

**ESTRATÉGIAS COMUNICACIONAIS PARA AS
COLEÇÕES PRIMAVERA/VERÃO 2021**

*Communication strategies for the
spring/summer 2021 collections*

*Stratégies de communication pour les
collections printemps/été 2021*

Luciana Chen¹

¹ Doutora e mestre em Comunicação e Semiótica pela PUC/SP, especialista em Museologia pelo CEMMAE/USP, graduada em Licenciatura Plena em Educação Artística e bacharel em Desenho Industrial pela FAAP. Possui experiência em: projetos de educação não-formal em instituições culturais e museológicas; docência nos cursos de graduação em Arquitetura, Artes, Fotografia, Design, Moda, Publicidade e Propaganda no Centro Universitário Senac. É membro do Centro de Pesquisas Sociosemióticas. Pesquisa as produções de sentido e as interações entre público e produções bidimensionais, tridimensionais e virtuais para ao desenvolvimento de materiais, objetos e ações. <http://lattes.cnpq.br/0161932487891966>. <https://orcid.org/0000-0002-1819-3934>. E-mail: luciana.chen@sp.senac.br

RESUMO

O estudo volta-se para as estratégias comunicacionais da Dior, Jacquemus, Miu Miu e Moschino para as coleções primavera/verão 2021, especificamente, para os modos de presença da audiência em cada desfile na pandemia. Com base nos audiovisuais relativos às exposições de cada marca na plataforma virtual YouTube e fundamentada na semiótica discursiva, espera-se que a pesquisa possa contribuir para as reflexões acerca do corpo nos modos de comunicar a moda.

Palavras-chaves: moda; comunicação; semiótica.

Abstract

The study focuses on the communication strategies of Dior, Jacquemus, Miu-Miu and Moschino for the spring/summer 2021 collections, specifically, on the audience's modes of presence in each fashion show in the pandemic. Based on audiovisuals related to the exhibitions of each brand on the virtual platform YouTube and based on discursive semiotics, it is expected that the research contribute to reflections about the body in the ways of communicating fashion.

Keywords: fashion; communication; semiotics.

Résumé

L'étude porte sur les stratégies de communication de Dior, Jacquemus, Miu-Miu et Moschino pour les collections printemps/été 2021, plus précisément sur les modes de présence du public à chaque défilé de mode dans la pandémie. S'appuyant sur des audiovisuels liés aux expositions de chaque marque sur la plateforme virtuelle YouTube et s'appuyant sur une sémiotique discursive, il est attendu que la recherche contribue à des réflexions sur le corps dans les modes de communication de la mode.

Mots clés: mode; communication; sémiotique.

1 INTRODUÇÃO

A pandemia ainda vigente causada pelo novo coronavírus em 2020 demandou a busca de novas estratégias comunicacionais para as marcas de moda apresentarem suas peças. Uma questão que surgiu foi: como realizar os desfiles sem colocar em risco os convidados, usualmente, constituídos de clientes, editores de moda, artistas, celebridades, influenciadores e imprensa? Desde então, a cada lançamento de coleção, as plataformas voltadas à moda têm se atentado para as soluções encontradas pelas marcas para realizarem suas exposições com segurança para seus públicos seletos². Este trabalho volta-se para os modos de presença da audiência nos desfiles das coleções Primavera/Verão 2021 da Dior, Jacquemus, Miu-Miu e Moschino que ocorreram no segundo semestre de 2020 a partir dos registros audiovisuais que se encontram na plataforma YouTube. Busca-se verificar como se deu a relação sintagmática entre os convidados e cada ambiente cenográfico montado para fazer ver as coleções. Para tal, recorreremos à semiótica discursiva de Algirdas Julien Greimas e aos teóricos que desdobraram essa teoria, a saber: a sociosemiótica de Eric Landowski, e a semiótica plástica de Ana Claudia de Oliveira. Espera-se que a pesquisa possa contribuir para as reflexões acerca do corpo do público integrada às cenografias nos modos de comunicar a moda.

O conceito de presença aqui adotado é o de Eric Landowski. Em *A carta como ato de presença*, o autor explica tratar-se “da relação com o Outro *enquanto ausente*, mas ao mesmo tempo apreendido como instância *presentificável* [...] é o discurso, enquanto ato de enunciação efetuado em situação e *produzindo sentido* [...]”. Compreende “um *fazer ser* entre sujeitos: fazer simplesmente que um deles – referencialmente, o *ausente* – torne-se num outro nível, semioticamente, *presente* para o outro.” (LANDOWSKI, 2002, p.165-167, grifos do autor). O semioticista ainda elucida: “a não ser para se desviar para um plano metafísico, presença e ausência só podem ser concebidas como remetendo aos modos de existência semiótica suscetíveis de afetar seja o estatuto dos próprios sujeitos, seja o das relações que eles mantêm.” (LANDOWSKI, 2002, p.175).

O pensador aborda a ausência física do destinador da carta e sua presentificação por meio do texto durante a leitura do mesmo por parte do destinatário. Entende-se aqui presentificação como a ação de se fazer presente conforme a definição de Greimas e Courtés (2012, p.383), “identifica-se, em parte, com a noção de existência semiótica”, de ordem sintagmática. A noção de presença/ausência encontra-se aqui em duas instâncias. A primeira, na dos corpos físicos da audiência no desfile, ou seja, nos modos como foram incorporados nas programações dadas na espacialidade de cada evento. A segunda, na plataforma YouTube, na presentificação das marcas, sem a qual elas não se fariam ver e

² Os links para as matérias encontram-se ao final do trabalho.

querer suas coleções e, ainda, não poderia ser realizada essa investigação.

Antes de nos debruçarmos nas análises, convém apontar que um desfile é constituído por um conjunto de formantes plásticos com a cenografia ou ambientação, o espaço onde ele se dá, incluindo a iluminação, além de poder contar com elementos sonoros. Lá, os objetos a serem exibidos, ou seja, as coleções são expostas. No que diz respeito à audiência, ela pode tornar-se ou não constituinte espacial de visibilidade conforme a iluminação, cromatismo e topologia.

2 PRIMAVERA/VERÃO 2021: DIOR, JACQUEMUS, MIU MIU E MOSCHINO

A análise dos modos de presença dos convidados para o desfile da Dior se deu pelo canal da Cristian Dior na plataforma já mencionada. A manifestação audiovisual tem início de modo dramático com o *fade in* (aparecimento gradual) da cenografia do evento. Trata-se de uma parede com “vitrais”. A cena corta para uma modelo de costas com os “vitrais” à esquerda da tela. Observa-se então que o que parecem ser vitrais de igrejas góticas pela verticalidade, formas e cromatismo são colagens de imagens variadas: pinturas que fazem parte da história da arte, palavras, texturas e cores saturadas sobre as quais, linhas escuras fazem lembrar as divisórias de chumbo dos vitrais, conforme o seu modo de produção tradicional. A legenda do canal informa que o trabalho *Vetrata di poesia visiva* é uma obra da artista Lucia Marcucci.

A ambientação conta também com a polifonia de vozes que, remete ao canto que encontramos nas igrejas que seguem os ritos antigos. O audiovisual mostra o coral de mulheres em pé. Cada uma delas está distante uma da outra, junto às paredes laterais, seis de cada lado e são intercaladas pelos “vitrais” observáveis à direita e esquerda do salão retangular. Há uma regente cuja localização espacial não é revelada pelas tomadas, figura em meio primeiro plano (da cintura para cima). Ao investigarmos a composição musical verifica-se que cada uma das vozes apresenta um lamento funerário em corso³. Mesmo sem entender a língua, a sonoridade apresenta um desespero, lembram gritos e produzem o efeito de sentido de tensão que se dá pela sobreposição de vozes que choram a morte.

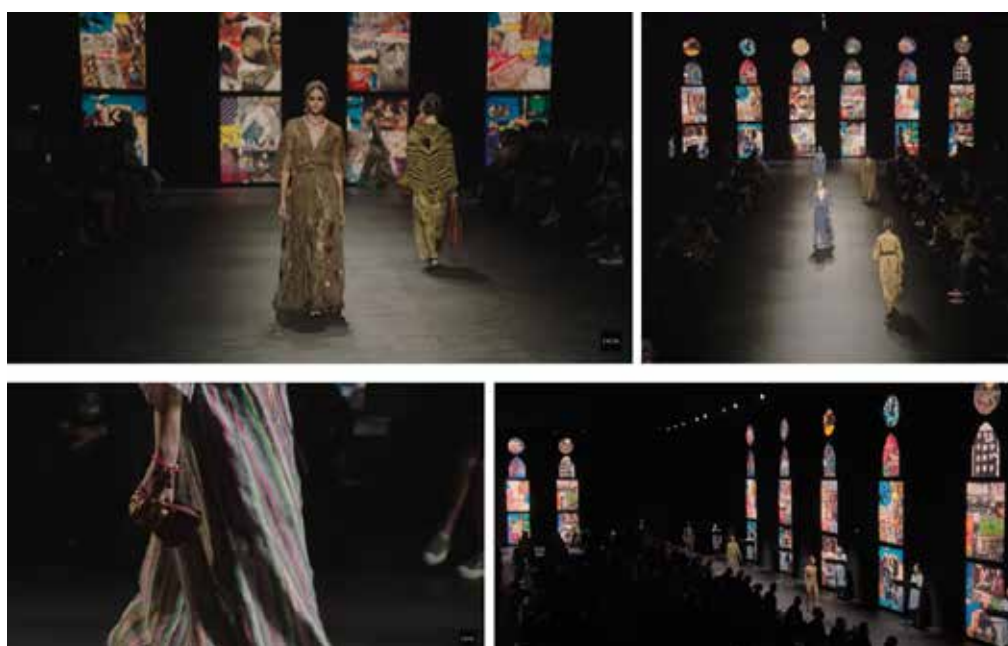
As modelos entram pelo lado esquerdo do fundo do recinto. Em seguida, caminham pelo corredor central que divide duas áreas retangulares de assentos de convidados dispostos simetricamente. Os assentos estão voltados para o lado de fora dos quatro lados de cada área geométrica. O percurso continua, cada modelo segue para o lado esquerdo da área da plateia, contornado primeiro esse perímetro e, em seguida, o conjunto de convidados à extremidade direita da espacialidade para retornar pelo corredor central. Os planos

³ Ver: <http://www.luciaronchetti.com/en/works-by-lucia-ronchetti/drammaturgie/sangu-di-rosa/p5-25-2623>

variam entre o geral com ângulo em *plongée* (de cima para baixo) ao médio de frente para destacar as peças da coleção e, também as bolsas e materiais (Fig.1). As mudanças de um quadro a outro são rápidas, em cortes secos, quando a câmera se movimenta de baixo para cima ou da direita para a esquerda.

Os convidados presentes fisicamente são invisibilizados, figuram no escuro ao passo que luzes pontuais dispostas em linha reta iluminam o coral nos dois lados do recinto, junto às paredes laterais, além de todo o percurso das modelos. Em geral, o público não é o foco da iluminação no momento dos desfiles, que destaca a passarela, a coleção nos corpos dos modelos e, por vezes, o cenário, como fez a marca. Assim, o público é colocado em meio à lamentação no simulacro de uma igreja onde vida e morte se fazem presentes e onde a vida dessa audiência não é visível. Retrato da conjuntura atual, com o número de mortos, lamentação por conta também da falta de visibilidade dos vivos? Pelas silhuetas dos corpos dos convidados sentados um ao lado do outro, cada bloco de assentos aponta o risco de contágio.

Figura 1: Cenas do desfile da coleção Primavera/Verão 2021 da Dior, 2020.



Fonte: Autora a partir de cenas em: <https://www.youtube.com/watch?v=QUbPO4tzPO0> e <https://www.youtube.com/watch?v=0XNBn1HE5ZA&t=80s>, 2021.

Diferentemente da Dior, a Jacquemus exibiu suas peças em área externa, em um campo de trigo no Parque Natural Regional Francês de Vexin. O registro audiovisual do desfile contou com o corpo do público presente e se encontra no canal da FF. Inicia e finaliza com o plano de detalhe no trigo e com baixa profundidade de campo (com foco e

desfoque do trigo) que toma a tela completamente com a sua textura e cor. Em seguida, apresenta um plano geral, com ângulo em *plongée* sobre o caminho de piso de madeira de cor clara que recobre o percurso das modelos no meio do trigo a formar uma linha sinuosa atravessada por outras “linhas” retas paralelas abertas na plantação. Não se vê o céu, destacando a imensidão e o cromatismo do trigo.

A plateia presente fisicamente foi disposta em apenas um dos lados do corredor da exibição, em reentrâncias com assentos individuais intercalados pelo trigo, de modo a impedir a proximidade entre os corpos dos observadores e integrá-los à área do plantio dourado. Esse arranjo topológico ressaltou a horizontalidade do espaço, colocando os convidados como bordados na superfície, pontos de contraste escuro, descontinuidade cromática em relação ao campo dourado. À maneira da pintura oriental tradicional, mostra as figuras humanas pequenas em relação à natureza para nos lembrar de nossa pequenez diante dela. A horizontalidade também compreendeu o encontro do céu aberto com o trigo como fundo nas cenas em que se destacam os modelos, únicos componentes da cena que fazem ver a verticalidade na topologia do registro visual (Fig.2).

Figura 2: Cenas do desfile da coleção Primavera/Verão 2021 da Jacquemus, 2020.



Fonte: Autora a partir de cenas em: <https://www.youtube.com/watch?v=5JtvxJi3Ttg>, 2021.

Ao longo do vídeo, a edição alterna tomadas com planos gerais em *plongée*, ou na altura dos olhos de onde estaria o observador sentado dentro do campo de trigo com tomadas em plano médio com a câmera deslocando-se de baixo para cima sobre os mo-

delos quando os apresenta centralizados no quadro para evidenciar as peças da coleção. Observa-se que o conjunto apresenta uma limpeza visual por conta dos reduzidos elementos contrastantes que se mostram quadro a quadro, produzindo um efeito de sentido de tranquilidade. Esse efeito é reiterado pelo ritmo da música instrumental produzida por cordas que integra a manifestação. A distância entre os corpos do público é maior do que a distância entre eles e as modelos no percurso do desfile. O risco do contágio pelo Covid-19 existe, mas é minimizado pela amplitude do espaço a céu aberto, pelo impedimento do contato entre as pessoas da audiência, ao menos no momento do evento, ao integrarem a cenografia do ambiente sem serem o foco do registro audiovisual.

No canal da Miu Miu, o desfile começa com a imagem de linhas geométricas pretas sobre um fundo branco que lembram os desenhos encontrados nos pisos de quadras esportivas, a câmera circula e mostra outras cores de linhas e uma área cor de rosa com textura rugosa, que contrasta com o fundo liso branco. O áudio é de uma multidão como os produzidos pelas torcidas em estádios. Em seguida, mostra-se um corredor com as mesmas linhas que remetem a quadras no piso. Observa-se que a parede tem continuidade com o chão com uma curva, as superfícies não formam 90°. Isso é ressaltado por duas linhas que descem das paredes paralelas, atravessam esse corredor e sobem novamente pela parede, formando um U.

A modelo é apresentada centralizada no percurso em cuja parede do fundo, apresenta três linhas, a em vermelho à esquerda e duas em preto ao lado, estando as três centralizadas no corredor. A câmera acompanha o primeiro *look* passar por corredores pintados em preto e branco, sendo a área dividida horizontalmente na metade inferior em preto. As linhas que figuram na cena anterior em U estão pintadas em preto sobre o fundo branco e tornam-se brancas no fundo preto. Depois, a cena mostra a modelo adentrando um espaço ovalado branco e preto, cujas linhas desenhadas no chão em preto, branco e vermelho continuam a remeter a quadras esportivas. É quando músicas do álbum *Signal* de 2019 da banca Automatic, começam a tocar. O ritmo das batidas é rápido, trazendo o efeito de sentido de dinamismo e, ao longo do audiovisual, há momentos em que se ouve a multidão novamente.

O tema esporte também é reforçado pela iluminação do local, com refletores de luz de estádios. Elas se encontram por toda a área do desfile, incluindo os corredores. Na “quadra” ovalada encontram-se as convidadas. São atrizes garotas-propaganda da marca e influenciadoras presentificadas em telas distribuídas em paredes das três salas com cromatismo rosa que estão conectadas ao espaço. Percebe-se a cor rosa, mostrada no início do vídeo é essa da plateia virtual. As espectadoras estão enquadradas, em primeiro plano, do busto para cima, formando um grande painel de retratos em movimento pela disposição de suas imagens em três linhas e com variação de número de colunas conforme

a espacialidade de cada parede. Duas dessas salas possuem três paredes e uma delas é constituída por uma única parede curva. As salas são destacadas pelo cromatismo rosa e pela textura que contrastam com os demais formantes cromáticos e matéricos do espaço ao qual se conectam. As modelos entram uma a uma e percorrem o espaço seguindo a forma oval para entrarem novamente nos corredores. As tomadas variam do plano geral ao plano médio com ângulos reto e em *plongée* para mostrar a audiência nas telas e ângulos em *plongée* e em *contra-plongée* (de baixo para cima) no cruzamento entre os corredores e no salão oval (Fig.3).

Figura 3: Cenas do desfile da coleção Primavera/Verão 2021 da Miu Mil, 2020.



Fonte: Autora a partir de cenas em: <https://youtu.be/BwYY6lzWR3c>, 2021.

Como usualmente ocorre e se deu nos desfiles na Dior e da Jacquemus, os diretores criativos das marcas, respectivamente, Maria Grazia Chiuri e Simon Porte Jacquemus surgem ao final da apresentação para os aplausos presenciais. No evento da Miu Miu, a diretora criativa Miuccia Prada entra em cena para receber os aplausos das palmas que se fazem ver virtualmente. O modo como a marca inseriu a figura de suas convidadas no desfile as tornou parte da cenografia, destacando-as durante as tomadas que enquadravam apenas o conjunto das telas onde elas figuravam em vários momentos do audiovisual, tornando-as adjuvantes. Conforme o Dicionário de Semiótica:

Adjuvante designa o auxiliar positivo quando esse papel é assumido por um ator diferente do sujeito do fazer: corresponde a um poder-fazer individualizado que, sob a forma de ator, contribui com o seu auxílio para a realização do programa narrati-

vo do sujeito; opõe-se, paradigmaticamente, a oponente que é o auxiliar negativo. (GREIMAS, COURTÉS, 2012, p.23-24).

Nesse caso, a plateia tornou-se o auxiliar para o cumprimento do programa narrativo desse fazer ver. Se as marcas comentadas anteriormente ofereciam certo risco aos seus convidados, a Miu Miu garantiu a completa segurança aos seus, tornando-os parte integrante do cenário e lhes dando visibilidade no audiovisual.

A Moschino apresentou a coleção em seu canal no YouTube. A figura do corpo do estilista Jeremy Scott entra em cena tendo a pintura de um carrossel no fundo do lado esquerdo da cena. Ouve-se uma música que reitera a figura da espacialidade em um parque de diversões. Não se trata de parecer estar no parque pois o fundo é evidenciado como cenografia. Scott traz com um pacote de pipocas na mão e é chamado por seu simulacro, que está em um palco de teatro de marionetes como tal.

O cenário do palco reduzido traz um desenho estilizado de um interior arquitetônico em preto sobre o fundo branco. A marionete de Scott traz uma camiseta branca com o texto em preto com fonte em caixa alta e sem serifa “eu não falo italiano, mas eu falo moschino”, de maneira a apontar a marca como outra língua e, portanto, identidade. Ele pede que o Jeremy Scott (humano) feche o zíper do vestido da marionete ao seu lado. Há uma outra sentada na parte esquerda do palco ao lado de uma arara com peças penduradas, todas da cor do vestido da marionete com o fecho aberto. O estilista (humano) fecha o zíper e pergunta se irão realizar uma apresentação, pois ele ama teatro de marionetes. A marionete do estilista responde que não se trata de um espetáculo, mas sim de um desfile de moda que está para começar e pede que Scott se acomode para assisti-lo.

A câmera foca na porta estilizada desenhada no fundo do palco de marionetes. Ao se abrir, revela assentos com marionetes sentados de costas no plano mais próximo e, de frente, no plano de trás. O fundo da sala traz uma lareira e sobre ela, um quadro com um retrato que parecer ser outro Jeremy Scott e que se encontra ladeado por luminárias na mesma altura. Observa-se uma arquitetura de interior tradicional em branco com *boiseries* de parede e pequenos relevos em escala proporcional às marionetes. A câmera dirige-se para à esquerda de onde surge a modelo em marionete. Na edição das cenas, as bonecas manipuladas para desfilarem, surgem lentamente e nem sempre as peças são completamente enquadradas. O audiovisual traz do plano geral, por onde passam as modelos até planos de detalhes das peças, bolsas e espectadores, muitas vezes, com baixa profundidade de campo, focando ora nas modelos, ora em alguns convidados ou em detalhes das peças.

As marionetes “convidadas” realizam ações observadas em eventos presenciais: movem suas cabeças seguindo as modelos, tiram fotos com o celular, comentam entre eles e fazem anotações. São todos simulacros de editores das grandes revistas de

moda identificáveis pelas semelhanças formais como, por exemplo, Anna Wintour, da Vogue norte-americana (Fig. 4).

Ao final da manifestação, surge novamente a marionete de Scott para agradecer os presentes, acenando com a mão. As mãos dos “convidados” não se movem, mas a figura sonora de aplausos se faz presente. Assim como a Miu Miu, a Moschino ofereceu total segurança aos seus convidados, tornando-os adjuvantes na manifestação.

Figura 4: Cenas do desfile da coleção Primavera/Verão 2021 da Moschino, 2020.



Fonte: Autora a partir de cenas em: <https://www.youtube.com/watch?v=EQQE9PrclDo&t=340s>, 2021.

3 CONCLUSÃO

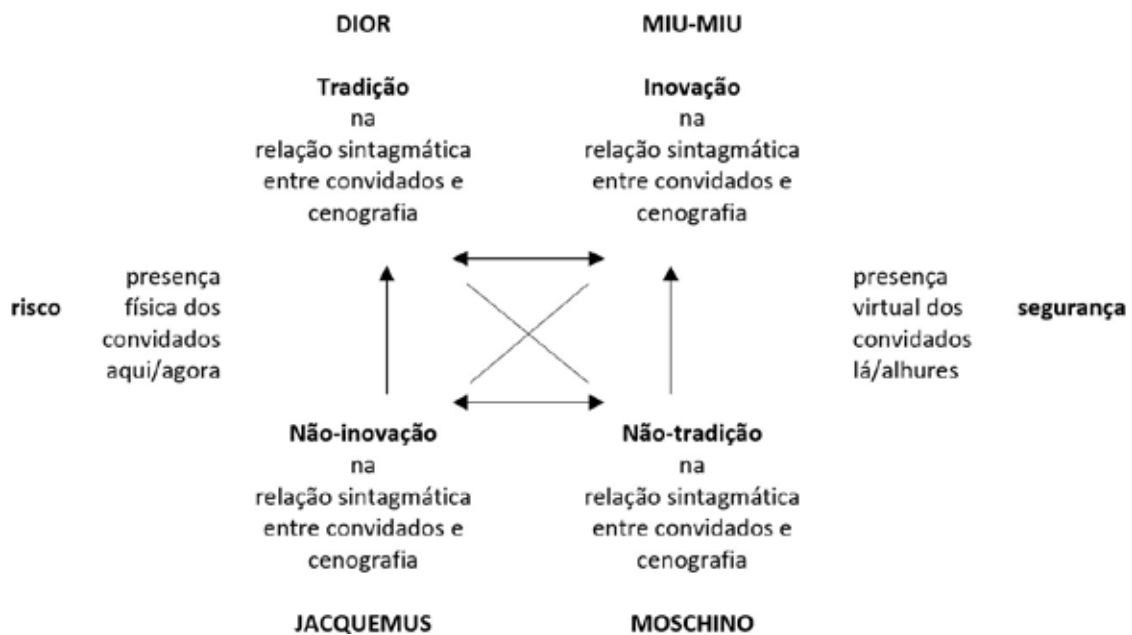
A análise das relações sintagmáticas entre os corpos do público e a cenografia dos desfiles apontaram diferentes modos de presença dos convidados como parte da estratégia comunicacional das marcas estudadas durante a pandemia. O público da Dior e da Jacquemus vivenciou os desfiles no aqui/agora ao passo que os convidados das Miu Miu e da Moschino no lá/alhures. Cabe esclarecer que, as teorias de comunicação não consideram as interações online como sendo em tempo real, ou seja, no agora, por conta das casas decimais de diferença de segundos entre a transmissão e recepção das informações, trata-se de uma temporalidade quase no agora.

A topologia e não iluminação dos convidados presentes fisicamente na apresentação da Dior seguiu a tradição, pela disposição deles em blocos e pela invisibilidade da audiência, colocada no escuro durante a exibição da coleção. Na montagem da área externa da Jacquemus, sua plateia de corpo presente foi mostrada sem destaque, apenas como área divisória entre o tragal e a área do desfile integrada à horizontalidade do campo de trigo. Nos eventos dessas marcas na pandemia, a presença física da plateia apresentou o risco de contágio.

Os audiovisuais das marcas Miu Miu e Moschino fizeram ver modos de presença virtuais dos corpos da audiência dando destaque a seus convidados ausentes fisicamente, como adjuvantes nos desfiles e garantindo a segurança deles na pandemia. Nas tomadas que mostravam suas convidadas online das telas, a Miu Miu exibiu com clareza seus rostos, permitindo identificá-las pelos primeiros planos nos quais figuraram, inovando ao destacá-las na cenografia. A Moschino presentificou suas convidadas de corpo inteiro na forma de marionetes. No entanto, o uso de bonecos para desfiles não foi inédito. Nos anos 1960, em Londres, já havia sido exposta uma coleção dessa maneira, sendo que nesse evento, os manipuladores dos bonecos entraram na passarela com as marionetes e o público estava presente fisicamente distribuído em mesas ao redor do percurso. Outro exemplo com marionetes anterior ao da Moschino foi o desfile de Fause Hauten em 2013 para a coleção de verão 2014 no SPFW, que reproduziu modelos famosas como **Gisele Bündchen dentre outras e contou também com a boneca da cantora Maria Rita performando** a música “Redescobrir”. Observa-se então que, na apresentação da Moschino, não há inovação no uso de marionetes, mas sim na presença virtual dos convidados dessa forma, ou seja, verifica-se a tradição na disposição público convidado em relação ao desfile, mas não tradição no modo de presentificação dos mesmos.

As análises mostraram como as marcas estudadas incorporaram seus convidados às ambientações montadas para os desfiles no contexto pandêmico conforme o quadrado semiótico montado (Fig.5).

Figura 5: Quadrado semiótico



Fonte: Autora.⁴

REFERÊNCIAS

BARNES, Sara. **Moschino Used Puppets for a Socially Distanced Fashion Show During COVID-19**. Disponível em: <<https://mymodernmet.com/moschino-puppet-show/>>. Acesso em: 06 ago. 2021.

BRITISH PATHÉ. **Puppet Fashion Show (1960)**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=jN2RVvvQwL4>>. Acesso em: 06 ago. 2021.

CHRISTIAN DIOR. **Maria Grazia Chiuri on the Spring-Summer 2021 Collection**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=0XNBn1HE5ZA&t=80s>>. Acesso em: 06 ago. 2021.

CHRISTIAN DIOR. **The Dior Spring-Summer 2021 Show**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=QUbPO4tzPO0>>. Acesso em 20 maio. 2021.

ESTADÃO. **Fause Hatén troca modelos por marionetes**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=avMZaZnkRYg&t=66s>>. Acesso em: 06 ago. 2021.

⁴ Alexandre Nabhan, bacharel em línguas português/inglês pela Universidade de São Paulo, 2013. E-mail: aene1967@yahoo.com

FF CHANNEL. **Jacquemus | Spring Summer 2021 | Full Show**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=5JtvxJi3Ttg>>. Acesso em 20 maio. 2021.

GREIMAS, A. J., COURTÉS, J. **Dicionário de Semiótica**. Vários tradutores. 2. Ed. São Paulo: Contexto, 2012.

ISAAC-GOIZÉ, Tina. **Jacquemus spring 2021 ready-to-wear**. Disponível em: <<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2021-ready-to-wear/jacquemus>>. Acesso em 20 maio. 2021.

KRIEGER, Jessica. Nova coleção da Moschino SS21 – Marionetes no lugar das modelos. Disponível em: <<https://www.fashionbubbles.com/estilo/nova-colecao-da-moschino-ss21-marionetes-no-lugar-das-modelos/259040/>>. Acesso em 21 maio. 2021.

LANDOWSKI, Eric. **Presenças do outro**. Ensaios de Sociossemiótica I. Trad. M. Amazonas. São Paulo: Perspectiva, 2002.

LUCIA RONCHETTI. **Works: Sangu di rosa**. Disponível em: <<http://www.luciaronchetti.com/en/works-by-lucia-ronchetti/dramaturgie/sangu-di-rosa/p5-25-2623>>. Acesso em: 06 ago. 2021.

MADSEN, A. C.. **From Jeremy Scott at Moschino, a Celebration of the Magic, Whimsy, and Fantasy of Fashion in 40 Puppet-Sized Looks**. Disponível em: <<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2021-ready-to-wear/moschino>>. Acesso em 21 maio. 2021.

MADSEN, A. C. **Miu Miu Spring 2021 ready-to-wear**. In: Vogue Runaway. Disponível em: <<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2021-ready-to-wear/miu-miu>>. Acesso em 20 maio. 2021.

MIU MIU. **Miu Miu Spring/Summer 2021 Fashion Show**. Disponível em: <<https://youtu.be/BwYY6IzWR3c>>. Acesso em 20 maio. 2021.

MIU MIU. **Spring Summer 2021 Imaginary Sports Palace**. Disponível em: <<https://www.miumiu.com/us/en/miumiu-club/fashion-shows/ss21-fashion-show.html>>. Acesso em: 20 maio. 2021.

MOSCHINO. **Moschino Spring Summer 2021 collection**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=EQQE9PrclDo&t=340s>>. Acesso em 20 maio. 2021.

OLIVEIRA, Ana Claudia de. **Semiótica Plástica**. São Paulo: Hacker Editores, 2004.

PACCE, Lilian. Na Moschino, Jeremy Scott troca modelos e plateia por marionetes na nova coleção. Disponível em: <<https://www.lilianpacce.com.br/desfile/na-moschino-jeremy-scott-troca-modelos-e-plateia-por-marionetes-na-nova-colecao/>>. Acesso em 20 maio. 2021.

SAMAHA, Barry. **Jacquemus Sets Spring 2021 Show in Field of Gold**. Disponível em: <<https://www.harpersbazaar.com/fashion/designers/a33352325/jacquemus-spring-2021-collection/>>. Acesso em 20 maio. 2021.

SOCHA, Miles. **Jacquemus RTW Spring 2021**. Disponível em: <<https://wwd.com/runway/spring-ready-to-wear-2021/paris/jacquemus/review/>>. Acesso em 20 maio. 2021.

Data de submissão: 15/06/2022

Data de aceite: 27/09/2022

Data de publicação: 01/10/2022

