

Lourdes Maria Puls

**DESENHO DE MODA: PARADIGMA PARA A CONSTRUÇÃO DE UMA
ABORDAGEM PEDAGÓGICA.**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção da Universidade Federal de Santa Catarina, como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Engenharia de Produção.

Orientadora: Prof^a Silvana Bernardes Rosa, Dr^a.

Florianópolis

2003

Lourdes Maria Puls

**DESENHO DE MODA: PARADIGMA PARA A CONSTRUÇÃO DE UMA
ABORDAGEM PEDAGÓGICA.**

Esta dissertação foi julgada e aprovada para a obtenção do grau de **Mestre em Engenharia de Produção** no **Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção** da Universidade Federal de Santa Catarina.

Florianópolis (SC), 10 de dezembro de 2003.

Prof. Edson Pacheco Paladini, Dr.
Coordenador do Programa

BANCA EXAMINADORA

Prof^a Silvana Bernardes Rosa, Dr^a

Universidade do Estado de Santa Catarina – UDESC

Orientadora

Prof^a Sandra Regina R. e Oliveira, Dr^a

Universidade do Estado de Santa Catarina-UDESC

Prof^a Maria Lucia Batezat Duarte, Dr^a

Universidade do Estado de Santa Catarina – UDESC

Dedicatória

Aos meus pais **Francisco e Carmelina** (*in memoriam*), pelo exemplo de vida e por me mostrarem que sempre há caminhos a serem percorridos.

Ao meu marido **Reni**, pelo seu amor e incentivo.

Aos meus filhos, **Mark e Edgar** pela compreensão e carinho durante a elaboração deste trabalho.

AGRADECIMENTOS

A Deus, que me protege todos os dias de minha vida iluminando meus caminhos.

A orientadora da dissertação, Professora Dr^a. Silvana Bernardes Rosa, pelas leituras e orientações que tornaram possível a elaboração desta dissertação.

A todos os meus colegas do Departamento de Moda do Centro de Artes da UDESC, pela amizade, carinho e incentivo em momentos de fraqueza, sem os quais seria muito difícil obter este resultado.

Agradeço minha irmã Catarina e a todos que de alguma forma colaboraram para realização desta pesquisa, que para mim tem um significado muito importante, é uma conquista valiosa.

Aos professores Dr^a. Sandra Regina Ramalho e Oliveira e Dr^a. Maria Lúcia Batezat Duarte, que gentilmente aceitaram fazer parte da banca de defesa desta dissertação, seus conhecimentos enriqueceram a avaliação deste trabalho.

RESUMO

PULS, Lourdes Maria. **Desenho de Moda: paradigma para a construção de uma abordagem pedagógica**. Florianópolis, 2003. 124f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, UFSC, Florianópolis.

O objetivo desta pesquisa é levantar junto à literatura especializada, os fundamentos teóricos básicos sobre estilo, criatividade e percepção para a construção do desenho de moda. E, de construir situações de aprendizagem que ofereçam condições para o desenvolvimento da criatividade e expressividade no desenho de moda. Como também, para desenvolver uma consciência criativa, perceptiva, cultural e conhecedora de valores estéticos. Acredita-se que o desenvolvimento perceptivo e criativo acrescente uma visão de consciência da totalidade do mundo que nos cerca. Conscientiza-se das relações e qualidades dos objetos, e como consequência, estimula-se os sentidos a novas percepções. A pesquisa parte da crença de que esta conscientização é fundamental para estudantes e profissionais de desenho de moda. Pois seu diferencial é a imaginação, e a capacidade para pensar e encontrar soluções criativas, como também a habilidade de procurar novas possibilidades diante das constantes inovações tecnológicas na busca do estilo próprio.

Palavras-chaves: moda, desenho de moda, estilo.

PULS, Lourdes Maria. **Desenho de Moda: paradigma para a construção de ua abordagem pedagógica**. Florianópolis, 2003. 124f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, UFSC, Florianópolis.

ABSTRACT

The purpose of this research is localize on specialize literature, the theoretical basis about style, creativity and perception, for build the fashion drawings. And in order to build learning situations for development to creativity and expressivity's on fashion drawings. But, also to develop a creative consciences, perceptive, cultural and knowledge of aesthetic values. One gives credit that the perscipient and creative development, adds a vision of conscience of the totality of the world that surrounds us. Acquires knowledge of the relations and qualities of objects, as consequences stimulates the senses and new perceptions. The search starts of this conscientization, it is basic for studants and professionals of fashion drawings, because its differentials is the imagination, the capability to think and find out creative solutions, and the abbility of looking for new possibilities in front of constant and innovative tecnologies on search of own style.

Key words: fashion, fashion drawings, style.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1	Foto do desfile realizado no Beiramar Fashion.....	56
FIGURA 2	Imagem do desenho correspondente ao aluno 01.....	72
FIGURA 3	Imagem do desenho correspondente ao aluno 02.....	69
FIGURA 4	Imagem do desenho correspondente ao aluno 03.....	69
FIGURA 5	Imagem do desenho correspondente ao aluno 04.....	70
FIGURA 6	Imagem do desenho correspondente ao aluno 05.....	70
FIGURA 7	Imagem do desenho correspondente ao aluno 06.....	70
FIGURA 8	Imagem do desenho correspondente ao aluno 07.....	70
FIGURA 9	Imagem do desenho correspondente ao aluno 08.....	70
FIGURA 10	Imagem do desenho correspondente ao aluno 09.....	70
FIGURA 11	Imagem do desenho correspondente ao aluno 10.....	71
FIGURA 12	Exercícios de traços básicos.....	73
FIGURA 13	Exercícios de escalas de tons.....	74
FIGURA 14	Exercícios de perspectiva.....	75
FIGURA 15	Exercícios de proporção da figura de moda.....	77
FIGURA 16	Exercícios de proporção da figura de moda.....	77
FIGURA 17	Exercícios de proporção da figura de moda.....	77
FIGURA 18	Exercícios de proporção da figura de moda.....	77
FIGURA 19	Exercícios de sombreamento na figura de moda.....	78
FIGURA 20	Imagem do desenho pré-teste e do desenho pro-teste correspondente ao aluno 01.....	81
FIGURA 21	Imagem do desenho pré-teste e do desenho pro-teste correspondente ao aluno 02.....	83
FIGURA 22	Imagem do desenho pré-teste e do desenho pro-teste correspondente ao aluno 03.....	85
FIGURA 23	Imagem do desenho pré-teste e do desenho pro-teste correspondente ao aluno 04.....	87
FIGURA 24	Imagem do desenho pré-teste e do desenho pro-teste correspondente ao aluno 05.....	89
FIGURA 25	Imagem do desenho pré-teste e do desenho pro-teste correspondente ao aluno 06.....	91

FIGURA 26	Imagem do desenho pré-teste e do desenho pro-teste correspondente ao aluno 07.....	93
FIGURA 27	Imagem do desenho pré-teste e do desenho pro-teste correspondente ao aluno 08.....	95
FIGURA 28	Imagem do desenho pré-teste e do desenho pro-teste correspondente ao aluno 09.....	97
FIGURA 29	Imagem do desenho pré-teste e do desenho pro-teste correspondente ao aluno 10.....	99

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	09
1.1	Situação problema.....	09
1.1.1	Uma visão sobre a moda.....	11
1.2	Justificativa.....	14
1.3	Objetivos.....	16
1.3.1	Objetivo geral	16
1.3.2	Objetivos específicos.....	16
1.4	Metodologia.....	16
1.5	Estrutura da dissertação	18
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	20
2.1	Introdução.....	20
2.1.1	Estilo: uma singular maneira de abordar o mundo da moda.....	21
2.1.2	Um olhar sobre a moda no decorrer do séc. XX e início do séc. XXI.....	30
2.1.3	Criatividade: para o desenhista de moda, uma possibilidade de jogar com as “novidades” do mundo.....	33
2.1.4	Percepção: para o desenhista uma via de descoberta do mundo....	45
2.1.5	<i>Gestalt</i>	53
2.1.5.1	Princípios da <i>Gestalt</i>	58
2.1.6	Desenho de Moda.....	60
3	Laboratório Experimental.....	67
3.1	Procedimentos utilizados para a pesquisa.....	68
3.1.1	Especificações dos procedimentos passo a passo.....	71
3.2	Análise dos desenhos realizados através do pró-teste.....	79
3.3	Análise das respostas do questionário.....	110
4	CONSIDERAÇÕES FINAIS E RECOMENDAÇÕES.....	114
4.1	Sugestões para novas pesquisas.....	118

REFERÊNCIAS.....	119
------------------	-----

Capítulo 1

As dimensões do estudo

1.1 – Situação Problema

O mundo em que se vive influencia de modo marcante o comportamento costumes e relações sociais e profissionais. Da mesma maneira, exerce grande influência sobre a percepção e a criação, fundamentais no exercício de busca de um estilo próprio. Ele mostra a importância de se compreender e de se desenvolver a criatividade em todas as áreas de atuação do ser humano. Esta pesquisa busca ressaltar a importância do conhecimento sobre processos de desenvolvimento das potencialidades criativas e perceptivas, e dentro de suas inúmeras possibilidades de aplicação, a área do desenho de moda.

No desenho de moda, busca-se desenvolver as potencialidades e habilidades relacionadas com a prática da representação gráfica da figura de moda ou croqui¹, acessórios e aviamentos². Abstraindo-se ou estilizando-se de acordo com padrões estabelecidos na linguagem da moda para o desenho de moda. Dependendo da capacidade de cada desenhista, a representação gráfica da figura de moda ou croqui poderá ser modificada. Costuma-se desenhar o croqui de pé e de frente numa posição relaxada. As poses mais dinâmicas se utilizam para roupas informais e esportivas. A figura de moda poderá ser estilizada, a menos que seja importante a visualização da figura por inteiro. De acordo com Jones (2002), a figura de moda deve ser desenhada seguindo certos critérios tais como:

¹Croqui: Esboço de desenho e pintura (Dicionário Michaelis, 1986). Croqui de moda, é a própria figura de moda, é o desenho final, um registro com linhas e formas indicando volume e movimento do modelo e das vestimentas ou criações de moda como os complementos de sapatos e bolsas, com acabamentos utilizando-se várias técnicas de pintura que podem ser aquarela, pastel e lápis de cor entre outras. É a transformação da figura de humana em figura de moda.

²Aviamentos: são aparelhos ou materiais necessários à execução ou à conclusão de uma peça de roupa. Existem aviamentos decorativos e os aviamentos utilizados como complementos ou recurso para a execução da peça. Pode-se citar como exemplo de aviamento decorativo: fitas de bordado inglês, ilhoses, lantejoulas, fivelas, fitas, tules rendas etc. Como aviamentos usados como complementos, utiliza-se: colchetes, botões, elásticos, ombreiras, zíper, linhas de costuras e entretelas.

as proporções corporais se modificam, cabeças menores e quadris e pernas mais largos que um desenho clássico. Em um corpo de mulher normal, a altura é em torno de 08 cabeças em média, tomando-se a cabeça como módulo de altura. Nos desenhos de moda, aumenta-se para 09 vezes ou mais. O comprimento das pernas é exagerado mais que o tronco. Pois, a ênfase maior é pela roupa, a figura se alarga um pouco para se ter mais espaço para mostrar detalhes, como bolsos, linha de costura, mas não tanto, apenas para que a roupa pareça real. (JONES, 2002, p.68)

Como a ênfase maior é dada pelas roupas, nestas representações uma preocupação constante é com o panejamento, ou seja, com o estudo e interpretação do caimento diferenciado dos tecidos e o movimento das roupas dos croquis. Dessa forma, se fará necessário o conhecimento das partes constitutivas do desenho de moda, e o desenvolvimento da criatividade e da percepção para a sensibilização das superfícies dos suportes em que se demonstrará o produto moda.

A dedicação ao estudo do estilo e do universo da criatividade e da percepção, direcionado para o complexo e efêmero universo da moda, tem a intenção de motivar as descobertas e possibilidades singulares que o mundo perceptivo e criativo oferece aos futuros desenhistas de moda. Parte-se, portanto, do pensamento de que a percepção e a criatividade desenvolvem os sentidos, por isso, a importância do conhecimento sobre suas potencialidades, indispensável para o desenvolvimento de um estilo próprio nos desenhos e nas criações de moda.

A sociedade muda, cria novas exigências e obriga o desenhista a buscar conhecimentos consistentes. O conhecimento aliado à teoria e a prática criam o diferencial competitivo. Por isso, trabalhar-se-á alguns princípios da *gestalt* que são os aspectos subjetivos do desenho (contraste, equilíbrio, proporções, entre outros), e os elementos ou componentes do desenho, ou seja, os aspectos formais - características visíveis ou táteis – e o cânone utilizado para representação gráfica da figura de moda.

Destaca-se a importância da criatividade e da fenomenologia da percepção de Merleau-Ponty (1994), como ponto imprescindível para o desenvolvimento de um estilo próprio e singular dos desenhistas, para transformação de suas criações em um meio de expressão, de estilo, de comunicação, e principalmente num instrumento modificador social, político e cultural. As atividades perceptivas e criadoras possibilitam aos desenhistas transformarem-se com autonomia e de modo consciente.

Para o educador, o interesse de aprofundar esse assunto está na possibilidade de se refletir sobre essa problemática, que se pensa, enriquecerá o método de ensino. A preocupação para com os estudantes de desenho de moda consiste em que sejam autônomos nas suas buscas, vislumbrando meios para o desenvolvimento perceptivo, criativo e estético. O desenvolvimento de suas capacidades e sensibilidades poderá contribuir para que descubram o mundo em que vivem, e que sejam capazes de expressarem suas diferentes realidades através de seus desenhos e de suas criações.

A autonomia vê-se, está no desejo e na capacidade de buscarem seu próprio estilo, bem como, na compreensão de que se trata de uma busca constante que trilha caminhos únicos desde que pertençam a cada um de forma personalizada. Assim, a autonomia está em trabalhar os próprios projetos, em todas as áreas de atuação, e trabalhar possibilitando meios para desenvolver o potencial criativo e perceptivo de forma singular.

1.1.1. Uma visão sobre a moda:

Moda: “uso passageiro que regula a forma de vestir, calçar, pentear, etc. Arte e técnica do vestuário” (Dicionário Aurélio, 1986). Este conceito é verdadeiro, porém, não é uma coisa tão simples assim. A moda compreende mudanças sociológicas, psicológicas, tecnológicas e estéticas, portanto, moda é um conceito abrangente e complexo, basta olhar o mundo a sua volta.

A moda é um sistema que acompanha o vestuário e o tempo, que integra desde o simples uso das roupas do dia-a-dia a um contexto maior, político e social. Por isso, é mais que simplesmente roupa. Exprime idéias, atitudes através da linguagem visual, seja ela individual ou de grupos.

A palavra “moda” vem do latim *Modus*, significa “modo”, maneira. Em inglês, moda é *fashion*, corruptela da palavra francesa *façon*, que também que dizer “modo”, “maneira”, por isso, de acordo com Palomino (2002), o conceito “moda” se auto-explica e confunde. A autora afirma:

Tratar de moda implica lidar com elementos os mais complexos, especialmente quando combinados. Entretanto nesse assunto, tangemos valores como imagem, auto-imagem, auto-estima, política, sexo, estética, padrões de beleza e inovações tecnológicas, além de um caleidoscópio de outros temas: desde condições climáticas, bailes e festas. Cores (e a ausência delas), modelos, *top models*, ou gente “normal”, mídia, fotografia de moda, gente de rua, tribos (e a ausência delas); música e diversão, mas também crise e recessão, criatividade e talento. Dinheiro também. E vaidade, competitividade, ego, modismos e atemporalidades, história e futuro, excessos, radicalismos e básicos. Não necessariamente nessa ordem, claro. Aliás, muito pelo contrário (PALOMINO, 2002, p.8).

Moda é então, o uso ou hábito, geralmente aceito, variável no tempo, resultante de determinado gosto ou idéia e das interferências do meio. Reflete os costumes, os valores da sociedade em um determinado espaço de tempo. Considera-se também um fenômeno social e cultural consistindo na mudança constante de estilo vinda da necessidade de conquistar ou manter uma determinada posição social e/ou demonstrar a própria personalidade na maneira de adornar o corpo. Pois, através das roupas e complementos pode-se transmitir informações pessoais e sociais.

Falando sobre o que é moda em entrevista concedida em (2002), o jornalista canadense Brulé disse:

Já esta mais clara à distância que a moda vem tomando daquela representação mais puritana e óbvia de editoriais onde roupa é moda. Esse “fenômeno” pode ser visto e sentido na materialização das idéias de produtores, *designers*, editores e jornalistas de ponta, que estão puxando uma nova corrente de trabalho no Brasil. É importante frisar que este movimento recente tem idéias, porque a relação da moda com o comportamento e com o *design* é complexa, intrínseca e não nasceu hoje. A apresentação da roupa transcendeu o show da passarela e expandiu a experiência de viver moda para todos. Os desfiles tomam lugar em evento que é transitório. Na verdade se substituirmos os desfiles para performances teatrais, show de músicas ou exposições, a idéia de comportamento persistirá. Esta é a essência dessa corrente que vem sendo gradativamente materializada ainda para poucos antenados formadores de opinião, mas que tende a se popularizar através da mídia. Isso porque focos fragmentados desse fenômeno já existem a tempo, mas longe do alcance da grande difusão. As exposições temporárias e acervos permanentes em museus, são a mais acessível representação material que é exatamente daquela complexa relação entre moda, comportamento, *design* gritada em revistas e eventos de moda (BRULÉ, 2002).

Vê-se então, que a moda percorre um extenso caminho que ultrapassa aquela visão restrita que a roupa é utilizada somente como proteção do corpo. A moda envolve diferentes áreas do conhecimento, principalmente aquelas em que o ser humano pode se expressar criativamente, como as artes.

Abordando este assunto Hollander (1996), classifica moda como arte, segundo sua definição:

Acima de tudo a moda é uma arte moderna, pois suas mudanças formais ilustram a idéia de um processo em movimento, como outras formas de arte moderna têm feito; ela sempre é uma representação. Ela não cria simplesmente um espelho visual direto dos fatos culturais. Suas imagens não têm uma relação única com as mudanças e diferenças externas. Elas formam uma arte seqüencial, uma projeção emblemática da vida, um análogo visual do tipo de experiência comum que se baseia nos fatos sociais, mas que assume as suas formas a partir da vida interior, memórias simples e alusões, referências atuais e perversas coisas cuidadosamente aprendidas de cor, outras coisas aprendidas pelo hábito semiconsciente, anedotas obscuras, segredos abertos e uma ampla gama de fantasias coletivas, inconscientes, sempre fluindo através dos tempos (HOLLANDER 1996, p. 29).

Portanto, a moda faz a sua própria seqüência de imagens criativas em seu meio formal particular, o qual tem a sua história específica. Na maioria das vezes, o mundo não se dá conta de que eles são históricos ou, muitas vezes, não percebe que a moda termina por completar o quadro histórico das sociedades. Aos olhos desatentos, muito do que vem das passarelas é coisa de iniciados, e até o que acontece nas ruas faz parte da informação somente de certos grupos.

Valores que se cristalizaram anteriormente davam conta de que a moda era algo decidido por um punhado de estilistas, que determinavam o que se devia vestir. Não é assim. Conforme Palomino (2002, p. 9-10), “também não se aplica o pensamento de assistir a um desfile pela TV ou ver uma foto no jornal e pensar: “Nossa, eu jamais usaria isso!”. É que nem tudo o que aparece nas passarelas é feito para efetivamente usar”. Muitas vezes, a imagem é reforçada ou tratada de modo extravagante ou incomum para que idéias sejam mais explicitadas, ou mesmo para produzir uma boa imagem fotográfica, são modelos conceituais feitos para a passarela, que servem de inspiração para os modelos comerciais. Não se deve achar que os estilistas querem que você saia daquele jeito.

De acordo com Fischer-Mirkin (2001, p. 113), os estilistas que concebem esses espetáculos estão bem conscientes do impacto que causam. As passarelas de moda são vitrines para as visões artísticas dos costureiros e ajudam a injetar novas idéias para a indústria. Muitos dos modelos mais extravagantes estão lá principalmente com fins publicitários; os shows em que aparecem são produções teatrais montadas em benefício de editores, compradores e clientes particulares, uma forma de prover matéria nova, colorida, à mídia de moda. É um espetáculo por si só.

Definir mais profundamente o conceito de moda é uma tarefa que demanda um estudo específico e prolongado, o que não se propõe desenvolver neste trabalho. Observa-se, porém, nestas poucas definições citadas é que a moda é complexa, é um fenômeno social e de grande importância econômica. A moda é hoje, instrumento de estudo histórico e sociológico, além de ditar comportamentos e tendências.

1.2 – Justificativa:

A importância de se desenvolver a criatividade e a percepção para os desenhistas de moda, para a realização do estilo, é imprescindível na medida que possibilita a assimilação de conhecimentos da totalidade de suas experiências, transformando-as em realizações pessoais únicas e intransferíveis. Todo esse processo de conscientização dos objetos e suas relações com o meio somente serão possíveis a partir do momento em que o desenhista de moda se tornar parte integrante do meio criativo e perceptivo, vivenciando o meio a partir de sua singularidade de abordar o mundo.

Para Merleau-Ponty (1975, p.24), “todo o saber se instala nos horizontes abertos pela percepção”. O percebido é dotado de significado e tem sentido em nossa história pessoal, fazendo parte de nosso mundo e de nossas vivências. Para Feghali e Dwyer (2001, p. 10), “a moda tem por característica refletir os acontecimentos que marcam as mudanças comportamentais”. A moda evolui e continuará evoluindo paralelamente ao mundo, muitas vezes sendo tão representativa ao ponto de definir a classe social e a profissão de quem a adota. Sob o ponto de vista do desenhista de moda, estas

referências são fontes de pesquisa para seus desenhos e criações. Necessárias para o seu processo criativo para sua integração com o mundo, com os objetos e com suas singularidades.

A percepção é uma conduta vital, uma comunicação, uma interpretação e uma valoração do mundo, a partir da estrutura de relação entre o nosso corpo e o mundo. A percepção envolve toda nossa personalidade, nossa história pessoal, nossa afetividade, nossos desejos e paixões, isto é, a percepção é uma maneira fundamental de os seres humanos estarem no mundo. Percebemos as coisas e os outros de modo positivo ou negativo, percebemos as coisas como instrumentos ou como valores, reagimos positiva ou negativamente a cores, odores, sabores, texturas, distâncias e tamanhos. O mundo é percebido qualitativamente, afetivamente e valorativamente (CHAUI, 1997, p.123),

Abordando este assunto Ostrower (1991), escreve:

O poder criador do homem é sua faculdade ordenadora e configuradora, a capacidade de abordar em cada momento vivido a unicidade da experiência e de interligá-la a outros momentos, transcendendo o momento particular e ampliando o ato da experiência para um ato de compreensão (OSTROWER, 1991, p.55).

A autora ainda coloca que observar, ver e compreender faz parte da ordenação dentro do processo de criação de cada um:

Criatividade envolve a personalidade toda, o modo de a pessoa diferenciar-se dentro de si, de ordenar e relacionar-se em si e de relacionar-se com os outros. Criar é tanto estruturar quanto se comunicar, é integrar significados e é transmiti-los. Ao criar, procura-se atingir uma realidade mais profunda do conhecimento das coisas. Ganha-se concomitantemente um sentimento de estruturação interior maior; sente-se que se está desenvolvendo algo de essencial para o nosso ser (OSTROWER, 1991, p.55-70).

Nesse sentido, para o desenhista de moda, a representação gráfica é uma das maneiras de mostrar seus desenhos e criações. Assim, se faz necessário, além da construção de conhecimentos, trabalhar-se habilidades práticas através do desenvolvimento da percepção e da criatividade.

Acredita-se ser oportuno e relevante a investigação deste tema, mediante o estudo das diversas abordagens, o estudo que se segue poderá vir a contribuir para maior compreensão do desenvolvimento da percepção e da criatividade na aprendizagem do

desenho de moda. Da mesma forma, no processo e na busca de um estilo próprio, espera-se que as pessoas somem a estes, novos recursos.

1.3 – Objetivos

Objetivo Geral:

Avaliar resultados de um procedimento didático para o ensino de desenho de moda, que tenha como objetivo a criação de um estilo próprio.

Objetivos Específicos:

- Levantar junto à literatura especializada, os fundamentos teóricos básicos sobre estilo, criatividade e percepção para a construção do desenho de moda;
- Construir situações de aprendizagem que ofereçam condições para o desenvolvimento da aprendizagem do desenho de moda, para construção de um estilo próprio;
- Construir situações de ensino e aprendizagem que ofereçam condições de transformar a figura humana para a figura de moda (croqui);
- Levantar critérios de avaliação junto aos alunos durante os testes dos procedimentos didáticos propostos.

1.4 – Metodologia:

A metodologia a ser utilizada baseia-se numa abordagem sistêmica e gradual, permitindo que se consiga absorver pouco a pouco a compreensão sobre estilo, percepção e criatividade e sua aplicabilidade no desenvolvimento do desenho de moda, através de estudo teórico e prático. Assim serão executados os seguintes passos metodológicos:

Revisão bibliográfica: esta etapa visa a pesquisa de literatura disponível que contribua para as etapas seguintes do processo metodológico.

Laboratório Experimental: esta etapa consiste na pesquisa prática desenvolvida em laboratório experimental onde será trabalhada a construção de croquis, partindo-se da transformação da figura humana para a figura de moda. Será enfatizada a utilização dos princípios da *gestalt* e dos elementos – visuais e táteis - durante o processo de construção do desenho. Esta etapa se encerra com o registro através de imagens fotográficas de alguns dos trabalhos realizados.

Análise de avaliação: nesta etapa será feita a análise da transformação dos desenhos dos alunos denominada de pró-teste realizados no final do laboratório. Os desenhos pré-testes foram realizados no início do laboratório experimental usando-se apenas os referenciais dos alunos. Foram utilizados novamente como imagem de observação para o redesenho, ou seja, para o pró-teste. Para construção dos desenhos pró-testes os alunos utilizaram os conhecimentos adquiridos durante o laboratório .

Análise dos dados: nesta etapa serão analisados os dados obtidos através de um questionário com perguntas que seriam discutidas durante o curso. As perguntas foram dadas no início do curso do laboratório experimental e as respostas das mesmas foram escritas no final do curso, e entregue juntamente com o desenho pró-teste.

Elaboração de recomendações e conclusões: ao final do trabalho será possível fazer recomendações relacionadas ao desenho de moda, ao processo de criação através da percepção e criatividade, e sua aplicabilidade para gerar o estilo.

1.5 – Estrutura da dissertação:

Os preceitos da metodologia científica orientaram a montagem estrutural desta dissertação em Engenharia de Produção, constituída de seis partes: Introdução; Fundamentação Teórica; Apresentação; Descrição da Pesquisa Prática; Conclusões e Recomendações; Referências Bibliográficas.

No primeiro capítulo, denominado As Dimensões do Estudo apresentou-se o tema da pesquisa, uma visão sobre moda, questões referentes à metodologia, o problema a ser pesquisado e as justificativas que conduziram a essa escolha. Apresentou-se também o objetivo geral e os objetivos específicos do trabalho, determinando-se o que se pretende alcançar com a pesquisa.

O segundo capítulo denominado Fundamentação Teórica, consiste da revisão bibliográfica pertinente às áreas da moda: estilo, criatividade e percepção para o desenho de moda, fundamental para alcançar os objetivos estabelecidos. A presente pesquisa tem seu ponto de partida no estilo, por entender-se que é um importante modificador através do qual o estudante, futuro desenhista de moda, poderá ter uma nova postura perante o mundo, possibilitando a construção de novas formas.

Partindo de tais pressupostos esta pesquisa está constituída originalmente dentro da abordagem fenomenológica que dá ênfase a abordagem do mundo a partir do ser que pensa, onde a percepção agrega projetos singulares de escolhas, sendo que estes projetos podem ser enriquecidos no incentivo às possibilidades criativas no que se refere aos profissionais de desenho de moda, foco central deste estudo.

Para refletir sobre as questões criativas e perceptivas dentro da pesquisa foram escolhidos alguns teóricos nos quais basicamente pautam toda a discussão. Reconhece-se que muitos outros poderiam ter sido instrumentos para essa reflexão, porém, os que aqui estão entram por afinidade ao tema, numa abordagem fenomenológica centrada no pensamento de Merleau-Ponty (1994), e na abordagem da *Gestáltica*, tendo como um dos seus representantes o teórico Rudolf Arnheim (1994).

O terceiro capítulo, denominado Laboratório Experimental versa sobre a pesquisa prática. Nele serão apresentado os procedimentos didáticos do laboratório experimental, e os dados servirão de base para análise da transformação dos desenhos.

No quarto capítulo, denominado Considerações Finais, apresenta-se os pontos fundamentais deste trabalho e tecem-se as recomendações para futuras abordagens.

Na seqüência da disposição do conjunto, incluem-se as Referências Bibliográficas do trabalho.

Capítulo 2

Fundamentação Teórica

2.1 – Introdução

Para estudar o estilo, a criatividade e a percepção, ações necessárias para se exercer a atividade de desenhista de moda, abordar-se-á, primeiramente o assunto estilo, por se entender que é o meio pelo qual o profissional poderá romper com a uniformização na produção e industrialização dos produtos moda. Pesquisou-se então autores cujas obras falam da forma e do estilo conteúdos que abordam o universo das artes em geral. Fez-se necessário então fazer pontes entre arte e moda O estilo poderá possibilitar ao profissional a elaboração de novos produtos de moda com detalhes que possibilitam modificarem as formas com novos aspectos tanto estéticos como funcionais. O estilo, este composto de percepção e criatividade, é o diferencial do desenhista de moda no mercado de trabalho.

Com a globalização as informações chegam de todas as partes, encurtaram-se as distâncias. O conhecimento deixou de ser privilégio de um grupo seletivo, é visível a crescente independência das economias e integração de todos os mercados. Dentro dessa complexidade, não há dúvidas que a moda passou a ser bem conceituada por vários segmentos da sociedade, e atendendo a um mercado consumidor exigente e em dia com os avanços tecnológicos.

Foi-se o tempo em que as roupas serviam apenas para encobrir e embelezar o corpo. A moda agora são roupas projetadas que atendam cada vez mais às exigências dos consumidores. Estas mudanças demandam a formação de um profissional de desenho na área da moda que encontre soluções adequadas e criativas que satisfaçam estas exigências. Salienta-se então, que é através do desenvolvimento da criatividade que o desenhista terá a capacidade de fazer relações entre os objetos e materiais, de perceber suas possibilidades e de formar dando significados ao produto moda. Mostra-se, portanto, sua relevância para a área da moda.

Ressalta-se que o conhecimento sobre o universo da organização visual da forma da *gestalt*, seus princípios ou leis poderão fornecer subsídios importantes,

possibilitando-se aos desenhistas de moda, uma maneira pessoal de ver as coisas e transferi-las para seus desenhos e criações de roupas. Além da abordagem sobre o tema desenho de moda, destaca-se ainda, alguns princípios e elementos para que os futuros desenhistas de moda sejam autônomos em suas buscas proporcionando meios para o seu desenvolvimento preceptivo e criativo.

2.1.1. ESTILO: uma singular maneira de abordar o mundo da moda.

O sentido mais comum do termo “estilo” remete a um modo peculiar de expressão e atuação. A etimologia mostra que o termo vem da palavra *stilus*, que designava um instrumento de escrita (um objeto pontiagudo para escrever sobre cera), e que, por derivação, passou a denotar a maneira de escrever, posteriormente a palavra tomou uma forma de expressão. Atualmente, o termo tem uma gama bem variada de aplicações, mas todas de alguma maneira referindo-se a um modo distinto, que pode ser reconhecido, de fazer algo. (International Encyclopaedia of the Social Sciences, 1968).

O homem é o estilo. Georges Buffon 1707-1788, compartilhando do mesmo pensamento o escritor italiano Pareyson (1993), diz que:

Um estilo único e irrepitível, não é outra coisa senão toda a espiritualidade¹¹, humanidade e experiência de uma pessoa que, tendo-se colocado sob o signo da formatividade²², se fez, ela mesma, o seu modo de formar, tornou-se este muito particular modo de formar, que pode ser somente seu. Estilo é “com efeito”, o irrepitível e personalíssimo modo de formar de alguém, que ele exprime numa ou em algumas ou em todas as suas obras (PAREYSON 1993, p. 30/32).

Portanto, parte-se do pensamento que o modo de formar, o “*estilo*” envolve toda a vida do desenhista de moda, porque este no seu formar segue um modo, unicamente

¹ -Espiritualidade: modo de pensar, sentir e ver o mundo.

²-Formatividade: é o fazer, em que o aspecto realizativo (formar), é particularmente intensificado, unido a um aspecto inventivo (inovação).

seu e não de outrem, o modo que não pode ser senão seu, e que são as suas possibilidades de escolhas, sua consciência e espiritualidade feita, toda ela de formar sua identidade, seu estilo.

Pensar que as escolhas em moda estão distantes de nós, não é pensar em moda. Ela só existe porque ela é escolhida, passa próxima a nós. A vestimenta é um elemento simbólico que comunica. Ao entender a roupa que funciona bem em você no trabalho e nas relações pessoais, você pode realçar tanto sua vida particular, quanto a profissional. A roupa pode expressar seu lado sério, compenetrado, seu senso de humor, sua criatividade e seu lado social. O que você escolhe para vestir pode criar uma impressão positiva e fazer com que você se sinta bem consigo mesma.

A roupa transmite mensagens a respeito de quem a usa. O estilo e o tecido de nossa roupa comunicam muito da nossa auto-imagem. A vestimenta é uma janela para o ser consciente e o inconsciente de uma pessoa. Nossa vestimenta revela muito de como nos sentimos em relação a nós mesmos e oferece o vislumbre de nossos desejos, nossas fantasias e nossos valores (FISCHER-MIRKIM 2001, p.15).

É parte da realidade que significa como elemento de escolhas. Escolher o modo de estar presente na sociedade. As vestimentas com as quais decoramos nosso corpo tornam-se símbolos morais. O tipo de cor, textura, modelo e corte, podem revelar a rigidez ou não de um indivíduo. A autora ainda nos ensina que:

Criar uma aparência é uma forma de auto-criação que não se pode fazer e desfazer a vontade. Cada um de nós incorpora uma complexidade de traços e inclinações e gostos e tem opções de expor diferentes facetas de caráter de acordo com os papéis mutantes que desempenhamos e as circunstâncias de vida em que nos encontramos. (FISCHER-MIRKIM. 2001, p.17).

Portanto o corpo não revela “em si”, separado da consciência. O corpo como forma de conhecimento revela o mundo, ele é o mundo. A moda revela dentro de outras atividades humanas os nossos projetos de existência. Ela capta o mundo, revela e constrói os sujeitos no mundo.

Uma criação de moda é um texto particular também na medida em que seus sentidos são construídos no seu interagir com o corpo, outra linguagem, conforme fala Oliveira (2002), quando diz que:

Esses dois sistemas autônomos – o da moda e o do corpo – inter cruzam-se na medida em que as configurações cromáticas, matéricas do corpo e da moda apresentam-se, em maior ou menor grau, em sincretismo. A roupa sai do projeto de seu criador para ser realizada na extensão das direções do tecido, que não é seu suporte. Outras relações intervêm na configuração da roupa como a modelagem, o corte, a costura, e todo esse conjunto de partes constituintes está voltado para o corpo que veste, ele também com as suas especificidades que têm papel de constituinte da roupa (OLIVEIRA et al. 2002, p.134).

Ainda conforme a autora por essas características, o texto da moda – a roupa – produz sentido em “situação”, ou seja, no interagir com o corpo sobre o qual age, que por sua vez, é o seu possível meio de existir.

Conforme Eco et al (1989, p.17), a linguagem do vestuário, tal como a linguagem verbal, não serve apenas para transmitir certos significados mediante certas formas significativas. Serve também para identificar posições ideológicas, segundo os significados transmitidos e as formas significativas que foram escolhidas para os transmitir. Compartilhando o mesmo pensamento Hollander (1996, p.25), ainda salienta que: “a linguagem das roupas é essencialmente destituída de palavras – foi criada para ser assim - para que possa operar livremente abaixo do nível do pensamento consciente e do discurso”.

A moda pode refletir códigos e convenções de bom gosto em si mesma, se quisermos tomá-la separada do sujeito que a escolhe. A importância está no fato de que quando um indivíduo escolhe, passa a significar como um todo. Nada é fragmentado. Toda escolha significa.

O vestuário “fala”. Fala o fato de eu me apresentar no escritório de manhã com uma gravata normal de riscas, fala o fato de a substituir inesperadamente por uma gravata psicodélica, fala o fato de ir a reunião sem a gravata, etc...que separadamente podem oferecer uma leitura sem relação, a contextos e indivíduos. Mas, no momento de um indivíduo, no escritório tais gravatas deixaram de ser “em personalidade, onde o corpo encarna o vestir, a moda. A relação está nas formas que indivíduos optaram por usar a

gravata, as formas mudam e mudam as falas (com vestidos, com sapatos, com jeans customizados³, com camisas ou casacos) (ECO et al 1989, p.15).

A customização renova o fôlego de sobrevivência de uma peça de roupa, seja ela uma camiseta ou um velho jeans. Pois, lhe imprime um novo *status* tornando-a uma peça única e personalizada, conforme o gosto e o estilo de cada um. A moda é sempre em relação com alguém ou com alguma coisa. A vestimenta é o modo de habitar-se o mundo e das relações com o mesmo.

Cita-se o criador e estilista brasileiro Ronaldo Fraga, que com seu estilo próprio e inovador, acredita que a memória afetiva jamais sai de moda e que o criador é um colecionador de emoções. Em suas coleções propõe um caminho mais longo, que é o da reflexão sobre por que vestir essa ou aquela roupa. Para ele, moda é linguagem e por isso mesmo deve ser usada com respeito absoluto por sua gramática. Fraga trata as roupas como se tivesse vida própria, impregnando-as de identidade e alma. Seus desfiles contam histórias e criam mundos alternativos a realidades, cujo grau de coerência interna permite aos consumidores se projetarem e evoluírem. As palavras de Fraga para reportagem da professora de moda Carol Garcia (2002), definem todo seu pensamento ao dizer:

A moda só tem importância quando funciona como radiografia emocional de seu tempo. “Independentemente de profissão, status ou limite de cartão de crédito, as pessoas precisam se comunicar e são suas roupas que gritam. Só que, se todos vestirem a mesma coisa, ouvem-se só ecos. Sem gestualidade única dos corpos que vestem as roupas ficariam recheadas de ausência” (CAROL GARCIA, 2002).

Fraga se dedica a temas que resgatam a dignidade da moda, respaldado por elementos da cultura popular brasileira e por uma dose equilibrada de humor, salpicado de fina ironia. É esse mix improvável que lhe garante legitimidade diante dos paramentos vigentes: para ele, os paradoxos merecem uma reflexão, mais até do que uma ruptura brusca.

³ Customização: No português, a rigor o vocábulo nem existe. Trata-se de corruptela da apropriação da expressão em inglês “*custom made*”, que significa feito sob medida. O verbo “*to customize*” é “fazer ou mudar alguma coisa de acordo com as necessidades do comprador”. Palomino/2002.

Tomando-se por base a opinião de especialistas entre eles Olga Vainshtein, professora titular da Universidade Estatal de Moscou, entrevistada por Carol Garcia (2002), para quem uma estética unitária derivada da ideologia de nivelamento coletivo regulamenta o comportamento público, os conceitos de propriedade e as noções normativas de beleza, vê-se que essa cruzada em busca de um idioma próprio, capaz de dissolver a monotonia das tendências, ressalta as semelhanças entre moda e arte, têm-se que:

Por desdobrar o estilo Fraga não só em roupas e acessórios, cujo prazo de validade é limitado, mas numa ruptura que é valorada pelos consumidores. Ele sabe manifestar-se e existir através do tempo, tornando-se uma referência no contexto. Instala-se no discurso de seus consumidores para incentivar o uso da moda como a língua oficial de corpos transformados em instituições midiáticas. (CAROL GARCIA,2002).

Pode-se então deduzir-se que a moda aparece e faz seu discurso no corpo. As vestimentas entram em relação de existência quando a tomamos pela referência de que o corpo *que a mostra*, se mostra. Sendo que este mostrar-se não se trata unicamente de mostrar o corpo, mas um corpo-consistente, um corpo que pensa. Mostra um indivíduo e sua singularidade. A escolha da moda passa pela unidade da forma e do conteúdo. Assim, a roupa não se mostra sozinha, mas é sempre o mostrar-se de um indivíduo, na sua unidade com o que veste.

Assim, infere-se que na moda, a formatividade se especifica dando-se um conteúdo, uma matéria, uma lei, um código. O conteúdo é toda a vida do desenhista de moda, sua personalidade no ato de se fazer no “modo de formar”, “estilo”, e de estar presente nos seus desenhos, criações e roupas, somente como estilo. Segundo Pareyson (1993, p.30), “o conteúdo é a própria pessoa, sua concreta experiência, sua vida interior, sua irrepitível espiritualidade, sua reação pessoal ao ambiente histórico, político e cultural em que vive, seus pensamentos, costumes, sentimentos, ideais, crenças e aspirações”. Já para Ostrower (1990, p.238), “o estilo é a expressão direta de valores vivenciados por alguém”.

Estilo é, portanto, o modo de formar, modo de escolher, de montar, de pensar, que implica um determinado gosto, que, de certo modo, revela uma espiritualidade. A criação revela. Ela contém elementos reveladores de um estilo. Têm-se, que a forma é uma matéria formada e o conteúdo é o modo de formar a matéria, o que implica

gestos operativos do estilo, ou seja, um implica o outro. Assim, se tomarmos das artes estas definições e transportarmos para a moda, vê-se então que não se pode olhar uma roupa, um acessório, simplesmente independente de seu conteúdo de espiritualidade formativa, que é o estilista, seu criador.

Diante disso, segundo Vicent-Ricard (1996, p. 61): “quando aparece um talento indiscutível, revelador de algum fenômeno social, esse talento se impõe a tudo e apesar de tudo”. É o caso do *new-look*⁴, que marcou em 1974 a volta da mulher-mulher, imposta pela classe dirigente para reassumir o poder de uma elegância sofisticada. Conforme a autora, o *new-look* era a renovação do chique sofisticado.

Eram metros e metros de tecidos para as roupas encorpadas que declaravam o fim de uma fase de sacrifícios e restrições impostas pela guerra. O *new-look* reascende a chama da feminilidade, do luxo e da sofisticação.

“...após a Segunda Grande Guerra, a elegância assume o poder pelas mãos de um grande *designer* Christian Dior. Enquanto o estilo militar inspirava o traje feminino, livre de qualquer toque de feminilidade, o francês propôs um estilo de saias amplas e rodadas com anáguas, busto bem moldado, ombros estreitos e quadris redondos”. (RECH, 2002, p.31),

De forma geral pode-se dizer então que o estilo é essa complexa unidade entre modo de formar e modo de se relacionar com o mundo. Implica igualmente, fatores de responsabilidade com o mundo. E como criadores de moda, deve-se ter essa questão bem clara, pois a criação não é independente de nós, das coisas que se quer para o mundo que se vive. A moda é responsável pelo discurso que se mantém com o mundo. É essa identidade verificada entre a roupa criada e as experiências do desenhista de moda expressa no seu estilo que o torna reconhecido dentro do contexto cultural no qual está inserido. Esse reconhecimento exige responsabilidade e eficiência do profissional que só conseguirá se acreditar que conforme afirma Pareyson (1993):

⁴ Estilo, atribuído a Christian Dior que, em 1947, lançou a Linha Corolla, a qual ficou conhecida como *New-Look*. Oposto das roupas econômicas impostas pelo racionamento. Um vestido tinha até 25 metros de tecido, acentuando as formas. O' Hara, 1992.

O estilo é sempre de uma pessoa única e irrepetível, do seu modo próprio de pensar, viver, sentir, do modo de interpretar a realidade e posicionar-se diante da vida. E desse modo a “sua maneira de formar”, é aquela única maneira que pode ter quem pensa, vive, sente daquela maneira, quem tem aquela visão do mundo e tem aquele jeito de viver: entre a espiritualidade e seu modo de formar existe um vínculo tão estreito e uma correspondência tão precisa, que um dos dois termos não pode subsistir sem o outro, e variar um significa necessariamente variar também o outro (PAREYSON 1993, p.33).

O estilo do desenhista de moda, portanto, se revela na experiência formativa do modo de pensar, viver e sentir o mundo, o espaço que faz parte dos projetos do ser humano nesse mundo. Assim, nessa experiência está a pessoa do criador, do estilista, do desenhista de moda, não no sentido de que este seja o objeto próprio, mas no sentido de que o modo como a experiência se revela no exercício de formar e fazer é próprio de quem tem aquela visão de mundo. Entre o modo de estar diante da realidade e a criação, há um estreito vínculo. Um não pode viver sem o outro. Na criação de moda, a expressão de um estilo está no produzir.

É neste sentido que Sischy (1999), defende a idéia de que através das experiências vivenciadas, pode-se presenciar a maneira de inventar o próprio modo de formar o estilo, como demonstra através do relato da estilista Donna Karan:

A criação é minha água, meu oxigênio, meu ar, a essência de minha personalidade. É o que me faz reagir, o que me inspira, a fonte de minha emoção. E é o que deve aguçar os sentidos, em todos os níveis. Para a coleção Primavera-Verão 1998, minha obsessão era recriar a luz da baía tal como a percebia. Eu observava os rochedos, a baía, a luminosidade, o vidro, a luz do céu, da água, do vidro. Você tem que entender por que alguma coisa te toca. Na moda, nada jamais está pronto. Tudo continua. Nesse campo, você constantemente resolve problemas. Mesmo depois de uma coleção pronta, você não terminou. É um eterno recomeço, é preciso pensar já na próxima. É sempre o começo do que você tem a dizer com suas coleções, porque o processo criativo continua. Não para nunca. Não deve parar. Você nunca tem a sensação de ter dito tudo (SISCHY 1999, P. 16).

Complementa-se o pensamento de Sischy (1999), com as palavras de Marie Rucki, diretora da mais importante escola de moda da França, *Studio Berçot*, em sua entrevista dada a Carol Garcia (2002), que diz: “a fonte de inspiração depende de cada um. É a personalidade impressa no trabalho que dá o diferencial de um *designer* ou de um estilista”. O estilo é uma representação pessoal de uma vontade

contemporânea. Por isso, se faz necessário que o desenhista de moda perceba que ele cria a segunda pele, e deve dar a ela a liberdade de se expressar com o corpo com estilo.

Para tanto, é necessário que se seja criativo, que se viva o contemporâneo, pois a moda passa, o estilo é eterno e evolui com o tempo conforme palavras do publicitário Fábio Siqueira (2001), que diz: "no mundo de tendências e regras, a palavra-chave é a personalidade". E neste sentido defende a idéia de que:

A moda escraviza as pessoas. O estilo liberta. Ele é uma extensão da mente e está presente em tudo: na comida que você come, na viagem que você faz, no seu trabalho, na sua família, no coração e no espírito. É ele que divide o especial do comum, é ele que faz a diferença. Estilo você não compra, você vive, você sente. Para isso, é preciso quebrar regras. Não é necessário ousar, o básico pode ser o máximo se ele estiver vestindo sua personalidade. Tudo combina, só não pode ter medo de ser você. Aí vem a imagem do eterno Andy Warhol. Que pessoa foi aquela? Não dá pra definir. Moderno? Muito mais que isso. Especial? Põe especial nisso. Talvez o que defina esse gênio seja a coerência. Misturar tempo, tendências, modas, tirar desse mar de mesmices o diferente é criar um estilo. A customização pode ser um castigo para as pessoas que sempre seguiram a moda: usaram marron com preto, rasgaram o jeans, se apertaram em lycras e furaram camisetas. Cadê sua marca? Pode estar da José Paulino⁵ a Daslu⁶ (FABIO SIQUEIRA, 2001).

Já para a jornalista e professora de moda Joffily (1999), estilo é forma de expressão, e pode ser definido também, como uma forma de o ser humano conceber a realidade. O que, no seu entender, significa dizer que:

“ Na moda, como em todas as outras formas de expressão humana, também possuímos diferentes estilos, que, os historiadores de moda dizem, sofreram variações, pois está inserido no próprio desenvolvimento da humanidade e, conseqüentemente, na evolução de costumes e estilos principalmente no séc. XX envolvendo grandes transformações sociais, psicológicas e estéticas. O *designer* ou estilista de moda deve ter um diálogo entre o estilo da época em que estão inseridos, com sua leitura de estilo individual, com sua aceitação, como também com a preocupação de que suas criações sejam um modificador tanto político, como social e cultural ” (JOFFILY 1999, p. 34-35).

O mundo é dinamismo e o mundo da moda é ainda mais dinâmico, busca –se constantemente novidades e materiais diferenciados com inúmeras possibilidades

⁵ José Paulino: é uma rua na cidade de São Paulo, onde está localizado o comércio de varejo e confecções populares.

⁶ Daslu é uma rede de lojas que comercializa roupas e perfumaria de grandes marcas nacionais e importadas.

intervenções e de criações tais como: fibras sintéticas, tecidos inteligentes⁷ com inovações tecnológicas sem precedentes, elaborados ou simples, sempre valorizados. Para Palomino (2002, p.17), modificam-se as formas, os comprimentos das vestimentas sobem e descem, cortes e modelos variam. A moda reinventa, revisa, recria tudo, variações são constantemente registradas, especialmente nas últimas décadas. Tudo o que não for clássico, pois os clássicos estão acima das ondas da moda, tornam-se imortais, volta de forma cíclica, na moda as décadas caminham lado a lado.

No entender de Caldas (1999, p.62), Chanel⁸, com sua personalidade e espiritualidade criadora, foi sem dúvida a responsável pela difusão da noção estilo, entendido como algo pessoal e duradouro, em contraposição à moda, algo coletivo e passageiro. E das muitas modificações da moda ao propor um estilo de roupas que corresponderia ao gosto e anseios das mulheres de sua época. Adotou na moda o princípio de funcionalidade – “a função deve determinar a forma” – proposto pela vanguarda das artes decorativas, a escola alemã Bauhaus. O melhor exemplo é a adoção do jérsei, tecido até ali considerado pobre, que Chanel passa a utilizar, por seu fácil manuseio e praticidade.

Para a estilista a roupa deve obedecer ao trinômio simplicidade-funcionalidade-modernidade, a elegância sendo entendida como uma decorrência destas condições. Para Lipovetsky (1997, p. 74), “Chanel é de alguma maneira o símbolo da moda, a moda se torna, com efeito, menos inacessível porque mais facilmente imitável”. Introduziu o tricô apache, tornou elegante a gola e os punhos de camareira, utilizou o lenço de cabeça do operário de terraplanagem e vestiu as rainhas com macacões de

⁷ Tecidos Inteligentes: são inovações de cunho tecnológico. Os tecidos inteligentes lidam com troca de calor, mantendo o corpo quente no frio e vice-versa, ou evitam a criação de bactérias, aspecto muito útil nas roupas íntimas e meias. Tecidos com *microchips*, que regulam a segurança, mapeando o indivíduo que usa, ingestão de remédios, até a hidratação da pele.

⁸ Gabrielle Bohnheur Chanel – Coco Chanel – 1883-1971- Estilista, iniciou sua carreira em 1910, trabalhando numa chapelaria . Entre 1912 e 1914 abriu 2 lojas onde vendia chapéus, blusas, e camisas. Em 1918 adaptou suéters masculinos e lançou-os sobre saias lisas e retas. Em 1920, lançou calças largas para mulheres. Outras inovações foram em acessórios , bolsas com correntes douradas. Fechou seu salão em 1939. Em 1954m aos 71 anos reabriu-o e apresentou seus conjuntos que havia sido sua marca registrada antes da guerra. Foi um sucesso tornando-se um símbolo de elegância tradicional. O estilo lançado na década de 20, perdura até hoje.

mecânico. Para Chanel “A moda passa e o estilo fica”. Ela sempre afirmou desenhar suas roupas pensando em si mesma. Eram seus traços de personalidade que vinham à tona quando ela vestia calças masculinas ou roupa de marinheiro. Pode-se então, tentar se entender o sucesso de Chanel até nossos dias.

2.1.2- Um olhar sobre a moda no decorrer do séc. XX e início do séc. XXI

O estilo se aperfeiçoa conforme os anos, é um olhar pessoal que evolui. O estilista, o criador de moda, pode modificar o estilo de vestir de uma geração. Como diz Dorfles em seu livro *As Oscilações do Gosto* (1989, p.54), que “o gosto reflete o seu tempo e as condições sociais de uma determinada época”. “Desperta para a tomada de consciência e leva à realização a distinta e potencial exigência formativa do espírito da época”. Uma maneira de formar se torna comum, sobretudo pela participação em uma mesma situação histórica e no ambiente cultural em que estão igualmente imersos, estabelecendo um vínculo estilístico entre criadores de várias épocas.

“...tudo isto torna a moda “moderna” por natureza, quando moderno significa estar conscientemente preocupado com o processo, social e individual, e em seguir um ideal de modificações deliberadas em vez de um ideal de preservação, no qual a mudança acontece somente em um movimento de deriva gradual promovido pelo acaso (HOLLANDER 1996, P. 28-29).

Uma olhadela mais de perto no que os estilistas conhecidos têm feito no período moderno, mostra que seus trabalhos em qualquer instante determinado, são notadamente similares exatamente como os fenômenos da moda em qualquer época passada.

Conforme as autoras Kasznar e Dwyer (2001, p.37-58), “o início do séc. XX foi marcado por grande ostentação e extravagância. A moda, como sempre, refletia a época. A silhueta feminina era evidenciada pelo espartilho”. A partir de 1910, o estilo de vestir começou a mudar, as cores tornaram-se fortes, saias estreitas, decotes em “V”. Na década de 20, a função da moda era mudar conceitos estabelecidos antes da Guerra. Assim, um novo estilo era criado. Todas as curvas do corpo feminino foram

abandonadas. Na década de 40, Christian Dior deu uma nova feição à alta-costura com sua coleção, chamada de *Carolle Line*, mas que ficou conhecida como *New-Look*.

Segundo Vicent-Ricard (1996, p.67), o modernismo da safra de 60 se deve principalmente a uma nova concepção de “distinção”. A geração mais nova deixara de considerar o chique sofisticado como valor supremo, mas continua valorizando a distinção e também a elegância”. Já para Palomino (2002, p. 59), os adolescentes querem roupas e objetos que atendem suas necessidades. Surge um novo tipo de estilista, personificado, por Mary Quant – a famosa inventora da minissaia.

No Brasil na década de 60 a indústria têxtil brasileira experimentou um grande avanço quando surgiram figurinistas famosos entre os quais Gil Brandão, Alceu Pena e Dener, o expoente máximo. Começa-se a exportar a moda nacional com o desenho de Dener, que ficou famoso por vestir mulheres da sociedade brasileira.

Entretanto, como dizem as autoras Feghali e Dwyer (2001, p.52-57), “nenhum estilista desse período conseguiu impor um estilo tipicamente brasileiro na moda internacional, que continuou sofrendo a influência direta da alta-costura francesa e da dinâmica moda americana”. Na década de 70 as roupas com cortes masculinos marcaram toda a década.

A década de 80 marca o surgimento das escolas de moda no Brasil. As escolas tinham uma preocupação constante com a qualidade dos tecidos, cortes e acabamentos. Nesta década a moda começa a projetar-se no mundo. A aparência começa a ter importância para as pessoas. A mulher descobre o poder de seu corpo e quer o domínio sobre ele. Já a década de 90, foi marcada pelos desenvolvimentos tecnológicos, as descobertas nas áreas têxteis trazem os tecidos inteligentes, a moda agora são roupas que tenham mais utilidades do que simplesmente proteção. O início do novo século, trouxe também a necessidade do homem em ser cada vez mais prático, versátil, conceitual, veloz e criativo com um estilo que o identifique.

Seguindo um modo particular os profissionais de moda brasileiros buscam no seu modo de formar um estilo, um diferencial único para a moda no Brasil. Conforme Paulo Borges (2002), idealizador do evento brasileiro da semana da moda, São Paulo Fashion Week, depois de cinco anos implantando uma cultura de calendário de moda, a partir de 2002 nossa maior preocupação e objetivos estão ligados ao entendimento,

descobrimto e consolidação de uma identidade para a moda brasileira, que de maneira nenhuma pode estar ligada somente a aspectos artesanais, folclóricos ou mesmo regional. Foca-se as ações e esforços em conteúdo, discussões com diversas vertentes de pensadores. Haverá discussões sobre *design* de moda, a nossa vocação de moda, o nosso estilo. Ainda discorrendo sobre o assunto diz:

O objetivo é iniciar um processo para os próximos anos e discutir essencialmente: “quem somos?”, “o que desejamos?”, “qual a nossa identidade?”. Ampliaremos a nossa discussão sobre moda para que o Brasil defina ao mundo qual é o seu produto e, principalmente a sua vocação. Além de atividades de cunho social como a campanha Câncer de Mama no Alvo da Moda, com camisetas desenvolvidas por estilistas e que serão leiloadas, outra novidade é da Rodhia Ster que pretende fazer uma intervenção politicamente correta na cidade. A partir da nova fibra de poliéster Alya Eco, que é produzida a partir da reciclagem das garrafas plásticas de refrigerantes e é 20% mais fina do que a fibra de algodão, dez estilistas desenvolveram uniformes que podem vir a ser adotados pela Prefeitura. Outras ações que complementam este conteúdo são exposições espalhadas pelo evento – de fotos, história da moda. Assim, resgataremos nossa trajetória de moda para seguir com maior embasamento cultural. (PAULO BORGES. 2002).

Empreendimento como este vem dizer que a moda esta sendo pensada no Brasil não como algo em “si mesmo”, mas relacionada com um todo em nosso mundo.

“... este evento é importante, pois permite que jovens estilistas e criadores mostrem seus talentos, firmando-se no cenário nacional e mesmo internacional, como os estilistas Alexandre Herchcovith e Fause Hatén. Marcas e criadores consagram-se através de seus desfiles. Vale a menção ao experiente estilista Lino Vilaventura que era desconhecido, até desfilou sua coleção no São Paulo Fashion Week, empenhado na criação de uma “brasilidade” na moda, sem referências a este ou àquele criador, sendo consagrado como um estilista criativo e inovador” (CALDAS 1999, p.101).

Neste sentido, é que o estilo é a marca diferenciadora das produções. Designa essa marca particular exemplar (no sentido singular), que o sujeito empreende para responder aquilo que lhe corresponde como causa de sua produção.

O estilo pessoal representa a manifestação de identidade individual (de valores, estilo de vida, gosto). O estilo reflete a necessidade emotiva e cultural de não assumir permanentemente a moda, mas sem renunciar à oportunidade que essa oferece. O que no entender de Chanel significa dizer: “Na origem da criação esta a invenção. A

invenção é a semente, o germe”. Fazer moda e criar moda são duas coisas bem distintas.

Por isso, para os desenhistas de moda, a invenção é esse exercício da busca do estilo, onde um determinado gosto faz o processo de fortalecer-se, de encontrar-se e elaborar-se. Essa invenção é única e irrepetível em cada indivíduo, por isso se torna o germe, conforme nos diz Chanel. Por isso, ela é invenção, e criação. E não mera adaptação. Por isso que Chanel afirma que, na origem da criação está a invenção, pois, esta é na verdade o impulso do próprio exercício de formar o estilo.

2.1.3 - CRIATIVIDADE: para o desenhista de moda, uma possibilidade de jogar com as “novidades” do mundo.

A criatividade é um termo de grande importância, muito discutido e que desperta um fascínio crescente na época atual, estudos vêm mobilizando um interesse crescente nos diferentes setores industriais e profissionais, principalmente na área da moda. Wechsler (1998, p.26), em suas anotações nos diz que uma das mais antigas definições sobre o termo é latino, *Creare* = fazer e grego, *Krainen* = realizar.

Essas definições demonstram a constante preocupação com o que se faz e com o que se sente. Ou seja, como pensar, produzir e se realizar criativamente. Criatividade é portanto, uma das mais misteriosas habilidades humanas, é promovida eficazmente pela experiência estética e, dentro dela, de modo singular pelas experiências artísticas. É a capacidade do homem em se adaptar às transformações das diferentes realidades circundantes, sejam elas de caráter social, cultural, tecnológicas ou científicas que ocorrem no mundo. Dentro dessa exposição deduz-se que em síntese a criatividade está na capacidade de percepção do mundo e que certamente, quanto mais se absorve do mundo dos âmbitos da realidade, maiores possibilidades de se ser criativo conquistar-se-á.

O potencial criador não é outra coisa senão esta disponibilidade interior, esta plena entrega de si e a presença total que se faz. O que, no entender de Ostrower (1990), significa dizer:

Que ela vem acompanhada do senso do maravilhoso, da eterna surpresa com as coisas que se renovam no cotidiano, ante cada manhã que ainda não existiu e que não existirá mais de modo igual, ante cada forma que, ao ser criada, começa a dialogar conosco. É nossa sensibilidade viva, vibrante (OSTROWER 1991, P. 247-253).

A autora vê “a criatividade como qualidade característica humana a surgir junto com o homem, e o homem como ser em que o sensível, o cultural e o consciente se interpenetram e simultaneamente se determinam”. Sendo assim, criar só pode ser visto num sentido global como um agir integrado em um viver humano.

Na moda, criatividade é uma reflexão sobre a arte de transformar idéias percebidas e vivenciadas em linguagens visuais e formais, a arte que embeleza o corpo deve ser original, de grande sensibilidade estética e expressiva. Para isso deve haver associações de conhecimento, de buscas, de talento, sensibilidade e técnica no fazer, que é o que até então se tem discutido como estilo.

Com essa mesma preocupação Marie Rucki (2002), diz que “hoje os estilistas devem ser mais técnicos. São as necessidades que mudaram. É claro que talento e gosto são fundamentais, mas um estilista ou *designer* não sobrevive sem conhecimentos técnicos para criar sua linguagem nos desenhos e criações”. Portanto, é de fundamental importância o conhecimento sobre técnicas de desenho, de manuseio de tecidos e materiais de fabricação para a criação e transformação dos produtos de moda.

“...a moda, como qualquer outra criação artística, tem seus gênios, mestres – maiores e menores-, seus seguidores e seus copiadore. A evolução deste jogo pouco decodificado, múltiplo e quase impossível de se aprender só pode ser entendida por meio de uma visão global da atuação de cada um desses agentes, uma visão capaz de mostrar suas trajetórias como a interação dessas atuações da criação de moda” (VICENT-RICARD 1996, p.125).

O envolvimento de busca, de armazenar e associar elementos através de etapas, os quais produzirão novas idéias e combinações, que proporcionarão uma nova realização criativa e cognitiva, são formas de perceber o mundo do profissional de moda. Toda essa evolução envolve o conhecer, o compreender, e principalmente o perceber. Ainda conforme a autora tem-se que:

“...todo o jogo de extremos, todas as criações do inesperado são a realidade profunda do mundo contemporâneo, e, portanto motores da criatividade. Provocações, zombarias e desvios não representam originalidade a toda a prova, disfarce como fim em si mesmo. As desordens de carnaval, e só elas, permitem o confronto e as diferenças; já a imaginação sem rédeas dos criadores que hoje temos – seu imaginário espontâneo, lúdico e não codificado dentro do tempo e da função – pode conduzir à liberdade individual e dar a todos ocasião de modular roupas, acessórios e maquiagem”. (VICENTE-RICARD. 1996, p.126).

Como se pode observar a criatividade, portanto, está na maneira como o desenhador de moda vê, e percebe o mundo, e como estas informações previamente registradas são transferidas para suas criações de moda, na mistura de cores, texturas e fibras, e nas estruturas diferenciadas. No processo criativo de moda, pode-se dizer então, que expressividade e produtividade coincidem, ou seja, as percepções do mundo, as vivências, se realizam na prática.

Neste sentido, para o desenhista de moda suas vivências, suas raízes culturais são fontes de criatividade. Seus referenciais lhe darão o suporte necessário e o equilíbrio para que suas criações se distingam, com formas contemporâneas através da experimentação e criatividade com diferentes formas de materiais, de cortes, de cores, grafismos e acabamentos. Aqui cabe citar como exemplo Metsavant (2003, p.38), responsável pelo desenvolvimento de roupas elaboradas com a preocupação ecológica, que atento às modificações e preocupado com a identidade de seu produto, discorre sobre o que considera os segredos de suas criações:

Além de perceber os sinais de comportamento meu estilo me coloca no circuito global, em contato com culturas diferentes e pessoas diversas. Leio tudo e pesquiso muito em fontes alternativas: de brechós a vitrines; da Floresta Amazônica ao calçadão de Ipanema. “A moda é um veículo para criar uma atitude mais contestatória, envolvida nas questões contemporâneas”.(VOGUE, março/2003)

Como se vê então, a criação nunca é apenas uma questão individual, mas não deixa de ser questão do indivíduo. O contexto cultural, suas referências, sua individualidade são valores insubstituíveis na elaboração e criação do produto moda.

A identidade de qualquer pessoa é construída a partir de vivências afetivas e culturais: das músicas e das histórias que escuta em criança; dos jogos que

aprende na rua e na escola; do contato com a natureza que tem à sua volta, sua luz, sua temperatura, seu cheiro; do nível de cordialidade que permeia a relação das pessoas com que convive; da forma como se dá com as várias etnias que compõem seu povo; da língua que escuta dentro e fora de casa, melhor dizendo, das formas de apropriação do código comum, tal como ele se apresenta em suas muitas variações. Para o *designer*, principalmente o de moda, fugir desse conjunto de valores tão preciosos e estruturantes significa, no fundo, fugir de si mesmo e da responsabilidade de reproduzir, através do projeto, aspecto da cultura em que foi educado (SCOREL 2000, p.26).

Estes são aspectos que os desenhistas de moda necessitam considerar ao conceber suas criações como algo inovador. Charles-Frédéric Worth -1825-1895 -, foi o primeiro grande criador e o primeiro a promover o sistema de alta-costura na história da moda utilizada até hoje, graças a sua originalidade, criatividade e talento. O que, no entender de Lipovetsky (1997), significa dizer que a partir de Worth surgiu a alta costura e ainda que:

A verdadeira originalidade de Worth, de que a moda atual continua herdeira, reside em que, pela primeira vez modelos inéditos e preparados com antecedência e mudados freqüentemente, são apresentados em salões de luxo aos clientes e executados após a escolha, em suas medidas. Foi também o primeiro *designer* de moda, pois mostrava às clientes croquis dos modelos feitos em aquarela. Revolução no processo de criação. Worth apresentava os modelos vestidos para mulheres jovens, os futuros *manequins*, denominados na época “sócias”. Sob a iniciativa de Worth a moda chega a era moderna (LIPOVETSKY1997, p.79),

Foi um estilista e criador de grande talento que possuía uma visão clara da época em que viveu, e deixou a marca de seu estilo no mundo da moda. Antes de Worth as mulheres criavam as suas próprias roupas, pois não havia tendências a seguir.

De acordo com Vicent-Ricard (1989, p.56), seu sucessor Poiret, liberou – enfim – o corpo feminino da armadura imposta no século XIX deformados por crinolinas⁹, armações e espartilhos¹⁰.

⁹ Crinolina é uma armação de barbatanas ou de arame, usada particularmente durante o século XIX para dar forma às amplas saias. Sua origem, na realidade, remonta ao século XVI. Caldas (1999, p.129).

¹⁰ Espartilho: “corset”. Um dos mais controversos aparelhos utilizados pela moda para dar forma ao corpo feminino. O espartilho existe desde a Antiguidade. Durante a Belle Epoque, seu uso foi violentamente atacado pelos médicos e acabou por ser abolido. No entanto, os criadores contemporâneos têm realizado várias releituras dessa peça. Caldas (1999, p.129). Costumava ser feito de pedaços de barbatanas de baleia inseridos como armação numa peça de tecido. Era amarrado com firmeza na frente ou atrás da cintura. O’hara (1996, p.111-112).

O estilista Paul Poiret (1879-1944), inovou no mundo da moda, com suas cores ousadas e modelagem simples nas linhas exóticas de suas criações, seu interesse era nos tecidos e nas silhuetas.

Conforme Caldas (1999, p.61), Poiret reintroduziu as cores fortes na moda, teve importância na definição do papel de costureiro, e é contemporânea sua concepção de marca de moda cuja criação não se limita à roupa, estendendo-se aos perfumes, acessórios e objetos de decoração. Poiret soube olhar para o seu redor, soube perceber a sua época.

Estudos sobre Poiret mostram, que foi ele que tornou a moda mais casual, com modelos de vestidos mais simples, tornando o movimento mais livre.

Poiret era empregado da Maison Doucet como desenhista, antes de ir trabalhar com Worth. Sua preocupação constante era em levar as artes aplicadas por meio de uma criação rica e bastante viva, ninguém depois dele conseguiu criar um universo total que fosse identificado por um mesmo nome e coordenado por uma mesma sensibilidade – nem mesmo aqueles que anos mais tarde o tomaram como exemplo. Essa prefiguração visionária das múltiplas diversificações às quais se aplica hoje a maioria das grandes marcas foi alcançada por Poiret em suas coleções numa total ruptura com a visão de seus predecessores (BAUDOT 2000, p.40).

Os seus ensinamentos são seguidos pelos criadores de moda até hoje. Estas múltiplas diversificações de que se utiliza a moda, é um dos grandes legados. Segundo Vicent-Ricard (1989, p.120), “a roupa cumpre uma dupla função: é não só um tecido em funcionamento, mas também um material estético”. Para a autora, estética e novas tecnologias para o estilista Girbaud, que utilizam tecidos duplos e algodão amarrotado. Para os grandes criadores como Castelbajac, que produziram variações em capas, mediante efeitos de diferentes densidades, e em patchworks¹¹, mediante colorações insólitas nos clássicos “príncipe-de-gales”: amarelo vivo e verde-garrafa. Misturas explosivas de flanelas e estamparias tipo pantera. E por fim, os japoneses como Yamamoto, que lacera seus tecidos com arte e genialidade.

¹¹ Patchwork, é um trabalho artesanal que consiste em unir pequenos retalhos de tecidos diferentes. O'hara (1996).

Para Kasznar e Dwyer (2001, p.103), durante o processo de criação, os profissionais de desenho e estilistas de moda, dependem de seus suportes, de seus referenciais. Levando-se em conta aspectos artísticos e sociais, preocupando-se também com as tendências e aos avanços técnicos, uma vez que, a cada estação, ocorrem mudanças no que se refere a cores, e aperfeiçoamento de tecidos e produção. Desta forma após concluir a pesquisa (visitas em feiras, viagens, literatura, desfiles nacionais e internacionais, revistas, jornais e principalmente ser perceptivo para captar o que está no ar, nas ruas), o desenhista coloca suas idéias no papel, produzindo novos croquis a cada estação.

A moda é esse contínuo processo de mudanças e se conduzindo pela arte própria da linguagem inconsciente extrínseca do corpo, cria condições para que haja um processo de novos valores, de uma manifestação clara e consciente de sua intimidade.

Marie Rucki (2002), ao comentar sobre moda e linguagem do corpo diz:

Naturalmente. Sem esforço algum. E sempre foi assim. A moda no fundo é a mesma situação: uma expressão de uma época estimulada pelas mesmas coisas. O que muda é apenas o objeto em si. No *design*, o ambiente é o contexto. Na roupa, o corpo. Os dois são arte decorativa, uma expressão artística em constante movimento. No Ocidente, tudo muda o tempo todo. Como a moda e o *design* são bens de consumo, eles são obrigados a se renovar e as influências dessas mudanças são basicamente as mesmas.(GAZETA MERCANTIL. Fev/2002)

Neste sentido, a moda só é arte à proporção que supera o comum, que cria, que muda. Na criação, nada nunca é igual ou estático. Por isso, para Ostrower (1990, p.252), “criar, significa poder compreender e integrar o compreendido em novo nível de consciência. Significa poder condensar o novo entendimento em termos de linguagem. Significa introduzir novas ordenações e formas expressivas”. Sendo assim, criar, para os desenhistas de moda, é um processo de transformação de idéias em formas. Na criação, dar formas é algo integrado na busca intencional de alcançar objetivos, transformar o invisível no visível na busca de novas realidades.

Conforme Rech (2002, p. 70), para se criar moda, deve-se considerar três pontos importantes: O primeiro é o objeto de inspiração. Sem ponto de partida, uma idéia, um

estímulo, o estilista não terá condições de desenhar e configurar nenhuma coleção. O segundo é a contemporaneidade da forma – a atualidade é o principal aspecto a ser considerado no produto de criação de moda. Com habilidade, deve codificar, transformar e tornar contemporâneo a forma e estilos que marcaram época da história da moda. O terceiro ponto é a adequação do produto. A origem étnica e costumes determinam e influenciam diretamente na escolha da cor e do estilo.

Para a *designer* Branzi (1995, p.63), “a criatividade, não reside nos produtos acabados, mas no ato de fazê-los, de criá-los. Não no resultado, mas no processo”. Não se deve considerar a criatividade como um dom, mas sim como uma qualidade humana que se adquire com educação e que aperfeiçoável como tantas outras.

O potencial criativo está presente em todos os seres humanos, seguindo-se conforme Mirshawka (1992, p.129-202), alguns princípios tais como: Primeiro, conhecimento de si mesmo, consciência dos objetivos, interesses, habilidades, limitações e também estímulos que excitem a imaginação. O acaso só favorece a mente preparada. Segundo, confiança em si e na sua obra, confiança não é apenas segurança, como também entusiasmo, amor e prazer. Terceiro, percepção. Tudo o que conhecemos no mundo é o que nossas percepções nos dizem. A atenção e observação são imprescindíveis para desenvolvermos a criatividade. Quarto, métodos e disciplina. Deixando de lado a mitologia e o romantismo, a disciplina no trabalho é o melhor meio para suscitar a inspiração. A criatividade necessita ser trabalhada através de uma liberação individual internamente unida ao processo de raciocínio intuitivo.

A ação e a produção criativa são fundamentais na vida e no desenvolvimento criativo do designer de moda, pois conforme Ostrower (1991, p.31), “elabora seu potencial criador através do trabalho”. É uma experiência vital. A criação se desdobra no trabalho porquanto este traz em si a necessidade que gera as possíveis soluções criativas. Todo o profissional sente a necessidade de expressar-se através de suas produções. Em entrevista concedida à jornalista Corazza (2001), Irá Salles conta como foi seu processo criativo de produzir bolsas com diferentes técnicas e materiais diversificados:

Prefiro chamar de “enfeites de mãos”. Desde pequena sempre fui muito criativa, ficava horas inventando coisas, minha mãe enlouquecia...Minha avó

sempre fez trabalhos manuais, e eu adoro. Tudo começou, na verdade, com uma bolsa de crochê feita para mim mesma, e minhas amigas queriam uma igual. Atualmente outros modelos, com outros materiais foram parar numa exposição no Museu de Arte Contemporânea de Nova York. Percebi que as coisas são mais simples que pensamos. Desenho, corto e modelo minhas bolsas, e comercializo. Tenho os meios ideais para isso (TEXTILIA PRESS 2002, p.8).

Tal expressão criadora é resultante da interação entre o criador de moda e seu meio ambiente, proporcionado através de experiências individuais, perceptivas e sensoriais. Entretanto a expressão de criatividade só se dá em um ambiente rico que suscite experiências significativas e permita a necessária liberação de ação.

A experiência criadora é resultado da integração entre o ser e seu meio ambiente. Mirshawka (1992, p.280) afirma que “essa relação entre criar e experimentar que vai nos dar a possibilidade de sermos nós mesmos, e também a medida de nossas possibilidades de ação no mundo”. Exemplifica-se com a reportagem da jornalista Clô Orozco (2003), que discorre sobre o processo de criação de Maria Cândida, que era proprietária da marca de roupa Maria Bonita.

Ela nunca teve a preocupação com a tendência, essa camisa-de-força. Claro que se você fosse muito antenado ia perceber, aqui e ali, o que se chama tendência. Mas era uma tradução Maria Bonita, uma reinterpretação. Ah, o processo de criação de Maria Cândida! Ela partia de um pintor pelo qual se apaixonava, como Rauschenberg ou Vergará, ou um quadro visto numa exposição, ou uma imagem, um livro pelo qual se apaixonava, as cores e sabores da culinária, a música de um concerto. Criar era uma viagem cheia de informações. Tudo influa, tudo indicava um caminho. Ela não gostava de cores fortes, ainda que, nos últimos tempos, estivesse incluindo cores. Talvez porque a cor acabe cansando. Lembro-me que ela costumava dizer que num país tropical como o nosso, já temos cores demais na natureza, um céu azul, uma fauna e flora exuberantes. Assim não precisava cor nas roupas. Dessa maneira ela preferia cores suaves, digamos cândidos (OROZCO 2003, p 43).

Várias são as habilidades que contribuem para o processo criativo. Especialmente o valor da imaginação é algo inquestionável.

a imaginação criadora, é que inventa ou cria o novo nas artes, nas ciências, nas técnicas. Aqui se combinam elementos afetivos, intelectuais e culturais que preparam as condições para que algo novo seja criado e que só existia, primeiro, como imagem prospectiva ou como uma possibilidade aberta. A imaginação criadora pede auxílio à percepção, à memória, às idéias existentes, à imaginação reprodutora (que toma suas imagens da percepção

e da memória), para cumprir-se como criação ou invenção (CHAUÍ 1997, p.135).

Já Ostrower (1991, p.9) refere-se a ele como sendo “uma síntese de múltiplos processos de relacionar-ordenar-significar”. Segundo a autora, esta busca de relacionamento, ordenação e significação dos mais diversos elementos constitui a profunda motivação humana para criar. O desenhista de moda necessita desta busca de relacionamentos e processos para concretizar a sua arte de desenhar e criar moda para vestir o corpo de maneira expressiva e única.

O *designer* Wollner (2000), relata como funciona o processo criativo: Primeiro, que em qualquer atividade a criatividade não é um processo mecanicista nem aleatório. Segundo, criatividade é consequência de uma necessidade existente. Começa com a preparação de dados coletados por informações que lhe são dadas, confrontadas ao existente (elementos e materiais) que, agregadas a sua percepção e a sua compreensão, irá provocar o seu inconsciente, a sua sensibilidade intuitiva a entrar num processo de incubação, levando o tempo necessário para que sua percepção e sua inteligência tenham o *insight* (elementos espirituais), onde então se manifesta a criação. Conseqüentemente, através do processo tecnológico (linguagem, por meios visuais, gráficos ou eletrônicos), comunica-se o novo significado. Para May (1975), criatividade é realização.

São os artistas que alargam as fronteiras da consciência humana. Sua criatividade é a manifestação básica de um homem realizando o seu eu no mundo. A criatividade está no trabalho do cientista, do pensador, como no do artista, sem esquecer os capitães da tecnologia moderna. A criatividade é basicamente o processo de fazer, de dar a vida (MAY, 1975, p. 38).

Segundo Müller (2000, p.16-17), criatividade na moda é estar receptivo as artes. O vocabulário da moda se apropria da linguagem da arte; fala-se de “conceitos”, de “*happenings*”, de instalações. As colaborações entre arte e moda se multiplicam: Leroy, Helmut Lang, Yves Sant Laurent¹², Dior, Gotscho e vários outros estilistas famosos. Exposições invadem museus e galerias de arte, substituindo os desfiles.

¹² Yves Saint-Laurent, de 65 anos, contratado por Christian Dior aos 17 anos, assumiu a marca aos 21, abriu sua própria *Maison* aos 25 protagonizando várias revoluções estilísticas. Colocou nas passarelas as primeiras modelos negras como Naomi Campbell, impôs o exotismo na alta costura e ousou ao

Grandes exposições em Nova York, Paris, Bruxelas e Londres atestam esse encontro improvável entre a arte e a moda. No Brasil vivenciou-se esse encontro no prédio de Oscar Niemeyer, a Bienal de São Paulo, suas rampas foram passarelas de desfiles transformando-se em centro da moda, durante o São Paulo Fashion Week 2001/2002/2003.

Dos movimentos das artes futuristas e construtivistas, precursores da roupa funcional ao *prêt-à-porte*¹³, dinamizado pela arte, esse encontro entre arte e moda é revelador da evolução desses ofícios e do seu futuro no seio da sociedade da imagem. De acordo com Müller (2000, p.4-5), muitos artistas no séc XX abordam o vestuário em profundidade, numa reflexão teórica e técnica. A noção de obra e arte total favorece a reaproximação entre a arte e a vida, a criação e a modernidade científica.

Para a jornalista Cynthia Garcia (2003), a artista plástica Laura Lima pode ser citada como exemplo, pois em sua exposição na Bienal, mostra em suas performances que o tecido/roupa é um importante elemento de ligação entre as partes (corpo) e o todo. Uma atuação que pode, claramente, se tornar visível na ação coletiva proposta pelo uso do Uniforme-desenho, uma provocação a todos em participar e produzir roupas de ação, permanente e adaptável: um discurso de subversão de modelo/padrão pela noção do indivíduo. Busca de caminhos comuns, busca de uma relação simbiótica entre os elementos plásticos e o uso, ou o objeto concebido para ser usado, o vestido para transformar-se não apenas em uma segunda pele, mas para transformar quem o veste em um indivíduo singular, destacado da multidão com a qual se identifica são elementos possíveis para uma leitura da relação arte-moda.

apresentar mulheres com seios nus, cobertos apenas por uma renda fina e transparente, considerado um dos monstros sagrados da alta costura, anunciou sua saída após 40 anos de atividade. Entronizado no panteão dos clássicos, com perfil que se encaixa à perfeição no estereótipo do costureiro que vive no etéreo mundo das sedas e rendas, Yves Saint-Laurent, foi um obstinado do desenho da moda, chegando a produzir mil desenhos em 15 dias. Suas grandes referências pessoais foram Balenciaga e Coco Chanel.

¹³ *Prêt-à-porter* uma expressão francesa para *ready-to-wear*. Indica roupa comprada pronta, criada no início dos anos 50. O'hara (1996).

Em relação a arte, De Carli (2002, p.62), cita como exemplo o pintor austríaco Gustav Klimt, como tendo uma grande ligação com a moda; “além de desenhar um incontável número de padrões para tecidos, desenvolveu modelos de vestidos e jóias, como produto de sua criatividade”. Klimt era um *designer* e considerava que qualquer criação aplicada à roupa, jóias, objetos, móveis, tapetes, cutelaria tinha o caráter de cultura do cotidiano, da vida, e definitivamente tinha o direito de por si só, ser considerada uma forma de arte, uma arte aplicada.

Influência das artes na moda também constatada por Baudot (2000, p. 194), com Yves Saint Laurent que soube conceber uma linguagem na moda. Criador, em 1965 presta uma homenagem ao pintor Mondrian, adaptando o princípio de seus quadros abstratos a vestidos de linha reta de jérsei. Questionado sobre como criava seus maravilhosos vestidos respondeu: Ponho minhas idéias no papel, desenho muito, se necessário retoco tudo novamente. Referindo-se a criações de moda e arte, Lipovestsky (1989), diz:

O fosso entre a criação de moda e da arte não cessa de reduzir-se: enquanto os artistas não conseguem mais provocar escândalos, os desfiles de moda se pretendem cada vez mais criativos, há doravante tanto de inovações e surpresas na *fashion* quanto nas belas artes, a era democrática conseguiu dissolver a divisão hierárquica das artes, sujeitando-as igualmente à ordem da moda. Por toda a parte, o excesso em originalidade, o espetacular, o *marketing* levantaram a palma (LIPOVESTSKY 1989, p.172).

Esta experiência pela qual passa o profissional de moda, cria o diferencial, no dinamismo das novas cores, na ousadia dos bordados e estampas, na redescoberta dos materiais rústicos, no uso de fibras naturais misturadas às artificiais e sintéticas, nos cortes simples e elegantes das roupas, isto é que poderá torná-lo um estilista reconhecido por sua capacidade e inovação.

inovar significa, como ao próprio nome sugere, introduzir novidade, concebendo-se a inovação organizacional com processo de introduzir, adotar e inovar e criar. Implantar uma nova idéia, em resposta a um problema, transformando em algo concreto. Criatividade e inovação são domínios muito próximos. Ambos os conceitos estão internamente relacionados e têm sido usados às vezes como sinônimos. A criatividade, entretanto, pode ser considerada como componente conceptual da inovação, ao passo que a inovação englobaria a concretização e aplicação das novas idéias (SORIANO 1996, p.14-15).

Sendo assim, a experiência e a inovação podem fazer com que o designer de moda, torne-se mais consciente de seu potencial criador, das belezas que o cercam e de como poderá utilizá-las em suas criações dando o equilíbrio necessário para valorização de sua coleção. Conforme Munari (1998, p.127), “o verdadeiro *designer* é aquele que inventa uma nova maneira para resolver seus problemas com maior simplicidade, sem esquecer a estética que daí pode resultar”. Corroborando com Soriano (1996), e Munari (1998), Quintás (1992), descreve a essência de um ato criativo, e do êxtase produzido ao contemplá-lo:

Assim que há criação, em qualquer grau que seja, estamos no domínio do ser. (...) Mas é igualmente certo o contrário, quer dizer, não tem sentido usar a palavra ‘ser’ a não ser quando nos encontramos diante de uma criação, numa ou noutra forma. “Em meu próprio caso, se tive alguma experiência de existir, foi na medida em que tive a sorte ou de criar no sentido exato da palavra, ou de participar de uma ordem que na realidade a do amor e da admiração, dentro da qual pode ser descrito o ato criador” (QUINTÁS 1992, p.262).

A busca desse equilíbrio e da essência criadora se faz necessário para que o designer de moda se desenvolva e produza de maneira criativa e inovadora. Conforme Predebon (1998, p.64-65), “a criatividade é a capacidade de permanecer aberto ao mundo”. É um reencontro do ser com o mundo que o cerca, pessoas abertas para o mundo que as rodeia, para o autor são as que apresentam algumas características como flexibilidade: características de pessoas que não adotam posições definidas revêm posições e valores. Articulação: alto grau de conciliação e participação no ambiente. Comunicabilidade: extrovertidos estabelecem fácil comunicação com o mundo, transmitem e recebem mais que a média. Inquietude: questionadores e prospectivas.

Complementa-se com o pensamento de Ostrower (1990, p.23), que diz que conhecimento, imaginação e intuição, talento – e uma palavra, criatividade – são o que se considera precioso. A importância da criatividade é visto na própria evolução da moda. A criatividade se nutre da ambigüidade, improvisação e cumplicidade. Portanto, nenhum outro setor, nenhuma outra atividade exige tanta criatividade como na indústria da moda.

2.1.4: Percepção: Para o designer uma via de descoberta do mundo.

No prefácio de seu livro *Fenomenologia da Percepção*, Merleau-Ponty¹⁴ (1996, p.1), mostra que a fenomenologia é uma filosofia que reconstitui a essência na existência. Pode-se compreender o homem e o mundo somente a partir de sua “facticidade”, ou seja, partindo-se de tudo o que pode ser realizável. Ao mencionar esta facticidade, o citado autor transfere à fenomenologia do plano da consciência e das essências, para o plano da existência do ser, que ao sentir-se e perceber-se no mundo, toma consciência de si neste mundo. A experiência de percepção do “corpo”, para o filósofo, é extensiva à experiência de percepção do mundo.

“O mundo não é aquilo que eu penso, mas aquilo que eu vivo; eu estou aberto ao mundo, comunico-me indubitavelmente com ele, mas não o possuo, ele é inesgotável” (MERLEAU-PONTY, 1996, p.14).

O que o autor quer alertar é que o conhecimento humano não se processa somente pela via da inteligibilidade, bem como esta inteligibilidade não subsiste sem o corpo, ou seja, o corpo e a mente fazem parte simultaneamente do processo de conhecimento. Somos o composto de alma e corpo. Este entendimento do nosso corpo que pensa e sente, bem como a maneira como se movimenta e se relaciona com o mundo, a percepção real e a lógica vivida, são experiências perceptivas, segundo Silva e Loreto (1995, p.51), “são fenômenos com os quais instaura-se nosso acesso ao mundo”.

A partir de um estudo fenomenológico tem-se que o desenvolvimento da percepção é inerente ao ser, é uma busca individual. Este posicionamento de que cada indivíduo vê o mundo do seu próprio modo, e transcreve essa visão para suas realizações artísticas, partindo de sua visão e de suas experiências, é importante para os desenhista de moda, pois como diz Müller (2000, p.4), é certo que a roupa é – ou deverá ser - expressão de uma evolução de costumes, do contexto social, do estilo de

¹⁴ Maurice Merleau-Ponty (1908-1961), fenomenólogo francês, autor de diversas obras entre as quais *Fenomenologia da Percepção*, *O Visível e o Invisível* e *O Olho e o Espírito*.

vida, em um consciente fenomenológico muito mais amplo e complexo do que aquele específico do vestuário.

A percepção não é uma ciência do mundo, um ato, uma posição deliberada, mas é o fundo sobre o qual todos os atos se destacam e ela é pressuposta por eles. com Merleau-Ponty (1996, p.6), “o mundo é o meio natural, é o âmbito de todos os nossos pensamentos e de todas as nossas percepções explícitas. O homem está no mundo, é no mundo que ele se conhece”.

Para o desenhista e neste caso específico o de moda, este perceber, memorizar e imaginar as coisas naturais é imprescindível, pois de acordo com o que diz Gomes (2000, p.4), “ele apreende as possibilidades sobre a forma dos objetos, e sobre a sua feitura”, base para a realização do produto moda e para alcançar seu estágio de maturidade.

Quintás (1992, p.148), “afirma que, para se encontrar, no sentido rigoroso, o homem deve entrar em jogo com as realidades, que são campos de interação e possibilidades de livre jogo expressivo”. Isto significa entrar em jogo, assumir valores, possibilidades de agir com pleno sentido.

A mistura de âmbitos constitui a raiz da forma mais alta de criatividade humana, a que leva a personalidade do homem à plenitude. A personalidade humana se desenvolve se funde e se configura através da fundação incessante de âmbitos diversos (povos, linguagens, cidades, paisagens, sons etc..), que se articulam e se potenciam mutuamente para formar o tecido do mundo, o mundo de cada um, a trama de suas experiências, seus campos energéticos e operacionais. Por isso a autêntico meio ambiente do homem não está formado por objetos justapostos, mas por âmbitos integrados. (QUINTÁS, p. 13).

Daí a importância da integração do desenhista de moda com o mundo, pois possibilita a visualização de novas formas e linguagens das quais ele necessita como criador de moda. Nesse sentido, de acordo com o pensamento de Quintás (1992, p.130-150), “tem-se que realmente sentir de maneira plena as realidades perceptivas sendo necessário entrar em relação de presença, ir de encontro com o real”. Esse encontro com a realidade se dá através da participação criadora nas realidades

circundantes. Todo o homem é um “ser de encontro”. Através das realidades de seu meio ambiente, ele se constitui, se desenvolve e se aperfeiçoa. O homem é um ser aberto, dotado de poder de iniciativa, de assumir possibilidades e realizá-las.

Neste sentido Marie Rucki (2002), é convincente ao afirmar que há tendências gerais, mas o interesse maior é as expressões pessoais.”A criação depende de cada um. É a personalidade impressa no trabalho que dá o diferencial”. A moda é complexa e difícil, é um aprendizado contínuo. Um estilista nasce após anos acumulando erros e acertos. Só assim começa a criar uma estética. Um bom início não significa um talento confirmado. Conforme a autora “é imprescindível para um criador de moda estimular a capacidade de olhar à sua volta, e observar, especialmente, o comportamento das pessoas”.

Assim, a percepção é essencialmente uma experiência. É reaprender a ver o mundo. Para Merleau-Ponty (1994, p.24), “trata-se da própria definição do fenômeno perceptivo, daquilo sem o que um fenômeno não pode ser chamado de percepção”. A descoberta perceptiva é o que torna os seres sensíveis capazes de criar formas expressivas, originais e personalizadas.

Vicent-Ricard (1989), mostra através do trabalho de jovens criadores a importância da percepção na criação individual

Na fragmentação dos valores da moda – reação de tantos talentos jovens e criativos à fragmentação dos desejos de cada pessoa – o poder de criação individual se torna uma realidade ao alcance de todos. Voltam à moda os cursos de corte, na ótica fácil e sedutora do “prazer de costurar”. As revistas de grande circulação voltam a falar em “mestres-artesões”. Mas o fato de o público ter voltado a apropriar-se da criação se evidencia principalmente em uma tendência natural das gerações mais novas, que recondicionam, elas mesmas, roupas que trocam com os amigos, fazem suas próprias criações, remodelando com talento coisas banais. Dentro deste espírito de criação marginal e personalizada, os jovens percebem a importância da volta ao quarto de costura, empenhados em manter seu caráter individual (VICENT-RICARD 1989, p.136).

Se transportar este pensamento para o designer de moda verifica-se que não cabe a este profissional ficar exclusivamente restrito ao seu campo, mas absorver conhecimentos do campo da história, da política e da filosofia, das religiões, das etnias e das artes, pois em todos os campos estão as fontes a fim de que ele jogue com sua

criatividade. Müller (2000, p.4-5), ao discorrer sobre o assunto moda e suas afinidades com outras áreas diz:

As afinidades observadas visualmente correspondem a atitudes bem diferenciadas: repensar a vida por meio do vestuário, rever o sistema da moda, criar sinergias arte-moda para imprimir alma na indústria, enfim, empregar o vestuário como suporte da expressão artística. As novas atitudes transformam o status da arte e da moda. O vestuário, uma verdadeira carteira de identidade social, fora do seu contexto cotidiano é tudo menos anódino ou inocente. Segundo as épocas e seu intérprete – artista ou estilista -, será tanto expressão de uma ideologia quanto à crítica de uma sociedade ou o reflexo de uma confusão de gêneros. Cabe antes aos estilistas imaginar o homem novo deslocando-se agora no espaço. Mas os artistas se apropriam do vestuário como o prolongamento em três dimensões de suas pesquisas e para integrá-lo em sua visão da sociedade contemporânea. Existe uma moda que faz “arte” e uma arte que faz “moda” (MÜLLER 2000, p.4-5),

É necessário então, que se seja perceptivo, que se treine o olhar para ver o mundo visível com intensidade. Olhar e ver, desta forma é possível transformar para criar algo novo. Ao falar sobre a integração de moda, com outros campos de conhecimento, para a jornalista Deweik (2001), Tufi Duek, estilista da grife Fórum, inovou ao unir moda, arte e arquitetura como sinônimos em sua loja, onde tecido e matéria, modelagem e forma, volume e perspectiva; a construção de moda de Tufi parece estar transposta para o espaço idealizado pelo arquiteto. O local não é apenas invólucro de roupas, mas a tradução do conceito da grife: uma brasilidade contemporânea, sem os estereótipos folclóricos. Depois acrescenta:

Cada pedaço de concreto remete à criação da grife, cuja marca registrada é a sensualidade sem exagero e a inspiração da cultura brasileira nos tapetes, retalhos que lembram nossa riqueza artesanal. As associações não param por aí e o diálogo moda/arquitetura está em todos os lugares. Uma cava, um decote ou um canto está lá para seduzir e para desempenhar um papel prático: mostrar, mostrar o corpo, mostrar o espaço. “Conseguimos casar moda e arquitetura com grandiosidade sem exuberância”, afirma o estilista “tudo isso através da beleza sincera ou do desenho com linhas puras”.(O ESTADO DE SÃO PAULO, set/2002)

A moda como o corpo, são forma e conteúdo, e essas afinidades e associações com outras áreas são essenciais como fonte de criação. Artistas e estilistas partilham

e comunicam essas visões em suas produções e criações do vestuário. Valorizam-se as sensações, sentimentos e inspirações como forma de conhecimento. O homem movimenta-se dentro de seus projetos de vida, de olhares, de escolhas e interesses.

Comecei dizendo que sempre desejei considerar o vestuário como arte, e não como símbolo de alguma outra coisa, ou costume social relacionado apenas com outros costumes sociais. Apenas examinando a história do vestuário como uma parte da história da arte, e aquela como uma arte com história, podemos explicar a aparência real das roupas e considerar tudo o que as torna tão poderosas. As tradições da arte sem artistas conhecidos são particularmente relevantes para a história das roupas – a arquitetura maia, os mosaicos bizantinos –, para observar como a vida da forma pode ser considerada com sua própria maneira de expressar-se. Na descoberta do fenômeno do vestuário pode-se fazer uma grande quantidade de trabalho estético e emocional que vai além dos fatos políticos e sociais (HOLLANDER 1996, p. 241).

O presente da moda é apreciado, preenchido com a arte da máquina e a avanço da tecnologia em fios, tecidos e acabamentos. Os designers de moda, os estilistas e a tecnologia têxtil passam a investir cada vez mais nesse mercado que cresce ano após ano. Conforme Kasznar e Dwyer (2001, p.57), “no que se refere à moda, quando se pensa no passado, nos lembramos das fibras naturais, tecidas à mão, e das eternas silhuetas. O seu futuro carrega a chave da inovação, conveniências modernas e a criatividade inesperada”

E como resultado, segundo Baudot (200, p.372), “vê-se instalado no Louvre, o Museu da Moda e do Tecido uma coleção de trajes contemporâneos com modelos assinados por jovens estilistas do mundo inteiro. Em todos os vestidos, percebe-se a preocupação de estar sempre renovando o mundo da moda”. Estes jovens inovaram nos cortes, elaboram estruturas diferentes aproveitando materiais novos e se apropriam de maneira muito pessoal, de alguns modelos clássicos que marcaram a história da moda.

Essas descobertas do mundo é que determinam preferências e afinidades com determinadas fibras que inspiram diferentes estruturas dos tecidos, criando possibilidades na mistura dos materiais e texturas, bem como suas diferentes combinações com as infinitas gamas de cores, formas e objetos, e com determinadas peças de vestuário. Está-se diante de múltiplas possibilidades quando se exercita

continuamente a visão, ou seja, a maneira de ver e observar. Só se encontra quando se busca, portanto, só se aprende vendo por si mesmo.

É importante frisar que os caminhos da percepção são projetos singulares, trilhados e construídos por indivíduos que caminham dentro de seus projetos. Assim, deve-se se instrumentalizar para que a percepção se torne atenta para suas possibilidades, mas nunca estabelecer regras para ela, pois ela faz parte do mundo individualizado de cada ser.

Para que aconteça o fenômeno do perceber, deve haver uma troca, um diálogo, uma profunda reflexão, entre o sujeito e o objeto percebido. Ostrower (1991, p.57), “sugere que o perceber acontece quando há interação, quando há um elo de ligação entre o pensar, o sentir e ver, apreendendo o mundo externo juntamente com o mundo interno”. A autora alerta que para ser inovador o homem, e aqui, o desenhista de moda, precisa estabelecer relações com os múltiplos *eventos* que são os acontecimentos, as descobertas e as novidades que se revelam e que ocorrem ao redor e no seu interior.

Assim, pode-se dizer que dessa forma o desenhista de moda poderá criar algo significativo, integrando necessidades tecnológicas, sociais e culturais, com a beleza das formas e das cores, com competência inovadora e criativa. Desta forma, observa-se que as relações com o mundo em volta implicam em escolhas e na visão do desenhista de moda. A percepção pode estar consciente para esta busca, o que significa que se pode trabalhar nossa percepção.

Neste sentido para Hollander (1996), percepção na moda é feita da seguinte maneira:

A percepção primeiramente é pela superfície, e consiste nas respostas subjetivas que temos para o que está lá fora neste exato momento, o que está na mídia, o que vestimos e o que nosso círculo imediato veste, o que as pessoas nas ruas usam. Para responder a esta maneira, tendemos a ler os símbolos em uso no momento, presta-nos a acordos imediatos em comum, e reagimos como devemos – gostamos, desgostamos, parece suburbano, parece étnico, desprezamos, adoramos, parece nostálgico. Assim, para considerar a moda diretamente, temos de perceber apenas o seu significado atual para saber como responder de modo apropriado; e para ler os símbolos muitas vezes temos de ser temporariamente cegos para a forma (HOLLANDER. 1996, p. 239).

Mas conforme a autora não somos cegos. Nós percebemos a forma e ela nos afeta por si mesma, falando diretamente à nossa memória inconsciente e à nossa fantasia exatamente do modo como as cores o fazem, atraindo-nos ou nos repelindo como as formas na arte o fazem, seja qual for o estilo ou o tema; ou talvez deixando-nos frios, do modo como a arte também pode fazer.

As múltiplas possibilidades dos desenhistas de moda não estão apenas na busca da forma, ou de questões formais inovadoras, mas nas problemáticas ligadas às questões éticas e políticas, nas questões de identidade cultural e profissional.

Com o desenvolvimento da sensibilidade, da percepção, o desenhador de moda capta e interpreta a natureza através do seu olhar consciente, conhecendo suas belezas, enriquecendo-se interiormente, utilizando toda sua potencialidade criadora e perceptiva para transformar produtivamente suas criações. É através desta postura que o desenhista de moda poderá estar sempre atualizado buscando as inovações e construindo seu mundo. Merleau-Ponty (1994), ao chamar atenção para o ato de perceber nos convida:

a perceber o mundo na singularidade de seres no mundo, construindo-o dentro de projetos, fazendo experiências sempre novas e singulares. A capacidade de ver está adormecida, não se vem ao mundo para fazer com ele uma experiência singular, acostuma-se a receber o mundo pronto, através de conceitos ou pensamentos pré-estabelecidos. Tudo o que se observa está ao alcance, ao alcance do olhar. O ser move-se entre formas. Vê-se o visível, vê-se o material da coisa, com os sentidos e com a razão. O modo como alguma coisa impressionou e ficou gravada na memória são sensações que devem ser valorizadas como forma de conhecimento (MERLEAU-PONTY, p.105).

Complementa-se com as palavras de Chauí (1997, p.129), que diz que “as sensações que nos dão as qualidades exteriores e interiores dos objetos e os efeitos dessas qualidades sobre nós. Desta maneira influenciam na construção do mundo profissional e individual”.

Assim, portanto, o mundo não é aquilo que se pensa, mas aquilo que se vive, ele é inesgotável, não se pode tê-lo, por isso não se pode instituir para ele verdades absolutas. Para os profissionais de desenho de moda preocupados em revelar as possibilidades múltiplas do mundo, é importante não estar preso a verdades pré-

estabelecidas, dogmáticas, absolutizadas, mas desvelar sempre uma nova possibilidade dentro do seu contexto no mundo. Para se perceber, é preciso vivenciar, experienciar.

Para Ostrower (1991, p.12), “a percepção é a elaboração mental das sensações”. Segundo a autora, a criação se articula principalmente através da sensibilidade. Através da sensibilidade também se produz o conhecimento resultado da profunda integração entre o ser e o que se contempla, e que passa a fazer parte de existência, e toca no mais íntimo do ser, modificando-se e mostrando-se enquanto preciosidade para a vida.

Segundo Hollander (1996, p.242), a moda reivindicou seu lugar em um mundo óptico e mutável, novo, onde nenhuma visão de qualquer coisa é reconhecida como a única verdadeira. Em certo sentido, a moda simplesmente “revelou-se”, mostrando agora que sempre esteve engajada neste trabalho; e, em razão da mudança na consciência geral, a moda tornou-se mais importante e considerável como fenômeno. Ela já não passa sem chamar muita a atenção, como algo convencionalmente superficial e sem seriedade, e, portanto não importante. Agora ela é reconhecida como muito importante por esta mesma razão.

Ainda conforme a autora, a responsabilidade que isto coloca para as pessoas com uma compreensão limitada sobre a utilização do olhar e das sensações continua criando problemas para a moda; e isto confirma ainda mais a sua importância. Vivemos num mundo de projeções visíveis, e nele somos todos projeções visíveis. Gostemos ou não, todos nós temos aparência e somos responsáveis por ela.

2.1.5 – GESTALT

Aqui não se pretende analisar, nem confrontar as fundamentações teóricas da *Gestalt*, mas identificar seus princípios ou leis, e suas contribuições que possibilitam desenvolver criticamente, e conscientemente o potencial criativo e perceptivo no desenhista de moda, no que se refere ao desenho de moda. O desenho de moda está

relacionado ao exercício da busca do estilo. É através do desenho¹⁵ que o desenhista exercita sua percepção criativa. O estudo da forma (*Gestalt*) parece contribuir significativamente desde que prima pela busca da totalidade, da unidade da percepção.

Para Ostrower (1990, p.29), “a palavra alemã *gestalt* é um termo nobre, significando: forma¹⁶, figura, estrutura, configuração. No campo perceptivo, a percepção tende ao equilíbrio”. Para Pedrosa (1996, p.115), “Boa Formas” como: “o quadrado, o círculo e o triângulo equilátero são formas privilegiadas: regulares, simples, simétricas, claras e harmoniosas. A forma privilegiada se impõe aos nossos sentidos”. A simetria é aí, a medida padrão.

Gestalt é uma Escola de Psicologia Experimental. Considera-se que Von Ehrenfels, filósofo vienense de fins do século XIX, foi o precursor da psicologia da Gestalt. Mais tarde, por volta de 1910, teve seu início mais efetivo por meio de três psicólogos: Max Wertheimer (1880/1943), Wolfgang Köhler (1887/1967), e Kurt Koffka (1889/1941).

O movimento *gestaltista* atuou principalmente no campo da teoria da forma, com contribuição relevante aos estudos da percepção, linguagem, inteligência, aprendizagem, memória, motivação. Através de numerosos estudos e pesquisas experimentais, os *gestaltistas* formularam suas teorias acerca dos campos mencionados e extraídos de rigorosas experimentações.

Conforme Schultz (1975, p.290, 380), a fórmula fundamental da teoria da *Gestalt* poderia expressar-se da seguinte maneira: existem totalidades, cujo comportamento não é determinado pelo de seus elementos individuais, mas em que os processos parciais são eles próprios determinados pela natureza do todo. A conclusão *gestaltistas* é de que a visão humana tem uma pré-disposição para reconhecer determinados padrões (princípios ou leis pelas quais uma pessoa organiza seu mundo perceptivo), afirmavam que, quando os elementos sensoriais se configuram, algo novo

¹⁵ **Desenho: Representações de formas sobre uma superfície , por meio de linhas, pontos e manchas, com o objetivo lúdico, artístico, científico ou técnico. A arte e técnica de representar com lápis, pincel, etc..., um tema real ou imaginário, expressando a forma e, geralmente, abandonando a cor. Gomes (Gomes, 2001).**

¹⁶ **A forma pode ser construída num único ponto (singular), ou, ainda, num volume (uma forma completa, contemplando todas as propriedades). Forma é o modo de ser feito, feitio, aparência configuração, disposição. A idéia da forma sempre abrange um princípio organizador, estruturador, uma ordenação que se torna manifesta. (Gomes 2001)**

se forma, ou seja, para eles *o todo é sempre mais do que a soma das partes* é a concentração na unidade da percepção. Nas palavras do autor:

Poderíamos terminar por aqui com uma fórmula como essa, pois a teoria da *Gestalt* não é nem mais nem menos do que isso. Ela não está interessada em decifrar questões filosóficas que uma tal fórmula poderia sugerir. A teoria de *Gestalt* tem a ver com a pesquisa concreta: não é apenas um *resultado final* mas um *expediente*, não só uma teoria sobre resultados mas um meio adequado para novas descobertas. Isto não constitui meramente a proposta de um ou mais problemas, mas uma tentativa para ver o que realmente está acontecendo na ciência. Este problema não pode ser resolvido enumerando possibilidades de sistematização, classificação e organização. Se o quisermos efetivamente atacar, devemos ser guiados pelo espírito do novo método e pela natureza concreta das próprias coisas que estamos estudando, e dispormo-nos a penetrar naquilo que é realmente dado pela natureza. (SCHULTZ, p. 290-380).

Com relação a este assunto Ostrower (1990), descreve os conceitos resumidos de uma então nova abordagem da psicologia de percepção, que veio a ser conhecida sob o nome de *Gestalt*, na seguinte frase:

O todo é mais do que a soma de suas partes. Devemos entender que, nesta definição, a palavra-chave não é o “*mais*” – não há nenhum ingrediente misterioso modificando o todo - e sim “*soma*”. Quer dizer: o todo nunca é apenas uma soma das partes, uma adição. O todo é a *integração de suas partes*. Através da *integração* em um conjunto, surge uma *nova totalidade* com *qualidades novas*. Tais qualidades são novas; ou seja, elas não correspondem simplesmente à conjugação de qualidades que existiam nos diversos componentes; além disto, estas qualidades novas são irreduzíveis a um estado anterior (OSTROWER 1990, p. 31).

As pesquisas gestaltistas deixaram claro “que com muita freqüência, as situações que enfrentamos têm suas próprias características que exigem que se as percebam apropriadamente” (ARNHEIM 1994). Que o ato de olhar o mundo provou exigir uma interação entre propriedades supridas pelo objeto e a natureza do sujeito que a observa.

Não se percebe nenhum objeto como único isolado. A visão é uma apreensão verdadeiramente criadora da realidade – imaginativa, inventiva, perspicaz e bela. Tornou-se evidente que as qualidades que dignificam o pensador e o indivíduo caracterizam todas as manifestações da mente. Toda a percepção é

também pensamento, todo o raciocínio é também intuição, toda a observação é também invenção (ARNHEIM 1994, p.3-4).

De acordo com Gomes Filho (2000, p.19), não se vê partes isoladas, mas *relações*¹⁷. Ver algo implica em determinar-lhe um lugar no todo, uma localização no espaço, uma posição na escala de tamanho, claridade ou distância. Conforme Ostrower (1990, p.30), isto ocorre quando se percebe de modo intuitivo, sem precisar refletir sobre cada lance da vista ou analisar intelectualmente a leitura dos diversos campos visuais, que se estabelecem, se dissolvem e se reformulam.

O fato de estabelecer-se intuitivamente os contextos, indica que de certo modo busca-se ordenações que façam sentido. Quer dizer: *ao percebermos, criamos os contextos significativos*. Esta percepção de determinados contextos é bastante significativa para profissionais de moda, que necessitam destas experiências e ordenações para que seus desenhos sejam dinâmicos e expressivos. Assim pode-se reafirmar que as escolhas significativas acabam gerando o que se chama de estilo, conforme já foi descrito anteriormente.

Salienta-se que o conhecimento sobre o universo da organização visual da forma da *Gestalt* (princípios ou leis), possibilitará aos futuros profissionais de desenho de moda uma maneira especial e própria de ver as coisas e de transferí-las para seus desenhos e criações.

De acordo com Gomes (2000, p.14), seria ideal que toda a pessoa adquira uma educação visual que a ajude a compreender melhor, e de maneira consciente, o mundo material a sua volta. Conforme o autor esta educação visual seria independentemente de preconceitos ou de outros problemas relativos a fatores e modismos de ordem cultural, condicionante da postura e sensibilidade no modo de ver as coisas.

O trabalho da aluna do Curso de Moda da Universidade Estadual de Santa Catarina, apresentado no desfile de roupas conceituais realizado em setembro de 2001, no Beiramar Fashion, exemplifica ainda mais a importância do conhecimento e aplicação dos princípios da percepção visual para enriquecimento da criação.

¹⁷ **Relações: Para a nossa percepção, que é resultado de uma sensação global, as partes são inseparáveis do todo e não são outra coisa que não elas mesmas, fora desse todo.**Gomes (2000, p.19).

Mostrando suas relações estruturais e formais as roupas foram inspiradas na série *Rendas* da artista plástica Mariana Holitz. Após desenhar vários croquis, com modelos diferenciados, a aluna concluiu que deveria utilizar as peças que seriam confeccionadas em impressão digital, ferro cromado, plástico transparente e MDF recortado eletronicamente para elaborar criativamente sua mini coleção. O resultado se vê na figura nº 01.



Figura nº 1 - foto do desfile realizado no Beiramar *Fashion*
Fonte: Débora Regina Queda

O trabalho da aluna mostra a importância da pesquisa e da prática. É através da construção de vários desenhos que se descobre as diferentes possibilidades para se criar modelos de roupas, chegando a resultados coerentes e criativos. O pensamento de Souza (1997), define o desenho em sua essência particular:

Desenho é a organização de partes num todo coerente. (...) a organização de matérias e formas de modo a atender um propósito específico. Desenho ou esboço através do qual alguma coisa pode ser feita, (...) propósito; intenção; plano mental. O desenho, em sua relação mais ampla, a de “design”, costuma situar sob seus limites, todo o labor projetual que tenha uma realização industrial em seu processo de fabricação. (...) o desenho é hoje em dia um método pelo qual se resolvem determinadas situações que costumam prestar serviços para a sociedade em seu conjunto e para o indivíduo em particular (SOUZA 1997, p. 44 - 45).

Ainda conforme Souza (1997, p.45), “todo o desenho, não importa o campo de aplicação ou o tipo de necessidade que busca satisfazer, utiliza a forma como meio de expressão”. É pela forma que a relação entre o produto resultado do desenho se torna física e direta, seja esta relação tátil ou visual. Neste sentido mais amplo, *forma* não se refere apenas ao contorno geral de alguma coisa, mas à sua expressão material, através da qual o usuário entra em contato físico, sensorial com o produto, no caso específico desta pesquisa com o produto de moda, seja este um objeto, uma roupa ou um acessório.

Assim, para Baxter (1998, p. 25-29), “quando olhamos pela primeira vez um objeto, ou uma forma, nosso cérebro extrai padrões visuais e arruma-os numa imagem com significado. É um processo dinâmico e evolutivo”. Os princípios ou leis da *gestalt* funcionam como princípios operacionais existentes em nossa mente. Os princípios são genéricos e podem ser usados na análise de todos os tipos de imagens visuais. Corroborando com Baxter (1998), Wechsler (1998, p.29), diz que “o processo não consiste em adicionar ou associar formas ou informações, mas sim em compreender a visão como um todo”.

Para se compreender melhor e com mais detalhes os princípios ou leis da *gestalt* que formam a organização perceptual, trabalhar-se-á isoladamente alguns destes princípios, porém lembrando que para *Gestalt* estes devem ser entendidos não como partes independentes, mas dentro de um todo.

2.1.5.1 – Princípios da *Gestalt*

Os princípios, aspectos subjetivos do desenho observados e relacionados com o estudo foram baseados em teóricos como Arnheim (1994), Gomes Filho (2000), Ostrower (1991) e Schultz (1975), e são descritos a seguir:

Equilíbrio: O equilíbrio é o estado no qual as forças, agindo sobre um corpo, se compensam mutuamente. Tanto visual como fisicamente, o equilíbrio é o estado de distribuição no qual toda a ação chegou a uma pausa. Numa composição equilibrada, todos os fatores como configuração, direção e localização determinam-se mutuamente

de tal modo que nenhuma alteração parece possível, e o todo assume o caráter de “necessidades” de todas as partes.

Contraste: A importância e o significado do contraste no nível básico é identificado através da presença ou ausência de luz. Pode haver contraste por cores, dimensão/proporção/escala, contraste por direção vertical/horizontal, contraste por movimento mobilidade/rapidez. É a oposição entre as coisas, de forma que uma faça com que a outra se sobressaia. Pode-se utilizar o contraste para criar volumes e espaço, para definir ou modificar a forma e para procurar equilíbrio.

Para Dondis (1991, p.108), o contraste é uma poderosa ferramenta de expressão, o meio de intensificar o significado e, portanto para simplificar a comunicação. Este princípio pode ser aplicado como uma contraforça à tendência do equilíbrio absoluto, ele desequilibra, sacode, estimula e atrai a atenção. São várias as possibilidades citadas pela autora na busca de uma solução visual entre elas cita-se algumas tais como: exatidão / distorção; plano / profundidade; unidade / fragmentação; minimização / exagero; transparência / opacidade; variação / exatidão; sutileza / ousadia; equilíbrio / estabilidade.

Simplicidade: Pode-se defini-la como a experiência subjetiva e julgamento de um observador que não sente nenhuma dificuldade em entender o que se lhe apresenta. Cria a organização mais harmoniosa e unificada possível. Caracteriza-se por organizações formais fáceis de serem assimiladas rapidamente.

Fechamento: É importante para a formação de unidades. As forças de organização dirigem-se espontaneamente para uma ordem espacial, que tende para a unidade em todos fechados. Obtém-se a sensação de fechamento da forma pela continuidade (tendência humana de interpretar o estímulo visual como completo, como figuras fechadas, até quando algumas informações estão ausentes), numa ordem estrutural definida, ou seja, por meio de agrupamento de elementos de maneira a constituir uma figura total ou mais completa.

Figura e Fundo: Segundo os *gestaltistas*, a experiência poderá ser facilmente entendida quando se percebe objetos ou formas desenhadas sobre uma superfície. A figura é considerada como a forma positiva e o fundo, a forma negativa. Esse princípio contribui para o desenho, cujas formas podem ser feitas parecendo perto ou longe, de

acordo com a dimensão em relação ao fundo. Espontaneamente percebe-se uma parte do campo como *figura*, destaca-se a área como foco de interesse e ação, enquanto o resto se dispersa, indiferentemente e aparentemente passivo: o *fundo*.

Segregação: Significa a capacidade perceptiva de separar, identificar, evidenciar ou destacar unidades formais em um todo positivo ou em partes deste todo. A forma externa das coisas naturais é tão simples quanto as condições permitem; e esta simplicidade de configuração favorece a separação visual. A segregação pode ser feita por diversos meios tais como: ponto, linha, plano, volume, cores, texturas, brilhos..

Ritmo: É a disposição formal bem organizada no todo ou entre as parte de um todo. No ritmo ou na harmonia predominam os fatores de equilíbrio, de ordem e de regularidade visual inscritos no objeto ou na composição possibilitando, geralmente, uma leitura simples e clara.

Proporção: É a relação entre as coisas, comparação, dimensão, disposição regular e harmônica. É devido à proporção que alguns esquemas de harmonia ou ritmo são mais satisfatórios que outros. A proporção se refere à relação das partes com o todo, e das partes entre si, dentro dos limites físicos do desenho.

Pregnância: A pregnância é considerado o princípio básico da percepção visual.

Qualquer padrão de estímulos tende a ser visto de tal modo que a estrutura resultante é tão simples quanto o permitem as condições dadas. Ou seja, as forças de organização da forma tendem a se dirigir tanto quanto o permitem às condições dadas, no sentido da harmonia da ordem e do equilíbrio. Quanto maior for a organização visual da forma em termos de facilidade de compreensão e rapidez de leitura ou interpretação, maior será o seu grau de pregnância (GOMES FILHO 2000, p.36).

Os princípios da *Gestalt*, de acordo com Gomes Filho (2000):

Constitui para os *designers* uma base de reflexão, ao fazer melhor do seu talento de maneira mais consistente e organizada, aliado a seus processos de criação intuitivos. Ao exercitar os princípios da *Gestalt*, o *designer* absorverá de maneira natural, uma terminologia que muito o auxiliará nas suas criações e em seu relacionamento profissional (GOMES FILHO 2000, p.15).

Sendo assim, de acordo com Sausmarez (1995), não é excessivo reiterar que o desenho deve ser:

uma investigação, não somente sobre os traços e suas estruturas que aparecem segundo os materiais usados, mas também sobre a origem e os conteúdos da expressão individual e sua relação com o mundo que nos rodeia; principalmente uma forma de investigação, não uma nova forma de arte; uma atitude mental, não um método; uma preocupação com a forma em um sentido fundamental em todos seus campos, não exclusivamente abstrato ou figurativo; categoricamente, não é um fim em si mesmo, mas um meio para fazer mais consciente o indivíduo dos recursos expressivos a seu alcance (SAUSMAREZ 1995, p.45).

Portanto, a compreensão do todo é vivência perceptiva. E, o entendimento e a experiência adquirida através da aplicabilidade dos princípios da *gestalt*, possibilitará ao desenhista conceber e desenvolver suas criações e desenhos de moda de maneira que satisfaçam as estruturas formais.

2.1.6 – Desenho de Moda

A indústria da moda tornou-se complexa e lucrativa, ocupando definitivamente o seu espaço. A globalização, os avanços tecnológicos em tecidos, a abertura do mercado e a criação de novos canais geram uma demanda crescente de profissionais especializados. Diante disso houve a necessidade de buscar estes profissionais. Surgem então profissões novas e em evidência como a de desenhista de moda.

Os mercados crescem sempre. Até o ponto onde a demanda por roupas especializou a equipe de funcionários. Os deveres são distintos e distribuídos claramente. O *designer* coordena os diferentes elementos em que uma coleção é baseada. O *design* da forma transforma-se em um lembrete permitindo conceber a coleção focalizando nos tecidos e nas formas. Entra então as mãos do modelista, que encontrará no *design* todas as informações necessárias para seu trabalho (BLONDEAU et al 1995, p.7).

O estilista, o criador, o desenhista de moda, pode modificar o gosto de uma época. De acordo com Laver (1989), a moda foi e ainda é responsável por participar e refletir as transformações sociais. O desenho de moda deve apresentar identidade com o seu tempo, retratando a realidade observada e vivenciada de uma determinada época. A primeira “estilista, desenhista”, conforme determinação de Lipovestsky (1997, p.83), foi Rose Bertin, do século XVIII, mais conhecida como Mme. Bertin, que vestia a Rainha Maria Antonieta no estilo da época, conhecido como Rococó – extravagante,

exagerado, rebuscado. Era uma espécie de “ministra da moda”. Além de desenhar, Mme. Bertin executava seus modelos em escala reduzida, para posteriormente apresentá-los à Rainha.

Isto comprova que a arte visual se ocupa das formas realizadas para serem vistas. Conforme Vicent-Ricard (1989, p.55-57), Charles-Frédéric Worth (1825-1985), consolidou o desenho como linguagem visiva e fundamental do criador de moda. Foi também um *designer* inovador, pois mostrava às suas clientes croquis dos modelos feitos em aquarela, apresentando-os para as clientes em desfiles, no corpo das manequins. Por não dominar as técnicas de desenho, Worth mandava imprimir em litografia, pranchas com o desenho de rostos, mãos e pés.

De acordo com Barnes (1988, p. 10-20), “o recurso de usar desenhos e ilustrações para vender moda, já era usado há algumas décadas”. A profissão de ilustrador, era de um desenhista que unia os conhecimentos de moda e desenho para vender os produtos e acessórios de moda. Desenhista de moda era uma profissão que até meados do século XIX, se confundia com a de artista plástico, ilustrador ou figurinista. Nos anos 80 o Porto-riquenho Antonio Lopes dominou a arte das ilustrações de moda. Através de suas habilidades artísticas contribuiu consideravelmente para o surgimento do desenho de moda.

Ainda conforme a autora (1988), muitos foram os desenhistas que ajudaram a descrever os caminhos percorridos pelos ilustradores e figurinistas, participando e contribuindo ativamente para seu desenvolvimento progressivo: Paul Poiret, George Lepape, Vionnet, Ertè (o russo Ertè, teve seus trabalhos publicados nas melhores revistas da época em Paris. Seus croquis eram mulheres curvilíneas, expressivas e estilizadas), Sonia Delaunay que criava elaborados desenhos para estamparia em seda para a indústria têxtil Bianchini-Ferrier, em 1925. Além de Myake, Kenzo, Kawakubo, Gianfranco Ferre entre outros.

Gianfranco Ferre, desenhador da Maison Dior, foi um grande *designer* descreve suas coleções como a criatura que surge de seu “desenho momentâneo”. No momento de pegar o lápis não se tem necessariamente que se ter uma idéia do que se quer, só se sente a necessidade de criar algo. Para o desenhador o momento dessecante é a primeira idéia para a coleção, depois tudo segue sendo tão individual como antes. A leitura, a pintura a

escultura, viagem, pessoas, culturas, qualquer coisa em minha vida pode servir de inspiração (SEELING. 2000, p.301),

No Brasil, conforme Palomino (2002, p.76-82), os figurinistas famosos entre os quais José Ronaldo, Gil Brandão, Bicalho, Dener, e Alceu Penna (instigou novos comportamentos com suas ilustrações provocativas nos anos 50, desenhava seus croquis para mostrar os lançamentos na revista “O Cruzeiro”), mas ficou famoso mesmo pelas “garotas de Alceu”. As meninas levavam às costureiras os desenhos, e, sabendo disso Alceu procurava caprichar nos detalhes reforçando as tendências da moda.

Atualmente nomes conhecidos são os modernos e arrojados *designers* Graham Rounthwaite, Kristian Russel e Jason Books entre outros. Jason Books ficou conhecido no Brasil através das ilustrações da campanha da Arezzo 2001. Foi um projeto arrojado, inovador, que teve um resultado surpreendente. Cada desenhista com suas características particulares desenvolve seus estilos próprios. Alguns como Paco Rabane, Ferre e Kenzo, com formação acadêmica, e outros autodidatas.

Para Blondeau et al. (1995, p.2-3), “a moda entrou definitivamente para as academias, por meio da “teoria francesa”, cujo intelectualismo, maldosamente esperto e brincalhão, fazia a cabeça virar. O feminismo acadêmico não poderia mais evitar a questão da moda”. Na França, a Esmod escola foi fundada em 1841, por Lavigne (inventor do manequim de prova e da fita métrica), vem formando profissionais da área da moda há 162 anos. No Brasil, de acordo com Feghali e Dwyer (2001, p.54), a formação destes profissionais teve início na década de 80 com o surgimento das escolas de moda – a técnica alia-se à criatividade de nossos estilistas. Atualmente existem cursos de nível superior por todo o país, entretanto, ainda são muitos os desafios, pois não se tem a tradição das grandes escolas de outros países.

Para que o desenhista de moda tenha o conhecimento e a visão do mercado de atuação, além da formação acadêmica, é necessário um contínuo aperfeiçoamento, pois a imaginação e a atividade criadora se estimulam pela continuidade. Com a globalização, o mercado da moda tornou-se cada vez mais competitivo, mutante e exigente. Na representação gráfica da figura de moda o cânone adotado deve estar coerente com as características sociais e culturais da sociedade do qual está inserido

o profissional, ou o “alvo” da coleção. Além de se respeitar as variedades e acelerações de estilos que caracterizam as culturas de cada país.

Por isso, para que os futuros desenhistas de moda, sejam autônomos nas suas buscas, proporcionando meios para o desenvolvimento criativo e estético nos diversos procedimentos gráficos da construção da figura de moda, é necessário apoderar-se de alguns conhecimentos básicos, mas fundamentais, tais como:

Desenho da Anatomia humana: Para o desenhista de moda, o corpo deve ser apenas um suporte, não deve estar em maior evidência do que o vestuário, pois a roupa é um objeto estético separado do corpo. Mas, como suporte, o corpo deve ser conhecido em todas as suas dimensões, proporções e movimentos, pois é ele que dará o movimento o caimento e a forma da roupa. Considerando-se importante o conhecimento dos procedimentos da construção da figura humana feminina, masculina e infantil, sua estrutura óssea e muscular que sustenta seus movimentos e define seus volumes, a postura do corpo, até os detalhes mais superficiais como a expressão facial nas diferentes idades.

Cânones: De acordo com Drudi e Paci (2001, p. 15), “entende-se por cânone, como sendo um código orientativo que, mediante fórmula, estabelece as proporções ideais do corpo humano, dividindo em setores que recebem o nome de módulos”. No desenho da anatomia da figura humana aprende-se que a proporção masculina é de 8 cabeças e a feminina é de $7 \frac{1}{2}$ considerando a cabeça como módulo de altura“. No desenho da figura feminina na linguagem da moda, que está relacionada ao “padrão passarela”, ou ao “cânone de moda”, com silhueta alongada, há necessidade de modificar as proporções. Assim, a figura de moda passa a enquadrar-se na proporção de 9 módulos ou mais, acentuando-se a altura e reduzindo-se a massa corporal. Para Jones (2001, p. 84), “a proporção é o modo em que se relacionam de maneira visual todas as partes separadas em um conjunto e se desenha – não necessariamente com medidas, mas com o olho”. É possível criar ilusões de forma corporal trocando as proporções das características do desenho transformando costuras e detalhes.

Métodos criativos de representação: Os métodos correspondem a procedimentos e diferentes materiais de que se utilizam os desenhistas na representação gráfica da figura de moda, resultantes das atividades criadoras,

produzindo-se variedades de cores, volumes e texturas. No desenho de moda uma técnica muito aplicada é a do marcador (ou *marker* ou *rotulador*), caneta com ponta de feltro que proporciona grande velocidade nas ilustrações. Outras técnicas ilustrativas que dão expressividade no desenho são: a aquarela e o pastel, pois possibilitam a mistura de técnicas e materiais. Uma ferramenta indispensável no desenho de moda é o computador pela agilidade e possibilidades de variações e experimentações. Para Hsuan-An (1997, p. 26), “o desenho executado no computador é concebido primeiramente por meio do pensar”. Já Ostrower ao abordar este assunto diz:

“as técnicas de computação introduzem formas e efeitos visuais inteiramente novos. Pelo “pincel eletrônico”, qualquer imagem na tela pode ser instantaneamente alterada – as linhas, as cores, os contrastes, as proporções, a imagem positiva virando negativa, ou vice-versa, mais, menos, os vermelhos virando azuis ou verdes ou outra cor qualquer. (OSTROWER. 1990, p. 194).

Muitas vezes, porém, papel e lápis prestam uma ajuda inestimável, geralmente quando é preciso “sentir” ou “apalpar” o resultado da criação. Para que o desenho fique natural e com expressividade, o desenhista deve mesclar tecnologia com o artesanal, não desconsiderando o processo criativo do desenho artístico.

Panejamento: É o estudo e interpretação do caimento diferenciado dos tecidos e movimento das roupas. Para o desenhador de moda as roupas possuem papel essencial, são formadas por massas cromáticas que combinam suas qualidades entre sombras e luzes. A roupa tem movimentos texturas e cores, têm vida própria. O olhar acompanha as texturas, os decotes, as costuras, os cortes as estampas, por isso, conhecer movimentos, volumes e caimento é quase tão importante quanto o domínio da anatomia do corpo. Com exceção dos acessórios e de alguns materiais, quase sempre é o tecido a matéria-prima que compõe o vestuário do ser humano. O corpo é dinâmico e apresenta articulações que causam diferentes efeitos de pregas que devem ser entendidas e sintetizadas para representar o volume, o movimento e a postura do corpo. É o estudo destes efeitos (panejamento), que possibilita a percepção de um corpo sob as roupas.

Organização Visual e Compositiva: De acordo com Hsuan-Na (1997, p. 47-55), “a composição deve estar em harmonia com a forma e a estrutura. Da harmonia

perfeita sai a figura perfeita”. Neste sentido, torna-se indispensável o conhecimento, a investigação dos elementos formais (ponto, linha, plano e volume...), elementos visuais (cor, dimensão, tom, direção, escala...), e fundamentais (geometria, perspectiva...), que são a matéria-prima, os ingredientes básicos para qualquer profissional de desenho. São os elementos compositivos que servirão como base para criarem diferenciais únicos e soluções criativas em projetos de desenho de moda. A sua importância para o desenhador de moda está em dominar estes conhecimentos essenciais e básicos para a construção de desenhos de maneira criativa.

O desenho de moda transforma-se assim numa ferramenta. Não terá por muito tempo o significado de seu passado artístico. Ganhou no estilo e personalidade, para ser reduzido a uma ilustração simples, indicando um mínimo de informações de como vai ficar o produto final. Não é mais uma finalidade em si, mas uma ferramenta profissional, uma ferramenta para o *design* de moda. (BLONDEAU et al 1995, p. 7).

O desenho de moda está relacionado ao exercício da busca do estilo. É através do desenho que é a representação de formas sobre uma superfície, por meio de linhas, pontos, manchas, que o desenhista de moda exercita sua percepção criativa. Conforme a autora, o desenho de moda serve a múltiplas funções entre elas o desenho planificado ou técnico.

Desenho Técnico: Para Jones (2002, p. 71), são desenhos de uma roupa que se realizam de uma maneira clara e diagramada para facilitar o entendimento de detalhes técnicos. É específico e incluem medidas e detalhes técnicos de produção especificando cortes e costuras. Os desenhos técnicos são realizados sem o exagero da proporção, ou seja, mantendo-se a proporção da figura humana. Também não se pinta para evitar erros na produção.

Conforme Blondeau et al. (1995, p.7), “o desenho técnico de moda serve a múltiplas funções”, entre elas destacam-se as seguintes: o desenho técnico (ou planificado), é um instrumento de trabalho tem que ser claro e preciso, que deve ser detalhado e legível, é diferente de um desenho artístico de moda. O desenho ilustrativo não mostra as técnicas ou cortes da roupa para modelagem. Mas os aspectos estéticos do desenho são essenciais, mostram a criação, ou a concepção da vestimenta. São desenhos para serem vistos pelo público. O desenho técnico é para a

modelista, é detalhado, é plano. É um instrumento da criação, ajuda conceber e elaborar uma roupa. E ainda, é um instrumento de comunicação, é o meio mais simples e o mais eficiente de transmitir uma idéia. O desenhista o usa para comunicar-se com o modelista.

Assim, considera-se que para o desenvolvimento da construção do desenho de moda o desenhista busca aprimorar seu estilo e exercitar a criatividade e a percepção através das suas vivências e experimentações. A compreensão deste desenvolvimento, complementando o que já foi tema de nossa reflexão, deve permitir uma visão mais ampla a respeito do desenho de moda na dinâmica do processo de ensino e no processo de aprendizagem. Os testes de campo que foram implementados visavam a busca de resultados que permitam validar os objetivos traçados. A descrição dos mesmos, assim como as análises de seus resultados, constituem o objeto do próximo capítulo.

Capítulo 3

Laboratório Experimental

No capítulo anterior apresentou-se o estudo teórico sobre o estilo como importante diferenciador do profissional do desenho de moda. Também foram feitas reflexões sobre criatividade e percepção, pois ambos são geradores de um estilo e estão presentes no exercício da busca de novas possibilidades e soluções criativas no desenho e na criação de moda. São estudos reflexivos relacionados à temática do desenho de moda. E para formação de um profissional mais consciente e criativo, conhecedor dos valores estéticos que consiga transformar suas criações num importante meio de expressão e comunicação.

Esta parte do trabalho denominado laboratório experimental, versa sobre a pesquisa prática realizada em laboratório experimental. Aqui se apresentará o resultado dos trabalhos realizados pelos alunos do curso de pós-graduação em Moda: Criação e Produção, com carga horária de 30 horas/aulas, em 03 dias consecutivos. Será trabalhada a representação gráfica da figura de moda ou croqui, e de produtos de moda como os acessórios, complementos e aviamentos, juntamente com conteúdos referentes ao assunto, pautados nos fundamentos teóricos discutidos anteriormente.

Para que os alunos, futuros desenhistas de moda agentes desta ação, consigam desenhar e transformar, isto é, estilizar a figura humana, roupas, aviamentos e acessórios, trabalhou-se conteúdos, técnicas de manuseio de materiais de representação como o lápis, lápis de cor, pincéis, giz pastel, giz de cera entre outros. Construções adequadas de agentes como as tintas (aquarela, nanquim e acrílica), além de suportes que neste caso são os diferentes tipos de papéis. O conhecimento e o contato direto com suportes e materiais se fazem necessário dentro do processo de ensino e do processo de aprendizagem. Todo o processo criativo implica em buscas

individuais e não é suficiente o saber teórico, deve haver a possibilidade do experimento, do comportamento exploratório.

Nas palavras de Hsuan-An (1997), demonstra-se a preocupação com o desenvolvimento de um estilo individual próprio de cada aluno:

Inúmeros exemplos podem explicar os diversos processos de criação. Porém, é bom entendermos que cada um tem sua própria maneira de expressar; portanto, seu processo de criação. Desse modo, a técnica, o material e a forma de expressão devem também se adequar às condições individuais. Portanto, os métodos que aplicamos visam a orientar os alunos a encontrar os caminhos, explorar seu potencial criativo, aplicar procedimentos e técnicas variadas, buscar novas propostas e, enfim, encontrar estímulos para desenvolver e dar continuidade ao trabalho criativo (HSUAN-AN 1997, p.30).

Assim, nesta parte prática, além da captação dos conteúdos sobre elementos constitutivos da organização estrutural e compositiva que participam da construção, transformação ou estilização do desenho e da criação, o aluno trabalhará conjuntamente o desenvolvimento do potencial criativo que nascem do próprio ato de olhar e ver, entender e praticar. Neste processo cabe ao professor, respeitar e incentivar cada aluno na busca de novos caminhos, explorando método e materiais como nos diz o autor Hsuan-An (1997), e vários outros autores citados durante esta pesquisa como Merleau-Ponty (1994), quando nos fala sobre percepção e Ostrower (1991), quando nos fala sobre criatividade.

3.1 – Procedimentos utilizados para a pesquisa:

No primeiro momento solicitou-se aos alunos que representassem graficamente a figura humana ou, para quem já tivesse o conhecimento do desenho dentro do padrão da linguagem de moda que desenhasse a figura de moda (croqui). Para a elaboração desse exercício o aluno não teve nenhuma orientação sobre processos criativos, sobre os elementos constitutivos do desenho, organização espacial, e nem sobre agentes ou suportes ideais para cada técnica. Utilizou-se apenas seus referenciais e suas experiências pessoais até então. Para o professor seria uma maneira de verificar quais eram os conhecimentos de representatividade gráfica de cada um. Quais as maiores dificuldades quanto ao desenho para poder elaborar

conteúdos gerais e principalmente os específicos de cada um. Outro objetivo deste exercício é de que o aluno utilize o seu desenho - resultado deste trabalho - como parâmetro de verificação do desenvolvimento das suas habilidades manuais expressivas e receptivas num próximo trabalho o qual será denominado, de pró-teste.

Demonstra-se a seguir as figuras de 01 a 10, as quais apresentam as imagens obtidas dos desenhos de cada aluno construídos em sala de aula no primeiro momento do curso no laboratório experimental. O objetivo em mostrar estas imagens é para que o leitor tenha contato com o trabalho inicial de cada aluno.

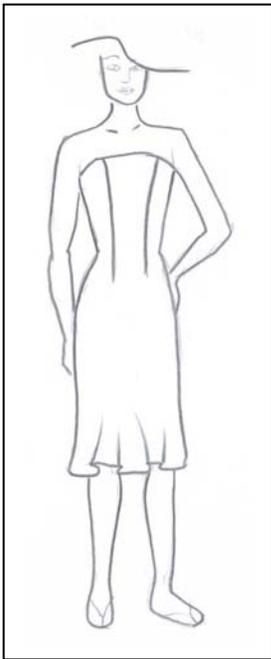


Figura nº 2 - aluno 1



Figura nº 3 - aluno 2

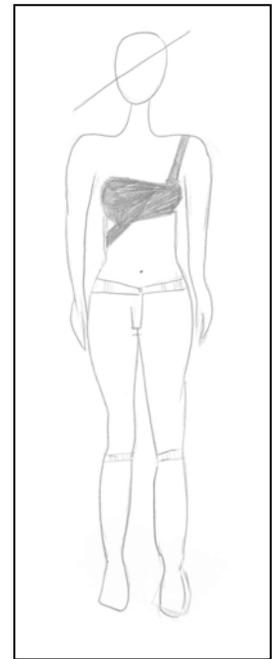


Figura nº 4 - aluno 3

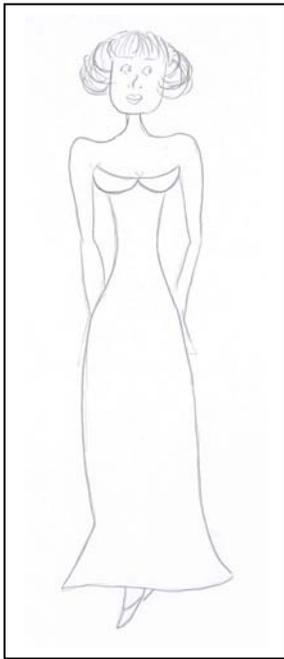


Figura nº 5 - aluno 4



Figura nº 6 - aluno 5



Figura nº 7 - aluno 6



Figura nº 8 - aluno 7

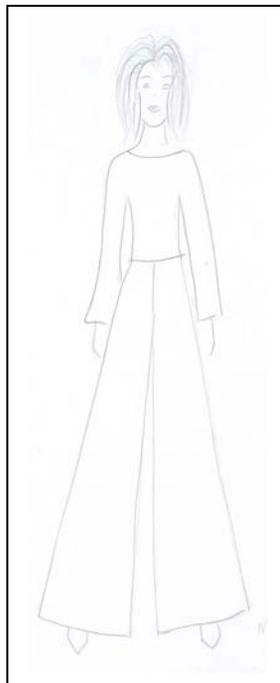


Figura nº 9 - aluno 8

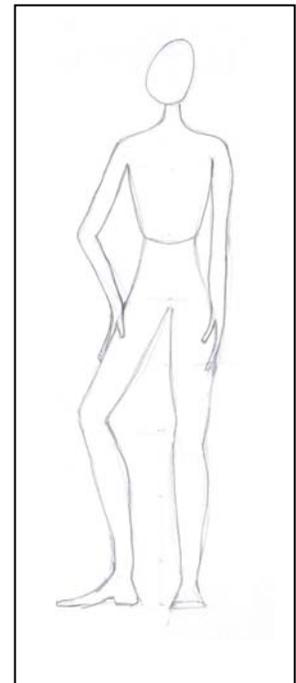


Figura nº 10 - aluno 9

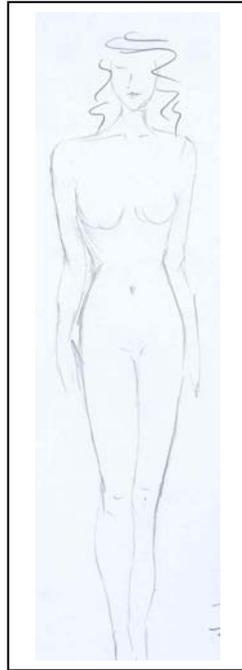


Figura nº 11 - aluno 10

Após o primeiro momento de atividade prática em sala de aula, descrita acima, e ao analisar-se seus desenhos, verificou-se quais eram as maiores dificuldades da turma em geral, e quais as maiores dificuldades de cada um. Considera-se importante esta informação, pois pode-se trabalhar conteúdos mais específicos, e adequar os exercícios para se atingir mais facilmente os objetivos de ensino e de aprendizagem propostos, que é a aprendizagem do desenho de moda, através da transformação da figura humana para a figura de moda. Esta preocupação é justificada principalmente pelo número limitado de horas aulas, e por que os alunos são pessoas adultas e poucos são os que desenhavam, ainda assim, quando o fazem é esporadicamente.

3.1.1 – Especificações dos procedimentos passo a passo:

Antes de iniciar a parte prática, como professora analisei os desenhos construídos e constatei que poucos alunos tinham noção do desenho da figura humana. Apenas 03/10 alunos, tinham noções sobre o desenho da figura de moda. Diante disto houve a necessidade de conversar com os alunos sobre a importância de saber observar e ver os objetos e as coisas que nos cercam para saber como desenhá-los. Para desenhar não há necessidade de se possuir dons especiais, pois são aperfeiçoáveis como tantos outros. Através do conhecimento e da prática consegue-se desenhar cada vez melhor e desta maneira o ato de desenhar se torna uma atividade prazerosa. Mas para desenhar deve-se pensar antes como colocar a forma no papel, como é o objeto, como é o modelo, como caracterizar a textura. O desenvolvimento da capacidade perceptiva torna o aluno capaz de observar e ver de maneira diferenciada. Conhecendo os objetos e sua feitura ele consegue mais facilmente desenhá-los. É preciso tentar desenhar sem medo, com calma, é apenas um papel e se não é o que se quer, coloca-se de lado e se faz outro.

Esclareci que cada um seguiria o seu ritmo. As orientações seriam gerais, mas o atendimento seria individual. Que não haveria comparações com desenhos de colegas ou de trabalhos de outros estilistas. Deve-se comparar o desenvolvimento do desenho, somente em relação ao seu desenho anterior. Conversamos sobre diversos assuntos referente a moda e ao desenho até criar um clima de descontração, só então iniciou-se os exercícios e a transformação do desenho da figura humana para a figura de moda. O passo a passo está descrito a seguir.

1º passo:

Primeiramente demonstrei os materiais que seriam utilizados como:

- lápis com grafite específico para o desenho de moda, o médio (HB) e os mais macios e mais escuros (2B até 6B), (existem grafites específicos para cada tipo de trabalho, eles variam de grau de dureza);

- Borrachas macias;

- Estilete (não se aponta o lápis para desenho com apontador, pois existem diferentes tipos de pontas para riscar, sombrear etc... dá-se o acabamento com lixa);

- Tipos de suporte, que no caso do desenho artístico de moda é o papel texturizado (canson ou similar);

- Lápis de cor, lápis aquarelável, tintas aquarela, pastel seco;
- Canetas hidrocor, magicolor com ponta fina ou grossa;
- Pincéis específicos para aquarela;
- E outros tipos de materiais que o aluno quisesse experimentar ou misturar.

2º passo:

Informação sobre postura correta para se desenhar, e dicas sobre como pegar o lápis para desenhar. Na figura nº 12, mostra-se alguns exercícios básicos, que servem para diminuir a ansiedade e treinar a destreza manual.



Figura nº 12 – exercícios de traços básicos, correspondente ao aluno nº 01

3º passo:

Para que o aluno tenha noção de como produzir volume e profundidade através da luz e sombra e com variações de tons, trabalhou-se as escalas de tons em degradês, e com sobreposição de traços (ver figura nº 13). Expliquei também que poderiam dar volume nos croquis de outras maneiras como por exemplo com sobreposição de cores chapadas, mostrado através de lápis de cor, grafite e pintura em aquarela no papel. Todo o meu material (tintas aquarelas, pastel, canetas...), ficava sempre disponível sobre a mesa para o aluno poder manusear e experimentar suas possibilidades. Aguçando sua curiosidade e seu interesse, ele mexia no material e ao experimentar criava formas e produzia mistura de cores. Esses momentos eram ideais para dar dicas sobre o uso do material e de como se produzia determinadas texturas.

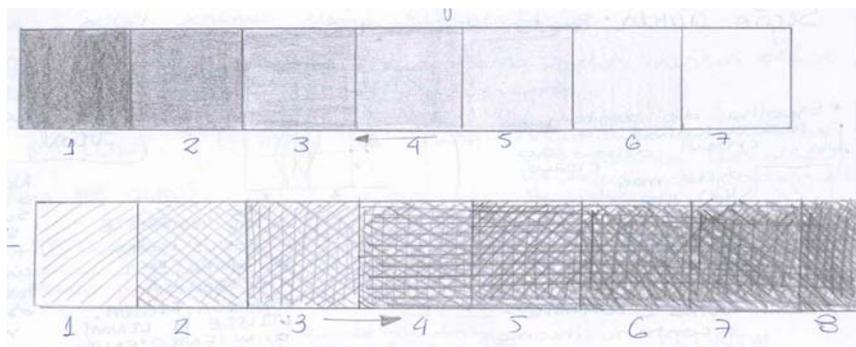


Figura nº 13 – escalas de tons, correspondente ao aluno 01

4º passo:

Nesta etapa expliquei a perspectiva artística, que permite ao aluno criar a ilusão de profundidade numa superfície plana, ou seja, criar a ilusão tridimensional numa superfície bidimensional como o papel. Neste exercício trabalha-se a percepção do aluno. Ele precisa perceber a perspectiva. Que o que se desenha é como se vê o objeto mas não como é na realidade. Utilizei uma caixa de papel e um cubo de madeira para que o aluno visualizasse as posições de frente, de quina ou de canto, com um objeto concreto. Desta maneira fica mais fácil mostrar para onde se dirigem as linhas em relação ao ponto de fuga. Também desenhei o passo a passo no quadro, iniciando com a linha do horizonte. O aluno precisa deste posicionamento para poder localizar os objetos no espaço e organiza-lo no seu suporte, que no caso é o papel. Repetia varias vezes até que o aluno conseguia assimilar e repetir o exercício.

A perspectiva é também utilizada na construção de complementos como as bolsas, como também numa representação gráfica da figura de moda. Na figura nº 14, tem-se o exercício de perspectiva de uma bolsa. Este desenho foi de observação. Devo esclarecer que estes são exercícios e demonstrações rápidas, para que os alunos tenham noções de perspectiva, já que o horário do laboratório experimental não nos permitia muito treino devido ao curto espaço de tempo disponível. Mesmo assim, nota-se que este aluno conseguiu dar movimento e leveza na bolsa, além de trabalhar o volume com luz e sombra. Nestes exercícios sugeria que os alunos mudassem a

feitura da bolsa, que criassem outros detalhes, observando apenas a posição correta da perspectiva, dessa forma eles trabalhavam sua criatividade.

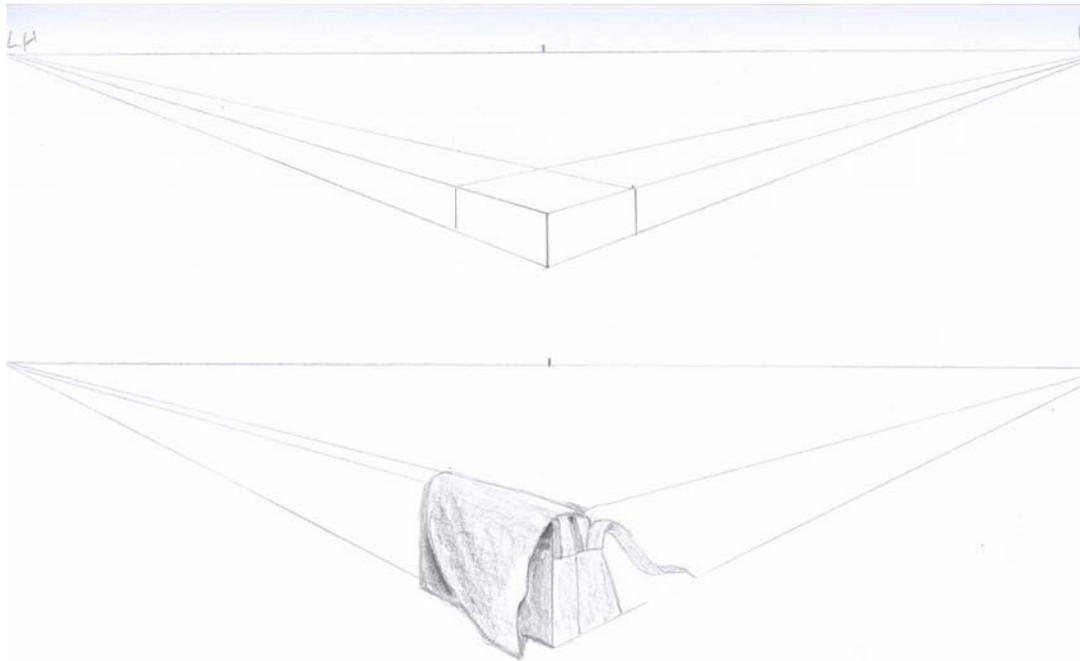


Figura nº 14 – exercícios de perspectiva correspondente ao aluno 01

5º passo:

Após o estudo sobre perspectiva, demonstrei como se desenha objetos com formas geométricas cilíndricas como garrafas ou vidros de perfumes, chamei atenção dos alunos que esta forma seria útil no desenho da figura de moda, já que os membros do corpo humano possuem formas semelhantes. Mostrei através de desenhos as diversas posições de inclinação do eixo de equilíbrio e que seus pontos são equidistantes do centro.

6º passo:

Após todos estes exercícios os alunos estavam capacitados a iniciarem o desenho da figura humana. Iniciou-se com o estudo das estruturas óssea e muscular, já descritas na parte teórica. Para um melhor aproveitamento projetei uma imagem com a figura de um esqueleto, e do lado a figura com a musculatura. Expliquei como

funciona a estrutura óssea, sua proporção, como produz o movimento, e que este movimento é que produz o caminhar e o movimento dos braços. Junto com as explicações com a imagem da transparência, utilizava também o boneco articulado, e muitas vezes meu próprio corpo para mostrar certos movimentos. Mostrava quando o corpo estava em equilíbrio, quando estava parado mas deslocado da linha de equilíbrio e quando estava em movimento. Como funciona a perspectiva do braço e da perna quando o corpo está em movimento. O aluno precisava compreender corretamente o processo, que não é tão simples, pois tem muitos detalhes. Pedia para eles observarem as suas mãos, como era a forma e o tamanho dos dedos, uns em relação aos outros, como se movimentavam, se os braços tinham a mesma espessura do cotovelo até o pulso, depois tentavam representar parte por parte.

O próximo passo foi desenhar no quadro as proporções da figura humana e ao lado as proporções da figura de moda que diminui a massa corpórea e aumenta a estrutura óssea, ou seja, fica mais alongada e mais fina. Desenhei o passo a passo de ambas, tanto estáticas como em movimento como se vê nos exercícios da figura nº 15 e da figura nº 16. Dei tempo para o aluno desenhar, explicava para cada um individualmente onde ficava cada parte do corpo, pois ele precisava guardar na memória estes detalhes para poder desenhar o croqui. Chamei a atenção dos alunos para o fato de que a ruptura com proporções verdadeiras oferecem várias possibilidades de criação do croqui, porém deve ser ter o cuidado para não se mexer no tronco, pois se perde o controle das proporções.

Expus o conteúdo sobre desenho da figura de moda ou croqui através de imagens com transparências e de desenhos representados no quadro, de modo que o aluno se familiarizasse e compreendesse através da visualização o passo a passo de certos detalhes importantes. Foram trabalhadas separadamente todas as partes do corpo como os membros, olhos, rosto, cabelos etc..., como se vê no exemplo da figura nº 17 e da figura nº 18. Após estes exercícios construía-se a figura como um todo. Pode-se utilizar foto imagens de revistas de pessoas em diferentes poses para serem usadas como referenciais. Desenhos de outros estilistas corre-se o risco de cópias, porém podem ser usados para se observar detalhes, preocupando-se sempre em manter seu estilo de desenhar.

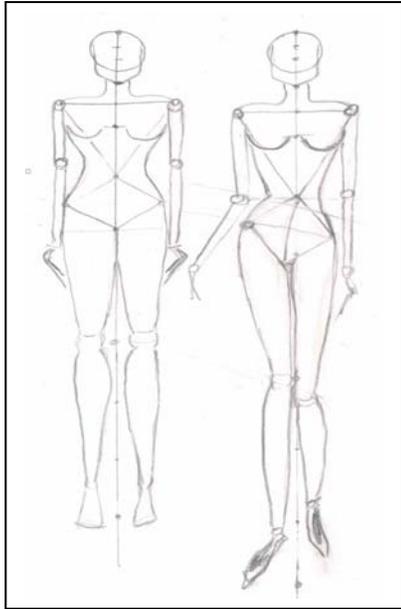


Figura nº 15 – exercícios de proporção
Correspondente ao aluno 06



Figura nº 16 – exercícios de proporção
Correspondente ao aluno 07

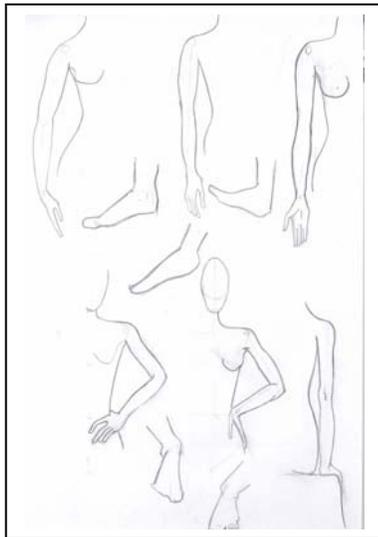


Figura nº 17 – exercícios
pertence ao aluno 09

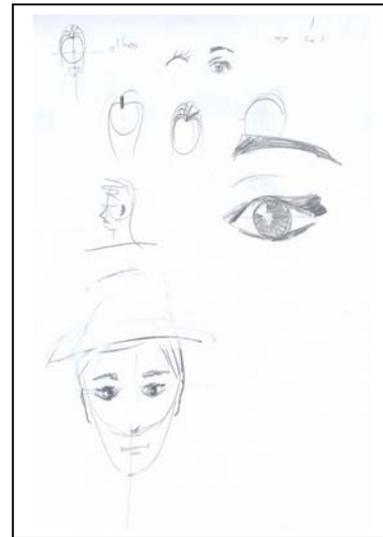


Figura nº 18 – exercícios
pertence ao aluno 10

7º passo:

No último exercício demonstrei como trabalhar o panejamento, ou seja, os movimentos dos tecidos, texturas e volume das roupas. Para este exercício coloquei dois manequins vestidos com peças de roupas e pedi para os alunos representa-las graficamente. Através da observação das proporções, da altura das mangas, do tipo de tecido e como se ele comportava, quais as dobras que produzia, qual a altura do corpo que terminava a peça, o aluno construía a vestimenta com texturas e volumes. Fazendo analogias de pontos treinei o olhar do aluno para perceber detalhes importantes da vestimenta. Outro exercício para que ele trabalhasse sua criatividade era modificar algum detalhe da peça de roupa e desenhar novamente dando efeitos de volume utilizando a escala de tons, como se vê na figura nº 19.

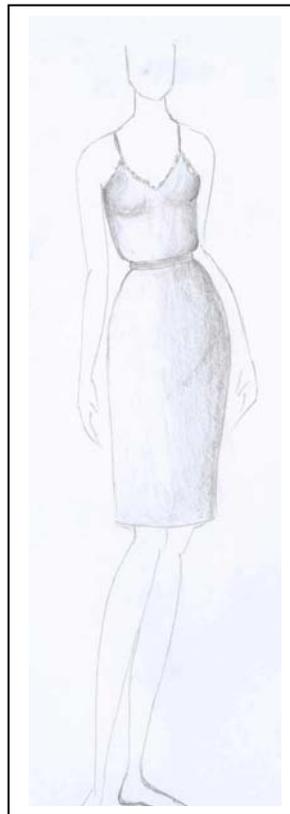


Figura nº 19 – exercícios correspondente ao aluno 01

A demonstração com objetos e com desenhos se faz necessária por envolver vários aspectos: é uma das maneiras de que o professor dispõe para que o aluno descubra e construa com ele uma forma de olhar, e que perceba através deste olhar, os elementos visuais e os princípios que participam da representação do desenho de moda, incentivando-o a fazer uma leitura analítica visual da nova linguagem que irá trabalhar. Outro aspecto importante é que estabelece intermediações entre professor e aluno, criando um canal de comunicação entre eles. Ao se exercitar e se fazer questionamentos incentiva-se o aluno a participar, a expor seus medos, perceber e dar soluções, além de fazer com que ele se sinta mais seguro e capaz.

3.2- Análise dos desenhos pró-testes

O pró-teste representa o ato de perceber, de distinguir, pensar e refazer. Possibilita ao aluno exercitar e desenvolver a percepção de modo comparativo que determina um novo iniciar. Através da observação da imagem já existente do seu desenho inicial que se denominou de pré-teste, e usando-a como referencial, ele cria interferindo de maneira significativa em relação ao desenho original, produzindo uma nova visão sobre a que já existe, podendo ser com formas variadas ou com diferentes técnicas. O importante é que o aluno busque através do exercício do olhar, de práticas e técnicas manuais novas soluções que desenvolvam sua percepção e criatividade de maneira original. Porém com suas possibilidades e referências, acrescido dos conhecimentos adquiridos durante o laboratório experimental. Cabe aqui citar as palavras de Buoro (2002), quando nos fala do processo de construção de um novo texto, ou seja, de um novo olhar.

Por releitura entende-se a tradução da significação do objeto como fundamento para uma nova construção, buscando-se nessa ação a re-significação do mesmo objeto: re-ler para aprofundar significados, re-semantizando-os. Dessa forma, considera-se que toda nova produção oriunda de uma imagem referente é construção de um novo texto, no qual o sujeito produtor elabora uma interpretação". A experiência de observação serve não apenas como recurso que nos permite apreender, mas também como nossa mais estreita ligação com a realidade de nosso meio ambiente. Confiamos em nossos olhos, e deles dependemos (BUORO 2002, p.15).

Assim, busca-se nessa ação um novo significado, um novo desenho, uma nova interpretação. Nesta etapa solicitou-se aos alunos participantes que fizessem o pré-teste, ou seja, que redesenhassem o desenho construído no primeiro momento do curso. Partindo dos conhecimentos adquiridos e através da observação do primeiro modelo, ele pode estabelecer relações de proporções da estrutura e dos elementos básicos da linguagem visual do desenho. A observação do modelo poderá fornecer subsídios ou informações que estimulem a sensibilidade na utilização das técnicas e dos elementos compositivos para a criação de um novo desenho no exercício de busca de identidade e estilo próprio.

O criador de moda precisa estar atualizado com todas as formas de criação. O processo de redesenhar, é um processo criativo que abre diversas possibilidades ao aluno, do manuseio à mistura de materiais, da criação de novas formas à construção de desenhos criativos. As palavras de Dondis, podem ser perfeitamente adaptadas neste processo de construção de figura de moda quando diz que:

O processo de criação pode ser descrito como uma série de passos que vão de alguns esboços iniciais em busca de uma solução até a escolha e decisões definitivas, passando por versões cada vez mais sofisticadas. Se as intenções compositivas originais do criador forem bem sucedidas, ou seja, se para elas foi encontrada uma boa solução o resultado será coerente e claro, um todo que funciona. Se as soluções forem extremamente acertadas a forma e o conteúdo poderá ser escrito como elegante. A interação entre propósito e composição, e entre estrutura, deve ser mutuamente reforçada para que atinja uma maior eficácia em termos visuais. Constituem, em conjunto, a força mais importante de toda a comunicação (DONDIS 1997, p.105).

Em quase todo o processo de criação e de comunicação, há a necessidade de referências, de se esboçar idéias, de se ter elementos que se possa investigar com maior intensidade. Por isso, utilizei a imagem da representação gráfica do primeiro desenho construído no curso, que neste trabalho convencionou-se chamar de “pré-teste”, e a reprodução do mesmo como “pró-teste” para um melhor entendimento da análise comparativa do desenvolvimento dos trabalhos dos alunos. Entre os 10 desenhos de pré-teste e pró-teste, a figura nº 20 é a primeira imagem da representação gráfica selecionada para a análise que corresponde ao aluno nº 01. A

imagem do lado direito é a do desenho pré-teste e a do lado esquerdo é a imagem do desenho do pró-teste colocada nesta posição em todas as imagens analisada.

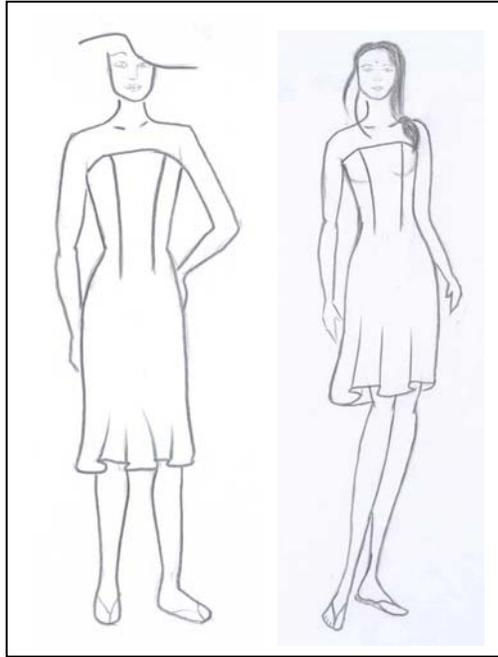


Figura nº 20 - aluno 1

Fonte: Laboratório experimental de desenho de moda fev/2003

Ao fazer a análise da construção dos desenhos verifiquei que foram utilizados elementos compositivos visuais tais como: a linha, a forma, o espaço, o movimento, a proporção, equilíbrio, ritmo e simplicidade. Na figura do desenho inicial, ou pré-teste, o aluno desenhou usando como medida o cânone da figura humana, ou seja, com 08 cabeças, utilizando a cabeça como módulo de medida para a altura, mantendo seu centro sobre a linha de equilíbrio, o que resultou numa figura assimétrica, rígida e sem vitalidade, com poucos movimentos tanto na estrutura como nos movimentos de dobras e caimento do tecido do vestido (panejamento). Os braços estão sem perspectiva e as mãos foram colocadas de maneira que facilitasse sua representação. O aluno desenhou os chinelos ou sandálias utilizando as mesmas linhas dos pés, como se os mesmos pertencessem ao corpo. Porém ele identificou através de

pequenos traços inclinados os ossos da clavícula, tanto no desenho pré-teste como no pró-teste. Esse osso fica visível no desenho da figura humana e no desenho de moda, portanto, deve-se desenhá-lo sempre.

Examinando quais as linhas que foram utilizadas na construção da figura, visualiza-se mais a linha sinuosa no contorno do rosto e no corpo da figura. E ainda a linha sinuosa foi utilizada na caracterização do chapéu insinuando-se apenas a aba como solução de acabamento do desenho da cabeça da figura. Outros tipos de linhas, como retas, horizontais, verticais ou inclinadas foram pouco utilizadas.

O desenho da esquerda, o do pró-teste, foi construído seguindo padrões da figura de moda, ou seja, com um número maior de módulos de medidas modificando a altura e as extremidades principais do corpo. De acordo com Drudi e Paci (2001, p. 16), “o objetivo é de estabelecer uma reprodução harmoniosa da figura feminina dentro da linguagem de moda”, por isso, é necessário modificar algumas relações de proporções.

Na construção do pró-teste o aluno empregou os mesmos elementos constitutivos do desenho pré-teste. O deslocamento da figura de moda do centro em relação ao eixo de equilíbrio, considerado como a linha vertical invisível, resultou numa figura assimétrica. Esta assimetria possibilitou desenhar a inclinação dos ombros, conseqüentemente modificou a posição dos braços e pernas dando uma estrutura mais rítmica e dinâmica à figura. Além de construir uma figura expressiva, insinuou o volume dos seios, e sugeriu movimentos e volume nos cabelos, com sombreamento. Modificou ainda a construção dos braços dando um melhor acabamento nas mãos. Com o novo posicionamento das pernas, o aluno preocupou-se com o estudo do caimento do tecido do vestido desenhando-o de forma que parecesse um tecido mais leve. Houve também a preocupação com a representação dos pés e com o acabamento das sandálias, desenhando-as com solado.

Observando as duas imagens verifiquei que no desenho do pró-teste o aluno desenhou seu croqui tentando modificar determinados ângulos para melhorar a estrutura da forma. Através da transformação criou um novo visual para sua figura de moda. Isto demonstra que mesmo sendo um trabalho que exige concentração e

perseverança, este aluno assimilou conhecimentos e se exercitou durante o laboratório experimental.

A segunda imagem de representação gráfica selecionada para a análise, é a figura nº 21 que corresponde ao aluno nº 02.



Figura nº 21 - aluno 2

Fonte: Laboratório experimental de desenho de moda fev/2003

Iniciando a análise comparativa utilizada como parâmetro para se examinar se houve a transformação dos desenhos do aluno, primeiramente verifiquei os elementos constituintes da forma, que foram utilizados na construção do desenho inicial, o pré-teste. Constatei a presença da linha, cor, panejamento, perspectiva, texturas e equilíbrio, ritmo, simplicidade, ênfase, contraste, proporção e sombreamento. Como também figura e fundo com a utilização das cores amarela e cinza sobre superfície, ressaltando o desenho do pré-teste. Além da utilização do fechamento ou continuidade, um dos princípios já citados na pesquisa como tendência humana de interpretar o estímulo visual como completo, é a tendência “natural” de continuar de modo racional

uma determinada forma se ela estiver inacabada. Notei também pela comparação com o pró-teste, que o desenho inicial, o pré-teste, o da esquerda, foi construído com as mesmas proporções, ou seja, foi utilizado o cânone de proporção de moda, com mais de 08 cabeças de medida para altura, o que pode indicar que este aluno já estava familiarizado com a linguagem da moda.

Tanto no desenho pré-teste, como no pró-teste, o aluno desenhou seus croquis assimetricamente, constatado pelo fato da perna esquerda do desenho inicial estar um pouquinho mais à frente, e o braço da direita estar estrategicamente colocado para trás. Já no pró-teste verifica-se a assimetria no movimento dos braços, o da esquerda está mais afastado do corpo do que o da direita, a bota estilizada do pé esquerdo está levemente mais para frente do que a outra. A linha curva na bainha da saia também evidencia a assimetria do desenho do croqui.

Observando as duas figuras notei que o aluno abstraiu um dos olhos e as mãos no desenho inicial. Houve a estilização nos cabelos caracterizada por duas linhas onduladas e repetida no desenho da releitura, porém com mais movimentos de linhas na parte direita da cabeça. Este detalhe criou a sensação de mais volume nos cabelos projetando-os para cima da cabeça. Os cabelos foram aquarelados com tonalidades de marrom, com acabamentos de traços de lápis de cor numa tonalidade mais forte, deixando aparecer as linhas do desenho em grafite.

Outra diferença bastante acentuada e visível na construção destes croquis foi a utilização do elemento cor na releitura. As cores amarelas e ocre com sombreamentos em degradê, acentuado pelo preto, produziram a sensação de volume nas pernas de dentro para fora e nos braços pescoço e parte do rosto. Já nas roupas o aluno utilizou o verde com as técnicas de panejamento dando movimentos de dobras e sombras com claros e escuros na blusa. A saia foi pintada de bordô, contrastando com o verde. Os efeitos de texturização no tecido foram conseguidos através da utilização de traços numa tonalidade mais forte sobre as manchas de luzes mais claras. O posicionamento do cinto preto com a fivela colocada mais para o lado esquerdo deixando aparecer um pouco da barriga, pode identificar o público alvo de uma coleção como sendo um público mais jovem.

Comparando as representações das duas figuras de moda, percebi que quanto às formas de estruturação do corpo do croqui da figura inicial pouco difere da forma da imagem da releitura, porém, o aluno desenhou de maneira diferenciada uma da outra. A utilização do elemento cor, da perspectiva tonal, do uso das técnicas de panejamento, de volume, de texturização e da colocação do fundo como área de interesse destacando a figura é uma forte indicação de que o aluno está trabalhando sua criatividade e expressividade.

A terceira imagem de representação gráfica selecionada para a análise é a figura nº 22 que corresponde ao aluno nº 03.

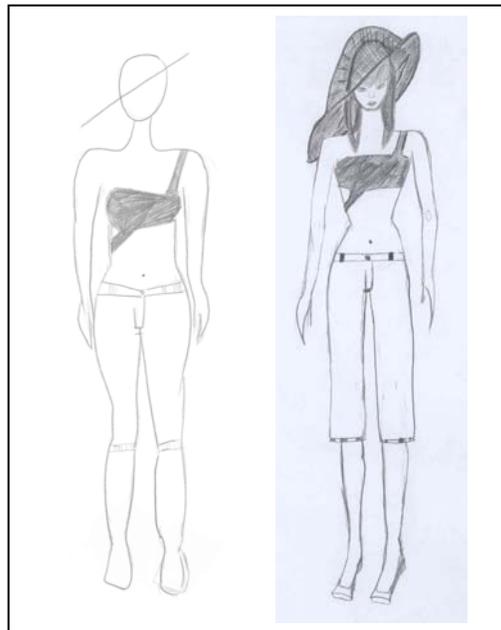


Figura nº 22 - aluno 3

Fonte: Laboratório experimental de desenho de moda fev/2003

A representação gráfica do desenho inicial ou pré-teste, evidencia claramente a dificuldade de representatividade gráfica deste aluno. A representação dos braços está desproporcional, a perna da direita está mais volumosa do que a da esquerda, a roupa foi desenhada utilizando a mesma linha do corpo o que dificulta a identificação do término do conjunto, se é calça ou joelho. A figura foi desenhada de maneira simétrica ao eixo de equilíbrio tornando-a rígida, sem movimentos. A cabeça foi cortada por uma

linha inclinada para a direita simulando um chapéu o que possibilitou a abstração dos cabelos, olhos, nariz e boca.

Ao se fazer uma análise comparativa entre as duas representações gráficas, pode-se observar que no desenho do pró-teste o aluno utiliza outras formas, além dos elementos compositivos do desenho do pré-teste. Ao desenhar o rosto do croqui o aluno representou os olhos, a boca e o nariz. Observou-se porém, que ele conseguiu utilizar a linguagem da moda na representação da estrutura óssea deixando a figura de moda um pouco mais alongada, mas ainda com alguns problemas de proporção nos braços e pernas. Na cabeça, o traço inclinado foi substituído por um chapéu pintado de preto. O contraste conseguido através do sombreamento e das texturas na aba com pequenos traços em diferentes direcionamentos acentuou a sua desproporção.

Nota-se também a dificuldade encontrada por este aluno para representar os sapatos. Os pés ficaram numa posição como se tivessem sapatos de salto alto. Isto pode significar a falta de conhecimento de perspectiva para se desenhar sapatos de salto visto em profundidade e de frente, ou falta de conhecimento da estrutura óssea para desenhar os pés com sapatos de solado mais baixo e em profundidade. Comparando-se com o desenho pré-teste na representação das roupas, o desenho do pró-testes apresenta poucas diferenças. A mini-blusa pintada de preto continua sendo representada usando a mesma linha de contorno do corpo, acontecendo o mesmo com o cóis da calça. Uma pequena transformação acontece da cintura para baixo, pois mesmo sem trabalhar as dobras do tecido, a calça não está aderente ao corpo, está solta, trabalhada com detalhes de repetição no barrado de acabamento.

Observando-se as representações gráficas do desenho pré-teste e do desenho pró-teste, conclui-se que houve transformação, que o aluno criou novas formas, procurando utilizar a linguagem da moda em seu croqui. O que significa que este aluno talvez necessitasse de mais tempo para poder pensar e pesquisar melhor certos detalhes através da observação e do exercício. Um período maior de aprendizagem pode facilitar a assimilação dos conteúdos referente às estruturas, proporções, cânones, enfim conhecimentos sobre elementos constitutivos da forma e de que maneira poderia aplicá-los nas representações gráficas de moda. Através do

conhecimento, da pesquisa e da ação, pela continuidade dos exercícios, pode-se descobrir as diversas possibilidades e conseqüentemente a oportunidade de criar, construir e transformar.

A quarta imagem de representação gráfica selecionada para a análise é a figura nº 23 que corresponde ao aluno nº 04.

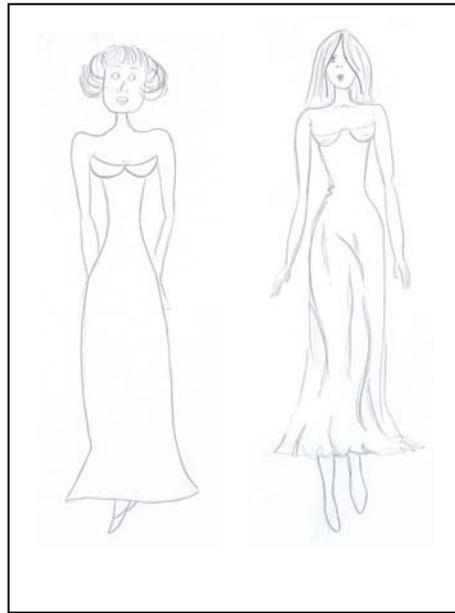


Figura nº 23 - aluno 4

Fonte: Laboratório experimental de desenho de moda fev/2003

Na análise comparativa das duas representações gráficas, percebi que as mesmas foram desenhadas utilizando-se como princípios e elementos compositivos: a forma, o espaço, a proporção, o equilíbrio, a linha ondulada e a reta, a repetição de elementos, assimetria, movimento, o panejamento e o ritmo. O desenho do lado esquerdo - desenho pré-teste - foi desenhado numa posição estática e assimétrica ao eixo de equilíbrio utilizando linhas onduladas para desenharem os ombros, os braços, rosto e cabelos. Os braços estão desproporcionais e colocados de maneira que as mãos pudessem ficar escondidas, evitando dessa forma sua representação. O aluno utilizou os mesmos tipos de linhas, e com a mesma espessura para desenharem o contorno do rosto e sua sobreposição em posição contrária para representar os

cabelos. O vestido foi desenhado sem movimento de panos, o que pode significar a falta de conhecimento, ou um padrão adquirido de representação da figura humana, ou ainda pode significar que esse aluno quisesse representar um tecido sem nenhum caimento, mais encorpado.

Já no desenho do pró-teste o aluno utilizou para sua representação a linguagem da figura de moda, ou seja, sua figura ficou mais alta, com nove cabeças de altura conforme cânone de proporção de altura para croqui passarela. As espessuras das linhas pouco modificaram, porém foram desenhadas com mais firmeza, mais soltas e expressivas produzindo movimentos e efeitos de leveza tanto na figura como na roupa.

Analisando as duas representações gráficas, verifiquei que houve a transformação do desenho pró-teste, e isso pode indicar que houve aprendizagem, como também a captação de certos ensinamentos teóricos e técnicos. O aluno desenhou seu croqui caminhando, conseguindo mostrar através das linhas do tecido do vestido o movimento das pernas deixando aparecer as canelas e os pés descalços. Diferente do primeiro que com uma linha inclinada representou o sapato. O efeito conseguido com o movimento do vestido demonstra que o aluno percebeu que através de certos elementos compositivos pode-se conseguir boas soluções visuais. No conjunto do vestido houve a modificação da linha do busto que agora está menor e mais inclinada em relação ao desenho inicial. Ao se visualizar a imagem como um todo, identifiquei também o osso da clavícula através de pequenos traços inclinados.

O desenho pró-teste também mostra a transformação na representação dos cabelos agora soltos e mais compridos, os olhos, nariz e boca também estão modificados, os lábios sombreados produzindo um leve efeito de volume. Houve também a modificação dos braços, representados com movimentos, ainda que um pouco desproporcionais mas distanciados do corpo, sendo possível a visualização das mãos.

Analisando as representações gráficas, as modificações realizadas pelo aluno podem indicar que houve captação de conhecimentos teóricos e práticos durante o laboratório experimental, o que resultou na imagem pró-teste diferenciada do desenho inicial. E que mesmo com limitações, pelo pouco tempo de prática, o desenho pró-

teste é expressivo mostrando que com determinação produzem-se resultados criativos. Cabe dizer então, que o conjunto de todos estes fatores fazem parte do processo em direção à busca da autonomia como futuro desenhista de moda.

A quinta imagem de representação gráfica selecionada para a análise é a figura nº 24 que corresponde ao aluno nº 05.

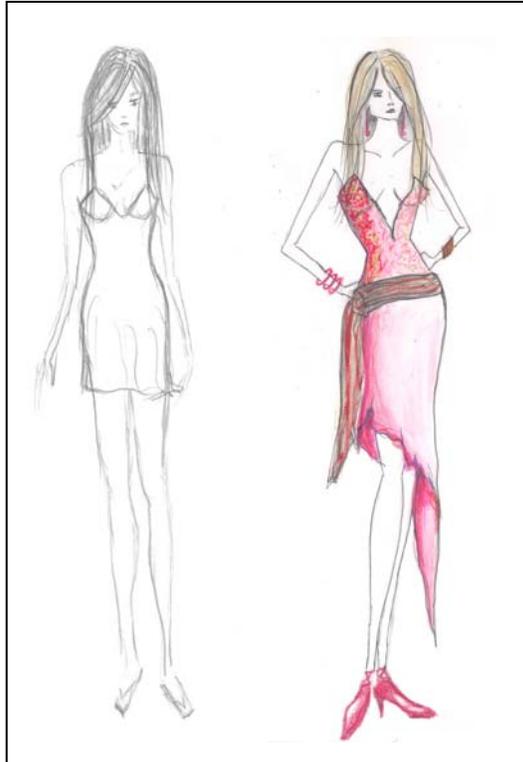


Figura nº 24 - aluno 5

Fonte: Laboratório experimental de desenho de moda fev/2003

Ao fazer a análise da construção dos desenhos verifiquei que foram utilizados elementos compositivos visuais como: a linha, a forma, o espaço, luz, movimento, a proporção, o equilíbrio, ritmo, cor, claro/escuro, perspectiva, textura, volume, panejamento e contraste. Ao desenhar a figura do desenho pré-teste o aluno utilizou o cânone da figura de moda, ou seja, desenhada com 09 cabeças, utilizando a cabeça como módulo de medida para a altura. O que pode indicar que este aluno já possui conhecimentos em desenho de moda. Mesmo assim, a representação gráfica do

desenho pré-teste está rígida, sem expressividade, faltaram habilidades manuais e técnicas estruturais e compositivas. O rosto ficou pequeno, quase desaparece com o volume dos cabelos compridos e levemente sombreados. Os braços estão desproporcionais, o que pode ser a causa da falta de acabamento nas mãos. As pernas também estão com problemas de proporção e de estrutura, e os pés estão calçados com chinelos representados por dois ângulos como solução de acabamento. A figura está representada com uma leve inclinação para a esquerda, o que nos dá a sensação de desequilíbrio, que está caindo.

Ao examinar as duas figuras, a do desenho pré-teste e o pró-teste, notei que apesar da falta de perspectiva nos braços, a combinação da linguagem de moda com procedimentos adquiridos durante o laboratório experimental, resultou numa figura de moda estilizada, esguia, com silhueta alongada com mais de 09 cabeças de módulo de altura. No desenho do pró-teste o aluno acrescentou o elemento cor. Transformou de maneira expressiva sua representação gráfica da figura de moda através da técnica da aquarela com sobreposição de acabamentos produzindo uma textura em forma de rendas com o uso do marcador (*marker ou rotulador*).

Posso deduzir então, que este aluno conseguiu entender e aplicar certos procedimentos e técnicas percebendo suas dificuldades e buscando novas soluções. O contraste entre o jogo de luz e sombra do corpo do croqui, com os movimentos do tecido, a texturização e o desenho dos complementos: botas, pulseiras e brincos, com a pose assimétrica do croqui, produziram uma combinação de formas harmonizadas. Obtendo desta maneira um todo coerente e expressivo dentro dos padrões da linguagem da moda.

A sexta imagem de representação gráfica selecionada para a análise é a figura nº 25 que corresponde ao aluno nº 06.



Figura nº 25 - aluno 6

Fonte: Laboratório experimental de desenho de moda fev/2003

Ao comparar as duas imagens e analisar a sua construção verifiquei que no desenho pré-teste, o aluno representou duas figuras com o cânone adaptado a linguagem da moda, ou seja, com mais que 08 cabeças de altura. Apesar de não ter uma correta distribuição espacial, demonstrada pelo posicionamento dos pés, talvez por não ter conhecimento da organização espacial, mesmo assim, o croqui foi construído de forma expressiva e gestual sobre o suporte de papel.

Na primeira imagem o croqui foi desenhado de perfil com movimentos, a cabeça está numa posição como se estivesse encolhida sobre os ombros, os cabelos caindo sobre as costas foram desenhados com *crayon* preto, com traços verticais e inclinados com diferentes espessuras e contrastes. O vestido justo também foi representado utilizando-se traços inclinados. O resultado foi um efeito criativo de sensibilização de superfície, como se a trama do tecido fosse inclinada e mais encorpada. Há também desproporção nos braços e pernas, e a dificuldade em desenhar as mãos. Os pés foram cortados em ambas as imagens do desenho inicial, como já foi citado ou por falta de conhecimento de representabilidade, ou por falta de organização espacial.

A segunda imagem do desenho pré-teste está representada de frente, e segue mais ou menos as mesmas características do primeiro, ou seja, o aluno utiliza seus traços soltos e gestuais como o volume dos cabelos conseguidos com traços inclinados e rápidos produzindo um efeito de cabelos mais crespos. Utiliza também o princípio da *gestalt* de fechamento em algumas partes do seu croqui, como nos braços, no desenho das mãos, na perna próximo à pulseira da canela. Os braços e pernas estão mais proporcionais e as mãos foram estilizadas. O vestido foi trabalhado com estampas de pequenas bolinhas e com efeitos no movimento de tecido (panejamento), identificando as pregas através das linhas inclinadas e onduladas desenhadas no sentido vertical. A utilização das linhas desta forma, é uma maneira individual do aluno produzir a sensação de leveza no tecido, sugerindo que o mesmo seja de um tecido mais leve e mole.

Comparando os desenhos do pré-teste com o desenho do pró-teste, verifiquei que o aluno endureceu seus traços. Pode-se concluir então que sua preocupação era no ensino e aprendizagem dos movimentos da estrutura óssea, muscular e proporcional do corpo. Adquirindo o conhecimento dos cânones universais da figura humana complementando-se com seus referenciais, seria capaz de transformar suas figuras para que tivessem mais coerência com a linguagem de moda. Bem como de outros fatores que se fazem necessário ter-se o conhecimento para se obter a representação gráfica dentro dos padrões da moda como a utilização correta da perspectiva, profundidade, volume e do panejamento. Verifica-se este interesse através da observação do desenho das pulseiras da perna direita do croqui do desenho inicial, o pré-teste, e o do pró-teste, como também a representação das mãos e dos pés.

A cabeça parece pequena demais principalmente se comparada aos ombros e ao corpo, mas pode parecer particularmente satisfatória para o aluno. O vestido foi desenhado aderente ao corpo na parte superior com as mesmas estampas de bolinhas. A parte inferior aparece sombreada produzindo um efeito de profundidade ao ser repuxado. Analisando o conjunto do desenho pré-teste com o pró-teste, comprovei o que foi citado durante a pesquisa, que todo ser humano tem suas peculiaridades e seus focos de interesses são diferenciados, mesmo que seja para atingir um mesmo objetivo. Neste caso seria a busca de estilo através do desenvolvimento da criatividade e da

percepção no desenho de moda. Isto fica evidenciado no trabalho deste aluno, pois, como tinha habilidades manuais e expressividade nos traços, objetivava com laboratório experimental, exercitar e compreender a organização estrutural visual e compositiva da forma da figura de moda e dos produtos de moda.

A sétima imagem de representação gráfica selecionada para a análise é a figura nº 26 que corresponde ao aluno nº 07.

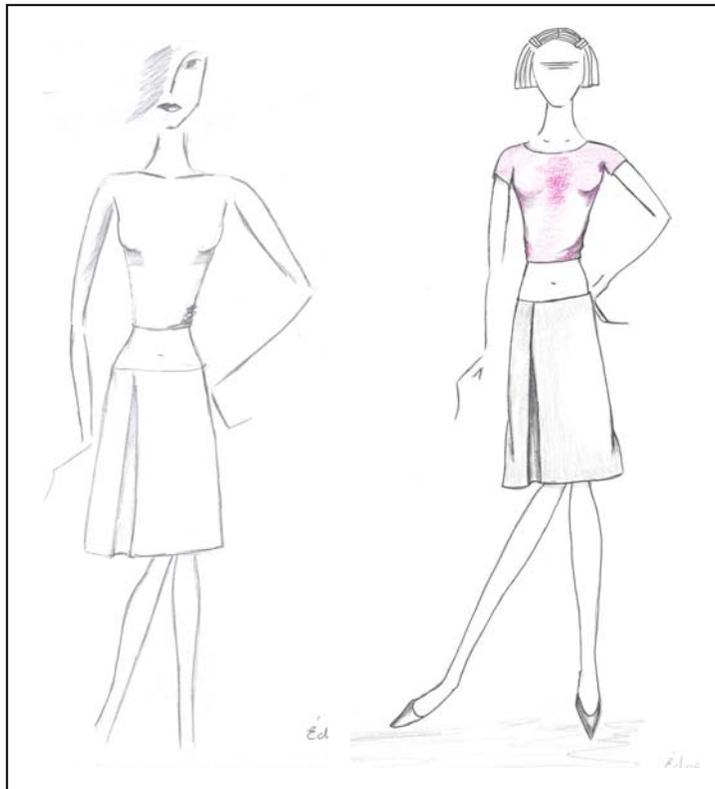


Figura nº 26 - aluno 7

Fonte: Laboratório experimental de desenho de moda fev/2003

Pude perceber através da comparação visual que as duas representações gráficas, foram desenhadas tanto o desenho do lado esquerdo, desenho pré-teste, como o do lado direito o pró-teste foram desenhados assimetricamente ao eixo

invisível de equilíbrio, numa pose que indica uma pausa, como se estivesse desfilando. Observei as dificuldades na representabilidade da figura humana tanto na sua estrutura como na representação dos órgãos como os olhos e membros como mãos e pés . No desenho pré-teste o aluno coloca o rosto estrategicamente atrás dos cabelos através das linhas inclinadas. Isto pode indicar a falta de conhecimento das estruturas ósseas e musculares ou a falta de compreensão de como organizá-los no todo. Já no desenho pró-teste o aluno representou os cabelos com linhas onduladas e espaçadas entre si, dando luminosidades e volume aos cabelos e, através da colocação de três traços horizontais de diferentes tamanhos sugeriu os olhos, solucionando de maneira própria o acabamento no rosto.

No desenho pré-teste, o aluno utilizou as mesmas linhas de contorno do corpo para desenhar a blusa, mesmo produzindo um efeito de volume nos seios com um leve sombreamento. O mesmo método foi utilizado para representar graficamente a blusa no desenho pró-teste, porém, agora o aluno utilizou o elemento cor através da técnica do pastel. Percebeu também que deveria desenhar a blusa com um traço próprio para ela. Na representação da saia no pró-teste houve uma pequena modificação em relação ao desenho pré-teste, ao colocar o sombreamento, produziu efeito de profundidade na prega, além de trabalhar algumas dobras produzindo movimento na saia. O fechamento – princípio da *gestalt* - foi utilizado em ambos os desenhos evitando representar todas as linhas de contorno dos braços, e em detalhes do pescoço. Abstraiu também parte das mãos, deixando apenas linhas em forma de ângulos para caracterizá-las. As pernas têm alguns problemas de proporções tanto no desenho da esquerda onde os pés foram cortados – o que pode indicar inabilidade do aluno em representá-la dentro de um suporte - ou por não saber que sua figura precisaria ser desenhada obedecendo a uma organização espacial, como também no desenho da direita onde se mostrou o pé calçado e em perspectiva.

Observando o pró-teste, conclui que este aluno obteve aproveitamento em seus exercícios, pois conseguiu transformar sua figura inicial. As transformações realizadas em suas representações gráficas mostram seu progresso no uso de elementos organizacionais e compositivos juntamente com a utilização do cânone que produz uma figura dentro dos padrões da linguagem da moda.

A oitava imagem de representação gráfica selecionada para a análise é a figura nº 27, que corresponde ao aluno nº 08.



Figura nº 27 - aluno 8

Fonte: Laboratório experimental de desenho de moda fev/2003

Como se pode observar nesta análise, a figura da esquerda, a do desenho pré-teste, está desenhada com as proporções da figura humana, o que já não acontece no desenho do pró-teste, que foi representada utilizando-se os cânones da moda, com mais medidas de altura tomando-se como módulo de altura à cabeça. Quanto aos cabelos também houve mudanças no desenho pré-teste, estão sobre a face, quase retos. Já no pró-teste estão jogados para trás deixando aparecer o rosto, acentuado pela colocação de óculos escuros.

Em ambos os desenhos o aluno abstraiu partes das mãos. Os braços do desenho do pró-teste estão um pouco desproporcionais, o que não acontece com a representação das pernas. Quanto aos pés, no desenho pré-teste não dá para

identificar se é a ponta de um sapato ou se é a ponta dos pés estilizados. No desenho do pró-teste, o aluno não só desenhou os pés de perfil, como também desenhou os sapatos. Percebe-se porém, que ainda falta a compreensão da figura como um todo, sujeito ao mesmo efeito de perspectiva – no caso a aluna tratou o corpo como um objeto e o sapato como um outro, com outro ângulo de observação. Precisaria de mais tempo com treino e prática para desenhar as dobras do sapato acompanhando o movimento dos pés.

O desenho pré-teste deste aluno demonstra a falta de conhecimento quanto ao uso das técnicas do panejamento (estudo dos movimentos para produzir dobras, caimento e profundidade nos tecidos), pois as roupas estão representadas como se fossem produzidas com um material não maleável, duro. O que não acontece no desenho do pró-teste, onde foi trabalhado o movimento dos tecidos, como as dobras que acompanham o movimento da perna. No desenho da releitura, o aluno trabalhou as luzes e sombras no corpo do croqui através da utilização da técnica da aquarela, utilizando-a também sobre lápis de cera branco dando os efeitos de losangos e de transparências na saia. Os contrastes de cores mais fortes com as mais fracas foram conseguidos através da diluição da aquarela em água. Na blusa tomara-que-caia, o aluno aplicou a técnica do pastel e os sombreados foram resultados da retirada dos excessos com algodão, produzindo o efeito de volume através do degradê.

Observando estas duas representações gráficas, notei acentuadas diferenças entre ambas. Apesar de utilizar os mesmos elementos constitutivos da forma já citada nas outras análises, o aluno inovou quanto a posição do seu desenho do pró-teste, representando-o andando e quase que totalmente de perfil. A análise entre o desenho pré-teste - estático e simétrico ao eixo de equilíbrio – com o pró-teste, mostra que houve crescimento do aluno quanto a sua construção da representação gráfica, como também no seu desenvolvimento criativo. Tanto pelo uso dos elementos com resultados expressivos como também pela aplicabilidade dos mesmos em novas formas e poses diferenciadas das tradicionais que são desenhadas de frente, isto pode indicar que o aluno não teve receio de errar, que ele ousou. Cabe citar aqui as palavras de Ostrower (1990), que afirma “a criatividade não é outra coisa senão a disponibilidade interior, a plena entrega de si e a presença total do que se faz”.

A nona imagem de representação gráfica selecionada para a análise é a figura nº 28, correspondente ao aluno nº 09.

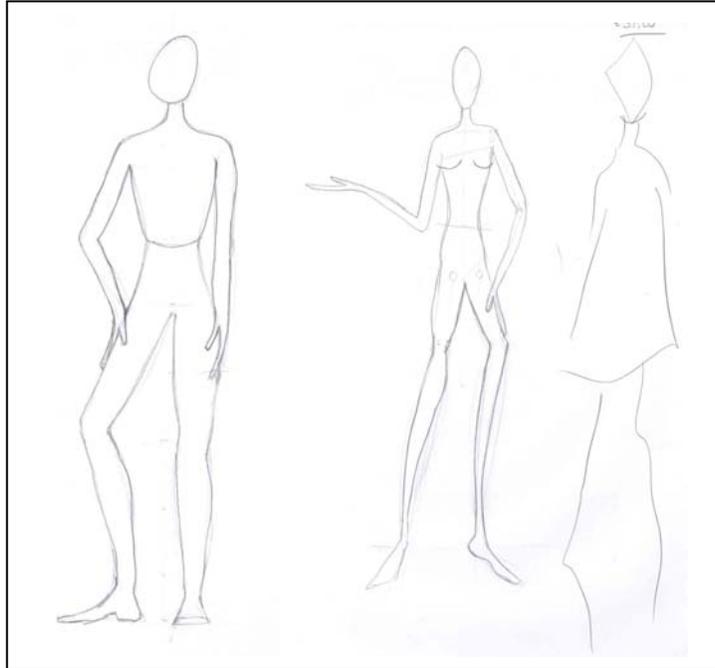


Figura nº 28 - aluno 9

Fonte: Laboratório experimental de desenho de moda fev/2003

Os elementos constituintes usados na representatividade tanto do desenho pré-teste como nos desenhos pró-testes, foram predominantemente as linhas: inclinadas, onduladas, curvas, horizontais, verticais e o espaço, a proporção, o movimento, a forma, o ritmo. Nestas imagens representadas pelo aluno 09, observei que o desenho pré-teste está mais proporcional do que os do pró-teste, e está representado numa pose assimétrica com movimentos nos braços e pernas. A cabeça está representada através de uma figura ovalada e os braços e pernas apresentam uma pequena desproporcionalidade. As mãos estão adequadamente colocadas, mas precisam um melhor acabamento, e os pés estão desenhados obedecendo a perspectiva. Ao representar o tronco não caracterizou o desenho do seio, mas uma linha curva delimitando a cintura.

O desenho pré-teste foi representado seguindo as normas do cânone da linguagem de moda, com 09 cabeças de altura. Verifiquei porém, que este aluno mesmo conhecendo o processo de transformação da figura humana para a figura de moda, ainda não conseguiu assimilar todas os procedimentos e métodos para que suas representações ficassem proporcionais e coerentes com a linguagem da moda. Falta conhecimento sobre estrutura óssea e muscular para se desenhar corretamente determinadas partes do corpo como a clavícula, cabeça, rosto e seios. Além de outras partes do corpo para poder estilizar a forma com segurança obtendo um resultado satisfatório.

De acordo com Dondis (1997, p. 90), “o processo de abstração é um processo de destilação, ou seja, de redução dos fatores visuais múltiplos aos traços mais essenciais e característicos daquilo que está sendo representado”. Portanto, se ainda não se tem o controle da representação da forma é compreensível a dificuldade encontrada por este aluno para representar graficamente as figuras estilizadas como aparece na construção das figuras na releitura. Se ainda não se tem habilidades manuais e conhecimentos sobre organização estrutural, espacial e do cânone da figura humana, como também de sua passagem para o cânone de moda, além do conhecimento de sua estrutura óssea e muscular (elementos essenciais para sua representação), corre-se o risco de se construir uma figura descaracterizada, sem uma estrutura compreensível dentro da linguagem da moda. Não se atingindo deste modo um dos objetivos do desenho de moda que é a venda de produtos seja de roupas ou acessórios e complementos.

A décima imagem de representação gráfica selecionada para a análise é a figura nº 29 que corresponde ao aluno nº 10.

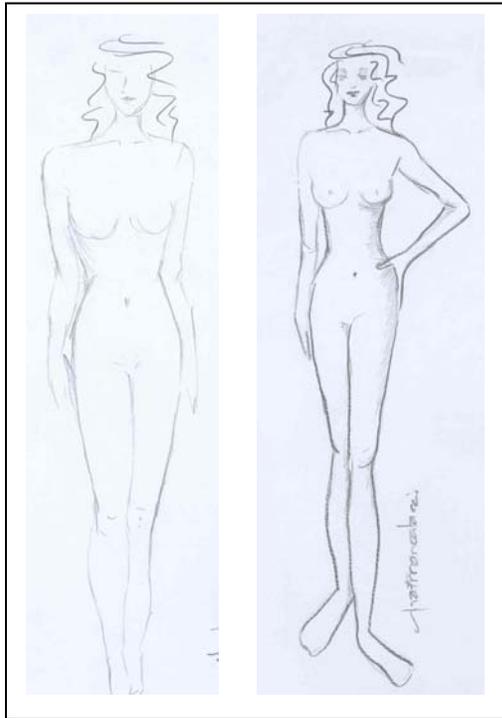


Figura nº 29 - aluno 10

Fonte: Laboratório experimental de desenho de moda fev/2003

Iniciando a análise comparativa das representações gráficas do desenho pré-teste usado como referência, e do desenho pró-teste, pude perceber primeiramente quais eram os elementos compositivos visuais. Ao desenhar a figura do desenho pré-teste o aluno utilizou o cânone da figura humana, ou seja, desenhou com 08 cabeças, utilizando a cabeça como módulo de medida para a altura, mantendo seu centro sobre a linha de equilíbrio, o que resultou numa figura assimétrica, mas estática, sem expressividade.

Comparando as duas representações pude observar que no desenho pré-teste, o aluno representou o cabelo com alguns traços, conseguindo um efeito de volume e de profundidade. No rosto houve a abstração de um olho e a estilização do nariz, no pró-teste apesar de utilizar os mesmos movimentos de traços não houve abstração. Ao se visualizar o desenho inicial, o pré-teste, notei que há um deslocamento do pescoço do

centro do ombro para o lado direito, o que ocasiona um desvio da linha de equilíbrio do seio, cintura e quadril. O mesmo já não acontece no desenho do pró-teste, o aluno percebeu a importância do posicionamento correto das partes no todo, evitando desta forma que ocorresse o mesmo erro.

Há modificação também quanto ao posicionamento dos braços e pernas. No desenho pré-teste os braços e mãos estão desproporcionais e próximos ao corpo, já no pró-teste, o aluno desenhou os braços afastados do corpo utilizando a perspectiva para um melhor posicionamento dos mesmos. As mãos tiveram uma melhora na representação, mas ainda necessitam de um estudo mais aprofundado sobre sua estrutura óssea e muscular além de treinos e exercícios manuais. O estudo facilitará a compreensão de como representar certos detalhes como os dedos dobrados, mãos encostadas no corpo, braços e pernas em perspectiva. Com conhecimento, treino e prática, pode-se estilizar explorando-se outros métodos de representabilidade da figura de moda.

Quanto à representação das pernas no desenho pré-teste, apresenta uma desproporção, tanto no diâmetro da massa muscular quanto no comprimento. Devido a sua colocação, uma na frente da outra, o posicionamento dos pés está um sobre o outro, sendo que uma parte do pé esquerdo foi cortada por falta de suporte. O que pode indicar a falta de conhecimento sobre proporção e organização espacial, ou ainda, que este aluno necessitaria de um tempo mais prolongado de trabalhos e estudos.

No desenho do pró-teste as pernas foram desenhadas com uma melhor proporção, mais adequada ao posicionamento do croqui. Os pés foram desenhados em perspectiva, desta forma visualiza-se em primeiro o plano da frente, portanto o da direita, sendo assim, poderia ser desenhado levemente maior.

Nas representações gráficas deste aluno, verifiquei que mesmo não construindo seu croqui com roupas como a maioria, há a transformação do seu desenho. Ele conseguiu que sua representação gráfica tivesse uma melhor definição nos traços, os contornos da figura foram feitos com mais segurança, mais legíveis. Conclui então que mesmo num ritmo mais lento e respeitando as peculiaridades de cada um, houve trocas de informações e conhecimentos durante todo o tempo de convívio do

laboratório experimental. E o resultado desta interação observa-se na construção do desenho pré-teste deste aluno, é uma construção diferenciada do seu desenho pré-teste. Com orientação adequada onde se trabalha as potencialidades e incentivando o aluno a construir desenvolvendo sua criatividade, facilita-se a aprendizagem em qualquer área de ensino.

3.3. Análise das respostas ao questionário

Outra atividade proposta com o objetivo de verificar se houve a recepção de conteúdos por parte dos alunos, foi solicitar que respondessem um questionário, entregue a eles no início do laboratório experimental, e que o mesmo fosse devolvido ao final do curso. As perguntas e as análises de conteúdo das respostas coletadas oriundas do questionário aplicado aos alunos estão descritas a seguir:

A) Definir qual a diferença entre a figura de moda e a figura humana?

Na maioria das respostas analisadas, 8/10 alunos citaram que a principal diferença é o desenho da figura humana adaptada à linguagem da moda, ou seja, que é modificada, podendo ser desenhada utilizando-se de 09 a 15 cabeças de medida para se desenhar a altura do croqui. Responderam ainda, que a figura de moda fica mais longilínea, transformada em outro padrão de medidas. Outra diferença citada por um aluno é que o croqui pode ser desenhado utilizando-se a estilização, sem muita preocupação com detalhes, nem artifícios. Ou ainda, que se utilizando os cânones da figura humana adaptada para a linguagem de moda, o croqui fica um pouco mais distorcido. Os alunos têm noção da necessidade de alongamento, mas não trazem em suas afirmações noções de parâmetro para este efeito. Assim, vê-se uma situação favorável à aprendizagem, pois eles carecem dessas informações de precisão.

desde a antigüidade, o corpo humano tem sido objeto de estudo por parte de muitos cientistas e artistas, que tem definidos os cânones de proporção adequados ao seu tempo e a concepção figurativa de sua época. Nesses cânones a cabeça se toma como unidade de referência para definir as demais subdivisões. Assim, a altura total do corpo compreende oito vezes a

cabeça. Na moda, houve a necessidade de modificar algumas proporções para que se imprima mais esbelteza e elegância à figura de moda, acentuando-se mais sua altura, definindo-se o “cânone moda”, com 09 ou mais cabeças (DRUDI E PACI 2001, p.16).

Fazendo-se um paralelo entre o que as autoras descrevem sobre a figura humana e a figura de moda com as respostas dos alunos, conclui-se que eles conseguiram entender o processo de transformação resultante no desenho de moda. Ao citar que é justamente no uso diferenciado do cânone adaptado para a linguagem da moda, que se define a principal diferenciação entre as figuras, fica visível que conseguiram compreender o que se pensa ser o ponto mais problemático do ensino do desenho do croqui de moda, ou seja, a passagem ou a transformação da figura humana para a figura de moda.

Nessa transformação, o aspecto importante a destacar é a ruptura com proporções verdadeiras. Nessa ruptura o desenhista encontra sua liberdade de expressão, mesmo tendo que seguir padrões estabelecidos como o alongamento de figuras, pode optar entre 9, 12, 15 cabeças, como módulo de medida de altura. No ato de desenhá-las, de criá-las, que o aluno está desenvolvendo sua criatividade perceptiva trabalhando as várias possibilidades que se apresentam. A liberdade de expressão adquirida com essa ruptura oferece ao desenhista de moda a oportunidade de criar seu estilo como já foi descrita na parte teórica desta pesquisa.

Este entendimento é imprescindível para que o aluno comece a criar e a desenvolver seu estilo próprio no desenho de moda. Além disso, responderam, e isto é importante, que é através da estilização, e do desenho sem muita definição que se pode caracterizar a figura de moda. Do ponto de vista pedagógico, estes detalhes são importantes, pois servem para mostrar que houve assimilação de conteúdos estudados durante o curso. É preciso que o aluno perceba que na busca do seu estilo de desenhar é necessário trabalhar sua criatividade juntamente com a preocupação de buscar o conhecimento teórico que envolva a representação e ilustração da forma, além de treinar com afinco. A expressividade nos traços e o entendimento do processo de transformação e de construção dos produtos moda e do croqui são fundamentais. Desse modo, pode-se mais facilmente mostrar: o desenho da coleção, as cores, os

movimentos, o coerência entre os modelos e as formas, para futuramente ser reconhecido como um bom profissional de desenho de moda.

B) De que maneira pode-se obter o efeito de volume na roupa, acessórios e aviamentos em uma figura de moda (croqui)?

Questionados sobre como se obtém efeitos de volume nas roupas, 7/10 alunos responderam que o efeito de volume se consegue utilizando-se escalas tonais que é o jogo do claro/escuro, degradês, perspectiva e a cor. Através da utilização de técnicas com diferentes materiais (canetas hidrocores, pastel, lápis de cor, aquarelas...), produzindo-se o efeito de contraste. 2/10 alunos responderam que o volume pode ser obtido através do contraste de linhas inclinadas, verticais, horizontais superpostas umas às outras, além da forma e do valor tonal. Ou ainda como na resposta de um aluno, que o efeito de volume nos tecidos também se consegue através das texturas que identificam na composição o caimento e efeitos dos tecidos como sendo de seda, jeans ou lã, como pela representação dos movimentos dos tecidos produzidos pelo vento na roupa desenhada.

Como se pode observar, a maioria dos alunos citou como sendo o contraste um dos principais elementos da representatividade do efeito de volume nas roupas. O jogo do claro/escuro os degradês e as cores, são meios utilizados para se obter o contraste que é um dos princípios mais utilizados e úteis para se desenhar efeitos de volume nas roupas, e na própria figura de moda. Evita-se deste modo, a monotonia do desenho com efeitos tanto de texturas como de cores ou linhas com vários posicionamentos: inclinadas, retas, verticais, horizontais etc. Pode-se utilizar o contraste como também a perspectiva, para modificar ou acentuar a forma, o volume e o espaço.

É a oposição entre as coisas, de forma que uma faça com que a outra se sobressaia. O contraste é básico para a variação e importante para o interesse visual. Pode-se utilizar o contraste para criar volumes e espaço, para definir ou modificar uma forma, para procurar equilíbrio, para exprimir sentimentos e despertar atenção. Pode-se obter contraste pela luz e sombra, pela cor, pela mudança

do plano, pelas diferenças de formas e texturas (DONDIS 1997, p.109).

Nesse sentido, é de suma importância que o aluno compreenda que a utilização do contraste de cores, formas, traços, texturas e valores tonais, podem criar soluções criativas em seus desenhos. Utilizando-se deste artifício ele conseguirá aumentar o efeito da caracterização de uma matéria-prima que será utilizada para confeccionar a roupa. Por exemplo, no desenvolvimento de croquis para uma coleção, a representação de um casaco trabalhado com efeitos de texturas de lã combinado com uma blusa trabalhada com características de seda, o uso do contraste de cores pode ser empregado para expressar e reforçar a informação visual como nos fala Dondis (1997). Os contrastes não necessitam necessariamente de extremos, podem ser desenhados com efeitos mais sutis, dependerá da escolha pessoal de cada aluno.

Existem diferentes maneiras de se produzir ou de se criar efeitos de volume no croqui ou nas roupas e nos objetos de moda. Não é necessário, porém, que quem está em processo de aprendizagem domine todos os métodos ou técnicas. Mas é preciso que o aluno entenda que para se conseguir certas soluções e efeitos visuais em seus desenhos, devem ter o conhecimento da sua utilização e de como se comportam determinados agentes em diferentes suportes ou técnicas. E que, através da prática ele terá a possibilidade de manuseio e da descoberta através de suas aplicações com melhores resultados. As experimentações e exploração de recursos e técnicas contribuirão para escolhas futuras.

C) Como se expressa o movimento em figura de moda?

De acordo com Hallawell (1994, p. 65-91), “o desenho da figura em movimento exige do desenhista muita observação e conhecimento de como o corpo se movimenta e se equilibra”.

Partindo-se desta afirmação do autor, reconhece-se que é preciso conhecer bem as proporções do corpo, sua estrutura óssea e muscular. No desenho da figura humana e, no caso específico desta pesquisa, o desenho da figura de moda, a

memorização das proporções, o conhecimento da anatomia, dos espaços negativos e positivos e dos cânones complementados pelo uso dos eixos verticais e horizontais serão imprescindíveis para sua construção. É mais fácil desenhar a figura usando-se eixos, e espaços como comparações ou analogias.

Analisando-se as respostas, observa-se que houve assimilação das orientações de como se desenha uma figura de moda em movimento, principalmente da importância de se utilizar um dos princípios da *Gestalt*, que é o da proporção. E, de se ter o conhecimento do qual Hallawel (1994) nos fala sobre a estrutura óssea e muscular. A resposta de 6/10 dos alunos foi que o movimento da figura de moda se consegue através do deslocamento do corpo estático, com equilíbrio simétrico, para o dinâmico. Ou seja, desenhar o corpo não centrado sobre o eixo imaginário de equilíbrio em diferentes posições e com movimentos do tronco e membros. Mas para que o desenho fique proporcionalmente correto é preciso conhecer a estrutura óssea e muscular e o panejamento, ou seja, o movimento do tecido da roupa sobre o croqui.

Dois dos alunos citaram que se pode caracterizar o volume e o movimento trabalhando-se os efeitos produzidos pelos tecidos (panejamento), com luz, sombras e contrastes. Reproduzindo-se também os movimentos e efeitos nas roupas causados pelo vento, como também pela expressividade e diferentes movimentos dos traços na construção da figura (mais fino, mais grosso, com movimentos mais rígidos e mais suaves), enfim, com diferentes espessuras.

Outros dois ainda responderam que o principal meio de se reproduzir o movimento na figura de moda é através do uso das linhas em diferentes posições (inclinadas, sobrepostas, sinuosas, verticais e horizontais). Ou desenhando-se a figura com desvio da linha de equilíbrio, ou ainda, distribuindo a massa corporal para que a figura fique com movimentos sinuosos. Citaram também que é através do uso do recurso da perspectiva que se pode dar o efeito de profundidade nos braços e pernas quando se representa o croqui caminhando, ou em poses com determinados movimentos de braços e pernas.

Vale dizer que se discutiu com os alunos a importância de se desenhar uma figura de moda que se movimenta, que é dinâmica. Porém, para se reproduzir de forma gráfica este movimento, é necessário observar e perceber a maneira de andar das

peças, as poses de manequins ou modelos quando estão paradas ou em desfiles de moda. Que ao se analisar cada pose, que se observe a estrutura rítmica e as suas relações proporcionais, como também a sua estrutura óssea e muscular. Discutiu-se também a necessidade de se estudar, de raciocinar, de observar e praticar exercícios, pois desenvolve a destreza manual e a capacidade perceptiva. Desse modo, é possível criar ou desenhar algo novo, com estilo e identidade própria.

Como a figura de moda é o meio ideal para o profissional de desenho representar graficamente o modelo de um vestido ou toda uma coleção de roupas, deve ser desenhada com expressividade, com movimentos dinâmicos, com poses adequadas ao tipo de vestimenta proposto. Deve-se evitar desenhar a figura de moda com pose demasiadamente estática ou demasiadamente realista, pois, pode resultar num desenho rígido e artificial não condizente com o mundo da moda.

As respostas dos alunos, indicam que a maioria conseguiu captar ou entender a importância de se utilizar determinadas técnicas para se conseguir caracterizar o movimento na figura de moda. Como também, da necessidade de se conhecer o funcionamento da estrutura óssea e muscular do corpo humano. É através das articulações que se indica o movimento e através da musculatura o posicionamento da massa muscular e conseqüentemente do volume corpóreo. O posicionamento das pernas em relação ao tronco do croqui é um dos principais determinantes do movimento da figura de moda, fazendo parte da linguagem do corpo. A figura de moda em movimento deve ser dinâmica, expressiva e equilibrada.

D) Existe uma diferença entre figura humana (observada), e a figura de moda (croqui). No processo de construção do croqui que elementos podem ser abstraídos? Como essa abstração pode ser feita?

Ao se realizar a análise das respostas desta pergunta, verificou-se que a grande parte dos alunos, 7/10 do total, encontrou dificuldades na sua elaboração, e 3/10 alunos não responderam a questão. Ou seja, a maioria respondeu que no desenho da figura de moda pode-se abstrair: cabelos, olhos, boca e dedos. E a utilização dos princípios da Gestalt de continuidade ou fechamento pode-se insinuar através de traços

finos e descontínuos detalhes dos braços, pernas e cabeça. As respostas não estão totalmente incorretas, mas foram bastante resumidas, às vezes sem coerência demonstrando claramente que ficaram com dúvidas quanto ao assunto. Isto pode ser interpretado como um obstáculo para a aprendizagem do desenho de moda. Portanto, é um motivo que deve ser investigado para que se obtenha dados que oriente o professor na elaboração de uma metodologia com procedimentos didáticos mais acessíveis aos alunos em futuros trabalhos.

No processo de abstração da figura de moda é necessário ter-se o conhecimento básico das formas do corpo, além do conhecimento sobre perspectiva e elementos constituintes da representação gráfica dos produtos de moda, acessórios e aviamentos. Um dos motivos para a abstração no desenho de moda é a necessidade de se desenhar rapidamente um modelo, e a redução dos vários fatores visuais aos traços mais essenciais e característicos do que se quer representar exige do desenhista bastante domínio, percepção e agilidade. Talvez, seja esse o motivo principal da dificuldade na resposta já que muitos dos alunos tiveram no curso o primeiro contato com o desenho da figura humana. E imediatamente após sua transformação para a linguagem da moda, não possibilitando o tempo necessário para que o aluno se familiarizasse com a linguagem, conteúdos, e representações gráficas específicos para a linguagem do desenho de moda.

O desenho da figura humana é um desenho de difícil representação devido a seus inúmeros detalhes, exige dedicação e concentração e muitas vezes os alunos adultos se consideram incapazes por se considerarem inaptos e com pouca destreza manual por exercerem outras profissões. Na maioria das vezes, não se desvencilharam de antigos estereótipos, necessitando horas de treino e orientação. Seria necessário um tempo maior de exercícios para permitir que houvessem descobertas pessoais, e as dificuldades encontradas podem indicar uma forte vinculação com a realidade. Este também é um ponto que deve ser levado em consideração. Pode ser aí que reside o problema, vale a pena pesquisar num outro momento, numa próxima pesquisa.

Considera-se importante, porém, salientar que mesmo com estas dificuldades a maioria dos alunos apresentou um progresso significativo na construção do seu

desenho de moda, o que poderá ser verificado no trabalho de releitura já mostrado nesta pesquisa.

E) Como você define a atividade de um desenhista de moda?

A atividade de um desenhista de moda é definida por sete dos alunos como sendo uma atividade que exige conhecimento sobre moda. Além do conhecimento de como se sensibiliza criativamente uma superfície através das cores e das texturas para caracterização de estampas e tecidos no desenho. Necessita-se também se ter o conhecimento estrutural e visual da forma, pois possibilitariam representar mais facilmente a figura de moda e produtos de moda como: perfumes, sapatos e outras coisas.

Dois alunos responderam que exige muita prática, sensibilidade, alto senso estético e criatividade, que é necessário estar sempre por dentro do “espírito da época”, mantendo-se sempre “ligado” aos estilos e tendências. Ou ainda que existe um mercado promissor para estes profissionais, desde desenhos de croquis para coleções, como também para, e ilustradores de revistas de moda e desenhistas de *birôs*¹⁸. E ainda que o desenhista de moda faz a representação ou a criação de um produto de moda: roupas, bolsas, jóias, ou desenhos de automóveis e eletrodomésticos, para posteriormente ser produzido. Que isto é muito importante para a indústria da moda.¹⁸

Um dos dez alunos se referiu ao desenhista de moda como sendo um profissional que expressa talento no desenho de moda, mas não tem nada a ver com a criação de uma coleção. É aquele profissional que representa graficamente a roupa para modelagem, o que não está incorreto, pois existe os que trabalham somente com o desenho técnico-planificado para modelagem e confecção da roupa desenhada por um estilista ou desenhista de moda. Este profissional é muito requisitado pelas

¹⁸- Birôs ou *Bureaux de style* são cadernos de tendências que proporcionam diretrizes básicas que refletem os anseios do mercado. As tendências servem de inspiração e criação. Representam as imagens. A partir das quais se inicia o processo de edição das novas propostas de moda que se tornarão realidade na próxima estação. Os *bureaux de style* mais conhecidos são: Promostil e Nelly Rody

industrias de confecção, pois não pode haver erros no corte do tecido para costura, o prejuízo seria imenso.

Ao se analisar as respostas verificou-se que estavam bastante coerentes com o que se discutiu durante o laboratório experimental, que, para se desenvolver a atividade de desenhista de moda, deve-se procurar estar sempre atualizado em relação a todas as maneiras, métodos e processos criativos ou formas expressivas que dão possibilidade de se criar moda.

Isto que dizer que, é necessário estar sempre atualizado com tendências internacionais, nacionais, locais, e principalmente estar “atento” com o que acontece a nossa volta. Pois moda e estilo coexistem e são os reflexos da interação de todo estes processos de buscas. Esta sincronização com acontecimentos do mundo e a moda, se faz necessário para o desenhista de moda penetrar no mercado de trabalho. Pois, com base nas informações, pode-se desenvolver coleções sabendo-se do que o nosso público alvo está pensando, quais seus objetivos e necessidades. Além de estar a par do que está disponível no mercado, quais as novas fibras tecnológicas, quais tecidos foram fabricados. Cabe dizer então, que para a moda, o que acontece no mundo, acontece na moda.

Para isso, o desenhista de moda deverá estar aberto a novas idéias, ser receptivo a mensagens que a mídia proporciona diariamente nos diversos meios de comunicação: revistas, jornais, cinema, internet e outros. Esses referenciais são fontes de pesquisa para a criação. E um desenhista de moda precisa saber relacionar as mudanças e modismos com a moda dos dias atuais para poder desenvolver coleções direcionadas para segmentos da sociedade minimizando riscos e buscando retorno financeiro.

Como já foi descrito durante a pesquisa, na moda, a criatividade é um reflexo sobre a arte de transformar idéias percebidas e vivenciadas em linguagens visuais e formais, associando buscas pessoais, conhecimento e técnicas. Para o aluno, futuro profissional de desenho de moda, não basta só a pesquisa, a atualização o conhecimento teórico, é necessário o fazer artístico, o exercício de busca, assim ele

será capaz de se expressar objetivamente com idéias novas e de forma original para o público em geral.

a maior parte do tempo vocês não estão desenhando para o “público da moda”, mas sim para o público em geral, que tem dinheiro para gastar. A gente tem complexos acerca do nosso corpo, mas não é bom desenhar coisas para um tipo especial. Eles não vão vestir. Vocês não podem escolher seus clientes, eles é que escolhem vocês (Jones 2002, p.64).

Atualmente a figura do desenhador de moda adquiriu uma importância decisiva para o êxito do estilo de uma empresa no mercado nacional e internacional. A relação entre indústria e estilista ou desenhista de moda se reforçou definitivamente, já que existe a necessidade cada vez maior das indústrias de difundir com êxito seus produtos. Enfatizou-se para os alunos que em comparação com outros produtos de consumo, as roupas não constituem apenas um envoltório para o corpo, mas sim, uma segunda pele que representa, mediante sua funcionalidade, tecnologia e estética, um autêntico projeto industrial que responde plenamente a representação do eu, no contexto social em que se desenvolve. Assim, nasce a necessidade de se realizar estudos relativos aos meios de comunicação, e as técnicas de representatividade do desenho, como também das tecnologias avançadas que permitam criar roupas cada vez mais cômodas e com tecidos com tecnologias inteligentes. Por isso, a moda não é só a roupa de vestir, mas também o produto industrial a partir de projetos de produtos de moda, de desenhos de coleções elaborados por profissionais competentes.

F) Quais são os princípios e os elementos formais utilizados na construção da figura de moda?

Como esta questão era especificamente sobre o desenho e, foi bastante trabalhado com imagens e exemplificado através de desenhos durante todo o curso 8/10 dos alunos responderam corretamente, ou seja, que os elementos da linguagem do desenho são os aspectos visíveis, formais do desenho: ponto, linha, cor, luz, sombra, espaço, textura, forma e o movimento. E, os princípios são os aspectos

subjetivos do desenho tais como: equilíbrio, proporção, ênfase, ritmo, contraste e outros, conseguidos através da maneira como se emprega os elementos para se criar os desenhos de moda. Um dos dez alunos respondeu que os elementos estruturais do desenho eram apenas: ponto, linha, cor, forma, contraste, espaço e equilíbrio. Outro aluno não respondeu esta questão.

Um dos objetivos da oficina experimental é que o aluno aprenda através da ação, auxiliando-o a compreender e a desenvolver sua criatividade através da prática de construção do seu desenho. Pois, futuramente através do domínio dos conceitos e da destreza manual, ele poderá desenvolver uma maneira diferencial de desenhar ou de criar suas coleções de moda ou de figurino. Pois, neste tipo de trabalho, as técnicas de desenho, pintura e a plasticidade são elementos importantes, já que o objetivo maior é vender um determinado estilo nos produtos de moda. É importante o profissional de desenho estar presente com seu estilo, pois conforme nos diz Pareyson (1993, p. 33), "...o estilo é sempre de uma pessoa única e irrepetível, do seu modo próprio de pensar, sentir e interpretar".

Dos dez alunos, três responderam também que ao se utilizar adequadamente a técnica das proporções da figura humana pode-se dedicar unicamente ao desenho técnico (planificado), que são desenhos de peças de roupas que contém as especificações necessárias para a execução de modelagem desenhados com a proporção humana. Este profissional atua na área de desenvolvimento da indústria do vestuário, ou seja, corta novos moldes baseados nos croquis para a fabricação da peça piloto ou grades de tamanho. Como também pode modificar anteriores para que passem a corresponder às novas tendências e estilos.

Salienta-se que durante o curso foi bastante discutida a importância de se ter o conhecimento de todas as partes constitutivas e organizacionais do desenho, além das técnicas ilustrativas como: aquarela, pastel, marcadores e outra, e de como empregá-las de maneira própria na construção dos desenhos de moda. O domínio da representabilidade da organização visual e espacial é um ponto importante para o desenhista de moda. Pois ele precisa obter resultados que satisfaçam seus objetivos estéticos e de vendas, baseados em suas criações e desenhos de moda.

Em seu livro *Sintaxe da Linguagem Visual*, Dondis (1997), reportando-se a *gestalt*, cujo principal interesse têm sido os princípios da organização perceptiva, o processo da configuração de um todo a partir das partes diz que:

Em todos os estímulos visuais e em todos os níveis da inteligência visual, o significado pode encontrar-se não apenas nos dados representacionais, na informação ambiental e nos símbolos, inclusive na linguagem, mas também, nas forças compositivas que existem ou coexistem com a expressão factual e visual. Qualquer acontecimento visual é uma forma com conteúdo, mas o conteúdo é extremamente influenciado pela importância das partes constitutivas, como a cor, o tom, a textura, a dimensão, a proporção, e suas relações compositivas com o significado (DONDIS 1997, p.22).

Isto demonstra que realmente para ser um bom profissional de desenho de moda, é preciso ter conhecimentos e o domínio da representatividade desenvolvida com criatividade e expressividade.

Em nossa cultura, entre os produtos de consumo, o vestuário ocupa um espaço específico que, por sua importância econômica e social, foi ampliando o seu domínio para muito além das fronteiras da vestimenta. Hoje, ele apresenta-se como uma manifestação exemplar da sociedade industrial tecnológica em que se insere. Como fenômeno bem mais amplo do que os modos de se vestir que se sucedem segundo ritmos tramados pelos entrecruzamentos dos setores de criação, produção, distribuição e consumo, a moda abarca globalmente modos de conduta, estilos de vida, formas de gosto, correntes de idéias e de opiniões que nucleiam os agrupamentos humanos, definindo-os em dado período histórico e marcando suas distinções sócio-econômico-culturais (OLIVEIRA et al 2002, p.16).

Estes fatos confirmam a necessidade de que o profissional de desenho de moda, o criador, deve estar sempre atento às contínuas modificações, pois a moda está conectada com quase todos os setores da sociedade. Conforme diz a autora “a moda tem importância econômica e social”. São as informações captadas que abrem as possibilidades de reflexão sobre quais valores que estarão nas próximas coleções, qual forma ou material que irá substituir o antigo pelo novo, o que irá permanecer e o que irá voltar. São estes aspectos da moda e suas transformações sócio-culturais que

influenciam na formação e na criação do desenhista de moda, e portanto o estudo deste fenômeno mereceria ser expandido em novas pesquisas.

Capítulo 04

Considerações finais

Este trabalho teve como tema central construir e testar um procedimento didático que criasse condições de desenvolver o estilo próprio de cada aluno em desenho de moda, através da construção do croqui (figura de moda), visando sua aplicabilidade na criação de coleções e de produtos de moda.

Baseado num referencial teórico que procurou abordar conteúdos sobre estilo, criatividade e percepção direcionados para os desenhistas de moda, foi possível entender a importância do estilo para que o profissional consiga transmitir nas suas criações articuladas uma linguagem expressiva e original.

Portanto, o trabalho só atingiu seus objetivos na medida em que apresentou os processos e métodos pelos quais foi possível construir uma figura de moda expressiva que satisfizesse os padrões da linguagem de moda, tal qual foi apresentado na fundamentação deste trabalho.

Cabe esclarecer que o croqui é a transformação da figura humana para a figura de moda, e que esta ação representa a possibilidade da criação do estilo através da maneira individual de cada desenhista compreender e utilizar as técnicas de construção do desenho que realiza a transformação com resultados plásticos diferenciados. Esta foi a mais significativa contribuição deste trabalho, pois possibilitou a descoberta de que esta transformação é o momento certo de se trabalhar o estilo. Representa também a possibilidade de explorar as diversas maneiras de representar as criações na figura de moda. É a personalidade impressa no trabalho que dá o diferencial de um desenhista de moda.

Esta pesquisa na área do desenho de moda exigiu dedicação e criatividade na elaboração de um projeto de investigação científica sobre desenho de moda, buscando um novo procedimento para a construção da figura de moda ou de produtos de moda (sapatos, bolsas, acessórios, etc...), bem como na busca de uma

metodologia para sua realização, tendo em vista o pouco tempo do curso de moda em academias e a escassa bibliografia sobre desenho de moda.

Em síntese o que se pretendeu mostrar primeiramente sob o ponto de vista teórico foi a possibilidade da compreensão do significado do termo “moda”, através de uma visão que mostra não só como o sistema que acompanha o vestuário e o tempo, mas que integra o simples modo de vestir num contexto maior, político, social e cultural.

Ainda sobre o ponto de vista teórico, sentiu-se a necessidade de se ter um embasamento relacionado ao estilo, a criatividade e a percepção, para o desenhista de moda poder transformar idéias percebidas e vivenciadas em linguagem visuais e formais. Aqui se faz necessário ressaltar, que a utilização de várias leituras para se expor assuntos que fale sobre estilo, criatividade e percepção dentro do sistema de moda, não teve a intenção de se fazer análise entre as mesmas, nem de confrontar suas fundamentações. Mas para esta pesquisa, contribuíram, possibilitando desenvolver crítica e conscientemente o potencial criativo e perceptivo no profissional de desenho de moda. E a tudo o que diz respeito ao desenho de moda e suas criações.

Com relação ao desenho de moda, viu-se que esta nova área está se expandindo. Os profissionais de desenho atuam tanto na criação e desenvolvimento de coleções de roupas e de produtos de moda, como também no desenho planejado (desenho técnico), das peças para confecção. No desenvolvimento de coleções e de produtos de moda, o desenhista acrescenta o diferencial e a qualidade criativa, formal e estética (criação, acabamentos, escolha de materiais e ilustrações); como também trabalha com a planificação e a organização de informações (modelagem, e catálogos de tendências).

Por outro lado, foi encontrada uma grande dificuldade na obtenção de conteúdos relacionados aos processos de construção de desenho de moda. Assim, houve a necessidade da elaboração de uma metodologia específica para o desenvolvimento da representação gráfica do desenho (figura de moda e produtos de moda), para este trabalho. Essa metodologia foi fundamentada, então, na representação gráfica através de técnicas e procedimentos de criação dos mestres de desenho artístico, direcionado para a área do desenho de moda.

Em segundo lugar sobre o ponto de vista da parte prática no laboratório experimental, pode-se dizer que a pesquisa foi realizada através de uma metodologia segundo os preceitos gerais do desenho artístico da figura humana e de estrutura de objetos de maneira geral. Para dar conta desses propósitos desenvolveu-se etapa investigativa sobre a estruturação do processo ensino e do processo de aprendizagem e da pesquisa como um todo. Para tanto, foi necessário estudos sobre diversos temas entre eles: estilo, desenho, técnicas ilustrativas, criatividade, moda, e percepção. Após a atividade investigativa, que contribuiu significativamente para a elaboração de uma metodologia própria, trabalhou-se a transformação da figura humana para a figura de moda, seguindo algumas etapas realizadas no laboratório experimental.

Na primeira etapa, trabalhou-se o que se resolveu chamar de exercícios básicos para a aprendizagem tais como: postura correta, agilidade e destreza manual como também as escalas de tons em degradê e sobreposição de traços (necessárias para produzir efeitos de volume), além da perspectiva artística (para criar efeitos de profundidade e organização do espaço). A etapa seguinte foi realizada pela construção da figura de moda. Partiu-se do entendimento da linha de equilíbrio, do módulo de altura (proporção da altura), do desenho da cabeça, tronco e membros desenhados separadamente por partes, para em seguida trabalhar-se o todo. Por fim, na última etapa passou-se a trabalhar a transformação da figura humana para a figura de moda juntamente com a sensibilização criativa das superfícies (estampas, texturas), através de técnicas ilustrativas (aquarela, pastel, lápis de cor, entre outros). O resultado final foi utilizado como parâmetro de análise para avaliação do processo de transformação como foi apresentado na parte prática deste trabalho.

O objetivo foi mostrar com as análises comparativas entre as imagens dos desenhos as diversas possibilidades de verificar a própria transformação do desenho e sua expressividade enquanto demonstração de expressão artística, como também de captar informações que funcionassem como indicadores para futuros trabalhos. Cabe dizer também, que através deste tipo de exercícios os alunos adquirem confiança na sua capacidade, buscando e descobrindo as variáveis dentro do processo de ensino e de aprendizagem do desenho de moda.

Ao todo foram realizados um total de 10 análises comparativas e pôde-se constatar em síntese que: os procedimentos apresentados permitem que haja uma mudança significativa, tanto na estrutura da forma, como também na leveza e expressividade do traço do aluno. E que para que haja um melhor aproveitamento por parte de todos os alunos, necessitaria de um estudo mais aprofundado sobre a estrutura óssea e muscular do corpo humano e de todos os seus movimentos corporais. Isto demandaria um tempo bem mais longo, e uma carga horária bem maior, lembrando que a teste do método foi realizado em 30 horas aulas.

Este estudo pode fornecer dados importantes como a constatação de que a estilização e abstração da forma e da figura humana foram os procedimentos que mais possibilitaram trabalhar as particularidades de cada um. Mesmo encontrando dificuldades como já foi abordado no corpo desta pesquisa, foi onde se pôde explorar a criatividade e a expressividade, e é justamente neste processo que se pode trabalhar o estilo. E por último pôde-se constatar que a utilização de diferentes técnicas e materiais expressivos abrem infinitas possibilidades de buscas, de construções e transformações, para o desenho de moda.

Quanto à criatividade, ressalta-se que para criar ou desenhar novas formas a serem transformadas em peças de roupas ou acessórios de moda, é imprescindível criatividade. Para tanto, se faz necessário seja desenvolvida e trabalhada - mesmo sendo uma capacidade natural de cada um - produz melhores resultados quando existe envolvimento pessoal, quando se faz uso de ferramentas corretas, de procedimentos, técnicas e materiais específicos para cada atividade. Deve ser planejada, estruturada, pois depende do suporte de cada um. No desenho de moda, a criatividade como a percepção, está nas novas maneiras de olhar e conhecer as coisas, e nos novos modos de expressá-las, não somente através de técnicas, mas explorando-se todas as possibilidades imagináveis.

Portanto, esta pesquisa torna-se relevante, tanto para educadores, como para os desenhistas de moda, pois é fundamental a conscientização desta integração com o mundo, deste observar e ver, das descobertas, das possibilidades e transformações que se pode realizar através das representações gráficas e das criações de moda. É

certo que existe um grande caminho ainda a ser percorrido mas a busca de tais temas e sua discussão, não pretendem fechar a questão e nem ditar normas às questões. Mas antes faz parte de uma busca pessoal de ordem didática, no desejo de elaborar com maior consciência a disciplina “Desenho de Moda”. Sabe-se que esta busca é infundável, entretanto esta pesquisa propiciou a abertura de novos horizontes.

4.1- Sugestões para futuros trabalhos

No desenvolvimento deste trabalho, deparou-se com questões que seriam relevantes ao estudo, mesmo que não tenham sido abordadas. Sugere-se então, no sentido de melhorar o entendimento teórico e ampliar publicações na área do desenho de moda, que haja incentivo à pesquisa experimental, com espaços específicos que abordem novas metodologias e processos criativos.

Entende-se o desenho de moda como meio de se criar modelos para se produzir coleções de roupas e que age como um fator diferencial nos produtos de moda, sugere-se então uma parceria com instituições de ensino para realização de cursos onde se possa trabalhar a criatividade no desenho, através do uso de métodos e técnicas diversificadas. Sugere-se também o desenvolvimento de pesquisa na área do desenho de moda que avalie as possibilidades de aplicação de outras técnicas de representação gráfica do croqui, e de produtos de moda.

Considera-se fundamental a investigação deste tema, mediante o estudo das diversas abordagens apresentadas e que podem contribuir para maior compreensão do desenvolvimento da criatividade e da percepção no desenho de moda. Finalizando, pôde-se inferir que o desenhista de moda perceptivo, criativo, e que possui um estilo próprio de construir seu desenho, onde suas criações são o resultado de uma busca pessoal é o grande diferenciador da competitividade diária dos estilistas, dos desenhistas e criadores do complexo mundo da moda.

REFERÊNCIAS

- ALCÂNTARA, Mamede de. **Terapia pela Roupas**. São Paulo: Ed. Mandarin, 1996.
- ARNHEIM, Rudolf. **Arte e Percepção Visual Uma Psicologia da Visão Criadora**. São Paulo: Livraria Pioneira Editora, 1994.
- BARNES, Colin. **Fashion Illustration**. Cincinnati: Macdonald & Co Ltd, 1988.
- BAUDOT, François. **Universe of Fashion**. Alaia. Nova Iorque: Universe Publishing, 2000.
- BAXANDALL, Michael. **Sombras e Luzes**. São Paulo: Edusp, 1997.
- BAXTER, Mike. Projeto de Produtos. **Guia prático de desenvolvimento de novos produtos**. São Paulo: Ed. Edgar Blücher Ltda, 1989.
- BELLANGER, Camille. **Desenho Artístico**. São Paulo: Editora Parma Ltda. 1982.
- BLONDEAU, C. et al. **Méthode de Dessin Fashion Drawing Method**. Paris: Esmod Edition, 1995.
- BUORO, Anamelia Bueno. **Olhos que Pintam, a leitura da imagem e o ensino da arte**. São Paulo: Cortez Editora, 2002.
- CALDAS, Dario. **Universo da Moda**. São Paulo: Ed. Anhembi Morumbi Ltda. 1999.
- CHAUÍ, Marilena. **Convite à Filosofia**. São Paulo: Ed. Ática, 1997.
- CALLAN, Georgina O'Hara. **Dictionary of Fashion and Fashion Designers**. Londres: Thames na Hudson, 1998.
- COELHO, Luiz Antonio L. **O estatuto do objeto na era virtual**. Anais P&D Design 2000 FEEVALE, Novo Hamburgo, RS (artigo).
- CORAZZA, Renata. **Passeio pelo Clássico ao Contemporâneo**. Textilia Press, 2002. pág. 8.

- DE CARLI, Ana Mery Sehbe. **O Sensacional da Moda**. Caxias do Sul: EDUCS, 2002.
- DEWEIK, Sabina. **Fórum integra moda e arquitetura em nova loja**. O Estado de São Paulo. SP, 26 de setembro de 2000. Caderno 2.
- DONDIS, Donis A. **Sintaxe da Linguagem Visual**. São Paulo: Martins Fontes, 1997.
- DRUDI, Elizabetta e Paci, Tiziana. **Dibujo de Figurines para el Diseño de moda**. Amesterdan: The Pepin Press, 2001.
- ECO, Humberto. et al. **Psicologia do Vestir**. Lisboa: Assiro e Alvim, 1989
- ESCOREL, Ana Maria. **O Efeito Multiplicador do Design**. São Paulo. Ed. Senac, 2000.
- FEGHALI, Marta Kasznar e Daniela Dwyer. **As Engrenagens da Moda**. Rio de Janeiro: Ed. Senac, 2001.
- FISCHER – MIRKIN. **O Código do Vestir**. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.
- FERREIRA, Paulo da Trindade. **Reinventar a Criatividade dirigentes em tempos de mudanças**. Lisboa: Presença, 1994.
- FILHO, João Gomes. **Gestalt do Objeto**. São Paulo: Escrituras Editora, 2000.
- JOFFILY, Ruth. **O Brasil tem Estilo?** Rio de Janeiro: Ed. Senac, 1999.
- JONES, Sue Jenkyn. **Diseño de Moda**. Barcelona: Blume, 2002.
- GARCIA, Carol. **Tesoura e imaginação para combater o eco**. Gazeta Mercantil. SP. 2 e 3 de fevereiro de 2002. Caderno p.3.
- GARCIA, Cynthia. **Entre 4 paredes**. Casa Vogue, ano XXVI, nº 8.
- GOMES, Luiz Vidal Negreiros. **Criatividade**. Santa Maria: Biblioteca Central da UFSM, 2000.
- GAZETA MERCANTIL, Caderno Especial, pág.3 fev/2002.

HALLAWEL, Philip. **À Mão Livre. A imagem do desenho.** São Paulo: Melhoramentos, 1994.

HOLLANDER, Snne. **O Sexo e as Roupas: a evolução do traje moderno.** Rio de Janeiro: Rocco, 1996.

HSUAN-NA Tai. **O Desenho e Organização Bi e Tridimensional da Forma.** Goiânia: UCG, 1997.

HTTP:WWW. Portal Textilia.Net: **Nãotecido pode ser aplicado na moda.** 22 de novembro de 2001.

KASZNAR, Marta e DWYER, Daniela. **Engrenagens da Moda.** Rio de Janeiro: Ed. Senac, 2001.

LIPOVETSKY, Gilles. **O Império do Efêmero.** São Paulo: Cia das Letras, 1989.

MAY, Rolo. **A Coragem de Criar.** RJ: Nova Fronteira, 1975.

MERLEAU-PONTY, Maurice. **A Fenomenologia da Percepção.** São Paulo: Martins Fontes. 1994.

_____ **O Olho e o Espírito.** São Paulo: Ed. Abril, 1975.

_____ **O Visível e o Invisível.** São Paulo: Ed. Perspectiva, 1964.

_____ **O Primado da Percepção e suas Conseqüências Filosóficas.** São Paulo: Papyrus Editora, 1990.

MIRSHAWKA, Victor e Vitor Jr. **Qualidade da Criatividade: A vez do Brasil.** São Paulo: Ed. Makron Books do Brasil Ltda, 1992.

MÜLLER, Florence. **Arte & Moda.** São Paulo: Cosac&Naify Edições,2000.

MUNARI, Bruno. **Das Coisas Nascem Coisas.** São Paulo: Ed. Martins Fontes, 1998.

_____ **Design e Comunicação Visual**. São Paulo: Martins Fontes, 1982.

O'HARA, Georgina. **Enciclopédia da Moda**. São Paulo: Ed. Schwarcz Ltda, 1996.

OSTROWER, Faiga. **Criatividade e Processos de Criação**. Rio de Janeiro: Vozes, 1991.

_____ **Acasos e Criação Artística**. Rio de Janeiro: Ed. Campus, 1990.

OLIVEIRA, A. C. M. A. A et al. **Moda do Corpo o Corpo da Moda**. São Paulo: Ed. Esfera Ltda, 2002.

OROZCO, Clô. **Nostalgia história que seduziram o mundo**. Vogue: janeiro/2003.

PALOMINO, Erika. **A Moda**. São Paulo: Publifolha, 2002.

PAREYSON, Luigi. **Os Problemas da Estética**. São Paulo: Martins Fontes, 1989.

_____ **Estética**. Teoria da Formatividade, Petrópolis: Vozes, 1993

PERAZZO, Luiz F. e VALENÇA, Máslova T. **Elementos da Forma**. Rio de Janeiro: Ed. SENAC, 1997.

PEDROSA, Mário. **Forma e Percepção Estética**. São Paulo: Ed. Da Universidade de São Paulo, 1996.

PREDEBON, José. **Criatividade: Abrindo o lado inovador da mente: um caminho para o exercício prático dessa potencialidade, esquecida ou reprimida quando deixamos de ser crianças**. São Paulo: Ed. Atlas S.A., 1998.

RECH, Sandra. **Por um Fio de Qualidade**. Florianópolis: Editora Udesc, 2002.

QUINTÁS, Alfonso Lopes. **Estética**. Rio de Janeiro: Petrópolis, 1992.

SAUSMAREZ, Maurice. **Diseño Básico: dinámica de la forma visual en las artes plásticas**. Barcelona: Gráfica F. Coll, S.A., 1995.

- SEELING, Charlotte. **Moda: O século dos Estilistas**. Könemann: Colônia, 2000.
- SCHULTZ, Duane. **A História da Psicologia Moderna**. São Paulo: Ed. Cultrix 1975.
- SICKEY, Ingeborg M. et al. **Por dentro da Moda**. Rio de Janeiro: Edit. Rocco, 2002.
- SILVA, U. R. e LORETO, M. S. **Elementos de Estética**. Pelotas: EDCAT, 1995.
- SIQUEIRA, Fábio. **Um Desfile só para as que Podem Comprar**. O Estado de São Paulo, SP. 29/jan.2001. Caderno D.7.
- SORIANO, Eunice M.L.de Alencar. **Criatividade**. Brasília: Ed. Universidade de Brasília, 1993.
- SOUZA. Sandra R. Ribeiro de. **Design Marketing Comunicação: particularidades e interseções**. Artigo publicado na Revista Comunicação & Artes: São Paulo, jan-abr., 1997.
- STRUNK, Gilberto. **Viver de Design**. Rio de Janeiro: 2AB Editora Ltda, 2000.
- ECO, Humberto. Et al **Psicologia do Vestir**. Lisboa: Assírio e Alvim, 1989.
- WECHSLER. Solange Múglia. **CRIATIVIDADE** Descobrimo e Encorajando. Campinas: Editora Psy, 1998.
- VICENT-RICARD, Françoise. **As Espirais da Moda**. Rio de Janeiro: Editora Paz e Terra, 1989.
- WORLD FASHION**, Ano VI, nº 46 – Janeiro e fevereiro de 2002 – Revista de moda.
- VOLLNER, Alexandre. **Inspiração dos designers**. Revista Design Gráfico Nº 07, 2000.