

**FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA**  
**CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA**  
**CURSO DE GRADUAÇÃO EM DESIGN**  
**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

**LORENA BEATRIZ VIANA CARVALHO**

**FOTOLIVRO: EDITORIAL DE MODA DOS ANOS 2000**

**VOLTA REDONDA**

**2023**

**FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA**  
**CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA**  
**CURSO DE GRADUAÇÃO EM DESIGN**  
**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

**FOTOLIVRO: EDITORIAL DE MODA DOS ANOS 2000**

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado ao Curso de Design como  
requisito para obtenção do título de  
Bacharel em Design.

Aluna:  
Lorena Beatriz Viana Carvalho

Orientador:  
Professor Silvio Machado

**VOLTA REDONDA**

**2023**



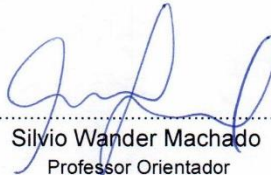
Construindo o futuro **com você.**

## FOLHA DE APROVAÇÃO

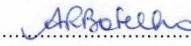
Trabalho de Conclusão de Curso intitulado, FOTOLIVRO: EDITORIAL DE MODA DOS ANOS 2000. Elaborado por LORENA BEATRIZ VIANA CARVALHO apresentado publicamente perante a Banca Avaliadora, como parte dos requisitos para conclusão do curso de Design.

Aprovado em 29 de novembro de 2023

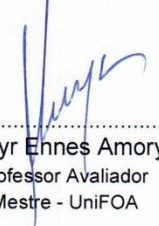
### Banca Avaliadora



Silvio Wander Machado  
Professor Orientador  
Mestre UniFOA



Aline Rodrigues Botelho  
Professora Avaliadora  
Doutora - UniFOA



Moacyr Ennes Amorim  
Professor Avaliador  
Mestre - UniFOA

Sede Administrativa:

 Campus Universitário  
Olezio Galotti

Av. Daurio Peixoto Aragão, 1325, Três Poços | Volta Redonda - RJ  
T: (24) 3340-8400 | Cep: 27240-560

## DEDICATÓRIA

Para mim mesma.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a minha mãe, Lucimar Viana, e aos meus queridos amigos que me ajudaram durante essa fase. Agradeço também ao meu gato Frederico que me deu forças e me fez feliz durante todo o período da minha graduação.

## RESUMO

Este projeto sobre a moda dos anos 2000 oferece uma análise aprofundada da moda, estilo e cultura da primeira década do século XXI. O projeto busca compreender e documentar as principais tendências, influências e marcos que moldaram a moda nesse período. Ele examina como celebridades, músicos e figuras públicas influenciaram a moda, assim como a influência da cultura pop e da tecnologia na forma como as pessoas se vestiam e se expressavam. Além disso, o projeto explora a evolução das roupas e do estilo ao longo da década, desde o início marcado por cores vibrantes, estampas arrojadas e cós baixos até a transição para uma estética mais sofisticada nos anos finais. O processo de criação envolveu pesquisa aprofundada sobre tendências e influências da moda dos anos 2000, seguida pela seleção criteriosa de imagens e conteúdo relevante para contar a história da década. O resultado foi um fotolivro cativante que mergulhou profundamente na moda dos anos 2000, documentando tendências, influências e a evolução do estilo ao longo da década, com um layout autêntico que misturou elementos vintage e contemporâneos.

## **ABSTRACT**

This project on the fashion of the 2000s offers an in-depth analysis of the fashion, style and culture of the first decade of the 21st century. The project seeks to understand and document the main trends, influences and milestones that shaped fashion in this period. It examines how celebrities, musicians and public figures influenced fashion, as well as the influence of pop culture and technology on the way people dressed and expressed themselves. In addition, the project explores the evolution of clothing and style throughout the decade, from the early days marked by vibrant colors, bold prints and low waistbands to the transition to a more sophisticated aesthetic in the later years. The creation process involved in-depth research into trends and influences in 2000s fashion, followed by the careful selection of images and relevant content to tell the story of the decade. The result was a captivating photobook that took a deep dive into 2000s fashion, documenting trends, influences and the evolution of style throughout the decade, with an authentic layout that mixed vintage and contemporary elements.

Keywords: Fashion. 2000's. Photobook. Photography.

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>13</b>
1.1	INTRODUÇÃO.....	13
1.2	JUSTIFICATIVA .....	15
1.3	PROBLEMATIZAÇÃO.....	17
1.4	OBJETIVOS.....	18
1.4.1	OBJETIVO GERAL.....	18
1.4.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	18
1.5	MÉTODOS E TÉCNICAS .....	19
<b>2</b>	<b>IMERSÃO</b> .....	<b>21</b>
2.1.1	REENQUADRAMENTO .....	21
2.1.2	PESQUISA EXPLORATÓRIA.....	22
2.1.3	PESQUISA DESK.....	28
2.1.4	ANÁLISE DE SIMILARES .....	81
2.2	IMERSÃO EM PROFUNDIDADE.....	95
2.2.1	CADERNOS DE SENSIBILIZAÇÃO .....	95
2.2.1	CARTÕES DE INSIGHTS.....	97
<b>3</b>	<b>ANÁLISE E SÍNTESE</b> .....	<b>98</b>
3.1	PERSONAS.....	98
3.2	MAPA CONCEITUAL .....	100
3.3	CRITÉRIOS NORTEADORES .....	101
3.4	REQUISITOS E RESTRIÇÕES .....	102
<b>4</b>	<b>IDEAÇÃO</b> .....	<b>104</b>
4.1	PAINÉIS SEMÂNTICOS .....	104
4.2	BRAINSTORM.....	107
4.3	CARDÁPIO DE IDEIAS.....	108
4.4	GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS .....	110
4.5	MATRIZ DE POSICIONAMENTO .....	117
<b>5</b>	<b>PROTOTIPAÇÃO</b> .....	<b>120</b>
5.1	PROTÓTIPOS.....	122
5.2	CONCLUSÃO .....	127
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	129

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Gráfico “Qual o seu gênero?” .....	22
Figura 2: Gráfico “Qual sua faixa etária?” .....	23
Figura 3: Gráfico “Qual acontecimento foi mais marcante na década de 2000?” .....	23
Figura 4: Gráfico “Qual tendência te lembra os anos 2000?” .....	24
Figura 5: Gráfico “Você acha que a tecnologia teve influência moda? .....	24
Figura 6: Gráfico “As celebridades contribuíram na popularização das tendências da moda nos anos 2000?” .....	25
Figura 7: Gráfico “Qual celebridade te faz lembrar o estilo da década de 2000?” .....	25
Figura 8: Gráfico “Qual cor te lembra os anos 2000?” .....	26
Figura 9: Gráfico “Qual acessório te lembra a década?” .....	26
Figura 10: Gráfico “A moda mudou durante a transição dos anos 1990 para os anos 2000?” .....	27
Figura 11: Representação dos anos 200 .....	28
Figura 12: Cantoras do grupo Blaque .....	29
Figura 13: Mulheres com roupa de cós baixo .....	30
Figura 14: Mulheres usando saias assimétricas .....	32
Figura 15: Mulheres vestindo conjunto de veludo .....	32
Figura 16: Homens e mulheres com roupas esportivas .....	33
Figura 17: Mulheres com roupas do estilo boho chic .....	33
Figura 18: Mulheres usando calça cargo .....	34
Figura 19: Designer Alexander McQueen .....	34
Figura 20: Criações do designer Alexander McQueen .....	35
Figura 21: Designer Marc Jacobs .....	36
Figura 22: Criações do designer Marc Jacobs .....	37
Figura 23: Designer Tom Ford .....	38
Figura 24: Criações do Tom Ford .....	39
Figura 25: Designer Stella McCartney .....	40
Figura 26: Criações da designer Stella McCartney .....	41
Figura 27: Designer Kanye West .....	42
Figura 28: Criações do designer Kanye West .....	43
Figura 29: Designer Takashi Murakami .....	43
Figura 30: Criações do designer Takashi Murakami .....	45
Figura 31: Designer Pharrell Williams .....	46
Figura 32: Criações do designer Pharrell Williams .....	47
Figura 33: Artista Pharrell Williams .....	48

Figura 34: Modelo Paris Hilton.....	49
Figura 35: Artista Beyoncé.....	50
Figura 36: Artista Gwen Stefani e suas dançarinas .....	51
Figura 37: Cantora Jennifer Lopes .....	52
Figura 38: Cantora Britney Spears .....	53
Figura 39: Irmãs Mary-Kate e Ashley Olsen.....	54
Figura 40: Cantora Victoria Beckhan .....	55
Figura 41: Modelo Nicole Richie.....	56
Figura 42: Cantora Rihanna .....	57
Figura 43: Artista Kanye West .....	58
Figura 44: Imagem do livro The cost of living .....	61
Figura 45: Imagem do livro The cost of living .....	62
Figura 46: Imagem do livro Journey for something .....	62
Figura 47: Imagem do livro Journey for something .....	63
Figura 48: Imagem do livro Tokyo .....	63
Figura 49: Imagem do livro Tokyo .....	64
Figura 50: Imagem do editorial Mais estranho que a ficção .....	64
Figura 51 Figura 52: Editorial Mais estranho que a ficção.....	65
Figura 53: Editorial Herchcovitch escolhe gente nas ruas de São Paulo para posar com suas roupas .....	66
Figura 54: Representação dos níveis focais da fotografia .....	67
Figura 55: Representação das linhas na fotografia.....	68
Figura 56: Representação da linha horizontal na fotografia.....	69
Figura 57: Representação da linha vertical na fotografia .....	69
Figura 58: Representação da linha diagonal na fotografia .....	70
Figura 59: Representação da linha geométrica na fotografia.....	70
Figura 60: Representação da forma triangular na fotografia.....	71
Figura 61: Representação das curvas na fotografia .....	72
Figura 62: Representação de um círculo na fotografia .....	72
Figura 63: Círculo cromático .....	74
Figura 64: Modelos de grid .....	75
Figura 65: Modelo Jisung.....	82
Figura 66: Modelo Jaehyun.....	83
Figura 67: Cantora Britney Spears .....	84
Figura 68: Modelo para um editorial 1.....	85
Figura 69: Modelo para um editorial 2.....	86

Figura 70: Modelo para um editorial 3.....	87
Figura 71: Modelo para um editorial 4.....	88
Figura 72: Ator Pattison para um editorial.....	89
Figura 73: Modelo para um editorial 5.....	90
Figura 74: Modelo para um editorial 6.....	91
Figura 75: Modelo para um editorial 7.....	92
Figura 76: Modelo para um editorial 8.....	93
Figura 77: caderno de sensibilização dona de casa .....	95
Figura 78: caderno de sensibilização estudante .....	96
Figura 79: caderno de sensibilização fotógrafo .....	96
Figura 80: caderno de sensibilização estudante .....	97
Figura 81: Cartões de insight.....	97
Figura 82: Ilustração representando persona 1.....	98
Figura 83: Ilustração representando persona 2.....	98
Figura 84: Ilustração representando persona 3.....	99
Figura 85: Ilustração representando persona 4.....	99
Figura 86: Mapa conceitual.....	100
Figura 87: Painel Semântico 1 .....	104
Figura 88: Painel Semântico 2 .....	105
Figura 89: Painel Semântico 3 .....	105
Figura 90: Painel Semântico 4 .....	106
Figura 91: Painel Semântico 5 .....	106
Figura 92: Brainstorm.....	107
Figura 93: Alternativa 1 .....	110
Figura 94: Alternativa 2 .....	110
Figura 95: Alternativa 3 .....	111
Figura 96: Alternativa 4 .....	111
Figura 97: Alternativa 5 .....	111
Figura 98: Alternativa 6 .....	112
Figura 99: Alternativa 7 .....	112
Figura 100: Alternativa 8 .....	112
Figura 101: Alternativa 9 .....	113
Figura 102: Alternativa 10 .....	113
Figura 103: Alternativa 11 .....	113
Figura 104: Alternativa 12 .....	114
Figura 105: Alternativa 13 .....	114

<b>Figura 106: Alternativa 14 .....</b>	<b>114</b>
<b>Figura 107: Alternativa 15 .....</b>	<b>115</b>
<b>Figura 108: Fotografias 1 e Figura 109: Fotografias 2 .....</b>	<b>120</b>
<b>Figura 110: Fotografias 3 e Figura 111: Fotografias 4 .....</b>	<b>121</b>
<b>Figura 112: Capa do Fotolivro .....</b>	<b>122</b>
<b>Figura 113: Introdução.....</b>	<b>123</b>
<b>Figura 114: Capítulo 1 .....</b>	<b>123</b>
<b>Figura 115: Capítulo 2 .....</b>	<b>124</b>
<b>Figura 116: Capítulo 3 .....</b>	<b>124</b>
<b>Figura 117: Capítulo 4 .....</b>	<b>125</b>
<b>Figura 118: Capítulo 5 .....</b>	<b>126</b>

# 1 INTRODUÇÃO

## 1.1 Introdução

Barthes (2013) afirma que, “Ao observarmos uma fotografia, a imagem nela contida transcende seu caráter” isso é meramente visual e se converte em uma forma de escrita, carregada de significado. Nesse sentido, uma fotografia pode ser considerada tão impactante e informativa quanto um artigo de jornal. Essa capacidade da fotografia de transmitir mensagens e significados torna-a uma ferramenta essencial na indústria da moda. Por meio da fotografia, é possível criar imagens que representem marcas de moda de forma poderosa, transmitindo valores, estilos e emoções. A moda, por sua vez, encontra nesse meio uma maneira de se comunicar com o mundo, inspirando e influenciando comportamentos e preferências dos consumidores.

Miranda explica em seu trabalho "Consumo de Moda" (2008) que “A moda é muito mais do que apenas roupas e tendências passageiras”; sendo assim ela exerce uma influência significativa e desempenha um papel fundamental na sociedade como uma das indústrias mais importantes do mundo. Além de nos fornecer roupas para vestir, a moda tem o poder de moldar nossa forma de expressão pessoal, a maneira como nos relacionamos com os outros e até mesmo como nos posicionamos politicamente. Sua dinâmica é impulsionada por uma série de fatores, como a política vigente, as tendências de consumo da época e o avanço tecnológico. Embora muitas vezes seja rotulada como superficial e fútil, a moda desempenha um papel crucial no desenvolvimento da identidade pessoal e na expressão da individualidade de cada indivíduo. É uma poderosa forma de comunicação, permitindo que as pessoas se expressem e se identifiquem com grupos ou ideais por meio das roupas e acessórios que escolhem usar.

Assim como a moda, a fotografia é uma linguagem universal que transcende barreiras culturais e linguísticas, encontrando aplicações em diversas áreas, desde a documentação de eventos históricos até a publicidade, arte e jornalismo. Segundo Company (2012), “O avanço tecnológico, a internet e as redes sociais revolucionaram o universo fotográfico, tornando-o mais acessível do que nunca”. Atualmente, pessoas de diferentes partes do mundo podem se comunicar visualmente em tempo real, compartilhando suas experiências e perspectivas por meio de fotografias, encurtando distâncias e aproximando culturas.

Fabbi (2019) destaca a importância do fotolivro como um “Meio de

comunicação e expressão estética na fotografia contemporânea”. Esses livros fotográficos temáticos têm como propósito contar narrativas por meio de uma composição cuidadosa de imagens e, em alguns casos, textos. O fotolivro difere de um mero álbum de fotografias, pois as imagens são concebidas para se relacionarem umas com as outras, criando uma comunicação visual complexa. Através da combinação de fotografias, textos, design e materiais gráficos, o fotolivro se torna uma obra de arte em si mesma. Apesar de ser uma forma de expressão contemporânea, a ideia de fotolivros remonta ao século XIX, quando pioneiros da fotografia, como William Henry Fox-Talbot, já publicavam suas obras fotográficas. Esses fotolivros, de acordo com Badger (2015), abrangem uma ampla variedade de gêneros e têm alcance internacional, permitindo uma reflexão profunda sobre como diferentes formas de fotografia nos informam e nos conectam com diferentes perspectivas do mundo.

(...) O design editorial é uma corrente moderna no campo do design gráfico que teve sua origem em meados de 1910 e passou por diversas influências de movimentos artísticos ao longo do tempo. Sua importância é indiscutível na concepção de revistas, livros e jornais, pois visa tornar a informação mais acessível, clara e atrativa para o leitor (ANDERSON; LUIZ, 2017, p.03)

Através da elaboração de layouts e projetos gráficos bem estruturados, o design editorial utiliza recursos como a seleção cuidadosa de tipografias, cores e imagens, buscando transmitir a mensagem desejada de forma visualmente organizada. Além disso, o design editorial se apoia em elementos técnicos padronizados, como a definição de identidade, o uso adequado de tipografias, elementos de repetição e grids, garantindo uma abordagem consistente e eficiente em projetos gráficos editoriais.

Fazendo uma transição para os anos 2000, conforme mencionado por Dubitsky (2021), o estilo dessa década foi marcado por uma fusão de diversas influências e tendências provenientes de épocas anteriores. O cenário da moda no século XX trouxe mudanças radicais, impulsionando o surgimento da moda de rua e popularizando o conceito de "pronto para vestir". Nos anos 2000, algumas das tendências mais proeminentes foram o uso de cós baixo em roupas e calças skinny, frequentemente acompanhados por crop tops e piercings no umbigo, refletindo uma estética ousada e descontraída. Além disso, as roupas esportivas ganharam destaque, oferecendo peças confortáveis e casuais, como calças de ioga, leggings e casacos de moletom, que se tornaram populares tanto para atividades físicas quanto para o uso cotidiano. O estilo

dos anos 2000 representou uma época de diversidade e experimentação, incorporando influências diversas e adaptando-as ao gosto e às necessidades da época.

Em meados dos anos 2000, conforme mencionado por Dubitsky (2021), a tendência boho-chic despontou no cenário da moda, caracterizada por roupas largas e fluidas, como vestidos maxi, blusas camponesas e óculos de sol de tamanho exagerado. Essa moda buscou inspiração nas décadas de 1960 e 1970, incorporando elementos como tiaras de flores, franjas e estampas Paisley. A estética boho-chic trouxe uma atmosfera de liberdade e nostalgia, evocando o espírito da contracultura e do movimento hippie, que se tornaram pilares para a criação de um estilo único e marcante.

Prosseguindo com a ordem cronológica, no final dos anos 2000, Dubitsky (2021) destaca a ressurgência da moda dos anos 80, caracterizada por tecidos metálicos, cores vibrantes e estampas de animais. Essa época também incorporou referências à cultura pop, com elementos nostálgicos como cores neon e símbolos icônicos da década anterior. A moda dos anos 2000 foi marcada por uma profusão de tendências e influências variadas, resultando em uma rica diversidade estilística que continua inspirando consumidores e estilistas até os dias atuais.

Com o reconhecimento da relevância da moda no cotidiano das pessoas, a presente pesquisa tem como objetivo desenvolver um fotolivro que explore as especificidades da moda dos anos 2000. Para tanto, será adotado o método Design Thinking, proposto por Viana et al. (2012), que permitirá uma abordagem colaborativa, promovendo a troca de informações entre o público e o escritor. O fotolivro terá como propósito organizar ideias e estilos relacionados ao Design da Moda na década de 2000, por meio de um discurso imagético, enriquecendo a compreensão dessa rica e diversificada era da moda.

## **1.2 Justificativa**

O fascinante mundo da moda, como descrito no livro "Fashion Design: O Manual do Estilista" de Sue Jenkyn Jones (2002), desempenha um papel fundamental no universo do design, proporcionando aos talentosos designers uma plataforma para criar peças verdadeiramente inovadoras e exclusivas. Além de ser uma expressão artística, a moda também se revela como um veículo poderoso para a comunicação criativa e significativa. Ao longo da história, os designers de moda têm usado suas coleções como uma voz para questões relevantes, desde questões políticas até a defesa

da igualdade de gênero e a conscientização sobre mudanças climáticas. Suas criações transcendem as passarelas e se transformam em manifestos visuais, transmitindo mensagens fortes e inspiradoras para o mundo.

No entanto, o cenário da moda está em constante mutação, impulsionado por demandas do mercado e mudanças nas preferências dos consumidores. A indústria da moda é como um rio em movimento contínuo, desafiando os estilistas a buscarem constantemente novas técnicas e ideias inovadoras para se manterem relevantes. Esse ambiente dinâmico incentiva a experimentação e a busca por soluções criativas, resultando em designs que muitas vezes surpreendem e encantam os amantes da moda.

A criatividade é o coração pulsante da moda, e os designers são os artistas que a alimentam com paixão e inovação. Cada coleção é uma história única, escrita pelas mãos habilidosas dos criadores de moda, que se dedicam a atender às preferências e necessidades de seus clientes. Seja para o uso diário, complementando a personalidade de cada indivíduo, ou para ocasiões especiais, como performances teatrais e eventos sociais, a moda é uma forma de arte que permite a transformação do tecido em obras-primas, destacando a beleza e a singularidade de cada pessoa.

Em suma, a moda é muito mais do que simplesmente roupas e acessórios; é uma linguagem universal que transcende barreiras culturais e sociais, transmitindo emoções e ideias. Através da criatividade, designers de moda moldam a identidade visual do mundo, influenciando a maneira como nos apresentamos ao mundo e como nos conectamos com ele. Com a indústria em constante evolução, os estilistas abraçam o desafio de criar um futuro em que a moda continue a ser uma expressão vibrante e significativa de nossa sociedade em constante transformação

### 1.3 Problematização

O fotolivro busca transportar os leitores para uma época repleta de contrastes, onde a moda assumiu múltiplas facetas e tendências exuberantes ganharam destaque. Contudo, por trás das imagens glamorosas e das celebridades icônicas daquela década, surgem questionamentos intrigantes sobre a indústria da moda, suas influências culturais e o papel das mídias digitais na construção das identidades fashionistas.

O legado das celebridades fashion e a idealização de padrões estéticos." A década de 2000 foi marcada pelo fenômeno das celebridades de moda, cujas presenças midiáticas influenciaram fortemente o comportamento dos jovens consumidores. Como esse culto às personalidades influenciou a percepção de padrões estéticos e a busca por uma suposta perfeição física? Quais foram os efeitos psicológicos dessa idealização de beleza e da comparação constante com ícones da moda?

A ascensão do digital: Redefinindo a moda para uma era conectada." Os anos 2000 testemunharam a proliferação das mídias digitais, como blogs de moda, fóruns online e redes sociais, que moldaram a forma como as pessoas acessavam e consumiam tendências. Como essa democratização do acesso à moda impactou a indústria e as escolhas individuais? A globalização da cultura de moda trouxe consigo desafios culturais e sociais, como a apropriação cultural e o alinhamento com padrões globais de estilo.

Identidade fashionista e expressão pessoal: A moda como forma de empoderamento e resistência." Enquanto a moda dos anos 2000 era fortemente influenciada pela mídia e pela cultura pop, também houve movimentos contraculturais que buscavam se distanciar das tendências dominantes. Como diferentes grupos e subculturas usaram a moda como meio de expressar suas identidades únicas e desafiar as normas sociais? Como as escolhas de moda tornaram-se símbolos de empoderamento e resistência para certos indivíduos e comunidades marginalizadas?

## **1.4 Objetivos**

### **1.4.1 Objetivo geral**

Produzir um editorial sobre a moda dos anos 2000, mostrar os estilos populares através de um discurso imagético.

### **1.4.2 Objetivos específicos**

- Identificar os designers mais relevantes do período
- Identificar tendências
- Selecionar artistas que influenciaram na época
- Explicar o contexto histórico dos anos 2000
- Buscar fotografias da época
- Produção gráfica de um fotolivro digital

## **1.5 Métodos e Técnicas**

O método utilizado será Design Thinking, com base no livro “Design Thinking Inovação em Negócios” de Maurício Viana et al. (2012) estabelecido em 4 etapas essenciais para a execução de um projeto, Imersão, Análise e Síntese, Ideação e Prototipação.

### **Imersão**

Etapa para aproximar do cenário do problema, composto por duas fases. Pesquisas serão feitas para a identificação de tendências, contexto histórico, designers e artistas relevantes na época, coleta de material fotográfico e explicação do desenvolvimento de um fotolivro.

### **Imersão Preliminar**

Fase voltada para conhecer mais sobre o assunto que será retratado. Com objetivo de reenquadramento e entendimento inicial do problema. Busca problemas e questões não resolvidos ao tema, levando em conta várias perspectivas, possibilitando novas descobertas, compreendendo o assunto a ser trabalho e trazendo informações relevantes para as próximas etapas do projeto. Pesquisando informações em campos diversos como revistas, sites e livros.

### **Imersão em Profundidade**

O objetivo desta fase é o ser humano, tudo os inclui. Como pensam, como falam, o que fazem e entre outros. Possibilitando o alcance de informações sobre a rotina do consumidor, ou simulando por parte do autor do projeto sobre a vida do consumidor estudado. Essa etapa permite que o pesquisador se coloque no lugar do

consumidor.

### **Análise e Síntese**

Todas as informações coletadas na fase de Imersão são organizadas e analisadas. Desse modo no final é exercida uma síntese para guiar as etapas finais do projeto de maneira precisa. Nessa fase as informações coletadas na Imersão são separadas e classificadas em cartões, que enquadra fonte, informação e tema. Criando uma visualização gráfica com a finalidade de tornar mais fácil a organização visual dos dados de campo, e definindo os critérios que não devem ser perdidos de vista ao longo do projeto, o que vai guiar a equipe nesse processo.

### **Ideação**

Geração de ideias baseadas na síntese do projeto na etapa anterior. Criando o máximo de ideias possíveis em curto espaço de tempo, ou construindo um catálogo com todas as ideias concebidas no projeto, podendo conter comentários referentes. E analisando estrategicamente as ideias gerados ao longo desta etapa.

### **Prototipação**

O protótipo é a passagem do abstrato para o físico de forma a representar a realidade, é materialidade de uma ideia. Que contribui na validação do resultado.

## **2 IMERSÃO**

Essa fase busca a compreensão e informações do período citado. Acontecerá pesquisas em relação ao contexto histórico, estilos e artistas populares, designers relevantes, recolha de material fotográfico, como é produzido um fotolivro.

### **2.1 Imersão Preliminar**

Nesta etapa acontece a divisão em três partes, reenquadramento, descreve o contexto das tendências e como foi o século; pesquisa exploratória, contém pesquisa de opinião e a última, pesquisa desk reúne elementos para o desenvolvimento de um fotolivro.

#### **2.1.1 Reenquadramento**

Neste editorial, vamos explorar as tendências da moda e os estilistas que fizeram dos anos 2000 uma era inesquecível na história da moda.

Coronato (2021) explica que “Os anos 2000 foram uma era transformadora na história da moda”, houve uma mistura de tendências, estilos e inovações que continuam a influenciar a moda hoje. Desde a ascensão do vestuário esportivo até o renascimento da moda dos anos 80 e 90, designers como Alexander McQueen e Marc Jacobs e a influência da tecnologicano design de moda, os anos 2000 foram uma época de criatividade, experimentação e evolução na moda.

(...) Para manter sua relevância ao mundo mais amplo e seu controle sobre a atenção do público, a moda sempre precisou encantar novas elites. (SUDJIC; DEYAN, 2017, p.134).

Buscando incessantemente novos meios de envolver a sociedade com tendências de ciclo curto ou reciclando tendências para movimentação de mercado.

O ciclo dos 20 anos desenvolvido por Cohen (2015), explica a forma que o mundo resgata uma moda do passado ao adaptando de moda mais moderna e atualizada, assim como a moda dos anos 2000 vem ganhando espaço nesta década. Com isso identificamos como metas desta pesquisa a representação imagética das influências dos acontecimentos mais impactantes deste período representado pelas ideias de grandes estilistas

### 2.1.2 Pesquisa Exploratória

Nessa etapa, foi realizado um questionário e com ele tornou-se mais eficaz o reconhecimento de características do público-alvo.

Qual o seu gênero?  
42 respostas

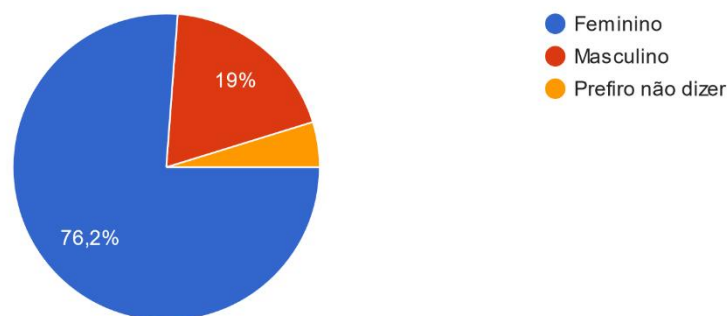


Figura 1: Gráfico “Qual o seu gênero?”

Fonte: A autora, 2023

Qual sua faixa etária?

42 respostas

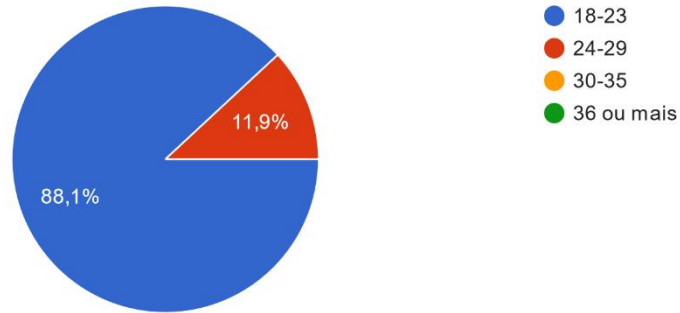


Figura 2: Gráfico “Qual sua faixa etária?”

Fonte: A autora, 2023

Qual acontecimento foi mais marcante na década de 2000?

42 respostas

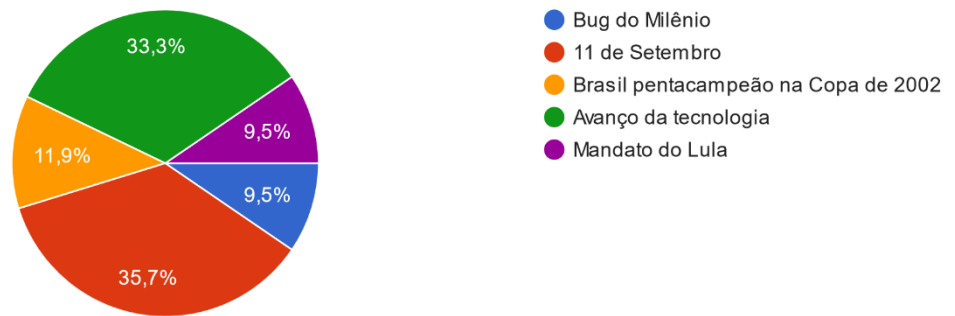


Figura 3: Gráfico “Qual acontecimento foi mais marcante na década de 2000?”

Fonte: A autora, 2023

### Qual tendência te lembra os anos 2000?

42 respostas

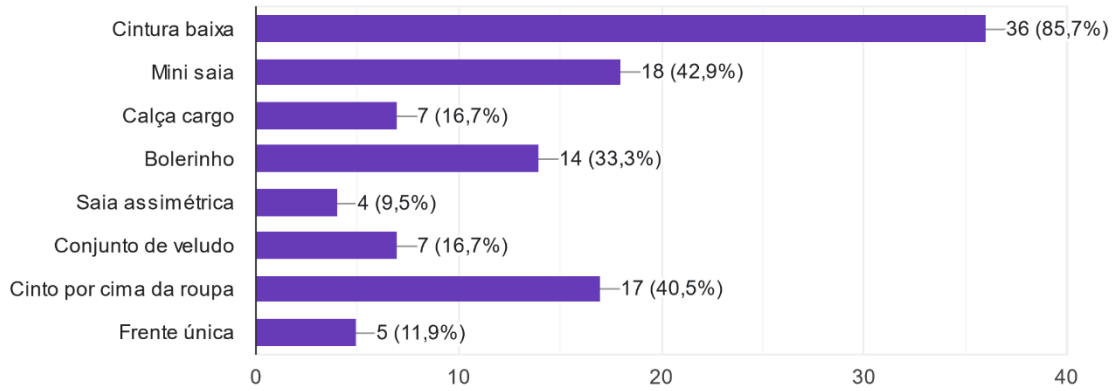


Figura 4: Gráfico “Qual tendência te lembra os anos 2000?”

Fonte: A autora, 2023

### Você acha que a tecnologia teve influência moda?

42 respostas

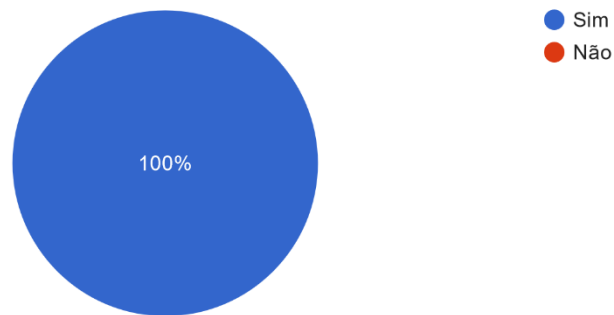


Figura 5: Gráfico “Você acha que a tecnologia teve influência moda?”

Fonte: A autora, 2023

As celebridades contribuíram na popularização das tendências da moda nos anos 2000?  
42 respostas

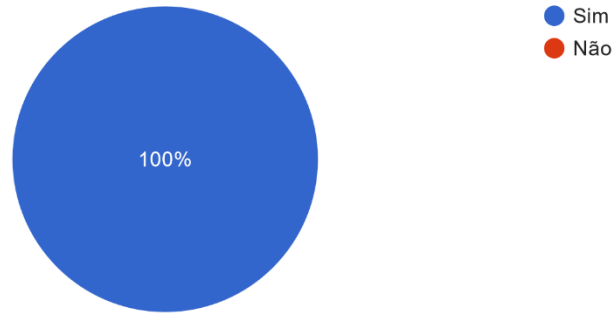


Figura 6: Gráfico “As celebridades contribuíram na popularização das tendências da moda nos anos 2000?”

Fonte: A autora, 2023

Qual celebridade te faz lembrar o estilo da década de 2000?  
42 respostas

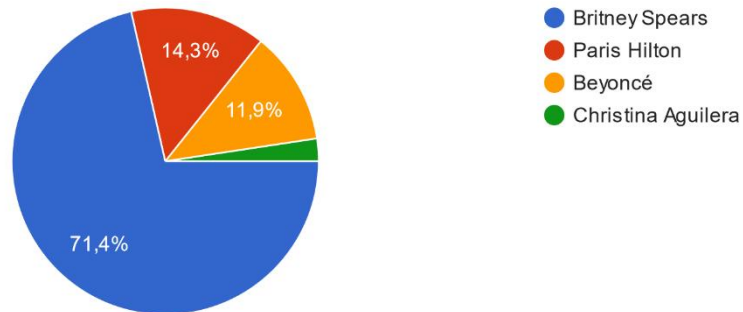


Figura 7: Gráfico “Qual celebridade te faz lembrar o estilo da década de 2000?”

Fonte: A autora, 2023

Qual cor te lembra os anos 2000?

42 respostas

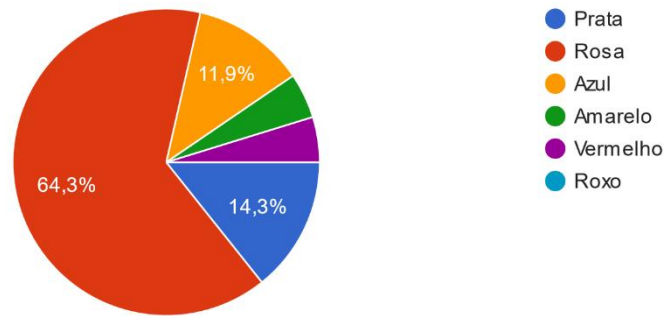


Figura 8: Gráfico “Qual cor te lembra os anos 2000?”

Fonte: A autora, 2023

Qual acessório te lembra a década?

42 respostas

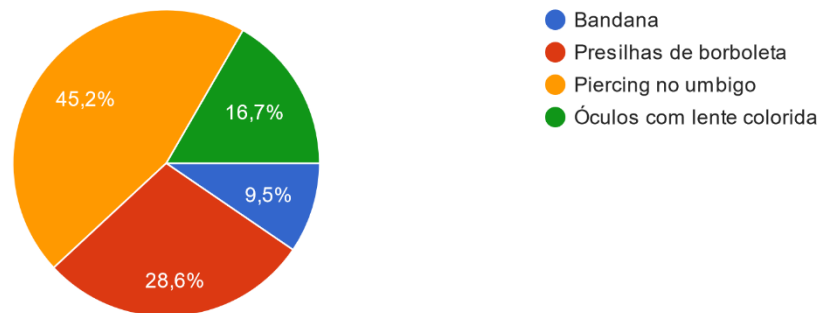


Figura 9: Gráfico “Qual acessório te lembra a década?”

Fonte: A autora, 2023

A moda mudou durante a transição dos anos 1990 para os anos 2000?

42 respostas

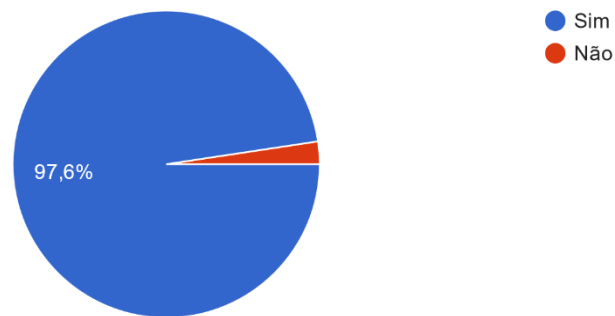


Figura 10: Gráfico “A moda mudou durante a transição dos anos 1990 para os anos 2000?”

Fonte: A autora, 2023

Nesta pesquisa foi atingido o número 42 respostas, tanto em gênero e idade. Assim é possível concluir que o público tem entre 18 a 29 anos. Por ordem de votação os acontecimentos mais impactantes foram, 11 de setembro com 35,7%; Avanço da tecnologia com 33,3%; Brasil Pentacampeão na Copa de 2002 com 11,9%; Mandato do Lula e Bug do Milênio com 9,5% cada. As tendências mais lembradas quando se fala de anos 2000, das oito alternativas as três mais votadas foram o cós baixo com 85,7%; cinto por cima roupa com 40,5% e mini saia com 42,9% de votos. Para o público a tecnologia influencia sim 100 % na moda. E com 100% os votos populares todos concordam que as celebridades tiveram um papel importante na popularização da moda na época. Dentre as opções, a celebridade que lembra o estilo da década é Britney Spears com 71,4%. As cores rosa, prata e azul são relevantes em quando se trata dos anos 2000, respectivamente seus votos foram 63,3%; 14,3% e 11,9%. Os acessórios mais memoráveis são piercing no umbigo e presilhas de borboletas. Para 97,6 do público a moda modificou-se na transição de década.

### 2.1.3 Pesquisa Desk

#### Contextualizando os anos 2000



Figura 11: Representação dos anos 2000

Fonte: Factual\_900, 2020

(...) Na virada de 1999 para 2000, existia uma preocupação generalizada de que os computadores daquela época não seriam capazes de entender mudanças nos números e travar o sistema. (SANDERS, 2019).

O fenômeno com o nome de Y2K, uma sigla para o ano 2000. O bug travaria o software em bancos, usinas nucleares, transporte público, aeroportos e muito mais. A inquietação se espalhou pelo mundo, teve proporções gigantes e levantamentos de rumores sobre a tecnologia e até o fim do mundo.

Os anos 2000 foram uma década repleta de avanços tecnológicos, modas e tendências que deixaram uma marca na cultura pop. Entre ideias antigas e novas, os anos 2000 foram diferentes de qualquer outro momento de mundo e seu choque de tendências, elementos, subculturas, visões e comportamentos tão diferentes criaram uma fusão um tanto quanto curiosa.

No Brasil a década de 2000 ficou marcada como a década em que a esquerda política brasileira teve seu representante eleito através de um processo democrático. O

primeiro brasileiro operário a alcançar a presidência, Luiz Inácio Lula da Silva, elegeu-se em 2002, após quatro tentativas anteriores, e foi reeleito em 2006. A estabilidade econômica no país ocorreu devido ao governo da época, realizando o crescimento da classe média com programas sociais, investimentos em infraestrutura e educação.

Os avanços tecnológicos nos anos 2000 foram surpreendentes e apresentaram mudanças significativas na forma como as pessoas se comunicavam e trabalhavam, estudaram. A popularização da internet de banda larga permitiu aos usuários acesso a uma conexão mais estável e rápida. O surgimento de redes sociais como Facebook, Orkut e Twitter, revolucionaram o modo de comunicação, além de criar oportunidades de negócios na área de marketing digital.

Na reportagem, “Quem somos nós nos anos 2000” no site Correio Braziliense é relatado a globalização e a popularização da internet, tiveram papéis importantes nessa história. O início da quebra de fronteiras fez a informação passar a circular, integrando as relações globais em um processo que não teria mais volta.

### De volta aos anos 2000



Figura 12: Cantoras do grupo Blaque

Fonte: Getty Images, 2002

A revista Elle (2021), denomina a moda dos anos 2000 como caótica. A harmonia entre as peças do look não era assunto de discussão, e qualquer exagero sempre parecia bem-vindo. Fatores sociais, econômicos e sociais, refletiram na moda, o aumento do consumo de fast fashion e a reestruturação nas classes sociais contribuíram para que essa década fosse marcada pelo excesso.

Conforme o artigo, outro responsável por esse impulso foi a cultura pop. Seriados de televisão, como *One Tree Hill* e *The OC*, eram recordes de audiência; na música, *Destiny's Child* e *Mariah Carey* se tornavam grandes estrelas; no cinema, *Meninas Malvadas* e *O Diabo Veste Prada* eram lançados; e nos tabloides, *Nicole Richie* e *Paris Hilton* estampavam manchetes pelos casos polêmicos exibidos no reality da dupla, *The simple Life*. Cada uma dessas referências alimentava a estética dos anos 2000, impulsionando novos comportamentos de consumo e influenciando os guarda-roupas. Roupas muito coloridas que ultrapassavam da cartela de cores que remete ao universo infantil, muito glitter, strass e bordados em praticamente todas as peças, jeans que existiam e a inesquecível, calça de cintura baixa.

A moda brasileira nos anos 2000 influenciada por diversos fatores, de novelas, cantores a modelos. Modelos brasileiras como *Gisele Bündchen*, *Adriana Lima*, *Alessandra Ambrosio*, *Camila Pitanga*, celebridades que se destacavam no cenário nacional e internacional inspiravam escolhas de moda e estilo que frequentemente eram copiadas. Marcas como *Farm*, *Reseva*, *Osklen* e *Cavalera* se destacaram no mercado por terem uma abordagem mais descontraída e urbana, com uso de estampas, cores vibrantes e materiais confortáveis.

## Tendências

- Cós baixo

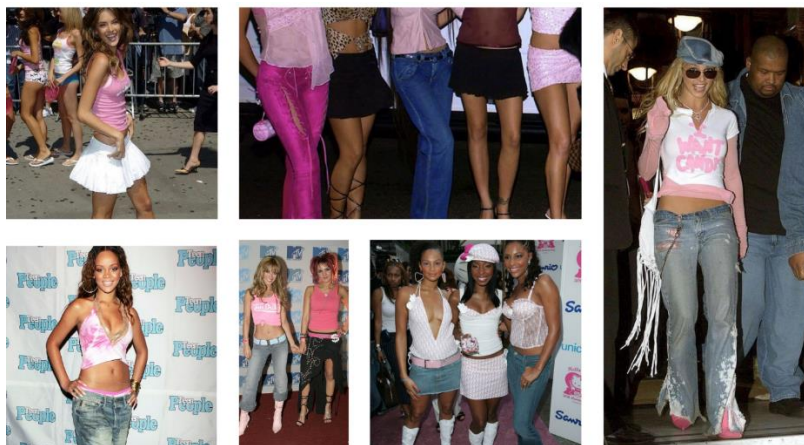


Figura 13: Mulheres com roupa de cós baixo

Reprodução: Pinterest, 2020



- **Saia Assimétrica**



Figura 14: Mulheres usando saias assimétricas

Reprodução: Pinterest, 2021

- **Conjunto de veludo**

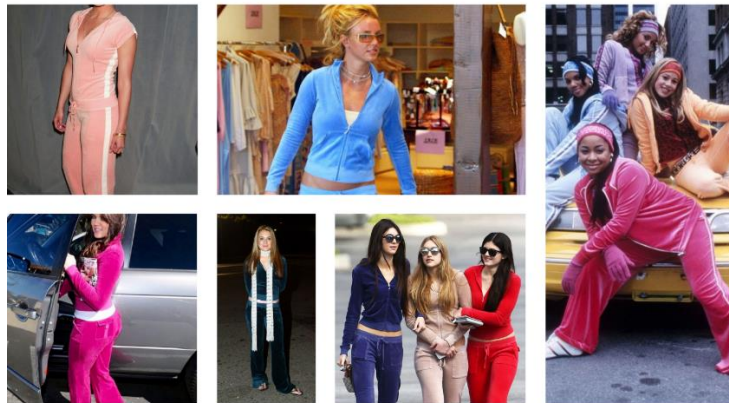


Figura 15: Mulheres vestindo conjunto de veludo

Reprodução: Pinterest, 2019

- **Roupas esportivas**



Figura 16: Homens e mulheres com roupas esportivas

Reprodução: Pinterest, 2020

- **Boho – chic**

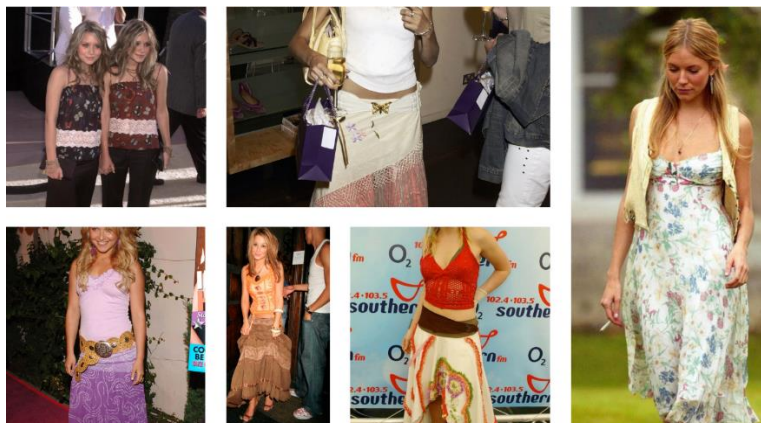


Figura 17: Mulheres com roupas do estilo boho chic

Reprodução: Pinterest, 2022

- **Calças cargo e pirata**

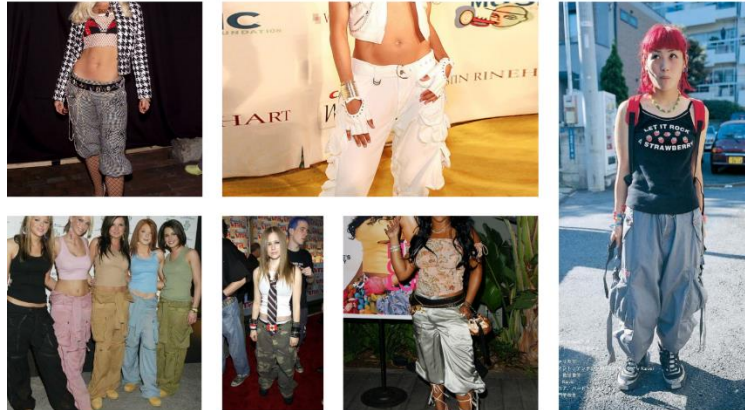


Figura 18: Mulheres usando calça cargo

Reprodução: Pinterest, 2021

## **Designers e artistas relevantes na época**



Figura 19: Designer Alexander McQueen

Fonte: Getty Images, 2006

O estilista inglês Alexander McQueen mostrou que é possível reduzir muito

mais a altura da cintura. Em seu primeiro desfile, ele apresentou uma calça ousada que mostrava muito mais do que o umbigo. Conhecido por seus desfiles dramáticos e designs inovadores, McQueen foi um dos estilistas mais influentes dos anos 2000. Ele infelizmente faleceu em 2010, mas seu legado continua.

Criações do designer:

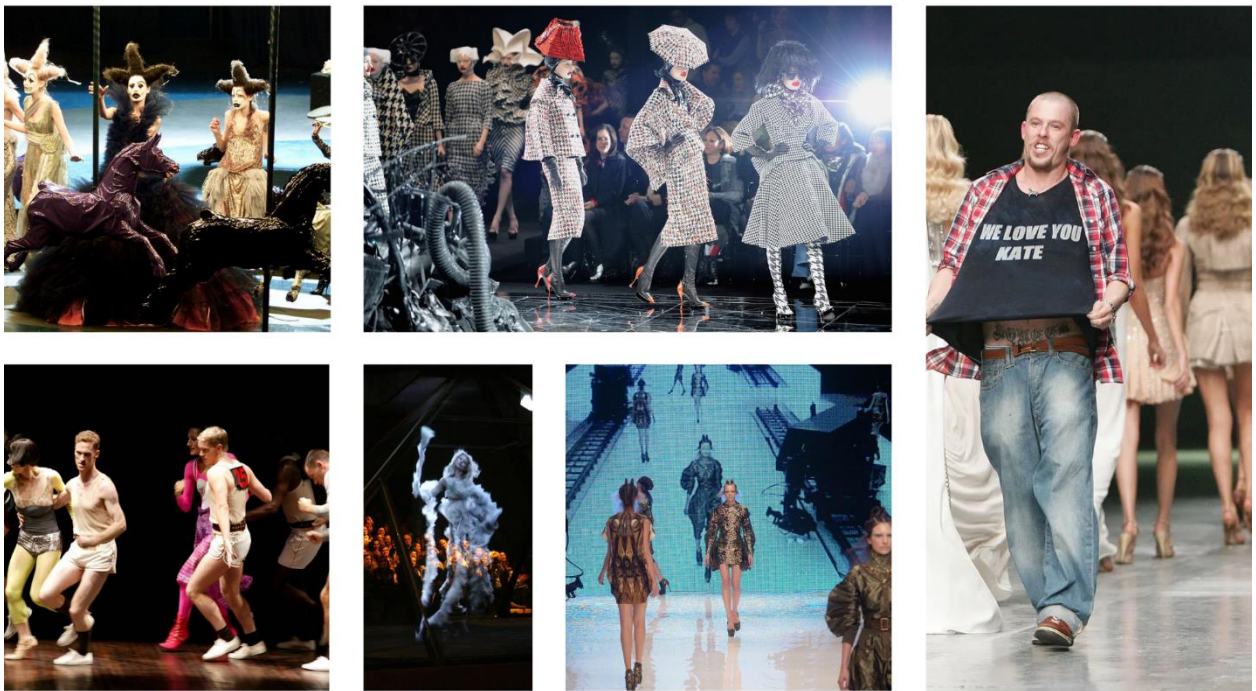


Figura 20: Criações do designer Alexander McQueen  
Reprodução: Vouge Britânica, 2006



Figura 21: Designer Marc Jacobs

Fonte: Getty Images, 2010

Marc Jacobs com sua marca de moda homônima e seu trabalho como diretor criativo da Louis Vuitton, Marc Jacobs foi um jogador importante no mundo da moda durante os anos 2000, o estilista desenvolveu uma linha, Marc by Marc Jacobs. Houve ênfase em peças mais acessíveis, como jaquetas militares e vestidos prairie, além de souvenirs, como camisetas com logo, chaveiros e bolsas. O objetivo era atrair um público mais jovem e de certa forma democratizar a moda de luxo.

Criações do designer:

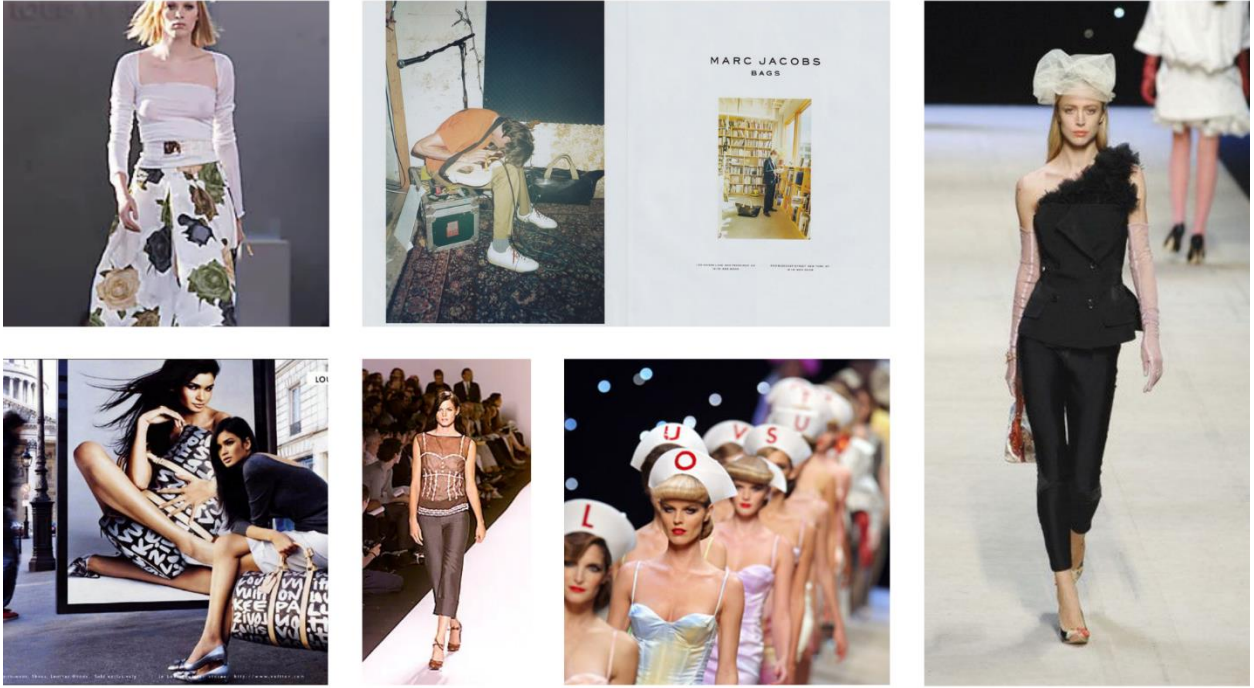


Figura 22: Criações do designer Marc Jacobs  
Reprodução: The Perfect Magazine, 2010



Figura 23: Designer Tom Ford  
Fonte: Getty Images, 2020

Tom Ford conhecido por seu trabalho com a Gucci e mais tarde com sua própria marca homônima, Ford foi uma grande força na indústria da moda durante os anos 2000, Ford lançou dois perfumes para a marca Yves Saint-Laurent, na campanha, os modelos apareciam totalmente nus. Parece uma banalidade nos dias de hoje, mas os anúncios soft porn geraram grande controvérsia e foram responsáveis por um novo patamar criativo nas campanhas de perfumaria. Após sua demissão na Gucci, Ford em abril de 2005, anunciou a criação da marca Tom Ford. desenvolveu uma linha de óculos em colaboração com o grupo Marcolin e lançou Tom Ford Beauty com uma fragrância em conjunto com o grupo Estée Lauder. Em 2006, ela se associou a Ermenegildo Zegna para desenvolver sua primeira coleção masculina de luxo, incluindo ternos, sapatos e acessórios.

Criações do designer:

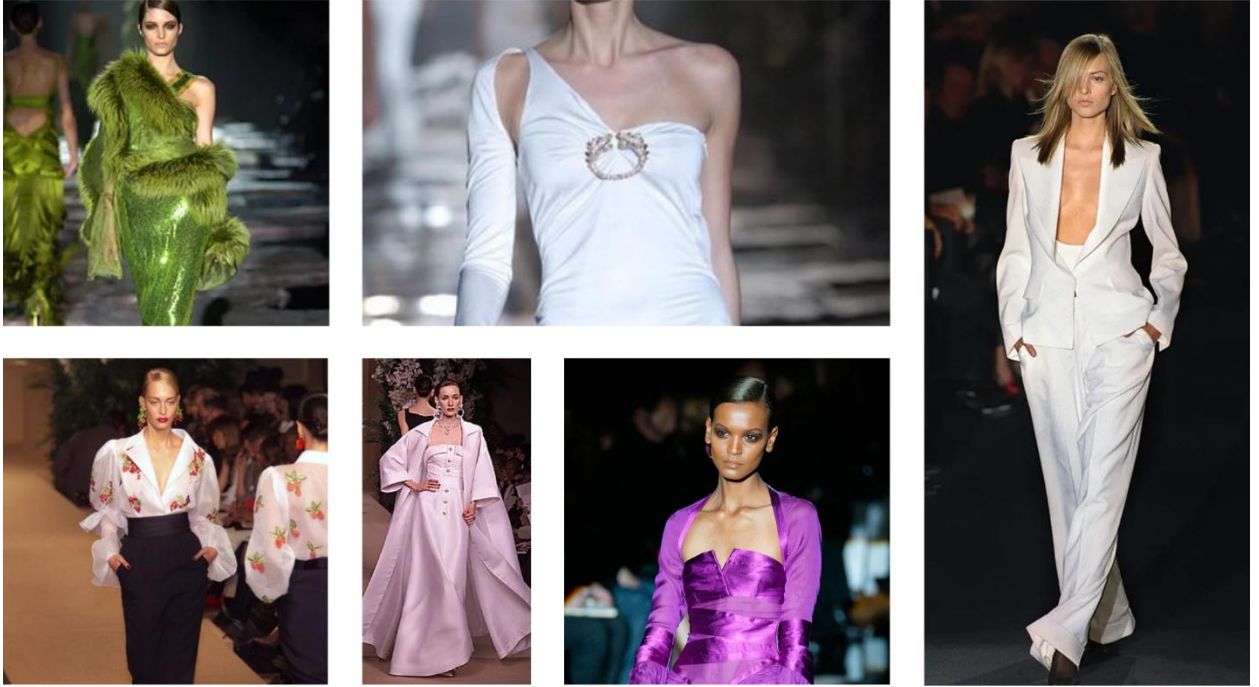


Figura 24: Criações do Tom Ford  
Reprodução: Allure, 2005



Figura 25: Designer Stella McCartney

Fonte: Getty Images, 2016

Stella McCartney a estilista britânica conhecida por suas práticas de moda éticas e designs elegantes e modernos teve uma década de sucesso, lançando sua própria marca e atuando como diretora criativa da Chloé. McCartney sempre buscou incluir a sustentabilidade em pauta, desde quando não era uma demanda de mercado. Durante o desenvolvimento de sua marca, criada sob a tutela do Grupo Kering, ela exigia que nenhum tipo de couro ou pele de animal fosse utilizado em seus produtos, ainda no início dos anos 2000, levando o jornal *The Guardian* a descrevê-la como defensora de "animais consistentes e vocais". Vegetariana e apoiadora da PETA, a estilista fez diversos lançamentos ao longo de sua carreira. Em algumas das peças que ela criou, você pode ver estampas com os dizeres "Go veggie" e "Adequado para vegetariano esportivo". As lojas, escritórios e estúdios de Stella McCartney no Reino Unido são todos movidos a energia eólica e a estilista sempre buscou alternativas menos impactantes em seus processos criativos, investindo fortemente em matérias-primas orgânicas e soluções biotecnológicas.

Criações da designer:

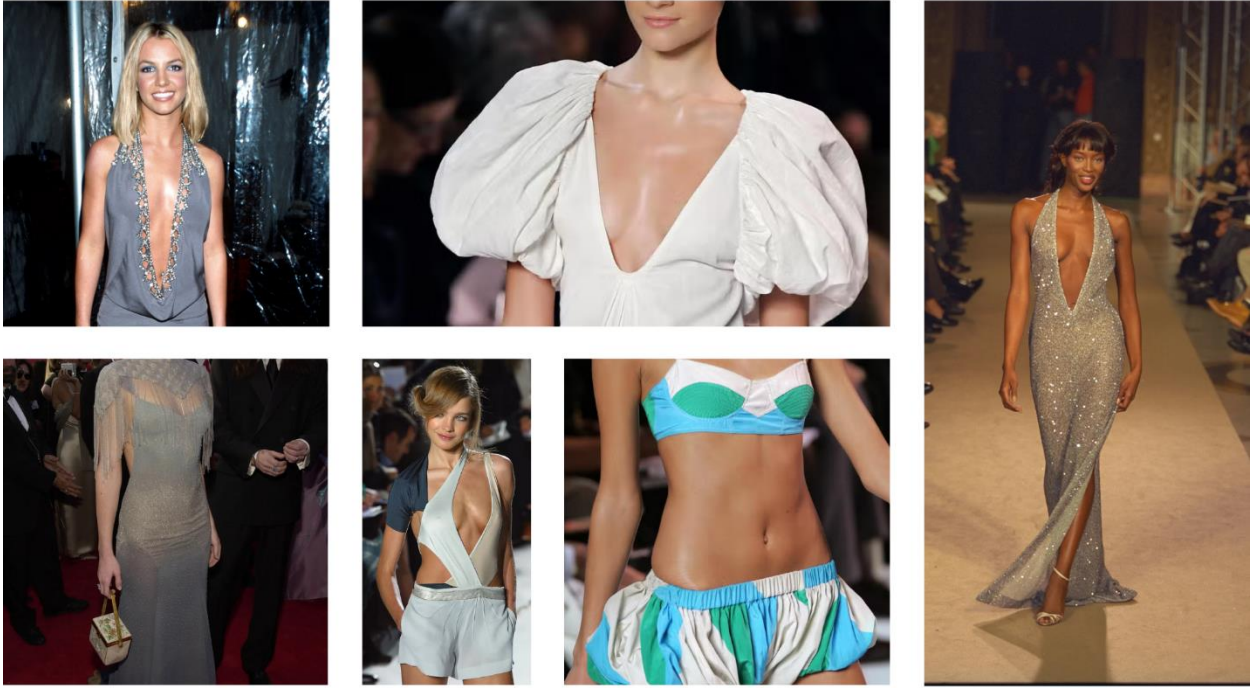


Figura 26: Criações da designer Stella McCartney  
Reprodução: Vouge, 2005



Figura 27: Designer Kanye West

Fonte: Getty Images, 2011

Kanye West embora mais conhecido como rapper, West também se aventurou no design de moda durante os anos 2000 com sua própria marca, colaborações com marcas como Nike e Louis Vuitton e, posteriormente, com sua marca Yeezy. Em 2007, o cantor participou da criação de um sapato em colaboração com a marca japonesa A Bathing Ape, que trazia um ursinho de pelúcia das capas dos primeiros álbuns da cantora: "The College Dropout", "Late Registration" e "Graduation". Momentos depois, Kanye também lançou uma linha de roupas chamada Pastelle em colaboração com seu grande amigo Virgil Abloh, sendo a criação mais famosa uma jaqueta azul "varsity" que estampava o nome da marca em amarelo nas costas. Infelizmente, o artista desistiu da linha de roupas alguns meses depois porque queria criar peças mais sofisticadas, bem como devido à morte da mãe de Kanye, um evento que teve um grande impacto em sua carreira. Mas é claro que Kanye ainda não desistiu de deixar sua marca no mundo da moda como criador artístico. Em 2009, o rapper voltou ao mundo dos "tênis" e lançou o primeiro sapato em colaboração com a Nike, o famoso "Nike Air Yeezy", que veio em 3 cores diferentes e ambos esgotaram rapidamente.

Criações do designer:

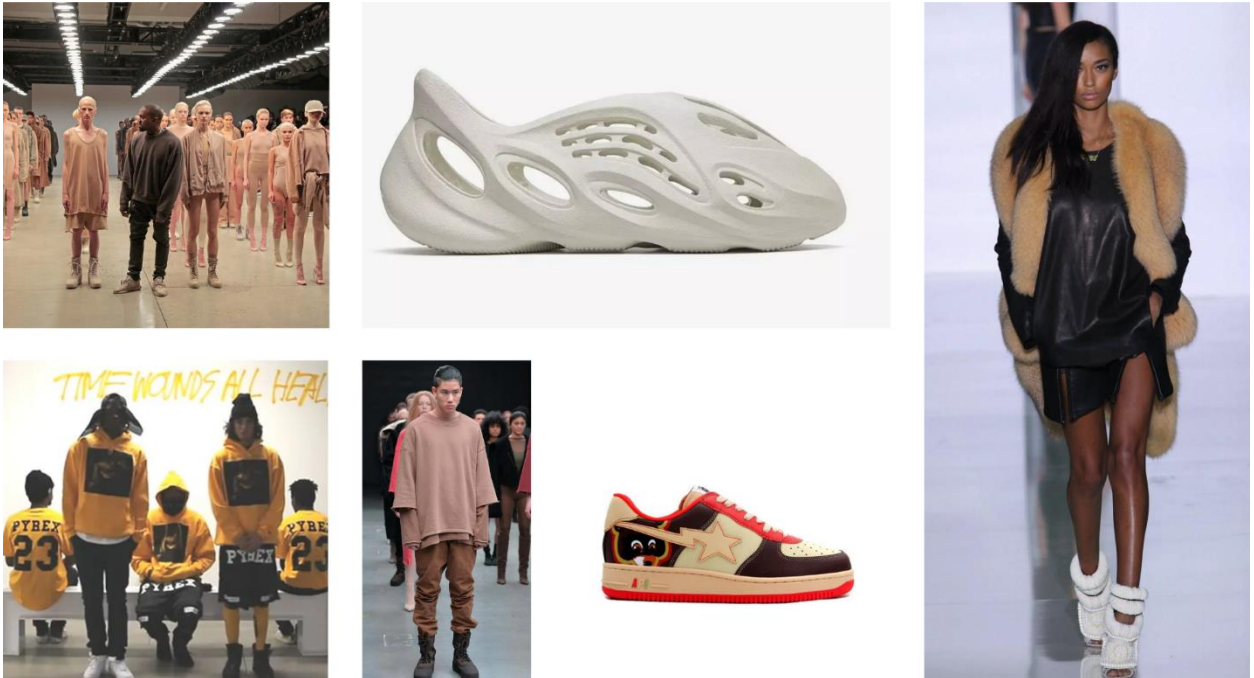


Figura 28: Criações do designer Kanye West

Reprodução: GQ



Figura 29: Designer Takashi Murakami

Fonte: Getty Images, 2009

Takashi Murakami o artista japonês conhecido por seus designs coloridos inspirados em anime colaborou com a Louis Vuitton em meados dos anos 2000 para criar uma linha de bolsas e acessórios de grande sucesso. Em 2000, em busca de uma identidade japonesa do pós-guerra e de uma frustração da indiferença de seus compatriotas com a arte contemporânea japonesa, Murakami apresentou a teoria de Superflat em uma exposição coletiva de mesmo nome. A exposição contou com as suas próprias obras, bem como as de Yoshitomo Nara, Shigeo Fukuda, Aya Takano e outros. A teoria do Superflat logo se espalhou pelo mundo da arte contemporânea, tornando-se um marco na arte contemporânea japonesa, o mais recente estilo para alcançar aclamação internacional no mundo da arte desde o grupo japonês Gutai, da década de 1950. O ensaio histórico de Murakami, "A Theory of Super Flat Japanese Art" (2000) é a expressão definitiva de seu desprezo pelo mundo da arte. Lá, ele articula o desejo de produzir uma forma de arte exclusivamente japonesa que estejam diretamente relacionadas à longa sombra do trauma do Japão após a derrota humilhante da Segunda Guerra Mundial. Este ensaio procura extrair a própria medula da cultura japonesa do pós-guerra, a fim de utilizá-la como uma filosofia fundamental para suas obras de arte.

Os projetos de Murakami foram mais comercializados e exploraram meios artísticos não convencionais, incluindo moda, música, entretenimento, instalações públicas, animação e filmes. Essa mudança entre os papéis revela a ambição de Murakami de redefinir o que um artista internacional pós-moderno pode ser. Em 2002, a convite do designer Marc Jacobs, Murakami iniciou uma parceria de longa duração com grife Louis Vuitton. Sem perder sua identidade no projeto de LV, Murakami foi capaz de ajustar a marca para incorporar sua própria estética única. Por exemplo, ele combinou a monograma LV com seus próprios olhos de água-viva tão característicos ou sobre implantou a monograma com suas cerejas de desenho animado. Essa colaboração tornou Murakami amplamente conhecido por ofuscar ainda mais as fronteiras comerciais, elevou seu status de celebridade em seu país de origem e elevou o valor econômico de sua arte a algo que é altamente valorizado entre colecionadores (principalmente ocidentais). Sua fama no mundo da moda varreu a indústria da música pop também. Em 2007, Murakami projetou o personagem Dropout Bear para o álbum Graduation, do cantor Kanye West, e dirigiu um vídeo animado para a música de West, "Good Morning". Seus colecionadores no mundo da música pop incluem o super-músico sul-coreano G-Dragon e Pharrell Williams, que também estabeleceu parceria com Murakami em 2009 e 2014.

Criações do designer:

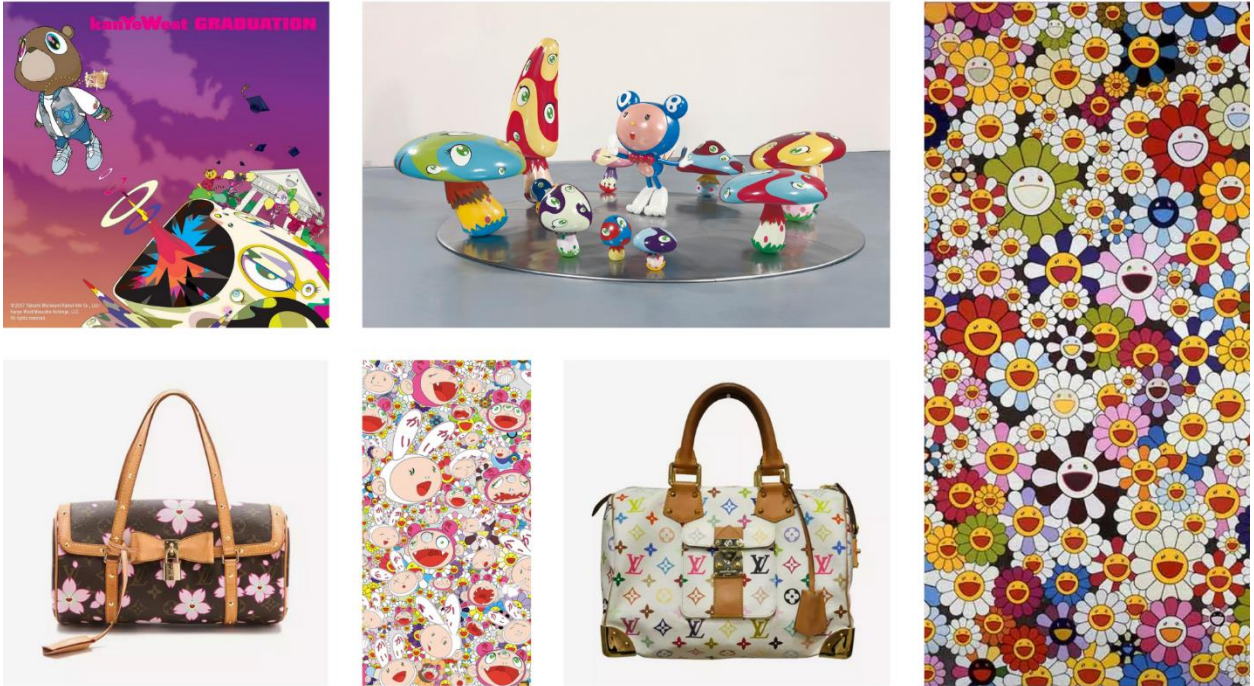


Figura 30: Criações do designer Takashi Murakami  
Reprodução: Highs no biety, 2010



Figura 31: Designer Pharrell Williams

Fonte: Getty Images, 2017

Pharrell Williams é conhecido principalmente como músico, mas também fez sucesso no mundo da moda durante os anos 2000 com suas linhas de roupas Billionaire Boys Club e Ice Cream. As marcas fundadas pelo rapper em colaboração com Nigo, criador de Bape, trouxeram um novo conceito de estilo para o streetwear. O design estava cheio de referências à cultura pop e influenciado pela ficção científica dos anos 60. Motivos de astronautas, cifrões e diamantes e jeans com estampa de cachorro marcaram o estilo de vários rappers do século 21, incluindo Lil Wayne. Até mesmo o grande ícone da moda Andre Leon Talley abraçou a moda de Pharrell Williams.

Criações do designer:

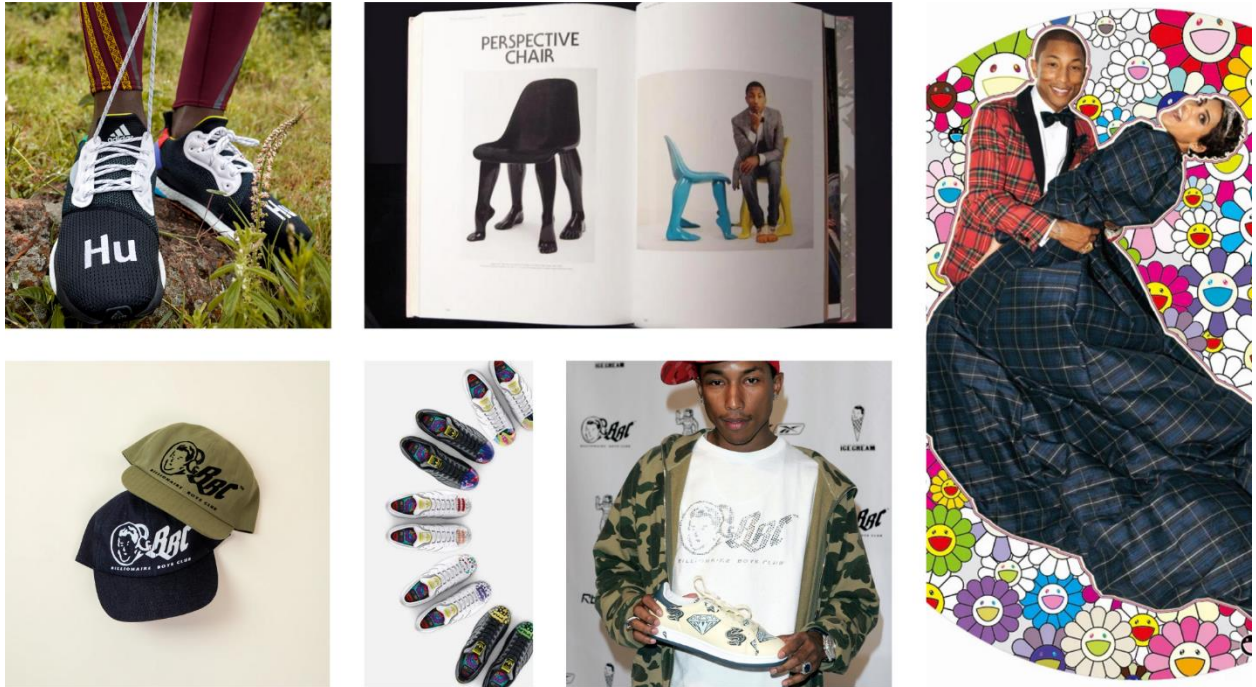


Figura 32: Criações do designer Pharrell Williams  
Reprodução: Pinterest, 2020

## Celebridades relevantes influentes no mundo da moda nos anos 2000

- **Pharrell Williams**

Pharrell Williams em 2005 foi eleito o homem mais bem vestido do mundo pela Esquire Magazine, mostrando que já tinha uma boa relação com o universo fashionista. O artista é um ícone de estilo que transita na moda e o responsável pela quebra de barreiras dentro desse circuito. Sua música traz um tom experimental, assim como seu estilo, difícil de ser definido e sempre em constante evolução.



Figura 33: Artista Pharrell Williams  
Reprodução: W Magazine, 2008

- **Paris Hilton**

Hilton foi uma das maiores influenciadoras da moda do início dos anos 2000, conhecida por popularizar a tendência "bling", com seu amor por acessórios chamativos e ostensivos, incluindo óculos de sol grandes, agasalhos Juicy Couture e bolsas de grife.



Figura 34: Modelo Paris Hilton

Reprodução: PopSugar, 2005

- **Beyoncé**

O estilo de Beyoncé nos anos 2000 era uma mistura de streetwear urbano e peças de estilistas sofisticados, popularizando marcas como Dereon e House of Deréon, que ela fundou com a mãe.



Figura 35: Artista Beyoncé  
Reprodução: Pinterest, 2004

- **Gwen Stefani**

Stefani era conhecida por sua mistura única de estilo punk e pop, muitas vezes vista usando tops curtos, calças cargo e sapatos plataforma. Ela também popularizou a tendência "Harajuku Girl", inspirada na moda de rua do distrito de Harajuku, em Tóquio.



Figura 36: Artista Gwen Stefani e suas dançarinas

Fonte: Getty Images, 2006

- **Jennifer Lopez**

J.Lo foi um ícone da moda nos anos 2000, conhecida por seu amor por roupas brilhantes e justas, muitas vezes desenhadas por nomes como Versace e Roberto Cavalli. Seu vestido Versace verde profundo no Grammy Awards de 2000 tornou-se um momento icônico da moda.



Figura 37: Cantora Jennifer Lopes

Fonte: Getty Images, 2002

- **Britney Spears**

O estilo de Britney no início dos anos 2000 era todo sobre tops curtos, jeans de cintura baixa e piercings no umbigo. Ela também popularizou a tendência "athleisure", usando agasalhos e tênis em seus videoclipes e apresentações.



Figura 38: Cantora Britney Spears

Reprodução: BuzzFeed, 2001

- **Mary-Kate e Ashley Olsen**

As gêmeas Olsen foram ícones de estilo nos anos 2000, conhecidas por seu estilo boêmio e eclético, muitas vezes sobrepondo camadas de jaquetas e lenços grandes e acessórios com óculos escuros grandes e bolsas de luxo.

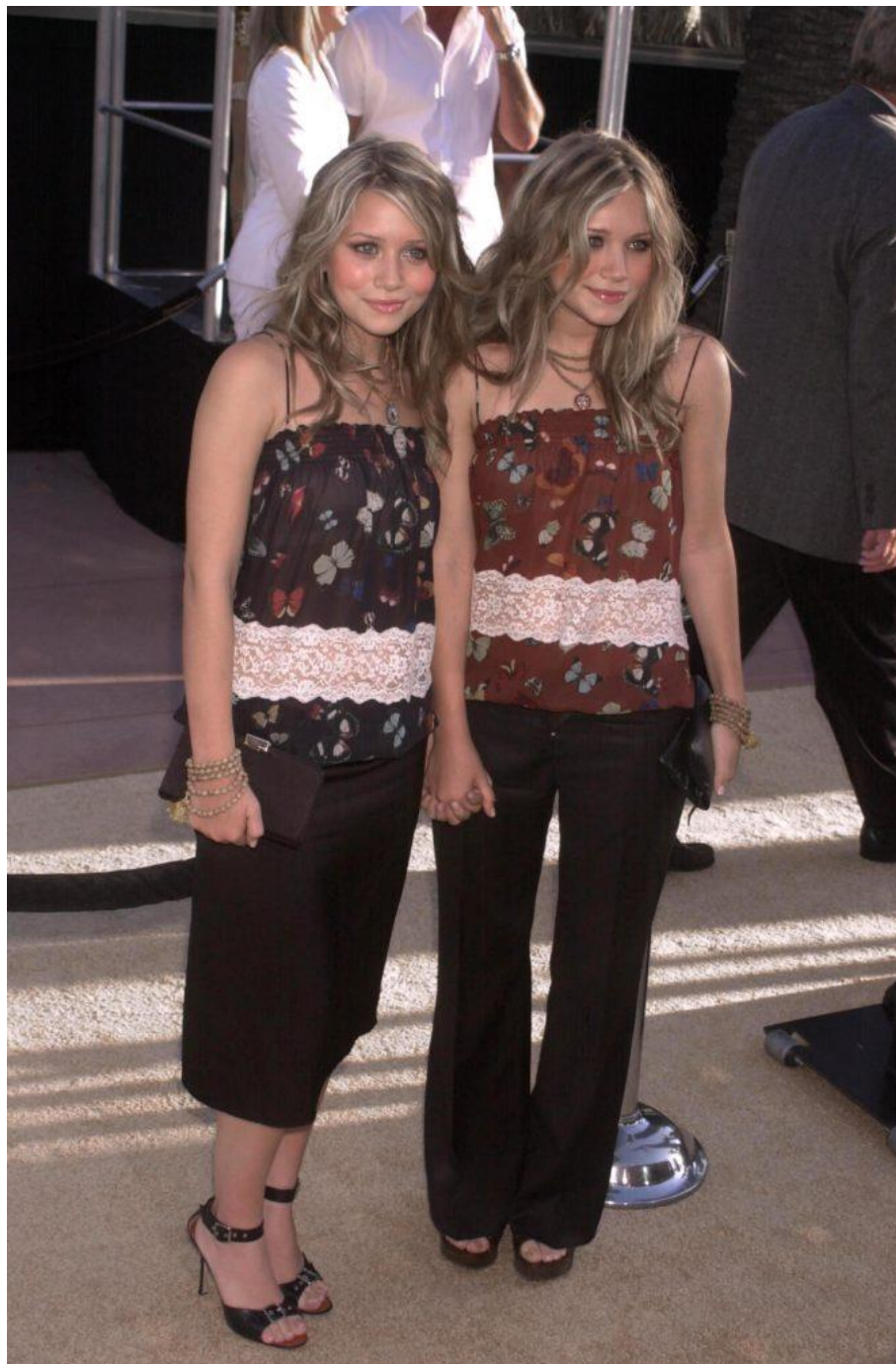


Figura 39: Irmãs Mary-Kate e Ashley Olsen  
Reprodução: College Fashion, 2003

- **Victoria Beckham**

Victoria Beckham, também conhecida como Posh Spice das Spice Girls, era conhecida por seu estilo elegante e sofisticado, muitas vezes usando vestidos justos e peças de estilistas sofisticados. Ela também popularizou o corte de cabelo "bob" no início dos anos 2000.



Figura 40: Cantora Victoria Beckhan  
Fonte: Getty Images, 2007

- **Nicole Richie**

Richie era conhecida por seu estilo boêmio, muitas vezes usando vestidos esvoaçantes, óculos de sol enormes e tiaras. Ela também popularizou a tendência "boho-chic" em meados dos anos 2000.



Figura 41: Modelo Nicole Richie

Fonte: Getty Images, 2008

- **Rihanna**

O estilo de Rihanna em meados do final dos anos 2000 era uma mistura de streetwear urbano e alta moda, muitas vezes usando peças marcantes de estilistas como Balmain e Alexander McQueen. Ela também popularizou a tendência do "batom vermelho".



Figura 42: Cantora Rihanna

Fonte: Getty Images, 2009

- **Kanye West**

O estilo de Kanye West nos anos 2000 era uma mistura de streetwear e alta moda, muitas vezes usando moletons e tênis grandes e acessórios com joias grossas e óculos escuros. Ele também popularizou a tendência das "sombas do obturador".



Figura 43: Artista Kanye West  
Fonte: Getty Images, 2008

## Semiótica

A semiótica é o estudo dos signos e símbolos, e como eles são usados para criar significados e comunicar ideias. O conceito de primeiridade, secundidade e terceiridade foi introduzido pelo filósofo e semiótico Charles Sanders Peirce como parte de sua teoria dos signos, também conhecida como teoria semiótica. Essas categorias ajudam a entender diferentes níveis de significado e interpretação envolvidos na comunicação.

Na moda, a aplicação das categorias de primeiridade, secundidade e terceiridade da semiótica pode ser compreendida da seguinte forma:

**Primeiridade:** Esta categoria refere-se à qualidade imediata e sensorial de um signo, ou seja, a experiência puramente perceptual ou emocional que ele evoca. Na moda, a primeiridade pode ser observada através de elementos como cores, texturas, formas e padrões. Por exemplo, a sensação de conforto de um tecido macio, o impacto visual de uma paleta de cores vibrantes ou a delicadeza de um bordado intrincado são exemplos de primeiridade na moda. Esses elementos podem criar reações emocionais imediatas nos observadores.

**Secundidade:** A secundidade se refere a relações de causa e efeito, ou seja, como um signo está relacionado a outros signos ou eventos. Na moda, a secundidade pode ser vista nas associações culturais, referências históricas e conexões entre diferentes elementos de um design. Por exemplo, um vestido vermelho pode ser associado ao amor ou paixão devido a associações culturais, criando uma relação de secundidade entre a cor e a emoção.

**Terceiridade:** Esta categoria envolve o aspecto interpretativo e simbólico do signo. Na moda, a terceiridade está relacionada à construção de significado por meio da associação de símbolos e conceitos mais amplos. Um exemplo seria o uso de estampas de animais em roupas, como a estampa de leopardo, que pode ser interpretada como símbolo de ousadia ou elegância. A terceiridade também está presente quando os designers incorporam conceitos filosóficos, políticos ou culturais em suas criações, transmitindo mensagens mais profundas por meio das roupas.

Em resumo, as categorias de primeiridade, secundidade e terceiridade na semiótica podem ser aplicadas à moda para analisar como os elementos visuais e sensoriais das roupas (primeiridade), suas relações com o contexto cultural e histórico (secundidade) e os significados simbólicos que elas carregam (terceiridade) se combinam para criar uma experiência significativa e comunicar mensagens aos

observadores.

### **Como são os fotolivros**

Badger (1984), co-autor da série de três volumes *The Photobook: A History*, explica que um fotolivro é um livro com ou sem texto, a mensagem dominante da obra é dada pelas fotografias. É um livro escrito por um fotógrafo ou alguém editando, sequenciando o trabalho de um ou mais fotógrafos. Tem um carácter específico, diferente da impressão fotográfica.

O fotolivro é um gênero específico em que as imagens dominam o texto e onde o trabalho combinado de fotógrafos, editores e designers gráficos ajuda a construir narrativas visuais, é conhecido por fotolivro, e nos últimos anos receberam mais atenção do que nunca, seja o lançamento de contos e antologias, e um boom no mercado de colecionadores.

Para chamar a atenção, todo jovem fotógrafo que quer ser famoso precisa publicar um livro de fotos. Um fotolivro de sucesso alimentou inúmeras carreiras importantes - dos americanos Alexos e Ryan McKinley a Doug Rickard e a espanhola Cristina DeMidel. Christina Labey, cofundadora e diretora criativa da editora e produtora sob medida Conveyor Studio, diz amar o formato do fotolivro por ser algo sem limites. Existem muitas permutações possíveis no design do livro, e talvez seja por isso que Labey e outros editores e designers frequentemente se envolvem desde o início. Isso pode significar participar quando o projeto existe apenas como uma pasta de imagens ou mesmo antes de o fotógrafo começar a fotografar.

A tecnologia digital tornou isso possível para todos, e todos parecem estar preparando um álbum de fotos. O interesse por esse tipo de trabalho tende a persistir, apesar de uma série de publicações ruins e esquecíveis. Qual é o jeito mais fácil de criar um álbum de fotos? Primeiro, reúna as fotos que você quer incluir no álbum. Em seguida, escolha um software online para montar o álbum. Selecione o tamanho, o formato e a orientação que você desejar, depois acrescente as fotos e ajuste. É importante ter uma ideia clara do que você quer transmitir com as fotos. Pode ser uma história, um tema ou um estilo específico, é importante ter uma ideia clara do que você será transmitido com as fotos. Pode ser uma história, um tema ou um estilo específico.

Na realização da sessão de fotos os elementos devem estar preparados, e que o fotógrafo esteja pronto, levando em conta a iluminação, a composição e a

criatividade na hora de realizar as fotos. Após a sessão de fotos, com as melhores imagens selecionadas será iniciado o processo de edição das fotos. Com as fotos harmônicas e transmitindo a mensagem desejada, projeto estará completo.

### Tipos de fotolivros:

- The cost of living – Martin Parr

The cost of living captura um retrato de um determinado estrato da sociedade britânica no auge do thatcherismo. De motins de Poll Tax a greves pelo fechamento de minas, a Grã-Bretanha de 1980 foi uma época de agitação política e ansiedade social. Acreditando na responsabilidade do indivíduo, muitas das políticas introduzidas por Margaret Thatcher ampliaram a distância entre as classes alta e baixa e resultaram em comunidades divididas. The Cost of Living é uma série satírica que apresenta outra visão da Grã-Bretanha na década de 1980, longe das tensões de tumultos, greves e desemprego.



Figura 44: Imagem do livro The cost of living

Fonte: The cost of living, 1988



Figura 45: Imagem do livro The cost of living

Fonte: The cost of living, 1988

- Journey for something – Daido Moriyama

Journey for Something oferece uma empolgante visão geral do novo trabalho de Moriyama, bem como suas imagens clássicas, fotografias que foram cuidadosamente selecionadas pelo artista. Compreendendo uma ampla variedade de imagens lúdicas e quase surrealistas reproduzidas em grande formato, Journey for Something segue Moriyama de Tóquio a Osaka, de fileiras cintilantes de casas noturnas a sapatos pendurados em um fio de telefone e um homem correndo nu pelas ruas.



Figura 46: Imagem do livro Journey for something

Fonte: Journey for something, 2012



Figura 47: Imagem do livro Journey for something

Fonte: Journey for something, 2012

- Tokyo – Daido Moriyama

Este livro contém uma seleção de fotos tiradas por Moriyama em vários pontos da cidade de Tóquio. O fascínio da vida vibrante da cidade com todos os seus extremos não deixou a fotografia intocada.



Figura 48: Imagem do livro Tokyo

Fonte: Tokyo 2012

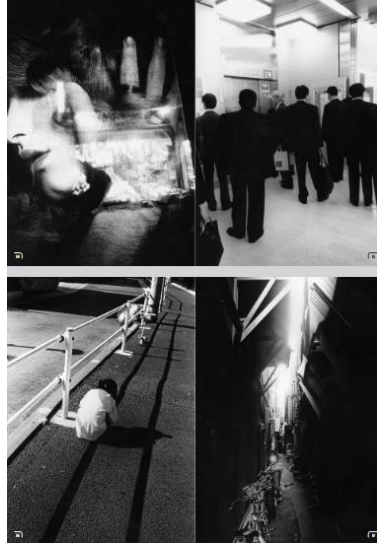


Figura 49: Imagem do livro Tokyo  
Fonte: Tokyo 2012

- Mais estranho que a ficção - Cristina de Middel

A convite de Serafina, a fotógrafa espanhola Cristina de Middel faz seu primeiro editorial de moda, misturando referências de seu trabalho mais famoso, "Afronautas", a roupas com volumes e looks estruturados que provam que nem só de biquíni e bermuda se faz o próximo verão.



Figura 50: Imagem do editorial Mais estranho que a ficção  
Reprodução: Folha, 2017



Figura 51 Figura 52: Editorial Mais estranho que a ficção

Reprodução: Folha 2018

- Herchcovitch escolhe gente nas ruas de São Paulo para posar com suas roupas - Debby Gram

A convite da Serafina, o estilista Alexandre Herchcovitch levou suas roupas ao centro de São Paulo, onde escolheu personagens para vestir as criações mais recentes de sua marca, que leva a rua para a passarela.



Figura 53: Editorial Herchcovitch escolhe gente nas ruas de São Paulo para posar com suas roupas  
Reprodução: Folha, 2017

### **Fotografia e seus elementos de composição fotográfica**

Para Berrad, “A fotografia é uma forma de arte que envolve capturar e registrar imagens usando uma câmera.” A composição fotográfica refere-se à maneira como os elementos de uma imagem são organizados dentro do quadro para criar uma imagem esteticamente agradável e equilibrada. Alguns dos elementos de composição fotográfica incluem:

#### **Ponto Focal**

Seu objeto principal ou o assunto que está sendo fotografado. Ele deve ser o ponto focal da imagem e deve ser colocado em um local que chame a atenção do observador.

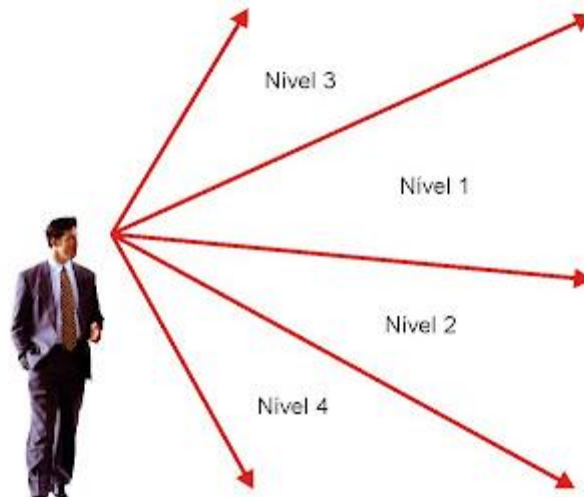


Figura 54: Representação dos níveis focais da fotografia  
Reprodução: Manual Merchandising, 2017

O nível 1 é o principal foco de exposição do produto disponível para você. O cliente não faz nenhum tipo de movimento de cabeça para ver seu produto, isso significa que seu produto é apresentado diretamente ao seu cliente. É o que também chamamos de “altura dos olhos”, que abrange a faixa entre 1,20 e 1,80 m de altura. Nesse nível, você precisa otimizar sua exposição e colocar tudo o que realmente deseja vender, tanto produtos de venda por impulso quanto ofertas ou produtos de alto valor agregado.

Nível 2 possui apenas uma ressalva em relação ao nível 1. Para visualizar os produtos, em geral, o consumidor precisa de um pequeno movimento com a cabeça, precisa olhar um pouco para baixo, o que faz com que não necessariamente o consumidor perceba esses produtos. Esse nível compreende desde o nível do chão, até a altura de 1,20m, aproximadamente. Nesse nível é interessante colocar produtos que o cliente possua um referencial de destino, ou seja, produtos que façam parte do setor, mas que não necessariamente precisam estar expostos em evidência para que o consumidor os procure.

Já o nível 3 requer mais esforço para visualização. Estamos falando do espaço aéreo. Este espaço é geralmente superior a 1,80 m ou 2,00 m de altura, que são os limites de um campo de visão normal. Para visualizar o produto, é necessário que o consumidor “olhe para cima”. Neste espaço, recomenda-se a exposição principalmente de sinalização ou comunicação visual, podendo em alguns casos, devido ao tamanho e espaço da loja, também expor algum tipo de mercadoria de maior porte, como caixas d'água utilizadas em lojas de materiais de construção. O produto pode ser visto à

distância. Mas, como regra geral, esse tipo de expositor de produtos só deve ser utilizado quando for grande o suficiente para ser identificado e localizado a alguma distância.

O nível 4 é o próprio piso. Isso é pouco utilizado para informações, principalmente pela dificuldade que o consumidor tem em registrar esse tipo de informação. Alguns casos são bem-sucedidos, como as “patas” de coelho encontradas em supermercados na época da Páscoa. As patas do coelho guiam os consumidores até onde os Ovos são exibidos.

## Linhas

As linhas ajudam a guiar o olho do observador através da imagem e podem criar uma sensação de movimento. As linhas horizontais podem transmitir uma sensação de tranquilidade ou estabilidade, enquanto as linhas verticais podem transmitir uma sensação de força ou altura. As linhas diagonais podem criar uma sensação de movimento ou dinamismo.

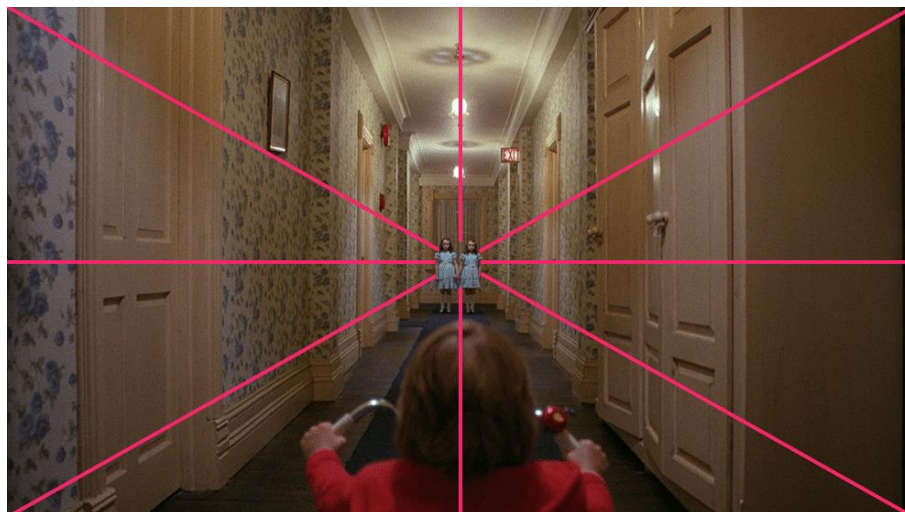


Figura 55: Representação das linhas na fotografia

Reprodução: Blog eMania, 2020

**Linha principal:** Linhas em uma em uma composição fotográfica trazem a naturalidade ao ponto que você deseja. Uma linha principal ou conjunto de linhas principais é responsável por levar o observador ao ponto-chave da imagem ou ao ponto fixo quando a regra dos terços é aplicada.

**Linhas horizontais:** As linhas horizontais são responsáveis por transmitir calma e estabilidade à imagem. É importante ressaltar que não é recomendado destacar linhas horizontais, pois elas já possuem destaque ao dividir a imagem.



Figura 56: Representação da linha horizontal na fotografia  
Reprodução: Blog eMania, 2020

**Linhas verticais:** As linhas verticais na composição fotográfica são a técnica mais comum que pode ser encontrada, mas nem sempre é usada corretamente. Acentua o assunto e transmite grandeza, impressão e altura. É frequentemente usado em fotografias de pessoas e objetos em geral para combinar as dimensões do assunto com o ambiente.



Figura 57: Representação da linha vertical na fotografia  
Reprodução: Blog eMania, 2020

**Linhas diagonais:** Embora as verticais sejam as mais utilizadas, as que ganham mais importância na composição fotográfica são as diagonais com maior efeito visual porque conduzem o olhar do observador a um determinado ponto de interesse. Essas linhas geralmente vão de um lado do quadro para o lado oposto.



Figura 58: Representação da linha diagonal na fotografia  
Reprodução: Blog eMania, 2020

**Formas geométricas:** Além de usar linhas comuns, é possível agrupá-las e criar uma nova na composição da imagem para determinado tipo de foto. Esse tipo de enquadramento geométrico é bastante utilizado em produções profissionais e exige um pouco mais de conhecimento e prática do assunto.

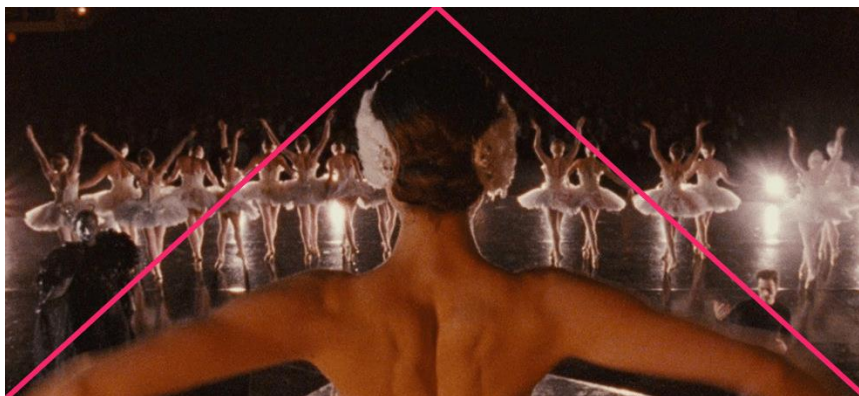


Figura 59: Representação da linha geométrica na fotografia  
Reprodução: Blog eMania, 2020

## Formas

As formas na imagem podem ser geométricas, orgânicas ou abstratas. Elas podem ser usadas para criar padrões e texturas na imagem, bem como para fornecer uma sensação de profundidade.

**Triângulos:** Na composição fotográfica, os triângulos são amplamente utilizados porque podem direcionar o olhar para uma parte importante da imagem e mostrar a direção de linhas abstratas. Eles também podem criar estabilidade e equilíbrio em uma foto.



Figura 60: Representação da forma triangular na fotografia  
Reprodução: Kopping, 2021

**Curvas:** as curvas geralmente são semelhantes a ziguezagues. Eles também encorajam os olhos a se moverem para frente e para trás na imagem. É com a vantagem de que as curvas são mais "elegantes" que as retas. Na fotografia de paisagem, são inúmeros os assuntos que podemos utilizar desses elementos, como as curvas de um rio ou estrada, galhos de árvores, formas de nuvens, desenhos feitos na areia, entre outros.



Figura 61: Representação das curvas na fotografia  
Reprodução: Travessia, expedições fotográficas, 2022

**Círculos e elipses:** Estruturas circulares chamam a atenção, criam estabilidade e simetria. Eles chamam a atenção para o seu interior antes de outros elementos da imagem.



Figura 62: Representação de um círculo na fotografia  
Reprodução: Travessia, expedições fotográficas, 2022

**Padrões:** Boas fotos podem ser obtidas repetindo formas. Quando essa repetição se torna o foco dominante de uma fotografia, chamamos de padrões ou texturas.

De acordo com a teoria da Gestalt, o olho humano é naturalmente atraído pela repetição de formas e padrões, o que torna essas imagens particularmente interessantes. São bastante comuns na natureza e podem ser encontrados, por exemplo, na casca de um tronco de árvore, em dunas de areia, camadas ou líquenes numa rocha, num campo de flores, folhas, espuma na água etc. As texturas podem assumir muitas formas. Às vezes uniformes, com idênticos - ou quase repetitivos, outras vezes completamente aleatórios.

**Espaço negativo:** O espaço negativo refere-se à área em torno do objeto principal ou assunto que está sendo fotografado. Ele ajuda a equilibrar a imagem e pode ser usado para criar uma sensação de profundidade e dimensão.

**Cor:** A cor pode ser usada para transmitir uma emoção ou criar uma sensação de harmonia ou contraste. Cores complementares podem ser usadas para criar um contraste vibrante, enquanto cores suaves podem ser usadas para criar uma sensação de tranquilidade.

### **Círculo cromático**

É uma ferramenta básica de correspondência de cores, amplamente utilizada por designers, fotógrafos e profissionais de publicidade. É composto por 12 cores divididas em: Cores primárias: amarelo, azul e vermelho. São cores que não podem ser obtidas misturando outras. Cores secundárias: verde alaranjado e violeta/roxo. Eles são obtidos pela mistura de cores primárias. Cores terciárias: são seis, formadas pela mistura de cores secundárias.



Figura 63: Círculo cromático  
Reprodução: Pinterest, 2021

**Textura:** A textura pode ser usada para criar uma sensação de profundidade e dimensão na imagem. Ela pode ser realçada pela iluminação e pelas sombras.

**Balanço:** O balanço refere-se à distribuição equilibrada de elementos na imagem. Os elementos não precisam ser simétricos, mas devem ser equilibrados para que a imagem pareça harmoniosa.

### **Layout e seus componente**

Layout é o termo utilizado para descrever a aparência visual e organização dos elementos em um projeto de design gráfico, como um site, um aplicativo ou um panfleto. Os componentes de um layout podem variar dependendo do projeto, mas geralmente incluem:

**Espaçamento e Alinhamento:** O espaçamento é o posicionamento dos elementos em uma página, enquanto o alinhamento refere-se ao relacionamento entre eles. Ambos são importantes para criar uma aparência equilibrada e coesa.

**Tipografia:** A escolha da fonte, tamanho, estilo e cor do texto é decisiva para a legibilidade e estética geral do layout.

**Cores:** as cores escolhidas para o layout ajudam a definir a identidade visual e criar uma atmosfera para a mensagem transmitida.

Imagens e gráficos: elementos visuais como imagens, ícones e ilustrações ajudam a capturar a atenção do usuário e transmitir informações de forma visual.

Espaço em Branco: Também conhecido como "espaço negativo", é a área em branco ao redor dos elementos do layout. O espaço em branco é importante para garantir a legibilidade e a organização visual do design.

Grades: as grades são estruturas invisíveis que ajudam a organizar seu layout em uma grade, facilitando o alinhamento e a colocação consistente dos elementos.

Elementos de navegação: se o layout for para uma página ou aplicativo da Web, os elementos de navegação, como menus, botões e links, são essenciais para ajudar o usuário a encontrar informações e navegar pelo conteúdo.

## Grid

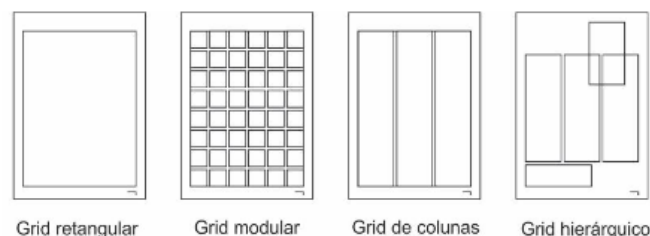


Figura 64: Modelos de grid  
Reprodução: Pinterest, 2019

É uma estrutura invisível em design gráfico que ajuda a organizar os elementos de layout em uma grade, facilitando o alinhamento e a colocação consistente dos elementos.

Uma grade geralmente é composta de linhas horizontais e verticais que se cruzam nas interseções. Essas linhas definem uma grade na qual os elementos de layout podem ser colocados. O uso de um grid pode trazer muitos benefícios de design, como:

- **Consistência:** alinhar elementos a uma grade torna o design mais consistente e organizado.
- **Hierarquia visual:** uma grade ajuda a definir a hierarquia visual de um

layout e ajuda a destacar elementos importantes.

- **Flexibilidade:** Ao usar uma grade, é possível fazer alterações no layout sem afetar a consistência visual do design.

Para usar um grid, é importante definir sua estrutura, como número de colunas e bordas. Alguns programas gráficos possuem ferramentas específicas para criação de grids, mas é possível criar um grid manualmente utilizando guias e régua. O uso de grids é comum em muitos tipos de design, como design editorial, web design e design de interface do usuário. É uma técnica que ajuda a melhorar a organização visual de um layout e pode trazer muitos benefícios para o projeto como um todo.

## Tipografia

A tipografia inclui vários elementos, incluindo tipo de fonte, tamanho da fonte, cor, linha, espaçamento e alinhamento. Esses elementos são cuidadosamente selecionados para criar um equilíbrio harmonioso no design do texto e garantir que seja fácil de ler e entender. A tipografia também pode ser usada para criar diferentes estilos e efeitos no texto, como negrito, itálico, sublinhado e outros recursos visuais que ajudam a enfatizar certas palavras ou frases.

De acordo com Strunck (2007) o alfabeto tipográfico é dividido em cinco grandes grupos, divididos em serifas (terminações dos caracteres).

Serifa triangular:

abcdefghijklmnopqrstuvwxy 0123456789  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Serifa linear:

abcdefghijklmnopqrstuvwxy 0123456789  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Serifa quadrada:

**abcdefghijklmnopqrstuvwxy 0123456789  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**

Sem serifa:

**abcdefghijklmnopqrstuvwxy 0123456789  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**

Decorativos:

*abcdefghijklmnopqrstuvwxy 0123456789  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ*

A tipografia terá um papel fundamental na criação do fotolivro. Inicialmente, a escolha cuidadosa da tipografia irá contribuir para a estética e identidade visual do projeto, permitindo a harmonização entre o texto e as imagens. Uma tipografia adequada pode reforçar o tema e estilo do fotolivro, complementando a narrativa visual de forma coesa e consistente.

Além disso, a tipografia influenciará diretamente a legibilidade e a experiência de leitura do espectador. Um fotolivro com uma tipografia bem pensada e legível tornará a apreciação das fotografias mais agradável, permitindo que a mensagem seja transmitida de forma clara e compreensível. Uma tipografia inadequada pode distrair e

prejudicar a experiência do leitor, desviando a atenção das imagens e do conteúdo.

Por fim, a tipografia é uma ferramenta poderosa para transmitir emoções e estilos distintos. A escolha de diferentes fontes, tamanhos e estilos tipográficos pode criar atmosferas diversas, desde um ar retrô e nostálgico até uma estética contemporânea e vanguardista. A tipografia em um fotolivro reside na sua capacidade de contribuir para a estética, a legibilidade e a expressividade da obra. Ela desempenha um papel integral na harmonização do texto com as imagens, influenciando a experiência do espectador e permitindo que o projeto transmita sua mensagem e identidade de forma cativante e significativa.

### **Programas utilizados no processo de montagem de um fotolivro**

Existem vários programas que podem ser utilizados no processo de montagem de um fotolivro, desde softwares profissionais até aplicativos mais simples e intuitivos. Alguns dos programas mais populares incluem:

- Adobe InDesign: é um software profissional de layout de página oferecem recursos avançados de tipografia e design gráfico. É uma opção popular entre designers gráficos que desejam criar layouts personalizados e sofisticados para fotolivros.
- Adobe Photoshop: é um software de edição de imagem que pode ser usado para ajustar e retocar fotos antes de adicioná-las ao fotolivro. É uma ferramenta útil para melhorar a qualidade das imagens e corrigir quaisquer problemas de iluminação, contraste ou cor.
- Adobe Lightroom: é um software de gerenciamento e edição de fotos que permite organizar e retocar várias imagens de uma só vez. É uma ótima ferramenta para trabalhar com grandes quantidades de fotos e prepará-las para uso em um fotolivro.
- Canva: é uma plataforma de design gráfico online que oferece uma variedade de modelos prontos para uso e recursos fáceis de usar.

É uma opção popular para iniciantes ou pessoas que desejam criar um fotolivro rapidamente, sem a necessidade de habilidades avançadas de design gráfico.

- Photobook Designer: é um software gratuito oferecido por muitas empresas de fotolivros, que permite criar layouts personalizados para o seu fotolivro. Ele inclui recursos como modelos prontos, opções de edição de imagem e uma ampla seleção de fontes e gráficos.

Cada programa tem suas próprias vantagens e desvantagens, e a escolha do melhor software dependerá das necessidades e habilidades de cada usuário.

## **Formatos de E-books**

Existem vários formatos de ebooks disponíveis no mercado, cada um com suas próprias características e recursos. Aqui estão alguns dos formatos mais comuns:

- EPUB: é o formato mais popular de ebook e é suportado por quase todos os leitores de ebooks, incluindo o Kindle, Kobo, Nook e muitos outros. O EPUB é projetado para ser responsivo e ajustar automaticamente o layout do livro para diferentes tamanhos de tela e orientações
- MOBI: é um formato proprietário da Amazon usado exclusivamente para livros Kindle. Ele oferece recursos avançados, como anotações, marcadores e recursos de dicionário, e é suportado apenas por dispositivos Kindle e aplicativos da Amazon.
- PDF: é um formato de arquivo amplamente utilizado para documentos digitais, incluindo ebooks. Ele preserva o layout e a formatação do livro, mas não é tão responsivo quanto o EPUB e não se ajusta e não se ajusta automaticamente ao tamanho da tela
- AZW: é um formato proprietário da Amazon que é usado para livros Kindle

protegidos por DRM (gerenciamento de direitos autorais). Ele oferece recursos avançados, como anotações e marcadores, mas é suportado apenas por dispositivos Kindle e aplicativos da Amazon.

- iBooks: é um formato proprietário da Apple usados exclusivamente para livros vendidos na iBooks Store. Ele oferece recursos avançados, como anotações, marcadores e recursos de dicionário, e é suportado apenas por dispositivos da Apple.

Cada formato de ebook tem seus próprios prós e contras, e a escolha do melhor formato dependerá das necessidades e preferências do usuário. É importante notar que alguns formatos são mais adequados para determinados dispositivos ou aplicativos, e é sempre recomendável verificar as especificações do dispositivo antes de escolher um formato de ebook.

#### 2.1.4 Análise de similares

Nesta etapa do projeto, para captar ideias ou verificar erros que não devem ser reproduzidos, é feito uma análise de itens similares ao que se quer produzir. Nesse caso, primeiramente, foram selecionadas imagens de fotografias de editoriais de moda além de fotos que possuem ideias interessantes que precisam ser analisadas para verificar a possibilidade de reproduzi-las no contexto em que o projeto está inserido.

O modo de analisar das imagens será o pni, o autor Siqueira (2007) explica que o “PNI é uma ferramenta que tem como objetivo explorar uma ideia pela análise de seus pontos fortes, fracos e interessantes.”

Positivo: as boas coisas, o que você gosta na idéia.

Negativo: as coisas ruins, o que você não gosta.

Interessante: o que você acha interessante e que merece uma reflexão.

Ao invés de dizer simplesmente que gosta ou não gosta de uma idéia, pode ser utilizado o PNI para explorar melhor seus diversos aspectos, antes de fazer seu julgamento. Nesse caso, primeiramente, foram selecionadas 11 imagens de fotografias de fotolivros e editorias, além de fotos que possuem ideias interessantes que precisam ser analisadas, para verificar a possibilidade de reproduzi-las no contexto em que o projeto está inserido. Veja abaixo:



Figura 65: Modelo Jisung  
Reprodução: Kpopping, 2021

Pontos positivos: A gradação de cores é ousada e vibrante, o que destaca a imagem e chama a atenção do espectador.

Pontos negativos: O fundo é um pouco perturbador, o que pode tirar o foco do modelo.

Pontos interessantes: O modelo está usando uma roupa que mistura estilos diferentes, criando um visual único.

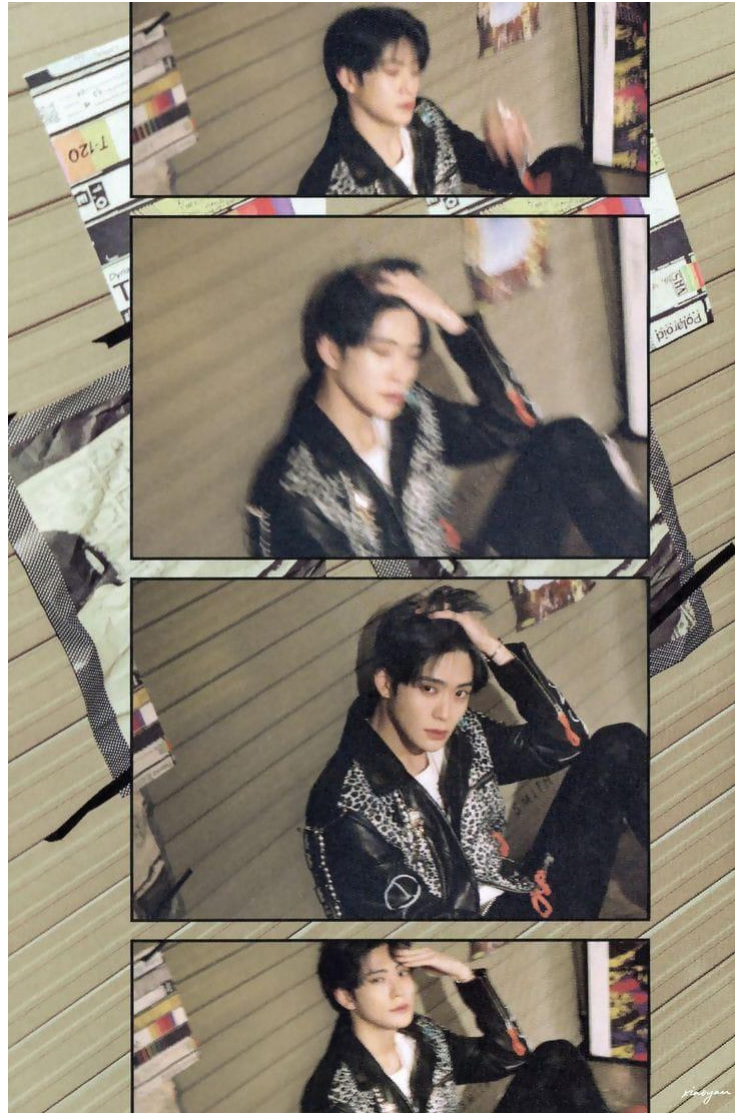


Figura 66: Modelo Jaehyun  
Reprodução: Kpopping, 2020

Pontos positivos: A composição é bem equilibrada e chama a atenção do espectador para o rosto da modelo.

Pontos negativos: A imagem parece um tanto genérica e carece de um forte senso de personalidade ou singularidade.

Pontos interessantes: O uso de uma composição simples permite que o espectador se concentre nas características e na expressão do modelo.



Figura 67: Cantora Britney Spears  
Reprodução: Pinterest, 2001

Pontos positivos: Imagem limpa; boa preparação dos elementos

Pontos negativos: Não se aplica.

Pontos interessantes: A modelo está usando uma roupa prateada chamativa, adicionando um ar futurista para a foto.



Figura 68: Modelo para um editorial 1  
Reprodução: Pinterest, 2021

Pontos positivos: A composição é bem equilibrada e chama a atenção do espectador para o rosto da modelo.

Pontos negativos: Não se aplica.

Pontos interessantes: As roupas e acessórios da modelo são cuidadosamente escolhidos para se adequar ao tema geral do editorial.



Figura 69: Modelo para um editorial 2

Reprodução: Pinterest, 2006

Pontos positivos: A escolha de uma paleta de cores vibrantes e ousadas faz com que a imagem se destaque e prenda a atenção do espectador.

Pontos negativos: A expressão da modelo é um tanto vazia, o que pode dificultar a conexão de alguns espectadores com a imagem.

Pontos interessantes: Iluminação trabalhada para dar o reflexo no produto, o que resulta em uma boa aparência.

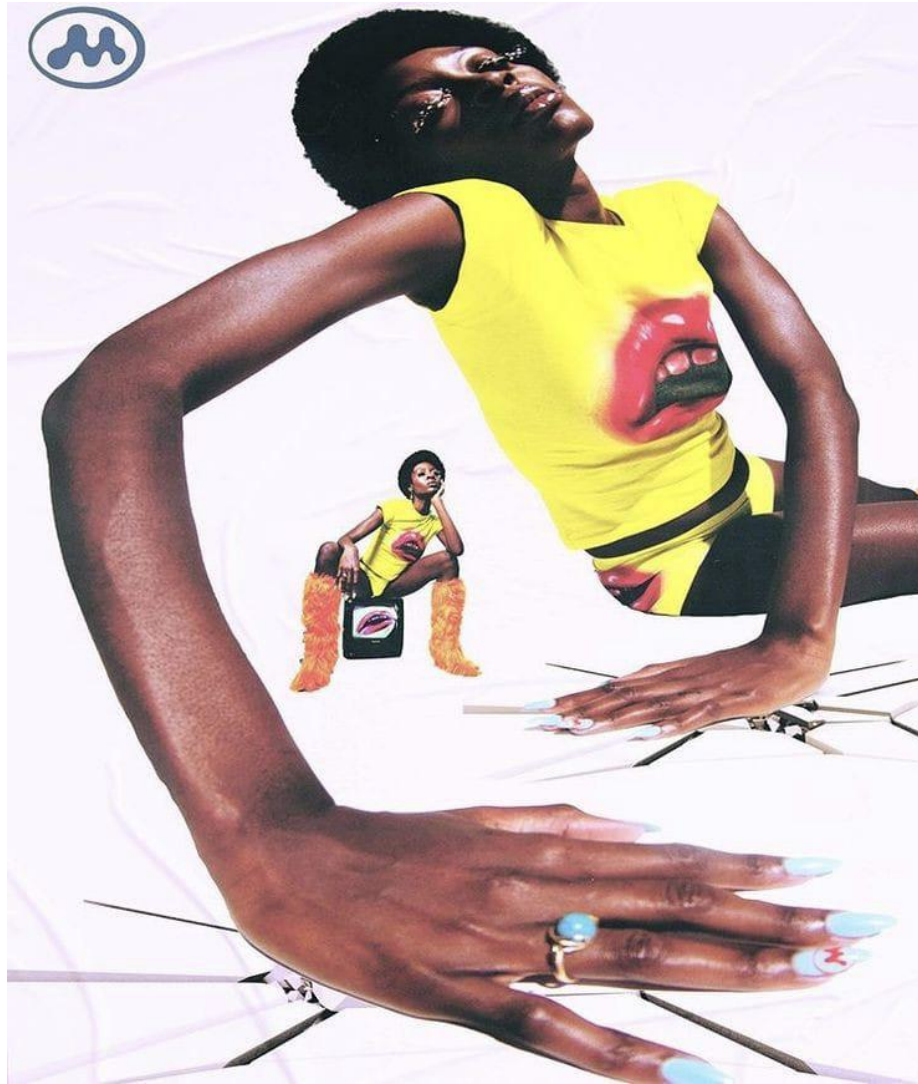


Figura 70: Modelo para um editorial 3  
Reprodução: Pinterest, 2020

Pontos positivos: A expressão da modelo é forte e evocativa, aumentando o impacto geral da imagem.

Pontos negativos: O plano de fundo é um tanto genérico e normal, o que pode diminuir o impacto geral da imagem.

Pontos interessantes: As roupas e acessórios da modelo, criando um visual descolado e descontraído.



Figura 71: Modelo para um editorial 4

Reprodução: Pinterest, 2022

Pontos positivos: As roupas e acessórios da modelo são cuidadosamente escolhidos para se adequar ao tema geral do editorial.

Pontos negativos: Pontos negativos: O fundo é muito poluído visualmente, dificultando a visualização da modelo e da roupa.

Pontos interessantes: O uso de uma pose criativa adiciona interesse e intriga à imagem.



Figura 72: Ator Pattison para um editorial

Fonte: GQ, 2022

Pontos positivos: A escolha de uma paleta de cores vibrantes e ousadas faz com que a imagem se destaque e prenda a atenção do espectador.

Pontos negativos: A imagem é muito filtrada, o que pode desanimar alguns espectadores que preferem uma aparência mais natural.

Pontos interessantes: A escolha de uma paleta de cores vibrantes e ousadas faz com que a imagem se destaque e prenda a atenção do espectador.



Figura 73: Modelo para um editorial 5

Reprodução: Pinterest, 2022

Pontos positivos: A expressão da modelo é forte e evocativa, aumentando o impacto da imagem.

Pontos negativos: A imagem parece um tanto caótica e desorganizada, o que pode afastar alguns espectadores.

Pontos interessantes: A imagem parece fazer parte de uma série editorial maior, aumentando seu apelo e interesse.



Figura 74: Modelo para um editorial 6

Reprodução: Pinterest, 2022

Pontos positivos: A pose da modelo é forte e confiante, aumentando o impacto da imagem.

Pontos negativos: A pose da modelo parece forçada e artificial, tirando a naturalidade da foto.

Pontos interessantes: A pose criativa da modelo adiciona interesse e intriga a imagem.



Figura 75: Modelo para um editorial 7

Reprodução: Kpopping, 2022

Pontos positivos: A modelo está em uma pose forte e confiante.

Pontos negativos: O cabelo da modelo cobre parte de seu rosto, o que pode dificultar a conexão de alguns espectadores com sua expressão.

Pontos interessantes: A modelo está vestindo uma roupa minimalista e elegante, com cores neutras.

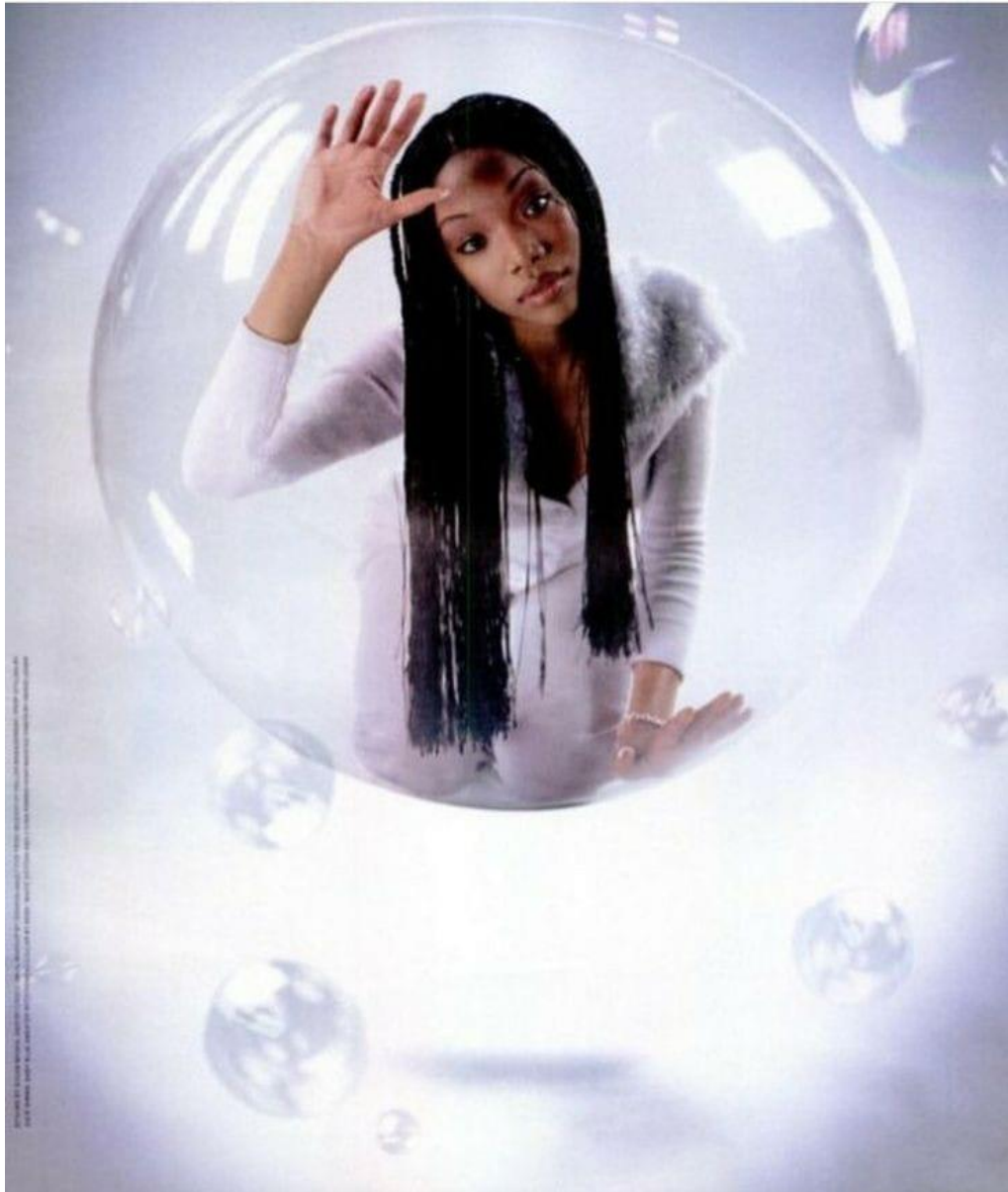


Figura 76: Modelo para um editorial 8

Reprodução: Pinterest, 2022

Pontos positivos: A expressão da modelo é forte e evocativa, aumentando o impacto da imagem.

Pontos negativos: O rosto da modelo está parcialmente obscurecido por sombras, o que pode dificultar a conexão de alguns espectadores com a imagem.

Pontos Interessantes: O uso de um retrato em close permite que o espectador se concentre nas características e na expressão do modelo.


De acordo com a análise de similares foi observado que a escolha das cores para o fundo das imagens é fundamental para destacar o modelo. É importante que as cores do fundo estejam em harmonia com o contexto em que o modelo está inserido. As cores escolhidas podem ajudar na criação de uma atmosfera que destaque o modelo, as cores quentes criam uma atmosfera mais aconchegante e intimista, enquanto cores frias podem transmitir uma sensação mais serena e distante. Além disso, a iluminação adequada pode ajudar a destacar os detalhes do modelo, dando mais clareza e nitidez as fotos. Também foi analisado que a moda é uma forma de expressão que reflete diferentes valores culturais, políticos e sociais. Dessa forma, foi percebido que a estética da moda nos ajuda a entender como esses valores são expressos por meio dos estilos, cores, tecidos, estampas e formas das roupas. A estética da moda pode ser alcançada de diferentes maneiras. Além disso, a análise dos estilos de moda pode nos ajudar a identificar as principais características de cada período e como elas evoluíram ao longo do tempo. Cada estilo pode ser interpretado de diferentes formas por diferentes marcas e indivíduos.

## 2.2 Imersão em Profundidade

### 2.2.1 Cadernos de Sensibilização

Utilizando a ferramenta "caderno de sensibilização", para entender de uma forma melhor as rotinas do público, atividades, dificuldades como consumidor do produto e seus gostos. As atividades inseridas no caderno foram, informações sobre: idade; profissão; atividades que mais gosta de fazer. Como é seu dia a dia, como é a sua relação com a moda? Quais seus interesses em fotografia de moda? Coloque aqui imagens suas favoritas de moda dos anos 2000.

Os resultados obtidos foram analisados e organizados conforme as respostas obtidas. Abaixo estão representados, contendo as informações relevantes sobre cada um.



Dona de casa – 50 anos

Uma dona de casa que se concentra em cuidar de seus filhos e de sua casa. Seu dia a dia é preenchido com atividades domésticas, como cozinhar, limpar e cuidar das crianças.

Maria se preocupa em se vestir de forma confortável e prática para suas tarefas diárias, mas ainda assim mantém um senso de moda em suas escolhas de roupas. Ela gosta de seguir as últimas tendências de moda, mas não é muito obcecada por elas. Embora não tenha um interesse particular em fotografia de moda, ela aprecia fotos bonitas de moda em revistas e nas mídias sociais.

Figura 77: caderno de sensibilização dona de casa

Fonte: A autora



Estudante – 25 anos

Uma jovem estudante universitária. Seu dia a dia é bastante ocupado com aulas e atividades extracurriculares. Ela costuma se vestir de forma confortável e casual para suas atividades diárias, mas gosta de se vestir mais formalmente para eventos sociais e ocasiões especiais. A moda é importante para ela, mas ela não se considera uma pessoa obsessiva por ela. Ana tem um interesse crescente em fotografia de moda e adora estudar fotos de moda para entender como as roupas podem ser apresentadas de forma criativa e artística.

Figura 78: caderno de sensibilização estudante

Fonte: A autora




Fotógrafo – 34 anos

Fotógrafo profissional de moda que trabalha para uma grande revista de moda. Seu dia a dia é ocupado com sessões de fotos, reuniões com clientes e viagens para locais de filmagem. Ele está sempre vestido com roupas elegantes e modernas que são adequadas para a sua profissão. Para João, a moda é uma parte essencial de sua vida, tanto pessoal quanto profissionalmente. Ele tem um interesse apaixonado em fotografia de moda e está sempre procurando novas inspirações para suas fotos.

Figura 79: caderno de sensibilização fotógrafo

Fonte: A autora



**Estudante - 20 anos**

É um estudante de arte que tem um interesse particular em moda. Seu dia a dia é preenchido com aulas de arte e visitas a museus e galerias de arte. Ele gosta de experimentar diferentes estilos e tendências de moda e está sempre procurando maneiras de incorporar sua paixão pela arte em suas escolhas de roupas. Carlos tem um forte interesse em fotografia de moda e adora

Figura 80: caderno de sensibilização estudante

Fonte: A autora

### 2.2.1 Cartões de insights

Com o objetivo de facilitar a consulta das informações coletadas durante a fase de imersão preliminar e imersão em profundidade, foram criados cartões de insights, separado por temas. Segue abaixo:

composição para criar equilíbrio ou harmonia nas fotos Tema: fotografia Fonte: pesquisa desk	fotografia digital Tema: fotografia Fonte: pesquisa desk	fotografia como meio de documentação Tema: fotografia Fonte: pesquisa desk	Elementos como o layout, as cores e as fontes podem ser usados para criar diferentes estilos, como clássico, moderno, vintage ou minimalista Tema: layout Fonte: pesquisa desk	moda única e distinta Tema: tendências Fonte: pesquisa desk	a moda era influenciada pela cultura pop Tema: tendências Fonte: pesquisa desk
textura para adicionar interesse e profundidade a uma imagem Tema: fotografia Fonte: pesquisa desk	hierarquia visual nos elementos como tamanho, cor, fonte e alinhamento Tema: layout Fonte: pesquisa desk	espaçamento para destacar elementos importantes Tema: layout Fonte: pesquisa desk	escolha da fonte, tamanho e estilo de letra Tema: tipografia Fonte: pesquisa desk	margens para separar conteúdos como cabeçalho e rodapés Tema: layout Fonte: pesquisa desk	grid para garantir uma organização consistente para criar sensação de ordem Tema: grid Fonte: pesquisa desk
grid para criar um design de fácil adaptação em diferentes formatos Tema: grid Fonte: pesquisa desk	um grid rígido e estruturado transmite sensação de criatividade Tema: grid Fonte: pesquisa desk	O uso cuidadoso do grid pode ajudar a garantir que o conteúdo seja claro e fácil de compreender Tema: grid Fonte: pesquisa desk	edição de imagens poderosa que permite aos usuários ajustar, melhorar e manipular imagens digitais de diversas formas Tema: programas Fonte: pesquisa desk	remoção de manchas, olheiras, espinhas e outros defeitos Tema: programas Fonte: pesquisa desk	ajuste de cor, brilho, contraste e saturação da imagem Tema: programas Fonte: pesquisa desk
preservar as memórias por meio de imagens Tema: como são os fotógrafos Fonte: pesquisa desk	personalizado de acordo com o gosto e estilo do usuário Tema: como são os fotógrafos Fonte: pesquisa desk	design também pode ser usado para criar uma sensação de fluxo e sequência na história, tornando a leitura mais agradável e envolvente Tema: layout Fonte: pesquisa desk	O uso de cores em design pode ajudar a criar uma atmosfera emocional específica, como calma, alegria, confiança ou urgência. Tema: círculo cromático Fonte: pesquisa desk	Combinar cores de forma eficaz na ajuda da criação de equilíbrio visual. Tema: círculo cromático Fonte: pesquisa desk	Ao criar designs para um público global, é importante considerar as associações culturais das cores para evitar ofensas ou mal-entendidos Tema: círculo cromático Fonte: pesquisa desk

Figura 81: Cartões de insight

Fonte: A autora, 2023

### 3 ANÁLISE E SÍNTESE

#### 3.1 Personas

Personagens foram criados nesta etapa para construção e estruturação de ideias. Nela acontecerá a expressão de necessidades, expectativas e motivações do público.



Figura 82: Ilustração representando persona 1

Fonte: Freepik, 2020

**Alice:** Alice é uma jovem fashionista que adora moda e tudo o que envolve o universo fashion. Ela acompanha de perto as tendências do momento, gosta de montar looks com peças de grife e adora experimentar diferentes estilos. Além disso, é uma grande fã da moda dos anos 2000, que considera uma das épocas mais icônicas e divertidas da moda.



Figura 83: Ilustração representando persona 2

Fonte: Freepik, 202

**Carlos:** Carlos é um estudante de moda que está sempre ligado nas novidades do mundo da moda. Ele adora ler editoriais de moda, estudar as tendências e as técnicas utilizadas pelos grandes estilistas. Além disso, é um grande fã da moda

dos anos 2000, que considera uma época marcante para a moda.



Figura 84: Ilustração representando persona 3

Fonte: Freepik, 2020

**Roberta:** Roberta é uma blogueira de moda que tem um estilo único e marcante. Ela adora compartilhar suas dicas de moda com seus seguidores e está sempre em busca de novidades para compartilhar em suas redes sociais. Além disso, é uma grande fã da moda dos anos 2000, que considera uma época cheia de estilo e personalidade.



Figura 85: Ilustração representando persona 4

Fonte: Freepik, 2020

**Giovani:** Giovani é um estilista renomado que sempre busca inovar em suas criações. Ele está sempre ligado nas tendências do momento, mas também busca inspiração em outras épocas da moda, como os anos 2000, que considera uma época marcante para a moda. Além disso, é um grande fã de editoriais de moda, que o inspiram em suas criações.

### 3.2 Mapa conceitual

O mapa conceitual foi desenvolvido com o intuito de melhorar a visualização gráfica dos dados, tornando mais fácil de compreender as ligações entre essas informações coletadas. Para isso, foi definida primeiramente uma frase com a ideia central e após isso foi feita uma breve explicação de cada parte importante da frase. Veja abaixo:

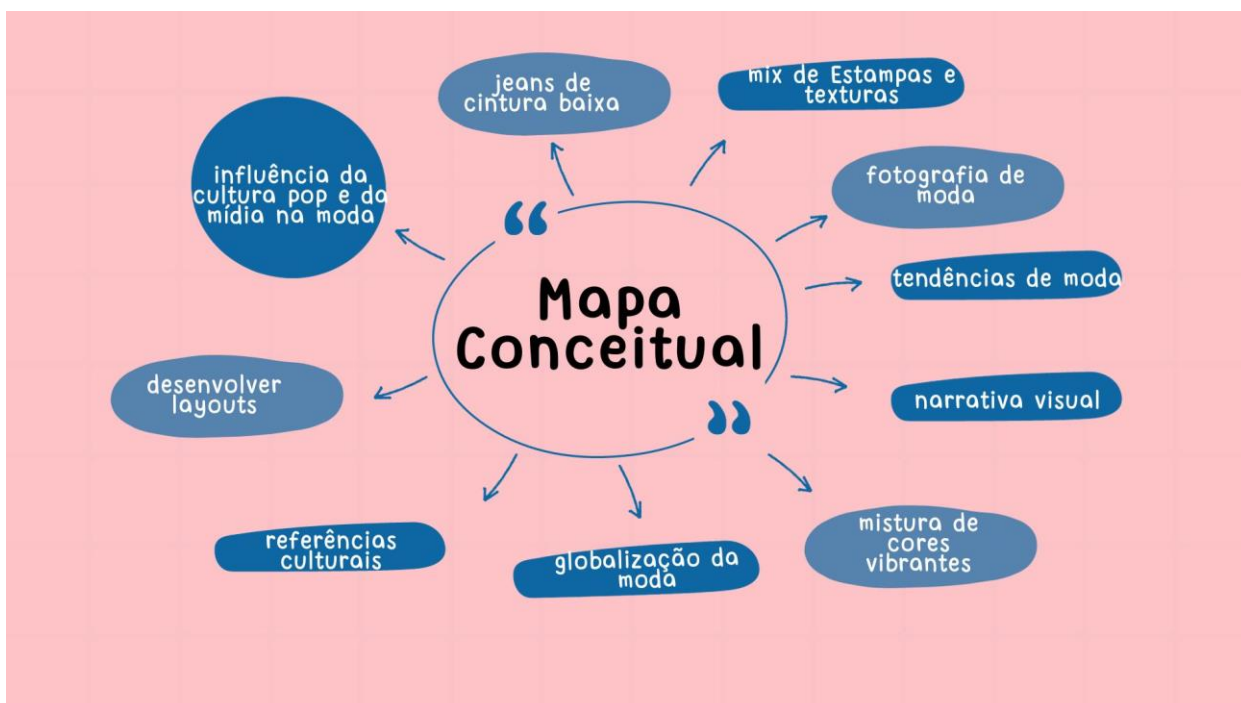


Figura 86: Mapa conceitual

Fonte: A autora, 2023

### 3.3 Critérios norteadores

Durante as pesquisas exploratória e desk foram coletadas informações a respeito da moda dos anos 2000, como é feito um fotolivro, e da fotografia no geral. Após a criação dos cartões de insight e do mapa conceitual, foram definidos os seguintes critérios que irão nortear o projeto:

- Fidelidade ao contexto histórico, social e cultural: Ao retratar a estética da década de 2000, é essencial considerar os aspectos históricos, sociais e culturais do período para garantir uma representação autêntica e precisa.
- Coesão estética: O projeto deve manter uma coesão visual, utilizando cores, elementos e técnicas de composição que remetam à moda dos anos 2000, garantindo assim uma identidade marcante e consistente.
- Naturalidade e veracidade: Evitar exageros na edição das fotografias é importante para preservar a naturalidade das imagens e garantir sua autenticidade.
- Layout bem planejado: Um layout cuidadosamente planejado, que destaque as imagens e facilite a leitura, proporcionará uma experiência agradável ao espectador.
- Reflexão sobre questões sociais, políticas ou culturais: O tema apresentado no fotolivro deve transmitir uma mensagem clara e coesa, refletindo um posicionamento em relação a questões importantes relacionadas à moda e à sociedade.
- Identidade visual: Criar um estilo visual único e marcante é fundamental para estabelecer a identidade da marca ou do tema explorado no fotolivro. Cada elemento utilizado deve estar em harmonia para construir uma narrativa coesa e consistente.
- Conceito criativo: Ter um conceito criativo bem definido desde o início do projeto é essencial para orientar todas as etapas de produção, desde a escolha das roupas e acessórios até a fotografia e a locação.
- Mensagem transmitida: Além de contar uma história, o fotolivro deve transmitir uma mensagem que se conecte com o público-alvo e ajude a construir a identidade visual da marca ou do tema abordado.

Ao seguir esses critérios, o fotolivro terá maior probabilidade de se destacar,

comunicar apropriadamente a estética da moda dos anos 2000 e criar um impacto significativo no espectador.

### **3.4 Requisitos e Restrições**

Com a ajuda dos dados coletados anteriormente e das ferramentas utilizadas na etapa de análise e síntese, podemos agora listar as restrições relacionadas a pesquisa.

#### **Requisitos**

- Texto descritivo que apresente informações sobre os estilos, tendências e designers de moda apresentados nas fotos.
- Fotos de alta resolução que destaquem os detalhes dos designs de moda.
- Cores vivas e precisas para mostrar as cores exatas das roupas e acessórios de moda.
- Temas e conceitos bem definidos para orientar a escolha das fotos e garantir a coerência entre elas.
- Fotografias que mostrem as roupas de diferentes ângulos e perspectivas para exibir a sua beleza e funcionalidade.
- Layout que proporcione a integração de diferentes elementos visuais, como gráficos, textos e imagens.
- Fonte de fácil leitura;
- “Contar história” com as fotos;
- Variedade de tamanhos e layouts de página para acomodar diferentes tipos de imagens e estilos de moda.
- Design elegante e moderno para transmitir a sensação de moda.

## Restrições

- Tempo de carregamento para abrir fotolivro.
- Não ter internet para baixa-lo.
- Espaço de armazenamento disponível para ter o fotolivro.
- Funcionalidade do fotolivro offline.
- Experiência de leitura do público.

## 4 IDEIAÇÃO

Essa fase tem como intuito gerar ideias inovadoras para o tema do projeto e, para isso, utilizam-se as ferramentas de síntese criadas na fase de análise para estimular a criatividade e gerar soluções que estejam de acordo com o contexto do assunto trabalhado.

### 4.1 Painéis Semânticos



Figura 87: Painel Semântico 1

Fonte: A autora, 2023





Figura 90: Painel Semântico 4

Fonte: A autora, 2023



Figura 91: Painel Semântico 5

Fonte: A autora, 2023

## 4.2 Brainstorm

Viana et al. (2012), define o brainstorming como uma técnica amplamente utilizada para estimular a criatividade e gerar uma grande quantidade de ideias rapidamente. A premissa básica do brainstorming é criar um ambiente livre de críticas, qualquer ideia que venha à mente, por mais incomum ou absurda que possa parecer. Isso pode levar a uma ampla gama de sugestões, que podem ser refinadas posteriormente.

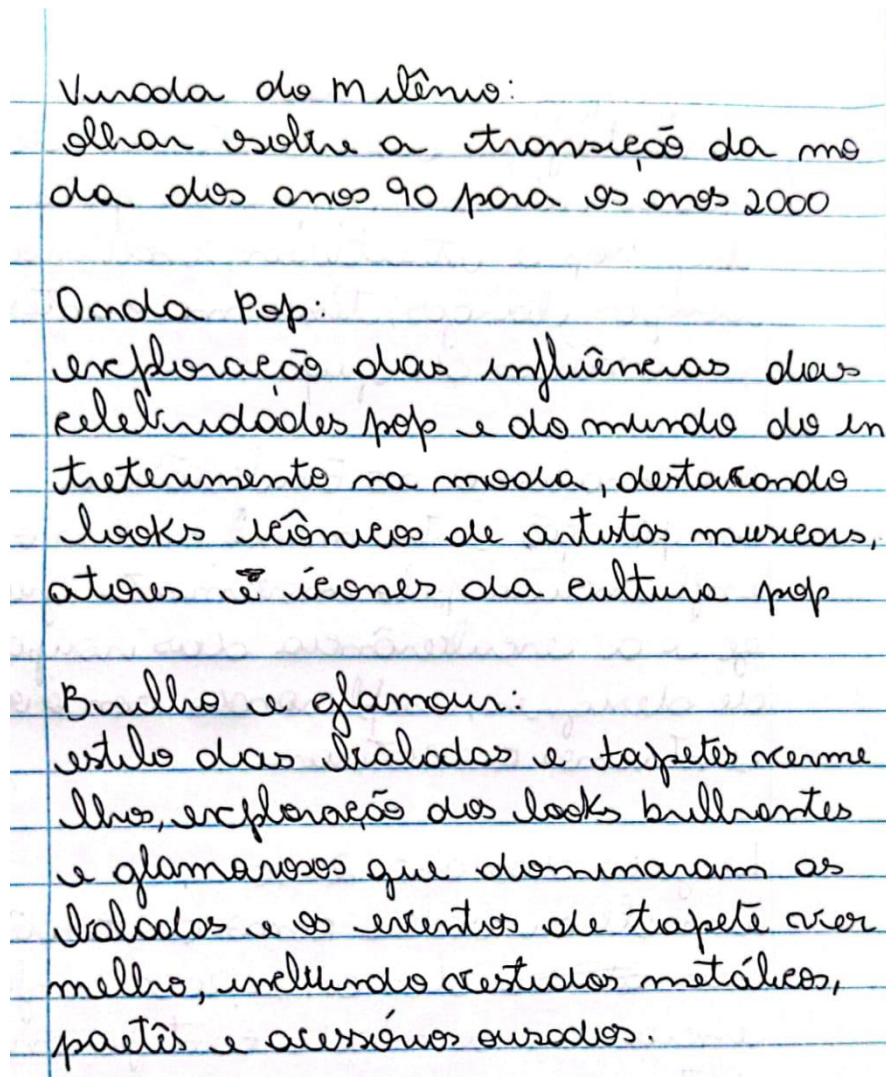


Figura 92: Brainstorm

Fonte: A autora, 2023

### **4.3 Cardápio de Ideias**

#### **Introdução aos anos 2000:**

Uma breve contextualização sobre a cultura, eventos históricos e influências que moldaram a moda nos anos 2000.

#### **Celebridades e Ícones da Época:**

Destaque para as principais celebridades, músicos, atores e modelos que definiram o estilo dos anos 2000, como Britney Spears, Justin Timberlake, Paris Hilton, Lindsay Lohan, entre outros.

#### **Tendências de Moda:**

- Jeans de cintura baixa e cintura alta.
- Camisetas com frases e logos icônicos.
- Conjuntos combinando de top e saia/calça.
- Roupas esportivas e looks "athleisure".
- Vestidos e saias jeans.

#### **Cores e Estampas:**

- Tons pastel e brilhantes.
- Estampas de animais.
- Xadrez, especialmente em saias e camisas.

**Influências Culturais:**

- Moda hip-hop e streetwear.
- Looks inspirados em filmes e séries populares da época.
- Elementos da cultura pop, como videogames e tecnologia.

**Celebrando a Diversidade:**

Destaque a diversidade de estilos, culturas e identidades que influenciaram a moda dos anos 2000.

#### 4.4 Geração de Alternativas

Capas

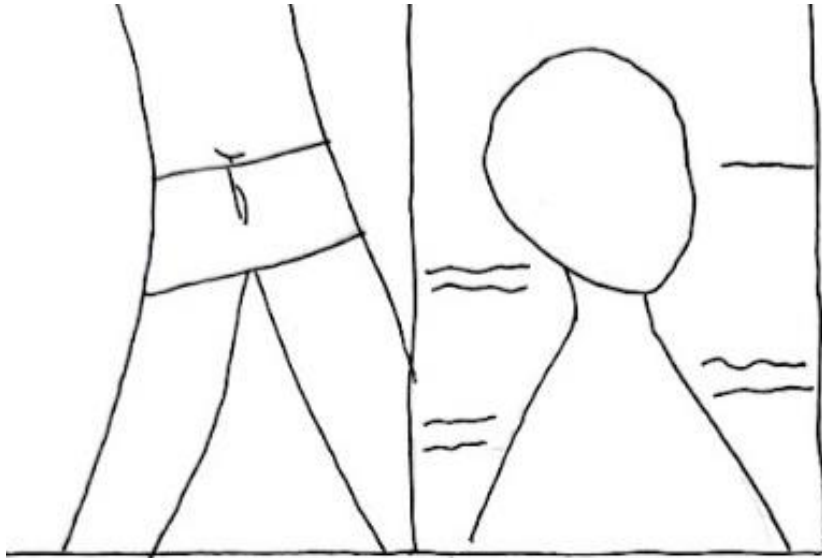


Figura 93: Alternativa 1

Fonte: A autora, 2023

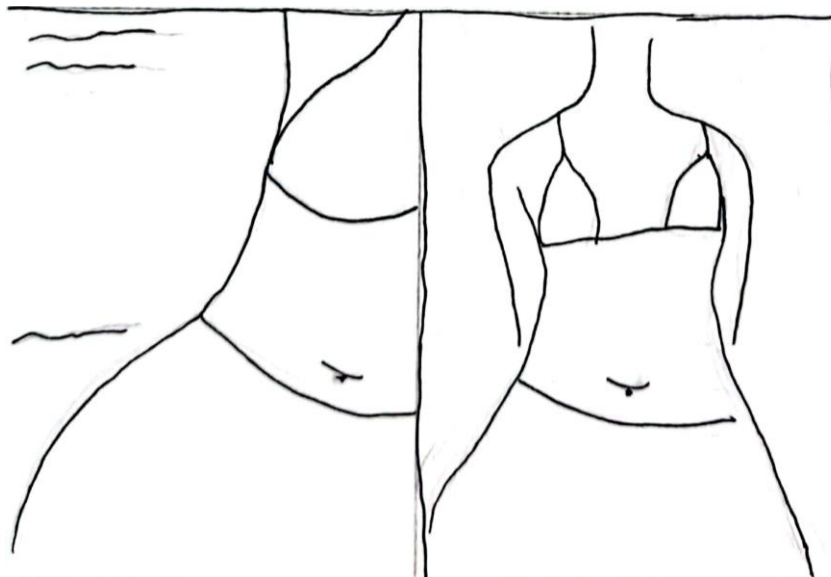


Figura 94: Alternativa 2

Fonte: A autora, 2023

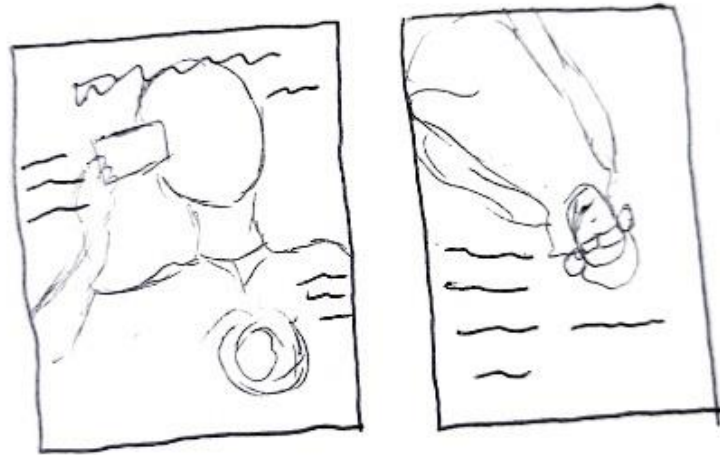


Figura 95: Alternativa 3

Fonte: A autora, 2023

Páginas

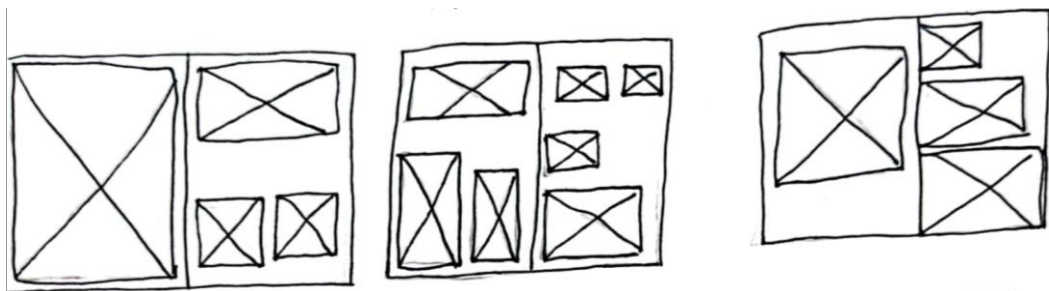


Figura 96: Alternativa 4

Fonte: A autora, 2023

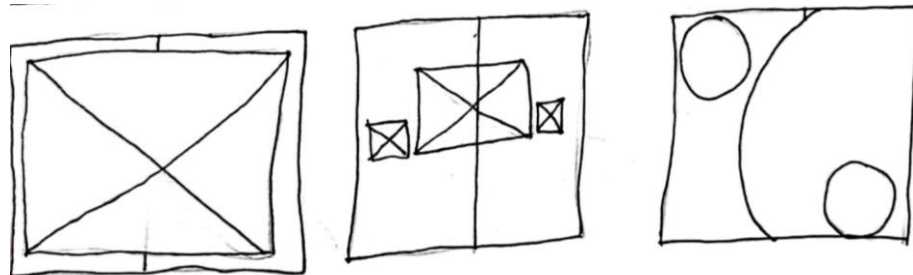


Figura 97: Alternativa 5

Fonte: A autora, 2023

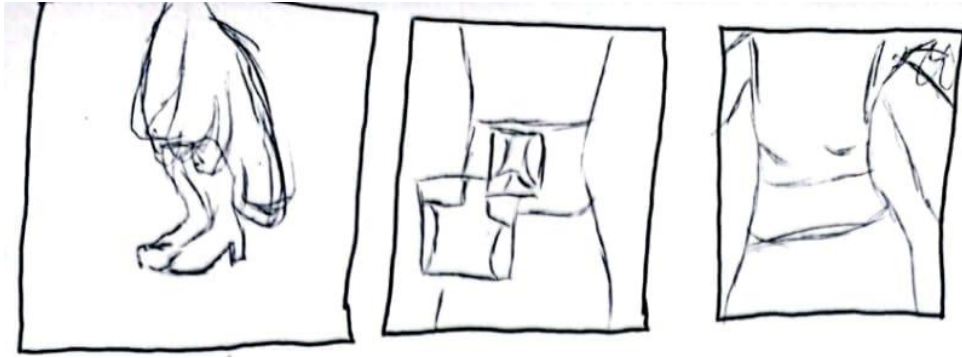


Figura 98: Alternativa 6

Fonte: A autora, 2023

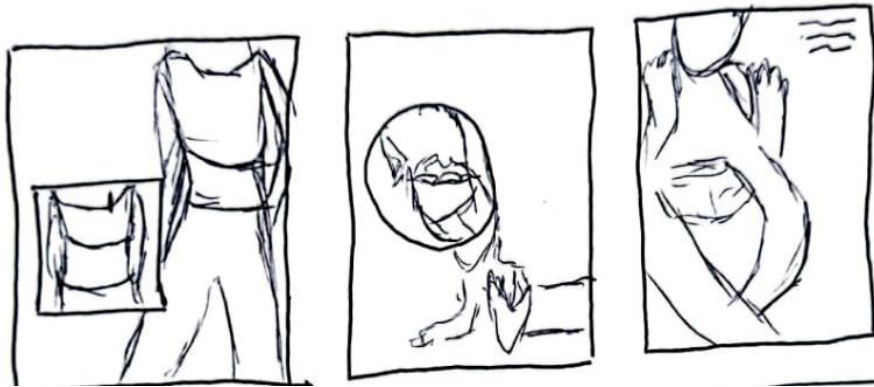


Figura 99: Alternativa 7

Fonte: A autora, 2023

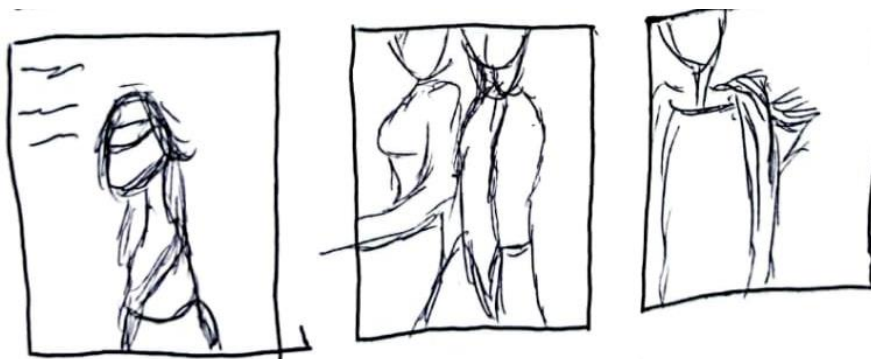


Figura 100: Alternativa 8

Fonte: A autora, 2023

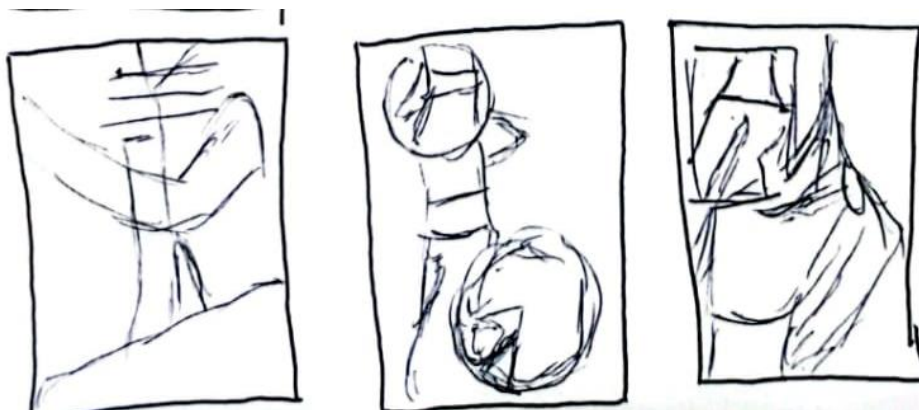


Figura 101: Alternativa 9

Fonte: A autora, 2023

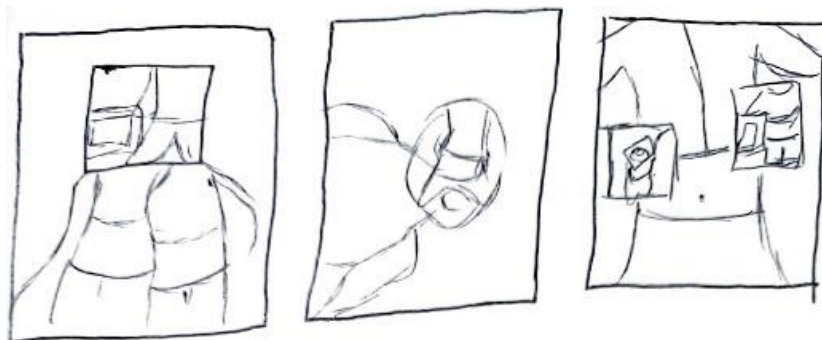


Figura 102: Alternativa 10

Fonte: A autora, 2023

### Capas dos capítulos



Figura 103: Alternativa 11

Fonte: A autora, 2023

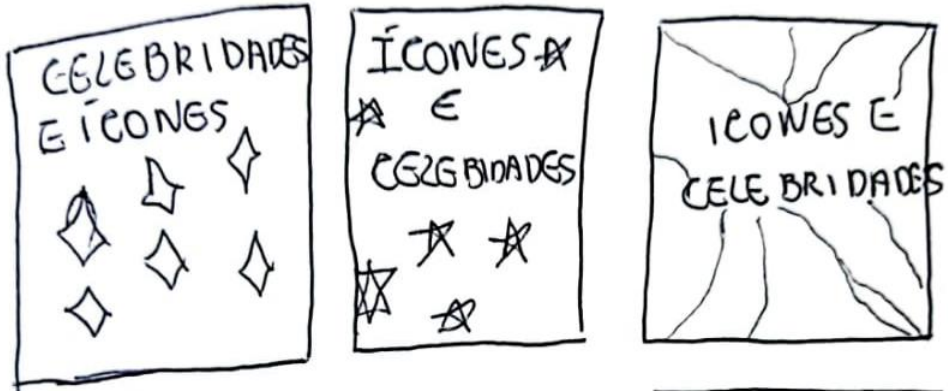


Figura 104: Alternativa 12

Fonte: A autora, 2023

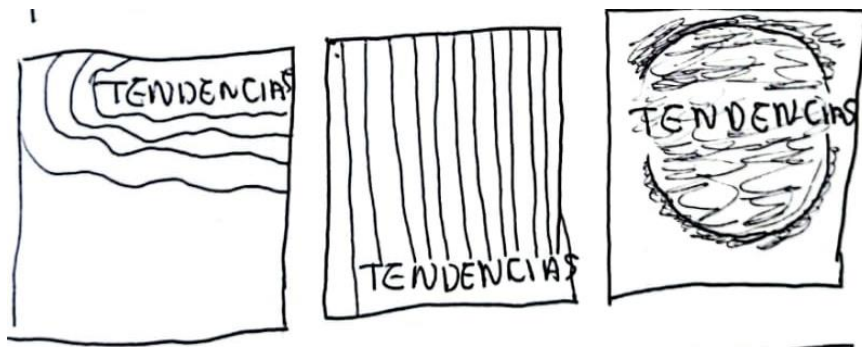


Figura 105: Alternativa 13

Fonte: A autora, 2023



Figura 106: Alternativa 14

Fonte: A autora, 2023



Figura 107: Alternativa 15

Fonte: A autora, 2023

Fontes

ROSIE BROWN SERIF DEMO

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
XYZ

1234567890

LOREM IPSUM IS SIMPLY  
DUMMY TEXT OF THE PRINTING  
AND TYPESETTING INDUSTRY.

abcdefghijklmnopqrstuvwxy  
z  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
Z

1234567890

Lorem Ipsum is simply dummy text  
of the printing and typesetting  
industry.

Zasline

abcdefghijklmnopqrstuvwxy  
z  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890

Lorem Ipsum is simply dummy text  
of the printing and typesetting  
industry.

Arial

abcdefghijklmnopqrstuvwxy  
z  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
WXYZ

1234567890

Lorem Ipsum is simply dummy text  
of the printing and typesetting  
industry.

**HEAVITAS**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
WXYZ**

**1234567890**

**LOREM IPSUM IS SIMPLY  
DUMMY TEXT OF THE  
PRINTING AND TYPESETTING  
INDUSTRY.**

Eras Demi ITC

abcdefghijklmnopqrstuvwxy  
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ  
XYZ

1234567890

Lorem Ipsum is simply dummy  
text of the printing and  
typesetting industry.

Gotham

abcdefghijklmnopqrstuvwxy  
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ  
WXYZ

1234567890

Lorem Ipsum is simply dummy  
text of the printing and  
typesetting industry.

**A ABSTRACT GROOVY**

**ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ  
XYZ**

**1234567890**

**LOREM IPSUM IS SIMPLY  
DUMMY TEXT OF THE  
PRINTING AND TYPESETTING  
INDUSTRY.**

## 4.5 Matriz de posicionamento

A matriz de posicionamento é uma ferramenta que permite uma análise rápida por meio de critérios que favoreçam uma visão mais ampla e abrangente das diferentes alternativas. Apenas as capas foram avaliadas pois o modelo das páginas não será único, o conceito do fotolivro é que a diagramação das páginas seja indefinida.

### Páginas

ALTERNATIVAS DE PÁGINAS	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T
Fidelidade ao contexto histórico	1	3	1	4	1	2	5	6	7	6	8	5	9	6	7	6	7	9	6	6
Coesão estética	3	3	1	2	2	1	3	5	6	7	7	9	6	8	8	7	9	7	8	7
Identidade visual	1	1	3	1	2	2	7	8	6	5	8	7	7	7	9	8	6	5	9	9
Conceito criativo	1	2	1	1	1	1	6	8	5	8	6	8	7	6	7	6	7	6	7	8
TOTAL	6	9	6	8	6	6	21	27	24	26	29	29	29	27	31	27	29	27	30	30

Tabela 1, Matriz de posicionamento

Fonte: A autora, 2023

### Capas

ALTERNATIVAS	A	B	C	D	E	F
Fidelidade ao contexto histórico	4	1	2	1	8	1
Coesão estética	2	3	3	4	9	1
Identidade visual:	2	3	1	2	7	2
Conceito criativo	1	1	1	2	8	3
TOTAL	9	8	7	9	32	7

Tabela 2, Matriz de posicionamento

Fonte: A autora, 2023

### Capas dos capítulos

ALTERNATIVAS	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O
Fidelidade ao contexto histórico	4	2	9	3	2	8	1	3	9	2	7	1	3	7	3
Coesão estética	3	2	7	1	2	8	2	2	8	3	8	2	2	9	2
Identidade visual	1	1	8	2	1	6	1	1	7	1	9	2	1	9	1
Conceito criativo	1	1	7	1	3	7	4	1	9	2	8	4	3	8	1
TOTAL	9	6	31	7	8	29	8	7	33	8	32	9	9	33	7

Tabela 3, Matriz de posicionamento

Fonte: A autora, 2023

### Fontes

ALTERNATIVAS	A	B	C	D	E	F	G	H
Fidelidade ao contexto histórico	6	8	9	1	5	1	1	1
Coesão estética	9	9	8	1	5	2	2	1
Identidade visual	9	8	7	2	6	3	2	2
Conceito criativo	8	8	9	1	6	1	1	1
TOTAL	32	33	33	5	22	7	6	5

Tabela 4, Matriz de posicionamento

Fonte: A autora, 2023

A seleção criteriosa das alternativas com mais de 10 pontos para o fotolivro de moda dos anos 2000 revela um comprometimento com a excelência e a representatividade deste projeto. As alternativas que receberam uma pontuação superior a 10 emergem como verdadeiras testemunhas visuais da estética e da evolução da moda durante essa década. Cada escolha reflete uma cuidadosa análise e avaliação das opções, destacando aquelas que melhor encapsulam os principais elementos da moda dos anos 2000, sejam eles relacionados a tendências, designers icônicos, celebridades influentes ou conceitos inovadores.

As alternativas mais pontuadas, serão as responsáveis pelo fotolivro e a busca pela representatividade e autenticidade, proporcionando ao leitor uma viagem cativante pela moda da época. Essas alternativas, cuidadosamente escolhidas, se tornam janelas para um passado estilístico que ressoa até os dias atuais, nos permitindo entender o impacto duradouro da moda dos anos 2000 e sua influência contínua sobre as tendências contemporâneas. Assim, o fotolivro se transforma em uma cápsula do tempo visual, contando a história da moda com um olhar focado e apaixonado que

celebra a diversidade e a singularidade dessa década icônica.

## 5 PROTOTIPAÇÃO

A utilização da matriz foi o ponto de partida para dar início ao processo de prototipação, onde se começou a busca pelas imagens necessárias para criar o fotolivro. A matriz desempenhou um papel fundamental na organização e seleção das imagens que serão incorporadas ao projeto. Essa fase inicial é crucial para definir o direcionamento visual e estilístico do fotolivro, estabelecendo as bases para a sua produção. Confira abaixo as imagens selecionadas para criação do fotolivro:



Figura 108: Fotografias 1 e Figura 109: Fotografias 2

Fonte: Freepik, 2022

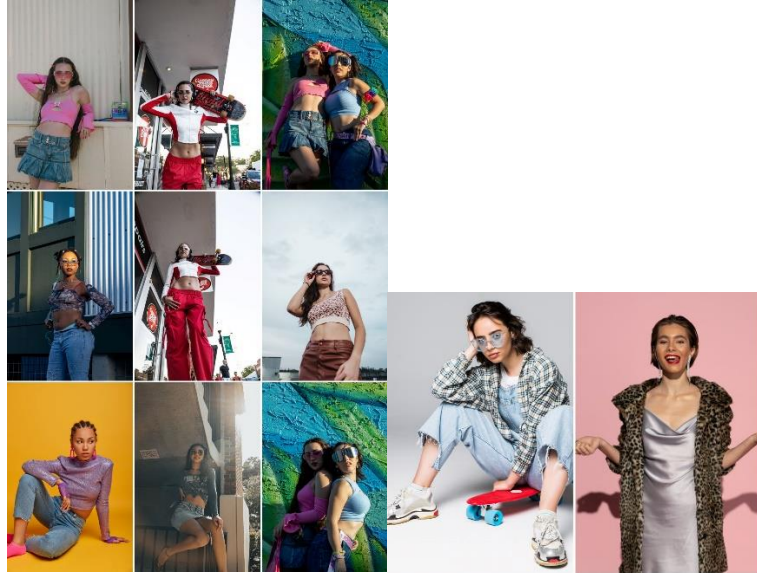


Figura 110: Fotografias 3 e Figura 111: Fotografias 4

Fonte: Pexels - OG Productionz, 2022, 2023

## 5.1 Protótipos

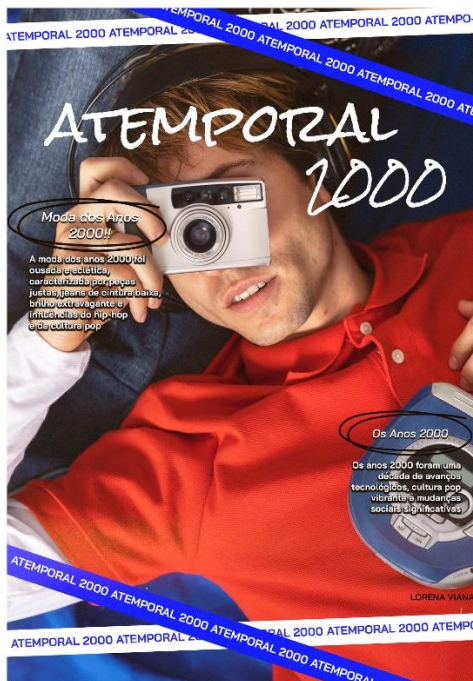


Figura 112: Capa do Fotolivro

Fonte: A autora, 2023

A capa traz a referência das capas de revistas dos anos 2000, da tipografia até os mínimos detalhes. A escolha das fontes e estilos de texto é um verdadeiro tributo à estética daquela década. Os elementos gráficos, desde as cores até os padrões geométricos, nos transportam de volta a uma era marcada pela exuberância e criatividade. Cada detalhe da capa é cuidadosamente projetado para evocar a sensação de abrir uma revista da época, revivendo a nostalgia de descobrir as celebridades, tendências e histórias que dominavam as páginas naqueles anos. É como uma máquina do tempo visual, relembrando o fascínio e a cultura da virada do milênio, através de uma capa que é, em si mesma, uma obra de arte nostálgica.



Figura 113: Introdução

Fonte: A autora, 2023



Figura 114: Capítulo 1

Fonte: A autora, 2023

Capítulo 1 - Os anos 2000: A capa do capítulo traz elementos presentes na representação dos anos 2000 como os fundo de glitter, os adesivos, e a tipografia simples. As fotos apresentam as modelos utilizando roupas que refletem a época como o jeans de nós baixo, as blusas curtas conhecidas como cropped. Nas três fotos é possível ver a forma triangular no formato das imagens, com ponto focais diferentes, na primeira imagem o ponto focal é de nível 3, a segunda e terceira possuem o mesmo ponto focal de nível 1.



Figura 115: Capítulo 2

Fonte: A autora, 2023

Capítulo 2 – Ícones e Celebridades: Inspirado no estilo das celebridades da época, este capítulo traz a moda ousada e icônica que definiu aquela década, este capítulo é uma viagem no tempo que nos permite entender como as celebridades influenciaram a cultura da moda e da beleza naquela era. Cada página é uma homenagem aos looks lendários e às personalidades carismáticas que moldaram os gostos e tendências da época. As três imagens têm o ponto focal de nível 1 com formatos triangulares.



Figura 116: Capítulo 3

Fonte: A autora, 2023

Capítulo 3 – Tendências: Este capítulo transmite toda a essência dos anos 2000, onde é possível ver as cores vibrantes, o jeans desgastado, a mini saia ousada, as estampas ousadas e o cós baixo que se tornaram os pilares da moda daquela época. Cada página é um mergulho nostálgico na estética única que dominou as passarelas e as ruas, lembrando-nos dos visuais ousados das celebridades e das tendências de moda que cativaram o mundo. É um verdadeiro tributo a uma era onde a moda era audaciosa,

divertida e cheia de atitude, e onde as pessoas ousavam experimentar e expressar sua individualidade por meio de roupas ousadas e cores chamativas. As imagens possuem pontos focais diferentes, mas seus formatos triangulares são os mesmos.



Figura 117: Capítulo 4

Fonte: A autora, 2023

Capítulo 4 – Cores e Estampas: Neste capítulo, é possível ver a presença marcante das cores e estampas nas roupas, recriando fielmente a atmosfera vibrante e ousada dos anos 2000. desde o xadrez até o animal print. É uma celebração da exuberância e criatividade que dominaram a cena fashion da época, onde as pessoas não tinham medo de se destacar com roupas chamativas e divertidas. Este capítulo nos leva de volta a uma era em que a moda era uma forma de expressão audaciosa e cheia de personalidade, e nos faz reviver a alegria de vestir peças que transmitiam toda a energia e atitude dos anos 2000. A primeira imagem possui um formato triangular com o ponto focal nível 3, a segunda imagem também possui um formato de curvas mas seu ponto focal é nível 1, já a terceira foto possui um formato triangular com o ponto focal nível 3.



Figura 118: Capítulo 5

Fonte: A autora, 2023

Capítulo 5 – Influências Culturais: O último capítulo traz a referência de toda a década citada, desde as roupas ousadas que marcaram a moda até o avanço da tecnologia que transformou nossas vidas. Ele nos conduz por uma jornada que abrange não apenas o estilo e a cultura, mas também a revolução tecnológica que definiu os anos 2000. É possível vislumbrar os icônicos aparelhos tecnológicos da época, como os telefones celulares com flip e os reprodutores de MP3 que se tornaram onipresentes. É uma imersão na intersecção entre moda e tecnologia, destacando como esses dois elementos moldaram e refletiram a evolução da sociedade ao longo da década. Este capítulo é um tributo à era dos avanços tecnológicos e das roupas ousadas, proporcionando uma visão abrangente de como os anos 2000 deixaram sua marca indelével em nossa cultura e estilo de vida. A primeira imagem traz o formato triangular com o ponto focal nível 1, a segunda e terceira imagem trazem a forma de curva com ponto focais de nível 1.

## MOCKUPS



Figura 119 Mockup  
Fonte: A autora, 2023

## 5.2 Conclusão

Observando este projeto, é possível apreciar a notável evolução da moda ao longo da década de 2000. Desde o início da década, com sua ênfase em cores ousadas, estampas extravagantes e cós baixos, até a transição para uma estética mais sofisticada e minimalista nos anos finais, esse projeto captura a transformação da moda de uma forma abrangente. Ele reflete a influência das celebridades, as tendências de passarela e a resposta da cultura à evolução tecnológica.

Ao explorar essas páginas, é como viajar no tempo e testemunhar a moda dos anos 2000 passando por diversas fases, evoluindo e se adaptando às mudanças sociais, tecnológicas e culturais daquela década única. É uma homenagem à versatilidade e à criatividade que caracterizaram a moda da época, e como ela refletiu a

personalidade vibrante e em constante transformação da sociedade.

Cada página é uma cápsula do tempo que nos transporta para diferentes momentos e tendências daquela década, desde as roupas ousadas e chamativas no início, até o refinamento e a elegância que emergiram nos anos seguintes. É uma demonstração vívida de como a moda é uma manifestação de sua época, e como os anos 2000 foram uma década de metamorfose fashion que moldou a forma como nos vestimos e expressamos nossa identidade.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BADGER, Gerry. **Por que fotolivros são importantes**. [S. l.], 31 ago. 2015. Disponível em: <https://revistazum.com.br/revista-zum-8/fotolivros/>. Acesso em: 5 abr. 2023.
- BARTHES, R. **Sistema da moda**. 1ª edição . ed. [S. l.]: WMF Martins Fontes, 01/01/2009. 480 p.
- CAMPANY, D.; HACKING, J. **Tudo sobre Fotografia**. 1ª edição. ed. [S. l.]: ? Editora Sextante, 11/03/2019. 576 p.
- CORONATO, J. **As tendências mais polêmicas da moda dos anos 2000**. Steal The Look, [S. l.], p. 1-1, 18 ago. 2021. Disponível em: <https://stealthelook.com.br/as-tendencias-mais-polemicas-da-moda-dos-anos-2000/>. Acesso em: 28 mar. 2023.
- DE MIRANDA, A.P. **Consumo de Moda: a Relação Pessoa-Objeto**. 2ª edição. ed. [S. l.]: ? Estação das Letras e Cores, 01/01/2017. 160 p.
- DUARTE, S. **11 tendências polêmicas dos anos 2000 que não gostaríamos que voltassem**. Capricho, [S. l.], p. 1-1, 29 jul. 2022. Disponível em: <https://capricho.abril.com.br/moda/tendencias-polemicas-dos-anos-2000-que-nao-gostaríamos-que-voltassem/>. Acesso em: 4 abr. 2023.
- DUBISTKY, M. **Quick Guide to 2000s Fashion**. Central Casting, [S. l.], p. 1-1, 16 fev. 2021. Disponível em: <https://www.centralcasting.com/quick-guide-2000s-fashion/>. Acesso em: 20 mar. 2023.
- ESTEVÃO, I.M. **O que é a tendência Y2K, que resgata a moda dos anos 2000**. Metrôpoles, [S. l.], p. 1-1, 29 jun. 2022. Disponível em: <https://www.metropoles.com/colunas/ilca-maria-estevao/o-que-e-a-tendencia-y2k-que-resgata-a-moda-dos-anos-2000>. Acesso em: 4 abr. 2023.
- FABBI, G. **Fotolivro enquanto projeto de Design: análise da forma e desenvolvimento de um fotolivro autoral**. [S. l.: s. n.], 15/07/2019.
- FOGG, M. **Tudo Sobre Moda**. 1ª edição. ed. [S. l.]: ? Editora Sextante, 11/10/2013. 576 p.
- JONES, S.J. **Fashion Design**. 3ª edição. ed. [S. l.]: Laurence King Publishing, 10/08/2011. 272 p.

- MONTAGEM e finalização de fotolivro: Fotolivros, das imagens ao enobrecimento. *In: Montagem e finalização de fotolivro*. [S. l.], 8 jun. 2020. Disponível em: <https://tuenkers.com.br/montagem-finalizacao-fotolivro/>. Acesso em: 3 abr. 2023.
- PHOTOBOOK. *In: Tate*. [S. l.], 14 maio 2023. Disponível em: <https://www.tate.org.uk/art/art-terms/p/photobook>. Acesso em: 3 abr. 2023.
- RAMOS, M.F. **Conhecer fotolivros**: (in) definições, histórias e processos de produção. [S. l.: s. n.], 2017. 140 p.
- SANDERS, N. **Há 20 anos, o bug do milênio e o fim do mundo que não aconteceu**. Economia, RFI, p. 1-1, 31 dez. 2019. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2019/12/31/ha-20-anos-o-bug-do-milenio-e-o-fim-do-mundo-que-nao-aconteceu.ghtml>. Acesso em: 11 abr. 2023.
- SANTHANA, L. **Moda dos anos 2000-foi-caotica**. Elle, [S. l.], p. 1-1, 13 abr. 2021. Disponível em: <https://elle.com.br/moda/a-moda-dos-anos-2000-foi-caotica-e-por-isso-tao-legal>. Acesso em: 18 abr. 2023.
- SUDJIC, D. **A Linguagem Das Coisas**. 1ª edição. ed. [S. l.]: Intrínseca, 01/01/2010. 224 p.
- VIANA, M *et al.* **Design Thinking**: Inovação em negócios. [S. l.]: ? MJV press, 04/02/2014. 195 p.
- WOOF, J. **The Unabridged History of Kanye West as Fashion Designer**. GQ, [S. l.], p. 1-1, 11 fev. 2016.