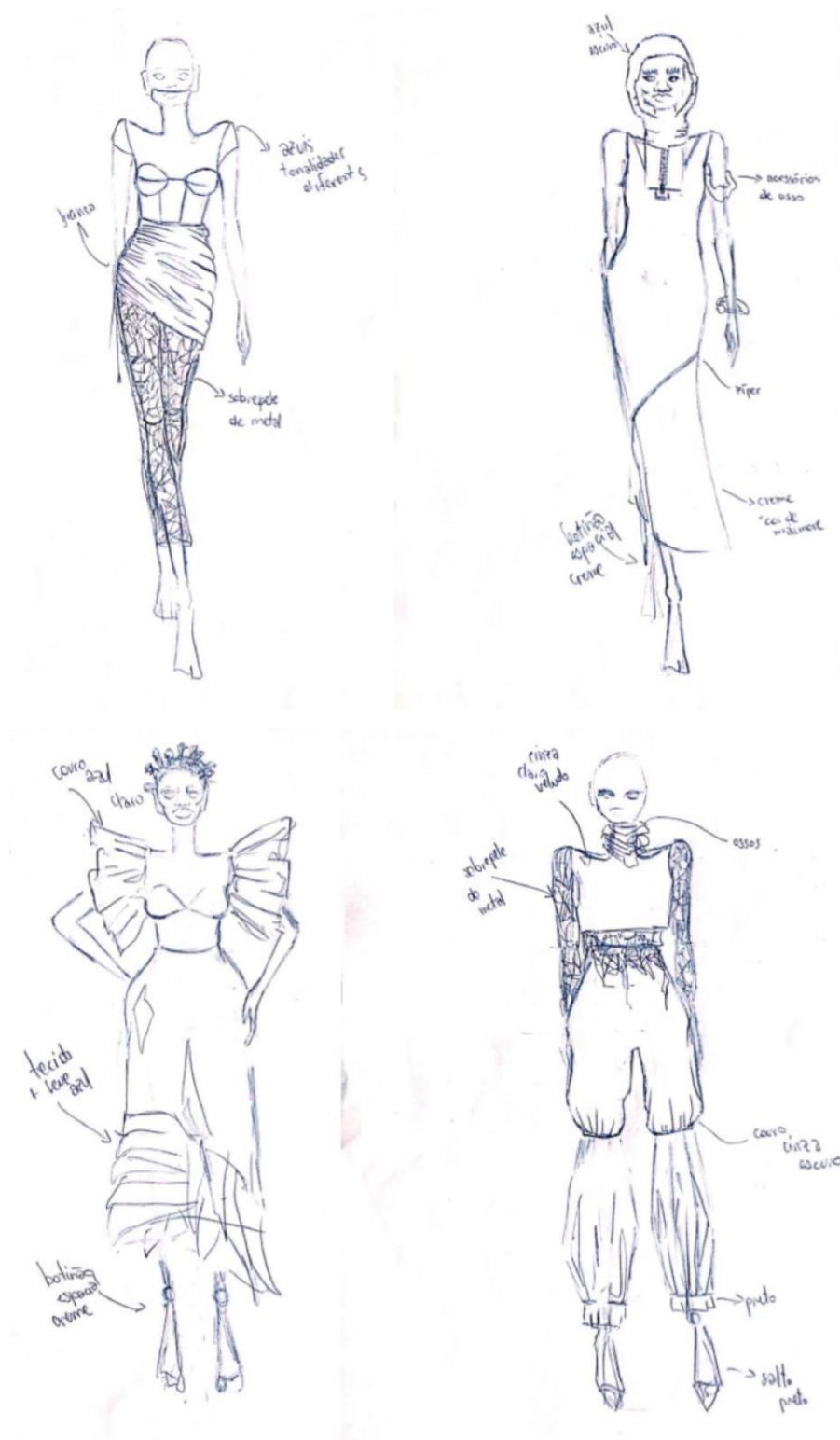
Esboço dos quatro croquis feitos em referência ao áudio 3 – som feliz.

Fonte: Elaborado pela autora (2020)

Para a quarta estação, utilizo a pétala azul, do áudio 4 (som triste). Os atributos extraídos foram beleza e morte, dualidade e uma tristeza reconfortante que X. Em cima destes traços elaborei os 4 croquis abaixo, que são esboços de peças que contrastem peso e leveza, tanto na escolha de seus materiais como cortes. Alternando entre peças, como um vestido feminino e delicado que se pesa ao ser feito com tecido de couro e modelagem exagerada. Uma saia ou calça bufante, ambas leves e joviais, que ao serem acompanhadas de uma peça metálica, acabam por formar looks de

composição pesada, exagerada e antagônica. Além de um capuz que remete ao usado pela figura mais tradicional da “morte” e usando de tonalidades azuis, escuras e neutras mais claras.

Figura 31 – Esboços da quarta estação



Esboço dos quatro croquis feitos em referência ao áudio 4 – som triste.

Fonte: Elaborado pela autora (2020)

Finalizando o processo de criação individual dos croquis de cada uma das 4 estações, juntei-os em um mapa de polaridades para a melhor compreensão de como estavam pré-dispostas as características da coleção como um todo. As polaridades foram feitas levando em consideração os valores de identificação iniciais dados aos áudios: ambiente e caos como polaridades opostas e felicidade e tristeza como outros opostos.

Após a criação deste mapa, acabei por alterá-lo, não em seu significado, mas optando pela troca de algumas destas palavras, para serem mais abrangentes e neutras, sem que se transformassem seus significados intrínsecos. Esta mudança se deu a fim de contemplar um posicionamento mercadológico da coleção Genz, de que 2/3 de sua coleção se encontraria com peças disruptivas, transformadoras e 1/3 das peças mais básicas, a fim de aumentar seu público de vendas. A palavra “Ambiente” remodelou-se para “Harmonia”, “Caos” transmuta-se para “Perturbação”, “Tristeza” se representa por “Melancolia” e Felicidade permanece representada por ela mesma.

Figura 32 – Mapa de polaridades

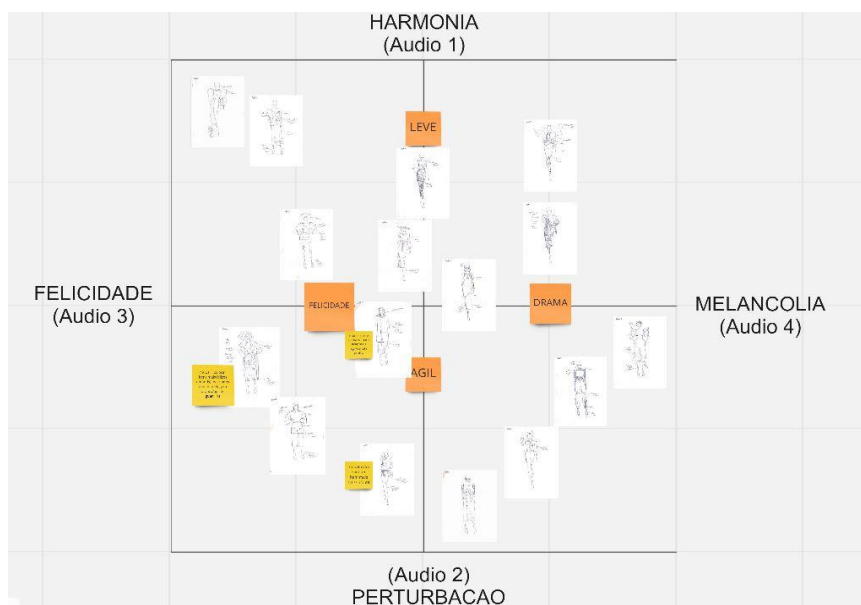


Mapa de polaridades com cruzamento das características dos áudios.

Fonte: Elaborado pela autora (2020)

Ainda no mesmo mapa, em laranja, posicionei características de junção entre as polaridades do mapa. Estas unem um significado a outro pertencendo ao universo da coleção “Quatro Estações”, são elas: leveza, felicidade, drama e agilidade. Em cima deste mapa, localizei os esboços dos 16 croquis dentro de suas polaridades de acordo com suas características.

Figura 33 – Mapa de polaridades com esboços

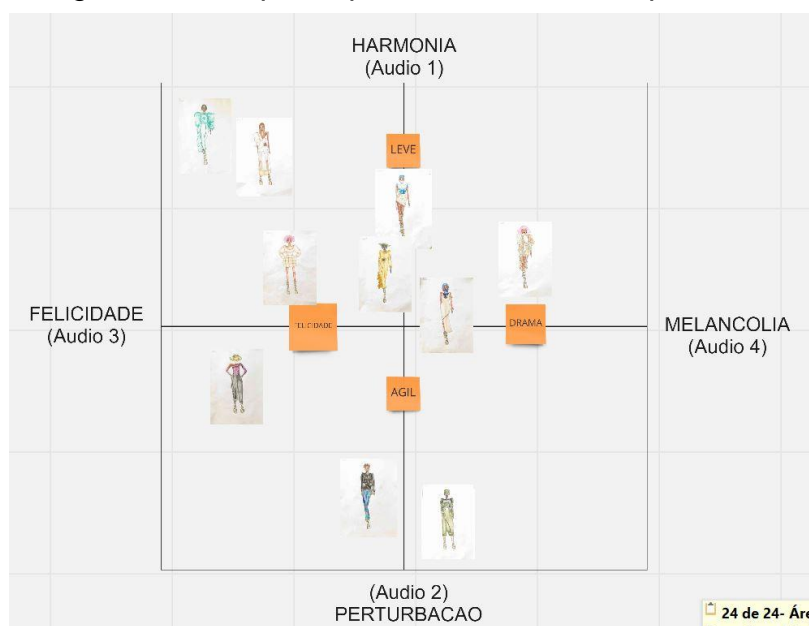


Mapa de polaridades com posicionamento dos esboços para coleção em suas respectivas áreas de contato. Fonte: Elaborado pela autora (2020)

Analisando o posicionamento dos esboços no mapa de polaridades, identifiquei algumas oportunidades para alteração. A fim de que sejam remodelados e se conversem todos de maneira mais orgânica e coesa entre suas características.

As possibilidades de alterações foram evidenciadas em amarelo. Elas se mostraram mais necessárias nos croquis do áudio 3 (felicidade) em relação com o áudio 2 (perturbação) para que as características de agilidade e guerrilha se transpusessem mais nos esboços do áudio 3 e os esboços do áudio 2 também englobassem as características mais infantis do áudio 3.

Figura 34 – Mapa de polaridades com croquis finais



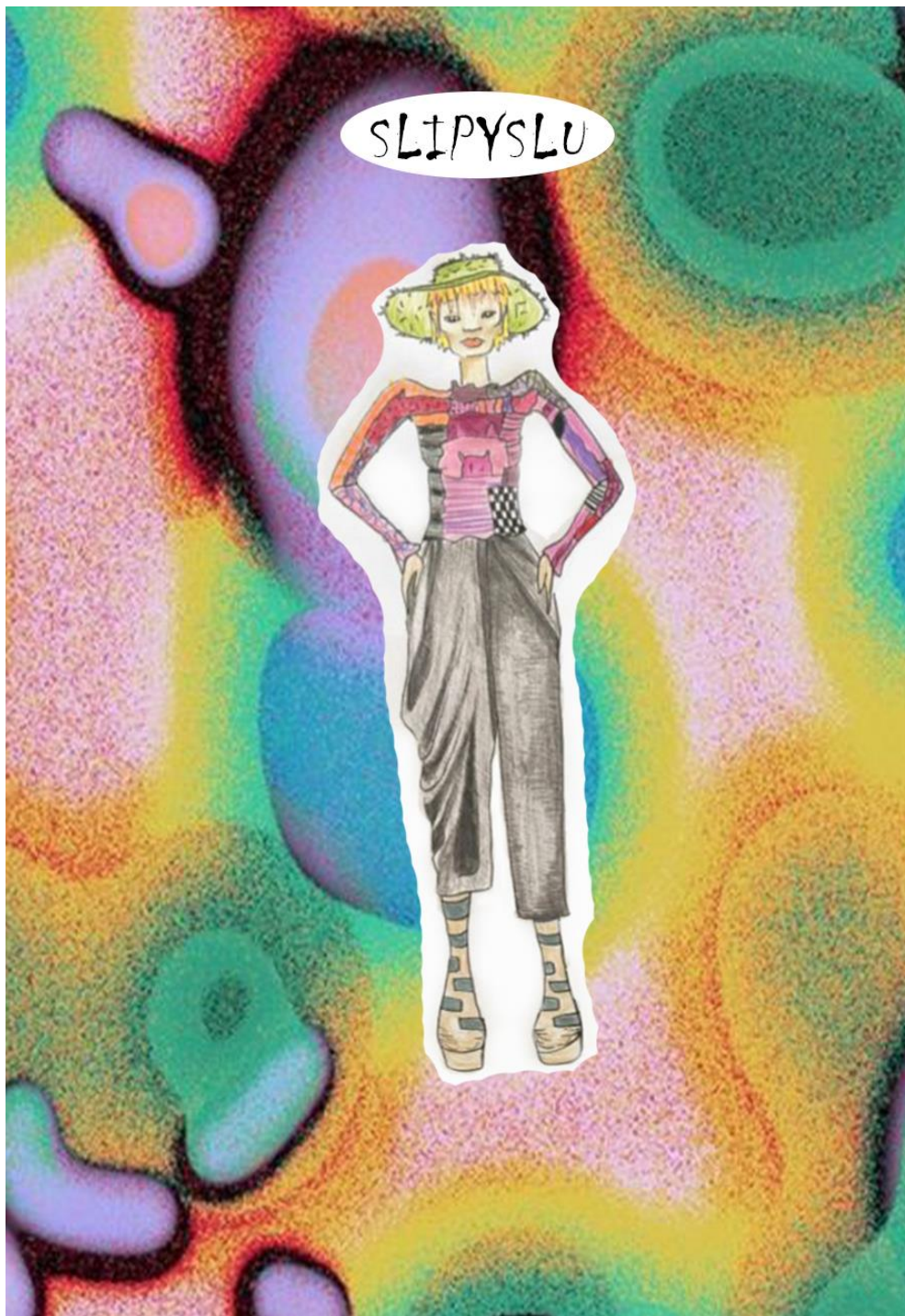
Mapa de polaridades com posicionamento dos croquis finais da coleção.

Fonte: Elaborado pela autora (2020).

4.6 Croquis, cartela de cores, desenhos e fichas técnicas

Feitas estas alterações, dos 16 esboços iniciais, foram escolhidos e finalizados 10 croquis finais para comporem a coleção Quatro Estações. Os looks da coleção misturam e transitam livremente suas quatro facetas.

Figura 35 – Look Slipyslu da coleção “Quatro Estações”



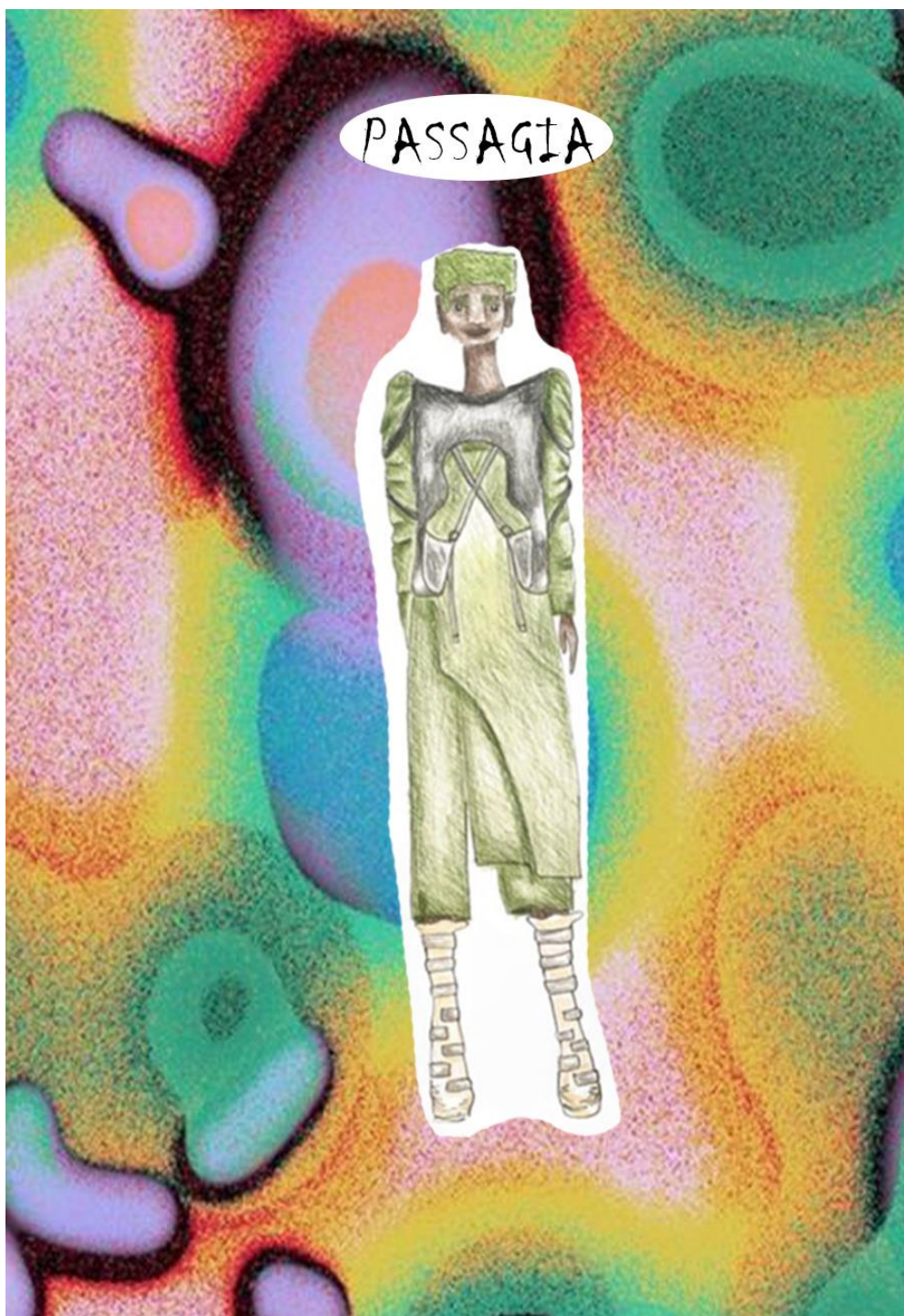
Fonte: Elaborado pela autora (2020)

Figura 36 – Look Solitismo da coleção “Quatro Estações”



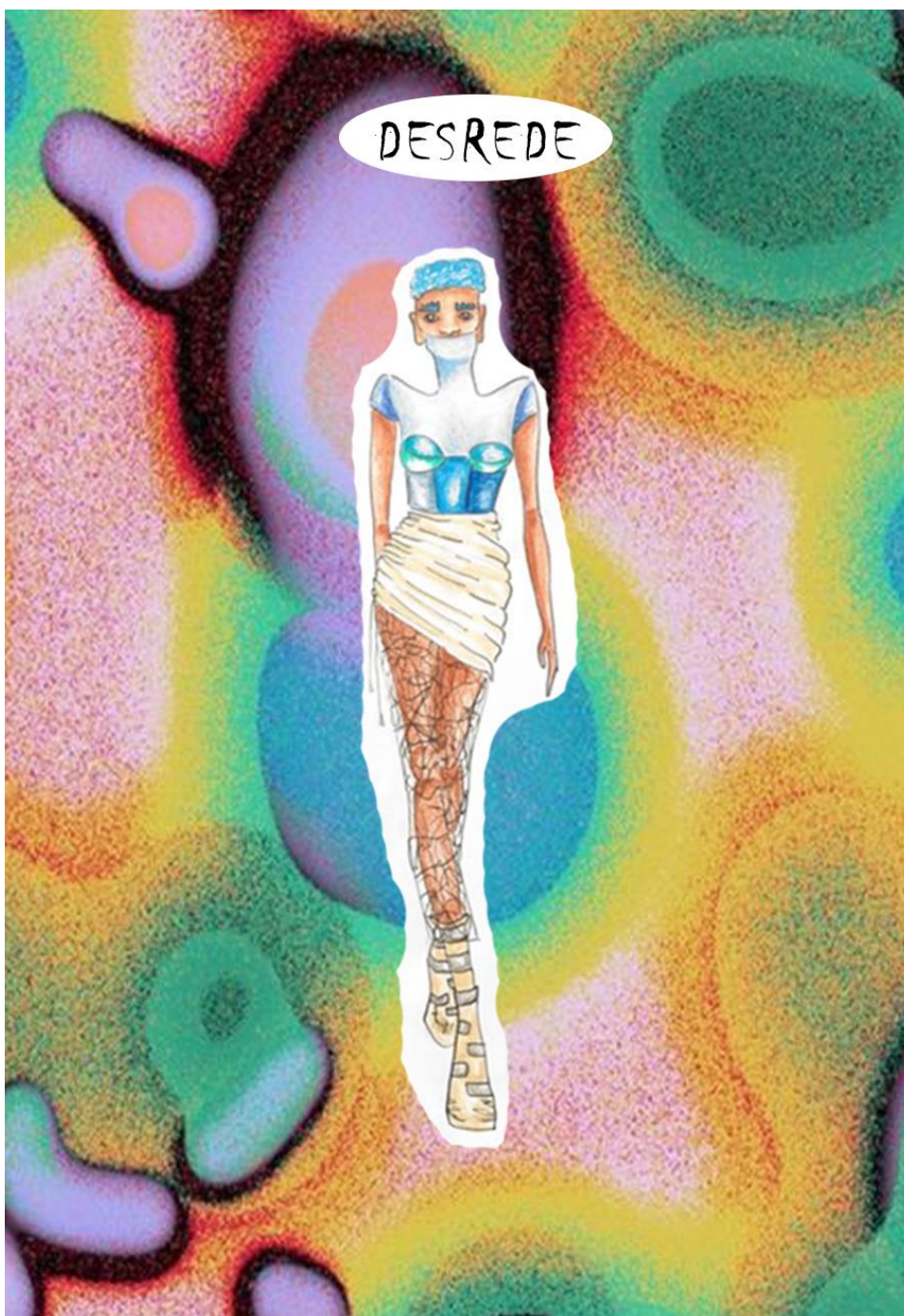
Fonte: Elaborado pela autora (2020)

Figura 37 – Look Passagia da coleção “Quatro Estações”



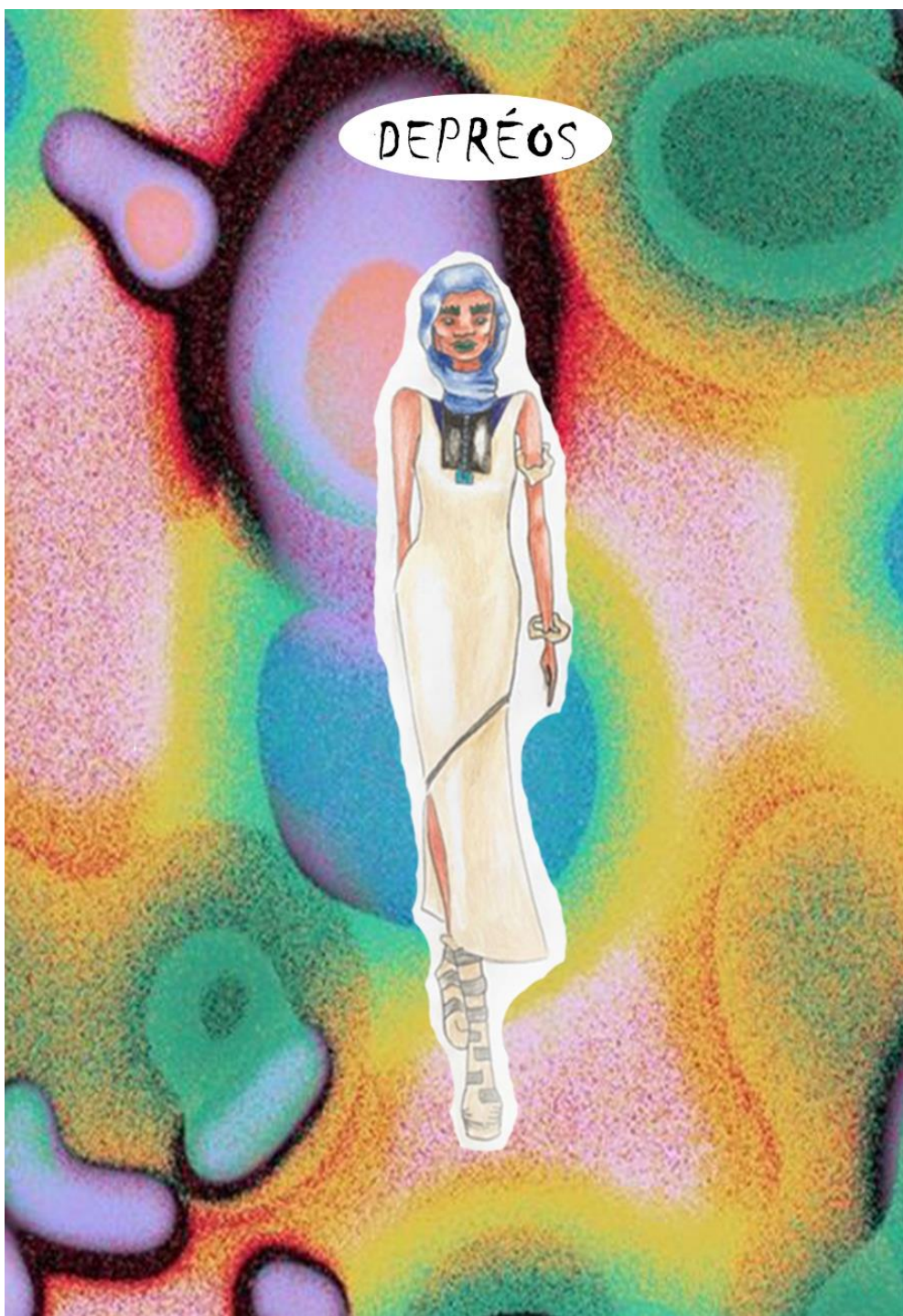
Fonte: Elaborado pela autora (2020)

Figura 38 – Look Desrede da coleção “Quatro Estações”



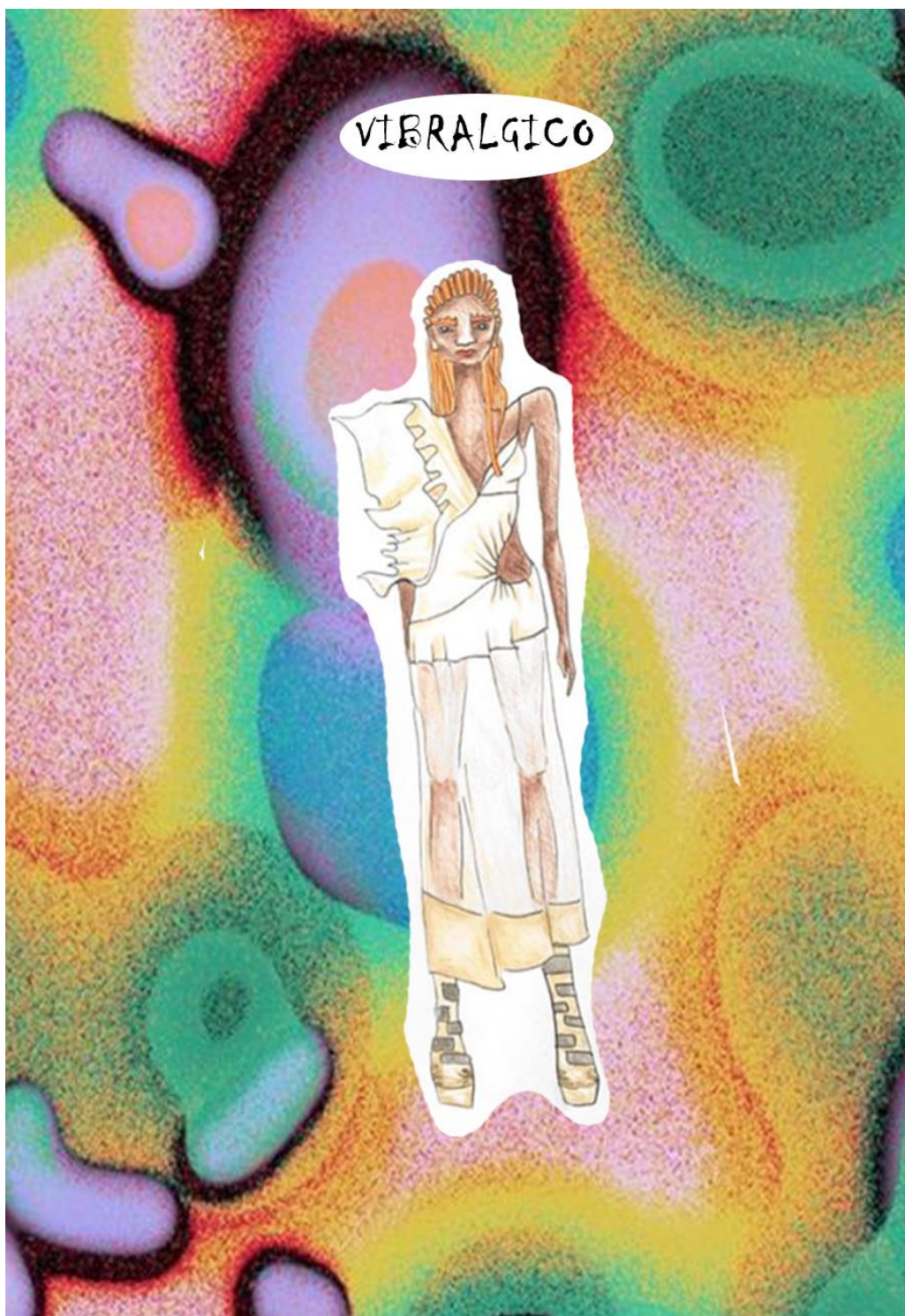
Fonte: Elaborado pela autora (2020)

Figura 39 – Look Depréós da coleção “Quatro Estações”



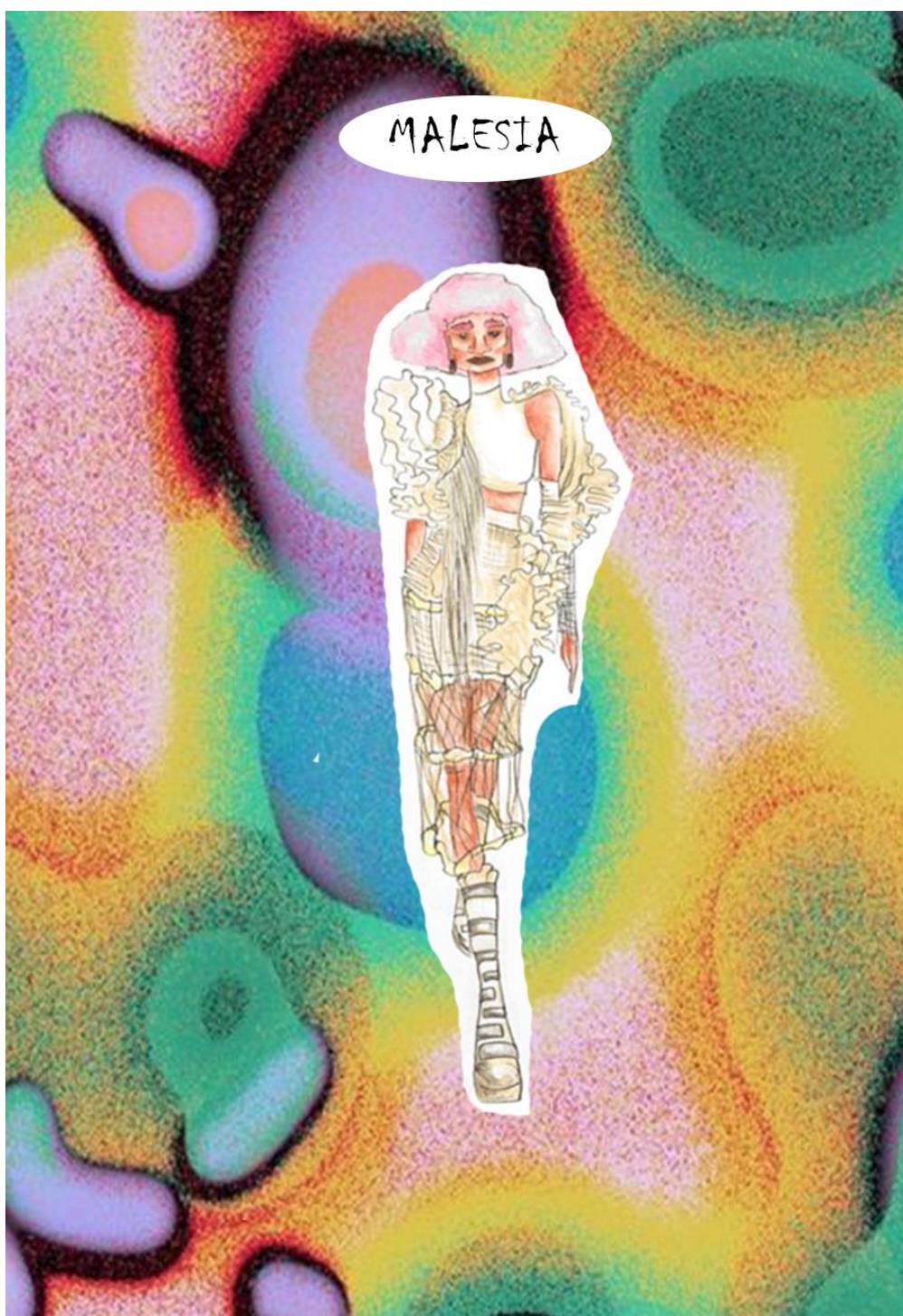
Fonte: Elaborado pela autora (2020)

Figura 40 – Look Vibralgico da coleção “Quatro Estações”



Fonte: Elaborado pela autora (2020)

Figura 41 – Look Malesia da coleção “Quatro Estações”



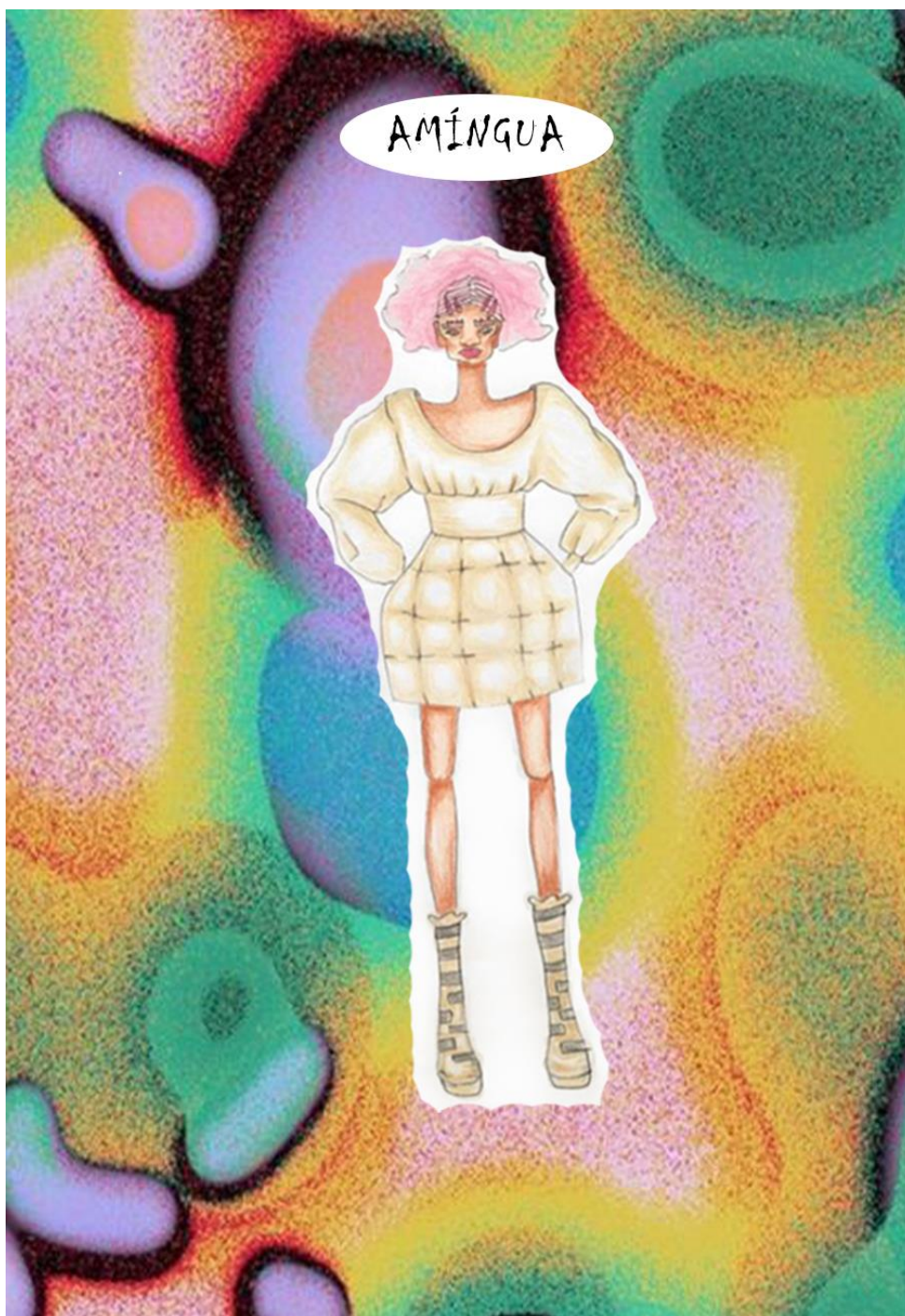
Fonte: Elaborado pela autora (2020)

Figura 42 – Look Velório da coleção “Quatro Estações”



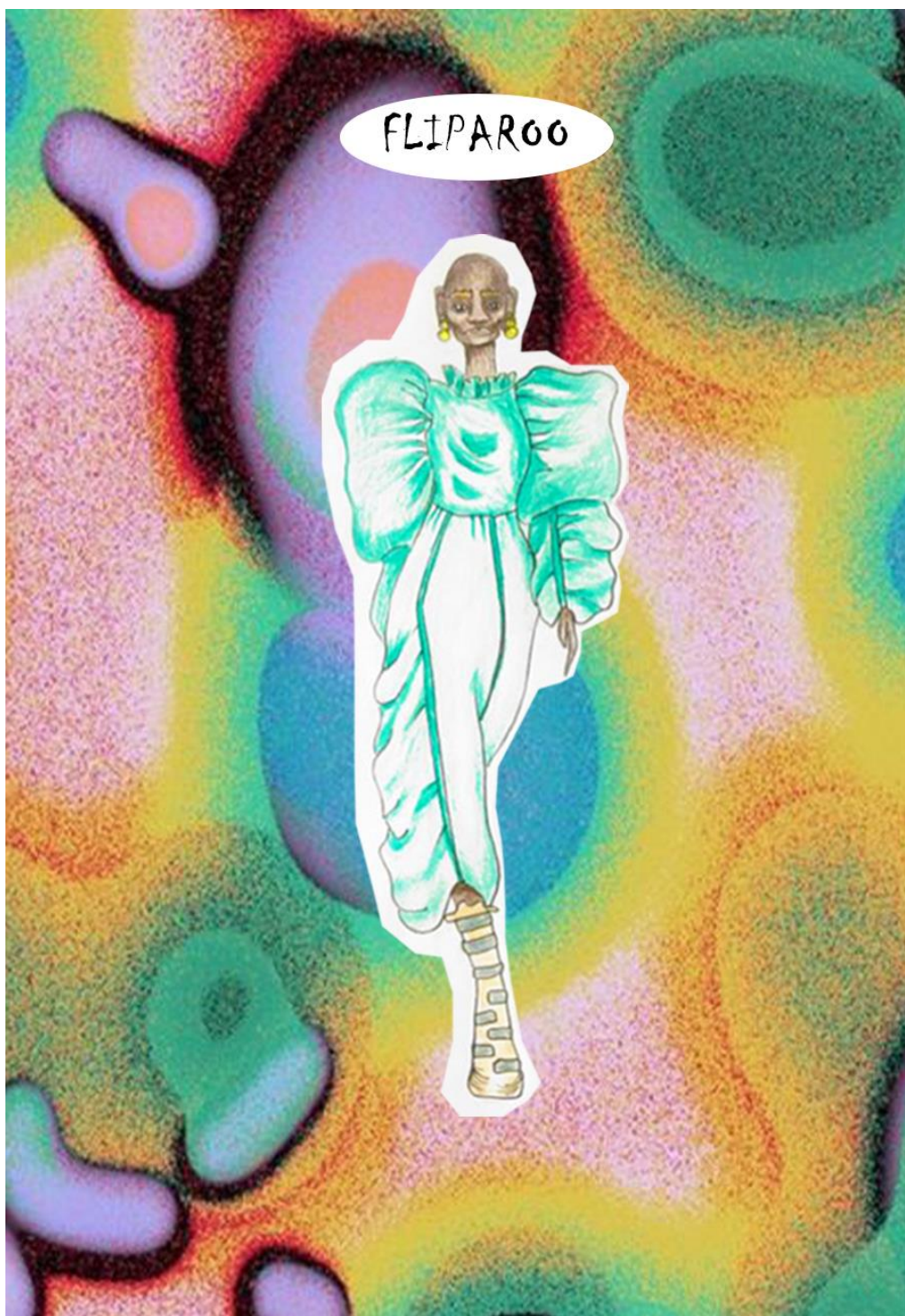
Fonte: Elaborado pela autora (2020)

Figura 43 – Look Amíngua da coleção “Quatro Estações”



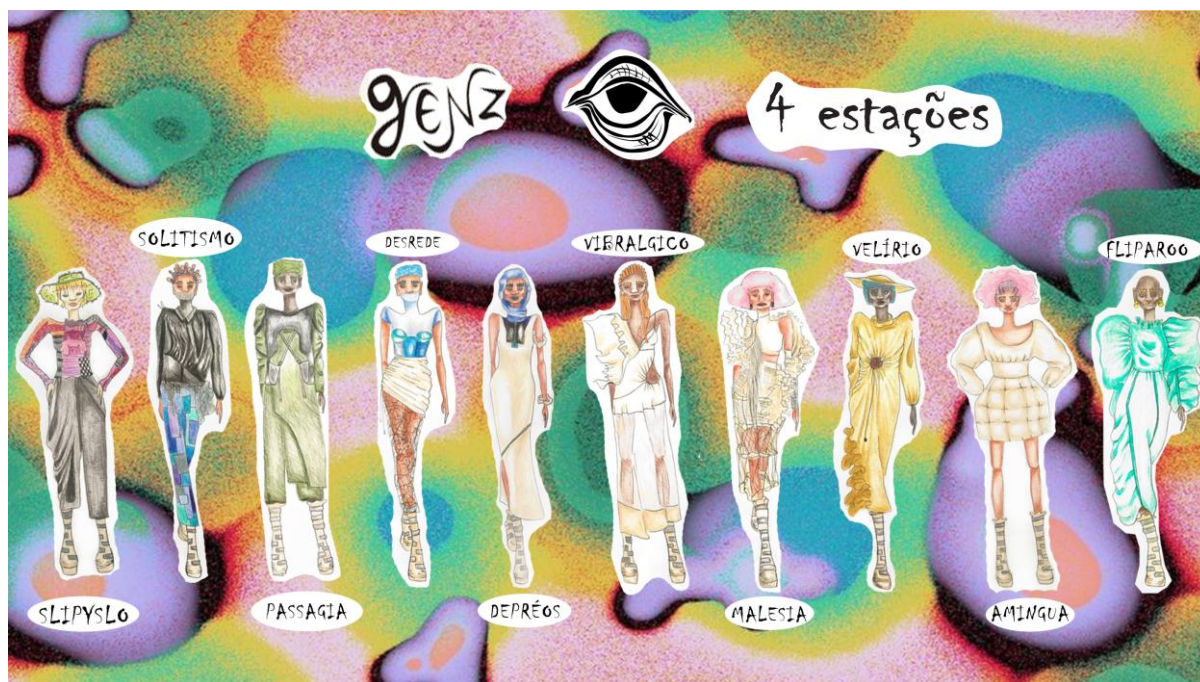
Fonte: Elaborado pela autora (2020)

Figura 44 – Look Fliparoo da coleção “Quatro Estações”



Fonte: Elaborado pela autora (2020)

Figura 45 – Quadro completo da coleção “Quatro Estações”



Os 10 croquis da coleção “Quatro Estações” da marca Genz.

Fonte: Elaborado pela autora (2020)

Os 10 looks finais tiveram sua nomeação extraída a partir de um dos exercícios da oficina sinestésica, da atividade de invenção de palavras. A paleta de cores da coleção foi embasada em cores extraídas das associações da oficina. Nela permeiam majoritariamente as tonalidades de bege, off-White, preto, azul e verde.

Figura 46 – Cartela de cores da coleção “Quatro Estações”



Fonte: Elaborado pela autora (2020)

As cores selecionadas para comporem a palete de cores podem ser encontradas no website da Pantone²¹ com seus respectivos códigos, representados no quadro acima, são elas em ordem da esquerda para direita: 448 C, 455 C, 7506 C, 2005 C, 7465 C e 3584 C.

Dentre os looks da coleção, foram escolhidos 4 looks completos para serem confeccionados e este fosse realizado, fiz seus desenhos técnicos e fichas técnicas²². O desenho técnico é um dos itens que compõem a ficha técnica. Ele é uma reprodução gráfica da frente e das costas da peça criada pelo designer. Essa representação auxilia os profissionais envolvidos no restante do processo da peça com informações visuais de aviamentos e costuras além de dar uma forma geral dela.

A ficha técnica é um recurso fundamental para que o processo de produção de uma peça de roupa tenha sucesso. Ela tem o papel de fazer circular entre os diferentes setores de produção da peça as informações acerca de sua confecção, sistematizando a maneira de detalhar estas informações a fim de evitar ruídos na comunicação de todas as partes envolvidas. (AUDACES, 2015)

²¹ Tonalidades disponíveis em <https://www.pantone.com.br/>.

²² Fichas técnicas completas disponíveis no Apêndice D – Fichas Técnicas.

Figura 47 – Modelo de ficha técnica

Ficha Técnica					Desenho									
Nome da Empresa: Rabusch					Frente				Costas					
Coleção:														
Modelo:														
Ref:														
Designer:														
Modelista:														
Piloteira:														
Data:														
Tamanho da peça Piloto:														
Grade de tamanhos:														
PP	P	M	G	GG										
36	38	40	42	44										
Etiquetas:					Descrição da Peça:									
Tipo:		Localização:												
Composição		Centro costas												
Marca														
					Matéria prima principal:									
Beneficiamento:					Nome / código	Composição	Cor	Quantidade	Fabricante	Fornecedor	Largura / nº	Preço		
					Brim		Prelo							
					Matéria prima secundária: (forro, aviamentos...)									
					Nome / código	Composição	Cor	Quantidade	Fabricante	Fornecedor	Largura / nº	Preço		

Ficha Técnica			Seqüência de Operacional						
Nome da Empresa:			Operação:				Maquinário:		
Materiais Diretos									
Descrição:	Consumo:	Valor unit.:							
Etiqueta/comp.									
Etiqueta/logo									
Embalagem									
Bolões	Com desenho								
Elástico/lastex									
Forno									
Linha									
Robô/fitô									
Zipex									
Patch/bordado									
Ribana									
Serigrafia									
Entretela									
Fibra									
Outros									
Outros									
Fação			Observações				Custo Total		
Descrição:	Quantidade:	Valor unit.:							
Serviços Terceirizados			Combinação de Cores						
Tipo:			Cor 1	Cor 2	Cor 3	Cor 4	Cor 5		
			Comb. 1						
			Comb. 2						
Responsável:			Comb. 3						
Contato:			Comb. 4						
Custo:			Comb. 5						

Modelo de ficha técnica frente e verso.

Fonte: Unisinos (2020)

A ficha técnica é composta por duas folhas, contendo desenho técnico e outros itens como: cabeçalho, grade, etiquetas, beneficiamentos, descrição da peça tecidos, matéria prima, aviamentos, materiais diretos, facção, serviços terceirizados, custo total, sequência operacional, combinações de cor e observações.

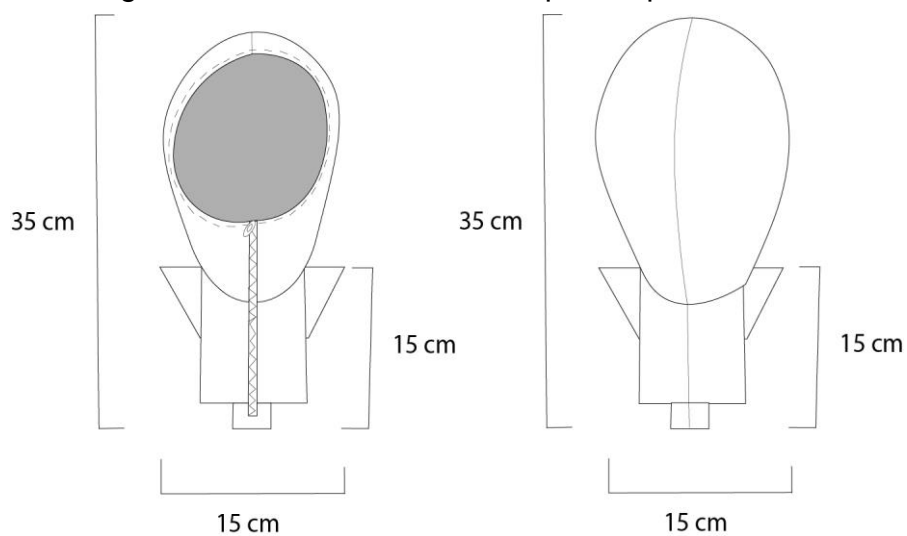
O cabeçalho especifica detalhes que fazem com que você a encontre com mais facilidade, como nome da marca, coleção que essa peça pertence, seu código, quem foi o designer, modelista e roteirista da peça. A grade mostra os tamanhos em que a peça de roupa será confeccionada (P, M, G ou usando medidas como 34, 36, 38, etc.) Na parte das etiquetas deve-se sinalizar se há, onde serão localizadas, de que materiais são feitas e que informações estas revelam assim com se possuem ou não beneficiamentos. Na parte de descrição da peça, deve-se representar e maneira escrita a peça evidenciando seus formatos, cortes, costuras e aviamentos.

A matéria prima é o local onde se deve detalhar os materiais que serão primordialmente utilizados na confecção da peça, como tecidos e seus detalhamentos de coloração, referência, quantidade e preço. Você pode adicionar nesta parte forro e, em casos menos frequentes, aviamentos. Os aviamentos, de maneira geral, podem ser mencionados na aba de materiais diretos, onde deve ser especificado quais foram usados, em qual quantidade e qual o seu preço. Além destas duas abas onde devem ser especificadas gastos, a aba de facção deve descrever o preço unitário pelo trabalho do modelista e pelo trabalho de quem irão realizar, além de quantas peças serão feitas. Se houver mais algum tipo de serviço terceirizado deve ser adicionado na parte que sinalizada, para que por fim na parte de custo total possam ser somadas estes valores todos resultando no preço de custo da peça.

A sequência operacional auxilia a pessoa que irá costurar a peça a compreender passo-a-passo como o designer idealiza que esta seja costurada, especificando as sequencias de costura de cada parte do molde com suas respectivas máquinas de costura. No item combinação de cores é especificado o arranjo de tonalidades do tecido utilizado nas variações dessa peça (dizendo respeito a sua cor), e por fim, uma aba sinalizando observações pontuais a respeito do processo como um todo.

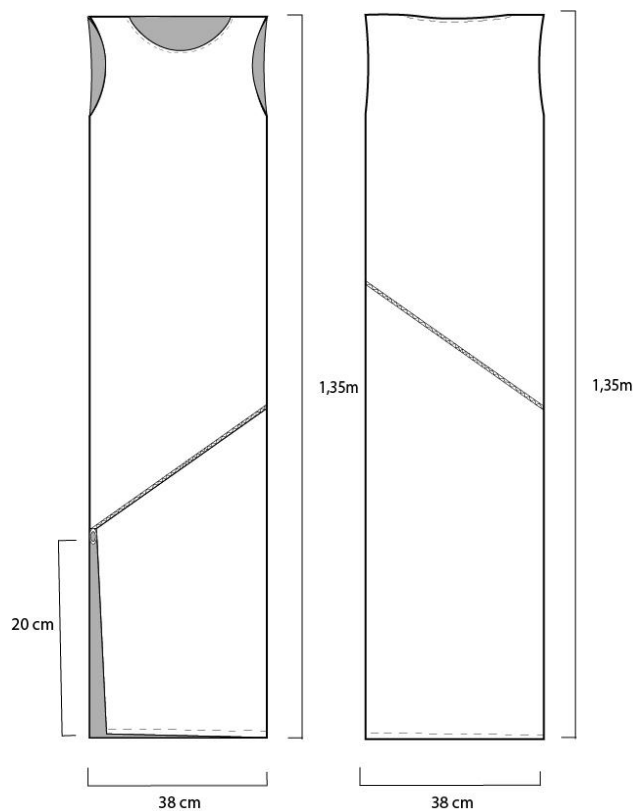
Foram escolhidos os looks: Depréos, Velírio, Amíngua e Fliparoo para serem desenvolvidos nos aspectos de desenho técnico e suas respectivas fichas técnicas. Seguem abaixo seus desenhos técnicos frente e costas com medidas, cortes e sinalizações de costura e aviamentos.

Figura 48 – Desenho técnico capuz Depréos



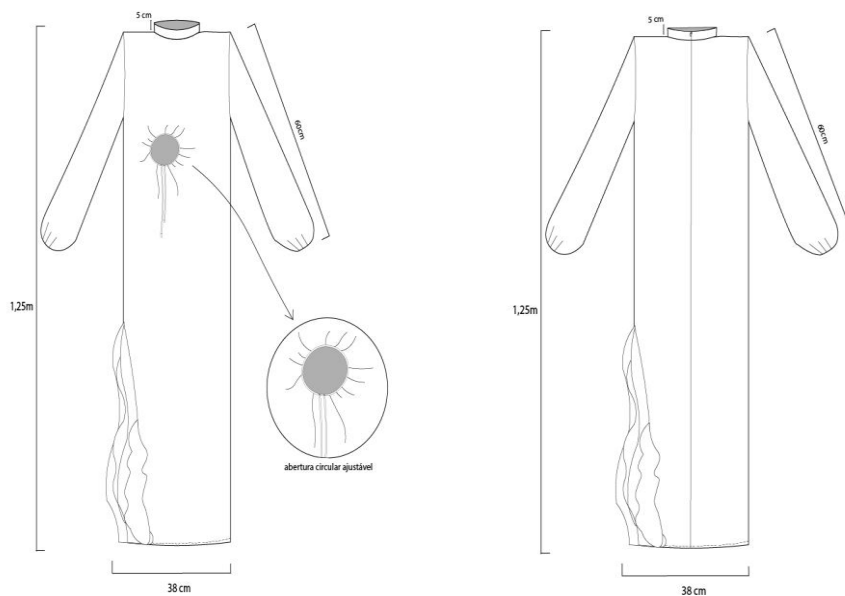
Desenho Técnico frente e costas do capuz Depréos da coleção “Quatro Estações” da marca Genz.
 Fonte: Elaborado pela autora (2020)

Figura 49 – Desenho técnico vestido Depréos



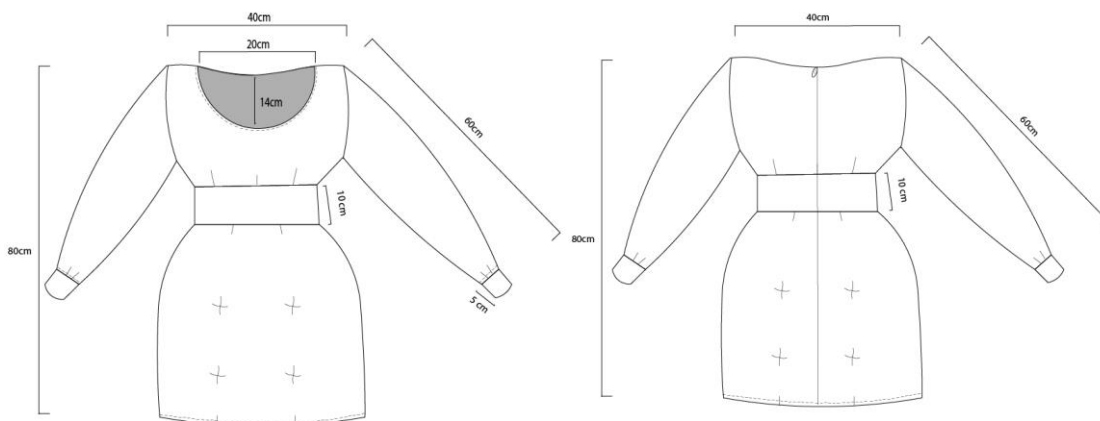
Desenho Técnico frente e costas do vestido Depréos da coleção “Quatro Estações” da marca Genz.
 Fonte: Elaborado pela autora (2020)

Figura 50 – Desenho técnico vestido Velírio



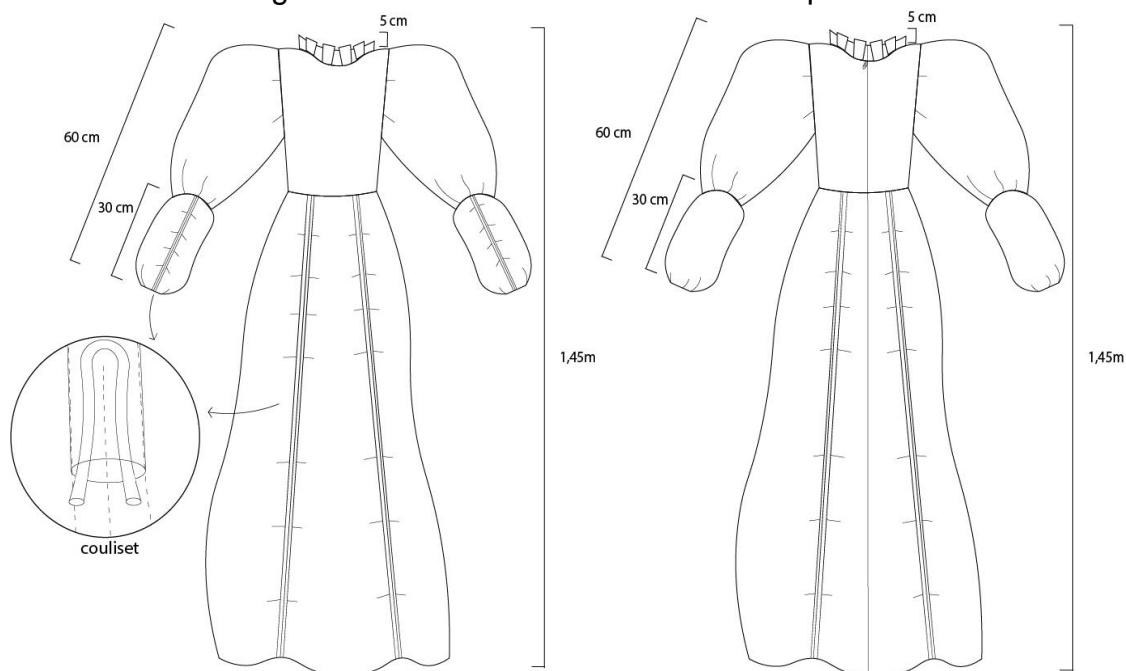
Desenho Técnico frente e costas do vestido Velírio da coleção “Quatro Estações” da marca Genz.
 Fonte: Elaborado pela autora (2020)

Figura 51 – Desenho técnico vestido Amíngua



Desenho Técnico frente e costas do vestido Amíngua da coleção “Quatro Estações” da marca Genz.
 Fonte: Elaborado pela autora (2020)

Figura 52 – Desenho técnico vestido Fliparoo



Desenho Técnico frente e costas do vestido Fliparoo da coleção “Quatro Estações” da marca Genz.
Fonte: Elaborado pela autora (2020)

4.6 O documentário

O procedimento comum para a finalização de um projeto final de moda, seria a confecção de looks da coleção, no meu caso, os quatro looks escolhidos para serem desenvolvidos em seus desenhos e fichas técnicas. Porém, na situação global atual, de pandemia e isolamento social, tornou-se inviável finalizar o projeto como previsto em outros anos. A universidade acordou com os alunos que esta entrega seria substituída pela confecção de um mini documentário com duração em torno de 10 minutos.

Como parte final do projeto, elaboro um documentário a respeito do processo criativo e resultados da pesquisa como um todo, nomeado de: ‘Operações sinestésicas’. É uma mistura de narrativa falada com momentos mais lúdicos, onde uso de recursos audiovisuais para atenuar certos pontos abordados no trabalho e, portanto, no vídeo.

Falo, dentre outros, a respeito de uma sociedade que possui o comportamento padrão de passar rapidamente todos os conteúdos que recebe virtualmente se estes não prendem sua atenção nos primeiros segundos. Para atenuar este fato, utilizo em grande parte das transições de assunto o recurso de “passar para frente”, pause e play. Estes replicam a ação que temos ao passar, pausar e dar play em conteúdo de redes sociais, vídeos na internet, programas de TV e afins.

Também utilizo do recurso audiovisual de chroma-key ao entrar em minha explicação a respeito de sinestesia. Conseguindo evidenciar meu cenário de mundo transcodificado, onde imagens se misturam com qualidades táteis e entre outras. O chroma-key serve como uma espécie de quadro que exemplifica o que explico em meio o decorrer do projeto.

De maneira geral, o documentário se estrutura através de uma apresentação pessoal breve, apresentação da temática, minha problemática e motivação, uma explicação de noções básicas de conhecimentos estudados para a elaboração do projeto e a respeito do processo do projeto em si, com seus resultados de croquis e considerações finais. Segue a seguir o link de acesso para o vídeo:

<<https://drive.google.com/file/d/1H9oaEP2h20p1LpBjGhAFrZ0XsrTyIhQb/view?usp=sharing>>

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

“Esta pesquisa tem como seu objetivo primordial gerar conhecimento acerca das possibilidades da transformação de som em moda”: minha problemática inicial, ao invés de focar, abria um campo de busca, cujo primeiro objetivo foi de uma compreensão maior a respeito desses tipos de transformações (sinestésicas) pouquíssimo conhecidas e exploradas.

Nesse sentido, as pesquisas que realizei, bibliográficas e documentais, foram fundamentais para que eu pudesse localizar melhor as áreas do meu problema. Nota-se, a partir destes estudos, que a nossa sociedade se encontra em um momento crítico onde há uma juventude muitíssimo afetada pelo excesso de informação, seja esta virtual, imagética, sonora, entre outros. Parte dessa juventude busca por alternativas a este cenário. Esse jovem está cansado de fingir, ele busca pelo imperfeito, pelo real e por inovações que lhe proporcionem isso. Ele busca por uma nova maneira de viver, uma fluidez que o permita transitar entre suas necessidades dicotômicas. O esclarecimento dessa visão trouxe junto uma ideia sobre para quem eu queria projetar, que tipo de pessoas e comportamentos eu queria atingir.

Ao analisar o resultado da coleção como um todo – que tem por si um caráter de experimento – noto, além do sucesso na atividade, a possibilidade de produzir outras coleções de moda utilizando o método desenvolvido, restando ainda diversos outros formatos a serem explorados. Sendo estes feitos através de aparelhos não implementados nesta oficina ou em outras versões da mesma, tendo como cerne exploratório outros sentidos que não o sonoro ou então também fazendo colaborações com criativos de outras áreas (proposta da marca Genz de trabalhar horizontalmente em meio a parceria de outros artistas).

Ao estudar as sinestésias percebi que estas funcionam quase como uma metáfora do comportamento jovem, da mistura o do constante movimento que este tem. Esta realização serviu para que eu pudesse entender melhor a operação de meu trabalho, e permitiu que eu investigasse os meios, sobre como fazer.

A moda é capaz de reunir em torno dela muitas questões ao mesmo tempo, fala o tempo todo de misturas cognitivas, podemos dizer que esta serve como um instrumento matemático; de fato a Moda em uma de suas instancias atua como um tipo de média matemática, pertence a uma das ramificações das medidas de tendência central, temos a média aritmética, ponderada, mediana e pôr fim a média

moda, que se refere a média que mais aparece dentro de uma sequência. Ao perceber que a Moda serve como uma medida de tendência que evidencia os valores que se repetem, estamos afirmando também ela designa a recorrência dos comportamentos sociais. A moda representa de certa maneira o corpo social como um todo, evidenciando seus nichos e testemunhando o espírito de um tempo através de diferentes trajes e preferências.

Esta pesquisa provoca um cenário disruptivo que evidencia a possibilidade de transformações em meio criativo afim de gerar uma consciência maior individual dos estímulos que nos afetam e que muitas vezes passam por despercebido, utilizando de um sentido onipresente e que muitas vezes é ignorado: o som.

Se pensarmos em como a moda se cruza com o som podemos dizer que seria praticamente impossível vivermos no silêncio, por mais que fossemos colocados em uma sala a vácuo ainda assim ouviríamos o som do nosso próprio organismo funcionando, coração, pulmão e afins. Uma das formas mais evidentes deste cruzamento é com a produção industrial do mundo pop, a música, quase um complemento, junto com as roupas, de definição de estilos de vida. O som nos circunda quase que em tempo integral e, portanto, reflete em nosso comportamento social. Ele influencia na formulação de pensamentos e percepção do mundo, influenciando assim também, na moda e em seus padrões através da história. A moda e som estão extremamente conectados, através de inúmeras variáveis, o tempo todo provocando sinestésias.

Embora as sinestésias estejam presentes eminentemente em nosso cotidiano, não possuímos o costume de gerar conteúdos criativos, mais especificamente de moda, partindo de um princípio que fuja do imagético, como uma solução a este problema, sugiro explorarmos as maneiras inovadoras que o som nos traz como uma alternativa neste processo de criação.

Na relação sinestésica entre imagem e som pude enxergar melhor, a partir dos estudos de caso que escolhi desenvolver, as evidências de como essas transformações são possíveis e como vem sendo feitas (embora muito inexploradas). As maneiras são diversas de concretizar esses processos, tanto por analogias e conexões próprias como Kandinsky fez em suas pinturas abstratas, quanto transpondo som à intensidade de iluminação via auxílio de equipamentos eletrônicos,

no caso de Brian Eno, ou manualmente com as vibrações de um instrumento criando uma padronagem única em roupas, no caso de Greice Antes.

Os estudos teóricos e as observações de casos concretos serviram para que eu pudesse, antes de mais nada, determinar minha marca e suas características conceituais e funcionais: o que quer ser, como se chama, seu posicionamento no mercado e que tipo de vestimenta se dedica a produzir. A marca GENZ foi criada para representar os jovens da geração Z, que orbitam o universo da criação produzindo uma moda inquieta, fazendo sentido que provoque desde seus processos criativos. A fim de fazer jus às necessidades dos consumidores da marca, realizei a primeira coleção da marca Genz operando o que chamei de 'Oficina Sinestésica' (entre som e imagem, evidentemente).

A Oficina propôs uma nova maneira de criar, prezando pelo processo coletivo e inovação. Consiste em uma sequência de quatro áudios que se desdobram em outros sentidos a partir de uma série de perguntas feitas aos participantes. As perguntas induzem o participante a realizar um pensar sinestésico a respeito do áudio, transpondo-o para outros possíveis sentidos.

As respostas dos participantes foram características usadas como base para a coleção a primeira coleção de moda da marca Genz. Essa coleção se denominou 'Quatro estações' em função das 4 polaridades de características bem definidas através da extração de qualidades dos iniciais.

Foram inúmeras as características extraídas dos resultados da oficina. Fica evidente que a oficina acabou expondo, mesmo que sem querer, sentimentos muito genuínos dos participantes. Um pouco de história, do universo e das verdades de cada um dos membros foi revelada em meio ao processo da oficina. Verdades traduzidas em múltiplas facetas de imagem, som, textura, forma, movimento e vida.

Uma nova maneira de criar quer dizer aqui para a construção de criações que se fundamentem em motivações reais e verdadeiras. Nos embasando no ambiente que nos circunda, nos sentidos que este nos traz e no que é concreto e cotidiano para cada um de nós.

Uma outra percepção saída desse exercício, além de seu modo diferencial de operar criatividade em moda, é a de uma potencial *desdomesticação* do gosto das pessoas, ainda determinado pela grande indústria global da Moda: esse modo estimula que se crie a partir das pequenas percepções que nos rodeiam, é *local*.

Adquire, portanto, um caráter político que desde o começo desejei ao falar de Moda. Assim também, possibilitando a construção de uma identidade mais cheia de verdade individual e por conseguinte para o Brasil, que nada mais é do que um reflexo dos que o habitam. O que eu proponho é a criação a partir de outro ponto de vista, esse outro ponto de vista sendo um extremamente familiar, o ponto de vista que é o nosso ponto de vista, que parte da vivência individual e cultural de cada um.

A oficina foi somente uma das possíveis alternativas a serem elaboradas em cima dos conhecimentos adquiridos a respeito das possibilidades de transformação do som e moda, ela foi somente uma resultante explorada. O que nos leva a concluir que existem ainda inúmeras outras possibilidades de experimentação dentro da transformação de sentidos no âmbito de moda. Quanto mais conseguirmos compreender a respeito da diversidade de possibilidades que nos cercam, mais conseguiremos nos compreender como indivíduos; e ainda em maior nível também compreenderemos portando a influência destes comportamentos para com o coletivo da sociedade.

Por fim, creio ter conseguido construir meu percurso: determinei um ponto de vista sobre um problema inicial aberto, construí conhecimento a partir dele e consegui determinar um modo de como *provocar* sinestesia entre som e imagem. E dessa provocação pude tirar a produção, em suas características complexas, de uma marca e de uma coleção de moda.

REFERÊNCIAS

AGAMBEN, Giorgio. **A linguagem e a morte**. p. 253, 1982.

ALVES, Soraia. **Em nova campanha, Domino's exalta JOMO, "a alegria de perder"**. Matéria publicada no jornal B9. Disponível em: <<https://www.b9.com.br/116558/em-nova-campanha-dominos-exalta-jomo-aalegria-de-perder/>> Acesso em:13 nov. 2019.

ALVES, Soraia. **Suicídio é a segunda principal causa de morte entre a Geração Z**. Matéria publicada no jornal B9. Disponível em: <<https://www.b9.com.br/116038/suicidio-e-a-segunda-principal-cao-de-morteentre-a-geracao-z/>> Acesso em:30 out. 2019.

ANTES, Greice. **'Vinho Mancha?' – Greice Antes**. Publicado na plataforma *Vimeo*, 2012. 1 vídeo (4 min 25 seg). Disponível em:>. Acesso: 04 nov. 2019.

ARMOUR, Grant. Brian Eno on Apollo. 2019. 1 video (14min 39 seg). **Publicado pelo Canal Noysey**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=WTxkLGBkcO0&t=754s>>. Acesso em: 08 nov. 2019.

ARTWORKS AND ARTISTS OF SYNCHROMISM. Publicada na 'The Art Story Foundation'. Disponível em: <https://www.theartstory.org/movement/synchromism/artworks/#pnt_1> Data de acesso: 10 nov. 2019.

AUDACES, 2015. **11 pontos que precisam ser colocados em uma ficha técnica de vestuário**. Disponível em <<https://www.audaces.com/11-pontos-que-precisam-ser-colocados-em-uma-ficha-tecnica-de-vestuario/>> Acesso em: 24 jun. 2020.

BARON, Cohen e Harrison, 1297 p.5-6 apud BRAGANÇA, G. F. F. **Parâmetros para o estudo da sinestesia na música**. Revista acadêmica de música Per Musi, Belo Horizonte, 2010.

BASSBAUM, Sergio. **Sinestesia e percepção digital**. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2012.

BAWER. Martin e GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto imagem e som: um manual prático**. Editoria Vozes, 2003.

BEAGLE, Scott. Brian Eno talks about this "77 Million Paintings". Yerba Buena Gardens, Sao Francisco, 2007. 1 vídeo (2 min 19 seg). **Publicado pelo Canal Laughing Squid**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=F1cTC8DFu8>>. Acesso em: 09 nov. 2019.

BENJAMIN, Walter. **A arte na era da sua reprodutibilidade**. Editora: Zouk. 1ª ED, 2012.

BRAGANÇA, G. F. F. **Parâmetros para o estudo da sinestesia na música**. Revista acadêmica de música Per Musi, Belo Horizonte, 2010.

Brian Eno: 77 Million Paintings. Publicado em Royal Hibernian Academy.

Disponível em: <<http://www.rhagallery.ie/exhibitions/77-million-paintings/>>.

Dublin, Irlanda. Data de cesso em: 19 nov. 2019.

CBS. 1 video (6 min). Brian Eno Interview. **Publicado pelo canal Trekkeiros**, 2018.

Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=41OdjpeE_hQ>. Data de cesso em: 19 nov. 2019.

CELLARD, 2008 apud **Pesquisa documental: pistas teóricas e metodológicas.**

Revista Brasileira de História & Ciências Sociais Ano I - Número I, 2009.

Channel 4 News. 1 video (4 min 55 seg). Brian Eno on why can't he slow down.

Publicado pelo canal Channal 4 News, 2016. Disponível em:

<<https://www.youtube.com/watch?v=xL2MC9CoXdc>>. Data de cesso em: 13 nov. 2019.

CYTOWIC, R.E e EAGLEMAN, D.M. **Wednesday is the Indigo Blue -**

Discovering the brain of Synesthesia. Cambridge London: MIT Press, 2009.

DAY, Sean. **Demographic Aspects of Synesthesia.** Site do pesquisador Sean Day com informações sobre Sinestesia. Disponível em < <http://www.daysyn.com/Types-of-Syn.html> >. Acesso em: 14 out. 2019.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo.** Coletivo, São Paulo, SP, Brasil, p.13, 2003.

Dias, Tiago. **Os imperfeitos.** Entrevista disponível em <

<https://www.hellomoto.com.br/moto-nas-ruas-phone-life-balance-para-2019phb/> >

Acesso em: 13 nov. 2019.

Dr. Michael Haverkamp. Publicado em International Sound Awards.

Disponível em: < [https://www.international-sound-](https://www.international-sound-awards.com/congress/congress2010/speaker-2010/dr-michael-haverkamp/)

[awards.com/congress/congress2010/speaker-2010/dr-michael-haverkamp/](https://www.international-sound-awards.com/congress/congress2010/speaker-2010/dr-michael-haverkamp/) > Acesso em: 28 out. 2019.

FONSECA, 2002 apud **Métodos de pesquisa.** Universidade Federal do Rio Grande do Sul. .1ª ED, 2009.

FONSECA, apud **O método científico: tipos de pesquisa**, p.24, 2019.

Franchina, Vittoria & Abeele, Mariek & Rooij, Antonius & Lo Coco, Gianluca & Marez, Lieven. **Fear of Missing Out as a Predictor of Problematic Social Media Use and Phubbing Behavior among Flemish Adolescents.**

International Journal of Environmental Research and Public Health, 2018.

FURTADO, Beca. **Coleção Partícula.** Publicado na plataforma *Vimeo*, 2011. 1 vídeo (6 min 25 segs.). Disponível em: < <https://vimeo.com/26869593>>. Acesso: 05 nov. 2019.

GAVIN, Tomas. **György Ligeti**. Publicado na Composition Today . Disponível em: <http://www.compositiontoday.com/articles/ligeti.asp> >. Acesso em: 05 nov. 2019.

GIL, 2007 apud BAWER. Martin e GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto imagem e som: um manual prático**. Editoria Vozes, 2003.

GOLDEMBEG, Mirian. **A arte de Pesquisar: Como fazer pesquisa qualitativa em ciências sociais**. 14^a ED. Editoria Record, 2015)

HAVERKRAMP apud Design Culture. **Sinestesia no Design**. Publicado em Design Culture. Disponível em: < <https://designculture.com.br/sinestesia-nodesign> > Acesso em: 28 out. 2019.

HUMPHREYS, Joe. **Aristotle got it wrong: We have a lot more than five senses**. Matéria publicada na The Irish Times. Disponível em: < <https://www.irishtimes.com/culture/aristotle-got-it-wrong-we-have-a-lot-morethan-five-senses-1.3079639> > Acesso em: 14 nov. 2019.

KELLY, Spencer. Brian Eno revealed - BBC Click, 2017. 1 video (24min 19 seg). **Publicado pelo Canal BBC Click**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=uBgAy8ldhjk>>. Acesso em: 06 nov. 2019.

KLEINMAN, Zoe. **Facebook hints at hiding 'likes**. Matéria publicada na BBC News. Disponível em < <https://www.bbc.com/news/technology-49562978>> Acesso em: 13 nov. 2019.

KOSE, A. et al. **Towards a Synesthesia Laboratory: Real-time Localization and Visualization of a Sound Source for Virtual Reality Applications**. Journal of Communications Software & Systems, [s. l.], v. 14, n. 1, p. 112–120, 2018. Disponível em: <<https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=iih&AN=131014680&lang=pt-br&site=eds-live>>. Acesso em: 20 nov. 2019.

KOVITCH, Richard. 1 video (10 min 34 seg). Brian Eno Profile and Interview - BCC Arena. **Publicado pelo canal Richard Kovitch**, 2011. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=2ms0EulbNA8>>. Data de acesso: 13 nov. 2019.

LINDGREN. p.29, 2011.

An explicit link between Gaussian fields and Gaussian Markov random fields: the stochastic partial differential equation approach. Publicado na Royal Statistical Society. Disponível em: < <https://rss.onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/j.1467-9868.2011.00777.x> > Acesso em: 28 out. 2019.

MCBURNEY, Gerard. **Wassily Kandinsky: The painter of Sound and Vision**. Publicado em 2006 pelo jornal "The Guardian". Disponível em: < <https://www.theguardian.com/artanddesign/2006/jun/24/art.art> > .2006/. Data de cesso em: 19 nov. 2019.

MoMA. **Design for eyes and Ears**. 2014. Disponível em: <<https://www.moma.org/calendar/exhibitions/1473>>. Data de acesso: 10. nov. 2019.

Moraes, Dijon. **Metaprojeto, o design do design**. 2010. Disponível em: <https://issuu.com/editorablucher/docs/issuu_metaprojeto9788521205166>. Data de acesso 13/05/2020.

Não come carne? Mcdonalds lança hamburguer vegetariano no Brasil. Matéria publicada no Correio. Disponível em <<https://www.correio24horas.com.br/noticia/nid/nao-come-carne-mcdonaldslanca-hamburguer-vegetariano-no-brasil/>> Acesso em: 14 nov. 2019.

OKONSAR, Mehmet. **Micropolifonia: motivações e justificativas por tras do conceito introduzido por Gyorgy Ligety - Uma análise parcial de 'Átmospheres' por Mehmet Okonsar**. 2010. Disponível em: <<https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Ligeti-Micropolyphony.pdf>> Acesso em: 10 nov. 2019.

PANDOLFI, Fernanda. **Greice Antes: moda com conhecimento, arte e cultura**. Publicado pela Clic RBS, 2012. Disponível em <<http://pioneiro.clicrbs.com.br/rs/noticia/2012/09/greice-antes-moda-comconhecimento-arte-e-cultura-3870939.html>>. Acesso em: 04 nov. 2019.

Pesquisa do IBOPE aponta crescimento histórico no número de vegetarianos no Brasil. Matéria publicada na Sociedade Vegetariana Brasileira. Disponível em <<https://www.svb.org.br/2469-pesquisa-do-ibopeaponta-crescimento-historico-no-numero-de-vegetarianos-no-brasil>> Acesso em: 13 nov. 2019.

Phone Life Balance para 2019. Disponível em <<https://www.hellomoto.com.br/moto-nas-ruas-phone-life-balance-para-2019phb/>> / / > Acesso em: 13 nov. 2019.

PRODANOV, Cleber Cristiano e FREITAS, Ernani Cesar. **Metodologia do trabalho científico: Métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2ªED. Universidade Feevale. Novo Hamburgo, 2013.

RAZZO, Francisco. **O Conceito de ciências para Aristóteles**. Disponível em: <<https://ideiasociedade.com/aristoteles-ciencias/>> Acesso em: 10 out. 2019.

Red Bull Music Academy. Brian Eno: An intimate Interview | Making A Difference, 2014. 1 video (5 min 44 seg). **Publicado pelo Canal Red Bull Music Academy**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=Zf5Ai3qbZ4>>. Acesso em: 10 nov. 2019.

ROCHA, Camilo. **De U2 a 'ambient', qual a importância de Brian Eno para a música**. Jornal Nexo, 2017. Disponível em: <<https://www.nexojournal.com.br/expresso/2017/08/08/De-U2-a-%E2%80%98ambient%E2%80%99-qual-a-import%C3%A2ncia-de-Brian-Enopara-am%C3%BAsica>>. Data de cesso em: 10 nov. 2019.

SANTAELLA, Lucia. **Matrizes da Linguagem do Pensamento: Sonora, Visual, Verbal**. 1 ed. São Paulo: Iluminuras, 2005.

SONTANG, Susan. **Sobre a Fotografia**. Editora Farrar, Straus & Giroux. Estados Unidos, 1997.

YIN, 2001 apud BAWER. Martin e GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto imagem e som: um manual prático**. Editoria Vozes, 2003.

APÊNDICE A – ENTREVISTAS

Greice Antes – Entrevista feita pela autora
Disponível em < <https://drive.google.com/open?id=1mNukR9W-nfYh9LvLVcKdUTTTO7YabrV> >

APÊNDICE B – ÁUDIOS

Áudio 1 – Elaborado pela autora

Disponível em <<https://drive.google.com/file/d/1Y24sA5rSP4fHY12O5ecqvrxz4-nDhOX5/view?usp=sharing>>

Áudio 2 – Elaborado pela autora

Disponível em

<<https://drive.google.com/file/d/1pe4ZlRtAoGMbd5jilJyKq8ilw9aSS0hd/view?usp=sharing>>

Áudio 3 – Elaborado pela autora

Disponível em <https://drive.google.com/file/d/1bf__Ue2d-tcNkSic5snZF3zTDKE8-RiY/view?usp=sharing>

Áudio 4 – Elaborado pela autora

Disponível em <https://drive.google.com/file/d/19tUVDXCoMbBU-9cPkW4Mwt_zPW6u_WMb/view?usp=sharing>

APÊNDICE C – RESPOSTAS DA OFICINA

Mapa de respostas da Oficina Sinestésica formando a figura da 'Flor' - Elaborado pela autora. Disponível em <https://miro.com/app/board/o9J_ktxkmoQ=>

APÊNDICE D – FICHAS TÉCNICAS

Ficha Técnica capuz Depréos – Elaborado pela autora.

Disponível em <file:///C:/Users/Stela/Desktop/TCC/02%20-%20TCC%202020/Fichas%20tecnicas/Ficha%20Tecnica%20Croqui%202-capuz%20depreos.pdf>

Ficha Técnica vestido Depréos – Elaborado pela autora.

Disponível em <file:///C:/Users/Stela/Desktop/TCC/02%20-%20TCC%202020/Fichas%20tecnicas/Ficha%20Tecnica%20Croqui%202-vestido%20Depreos.pdf>

Ficha Técnica vestido Velírio – Elaborado pela autora.

Disponível em <file:///C:/Users/Stela/Desktop/TCC/02%20-%20TCC%202020/Fichas%20tecnicas/Ficha%20Tecnica%20Croqui%204%20-%20velirio.pdf>

Ficha Técnica vestido Amíngua – Elaborado pela autora.

Disponível em <file:///C:/Users/Stela/Desktop/TCC/02%20-%20TCC%202020/Fichas%20tecnicas/Ficha%20Tecnica%20Croqui%203%20-%20Amingua.pdf>

Ficha Técnica vestido Fliparoo – Elaborado pela autora.

Disponível em <file:///C:/Users/Stela/Desktop/TCC/02%20-%20TCC%202020/Fichas%20tecnicas/Ficha%20Tecnica%20Croqui%201-%20vestido%20Fliparoo.pdf>