

MODERN FUNGI FOREST

Coleção de moda digital inspirada na percepção alucinógena

CENTRO DE TECNOLOGIA DA INDÚSTRIA QUÍMICA E TÊXTIL

FACULDADE SENAI CETIQT

CURSO DE BACHARELADO EM DESIGN DE MODA

EDUARDO LASMAR NUNES DE CASTRO

MODERN FUNGI FOREST:

Coleção de moda digital inspirada na percepção alucinógena

Rio de Janeiro

2025

EDUARDO LASMAR NUNES DE CASTRO

MODERN FUNGI FOREST:

Coleção de moda digital inspirada na percepção alucinógena

Trabalho de Conclusão de Curso a ser submetido à Comissão Examinadora do Curso de Bacharelado em Design de Moda, da Faculdade SENAI CETIQT, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Bacharelado em Design de Moda.

Orientador: Bárbara Valle Poci

Rio de Janeiro

2025

Dados de catalogação-na-publicação (CIP), conforme Código de Catalogação Anglo-Americano (AACR)

Castro, Eduardo Lasmar Nunes de.

C355m Título do trabalho: Subtítulo do trabalho (se houver) / Nome Completo do Autor. – Rio de Janeiro – RJ, 2024.

XX(Total de folhas antes da introdução, em algarismos romanos),
XX(Total de páginas do trabalho) f.: il.(Caso tenha ilustrações); 29 cm.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Xxxx) Faculdade SENAI CETIQT, Rio de Janeiro – RJ, 2024.

Orientadora: Prof. Nome Completo do Orientador.

Inclui referências.

1. Curso. 2. Assunto. 3. Assunto. I. Título. II. Nome Completo do Orientador. III. Faculdade SENAI CETIQT.

CDU: 391:659+351.761.3

Ficha catalográfica preenchida pelo aluno, e revisado pela Biblioteca SENAI CETIQT. Bibliotecário: Robson Soares Cruz / CRB 7ª nº 6475

EDUARDO LASMAR NUNES DE CASTRO

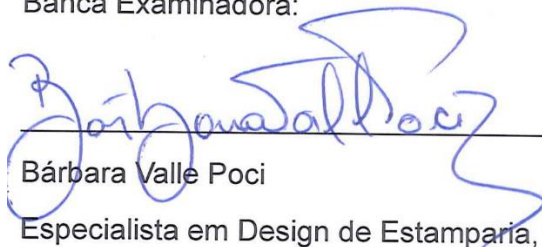
MODERN FUNGI FOREST:

Coleção de moda digital inspirada na percepção alucinógena

Trabalho de Conclusão de Curso a ser submetido à Comissão Examinadora do Curso de Design de Moda, da Faculdade SENAI CETIQT, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Bacharel em Design de moda.

Data de Aprovação: 08/07/2025

Banca Examinadora:



Bárbara Valle Poci

Especialista em Design de Estamparia, SENAI CETIQT,

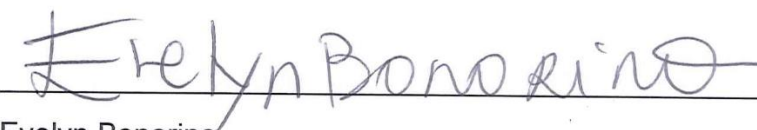
Docente, SENAI CETIQT



Natália Chaves Bruno

Mestre em Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, PUC-Rio

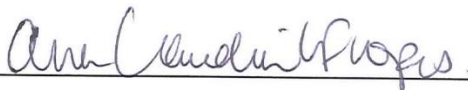
Docente, SENAI CETIQT



Evelyn Bonorino

Pós-graduada em Estratégia e Qualidade, Universidade Cândido Mendes, UCAM

Consultora de moda, profissional autônoma



Ana Claudia Lourenço Ferreira Lopes

Coordenadora de Graduação e Ensino Técnico

AGRADECIMENTO

Gostaria de expressar minha gratidão a todas as pessoas que contribuíram para a realização deste trabalho. Agradeço ao Matheus Almeida, designer de produto, pela ajuda essencial nas etapas de 3D, sempre com disposição e competência. À professora Bárbara Poci, por sua orientação, incentivo e por me guiar com sensibilidade ao longo do processo; à designer 3D Mônica Findeis, por compartilhar seu conhecimento com generosidade; ao Rod, da BulbHub, pelas contribuições criativas; e ao Akihito Hira, pela disponibilidade e pela entrevista que trouxe insights fundamentais para a pesquisa. Por fim, agradeço especialmente à minha mãe, pelo suporte, pela presença constante em todos os momentos da minha vida e por ser minha base durante toda a jornada acadêmica.

RESUMO

Este projeto de pesquisa apresenta uma coleção de moda digital inspirada na percepção alucinógena provocada pelo consumo do chá de cogumelo. Através de criações autorais em peças, estampas e modelagens 3D, o designer marca sua entrada no mercado da moda digital. A pesquisa inclui estudos neurocientíficos sobre alucinação, referências visuais de luz e sombra e entrevistas com consumidores do chá, com o objetivo de traduzir essas experiências para inspirações de produtos de moda. Utilizando tecnologias como Blender, CLO3D, Photoshop e Illustrator, a coleção é desenvolvida em ambiente virtual. Aborda marcas e profissionais já inseridos no mercado da moda 3D, como Kenner, Renner e designers independentes, incluindo uma entrevista com Akihito Hira, gerente de inovação da Renner. O conceito criativo da coleção, o qual foi fundamentado em estudos, de pesquisadores, neurocientistas, painéis imagéticos e formulários sobre sensações físicas após o consumo do chá, juntamente à entrevistas com usuários da substância, u contribuem para o desenvolvimento do conceito aplicado à moda, iniciando então o processo criativo, com cartela de cores, texturas e prévia das peças. Também são apresentados os *looks* finalizados e renderizados em vídeo 3D, como resultado da pesquisa deste projeto. mesmo

Palavras-chave: Design, moda digital; CLO3D; chá de cogumelo; inovação.

ABSTRACT

This research project presents a digital fashion collection inspired by the hallucinogenic perception triggered by the consumption of mushroom tea. Through original creations in garments, prints, and 3D modeling, the designer marks their entry into the digital fashion market. The research includes neuroscientific studies on hallucinations, visual references of light and shadow, and interviews with mushroom tea consumers, aiming to translate these experiences into fashion product inspirations. Using technologies such as Blender, CLO3D, Photoshop, and Illustrator, the collection is developed in a virtual environment. It also addresses brands and professionals already established in the 3D fashion market, such as Kenner, Renner, and independent designers, including an interview with Akihito Hira, innovation manager at Renner. The collection's creative concept is grounded in studies by researchers and neuroscientists, visual panels, and surveys on physical sensations after tea consumption, along with interviews with users of the substance. These elements contribute to the development of a fashion-focused concept, initiating the creative process with a color palette, textures, and previews of the pieces. The finalized and video-rendered 3D looks are also presented as the outcome of this research project.

Keywords: Design; digital fashion; CLO3D; mushroom tea; innovation

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Duas mulheres assistindo à exposição do Baile da Kenner.	17
Figura 2 - Desfile digital da Renner na BFRIW	19
Figura 3 - Avatar em produção virtual para CLO3D, por Mônica Findeis.....	22
Figura 4 - Avatar Joe em produção virtual, de Mônica Findeis e Giovana Goulart para marca Use BJoe.....	23
Figura 5 - Desenvolvimento do designer Yuri Arouca para marca “Elo em Comum”.....	25
Figura 6 - Página inicial do “CONNECT”	26
Figura 7 Avatar posando no campo em produção virtual.....	27
Figura 8 – Exemplo de um avatar desfilando em ambientação virtual.....	28
Figura 9 - Imagem simulando desfile no Audaces Fashion Studio	30
Figura 10 - Robert Gordon Wasson	32
Figura 11 - Camisa com pesquisa “Camisa Rave”	34
Figura 12 - Camisa com estampa de alienígenas simulando alucinação	35
Figura 13 - <i>Look O/I 22 Alexander McQueen</i>	37
Figura 14 - <i>Look O/I 22 Alexander McQueen</i>	40
Figura 15 - <i>Moodboard</i> representativo “Distorção da Realidade”	45
Figura 16 - <i>Moodboard</i> representativo “Percepção de cores mais vivas”	46
Figura 17 - <i>Moodboard</i> representativo Alucinação e percepção de cores mais vivas	47
Figura 18 - <i>Moodboard</i> temático para desenvolvimento da coleção.....	49
Figura 19 - <i>Moodboard</i> de referência para espaço virtual	50
Figura 20 - Paleta de cores com colorações quentes para detalhes e estampas.	51
Figura 21 - Paleta de cores com colorações neutras e frias para base de peças.	52
Figura 22 - Prévia da coleção MFF	54
Figura 23 - Representação do aviamento ID metal em peça da coleção	71
Figura 24 - Looks bloco 1	79
Figura 25 - Looks bloco 2	80
Figura 26 - Looks bloco 3	81
Figura 26 - Looks bloco 4	82

Figura 27 - Visão geral da coleção	83
Figura 28 - <i>Looks</i> 1, 2 e 3 em cena	84
Figura 29 - <i>Looks</i> 4 e 5 em cena	85

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	13
2	MODA DIGITAL: O QUE LIMITA O FÍSICO, O DIGITAL EXPANDE.	15
	MARCAS DE MODA E MODA 3D	16
	DESIGNERS INDEPENDENTES E MODA 3D.....	21
	EMPRESAS DE MODA 3D	26
2.1		
2.2	3 O COGUMELO E AS ALUCINAÇÕES COMO TEMÁTICA	31
2.3		
	ALUCINAÇÕES PARA A MODA.....	34
3.1	3.1.1 Referências estéticas para a coleção	36
4	PESQUISA PARTICIPANTE	41
4.1	PERGUNTAS PESSOAIS	42
4.2	PERGUNTAS SOBRE CONSUMO DO CHÁ	43
4.3	PAINÉS IMAGÉTICOS USADOS NOS FORMULÁRIOS	45
4.4	DESCREVENDO SENSACIONES.....	48
5.1	5 PROCESSO CRIATIVO	49
5.2		
5.3	CONCEITO TEMÁTICO	49
5.4	CARTELA DE COR	51
	CARTELA DE TEXTURAS	53
	PRÉVIA DA COLEÇÃO	54
6.1	5.4.1 Looks - primeiro momento da coleção	54
6.2	5.4.2 Ficha de criação	55
6.3		
6	DESENVOLVIMENTO DA COLEÇÃO	72
	ESTAMPAS	72
	LOOKS RENDERIZADOS.....	79
	RESULTADO FINAL.....	84

7	CONSIDERAÇÕES FINAIS	87
	REFERÊNCIAS.....	88
	APÊNDICE.....	91

1 INTRODUÇÃO

O presente projeto se apresenta como uma coleção de moda digital que usa como temática a percepção alucinógena baseada no consumo do chá de cogumelo. Através da criação dessa coleção com peças, estampas e desenvolvimentos 3D autorais, o resultado marca a entrada do designer no mercado da moda digital como um profissional capacitado e marcante no cenário. Com levantamento bibliográfico baseado em estudos de neurocientistas que investigam efeito da alucinação no cérebro, se apresentam referências imagéticas de luz e sombra, em conjunto à entrevistas individuais com pessoas que já fizeram consumo do chá, resultando na análise do designer sob essa ótica, a fim de transcrever da pesquisa para a moda. Utilizando da tecnologia para apresentar a coleção, para a produção virtual foi desenvolvido um cenário com ambientação e renderização - que se trata do resultado de um processamento simulando luzes e texturas, aplicadas em um modelo 3D. Esse processamento foi feito no programa Blender, o desenvolvimento do vestuário em 3D no programa CLO3D e as estampas variando entre os programas Photoshop e Illustrator.

Desta forma, a pesquisa foi organizada da seguinte maneira, o capítulo um apresenta a estrutura metodológica do trabalho. O capítulo dois apresenta marcas de moda que se inseriram no mundo digital como a Kenner e a Renner, e ainda designers independentes, que vendem e prestam serviços virtuais, além de empresas que se estruturaram nesse ramo da moda 3D. Fortalecendo a pauta de designers inseridos no mercado da moda digital, no segundo capítulo ainda é possível acompanhar uma entrevista feita com o atual gerente de inovação em produto da marca Renner, o Akihito Hira.

Complementando as pesquisas o capítulo três apresenta o conceito criativo da coleção que é baseado no efeito alucinógeno resultante do consumo de chá de cogumelo. Neste capítulo são apresentados estudos de pesquisadores como Robert Wasson e o neurocientista brasileiro, Sidarta Ribeiro, que abordam o efeito do consumo do chá de cogumelo através da reação no corpo e como isso se transforma em alucinação visual e sensação física. Ainda no capítulo três são apresentadas algumas imagens de produtos de moda que podem remeter o leitor aos efeitos alucinógenos descritos pelos pesquisadores e estudiosos. Já o capítulo quatro

apresenta uma pesquisa participante através do uso de formulários individuais, aplicados para pessoas que já fizeram o uso do chá, e que não necessariamente pertencem a área de criação. Os participantes puderam responder cautelosamente cada pergunta, tendo também a oportunidade de opinar em relação a alguns exemplos de composições imagéticas relacionadas aos efeitos do uso do chá descrito pelos pesquisadores.

No capítulo cinco se inicia o processo criativo da coleção, através da apresentação do conceito temático, cartela de cores contendo o efeito do uso de luz e sombra, cartela de texturas apresentando as superfícies dos tecidos que foram simulados no programa CLO3D e ainda uma prévia da coleção em sua visão geral considerando a apresentação das fichas de criação. Por fim, o capítulo seis apresenta as estampas desenvolvidas para coleção, além do resultado final da coleção com os *looks* renderizados. Ainda neste capítulo final um vídeo em 3D é apresentado com todo o vestuário desenvolvido para a coleção considerando um cenário e uma ambientação virtual para a conclusão do projeto.

2 MODA DIGITAL: O QUE LIMITA O FÍSICO, O DIGITAL EXPANDE.

Segundo Audaces (2025), com a explosão do uso da moda digital se deu a partir de 2010, surgiram diversos designers que exploraram esse mercado e que, até hoje, continuam o deixando mais inflado. O produto de vestuário digital começou sendo usado nos jogos eletrônicos e no cinema, porém hoje há diversas formas de aplicarmos o uso deste tipo de produto, podendo variar como uma opção econômica e sustentável para a redução de prototipagem, ou até mesmo como uma maneira de divulgação de trabalho para venda de serviço do designer digital.

Marcas brasileiras como a varejista Renner e a marca calçadista Kenner, já fizeram o uso de moda digital de diversas formas, não se limitando a uma só maneira de uso desse mundo digital. Considerando redução de custos na prototipagem digital, auxiliando na redução de gasto financeiro e de matéria prima como forma sustentável, ou até mesmo como posicionamento de marca nas mídias sociais. Hoje em dia, com o avanço da tecnologia, há diversas plataformas que possibilitam o desenvolvimento da moda digital, tais como CLO3D, Audaces Fashion Studio e o Style3D, por exemplo, que são programas responsáveis por simular o caimento de tecidos e geram modelos em 3D a partir da modelagem.

Fortalecendo o ponto apresentado anteriormente, hoje em dia há diversas formas dos designers de moda se inserirem no mercado de moda 3D, de acordo com site da empresa Audaces, podemos observar através do seguinte texto sobre moda digital:

Muitas pessoas podem estar se perguntando para que serve uma roupa virtual. E respondemos: para várias coisas. Isso inclui consumo e oportunidade de gerar faturamento para uma pessoa ou empresa". Os designers de moda digital podem recorrer à diversas formas de se introduzir no mercado, dependendo da finalidade, o mercado pode ir do prático ao criativo utilizando o mesmo programa 3D, como por exemplo o CLO3D. (2025)

Abrindo portas para designers que buscam se inserir de forma inovadora na moda e apresentando como isso pode ser feito.

MARCAS DE MODA E MODA 3D

Neste subcapítulo apresentaremos algumas marcas de moda que estão se lançando no mundo virtual, abrindo mais caminhos e oportunidades de negócios.

2.1

A marca de calçados Kenner, em sua comemoração de 36 anos de história, desenvolveu uma exposição com os modelos de suas sandálias desde o seu início em 1988 até o último lançamento da marca em 2024. Junto da exposição de suas sandálias de cada época, o autor desta pesquisa desenvolveu um desfile virtual com as roupas de cada época que o modelo de sandália apresentado correspondia. O uso da moda digital serviu, nesse caso, como uma forma de posicionamento de marca na intenção de apresentar que a moda foi mudando e a marca continua no mercado acompanhando as mudanças sociais.

Toda dinâmica de comemoração dos 36 anos da Kenner foi organizada o através de um desfile virtual, foi reduzido o gasto com locação, roupas físicas, produtores, maquiadores, cabelereiros e modelos. Esse desfile serviu para acompanhar a exposição dos calçados da Kenner seguindo uma linha do tempo, posicionando a Kenner como uma marca que também flerta com a inovação do mundo virtual.

Figura 1 - Duas mulheres assistindo à exposição do Baile da Kenner.



Fonte: Instagram @ocayocosta¹

@ocayocosta Disponível em

:https://www.instagram.com/p/C_GSkZxOGQm/?img_index=1&igsh=MXNwdXp4b2YyNWUwZw==).

(Acesso em 25/02/2025)

Outra marca que está inserida na moda digital é a Renner que, segundo Carvalho (2022), é a maior varejista de moda do Brasil. Diferente da marca supracitada, Kenner, a Renner a partir de 2023 começou a usar o *software* CLO3D² como um auxiliar nos processos internos; reduzindo custos de pilotagem optando por prototipagem 3D, através de peças-piloto virtuais, reduzindo em até 50% a produção de peças físicas. Além da redução de custo com o desenvolvimento dos protótipos até a aprovação final, o gerente de inovação em produto das Lojas Renner, Akihito Hira, durante uma palestra com o CLO3D disponível no Youtube como Talk com Lojas Renner: Transformação Digital na Indústria da Moda (2024), cita que também utilizam da moda digital como uma forma de acelerar em até duas semanas o desenvolvimento dos produtos, sendo favorável para a empresa em questão de sustentabilidade e gasto financeiro. Já como posicionamento de marca, a Renner desenvolveu um desfile 100% virtual e apresentou na Brazil Immersive Fashion Week (BRIFW), evento que ocorreu em São Paulo no ano de 2022 , onde a conexão entre a marca e o evento tinha como finalidade unir moda, empreendedorismo e tecnologia. (Iara Land, 2025)

² CLO3D - é um software de design de moda em 3D que permite a criação e simulação de roupas virtuais, oferecendo uma alternativa aos métodos tradicionais de modelagem e confecção. É utilizado por designers de moda, empresas e até mesmo em ambientes acadêmicos para criar amostras virtuais, reduzindo o desperdício de materiais e otimizando o processo de produção.

Figura 2 - Desfile digital da Renner na BFRIW



Fonte: Iara Land³

Em contato com o gerente de inovação em produto da Renner, através do *chat* LinkedIn, oficializando a entrevista no e-mail (abril/2025), o mesmo participou dessa entrevista que teve como finalidade captar sua visão sobre o ramo de moda 3D e como está a inserção neste mercado atualmente.

A entrevista começou com perguntas voltadas para a parte profissional, onde Akihito Hira afirmou que tem mais de vinte anos de experiência profissional, atuando nas áreas de moda, inovação e tecnologia. Dentro dos mais de 20 anos no mercado, o mesmo cita que está há cerca de sete anos no segmento de moda 3D com foco em modelagem digital, simulação de vestuário virtual e implementação de processos inovadores em grandes marcas de varejo, atuando como gerente de inovação de produto na Lojas Renner SA desde 2022.

Estando na maior varejista de moda do Brasil, Akihito comenta sobre suas responsabilidades dentro da empresa no seu cargo atual, onde é responsável por estruturar e operacionalizar movimentos que envolvem modelagem 3D. Além de capacitar times internos e externos, o entrevistado também desenvolve bases técnicas ligadas a avatares escaneados, buscando integrar essa e mais oportunidades no ciclo

³ Iara Land. Disponível em: <https://www.iara.land/o-que-fazemos/7gpyp9j2cxm4pk3fgwppdqhaob0l5c-yrwl3> (Acesso em 12/03/2025)

do desenvolvimento do produto. Incluindo o universo 2D, une esta variação com o 3D, indo desde uma simulação técnica no CLO3D até gerar conteúdos para e-commerce e junção com outras plataformas digitais, garantindo rastreabilidade, consistência e otimização do *time-to-market* (TTM) – tempo que um produto leva para estar pronto, desde a idealização até que chegue na loja. Voltado mais para o mundo da criação de moda, Akihito conta que utiliza ferramentas de Inteligência Artificial Generativa⁴, tanto para o design de produtos quanto para a antecipação de tendências.

Para concluir a entrevista, Akihito respondeu qual é a sua visão para a projeção do mercado de moda 3D:

O mercado de moda 3D está em expansão, com avanços significativos na digitalização de processos e maior adoção por grandes marcas e varejistas. No entanto, ainda enfrenta desafios em termos de escala, integração entre sistemas e capacitação técnica. Acredito que o futuro da moda 3D estará fortemente conectado à sustentabilidade, redução de amostras físicas, personalização em larga escala e à convergência com inteligência artificial — especialmente na criação, simulação de tecidos e experiências digitais do consumidor. (2025)

A partir do que foi apresentado neste subcapítulo com relação ao uso da tecnologia 3D na moda, podemos perceber que são muitas as oportunidades de atuar no mercado de moda digital considerando a profissão do designer de moda. Dentro do universo digital o designer fica responsável pela criação de roupas e acessórios usando softwares de modelagem 3D, realidade aumentada (AR) e realidade virtual (VR). Porém, é importante salientar que para atuar neste mercado o profissional precisa ter o domínio de ferramentas digitais, sensibilidade estética, conhecimento das tendências tecnológicas e capacidade de adaptação rápida às mudanças.

⁴ A inteligência artificial generativa é um tipo de IA capaz de criar novos conteúdos e resolver problemas com base no que aprendeu em diversas áreas, podendo criar textos e até imagens com os dados fornecidos. (Amazon Web Services, 2025)

DESIGNERS INDEPENDENTES E MODA 3D

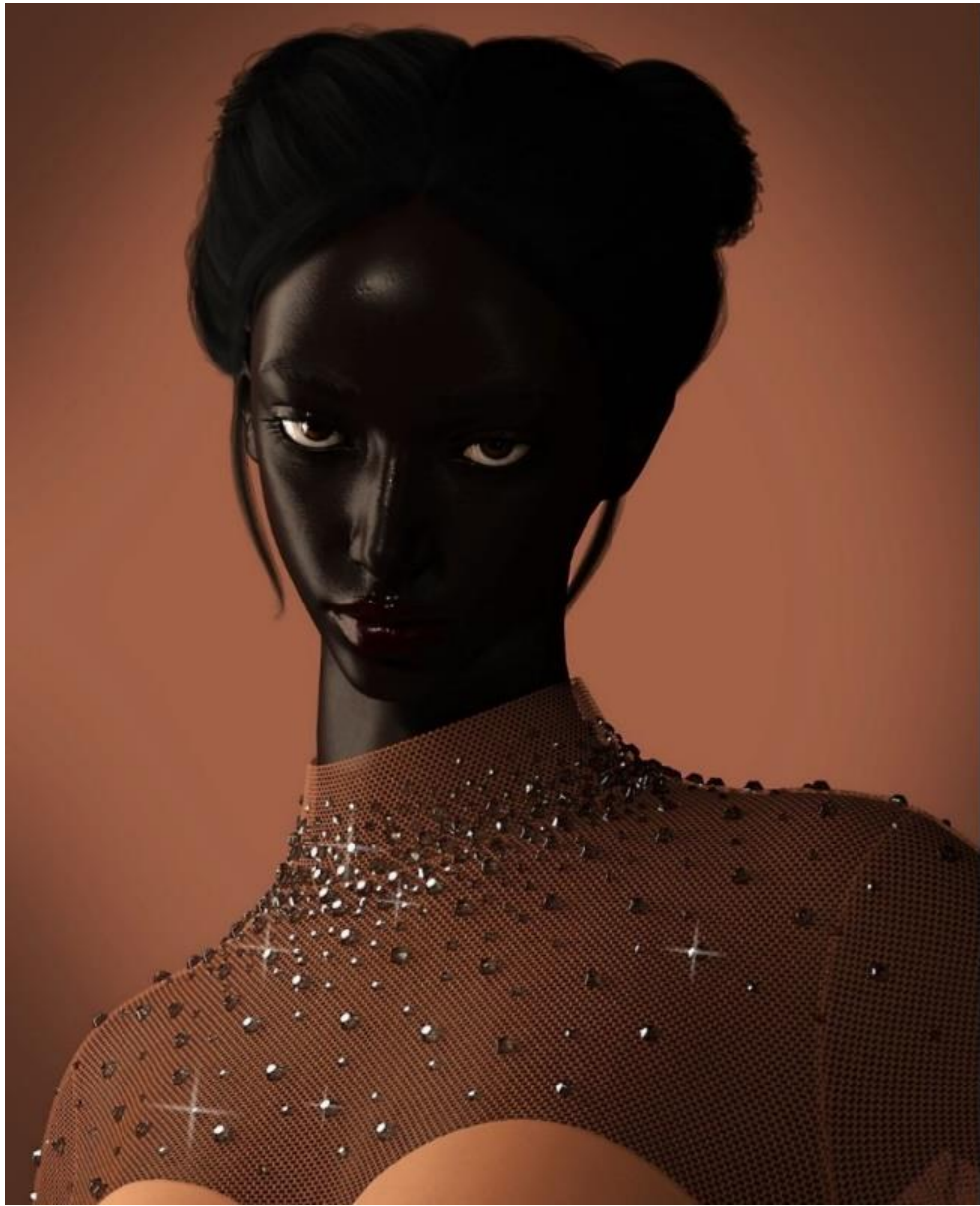
2.2 Como referência de designers de moda 3D existem pessoas no mundo todo, porém aqui serão apresentados dois designers brasileiros: Mônica Findeis, conhecida no Instagram como “Fadinha 3D” e o designer Yuri Arouca (@yuri.arouca).

Como informa o LinkedIn da designer, Mônica está há mais de doze anos no mercado de moda digital e hoje dá cursos na área desde o nível básico até o avançado. A designer vende serviços para marcas e faz parte do time da empresa CLO3D, desenvolvendo peças para venda dentro do programa. Já o supracitado Yuri Arouca, além de prestar serviços de marketing e publicidade, como apontou em seu portfólio virtual no Behance⁵, o designer também fundou uma agência chamada Micé, onde fornece cursos de moda 3D, e também, atende marcas de moda que procuram digitalizar seus produtos.

Vendendo seus serviços de diversas formas, Mônica posta em seu Instagram suas criações digitais e, divulga seu trabalho, atraindo clientes que buscam a digitalização de peças em 3D, o desenvolvimento de campanhas digitais e até a digitalização da cadeia produtiva (DPC).

⁵ Behance é uma plataforma que possibilita designers, artistas e outros a compartilharem seus trabalhos em forma de portfólio. (PortfolioPro, 2025)

Figura 3 - Avatar em produção virtual para CLO3D, por Mônica Findeis



Fonte: Instagram @fadinha.3d ⁶

@fadinha.3d Disponível em: <https://www.instagram.com/p/DDxA6aoJI6-/?igsh=aXZpbWVtOThoNnMw>
(Acesso em 25/02/2025)⁶

Figura 4 - Avatar Joe em produção virtual, de Mônica Findeis e Giovana Goulart para marca Use Bjoe.

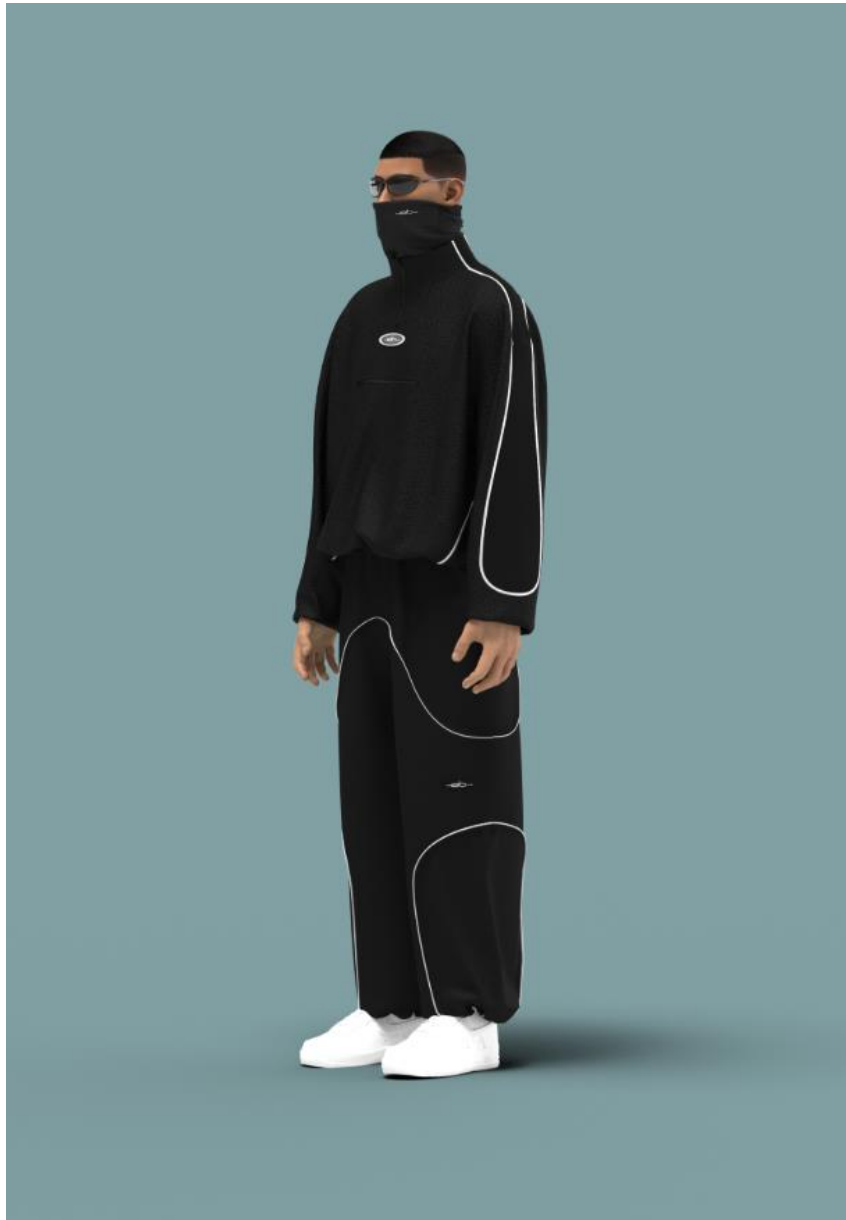


Fonte Instagram @fadinha.3d⁷

De acordo com as redes sociais do designer Yuri Arouca, o mesmo publica seus trabalhos no Instagram e no Behance, site utilizado como portfólio *on-line*. Trabalhando como *freelancer* para marcas e divulgando seus trabalhos, Yuri se mostra um profissional capacitado no mercado de moda 3D e está disponibilizando cursos virtuais para ensinar mais sobre o universo do vestuário e ambientação digital. Fundador da Agência Micé, o designer oferece seus serviços para marcas de moda, tais com a: digitalização de produtos e desenvolvimentos e ambientação em 3D.

@fadinha.3d Disponível em: <https://www.instagram.com/p/DD7AKGCJihB/?igsh=eXRnbW10czF2djd1> (Acesso em: 25/02/2025)⁷

Figura 5 - Desenvolvimento do designer Yuri Arouca para marca “Elo em Comum”



Fonte: Behance de Yuri Arouca⁸

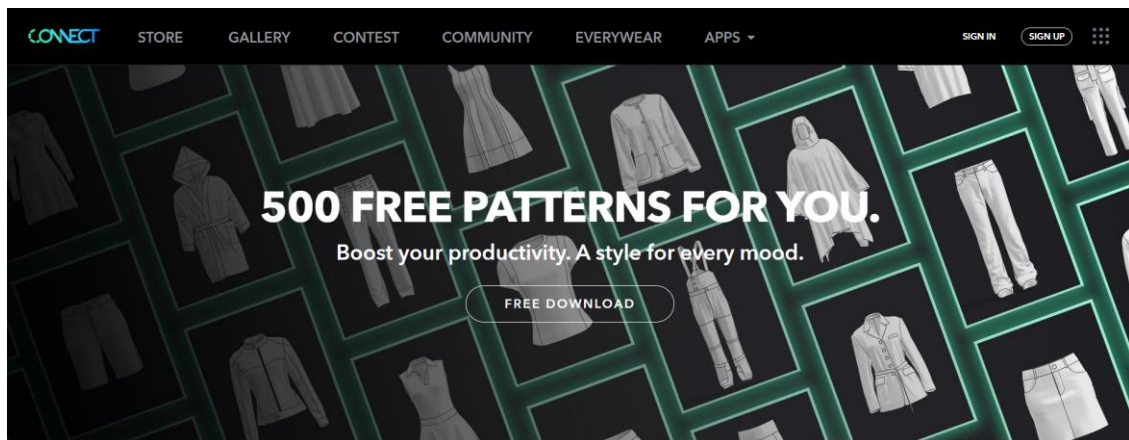
A WAA Magazine (2025) descreveu o designer Yuri Arouca como visionário e um designer de moda virtual, nomeando suas criações como inovadoras e resultado de uma combinação de técnicas avançadas de 3D com um olhar aguçado para a moda.

⁸ Behance Yuri Arouce. Disponível em: <https://www.behance.net/yuricoutin0862/projects> (Acesso em 21/03/2025)

EMPRESAS DE MODA 3D

2.3 No mercado digital existem empresas internacionais voltadas para a moda digital e vestuário 3D como é o caso da empresa CLO3D que foi fundada na Coreia do Sul, e também, da Fashion 3DX, que tem sua sede na China. A CLO3D, além de oferecer o programa de moda digital, também possui a CONNECT, que é uma plataforma onde designers que utilizam o programa podem vender seus desenvolvimentos de vestuários em 3D através do CLO-SET, uma espécie de loja de roupas virtuais. Esse espaço, além de fornecer retorno lucrativo para os criadores, também é uma forma de unificar uma comunidade de pessoas interessadas em moda digital, abrindo um espaço para apresentar e comercializar suas criações o que garante uma circulação de capital para este tipo de serviço, além da possibilidade de expansão dos portfólios para os profissionais atuantes, como apresentado no próprio site.

Figura 6 - Página inicial do “CONNECT”



Fonte: Connect – Clo-Set⁹

⁹ Connect – Clo-Set. Disponível em: <https://connect.clo-set.com/> (Acesso em 15/05/2025)

Já a empresa Fashion 3DX, foi criada por Kamol Meesri e Jon Smith, e é pioneira no desenvolvimento e na criação voltada para a moda virtual utilizando também, se o software CLO3D em seus desenvolvimentos. Como empresa, a Fashion 3DX faz produções digitais para o seu próprio Instagram divulgando seus cursos de moda 3D e ainda presta serviços para marcas de moda. Com todo o seu portfólio e potência no mercado digital, a Fashion 3DX fundou a “*Fashion 3DX Academy*”, um curso global de moda 3D, que conquista alunos do mundo todo, ensinando-os programas usados por eles, como o CLO3D para vestuário, Blender para as produções virtuais, e os preparando para o mercado que vem crescendo cada vez mais para esse ramo. (Fashion 3DX, 2025)

As duas empresas citadas acima, mesmo com finalidades diferentes, se inseriram no mercado de moda digital e se tornaram referência, seja através da unificação e fidelização dos usuários de seu programa, como a CLO3D, ou como prestador de serviços para terceiros ou disponibilizando cursos, como a Style3DX. Logo, percebe-se que o ramo de vestuário digital, é uma área de atuação profissional promissora, pois abrange diversas possibilidades de inserção no mercado considerando a atuação do designer de moda digital.

Figura 7 Avatar posando no campo em produção virtual.



Fonte: Instagram @fashion_3dx¹⁰

10

@fasion_3dx

Disponível

em:

https://www.instagram.com/p/C_3dyeuqs1j/?igsh=MXhoazJjaWpuZTN4Mw== (Acesso em 25/02/2025)

Figura 8 – Exemplo de um avatar desfilando em ambientação virtual



Fonte: Instagram @fashion_3dx¹¹

¹¹ @fashion_3dx Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/C74p3K6N-St/?igsh=MzAyaHI5enVvOTFq>

Partindo para uma marca brasileira, a Audaces se apresenta como uma empresa reconhecida por digitalização de processos envolvendo moda e automação de processos produtivos. Abrange desde o programa Audaces Fashion Studio, onde é possível desenvolver vestuário 3D, até o Audaces 360, responsável por integrar modelagem, encaixe, ficha técnica e gestão de coleções, permitindo uma visão completa do processo desenvolvimento de uma coleção de moda, considerando desde o processo criativo, passando pela prototipagem e chegando até o momento da produção industrial. A empresa que surgiu no mercado oferecendo ferramentas para facilitar o processo industrial na área de confecção do vestuário, é um bom exemplo de marca nacional que também busca capacitar profissionais para o segmento de moda digital. O software da Audaces vai além da simulações com tecidos e atuação na parte criativa, visto que abrangendo também o processo de desenvolvimento técnico do produto considerando a produção industrial. (AUDACES, 2025)

Figura 9 - Imagem simulando desfile no Audaces Fashion Studio



Fonte: Audaces ¹²

Apresentando, assim, uma empresa que integra etapas do design à produção industrial que também investe na capacitação de profissionais para o mercado, contribuindo para a modernização e profissionalização da indústria da moda digital no Brasil.

¹² Audaces. Disponível em: <https://audaces.com/pt-br/solucoes/fashion-studio> (Acesso em 15/05/2025)

3 O COGUMELO E AS ALUCINAÇÕES COMO TEMÁTICA

Como temática dessa coleção virtual, será abordada a percepção alucinógena pós o uso do chá de cogumelo como base para criação de peças e estampas. O autor aponta que esta temática se relaciona com o 3D com a seguinte citação: Moda 3D e cogumelo, ambos quebram a barreira da realidade. Para isso, a pesquisa apresenta estudos como o do neurocientista brasileiro Sidarta Ribeiro, pesquisadores internacionais e uma pesquisa de campo com pessoas que já fizeram o uso do chá.

Os cogumelos alucinógenos, foram encontrados em diversos artigos históricos ao longo do tempo. Vistos em diversas obras de arte dos maias, astecas e povos mesoamericanos, estudos comprovam que o chá de cogumelo era usado para fins religiosos e ritualísticos, atrelando às práticas medicinais e transcendências. O consumo dessa substância alucinógena foi visto de diferentes formas, seja apenas mastigado, infusão ou até mesmo misturado em alimentos, e essa prática se dá por acreditarem que tinham contato maior com os deuses de suas crenças através desses rituais. (Riscalá, 2023)

Ao longo do tempo o consumo do chá de cogumelo foi sendo reduzido. Parte disso está relacionado à repressão em cima dessas religiões que praticavam os rituais. Porém, a partir dos anos de 1950, o consumo passou por uma crescente, mas agora de forma experimental e recreativa, como estudado pelo etnomicologista R. Gordon Wasson em seu livro “O cogumelo maravilhoso: micolatria na Mesoamérica” (1968).

Figura 10 - Robert Gordon Wasson



Fonte: O Explorador (2022) ¹³

Segundo Riscalca (2023), os três efeitos mais comuns entre as pessoas que consumiram chás de cogumelo são:

- **Alterações em percepções visuais:** indo de ver cores mais vivas até movimentação de padrões e distorção de objetos
- **Autorreflexão:** pessoas podem ficar mais introspectivas, pensando mais em si, com pensamentos profundos e reflexão de sua pessoa
- **Bem-estar:** após o consumo, as sensações podem virar um bem-estar como conforto corporal e mental
- **Dilatação da pupila:** comum entre os efeitos físicos causados por psicodélicos, a dilatação da pupila é um efeito causado pela experiência

¹³ O Explorador: <https://www.oexplorador.com.br/gordon-wasson-ex-banqueiro-que-escreveu-livros-academicos-sobre-cultos-envolvendo-cogumelos-alucinogenos-foi-co-autor-de-artigos-e-livros-academicos-incluindo-cogumelos-russia-e-historia-1957/> (Acesso em 25/02/2025)

Complementando os pontos abordados com relação aos efeitos após o uso do chá de cogumelo, Wasson cita: Segundo Wasson *apud* Campos (2023) “As visões não eram difusas nem trêmulas, mas nítidas e precisas; as linhas e as cores eram tão agudas que me pareciam mais reais do que tudo quanto eu já havia antes no mundo”. Através desse texto publicado de forma *on-line* no Jornal Opção, podemos concluir que diversas formas de relatar a percepção alucinógena estão erradas, como em vestuários que simulem essa experiência de forma caricata como apresentada no capítulo seguinte.

Segundo Bracun (2023) a maioria das pessoas que consomem o chá de cogumelo apontam que, no primeiro momento, euforia e relaxamento profundo são as sensações mais presentes e, em seguida, aumento na percepção visual e auditiva, onde cores ficam mais vivas e a audição parece perceber sons mais profundos e marcantes. Mudando também o humor, o chá de cogumelo faz com que as pessoas fiquem mais empáticas e traz um bem-estar maior para quem consome. Sendo usado com doses controladas, há pessoas que utilizam da psilocibina¹⁴ para aflorar o pensamento criativo, ter acesso a um lado mais individual e, se houver crença, conexão espiritual; já em doses maiores o chá pode atingir o lugar de transcendência e distorção da realidade.

¹⁴ Psilocibina é uma substância psicoativa presente em mais de 100 espécies de cogumelos. (Memed, 2023)

ALUCINAÇÕES PARA A MODA

3.1 Voltado para a moda, o projeto busca referências para estampas e peças que fujam do estereótipo de roupas relacionadas às pesquisas de vestuários que representem percepções alucinógenas. Quando buscamos criações de moda que tenham essa temática, são apresentadas peças que extrapolam o que seria uma alucinação de forma caricata ou roupas que normalmente são usadas por usuários em festivais de música eletrônica.

Figura 11 - Camisa com pesquisa “Camisa Rave”



Fonte: Mercado Livre ¹⁵

¹⁵ Mercado Livre. Disponível em: <https://lista.mercadolivre.com.br/camisa-rave> (Acesso em 31/03/2025)

Após estudos, é perceptível que muitos designers usam a temática das alucinações de forma caricata para as criações em vestuário, onde o tema é representando através de cores fortes, desenhos de alienígenas e discos voadores, monstros, etc, elementos que, após estudos, comprovam-se ser utópicos quando se trata de evidenciar a percepção alucinógena.

Figura 12 - Camisa com estampa de alienígenas simulando alucinação



Fonte: Roupas Psicodélicas - Elo7¹⁶

¹⁶ Roupas Psicodélicas – Elo 7. Disponível em: <https://www.elo7.com.br/lista/roupas-psicod%C3%A9licas?sort=relevance&pqn=1> (Acesso em 31/03/2025)

Pretendendo entregar a melhor junção entre o Design de Moda e a temática que relata o uso do chá de cogumelo, o autor apresenta pesquisas sobre a ação do chá no cérebro pós-ingestão que serão abordadas a fim de complementar visualmente a estética da coleção.

3.1.1 Referências estéticas para a coleção

Há registros de estilistas que utilizaram da substância em suas criações, mas a proposta do atual projeto se dá por criar algo visualmente relacionado com estudos que apresentarão a ação da percepção alucinógena. O desenvolvimento das peças está relacionado com a criação e meios no design de moda, como modelagens, texturas e estampas com diferenças de luz e sombra, apresentação de tecidos e caimentos, representando isso por meio da moda 3D.

Como referência de cores e visuais que servem como inspiração para as propostas de vestuário apresentadas aqui na pesquisa, temos a marca “Alexander McQueen”.

Figura 13 - Look O/I 22 Alexander McQueen



Fonte: Vogue Fashion Show. Fall 2022. Alexander McQueen¹⁷

¹⁷ Vogue Fashion Show. Disponível em: <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2022-menswear/alexander-mcqueen/slideshow/collection#1> (Acesso em 03/09/2024)

Look O/I 23 Alexander McQueen



Fonte: Pinterest.Fall 2023. Menswear, Alexander McQueen¹⁸

¹⁸ Pinterest. Disponível em: <https://pin.it/g95GsC0yY> (Acesso em 14/07/2025)

Look P/V 2022 Alexander McQueen



Fonte: Pinterest. Spring 2022. Meswear, Alexander McQueen¹⁹

¹⁹ Pinterest. Disponível em: <https://pin.it/56ASkbWJF> (Acesso em 14/07/2025)

Figura 14 - Look O/I 22 Alexander McQueen



Fonte: Vogue Fashion Show. Fall 2022. Alexander McQueen²⁰

Apresentadas estas referências, a coleção se desenvolverá com peças com estética mais comercial e que não estejam muito voltadas para peças vanguarda.

²⁰ Vogue Fashion Show. Disponível em: <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2022-menswear/alexander-mcqueen> (Acesso em 03/09/2024)

4 PESQUISA PARTICIPANTE

Para o desenvolvimento desta coleção de moda virtual com inspiração temática na percepção alucinógena do chá de cogumelo, a pesquisa se baseou no estudo da ação desse composto no corpo, desenvolvendo um relatório para entrevistas individuais com participantes que já fizeram uso da bebida supracitada. Com o resultado deste relatório, foi desenvolvida a coleção através de um painel imagético decorrente de outros painéis apresentados na pesquisa com tais participantes.

Os entrevistados, previamente avisados sobre do que se trata o estudo, concordaram em responder um formulário focado em coletar informações sobre o pós-ingestão do chá de cogumelo. Este formulário foi desenvolvido com uma sequência de perguntas sobre o sexo, idade e outras acerca do consumo do chá alucinógeno. Após essas perguntas pessoais e das outras que abordam o uso da bebida, é apresentada uma junção de imagens que simbolizam os visuais desta relação com a substância. Os usuários pesquisados puderam, entre três painéis imagéticos, escolher uma porcentagem baseada em qual deles está mais relacionado com pós consumo da substância alucinógena.

PERGUNTAS PESSOAIS

Buscando participantes de gêneros, idades e vivências diferentes, as primeiras perguntas foram baseadas em uma coleta inicial de informações sobre a pessoa, onde foi possível perceber uma diversidade nas idades e nos gêneros

4.1

Entre os participantes desta pesquisa, três se identificam com o gênero masculino, dois se identificam com o gênero feminino e nenhuma preencheu o campo “prefiro não responder” sobre seu gênero, através do seguinte quadro podemos ter mais informações sobre o grupo de participantes e suas idades.

Participantes das entrevistas individuais

NOME	IDADE	FREQ. USO DO CHÁ
João	24 anos	1 ou 2 vezes
Diogo	29 anos	5 ou mais vezes
Lucas	22 anos	5 ou mais vezes
Mariana	31 anos	5 ou mais vezes
Simone	51 anos	1 ou 2 vezes

Os participantes estão com nomes fictícios

Juntando homens e mulheres, este formulário captou pessoas de idades e frequência de uso distintas, possibilitando uma margem grande para a diversidade de participantes.

PERGUNTAS SOBRE CONSUMO DO CHÁ

4.2 Com perguntas voltadas para o consumo do chá, foi questionada a quantidade de vezes que os participantes fizeram a ingestão e, havendo mais de uma vez, se as sensações foram semelhantes em todas as ocasiões. Essa pergunta foi feita para captar se houve uma diferença exorbitante dentre as vezes consumidas para, durante a criação, abranger uma “margem de erro” entre essas desigualdades. Nesta questão, três pessoas votaram que já fizeram o uso do chá de cinco ou mais vezes e duas pessoas que já fizeram o uso entre uma e duas vezes. Após estudos sobre como o chá de cogumelo age no corpo, foi questionado quais das sensações mais comuns pós ingestão do alucinógeno as pessoas sentiram, tais como alterações em percepções visuais, autorreflexão e bem-estar, além de poderem preencher um campo com outras sensações além das supracitadas.

Sensações vivenciadas pelos participantes

SENSAÇÕES PÓS USO	NÚMERO DE PARTICIPANTES
Alteração de percepções visuais	5
Autorreflexão	4
Bem-estar	4

Também nesse questionamento os participantes puderam relatar outras sensações além das supracitadas, onde duas pessoas levantaram as seguintes questões:

- 1- “Formigamentos e excesso de transpiração. ”
- 2- “Hiperfoco visual. Observar com mais profundidade um quadro, por exemplo. ”

Observando essa frequência de consumo, quatro participantes que consumiram mais de uma vez relataram que a sensação foi a mesma e apenas uma pessoa votou que a sensação não foi a mesma. Os votantes que apresentaram semelhança dentro das experiências vividas, três pessoas responderam com relatos sobre, mesmo não havendo discrepância entre as ocasiões de uso, como cada vez se apresentou de forma diferente.

- 1- “Variando sempre entre os cinco sentidos, algumas vezes o efeito pesa mais para um dos cinco, como o visual, tátil...etc”
- 2- “Em relação às sensações, são as mesmas. Sendo elas: relaxamento, bem-estar, expansão da consciência, criatividade e reconexão. ”
- 3- “Depende muito do ambiente e do estímulo externo. Quando usei com um grupo de amigos que tocavam instrumentos musicais, fiquei mais sensível à música, mais calma. Quando tomei com um grupo de amigos mais engraçados e piadistas eu ria muito mais, ficava mais “agitada”. Quando tomei com um parceiro ficamos mais sensíveis ao tato, ao beijar por exemplo, mais introspectivos, querendo se tocar, sentir a pele um do outro, nessa *vibe*. ”

Através destes relatos podemos concluir que as alucinações se mantêm as mesmas, porém, com um peso diferente para cada sensorial, podendo variar de acordo com o local, companhias e quantidade de uso.

PAINÉS IMAGÉTICOS USADOS NOS FORMULÁRIOS

4.3 A partir do que foi levantado sobre os estudos do neurocientista Sidarta Ribeiro (2022) e do pesquisador Robert Wasson (2023) em relação às alucinações causadas pelo uso do chá de cogumelo, foram desenvolvidos três *moodboards* com referências imagéticas, com o objetivo de coletar informações dos participantes em relação aos efeitos visuais após o uso do chá. Os *moodboards* foram organizados da seguinte forma: distorção da realidade, percepção de cores mais vivas, e alucinação unindo distorção e percepção de cores mais vivas. Os participantes da pesquisa puderam votar em qual porcentagem mais se identificavam com relação aos painéis apresentados.

Figura 15 - *Moodboard* representativo “Distorção da Realidade”



Fonte: Painel desenvolvido pelo autor com imagens do Pinterest

Através deste painel, os participantes puderam opinar qual intensidade o mesmo equivale dentro de suas vivências relacionadas a distorção da realidade após o uso do chá de cogumelo.

Intensidade para painel “Distorção da realidade”

NÚMERO DE PARTICIPANTES	INTENSIDADE DE QUANTO RETRATA A EXPERIÊNCIA
2	25%
1	50%
2	75%
	MÉDIA: 50%

Captando a resposta do grupo de participantes, este painel finalizou com média de 50% de representação visual em relação a percepção alucinógena.

Figura 16 - *Moodboard* representativo “Percepção de cores mais vivas”



Fonte: Painel desenvolvido pelo autor com imagens do Pinterest

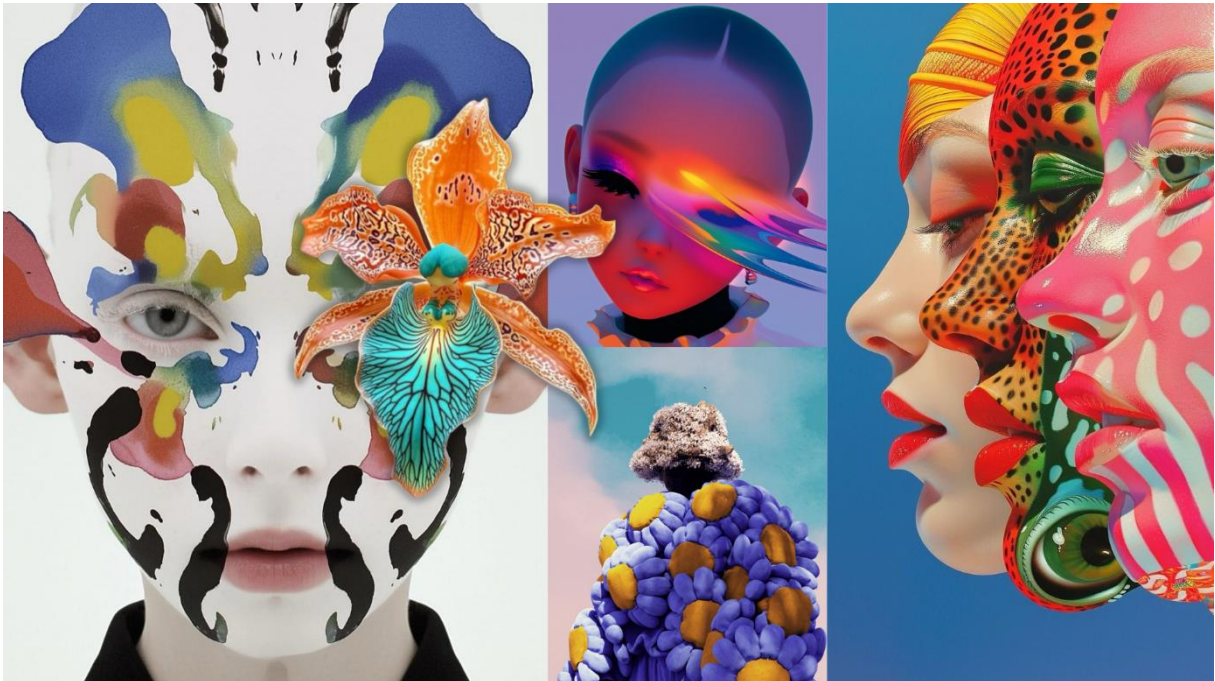
Com este *moodboard* representando alteração da percepção de cores, vendo mais vivas ou com contrastes diferentes, também apresentaram o quanto este representa a percepção alucinógena.

Intensidade para painel "Percepção de cores mais vivas"

NÚMERO DE PARTICIPANTES	INTENSIDADE DE QUANTO RETRATA A EXPERIÊNCIA
1	50%
1	75%
3	100%
	MÉDIA: 85%

Sendo o painel com maior porcentagem de representação, o mesmo apresentou uma média de 85% como respostas.

Figura 17 - *Moodboard* representativo Alucinação e percepção de cores mais vivas



Fonte: Painel desenvolvido pelo autor com imagens do Pinterest

Apresentado este último *moodboard*, os participantes apresentaram se o resultado do pós-ingestão seria unindo a distorção da realidade com a percepção de cores mais vivas.

Intensidade para painel “Alucinação e percepção de cores mais vivas”

NÚMERO DE PARTICIPANTES	INTENSIDADE DE QUANTO RETRATA A EXPERIÊNCIA
1	25%
3	50%
1	100%
	MÉDIA: 55%

Ficando perto da média do painel primeiro, a média deste último painel foi 55%. Resultando a maior satisfação do grupo entrevistado no segundo painel, onde é apresentada a percepção de cores mais vivas.

DESCREVENDO SENSAÇÕES

4.4

Após responderem às perguntas supracitadas, foi solicitado aos participantes que concluíssem, com uma ou duas palavras, que descrevessem a experiência da percepção alucinógena baseada no chá de cogumelo. As palavras citadas no final do formulário foram: cores vibrantes, imersivo, terapêutico, psicodélico, presença.

Captando todas as informações obtidas neste formulário, a coleção deste projeto de pesquisa dá sequência baseando-se nos relatos obtidos pós análise dos formulários e nos estudos de Robert Wasson abordados no capítulo três.

5 PROCESSO CRIATIVO

O processo criativo se deu após os levantamentos apresentados no capítulo três sobre estudos de efeitos alucinógenos após o uso do chá de cogumelo, juntamente com a análise da pesquisa desenvolvida com o grupo de participantes.

CONCEITO TEMÁTICO

Apontando maior porcentagem de veracidade o *Moodboard* representativo 5.1 “Percepção de cores mais vivas” (Figura 14), o conceito temático segue este painel como referência e conceito temático da coleção.

Figura 18 - *Moodboard* temático para desenvolvimento da coleção



Fonte: Painel desenvolvido pelo autor com imagens do Pinterest

Relacionado com a abordagem da coleção no mundo virtual, a ambientação do espaço digital, onde será apresentado este trabalho de pesquisa, acompanha o arquétipo futurista que se estende através da temática 3D e suas diversas possibilidades dentro deste universo. Para o desenvolvimento do espaço 3D, foi elaborado um *moodboard* que apresenta algumas referências de espaços que podem refletir esta realidade.

Figura 19 - *Moodboard* de referência para espaço virtual



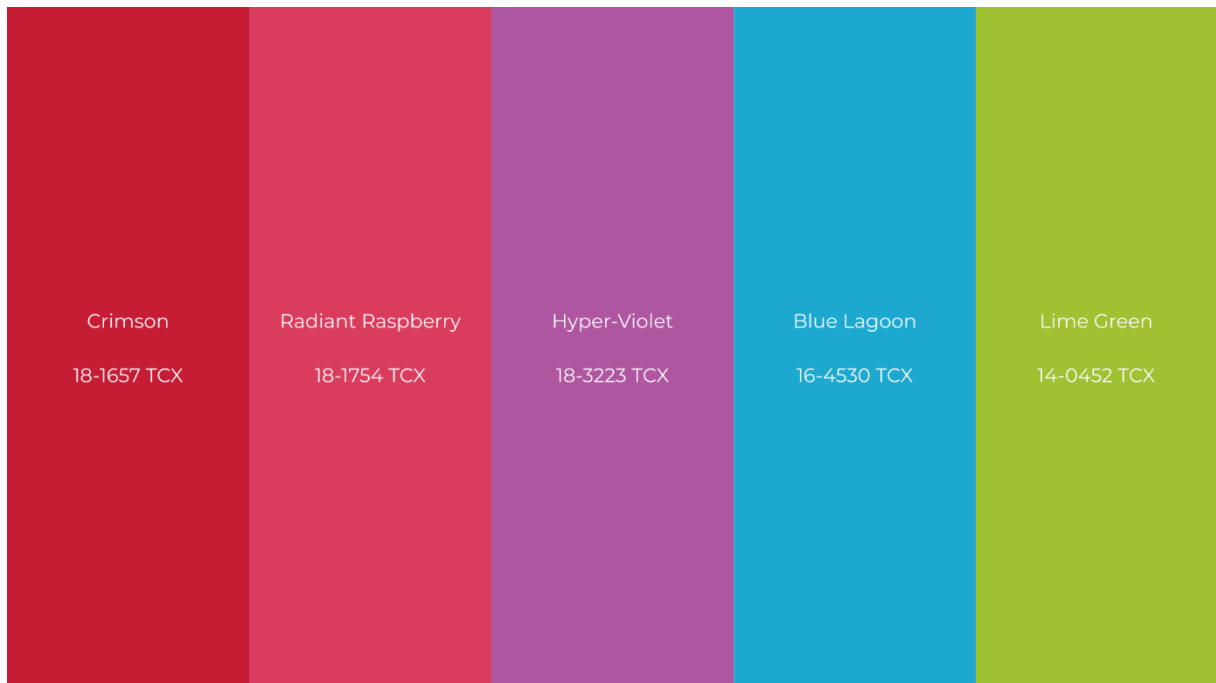
Fonte: Painel desenvolvido pelo autor com imagens do Pinterest

Baseado neste, a coleção retrata a percepção de cores mais vivas em seus elementos e um espaço virtual com temática futurista e sóbria, dando ênfase às roupas desenvolvidas para moda 3D.

CARTELA DE COR

5.2 Buscando manter o viés comercial da coleção, as cores são apresentadas com uma paleta neutra, onde são usadas como ponto de luz, seja em estampas ou detalhes, fazendo com que as colorações mais quentes convirjam com cores neutras e frias. A base de pesquisa para a captação das colorações foi a plataforma de tendências WGSN, que apresenta a previsão das cores para cada temporada da moda. A matéria utilizada como pesquisa apresentou proposta de cores tendência para a estação de Primavera/Verão 2025. (Collins 2023)

Figura 20 - Paleta de cores com colorações quentes para detalhes e estampas.



Fonte: WGSN

Figura 21 - Paleta de cores com colorações neutras e frias para base de peças.



Fonte: WGSN

A plataforma CLO3D, onde será desenvolvida a parte do vestuário da coleção, é capaz de aplicar a cor da roupa baseada no código TCX da coloração desejada, onde este código é usado para repassar o tom da cor desejada em superfícies flexíveis como têxteis e vestuário. (PANTONE, 2025)

Sendo assim, a coleção aqui apresentada segue inspirada nessas duas paletas de cores, uma para estampas com colorações mais quentes, refletindo os pontos de luz, e outra com cores neutras e frias, servindo como base para as peças.

CARTELA DE TEXTURAS

5.3 Segundo Riscala (2023) uma das alterações causadas no organismo humano com o uso do chá de cogumelo é a sensação de bem-estar juntamente com alterações visuais na percepção do indivíduo. Diante desta referência, a cartela de textura traz formas orgânicas, com efeitos de luz e sombra, dando a sensação de toques macios e volumosos, juntamente com pequenas referências sutilmente ásperas, o que corrobora com as possibilidades de caimento e textura para aplicação na moda digital.

Moodboard cartela de texturas



Moodboard feito pelo autor

Como citado, a cartela de textura se apresentará nas peças digitais com o objetivo de simular a alteração de percepção visual através do vestuário.

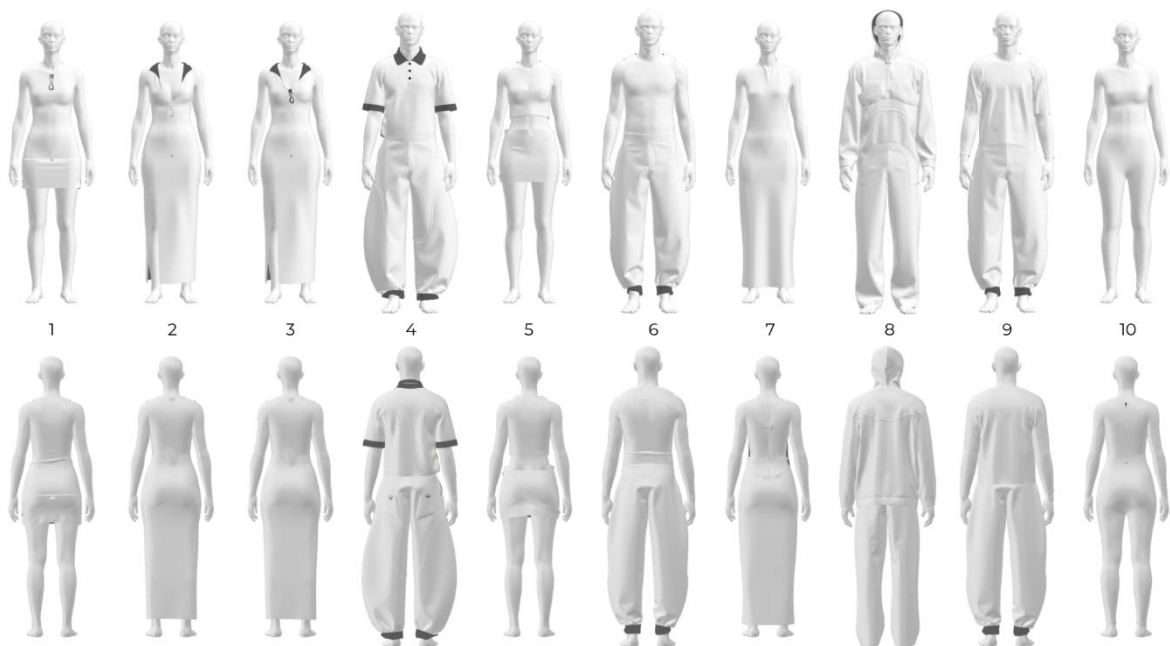
PRÉVIA DA COLEÇÃO

O planejamento da coleção foi dividido em dois momentos. O primeiro momento com *looks* e fichas de criação dispostos neste capítulo, o que chamamos de prévia da coleção, onde os modelos foram sendo elaborados de forma estática e monocromática considerando o estudo das silhuetas. Já o segundo momento da coleção aparece no último capítulo da pesquisa, onde os modelos, já elaborados, ganham cor e movimento apresentando-se através de um vídeo em 3D, com uma ambientação temática voltada para o mundo virtual.

5.4.1 *Looks* - primeiro momento da coleção

Na elaboração da coleção, o vestuário apresentado capta algumas referências de peças comerciais e que não se encaixem em peças vanguarda e conceituais. Apresentando os *looks* que compõem este projeto, a seguinte prévia contém os *looks* de forma monocromática para um entendimento geral da coleção com relação às suas formas, tendo sua especificação nas fichas de criação.

Figura 22 - Prévia da coleção MFF



Painel criado pelo autor no programa Canva

Com essa visão geral da coleção, é possível analisar a quantidade de *looks* desenvolvidos e a proposta que a coleção traz com visualização de unidade e silhueta das criações.

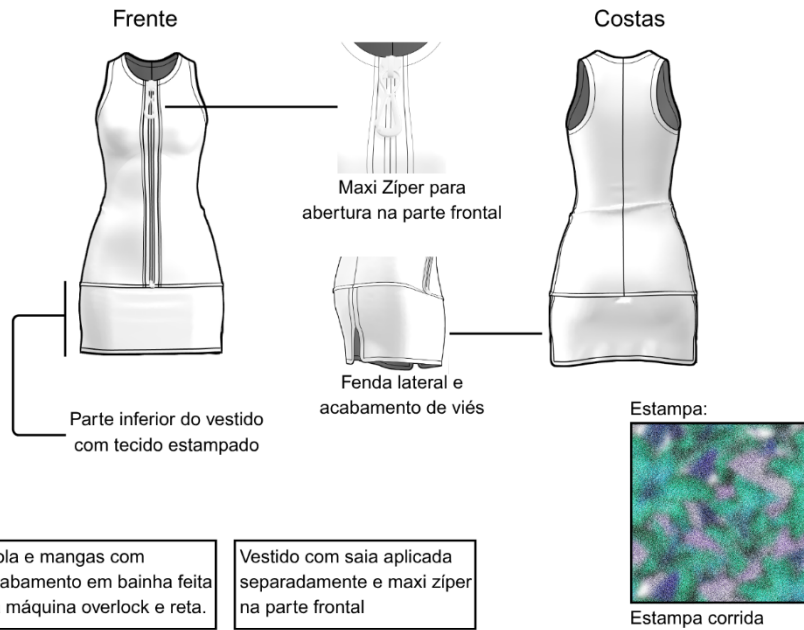
5.4.2 Ficha de criação

Para uma visão individual de cada peça, foram desenvolvidas fichas de criação com informações como o nome, a qual coleção pertence, data de criação e autor da criação. Com informações técnicas sobre o vestuário, a ficha conta com o tipo da peça, como uma breve descrição da mesma, o tecido simulado no programa CLO3D, os aviamentos que a compõem e as cores padrão Pantone presentes na criação.

Ficha 1 - Ficha de Criação: Double Dress

FICHA DE CRIAÇÃO

Nome do produto:	Double Dress
Coleção:	Modern Fungi Forest
Data de desenvolvimento:	25/04/2025
Designer:	Eduardo Lasmár



Gola e mangas com acabamento em bainha feita na máquina overlock e reta.

Vestido com saia aplicada separadamente e maxi zíper na parte frontal

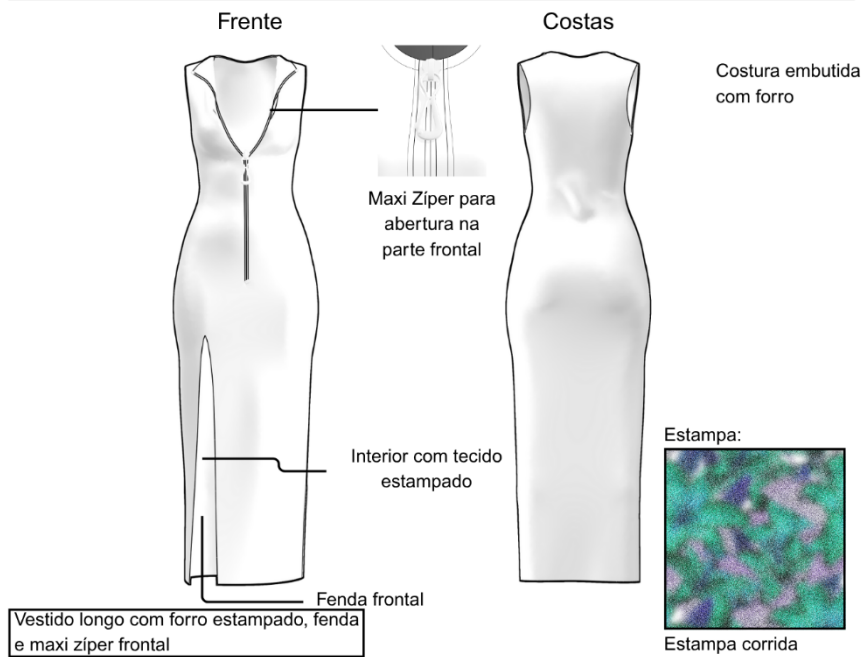
Tipo de peça:	Vestido com saia costurada separadamente
Tecido Simulado:	Malha de algodão
Aviamentos:	Maxi Zíper "Gota"
Pantone 1:	16-4530 TCX 18-3223 TCX 11-4800 TCX (Estampa)
Pantone 2:	19-4203 TCX

Ficha de criação criada pelo autor no programa Canva

Ficha 2 - Ficha de Criação: Fine Perception (Night)

FICHA DE CRIAÇÃO

Nome do produto:	Fine Perception (Night)
Coleção:	Modern Fungi Forest
Data de desenvolvimento:	25/04/2025
Designer:	Eduardo Lasmar



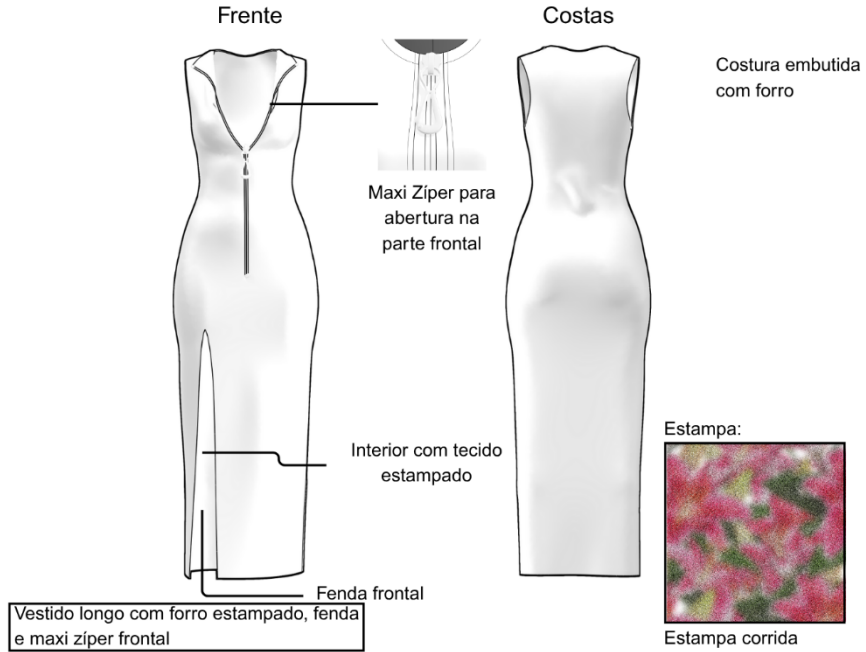
Tipo de peça:	Vestido com zíper e fenda frontal
Tecido Simulado:	Malha de algodão
Aviamentos:	Maxi Zíper "Gota"
Pantone 1:	16-4530 TCX 18-3223 TCX 11-4800 TCX (Estampa)
Pantone 2:	19-4203 TCX

Ficha de criação criada pelo autor no programa Canva

Ficha 3 - Ficha de Criação: Fine Perception (Day)

FICHA DE CRIAÇÃO

Nome do produto:	Fine Perception (Day)
Coleção:	Modern Fungi Forest
Data de desenvolvimento:	25/04/2025
Designer:	Eduardo Lasmár



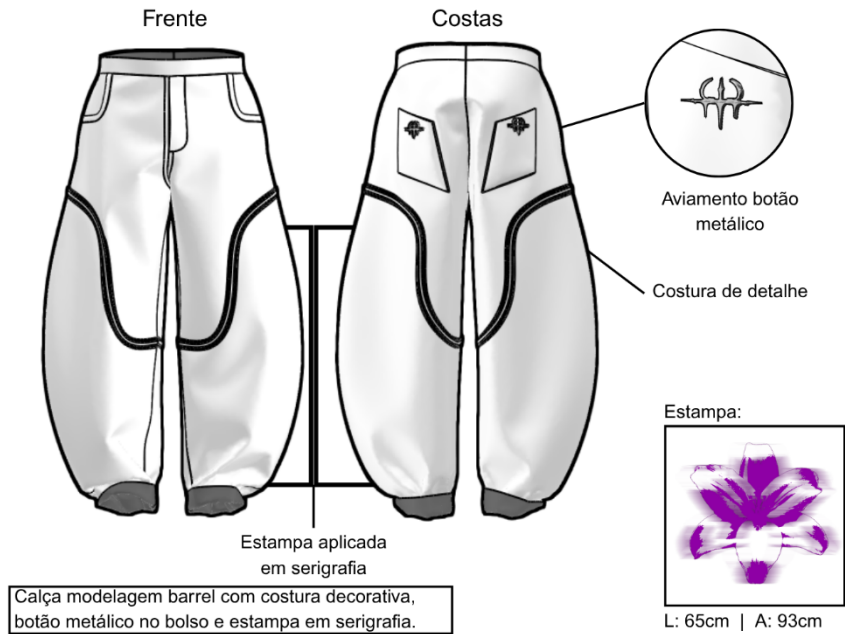
Tipo de peça:	Vestido com zíper e fenda frontal
Tecido Simulado:	Malha de algodão
Aviamentos:	Maxi Zíper "Gota"
Pantone 1:	14-0452 TCX 16-4530 TCX 18-1657 TCX (Estampa)
Pantone 2:	14-1208 TCX

Ficha de criação criada pelo autor no programa Canva

Ficha 4 - Ficha de Criação: Barrel Purple L

FICHA DE CRIAÇÃO

Nome do produto:	Barrel Purple L.
Coleção:	Modern Fungi Forest
Data de desenvolvimento:	29/04/2025
Designer:	Eduardo Lasmár



Tipo de peça:	Calça Barrel
Tecido Simulado:	Jeans Cru (Denim Raw)
Aviamentos:	Botão ID Metálico
Pantone 1:	18-3223 TCX (Estampa em Silk)
Pantone 2:	19-4203 TCX

Ficha de criação criada pelo autor no programa Canva

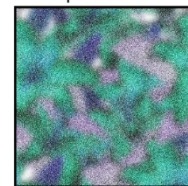
Ficha 5 - Ficha de Criação: Utopic Polo

FICHA DE CRIAÇÃO

Nome do produto:	Utopic Polo
Coleção:	Modern Fungi Forest
Data de desenvolvimento:	29/04/2025
Designer:	Eduardo Lasmár



Camisa com forro de malha de algodão estampado, malha felpuda, ajuste lateral e botões de plástico na gola. Gola dupla e bainhas em overlock e reta



Estampa corrida

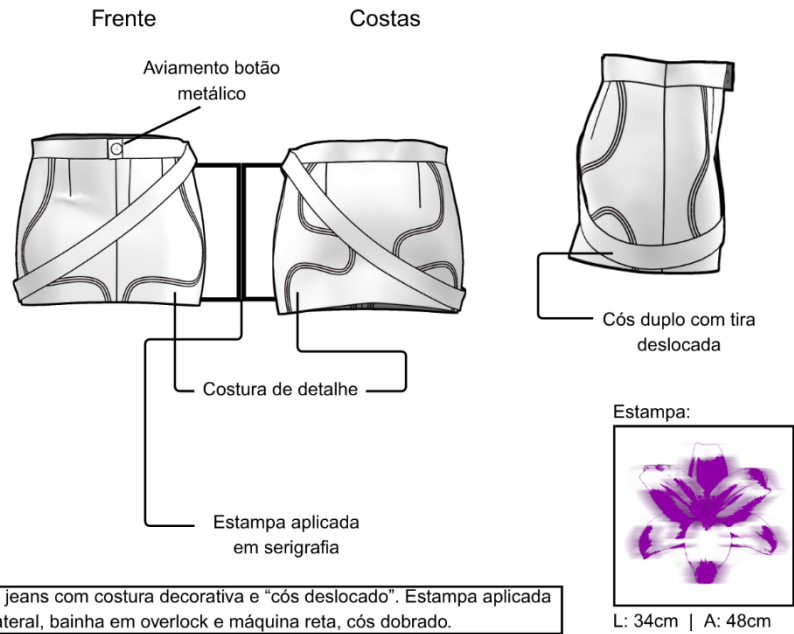
Tipo de peça:	Camisa tipo Polo
Tecido Simulado:	Malha felpuda (Knit Terry)
Aviamentos:	Botão circular de plástico
Pantone 1:	16-4530 TCX 18-3223 TCX 11-4800 TCX (Estampa)
Pantone 2:	19-4203 TCX

Ficha de criação criada pelo autor no programa Canva

Ficha 6 - Ficha de Criação: Skirt Purple L

FICHA DE CRIAÇÃO

Nome do produto:	Skirt Purple L.
Coleção:	Modern Fungi Forest
Data de desenvolvimento:	29/04/2025
Designer:	Eduardo Lasmár



Saia jeans com costura decorativa e "cós deslocado". Estampa aplicada na lateral, bainha em overlock e máquina reta, cós dobrado.

Tipo de peça:	Saia com cós duplo
Tecido Simulado:	Jeans Cru (Denim Raw)
Aviamentos:	Botão Metálico
Pantone 1:	18-3223 TCX (Estampa em Silk)
Pantone 2:	19-4203 TCX

Ficha de criação criada pelo autor no programa Canva

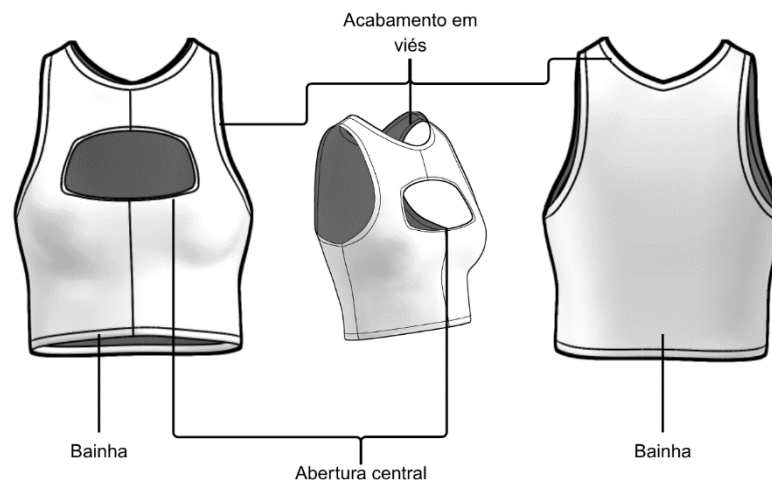
Ficha 7 - Ficha de Criação: Open Tank Top F.

FICHA DE CRIAÇÃO

Nome do produto:	Open Tank Top F.
Coleção:	Modern Fungi Forest
Data de desenvolvimento:	29/04/2025
Designer:	Eduardo Lasmar

Frente

Costas



Regata de malha canelada e viés com abertura frontal.
Bainha feita com overlock e máquina reta

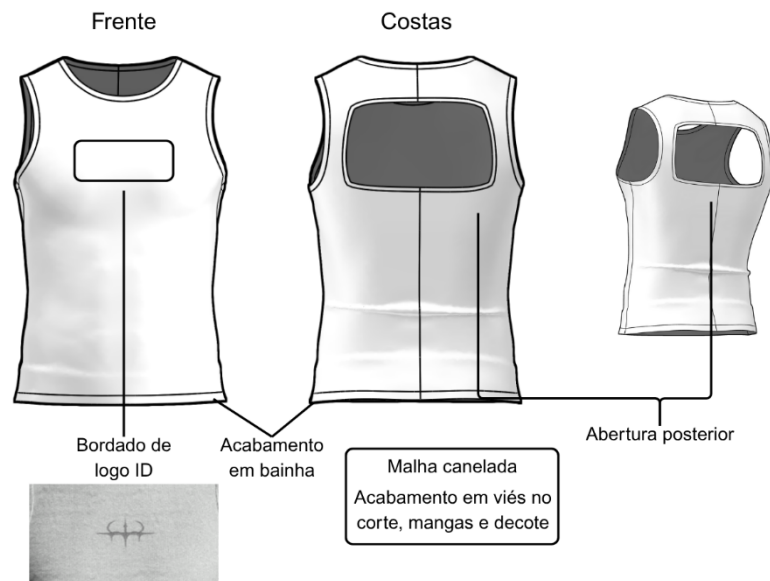
Tipo de peça:	Regata com corte
Tecido Simulado:	Malha de algodão canelada
Aviamentos:	-----
Pantone 1:	19-4203 TCX
Pantone 2:	-----

Ficha de criação criada pelo autor no programa Canva

Ficha 8 - Ficha de Criação: Open Tank Top M.

FICHA DE CRIAÇÃO

Nome do produto:	Open Tank Top M.
Coleção:	Modern Fungi Forest
Data de desenvolvimento:	29/04/2025
Designer:	Eduardo Lasmar



Regata de malha canelada e viés com abertura frontal.
Bainha feita com overlock e máquina reta

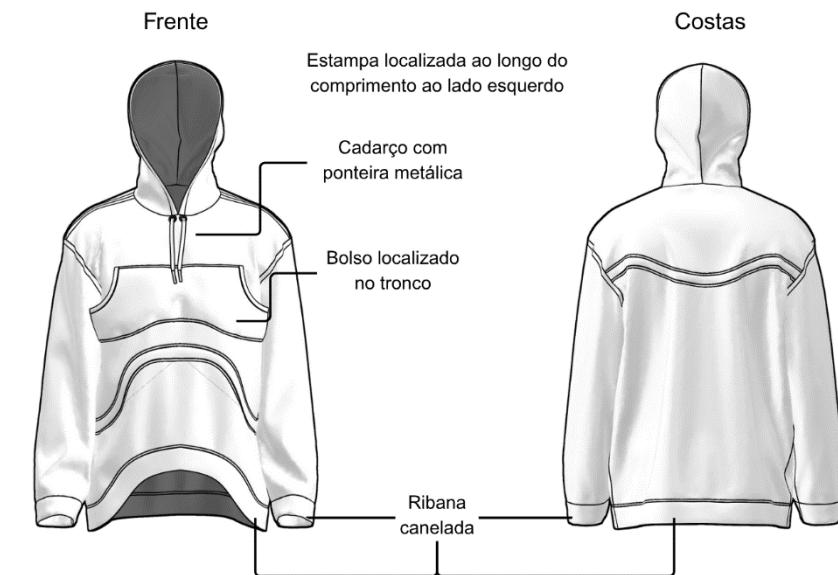
Tipo de peça:	Regata com corte
Tecido Simulado:	Malha de algodão canelada
Aviamentos:	-----
Pantone 1:	11-4800 TCX
Pantone 2:	-----

Ficha de criação criada pelo autor no programa Canva

Ficha 9 - Ficha de Criação: Swwweatshirt

FICHA DE CRIAÇÃO

Nome do produto:	Swwweatshirt
Coleção:	Modern Fungi Forest
Data de desenvolvimento:	29/04/2025
Designer:	Eduardo Lasmár



Moletom assimétrico com bolso na parte superior do tronco, estampa lateral e costuras decorativas. Mangas e base com ribana canelada.

Tipo de peça:	Moletom com modelagem assimétrica
Tecido Simulado:	Moletom e ribana canelada
Aviamentos:	Ponteira metálica
Pantone 1:	18-1754 TCX (Estampa localizada em Silk)
Pantone 2:	19-4203 TCX

Ficha de criação criada pelo autor no programa Canva

Ficha 10 - Ficha de Criação: Box Pocket

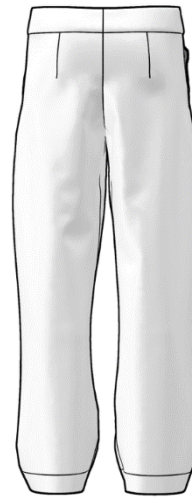
FICHA DE CRIAÇÃO

Nome do produto:	Box Pocket
Coleção:	Modern Fungi Forest
Data de desenvolvimento:	29/04/2025
Designer:	Eduardo Lasmár

Frente



Costas



Calça de couro com forro do bolso com modelagem retangular e barra com corte a fio.

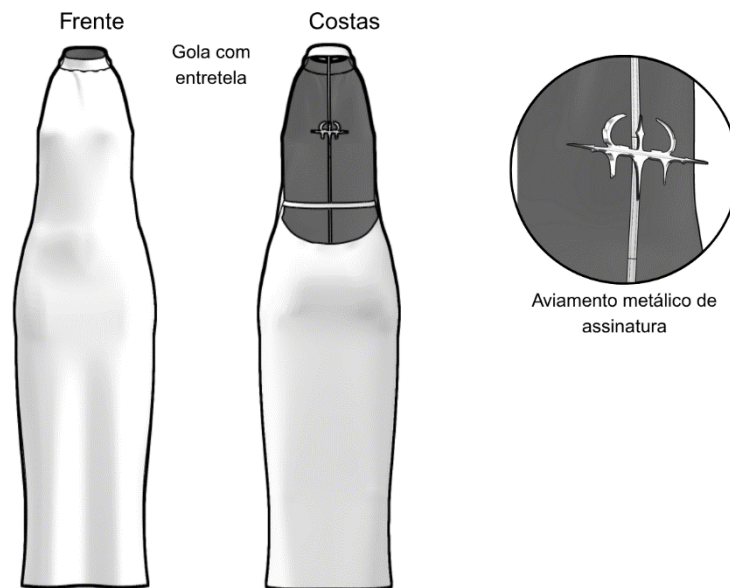
Tipo de peça:	Calça de couro com modelagem reta
Tecido Simulado:	Couro
Aviamentos:	Botão metálico
Pantone 1:	19-1220 TCX
Pantone 2:	-----

Ficha de criação criada pelo autor no programa Canva

Ficha 11 - Ficha de Criação: ID Dress

FICHA DE CRIAÇÃO

Nome do produto:	ID Dress
Coleção:	Modern Fungi Forest
Data de desenvolvimento:	29/04/2025
Designer:	Eduardo Lasmar



Vestido de frente única com aplicação de aviamento ID metálico na parte posterior da peça

Tipo de peça:	Vestido frente única
Tecido Simulado:	Malha de algodão
Aviamentos:	ID Metálico
Pantone 1:	18-1754 TCX (Estampa localizada em Silk)
Pantone 2:	19-4203 TCX

Ficha de criação criada pelo autor no programa Canva

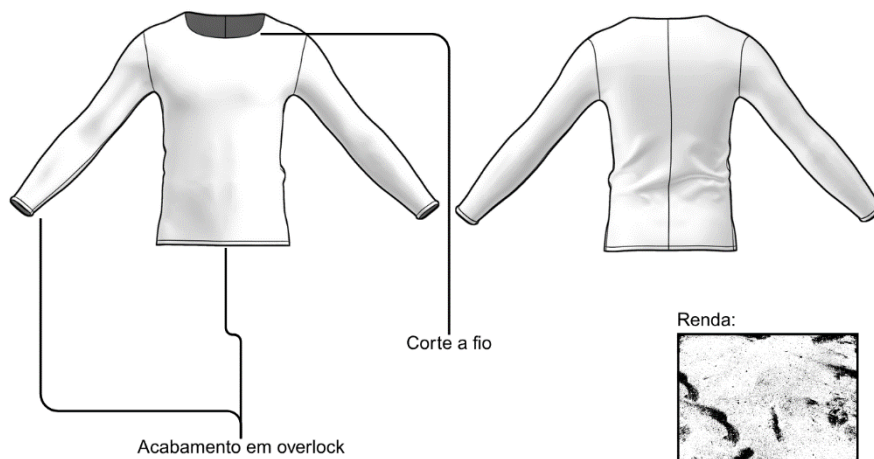
Ficha 12 - Ficha de Criação: Mancha-Shirt

FICHA DE CRIAÇÃO

Nome do produto:	Mancha-Shirt
Coleção:	Modern Fungi Forest
Data de desenvolvimento:	25/04/2025
Designer:	Eduardo Lasmár

Frente

Costas



Blusa manga comprida com tecido rendado, costura central na parte posterior e bainhas da manga e base em overlock

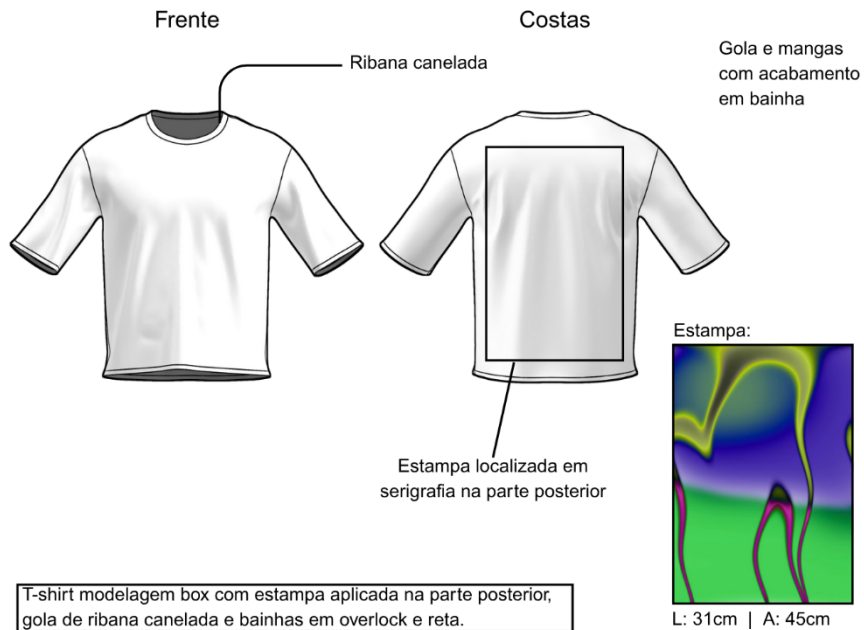
Tipo de peça:	Blusa manga longa
Tecido Simulado:	Renda / Tecido elástico
Aviamentos:	-----
Pantone 1:	19-4203 TCX
Pantone 2:	-----

Ficha de criação criada pelo autor no programa Canva

Ficha 13 - Ficha de Criação: T-Shirt Colors

FICHA DE CRIAÇÃO

Nome do produto:	T-Shirt Colors
Coleção:	Modern Fungi Forest
Data de desenvolvimento:	25/04/2025
Designer:	Eduardo Lasmar



T-shirt modelagem box com estampa aplicada na parte posterior, gola de ribana canelada e bainhas em overlock e reta.

Tipo de peça:	T-Short Modelagem Oversized
Tecido Simulado:	Malha de algodão + Malha canelada
Aviamentos:	-----
Pantone 1:	19-4203 TCX
Pantone 2:	-----

Ficha de criação criada pelo autor no programa Canva

Ficha 14 - Ficha de Criação: Barrel Leather

FICHA DE CRIAÇÃO

Nome do produto:	Barrel Leather
Coleção:	Modern Fungi Forest
Data de desenvolvimento:	29/04/2025
Designer:	Eduardo Lasmár



Calça modelagem barrel, botão metálico no cós e bolsos laretais.

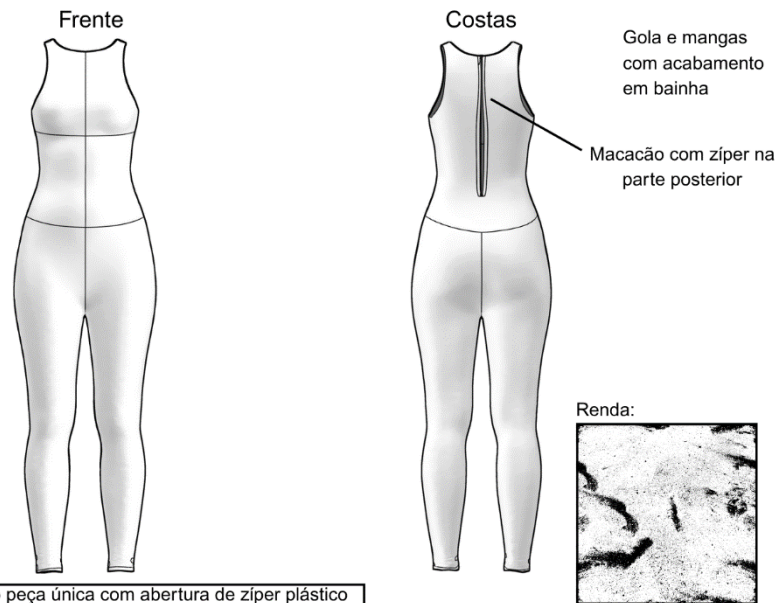
Tipo de peça:	Calça Barrel
Tecido Simulado:	Couro
Aviamentos:	Botão Metálico
Pantone 1:	19-1220 TCX
Pantone 2:	-----

Ficha de criação criada pelo autor no programa Canva

Ficha 15 - Ficha de Criação: Mancha Unique Piece

FICHA DE CRIAÇÃO

Nome do produto:	Mancha Unique Piece
Coleção:	Modern Fungi Forest
Data de desenvolvimento:	25/04/2025
Designer:	Eduardo Lasmár



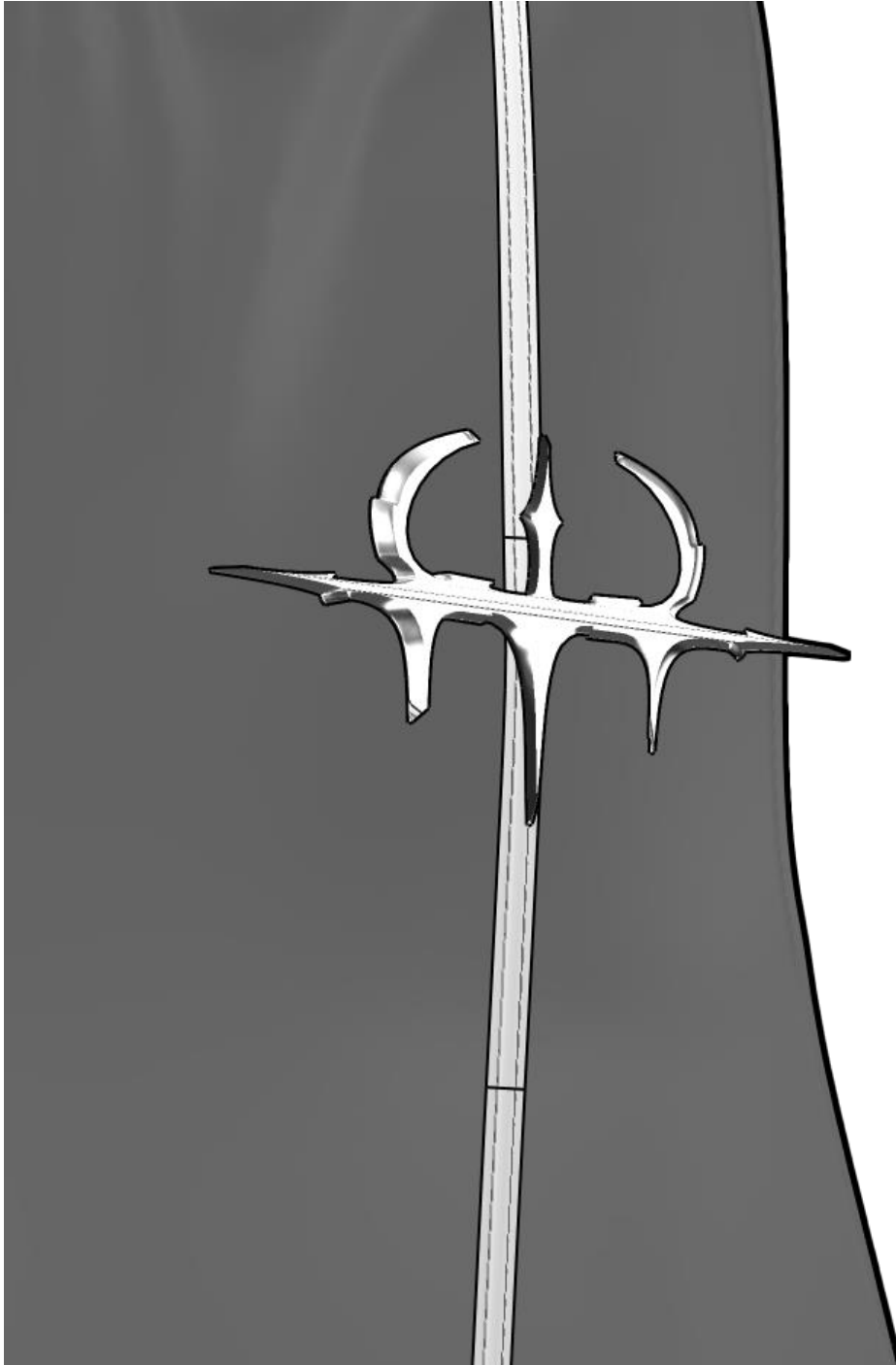
Macacão peça única com abertura de zíper plástico na parte posterior.

Tipo de peça:	Macacão de renda
Tecido Simulado:	Renda / Tecido elástico
Aviamentos:	Zíper de plástico
Pantone 1:	19-4203 TCX
Pantone 2:	-----

Ficha de criação criada pelo autor no programa Canva

Dentro dos desenvolvimentos, há aviamentos como o “ID metal” que transforma a assinatura do designer em botões e enfeites nas peças.

Figura 23 - Representação do aviamento ID metal em peça da coleção



Captura feita pelo autor no programa CLO3D

6 DESENVOLVIMENTO DA COLEÇÃO

Finalizando o projeto, neste capítulo são apresentados os resultados da coleção Modern Fungi Forest, considerando todas as pesquisas apresentadas ao longo do texto. As estampas da coleção refletem a percepção alucinógena com base nos estudos e na apresentação de luz e sombra, e as silhuetas presentes nos looks apresentando seu viés comercial e que se enquadrem numa disposição diferente da percepção alucinógena disposta no mercado atualmente. Logo, a junção de estampas, silhuetas, cores, caimentos e texturas resultam na coleção completa, trazendo uma nova visão para roupas que retratam o pós consumo do chá de cogumelo.

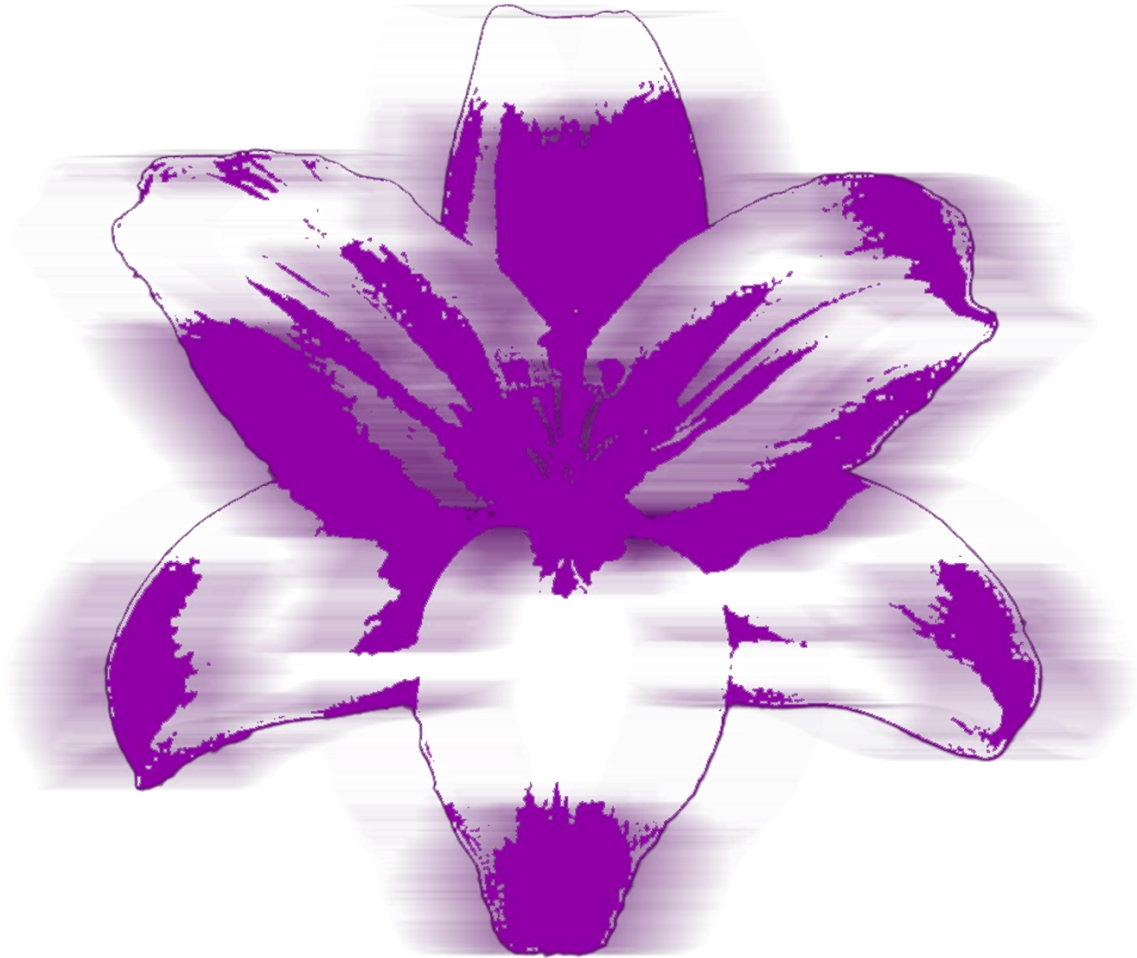
Desta forma, esta coleção foi desenvolvida usando o programa CLO3D para ser apresentada de forma digital, considerando o segmento de moda comercial sem beirar a estética vanguardista com vestimentas conceituais. Assim, o resultado aqui disponível se dá através de um vídeo compilado com os *looks* e as estampas desenvolvidas digitalmente, de forma que seja compatível para publicações em redes, tornando o acesso ao material acessível por estar em mídias sociais como Instagram e LinkedIn, fortalecendo a divulgação de portfólio e integrando o autor ao mercado de moda digital. Apresentando a coleção que tem como público alvo usuários de redes sociais de idades variadas e que consomem conteúdo sobre moda 3D e marcas que procuram *designers* de moda digital para contribuírem com a empresa.

6.1

ESTAMPAS

As estampas foram desenvolvidas no programa Photoshop e Illustrator e, após isso, aplicadas no vestuário feito no CLO3D. Captada a alteração da percepção da luz e sombra ocasionada pelo chá de cogumelo, as estampas foram feitas para transcrever os relatos e estudos para algo visual por meio da ótica do *designer*.

Estampa 1 - Purple Lily



Estampa desenvolvida pelo autor

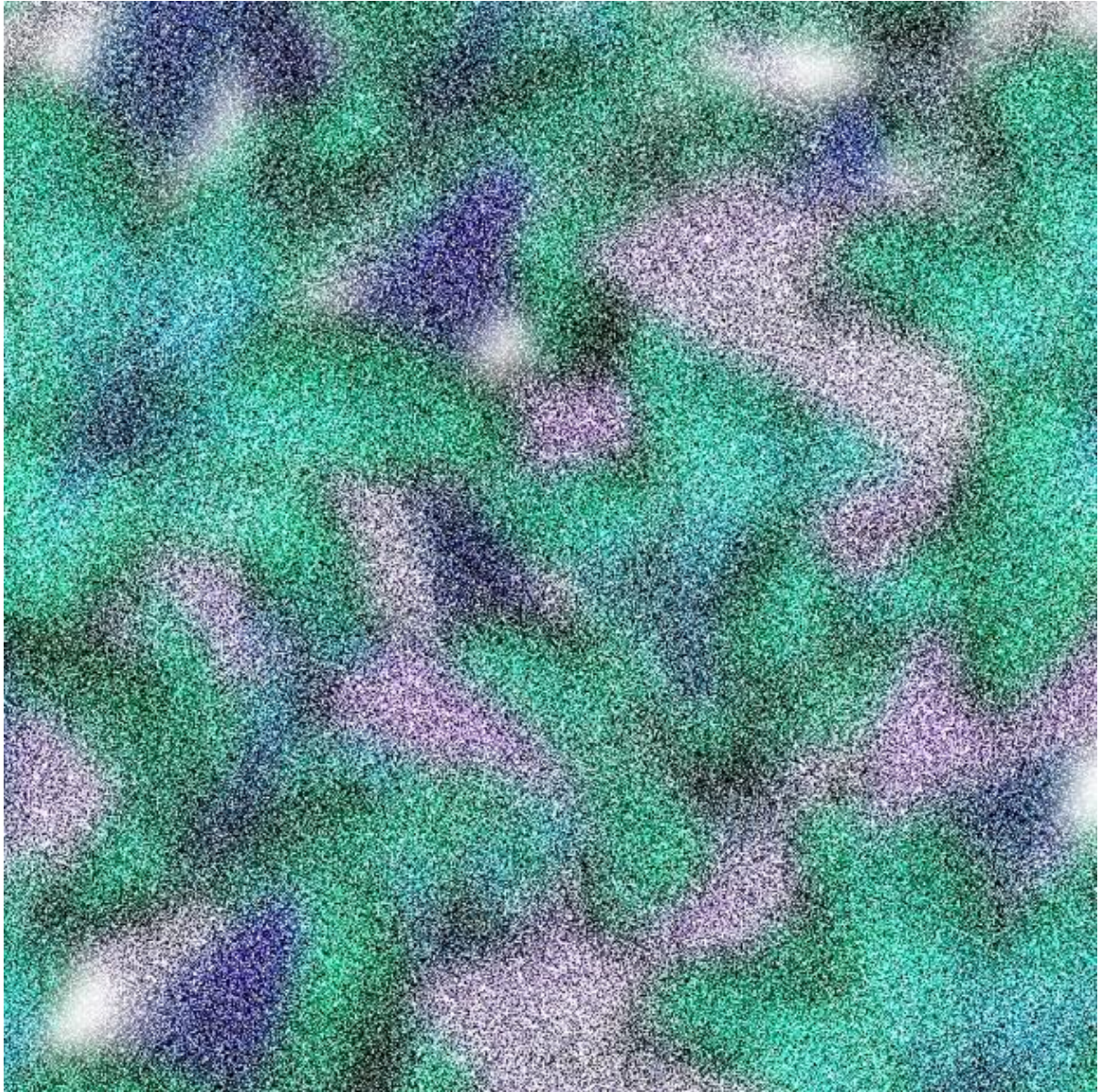
Estampa para aplicação em serigrafia²¹. Representa um lírio na cor roxa em alguns pontos do elemento com tremulação na parte posterior. Desenvolvida a partir de relato de uma das participantes do grupo de entrevistados:

Eu lembro de uma vez que tomei com meu namorado no sítio e ficamos olhando a vista. Observando as árvores eu fiquei com um foco muito grande numa flor roxa, eu a via roxa mas era um roxo muito forte, como um roxo impossível (Mariana, 2025)

²¹ A serigrafia é um método de estamparia que utiliza uma tela vazada para transferir tinta para o tecido. (Acesso em 07/05/2025).

Após esse relato, a estampa foi feita no programa Photoshop, que é específico para a criação e a edição de imagens, e aplicada em alguns modelos da coleção.

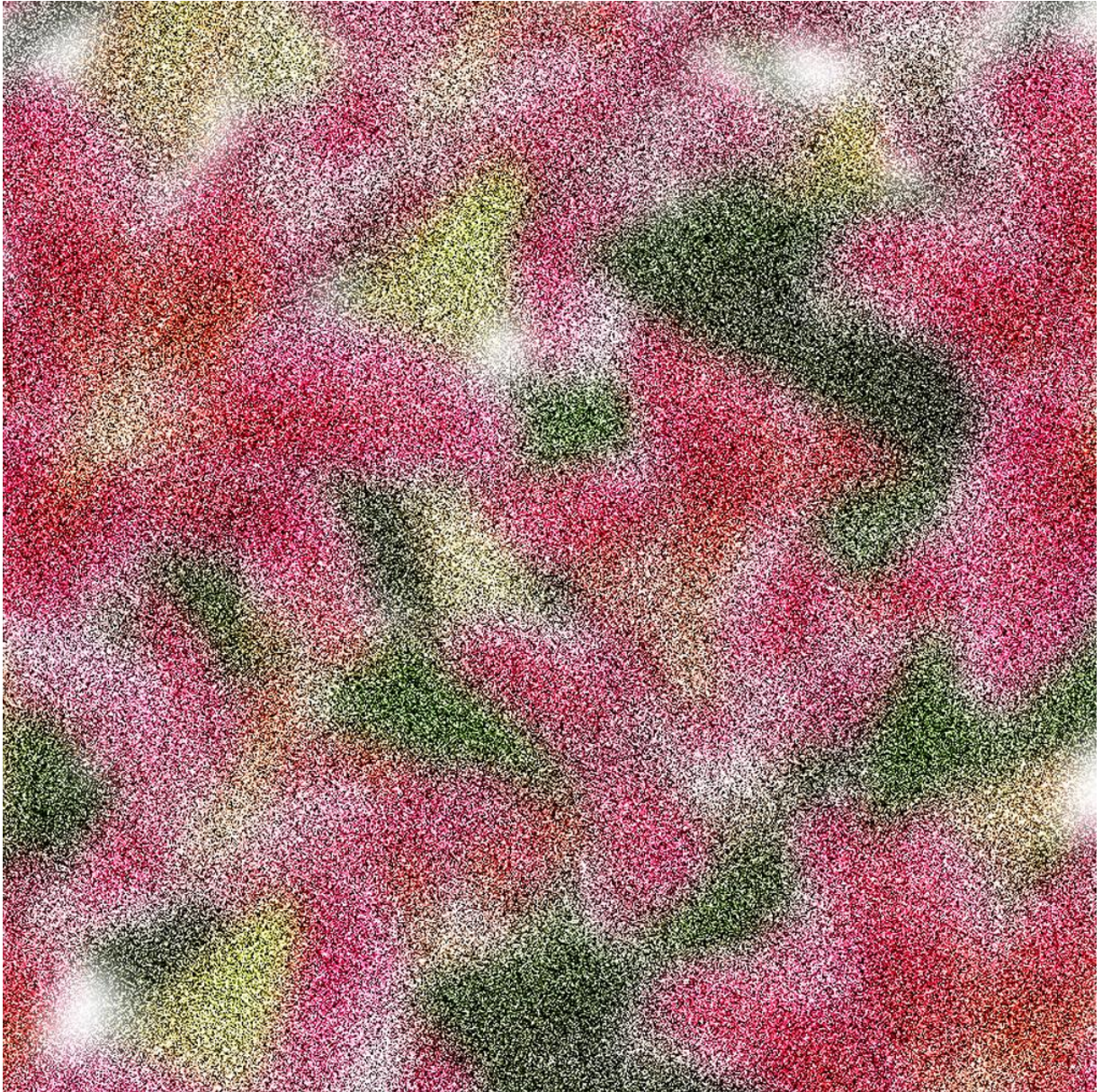
Estampa 2 - Lírio noite



Estampa abstrata nas cores verde, azul e branco desenvolvida pelo autor.

Esta estampa também foi desenvolvida no programa Photoshop, e trata-se de uma estampa corrida²². A criação da estampa foi inspirada em um conjunto de lírios aplicados sob uma granulação, tornando esta uma estampa abstrata com filtro para aplicar a forma negativa da cor.

Estampa 3 - Lírio dia

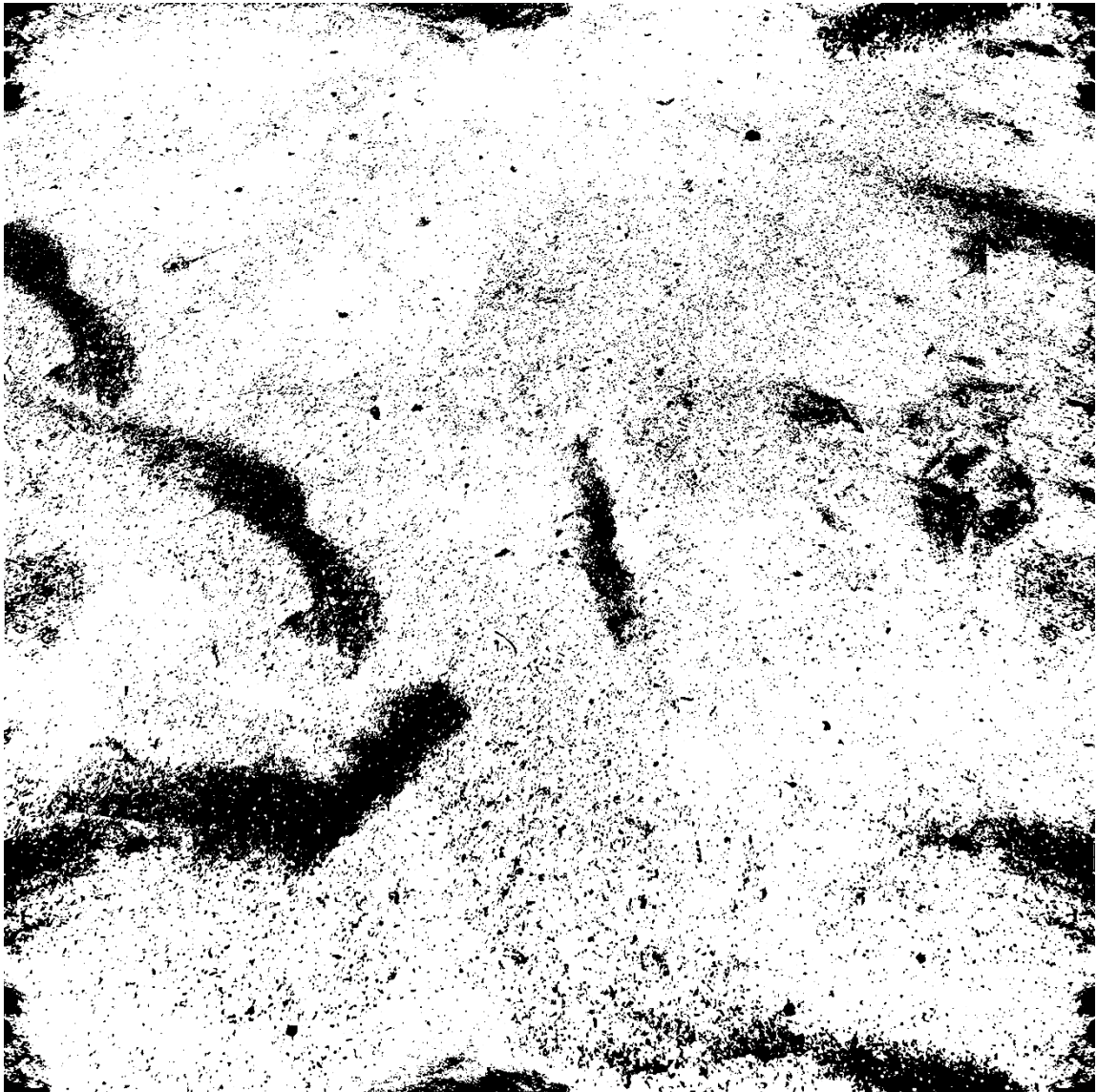


Estampa abstrata nas cores rosa, verde e amarelo desenvolvida pelo autor

²² Estampa corrida é um padrão que se repete continuamente por todo o tecido, sem margens ou limites visíveis, criando uma aparência uniforme. (Alencastro, 2024)

Também desenvolvida no programa Photoshop, esta estampa “Lírio dia” é uma versão da estampa anterior “Lírio noite”, obtendo as mesmas características criativas, porém, sem o filtro de cores negativas.

Estampa 4 - Textura Mancha



Estampa abstrata feita no Photoshop para textura de modelo 3D.

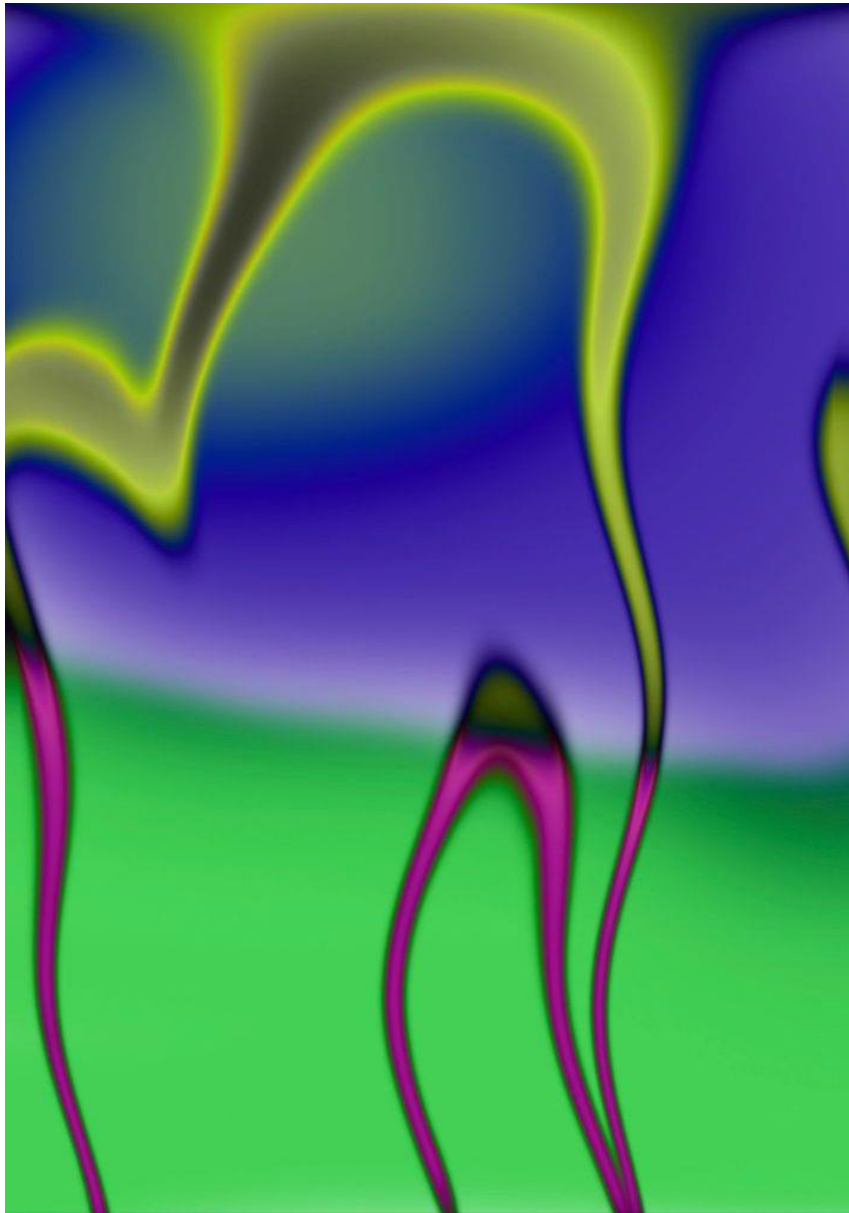
Estampa 5 - Textura Borro



Estampa abstrata feita no Photoshop para textura de modelo 3D.

Para resultados satisfatórios na simulação de modelos em 3D, é necessário fazer a texturização dos mesmos. Portanto, o autor desenvolveu duas texturas para inserir nos desenvolvimentos do atual projeto.

Estampa 6 - Color Lights



Estampa abstrata com cores simulando luzes feita pelo autor

Estampa com cores dispostas para simularem luzes, a fim de transcrever percepção de cores mais vivas apontadas no estudo do projeto.

LOOKS RENDERIZADOS

Neste capítulo é possível ver o resultado da coleção com seu vestuário, estampas e *looks* montados após a renderização dos modelos. Abaixo a visão geral da coleção e as combinações apresentadas com ambientação em seguida.

6.2

Figura 24 - Looks bloco 1



Visão com três looks da coleção.

Figura 25 - Looks bloco 2



Visão com três looks da coleção.

Figura 26 - Looks bloco 3



Visão com dois looks da coleção.

Figura 27 - Looks bloco 4



Visão com dois looks da coleção.

Figura 28 - Visão geral da coleção



Apresentados os looks, o subcapítulo seguinte os adiciona com ambientação para integração do vídeo no portfólio do autor.

RESULTADO FINAL

Contemplando o link do vídeo, este capítulo se dispõe com a visualização do resultado final do projeto, com um vídeo compatível com as redes sociais que são foco do autor e disponível para a visualização do leitor.

6.3

Figura 29 - Looks 1, 2 e 3 em cena



Render feito pelo autor no programa Blender

A imagem acima conta com três *looks* em cena apresentando os modelos no render. Nas laterais os *looks* 2 e 3 e, no centro, o primeiro *look* da coleção.

Figura 30 - Looks 4 e 5 em cena



Render feito pelo autor no programa Blender.

Looks mostrando detalhes; o avatar masculino com regata com bordado do elemento ID – assinatura do autor - e o avatar feminino com saia com estampa Purple L.

Look 9 em cena



Render feito pelo autor no programa Blender.

Assim, como conclusão do projeto, o vídeo foi concluído e está pronto para integrar no portfólio do autor, o inserindo no mercado de moda digital e intitulando-o como um profissional capacitado no ramo de moda 3D.

Vídeo disponível no link: <https://www.youtube.com/watch?v=iwqCbJYmCNk>
(Acesso em 01/07/2025)

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conclui-se que este projeto conseguiu transformar uma temática, a percepção alucinógena provocada pelo consumo do chá de cogumelo, pouco explorada na moda, em uma coleção digital autoral para integrar o autor no mercado de moda 3D. A partir do desenvolvimento de peças, estampas e modelagens 3D, o designer traduziu visualmente sensações complexas, resultando em uma proposta que reforça sua identidade criativa e sua entrada no mercado da moda digital como um profissional inovador e capacitado.

Com evidências do potencial crescente deste mercado, o projeto apresenta pesquisas que não apenas fundamentam, mas também trazem o conceito criativo desenvolvido. A investigação percorre referências teóricas, culturais e sensoriais que validam a escolha do tema. O conceito é analisado sob diferentes perspectivas, desde estudos científicos até experiências individuais.

O embasamento teórico, baseado em estudos neurocientíficos, assim como por entrevistas com usuários do chá, proporcionou profundidade e coerência ao projeto. As referências imagéticas e os dados colhidos com participantes da pesquisa serviram de guia para a construção estética da coleção, que permitiram a criação de uma coleção rica em texturas, contrastes e superfícies, transcrevendo o estudo e pesquisa desenvolvida. Assim, o projeto demonstra não apenas domínio técnico, mas também sensibilidade conceitual, metodológica e visual.

O trabalho se conclui com a apresentação dos looks renderizados e de um vídeo 3D imersivo que reúne os principais elementos da coleção em um ambiente digital. A coleção propõe uma reflexão sobre como a moda digital pode incorporar novas linguagens visuais e formatos de exibição. Este projeto aponta para uma direção promissora na criação de moda, que alia tecnologia, pesquisa e subjetividade como ferramentas expressivas para a construção de discursos visuais.

REFERÊNCIAS

ALENCASTRO, Lucilia. *Estampa aplicada vs. estampa corrida: entenda as diferenças*. 26 jun. 2024. Disponível em: <https://lucilia.art.br/2024/06/26/estampa-aplicada-vs-estampa-corrida-entenda-as-diferencas/#:~:text=O%20que%20%C3%A9%20uma%20estampa%20corrida?,T%C3%A9cnicas%20de%20aplica%C3%A7%C3%A3o:>. Acesso em: 18 jun. 2025.

AMAZON WEB SERVICES. O que é IA generativa? Disponível em: <https://aws.amazon.com/pt/what-is/generative-ai/>. Acesso em: 3 jun. 2025.

AROUCA, Yuri. Behance. **Fleece Future Look for (@ELOemComum)**. Disponível em: <https://www.behance.net/yuricoutin0862/projects>. Acesso em: 21 mar. 2025.

AROUCA, Yuri. **LinkedIn**, Sobre. Disponível em: <https://www.linkedin.com/in/yuri-arouca-coutinho-83ba7a102/>. Acesso em: 25 fev. 2025.

AUDACES. Audaces: **Crie croquis diretamente em um avatar tridimensional**. Disponível em: <https://audaces.com/pt-br/solucoes/fashion-studio>. Acesso em: 15 maio 2025.

AUDACES. Audaces: **Entenda como funciona a moda digital e quais as vantagens para a confecção**. Disponível em: <https://audaces.com/pt-br/blog/moda-digital>. Acesso em: 21 mar. 2025.

CAMPOS, Giovanna. **Cogumelos podem revolucionar tratamento em saúde mental**. Jornal Opção, 25 nov. 2023. Disponível em: <https://www.jornalopcao.com.br/saude/cogumelos-podem-revolucionar-tratamento-em-saude-mental-548146>. Acesso em: 25 fev. 2025.

CARVALHO, Carla. **Lojas Renner (LREN3): conheça uma das maiores varejistas de moda do Brasil**. Terra Investimentos, 2022. Disponível em: <https://blog.terrainvestimentos.com.br/lojas-renner-lren3-uma-das-maiores-varejistas-de-moda-do-brasil/>. Acesso em: 18 mar. 2025.

CLO BRASIL. **Talk com Lojas Renner: transformação digital na indústria da moda**. YouTube, 20 set. 2024. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=WK5eiDuljCU>. Acesso em: 25 fev. 2025.

COLLINS, Jane. **Previsão de cores P/V 25: calçados e acessórios**. WGSN, 12 jun. 2023. Disponível em:

<https://www.wgsn.com/fashion/article/646e06fa63a9e3884e2035f9>. Acesso em: 15 maio 2025.

CONNECT. **Website**. Disponível em: <https://connect.clo-set.com/>. Acesso em: 15 maio 2025.

COSTA, Cayo. **@ocayocosta**. (24 ago. 2024). Foto. Instagram. Disponível em: https://www.instagram.com/p/C_GSkZxOGQm/. Acesso em: 25 fev. 2025.

CURSO PORTFÓLIO PRO. O que é o Behance e como ele funciona? Disponível em: <https://cursoportfoliopro.com/o-que-e-o-behance-e-como-ele-funciona/#:~:text=o%20Behance%20%C3%A9%20uma%20plataforma,descobrir%20seus%20trabalhos%20e%20projetos>. Acesso em: 3 jun. 2025.

ELO 7. **Roupas psicodélicas**. Foto. Disponível em: <https://www.elo7.com.br/lista/roupas-psicod%C3%A9licas>. Acesso em: 31 mar. 2025.

FASHION 3DX. **@fashion_3dx**. (10 jul. 2024). Vídeo. Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/C74p3K6N-St/>. Acesso em: 25 fev. 2025.

FASHION 3DX. **@fashion_3dx**. (17 set. 2024). Foto. Instagram. Disponível em: https://www.instagram.com/p/C_3dyeuqs1j/. Acesso em: 25 fev. 2025.

FASHION 3DX. **Digital fashion specialists**. Disponível em: <https://www.fashion3dx.com/>. Acesso em: 11 mar. 2025.

FINDEIS, Monica. **@fadinha.3d**. (18 jan. 2025). Foto. Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/DDxA6aoJI6-/>. Acesso em: 25 fev. 2025.

FINDEIS, Monica. **@fadinha.3d**. (24 dez. 2024). Foto. Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/DD7AKGCJihB/>. Acesso em: 25 fev. 2025.

FINDEIS, Mônica. **LinkedIn**, Sobre. Disponível em: <https://br.linkedin.com/in/mfindeis>. Acesso em: 25 fev. 2025.

HIRA, Akihito. **LinkedIn**, Sobre. Disponível em: <https://www.linkedin.com/in/akihito-hira-54270197/>. Acesso em: 18 mar. 2025.

IARA LAND. **Renner lança coleção com desfile em realidade virtual e tecnologia 3D**. Disponível em: <https://www.iara.land/o-que-fazemos/7qpyp9j2cxm4pk3fgwppdqhaob0I5c-yrwl3>. Acesso em: 18 mar. 2025.

MEMED. Psilocibina: o que é e como pode ser utilizada em tratamentos clínicos. **Blog Memed**, 7 fev. 2023. Disponível em: <https://blog.memed.com.br/psilocibina-o-que-e/>. Acesso em: 07 jun. 2025.

MERCADO LIVRE. **Camisa Rave**. Foto. Disponível em: <https://lista.mercadolivre.com.br/camisa-rave>. Acesso em: 31 mar. 2025.

O EXPLORADOR. **Robert Gordon Wasson**. Disponível em: <https://www.oexplorador.com.br/gordon-wasson-ex-banqueiro-que-escreveu-livros-academicos-sobre-cultos-envolvendo-cogumelos-alucinogenos>. Acesso em: 25 fev. 2025.

PANTONE. **Cores que você sente**. Disponível em: <https://www.pantone.com.br/cores-que-voce-sente/>. Acesso em: 14 abr. 2025.

PRINTI. *O que é serigrafia?*. 18 abr. 2024. Disponível em: <https://www.printi.com.br/blog/o-que-e-serigrafia>. Acesso em: 7 jun. 2025.

RISCALA, Maria. **Chá de cogumelo**: como fazer, origem, efeitos, riscos e benefícios. Kayamind, 22 dez. 2023. Disponível em: <https://kayamind.com/cha-de-cogumelo>. Acesso em: 21 mar. 2025.

TWEEDY, Clara. **Como drogas psicodélicas podem tratar depressão**. BBC News Brasil, 26 jun. 2022. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-61760572>. Acesso em: 18 jan. 2025.

VOGUE FASHION SHOW. **Look O/I 2022 Alexander McQueen**. Disponível em: <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2022-menswear/alexander-mcqueen/slideshow/collection#>. Acesso em: 3 set. 2024.

WAA MAGAZINE. **@waa.magazine**. (04 mar. 2025). Vídeo. Instagram, 3 mar. 2025. Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/DGvPPOEBYqo/>. Acesso em: 18 mar. 2025.

APÊNDICE

Seque abaixo as perguntas da entrevista e suas respectivas respostas transcritas.

Perfil dos entrevistados

Entrevistado 1: João

João tem 24 anos, se identifica com o gênero masculino e fez o uso do chá de uma a duas vezes. O mesmo aponta que além de sentir alteração na percepção visual, autorreflexão e bem-estar, também sentiu formigamentos e transpiração excessiva, complementando que entre as vezes que usou, a sensação foi a mesma, porém, variando a intensidade entre os sentidos (tato e visão por exemplo).

O entrevistado aponta que o painel que representa distorção da realidade e o que representa alucinação correspondem a 50% da experiência vivida, enquanto o de percepção de cores mais vivas trás 100% de intensidade com relação ao que sentiu pós consumo do chá.

Para finalizar, João descreve sua experiência pós consumo do chá como “imersiva”.

Entrevistado 2: Diogo

Este entrevistado tem 29 anos, se identifica com o gênero masculino e fez o uso do chá 5 ou mais vezes. Apontou que sentiu alteração na percepção visual, autorreflexão e bem-estar durante o pós consumo da substância e sinaliza que a sensação entre as vezes consumidas foi a mesma.

Para Diogo, o painel de distorção da realidade representa 75% da intensidade das sensações causadas pelo consumo do chá de cogumelo, já o de percepção de cores mais vivas e alucinação se encaixam como 100% nesse fator.

Finalizando o formulário, Diogo aponta que sua experiência foi “psicodélica”.

Entrevistado 3: Lucas

Com 22 anos, Lucas se identifica com o gênero masculino e fez o uso do chá 5 ou mais vezes e sentindo, em todas as vezes que fez o consumo, as 3 sensações citadas no formulário, alteração na percepção visual, autorreflexão e bem-estar. Lucas complementa as sensações com relaxamento, expansão da consciência e criatividade.

Para Lucas, o painel que representa apenas 25% do que viveu foi o de distorção da realidade, já o de percepção de cores mais vivas e alucinação representam 50%. Complementou os painéis citando que, após o uso do chá de cogumelo, as cores ficam mais fortes e refletindo de uma forma fora do normal.

Descrevendo em uma palavra, o entrevistado cita que sua experiência foi “terapêutica”.

Entrevistado 4: Mariana

Mariana tem 31 anos, se identifica com o gênero feminino e fez o uso do chá de 5 a mais vezes. Além de alteração na percepção visual, autorreflexão e bem-estar, a entrevistada aponta que a substância causa um hiper foco visual e cita observar mais detalhes de um quadro como exemplo.

Apontando que a sensação entre as vezes que consumiu não foi a mesma, Mariana complementa contando que depende de estímulos externos como a presença de pessoas ou locais agitados ou não.

Na sessão de painéis, o painel de distorção da realidade, para Mariana, reflete em 25% sua experiência, o de percepção de cores mais vivas em 100% e o de alucinação em 50%.

Citando uma palavra para representar sua vivência pós consumo, Mariana cita “presença”.

Entrevistado 5: Simone

Simone de 51 anos se identifica com o gênero feminino e fez o consumo do chá 1 a 2 vezes. Entre as opções disponíveis das sensações que refletem a

ingestão do chá de cogumelo, Simone aponta que sentiu apenas alteração em percepções visuais, não marcando a opção de autorreflexão e bem-estar, obtendo a mesma sensação nas vezes que fez o consumo.

Para essa participante, os painéis que representam distorção da realidade e percepção de cores mais vivas representam 75% de intensidade para transcrever sua experiência, já o de alucinação representa 25%.

Captando sua experiência em duas palavras, Simone cita “cores vibrantes”.

Link com formulário disponível para consulta de perguntas:
<https://forms.gle/z6GE6GWqYj8chSp6A> (Acesso em 18/06/2025).