

# DO CORPO AO CORPO: DESIGN DE MODA E *MOULAGE* DIALÓGICA

FROM THE BODY TO THE BODY: FASHION DESIGN AND DIALOGIC *MOULAGE*

## **Raul Krebs**

Mestre em Design Estratégico pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (São Leopoldo/Brasil).  
E-mail: raul.krebs@gmail.com

## **Ione Bentz**

Doutora em Linguística e Semiótica pela Universidade de São Paulo (São Paulo/Brasil).  
E-mail: ioneb@unisinos.br

Recebido em: 8 de abril de 2021  
Aprovado em: 21 de junho de 2021  
Sistema de Avaliação: Double Blind Review  
BCIJ | v. 1 | n. 1 | p. 148-170 | jul./dez. 2021  
DOI: <https://doi.org/10.25112/bcij.v1i1.2678>



## RESUMO

Este artigo investiga a centralidade do corpo humano nos processos criativos em moda. A partir dos questionamentos sobre como o corpo humano e sua imagem se materializam na cultura contemporânea, procuramos compreender como os designers de moda podem potencializar seus processos criativos. Orientado pela metodologia do design estratégico, de caráter transdisciplinar e dialógico, este artigo inicia na investigação acerca do corpo – físico e discursivo – e culmina em propostas de ressignificação do corpo e da *moulage* clássica (processo criativo de moldagem de tecidos diretamente no corpo ou simulacro de corpo). Entendemos o corpo como o ponto de partida e chegada para o design de moda, o espaço onde as metáforas discursivas têm lugar. Entretanto observamos que este corpo é tratado como um corpo mínimo em sua forma física, seus discursos praticamente inexistem como embasamento criativo e que este corpo responde basicamente às demandas da indústria da moda. Para tanto, investigamos outras questões relativas ao corpo e moda, tais como metamorfoses do corpo, significantes flutuantes, corpo transdutor de signos, géstica e processos criativos no design de moda. Compreendemos o corpo como um significante flutuante – algo que possui significado, embora inexato, já que comporta inúmeras interpretações, sem deixar de ser um potente significante. Propomos a ideia de “policorpo” – um corpo polissêmico, polimórfico, metafórico e mutante – e um aprofundamento de investigação sobre a *moulage* clássica, ao incluir questões simbólicas e discursivas no processo criativo – aqui intitulado de *Moulage* Dialógica. Acreditamos que os “policorpos” e a *Moulage* Dialógica podem ajudar a ampliar o espectro criativo dos designers de moda, especialmente pelo questionamento da ideia vigente de corpo da moda e, assim, dar conta de uma questão, com a qual nos defrontamos ao longo da pesquisa: como vestir os corpos consumidores de moda sem considerá-los somente a partir da ideia de um corpo alto, esbelto, esguio e magro.

**Palavras-chave:** Policorpo. Moda. *Moulage* Dialógica.

## ABSTRACT

This article investigates the centrality of the human body in creative processes in fashion. By exploring how the human body and its image materialize in contemporary culture, it aims to understand how fashion designers can enhance their creative processes. Guided by the methodology of strategic design, with a transdisciplinary and dialogic character, this article starts with the investigation of the body - physical and discursive - and culminates in proposals for the reinterpretation of the body and classical *moulage* (creative process of molding tissue directly on the body or simulacrum of body). We understand the body as the starting and finishing point for fashion design, the space where discursive metaphors take place. However, we observe that this body is treated as a minimal body in its physicality, its speeches [voice?] virtually nonexistent as a creative basis, responding only to the demands of the fashion industry. For that, we investigated other issues related to the body and fashion, such as body metamorphoses, floating signifiers, sign-transducing body, gestures and creative processes in fashion design. We understand the body as a floating signifier – something that has



meaning, albeit inaccurate because of so many possible interpretations, while still being a potent signifier. We propose the idea of 'polybody' - a polysemic, polymorphic, metaphorical and mutant body - and an indepth investigation of the classical moulage, by including symbolic and discursive issues in the creative process - referred to here as 'Dialogical Moulage'. We believe the 'polybodies' and 'Dialogical Moulage' can help broaden the creative spectrum of fashion designers, especially by questioning the prevailing idea of the fashion body and, thus, addressing an issue we faced throughout the research: how to dress the bodies that consume fashion without considering them only from the idea of a tall, slender, slim and lean body.

**Keywords:** Polybody. Fashion. Dialogic *Moulage*.



## 1 INTRODUÇÃO

O ponto de partida desse artigo é o desejo que os designers têm de explorar e expandir as possibilidades criativas de seus processos. Uma das formas dessa almejada expansão pode ocorrer através da articulação criativa que abrange, entre outros aspectos, visões de mundo, percepções de tendências e constante busca pelo novo. A partir disso, entendemos que os designers de moda poderiam qualificar seus processos criativos se reunissem condições de elaborar projetos capazes de expressarem também a sua visão de mundo e de cultura, além de percepções dos movimentos de tendências e os seus anseios comunicacionais.

Em busca do novo – e do inovador – na moda, o designer encontra-se flutuando no espaço entre interpretações do corpo, dos processos criativos, da sociedade e também da própria moda. Inquietações sobre o entendimento do corpo (imagem e discurso) e processos criativos em moda nos possibilitaram tentar compreender de que maneira, a partir dos questionamentos sobre como o corpo e sua imagem se materializam na cultura contemporânea, os designers de moda podem potencializar processos criativos para a construção de caminhos futuros para a moda.

Assim, adotamos a perspectiva humanística e o entendimento da filosofia do design em sua relação com a prática projetual no campo do design de moda, de característica multiplicadora e articuladora de diálogos transdisciplinares, pela metodologia do design estratégico. Ou seja, múltiplos olhares na investigação de atividades criativas, plurais e mutantes (como é o design de moda) oferecem possibilidades mais abrangentes de organização e de interpretação de dados em relação ao objeto de pesquisa (BECCARI, 2015).

As premissas colocadas indicam uma complexa articulação de significados, sensibilidades, valores éticos, questões estéticas e manifestações culturais que ajudam a definir movimentos contínuos de reflexão (crítica), que parte da prática projetual e ruma para possibilidades de inovação no design de moda, já que propomos relacionar a construção de sentido na moda aos fenômenos ligados ao corpo e às questões interpretativas dos designers. Um desses fenômenos é o culto ao corpo e ao novo, que podem ser considerados fenômenos culturais incorporados às construções de sentido na moda, como as inúmeras interpretações sobre os corpos ou sobre as roupas que os cobrem, que manifestam a busca pelo novo da moda – pois caracterizam um corpo físico e discursivo (BARTHES, 2009).

Partimos, então, do que justifica a moda: o corpo. Consideramos que o corpo padrão na moda não passa de uma construção cultural que, ao longo da história, objetivou valorizar diferentes formas e proporções de acordo com padrões vigentes em seu tempo-espaço. Em relação à indústria da moda atual (apesar de alguns movimentos de ruptura), podemos afirmar que o corpo considerado “da moda”



tem características claras: magro, alto, esguio e longilíneo. Adotamos, então, essa definição de “corpo da moda”, uma vez que, através de sua forma estética e sua significação, este corpo pode expressar visões de mundo e, não raro, afetá-las.

São significativas as relações entre o processo criativo que os designers de moda estabelecem a partir de suas percepções sobre os corpos e expressam sob a forma de vestimentas (peças ou coleções de moda). Portanto, nesse cenário, a interpretação dos corpos existentes, suas imagens e seus discursos configuram-se como elementos fundamentais – de partida, mas também de chegada da moda.

Através da articulação de diversos dados coletados ao longo de nossa investigação de mestrado, identificamos o protagonismo de uma técnica clássica para a criação em moda, utilizada por criadores desde que a moda atingiu o status de indústria: a *moulage* – uma forma de diálogo direto entre o designer e o corpo a ser vestido. No desenvolvimento da pesquisa, compreendemos que uma *moulage* mais dialógica ainda, além de livre em suas relações, permite aos próprios designers subverter a sua técnica tradicional e vislumbrar uma nova *moulage*, que possa contemplar também questões simbólicas e subjetivas, além dos aspectos técnicos ou de efeito visual. Dessa maneira, surgem possibilidades de novos caminhos criativos para a moda, pois a *moulage* é uma técnica que utiliza – além da proximidade corpodesigner – outros elementos como: a tridimensionalidade deste corpo como elemento fundamental e estético; a possibilidade de alterações do desenho ou conceito criativo original, em movimentos críticos e metaprojetuais; interpretações e reinterpretções – inúmeras – do corpo através da potencialização do diálogo entre corpo, designer e materiais (tecidos, principalmente), incluindo também os aspectos simbólicos e mais ligados às sensibilidades e aos processos criativos.

Nossa proposta de olhar para processos criativos como a *moulage* tangencia também outras sensibilidades inerentes às atividades criativas contemporâneas, como, por exemplo, as percepções do olhar interpretativo – pois traz questões relativas às metamorfoses do corpo, aos movimentos físicos/espaciais deste corpo e aos seus significados na moda. As metamorfoses e os movimentos implicados por essas mudanças nos levam a considerar o corpo um objeto transmutante, conceito que se expressa na géstica e nos corpos que se transformam ao longo do tempo, mas que, em sua forma idealizada, permanecem como referenciais históricos na moda (GIL, 1997). Assim, passamos a considerar o corpo como algo múltiplo, difuso, em constante movimento e mudança (senão física, simbólica): aqui proposto como um ‘policorpo’ – polissêmico, polimórfico, metafórico e mutante.

Ou seja, estruturamos nosso percurso de pesquisa a partir das perspectivas temáticas – corpo e moda – operadas pela metodologia do design estratégico e articuladas em processos dialógicos teóricos e práticos que possibilitaram a construção de um cenário futuro onde a *moulage*, ressignificada e valorizada, passa a ser o principal processo criativo para o aprofundamento dos diálogos (simbólicos e práticos) entre



os 'policorpos', as matérias primas (tecidos, principalmente), os designers e o tempo-espaço onde todos se encontram.

## 2 DESIGN ESTRATÉGICO E INOVAÇÃO

O design estratégico promove e propõe novos movimentos para o campo do design como um todo - aqui, especialmente, para o design de moda - pois articula fenômenos de ordem cultural, social e política com a construção coletiva de conhecimentos em busca de inovação. Para Francesco Zurlo (2010), o design estratégico, além de apresentar-se como uma metodologia que convive com situações projetuais e metaprojetuais, configura-se igualmente como um sistema aberto, de característica transdisciplinar e de articulações colaborativas realizadas entre diferentes pontos de vista e atores distintos, em prol do desenvolvimento de projetos de design. Sob este olhar, o designer estratégico passa a ser uma espécie de *maestro* que propõe e organiza o diálogo entre várias partes, reúne atores com diferentes *expertises* e talentos para gerar atividades processuais criativas capazes de construir propostas de ruptura ou inovação. Cabe a este *maestro* dar maior ou menor presença, na peça musical, a cada som produzido, o qual pode inclusive mudar ao longo da performance musical. Mudanças geram espaços, e então surge a possibilidade de fazer com que, com habilidade e estratégia, questões conflitantes sejam organizadas de maneira a construir-se um projeto comum.

Por outro lado, entendemos que o conceito de inovação no campo do design pode encontrar-se também ligado às propostas de (re)definição de significados e às questões simbólicas inerentes a um produto ou serviço em relação ao seu usuário - em tempo e espaço determinados. Ou seja, entendemos a inovação para além da tradicional tríade que estabeleceu, um dia, a forma, a função e a experiência (de natureza interpretativa e perceptiva) como eixos.

Questões simbólicas sempre emergem dessa fruição criativa - entre forma, função e experiência - e podem proporcionar vivências satisfatórias para um consumidor. Contudo, é na articulação de significados na conjuntura processual de projetos em design que outro tipo de satisfação emerge: uma satisfação difusa, particular, de identificação pessoal e ligação próxima com a experiência, pois pressupõe questões íntimas e relacionais. Uma satisfação mais próxima às necessidades afetivas e sensoriais evocadas por projetos de design. Ou seja, pretendemos lançar nosso olhar também sobre outros aspectos que não estejam ligados apenas à tecnologia de materiais ou processos de fabricação, mas à semântica da moda, às sensibilidades do designer de moda, às novas visões sobre o papel da *moulage* nos processos criativos em moda e ao entendimento sobre os (novos) corpos da moda. Em termos de inovação tecnológica, entendemos que novos materiais e processos industriais sempre surgirão. Afinal, a indústria (não apenas da moda) é ávida



por tecnologia e inovação mas são as questões simbólicas subjetivas, facilmente relegadas a um segundo ou terceiro plano, que nos interessam nesse momento. Por mais que o desenvolvimento tecnológico tenha modificado tecnicamente algumas situações ou componentes do sistema vigente da moda (entre os quais a fabricação de tecidos ou o tipo de comunicação), escolhemos abordar a construção de sentido no campo da moda através da interpretação dos sentidos do corpo.

Também consideramos que os aspectos ligados à inovação podem emergir de novos materiais ou tecnologias aplicadas ao campo do design de moda, o que acontece continuamente hoje. De igual maneira, entendemos que a inovação sociocultural relacionada à sustentabilidade se constitui em uma ruptura necessária, presente em diversos estudos e investigações, especialmente no campo do design estratégico. Portanto a inovação no design de moda deve ser mais abrangente do que as características físicas ou de uso de produtos e serviços, vinculando-se à construção de sentido e aos aspectos intangíveis da percepção e da interpretação humanas (VERGANTI, 2012). Dessa forma, entendemos a construção de sentido como uma das questões mais relevantes e inovadoras para o campo do design de moda.

Alguns processos criativos e criações de designers considerados inovadores (cada um em seu recorte de tempo), tais como Yohji Yamamoto e Iris Van Herpen, tornam visíveis alguns pontos abordados aqui. Tanto Yamamoto quanto Van Herpen realizam as suas criações entrelaçando questões tecnológicas – a incorporação da aerodinâmica à modelagem por Van Herpen, por exemplo – e aspectos filosóficos e de interpretação do *zeitgeist* – como algumas criações de Yamamoto que questionam o sentido de liberdade na sociedade contemporânea através de amarrações e restrições dos movimentos do corpo. Assim, a construção de sentidos (da ordem das sensibilidades e da semiose para a produção de sentidos) constituiu-se ao longo dos tempos como um dos componentes mais relevantes de inovação na moda, especialmente por encontrar-se em um campo onde o novo, uma espécie de prenúncio de inovação, e a mudança em si são elementos conceituais recorrentes.

Por outro lado – embora não conflitante – a inovação e a sustentabilidade são conceitos indissociáveis para a construção de um futuro desejável, mesmo na moda. Contudo, a transição para a sustentabilidade exige o início de um processo de aprendizagem que possibilita a concepção de novas formas de produção/consumo a partir de novas visões de mundo. Para tentar que isso aconteça, deve-se propor uma inédita experiência social que permita focalizar, avaliar e discutir as emergentes visões de mundo, as quais seriam mais sustentáveis, mais colaborativas, de caráter *glocal* (tanto local quanto global) – sempre em busca de soluções para um mundo em transformação (MANZINI, 2017). A partir disso, entendemos que a sustentabilidade, pelo seu desejo de um futuro “melhor”, não pode ser considerada uma inovação somente para o campo da moda, tanto na produção quanto no consumo de moda. Neste campo, da moda, pode-se perceber que alguns movimentos nesse sentido diretos e indiretos, estrategicamente articulados e rumo



à sustentabilidade) já estão acontecendo, embora de maneira ainda lenta. Em um primeiro momento, materializam-se em coleções de pequenas marcas, calcadas no trabalho de designers talentosos, mas também podem chegar a criar novas formas de consumo na moda.

### **3 CORPO: SIGNIFICANTE FLUTUANTE**

Nesse ponto, partimos da premissa de que é impossível que o diálogo entre corpo e moda, em algum momento da história, não tenha ocorrido. Mesmo em tempos remotos da humanidade, as vestimentas cumpriam a função de suprir uma necessidade primordial: proteger o corpo, que emitia sinais de estar passando frio, calor, fome ou outra sensação. Esse diálogo sofisticou-se ao longo do tempo e, hoje, pode ser facilmente identificável em coleções apresentadas em desfiles, por exemplo – e que influenciam os próprios projetos corporais. “Na era pós-moderna, a configuração da identidade pessoal é, em um sentido decisivo, um projeto corporal” (SVENDSEN, 2010, p. 84). Assim o corpo simbólico e o corpo físico dialogam na mesma intensidade e constância com a moda, fazendo com que esta relação seja expressa através dos processos criativos da moda contemporânea e seus resultados estéticos em corpos que vivem em constantes metamorfoses.

Apesar do corpo encontrar-se no centro de praticamente todos os níveis da expressão humana, estabelecemos aqui a ideia de que o corpo não é uma espécie de “significante supremo”, mas um “significante flutuante”. Ou seja, é uma espécie de significante que “parece desaparecer sob uma confusão de signos e lógicas estruturais” (GIL, 1997, p. 14) mas que também se configura como uma espécie de elemento propulsor da vida humana nos âmbitos da materialidade física e psíquica, na construção de significados simbólicos e na flutuação de inúmeros códigos e significados, de interpretações abertas e imprevisíveis. Os significados e interpretações, por sua vez, indicam a construção de algum sentido mas alguns signos permanecem sem um ponto de fixação exata no significado (embora estejam ligados a ele e dele não se afastem). São signos de sentidos referenciais movediços, não estáticos – semelhantes à moda, que se constitui a partir de significados mutantes no tempo e no espaço.

Em suas particularidades, mas ligado à sua posição na sociedade, o corpo apresenta-se como um organismo mutante em relação ao recorte de tempo e espaço que estabelecermos. Da mesma maneira, as percepções sobre o corpo também são mutantes: o significado de corpo saudável, por exemplo, não permanece igual ao de um século atrás e, ainda hoje, pode variar de pessoa para pessoa, em recortes de tempo, espaço ou até mesmo de culturas. Portanto não percebemos apenas um sentido referencial, inequívoco e exato no signo corpo, pois simbolicamente o corpo não é um signo “fechado”, mas “aberto”, já que aceita inúmeras interpretações.





Ainda segundo José Gil (1997, p. 16), “o homem distribui signos segundo os cortes que opera no real, classifica, reagrupa, define” e, assim, identifica tudo ao seu redor: seres vivos, coisas já existentes e objetos inventados por ele próprio. Dessa forma constrói, contínua e recursivamente, múltiplas relações entre todos estes significantes e significados. Contudo, nem todas as relações semânticas entre significantes e significados são precisas, identificáveis ou apresentam referências claras e exatas. Existe um espaço de significação que pode ser identificado na própria interrelação entre significados e sentidos referenciais e define aquilo que entendemos por significante flutuante (GIL, 1997).

Nos processos de significação e interpretação, então, o significante apresentase como um elemento conhecido ou algo ao qual o homem já atribuiu um signo. Por sua vez, o significante flutuante encontra-se em trânsito constante no campo do impreciso, no espaço movediço entre o conhecido e o desconhecido. Ou seja, na relação entre significante e significado, surgem os signos, que são toda e qualquer palavra que possua algum sentido, conceito ou código. O significante flutuante, por sua vez, situa-se e move-se precisamente no “espaço vazio” e na “flutuação” entre diferentes códigos. Em casos assim, o homem reconhece a existência de significado, mas não consegue atribuir-lhe um signo claro em algumas situações. Como consequência dessa imprecisão, o homem busca (e encontra) insumos em uma “biblioteca” ou “excedente de significação”, constituído por uma espécie de consciência coletiva e pessoal humana, de forma simultânea, que possibilita a operação semiótica e a articulação entre o conhecido e o desconhecido. Para que tais operações semióticas possam ocorrer, é preciso um agente operador. Entendemos que este agente é o corpo, o maior operador simbólico no campo da moda mas que foi massivamente padronizado ao longo dos anos, para que a indústria da moda tivesse parâmetros corporais que resolvesse a questão de produção em série e em larga escala.

Portanto é o corpo que possibilita a complexa reorganização dos significantes e suas interrelações. O corpo não fala, mas provoca a fala, instiga a interpretação, exige o preenchimento simbólico de lacunas significantes. Gil (1997) utiliza-se do exemplo do mímico, que pretende que os gestos expressem poucos significados para um melhor entendimento da mensagem desejada. O mímico faz com que a expressividade gestual, os movimentos corporais e os signos circunscritos nesse corpo passem a operar dentro de uma outra codificação. Qualquer mímico apresenta conexões entre o seu próprio corpo (através de uma gêstica elaborada, clara e inequívoca) e a biblioteca coletiva do público para fazer-se entender - como se a gêstica estruturasse uma ‘infralíngua’ na qual o corpo é, especialmente na moda, o seu transdutor. Ou seja, parece claro que “o permutador de códigos é o corpo” (GIL, 1997, p. 23).

Atualmente é praticamente impossível que um homem, inserido em qualquer meio (salvo algumas tribos isoladas do contato externo), não possua um conjunto de símbolos e referências culturais preestabelecido e conhecido. Estamos inseridos em uma imensa “floresta de signos” (CANEVACCI, 2009)



e é exatamente por estarmos dentro de uma cultura composta por referências construídas através de inúmeras relações entre significados que conferimos relevância ao significante flutuante. Se essa floresta de signos ao nosso redor gera inúmeras interpretações e significados, logo temos um sem número de significantes flutuantes a considerar. Significantes que operam nos espaços interpretativos dos signos e que, no campo da moda, emergem continuamente nos inúmeros processos criativos.

#### 4 CORPO: MOVIMENTO

Para além do gestual e trejeitos corporais, Castilho e Galvão (2002) afirmam que o corpo se configura como o elemento central de uma grande narrativa da vida humana em sociedade, construída tanto individual como coletivamente. Na construção dessa narrativa, a produção de sentidos aparece claramente nas linguagens que se relacionam de maneira mais próxima ao corpo humano. A géstica corporal – presente em cada movimento do corpo humano – constituiu-se, ao longo da história, no espaço onde mais se tentou identificar a existência de uma linguagem e que se mostra presente em movimentos corporais ou em performances artísticas, como na dança e na acrobacia, mas também em passarelas e desfiles, *performances* comuns na moda (SVENDSEN, 2010; CASTILHO; GALVÃO, 2002). Algumas dessas *performances* exigem movimentos pré-programados, com significados inseridos em uma espécie de infralíngua. Entretanto, o corpo resiste aos apelos científicos para que se possa defini-lo como uma infralíngua, pois a géstica, em âmbitos acadêmicos, necessitaria ser traduzida por algum outro código (palavras ou música, por exemplo), o que tornaria essa tradução apenas aproximada – ou metafórica – já que são “línguas” de naturezas distintas (GIL, 1997). Ainda assim, a partir da ideia de infralíngua, abordamos as gestualidades como uma espécie de ‘língua do corpo’, uma vez que oferecem a possibilidade de expressão e comunicação através dos movimentos – além dos gestos em si, tais como posturas e trejeitos de mãos, de andar, sentar, correr, falar ou vestir. Consideramos que não apenas o corpo está em constante movimento, mas também (e não por mero acaso) a moda e seus discursos.

Consideramos, então, os corpos como polissêmicos, polimórficos, metafóricos (o espaço onde a metáfora tem origem) e transdutores. Os gestos são igualmente polissêmicos e polimórficos – porém, às vezes podem apresentar-se fechados a poucos significados, como nos casos dos mímicos ou na linguagem de sinais. Géstica e corpo encontram-se em íntimo relacionamento, continuamente implicados um pelo outro, constituindo-se em uma combinação infinita de metáforas (pelo movimento de substituição) e metonímias (pelo movimento de inclusão). Na moda, o corpo significa e é (re)significado de maneira constante através de peças de moda, coleções, desfiles, editoriais de revistas e filmes de moda. Dessa forma, a géstica – bem como o corpo – pode ser simultaneamente significante e significado.



Ao concentrar o seu olhar nas metamorfoses apresentadas pelo corpo, Gil (1997) investigou de que maneira o corpo humano atua como o transdutor ideal de símbolos e signos, partindo da premissa de que o ser humano possui, atavicamente, a capacidade de gerar e traduzir os signos construídos. Para o referido autor, alguns rituais primitivos (que ainda existem, especialmente ligados a religiões) configuram-se em tentativas de posicionamento do homem no centro das operações de significação, em especial através da busca por conhecimentos preexistentes, estabelecidos em um “acervo” ou “gramática corporal”. São essas operações de significação que possibilitam colocar em fruição, sempre através do corpo, uma variada gama de conexões de informações e de percepções. Portanto, a geração e a tradução de signos somente é possível pela articulação entre significados e significantes, momento em que surgem também espaço para os significantes flutuantes.

Ao relacionar a teoria de Gil (1997) com o campo da moda, podemos afirmar que o corpo e as roupas sempre estabeleceram este diálogo de mútuas influências. Ao longo dos tempos, incontáveis peças de roupa foram criadas não apenas para cobrir o corpo, mas também para responder questões do campo das sensibilidades para atender desejos por determinadas silhuetas – através de formas, volumes e proporções específicas, por exemplo. O corpo sempre se posicionou como um elemento operador de conceitos, o transdutor de signos de moda. De forma idêntica, a moda nunca deixou de se beneficiar das formas e da imagem do corpo para ser vista, para comunicar algo e para retroalimentar-se, financeira e/ou conceitualmente. Ou seja, tanto a moda influencia o corpo quanto o corpo influencia a moda, pois as roupas são os objetos mais próximos ao nosso corpo, a fronteira entre nós mesmos e o mundo, a fina linha física que nos separa do meio ambiente. Esta linha somente é ultrapassada pelo olhar e pelas percepções de mundo que construímos ao longo de nossas vidas e nos ambientes sociais que frequentamos. Designers referenciais na moda adotam a ideia de diálogo entre corpo e moda através de distintas dinâmicas e fluxos simbólicos, que ultrapassam o material e se aproximam de experiências sensoriais, como observamos em lojas conceituais de diversas marcas (SVENDSEN, 2010).

Assim, observamos que a *moulage* constitui-se em uma das principais técnicas utilizadas em criação de moda, pois contempla a interpretação do corpo através de tecidos em um processo transdutor e dialógico extremamente relevante para os designers. Ou seja, se o corpo é o grande transdutor de signos do mundo em que vivemos, então a *moulage* pode ser considerada, por analogia, a grande transdutora do corpo da moda, em operação realizada pelo olhar, técnico e conceitual, do designer de moda. Entretanto, o processo de transdução e diálogo oferecido pelo corpo não seria completo se não abrangesse o seu movimento e sua géstica. Se movimento e géstica não fossem elementos de suma importância, o corpo poderia ser substituído na *moulage*, sem perdas estéticas, por um simulacro de corpo (ou busto): o corpo que finge ser corpo. Porém, este simulacro não oferece, por exemplo, o movimento, a géstica e os trejeitos



livres e imprevisíveis, os quais são fundamentais para que os designers compreendam questões que ajudam a moldar os corpos consumidores de moda atuais, tanto física quanto simbolicamente.

Ou seja, o corpo humano em movimento é uma linguagem capaz de se expressar através de diferentes manifestações culturais como, por exemplo, o misticismo, a arte ou outras maneiras imprecisas, de significados difusos, interpretativos e mutantes, que variam de acordo com o tempo e o espaço em diferentes culturas. Por isso reiteramos a relevância do conceito de significante flutuante e sua capacidade de representar muitos (ou mesmo quaisquer) significados, pois opera através da subjetividade ou da perspectiva particular de quem os interpreta. No entanto, sempre que o significante flutuante opera, gera um resíduo, que ainda mantém certa energia inerente à sua própria existência e, ao mesmo tempo, faz referência ao todo por ele representado. São resíduos que, em si, podem ser insignificantes em um primeiro momento, mas que ainda carregam toda a potência da energia que empregam quando pertencem a um todo – na moda, o vestido de noiva é um bom exemplo. O corpo, então, também opera a sua comunicação.

## 5 CORPO: COMUNICAÇÃO

Voltamos à questão do diálogo entre corpo e moda sob o olhar de Svendsen (2010), que afirma que corpo e moda sempre estiveram conectados e mantêm-se sob mútua influência e em constante comunicação. O corpo “fala” através de várias expressões simultâneas ligadas a ele próprio, muitas delas ligadas à moda, tais como comportamentos, posturas corporais, estilos de vestir-se e modos de vida. São dois discursos – do corpo e da moda – que conservam as suas próprias especificidades e, na fruição e interação entre eles (através do corpo transdutor), constroem um sujeito único e que, ao mesmo tempo, pertence à uma determinada sociedade ou grupo cultural em um determinado espaço de tempo (CASTILHO; GALVÃO, 2002).

Portanto o corpo apresenta-se como elemento central para a construção e compreensão de distintas identidades, pois opera em um tipo de comunicação diferente da linguagem falada, escrita ou de qualquer outro código explícito – como a moda, por exemplo. Podemos identificar a existência de uma comunicação corporal desempenhada por comunicações múltiplas em sua forma, muitas vezes inverbalizadas ou inverbalizáveis (GIL, 1997; SVENDSEN, 2010; CANEVACCI, 2009). Os estudos de Canevacchi (2009) sobre a polifonia contemporânea, de Gil (1997) sobre o corpo transdutor de símbolos, de Svendsen (2010) sobre moda e filosofia e de Castilho e Galvão (2002) sobre discursos da moda, quando articulados, nos oferecem a compreensão de que o corpo é o centro transdutor de duas diferentes forças relacionadas aos significados e significantes. A primeira dessas forças é de cunho social (institucional e individual) e está



ligada, simultaneamente, à potência do corpo comunitário e à potência do corpo singular. A segunda força é a conexão e a racionalização dos códigos e símbolos, incluindo também interferências de energia não controladas que atuam fora das articulações regulares de códigos, expressas através de manifestações extremas, como, por exemplo, algumas disfunções psíquicas - no campo da medicina - ou estados alterados de consciência - no campo religioso, comuns em comunidades mais primitivas (GIL, 1997).

Os corpos sempre ditaram a organização dos códigos, mesmo nas épocas mais primitivas da civilização e muito antes da indústria da moda estruturar a sua organização no sistema que conhecemos hoje. Eles são, por natureza, corpos livres, ou, pelo menos, infinitamente mais livres do que as imposições dos códigos. Essa liberdade pode produzir um afastamento entre o homem e os códigos existentes como, por exemplo, na dança. As coreografias não se encontram submetidas à interpretação dos códigos apenas em um único sentido. O salto de um bailarino em uma peça ou espetáculo de dança, por exemplo, pode não representar a tradução de um código exato e inequívoco concebido pelo autor da coreografia, pois depende da expressão/técnica corporal individual e de sua interpretação pelo público. Diferentes bailarinos oferecem diferentes posturas e expressões corporais à coreografia, apesar de construírem, juntos, um mesmo sentido em uma peça de *ballet*. Assim como o bailarino, o mímico também utiliza seu corpo em movimento e potencializa a gestualidade para construir sua comunicação com o público. Enquanto o bailarino instiga interpretações mais abertas e polissêmicas, o mímico é mais preciso e menos interpretativo. Contudo, ambos utilizam o corpo, gêstica e movimento como códigos simbólicos em uma "dimensão mímica". Entendemos que a dimensão mímica colabora com estudos acerca do corpo e dos processos criativos no campo da moda, pois encontra-se tanto no corpo em si (nu ou vestido) quanto em *performances* para fotografias, filmes e peças publicitárias.

Dessa forma, no que diz respeito ao corpo comunicacional, procuramos fortalecer o diálogo do corpo nu com o corpo vestido. No entanto, esse diálogo somente se torna relevante no campo da moda quando interpretado e representado pelo corpo vestido. Em outras palavras, o corpo precisa ser vestido: quanto mais significado atribuímos ao corpo vestido, mais significado igualmente atribuímos à nudez e às nuances conceituais das coleções de moda, que incluem corpos pouco vestidos ou mesmo não vestidos. Por essa perspectiva, o corpo tornou-se um veículo especialmente privilegiado, pois faz parte do sistema da moda que, por sua vez, não tem sentido sem o corpo e tampouco sem a roupa (SVENDSEN, 2010).

Neste momento, podemos incluir Barthes (2009) por sua definição de vestuário a partir de três estruturas básicas: a plástica (imagem: fotografia, filmes, comerciais), a verbal (textual) e a real (o vestuário em si) – e a moda como uma translação comunicacional: "para um mesmo objeto (um vestido, um *tailleur*, um cinto) três estruturas diferentes - uma tecnológica, outra icônica e uma terceira verbal" (BARTHES, 2009, p. 5). A estrutura tecnológica materializa-se no vestuário em si, pois se encontra na estrutura



matriz de onde derivam as outras duas. Svendsen (2010) apresenta entendimento semelhante ao de Barthes (2009), ao afirmar que o sistema da moda está estruturado a partir de três partes: a “roupa real” (a peça de roupa física fabricada e utilizada), a “roupa representada” (em exibição na mídia, em campanhas e matérias) e a “roupa usada” (a roupa que é comprada e vestida). Em suma, através das articulações e dos processos criativos que envolvem a roupa real (tecnologia), a roupa representada (ícone) e a roupa ‘falada’ (verbal), podemos compreender os diferentes estilos e formas de construção do vestuário para os inúmeros corpos existentes hoje.

Dessa forma, o design de moda é uma das expressões criativas que mais utiliza o corpo físico discursivo, transmutador/transmutado em peças de moda e suas variantes sociais, dos *fast fashions* de grandes redes online ou lojas de departamentos até os exclusivos *ateliers* de alta costura ou de pequenas marcas autorais.

## 6 CORPO: MODA

Algumas publicações, como a revista de arte contemporânea *Nin* (GICOVATE; GALEFFI, 2015), e também designers contemporâneos de moda como Régis Duarte, definem o corpo na moda como “veículo da arte”. Outros, como a designer Greice Antes, consideram-no um “veículo da alma”. Independente das pequenas variações na tentativa de definição do que vem a ser o corpo na moda, entendemos que as construções de sentido podem ser representadas tanto pelos artefatos (resultado final de um projeto em moda) quanto pelos processos criativos que envolvem algum tipo de diálogo entre três partes - corpo, moda e design (operada pelo designer). Estas questões relacionadas ao corpo físico e às interpretações deste corpo intercalam-se constantemente em todos os momentos dos processos criativos.

Atualmente uma das grandes indústrias globais, a moda expandiu-se após a Segunda Guerra, determinando, neste crescimento, um padrão referencial para a indústria: um corpo esbelto e jovem, tanto masculino quanto feminino. Este padrão corporal ajudou na organização de produção do vestuário (ou moda) em série - tudo com o intuito de estabelecer um ritmo industrial. Em decorrência disso, vemos grandes magazines que vendem diariamente peças criadas para o maior número possível de corpos, pois isso representa vendas mais substanciais.

Segundo Lipovetsky (2009), nos dias atuais, a moda já não se posiciona mais como um enfeite estético ou acessório social da vida coletiva, pois se tornou hegemônica e influenciadora a partir de uma indústria atuante em todas as camadas sociais. De certa maneira, a moda chegou ao topo de seu poder e influência na sociedade e, desde este momento, encontra-se à procura de novos horizontes, caminhos e estruturas de negócios, mas também busca novos corpos para vestir.



O corpo, ainda que padronizado em referências temporais de estilo e identidade, configura-se como o principal veículo da moda. Na vida contemporânea – fluida, vulnerável e mutante –, somos praticamente incapazes de manter a mesma identidade (inclusive corporal) por um longo período de tempo. Atualmente o corpo, historicamente o elemento central para o campo da moda, não segue mais os padrões de alguns anos atrás, embora pouco tenha se afastado da ideia de um corpo alto, esbelto, longilíneo e magro. Portanto, nosso olhar procura dar luz aos corpos existentes hoje e sua capacidade de *fala* – tanto corpos “padrão” para o mercado e indústria da moda, como uma infinidade de outros corpos, com suas peculiaridades, deformidades, proporções e características particulares, muitas vezes bastante diferentes de qualquer tentativa de padronização.

## 7 POLICORPO: IMAGEM

São muitas as nuances e as dimensões da imagem no campo da fotografia, desde experimentos de cunho artístico (e, portanto, interpretativo) até fotografias para simples manuais de instruções, caracterizados por serem inequívocos, claros e diretos. Entre esses dois pólos, uma inesgotável gama de usos e expressões fazem da fotografia não apenas um suporte do texto verbal, mas também da imagem, de certa forma em entendimento semelhante ao que damos aqui à *moulage*: um suporte físico e também simbólico para o corpo dessa investigação. Não entendemos a fotografia somente como técnica de registro de experiências ou suporte aos textos verbais da coleta de dados. Ao contrário, a produção de imagens fotográficas ajudou a estabelecer inúmeras conexões criativas de um dos autores deste artigo, que tem na fotografia sua atividade profissional. Portanto a fotografia encontra-se no âmago dessa investigação, ao ofertar poderosas sínteses das conexões cognitivas, psicológicas, emocionais e intelectuais de todos os processos de investigação e construção de conhecimentos aqui presentes. Em outras palavras, a centralidade da fotografia manifesta-se tanto na operação de conhecimentos oriundos dos processos de pesquisa quanto na produção de novos saberes acerca do corpo e da moda contemporânea. Além disso, é relevante destacar a sua onipresença nas estratégias de comunicação de marcas e designers de moda que, em tempos atuais, ‘navegam em mares’ de grande poluição semântica, com extrema rapidez para o descarte de mensagens, necessitando mais do que nunca do poder de comunicação e da síntese das imagens, sejam elas fotográficas, artísticas ou cinematográficas.

As fotografias apresentadas – frutos de montagens de imagens de corpos – não pretendem ser representações fixas desses corpos, mas apenas imagens referentes a um recorte determinado de tempo e espaço: Porto Alegre, janeiro de 2020. Compreendemos que os corpos são organismos mutantes, em constante transformação física (volumes, formas, proporções) realizadas através de ininterruptas



operações simbólicas. Os corpos expressam-se e demonstram formas de entender o mundo. Da mesma maneira que o corpo físico, seus discursos também se transformam em novos discursos, seus desejos em novos desejos e seus pontos de vista em novas visões de mundo (BARTHES, 2015).

Portanto, não entendemos o corpo constituído pela dicotomia entre questões físicas e questões discursivas. Percebemos o corpo como uma unidade, um espaço em que múltiplas relações entre este corpo (matéria e movimento) e processos de significação (discurso) acontecem também em relação a outros corpos e ao ambiente em que se encontram, dentro de uma “ecologia de relações” de mútuas e simultâneas influências, expressas através de imagens (BATESON, 1979).

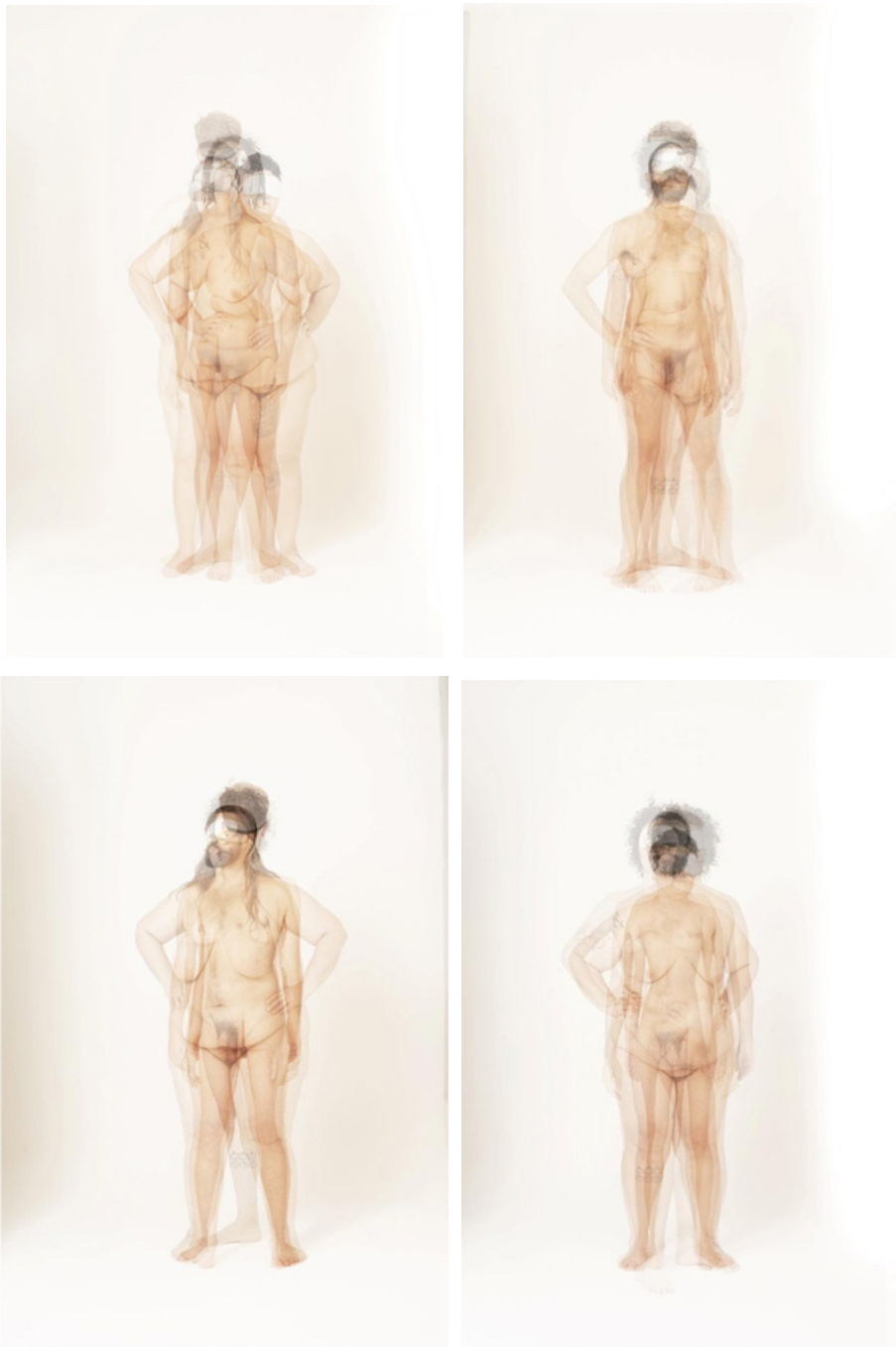
As imagens fotográficas produzidas para esse estudo são representativas de corpos que existiram mas já não são mais os mesmos corpos fotografados, tanto no aspecto físico quanto no simbólico. Apresentamos aqui quatro das cinco montagens de imagens de corpos polissêmicos e polimórficos, fotografados pelo autor em estúdio e sobrepostos em *software* de edição (Adobe Photoshop). As sobreposições de corpos distintos que formam outros ‘policorpos’, que representam a polissemia e a polimorfia dos corpos existentes hoje, os quais os designers de moda devem interpretar, projetar e vestir. Os conceitos de polimorfia e polissemia constituem-se em questões fundamentais para a compreensão e interpretação dos corpos no campo do design de moda, ainda mais na conjuntura atual da sociedade, em que a superprodução de imagens e o excesso semântico alimentam e são alimentados pela comunicação de massa, pilar do sistema da moda, segundo Lipovesty (2009).

Através dessas imagens, pretendemos oferecer uma melhor visualidade da forma que compreendemos os “policorpos” – polifórmicos (variadas formas mutantes) e polissêmicos (variadas interpretações possíveis). É na inter-relação entre múltiplos corpos (físicos e discursivos) que novas formas e discursos podem e devem emergir. Procuramos representar, sinteticamente, aquilo que denominamos como “policorpo”: polimórfico, polissêmico e de significações flutuantes e relacionais, além de possuir relevância central para a moda contemporânea e para novas interpretações dos corpos pelos designers. Compreendemos, portanto, que estes “policorpos” devem pautar os processos criativos dos designers de moda no futuro.





Figuras 1, 2, 3 e 4 – Policorpo – polissêmico e polimórfico



Fonte: Realizadas pelo autor.



## 8 CENÁRIO: POLICORPO E *MOULAGE* DIALÓGICA

A partir da ideia de “policorpos” articulada com os dados coletados, de toda a ordem e natureza, ofereceram elementos suficientes para a ressignificação da *moulage* tradicional (ou clássica). Entendemos que o cenário proposto possibilita e promove amplo e profundo diálogo entre os designers de moda, as matéria prima da moda (tecidos) e os ‘policorpos’, pois trata de questões físicas e de questões simbólicas ligadas às formas de vida e visão de mundo. Para o aprofundamento deste diálogo amplo – a partir da ressignificação não somente do corpo e da *moulage*, mas também do papel do próprio designer de moda –, articulamos a transdisciplinaridade do design com outros campos que apresentam afinidade com a moda ou o próprio design. Em síntese, buscamos a formação de um designer de moda transdisciplinar, estratégico e dialógico, capaz de articular aspectos técnicos e simbólicos em seus processos criativos.

A construção do cenário proposto surge a partir das fruições e articulações entre os próprios ‘policorpos’; entre ‘policorpos’ e designers; e/ou entre designers, “policorpos” e sociedade. Assim, estabelecemos o percurso criativo deste cenário a partir da identificação de polaridades para a consequente definição do *concept* (ou motivação): de que maneira pode-se reposicionar a *moulage* como o principal processo criativo em moda contemporânea. Para tanto, precisamos nos distanciar do conceito de *moulage* como uma ferramenta para desenvolvimento de processos criativos relacionada apenas à pura técnica, à habilidade manual ou à prática para solução de problemas pontuais ou produção de efeitos visuais. Pretendemos, assim, ampliar a presença da *moulage* nos processos criativos em moda. Em nosso entendimento, ela se configura como o único processo criativo que, ao ocupar espaços entre signos, em movimento análogo ao significante flutuante, é capaz de transitar, de modo dialógico e simultâneo, entre todas as polaridades definidas: *ethos* x processos criativos em moda e designer x corpo. Propomos um cenário que leva em consideração os conceitos e as práticas criativas futuras no design de moda.

A fim de representar o caminho proposto, denominamos o cenário de ‘*Moulage* Dialógica’, que pretende ser um amplo e abrangente processo criativo no qual os designers vislumbram as bases culturais, intelectuais e simbólicas dos ‘policorpos’ (anteriormente apresentados), conectando-se também às suas próprias bases e à conjuntura em que se encontram. Dessa forma, pretendemos oferecer aos designers de moda a possibilidade de investigações mais amplas sobre os ‘policorpos’, com o objetivo de construir interpretações mais livres e mais criativas em futuros projetos no design de moda.

Pela ressignificação da *moulage* tradicional em um processo mais profundo (‘*Moulage* Dialógica’), os designers têm a possibilidade de vislumbrar, construir e explorar percursos criativos novos no campo do design de moda, especialmente através da ampliação do seu olhar conceitual sobre as questões simbólicas da moda e do espaço-tempo em que vivemos. Acreditamos também que, através de uma nova *moulage*,



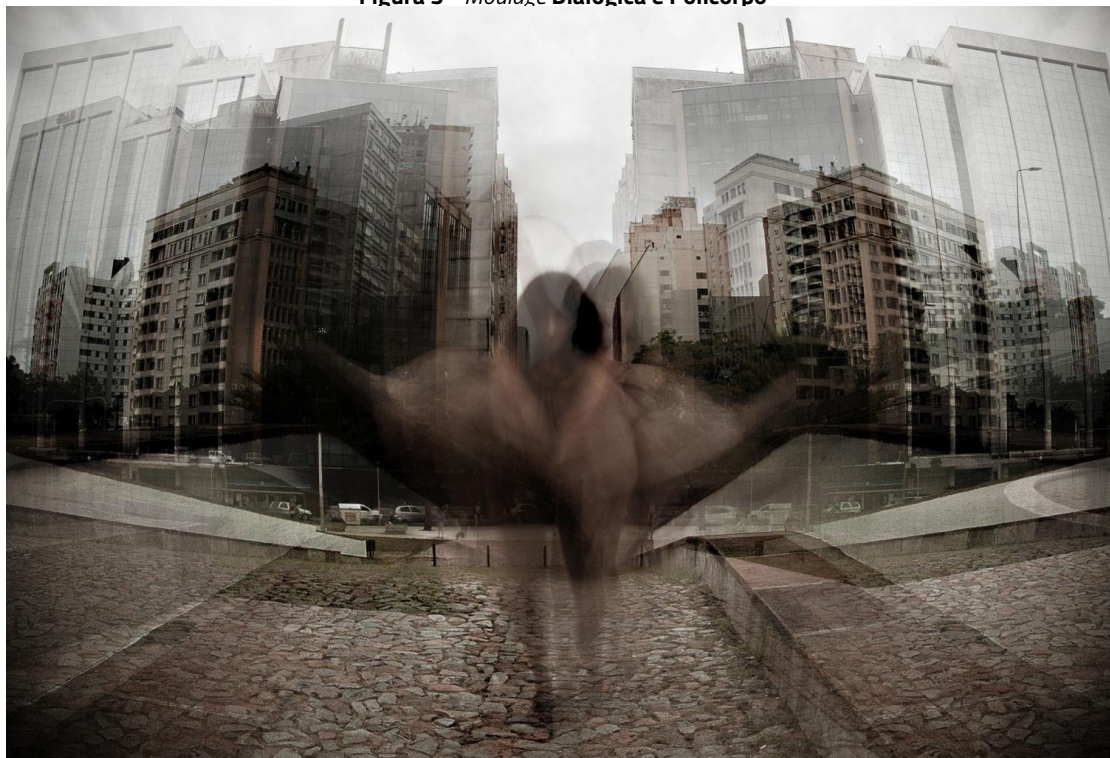
seja possível estabelecer diálogos simbólicos com os 'policorpos' (e não apenas material - corpo/tecido/designer), permitindo, assim, o surgimento de um qualificado suporte para projetos em design de moda, em especial no âmbito de marcas de moda de pequeno porte, calcadas na visão de mundo dos designers que, via de regra, são a alma e o motor criativo dessas marcas.

Neste momento podemos abordar as qualidades essenciais de um designer, de acordo com Zurlo (2010) em conexão com Canevacci (2009), pois são abordagens que entendemos como complementares: *ver, prever, fazer ver* (ZURLO, 2010) e *fazer-se ver* (CANEVACCI, 2009). Essas qualidades, de compreensão urgente e essencial para um designer em formação, configuram-se como uma das chaves para a ressignificação da *moulage* tradicional, com maior protagonismo e relevância do que atualmente ocorre. Por conseguinte, a formação e atuação profissional de um designer de moda deve, em nossa visão, dar maior ênfase às questões semânticas e simbólicas do design de moda, um campo recente nas Ciências Sociais e ainda em construção – assim como está em construção o próprio campo do design como um todo.

Para expressar visualmente o cenário, a imagem abaixo reafirma a ideia dos 'policorpos' como corpos indefiníveis, mutantes, em constante movimento, múltiplos, difusos, polimórficos, polissêmicos e de significações flutuantes em uma conjuntura igualmente em movimento, representada por um elemento urbano também mutante e em transformação, que emanam e promovem um sem número de relações simbólicas que, por sua vez, tem origem tanto nos 'policorpos' quanto no ambiente/conjuntura em que eles se encontram. Assim, os designers podem oferecer o suporte necessário para o desenvolvimento de processos criativos robustos para o design de moda atual e futuro.



Figura 5 - *Moulage* Dialógica e Policorpo



Fonte: Realizada pelo autor.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo corresponde à investigação científica em nível mestrado acerca de quatro aspectos que, por meio de conexões e articulações de natureza dialógica, foram operados pela metodologia do design estratégico: corpo, moda, processos criativos e designers de moda.

Moldamos a pesquisa a partir da ideia de que o corpo da moda vigente pode ser questionado e ressignificado a fim de ampliar e potencializar os processos criativos já utilizados pelos designers de moda. Para tanto, investigamos os processos de significação do corpo através de autores ligados ao campo da linguística e da semiótica, que estruturaram a ideia de corpo como transdutor de signos dessa pesquisa. Ou seja, é no corpo que a moda acontece e é significada.

Como é o homem que dá significado a tudo que percebe, também é o homem que significou e ressignificou o corpo da moda ao longo dos tempos. Desde o final da Era Vitoriana até hoje, o corpo referencial vigente no sistema (e indústria) da moda é um corpo alto, magro, esbelto e longilíneo. No



entanto, tratamos o corpo pela sua totalidade: o corpo físico também é discursivo e mutante – a cada dia, um novo corpo. Ou seja, trata-se de um ‘policorpo’: polissêmico (muitos significados), polimórfico (muitas formas) e em constante movimento. O conceito de ‘policorpo’, que opera através de metamorfoses corporais, processos de significação flutuantes e difusos, movimentos corporais e géstica, em articulações simbólicas, nos levou a compreender uma característica elementar do corpo humano: a capacidade de configurar-se como o grande transdutor de códigos da sociedade. É através do corpo que os códigos são transmutados em comunicação, imagem, verbo, conceito, visão de mundo.

Portanto, hoje, compreendemos que é nos ‘policorpos’ que a moda acontece e é ressignificada.

Ao abordarmos os significados do corpo em suas dimensões físicas e discursivas por intermédio de entrevistas e registros de toda a ordem, percebemos um oxímoro recorrente tanto nos processos criativos de designers de moda difusos (sem formação acadêmica em design de moda) quanto nos processos criativos de especialistas (formados em design de moda): os designers entrevistados afirmam criar para todos os corpos existentes na sociedade, mas, quando investigamos seus processos criativos, observamos que o corpo referencial inicial desses processos criativos (seja em desenho plano, desenho tridimensional ou em *moulage*) é, em sua maioria, um corpo alto, magro, esbelto e longilíneo. Ou seja, o corpo referencial ainda é o corpo remanescente – e pouco alterado – da Era Vitoriana. A ideia de um corpo da moda com estas características físicas encontra-se solidificada no ensino e na prática criativa no design de moda através de inúmeras imagens e fotografias. Representa uma ideia de corpo (da moda) incapaz de contemplar outros tipos de corpos a não ser os corpos referenciais adotados pelos designers de moda desde o século XIX.

A investigação sobre os significados do corpo e suas interpretações nos levou a observar um processo criativo que aparece em praticamente todos os processos dos designers de moda contemporâneos entrevistados, bem como outros referenciais na indústria atual: a *moulage*. A prática da *moulage* promove e potencializa o diálogo entre o que denominamos ‘policorpo’ e o designer de moda, colocando ambos em contato direto. Contudo, a *moulage* ainda é compreendida e utilizada na prática contemporânea, via de regra, como ferramenta criativa e não como um processo criativo metaprojetual de amplas possibilidades projetuais. Por seu caráter dialógico e interpretativo – e por conectar o ‘policorpo’ diretamente ao designer de moda através da manipulação não apenas de tecidos, mas também de significados – entendemos que a *moulage* pode oferecer para a moda algo de extrema importância: a compreensão do ‘policorpo’ como uma totalidade física (matéria, forma, proporções) e discursiva (significados, interpretações, percepções).

O percurso de pesquisa nos levou a entender questões simbólicas e de significação, especialmente no que tange àquilo que definimos como ‘policorpo’: é matéria, mas é discurso e também é a relação entre essas partes. O design de moda é uma das expressões comunicacionais mais diretas entre ‘policorpo’ e



sociedade, pois os 'policorpos' não só comunicam conceitos como provocam e instigam a construção de visões mutantes de mundo, já que dependem do tempo e do espaço da sua existência. Assim, a *moulage* confirmou o seu protagonismo e se apresentou como o principal e mais dialógico processo criativo no design de moda contemporâneo, visto que articula *expertises* e formas de vida dos designers com as características físicas e discursivas dos 'policorpos' – aqui proposta como '*Moulage* Dialógica'.

A fotografia, então, passa a ser um elemento gerador de conhecimentos e de conceitos, e não apenas uma síntese visual dos conceitos verbalizados no texto. A fotografia encontra rara centralidade em pesquisas acadêmicas. Neste estudo, a fotografia adquire o *status* de ferramenta projetual fundamental para as operações metodológicas propostas. Através das imagens dos 'policorpos' e do cenário apresentados, conseguimos explicitar visualmente conceitos estéticos importantes como, por exemplo, o 'policorpo'. Portanto, para essa pesquisa, a fotografia ultrapassa a condição de ser apenas um apoio visual aos argumentos aqui colocados, e transforma-se em uma importante fonte geradora de movimentos comunicacionais, ou seja, dados, interpretações e semioses. A comunicação é um dos pilares estruturais do sistema da moda vigente hoje. Cada vez mais a imagem estrutura a comunicação de moda, seja através de fotografias, seja em virtude de outras formas de expressões imagéticas, bidimensionais, tridimensionais, estáticas ou em movimento.

Além da ideia de 'policorpo', apresentamos a proposta de '*Moulage* dialógica' que traz junto uma mudança no papel do designer de moda, que passaria a atuar como um designer de moda de cunho estratégico. Em outras palavras, ele seria um "maestro", alguém que articula os sons dissonantes dos processos criativos surgidos no design de moda em prol de um projeto seu.

Para que os designers de moda tenham a capacidade de atender demandas e desejos dos novos corpos (ou 'policorpos') da moda, é preciso que os designers reconheçam e compreendam tanto a constituição física quanto discursiva de seus processos criativos. A partir do autoconhecimento de seus processos criativos, os designers são capazes de reunir outros conhecimentos para, assim, promover significações simbólicas que, através da '*Moulage* Dialógica', possibilitam ressignificar e potencializar inúmeros processos criativos que emergem do diálogo direto com o 'policorpo' – físico e discursivo. Desta maneira, acreditamos que o novo designer de moda se torna mais apto a enfrentar os inéditos e instigantes desafios criativos do sistema da moda, sempre em busca do novo e da inovação na moda.

Por fim, ainda que novos estudos acerca do corpo sejam necessários, acreditamos na força do cenário proposto, no qual os processos criativos mais potentes não permitem fórmulas ou modelos criativos fechados ao construírem metaprojetualmente diálogos diretos entre 'policorpos' e designers de moda. É sobre estes corpos ou 'policorpos' – difusos, mutantes, polimórficos, polissêmicos, transdutores e, essencialmente, dialógicos – que os novos designers de moda devem debruçar-se e dedicar seus



esforços para investigar, compreender e projetar para eles. Entendemos, assim, que um dos potenciais caminhos criativos e inovadores para o design de moda é a '*Moulage* Dialógica'.

## REFERÊNCIAS

BATESON, Gregory. **Mente e natureza**. Rio de Janeiro: Francisco Alves Editora, 1979.

BARTHES, Roland. **O Sistema da moda**. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

BECCARI, Marcos Namba. **Articulações simbólicas**: uma filosofia do design sob o prisma de uma hermenêutica trágica. São Paulo: USP, 2015.

CANEVACCI, Massimo. **Comunicação visual**. São Paulo: Brasiliense, 2009.

CASTILHO, Kathia; MARTINS, Marcelo M. **Discursos da moda**: semiótica, design e corpo. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2008.

CASTILHO, Kathia; GALVÃO, Diana. **A moda do corpo, o corpo da moda**. São Paulo: Esfera, 2002.

GICOVATE, Leticia; GALEFFI, Alice. **NIN**: Naked for no reason. Rio de Janeiro: Guarda-Chuva, 2015. v. 1.

GIL, José. **Metamorfoses do corpo**. Lisboa: Antropos, 1997.

IRISVANHERPEN. Disponível em: [www.irisvanherpen.com](http://www.irisvanherpen.com). Acesso em: 18 dez. 2019.

LIPOVETSKY, Gilles. **O Império do efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

MANZINI, Ezio. **Design**: quando todos fazem design: uma introdução ao design para inovação social. São Leopoldo: Ed. Unisinos, 2017.

MANZINI, Ezio. Design cultures and dialogic design. **Design Issues**, [S.l.], v. 32, n. 1, Winter, 2016.

SVENDSEN, Lars. **Moda**: uma filosofia. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

VERGANTI, Roberto. **Design-driven innovation**: mudando as regras da competição. São Paulo: Canal Certo, 2012.

ZURLO, Francesco. Design Strategico. *In*: \_\_\_\_\_. **XXI Secolo**. Roma: Enciclopedia Treccani, 2010. v. 4.