

ILUSTRAÇÃO DE MODA: ARTE E COMUNICAÇÃO ATRAVÉS DE DIFERENTES PROCESSOS CRIATIVOS

FASHION ILLUSTRATION: ART AND COMMUNICATION THROUGH DIFFEENT CREATIVE PROCESSES

Fabiana Fontes Lopes
fabiana.lobes@usp.br

Larissa Souza Alves
larissa-a@hotmail.com

Matheus Miguel de Souza e M^a. Sílvia Barros de Held.
moda_usp2011@yahoo.com.br silviaheld@usp.br

Grupo de Pesquisa: Arte, Design e Moda

Linha de Pesquisa: Arte e Design de Moda e Têxtil

Curso de Têxtil e Moda
Escola de Artes, Ciências e Humanidades - USP

Resumo

O trabalho propõe uma análise a respeito de diferentes formas de ilustração e desenho de moda, com ênfase ao caráter informativo-publicitário dessa comunicação visual. Relevante é o modo como esta comunicação está intrinsecamente ligada à idéia criativa do designer, enquanto produtor, à produção e também à execução da peça final.

Palavras-chave: Ilustração de Moda – Informação – Digitalização

Abstract

The research proposes an analysis of the different forms of Illustration and fashion design, with emphasis on the informative-advertising character of this kind of visual communication. Relevant is the manner how communication is intrinsically connected to the designer's creative idea (as a producer), to the production and also to the execution of the final article.

Key words : Fashion Illustration- Information- Digital Creation

Objetivos

Analisar alguns aspectos referentes à ilustração e ao desenho de moda são alguns objetivos que trabalho propõe estudar.

Visa ressaltar a relação direta da moda com o contexto histórico e evidencia que a mesma é caracterizada por uma temporalidade particularmente breve. Desse modo, há influência do padrão estético vigente, de forma intensa, no processo criativo e na representação visual do mesmo, assim como em relação ao avanço tecnológico e sua contribuição como ferramenta criativa nas mãos dos designers e afins.

Metodologia

A metodologia consiste no estudo e análise de trabalhos de diferentes criadores e estilistas e no estudo e análise na divulgação de marcas e criações dos mesmos através de diferentes veículos de comunicação, tais como revistas, folhetos, sites, entre outros. Será estudado o estabelecimento de uma conexão entre designer e consumidor, através dos veículos de comunicação.

Resultados Esperados

Através deste trabalho, procura-se evidenciar o papel da ilustração de moda no processo de divulgação de tendências e marcas, com a análise das diferenças e transformações sofridas pela mesma até o auge da tecnologia digital. Também resalta-se o lado informativo-cultural e econômico das diferentes formas de ilustração de moda e como a mesma está intrinsecamente ligada ao produto final têxtil e às diferentes percepções de estilistas no processo de criação.

Conclusão

O presente trabalho contribuirá para a caracterização e valorização de diferentes modos de produção artística na área de ilustração e desenho de moda. Buscará estabelecer relações com alguns aspectos da comunicação, propaganda, design, economia e mercado de consumo, além de buscar contemplar temas referentes à criação e produção de moda.

Referências Bibliográficas

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

MARCELO, M. e CASTILHO, Kathia. **Discursos da Moda-semiótica, design e corpo**. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2005.

MORRIS, Bethan. **Fashion Illustrator**. São Paulo: Editora COSACNAIFY, 2006.

QUIRINO, Soraya Fatima Silvestre. **Modapalavra - série de estudos em moda**. Florianópolis: Insular, 2002.

TATHAM, Caroline e SEAMAN, Julian. **Fashion- design drawing course**. Canada: Barron's Educational Series, 2003.