

MODA E DESIGN

Profa. Ms. NOVAES, Maristela (Design de Moda-FAV /UFG)¹

Resumo: Este artigo reflete sobre as relações entre moda e design e áreas afins no que se refere à concepção de produtos ligados à aparência: o vestuário. Para a compreensão dos sentidos que esses termos podem ter na atualidade, esse estudo procura resgatá-los nas diversas abordagens da criação e da construção da indumentária ao longo da história do vestuário e da moda. Ele objetiva colaborar para a compreensão dos usos e dos sentidos desses termos, em especial no estudo e na produção desses produtos.

Palavras-chave: relações, moda, design.

Abstract: This article reflects on the relationship between fashion and design in relation to the design of products related to appearance. To understand the meanings that these terms may have at the present time, this study seeks rescue them throughout the history of clothing and fashion. It aims to contribute to the understanding of the uses and meanings of these terms, particularly in the study and production of these products.

Keywords: relationships, fashion, design.

Introdução

Entendo essa como uma oportunidade para refletir sobre as relações entre moda e design. Essa questão está na “ordem do dia”, apesar disso, é também retomar temas recorrentes e não intenciono esgotar aqui temas tão intrigantes como esses, mas apenas refletir um pouco sobre as questões que os envolvem. Para isso proponho uma investigação de alguns termos que envolvem as concepções de objetos de vestir e suas implicações, objetivando a compreensão das diversas abordagens na criação e construção da indumentária e as especificidades do design nessa atividade.

¹Professora no Bacharelado em Design de Moda da Faculdade de Artes Visuais na Universidade Federal de Goiás, desde 2008, onde ministra as disciplinas de Modelagem plana e Tridimensional I e II, Criação e Desenvolvimento de Coleções e Figurino. Mestre em Cultura Visual pela mesma universidade em 2011 na linha de Culturas da Imagem e Processos de Mediação. E-mail: telanovaes@gmail.com

O verbo e a imagem

Começo então por investigar os termos “moda”, “arte” e “design”. Buscando termos que remetem à atividade de criação de produtos em moda, me vêm: vestuário, estilismo, *couturier*. Do *brainstorming* de termos, numa rápida pesquisa na internet, busquei as representações imagéticas dos termos estilista e *designer*, lembrando um exercício de um grupo de alunos em sala de aula, tempos atrás. Para surpresa minha, as primeiras imagens dos primeiros termos investigados são suficientes para demonstrar como eles merecem essa reflexão, pois as imagens usadas pelo grupo de alunos em 2009, ainda está em evidência em meio a tantas outras. A primeira delas (Fig. 01) é intitulada “Ter Estilo é Ter Opinião” e a segunda, é intitulada “Designer” (Fig. 02).



FIG. 01 – Ter Estilo é Ter Opinião. Fonte: <http://search.babylon.com>². FIG. 02 – Designer. Fonte: <http://www.google.com>³.

A primeira retrata uma opinião que expressa fantasia, reflete a posição de “um profissional criativo, cuja conceituação de objeto é desvinculada de questões de mercado” (CHRISTO, 2008, p. 30). A segunda é a materialização de profissional reflexivo, atento às questões que o circundam.

Das imagens oferecidas pelo Google, passo agora a sugerir aquelas que podem me fazer compreender melhor essas representações. Analisando as figuras abaixo (Fig. 03 e Fig. 04), dois exemplos de roupas, me pergunto o que elas têm em comum e no que elas se diferenciam? De comum tem, entre outros aspectos, a elaboração, a objetividade, a complexidade. A distinção entre elas pode ser que a primeira, um

² Disponível em: <<http://moda.culturamix.com/blog/wp-content/uploads/2011/07/estilista-e-ser-artista.jpg>>. Acesso em 14, Nov de 2011.

³ Disponível em: <<http://lualina.blogspot.com.br/2012/03/o-que-o-designer-grafico-faz.html>>. Acesso em 14, Nov de 2011.

vestido da coleção Christian Dior *Couture, Spring 2007*⁴, é produto de autoria, exclusividade, no sentido do feito sob medida; e da priorização da experimentação estética. A segunda, o maiô Fastskin LZR Racer da Speedo⁵, para as Olimpíadas de 2004, por sua vez, prioriza a função, e produzida em série. A primeira impõe uma postura ao corpo da usuária e a segunda é uma imposição da postura do usuário à própria roupa. A primeira impõe uma postura rígida, quase estática. A segunda impõe uma postura flexível: objetiva o máximo desempenho ao nadador na competição.



FIG. 03 – Vestido da coleção Christian Dior *Couture, Spring 2007*. Fonte: <http://www.style.com>⁶. FIG. 04 – Fastskin LZR Racer 2004. Fonte: <http://www.speedo.com.br>⁷.

A primeira, segundo Svendsen (2010), está “na extremidade mais alta do espectro de preços”, a seção mais dispendiosa das três categorias da moda atual: a Alta Costura. A primeira, um produto de moda, a outra, um produto de design. A segunda está em uma das variantes da categoria do vestuário industrializado: o *prêt-à-porter* esportivo de luxo⁸ que pode, inclusive, ser produzido sob medida. Vamos então investigar as acepções do que vem a ser os termos moda e design.

Investigando o termo moda, uso o conceito de Calanca (2008, p. 13) e, segundo a autora a moda “é um dispositivo social definido por uma temporalidade muito breve e

⁴ Disponível em: <<http://www.style.com/fashionshows/complete/S2007CTR-CDIOR/>>. Acesso em 19, Maio de 2012.

⁵ Disponível em: <<http://www.ansys.com/staticassets/ANSYS/staticassets/resourcelibrary/article/AA-V2-I2-Swimwear-for-Increased-Speed.pdf>>. Acesso em 19, Maio de 2012.

⁶ Disponível em: <http://www.style.com>. Acesso em 14, Nov de 2011.

⁷ Disponível em: <http://www.speedo.com.br>. Acesso em 14, Nov de 2011.

⁸ Segundo Svendsen (2010), a terceira categoria do sistema da moda atual é a moda de rua, sendo que a categoria industrial se subdivide em vários níveis de preço/qualidade: do *prêt-à-porter* de luxo às roupas baratas das cadeias de lojas.

por mudanças rápidas, que envolvem diferentes setores da vida coletiva”. Os traços mais específicos dessa manifestação nominada de moda são o efêmero e a fantasia estética e “não há sistema de moda se não na conjunção dessas duas lógicas” (LIPOVETSKY, 1989, p. 35), pois “a moda só se configura quando a mudança é buscada por si mesma, e ocorre de maneira relativamente freqüente” (SVENDSEN, 2010, p. 24). Lipovetsky (1989), Svendsen (2010), Barthes (apud SVENDSEN, 2010), e Calanca (2008) são unânimes em afirmar que a moda não é um fenômeno universal, mas que está ligada ao advento da sociedade moderna ocidental. Svendesen (2010, p. 17) acrescenta que “a moda não se restringe a governar coisas tão “desimportantes” como roupas; ela afeta também a arte e a ciência”.

Se o termo moda é tão abrangente, por que ele nos remete diretamente ao vestuário? O filósofo e sociólogo Georg Simmel (apud SVENDSEN, 2010, p. 13) “fez uma distinção entre moda e vestimenta, considerando a moda um fenômeno social e amplo que se aplica a *todas* as arenas sociais, sendo o vestuário apenas um caso entre muitos”. Para Barthes (apud SVENDSEN, 2010, p. 14), “as roupas são a base material da moda, ao passo que ela própria é um sistema de significado cultural”. Uma vez em contato íntimo com a pele, do nascimento à morte, a roupa afirma-se como a primeira expressão de todas as diferenças individuais e coletivas. Dessa forma “as roupas são uma parte vital da construção social do eu” (SVENDSEN, 2010, p. 20) estabelecendo uma conexão entre moda e identidade.

Para Svendsen (2010, p. 21)

Todos nós temos de expressar de alguma maneira quem somos através de nossa aparência visual. Essa expressão será necessariamente um diálogo com a moda, e os ciclos cada vez mais rápidos desta indicam uma concepção mais complexa do eu, porque o eu se torna mais efêmero.

Lipovetsky (1989, p. 24) talvez nos faça compreender melhor essa relação moda e vestuário, quando diz:

É antes de tudo à luz das metamorfoses dos estilos e dos ritmos precipitados da mudança no vestir que se impõe essa concepção histórica da moda. A esfera do parecer é aquela em que a moda se exerceu com mais rumor e radicalidade, aquela que, durante séculos, representou a manifestação mais pura da organização do efêmero.

Diante disso, outra questão me vem em mente: todo vestuário é moda? Segundo Svendsen (2010, p. 133) “nunca foi verdade que os consumidores simplesmente se permitem ser comandados pela indústria da moda”, um exemplo disso é que à

época de Poiret, somente cerca de 10 % das propostas de uma coleção obtinham aprovação dos consumidores (LIPOVETSKY apud SVENDSEN, 2010). Mas por que citar Poiret se estamos em um contexto muito diferente daquele da primeira metade do século XX e temos muitos outros exemplos para essa afirmação? Aquele foi um momento em que os criadores de modas exerciam um poder absoluto em ditar as regras estéticas do vestir a ponto de o século XX ser chamado de “o século dos estilistas” (SEELING, 1999). Ainda segundo Svendsen (2010, p. 133), “os consumidores são ativos e seletivos, e a crítica do consumismo, para ser digna de crédito, deve corresponder à prática e à alta compreensão do consumidor”.

Sendo assim, toda moda é vestível? Não, nem toda moda é vestível, como mostra nossos conceitos anteriores do termo, pois ela está inserida no consumo de quase todos os bens e, sendo um mecanismo amplo, afeta a forma do corpo, o design de automóveis, a política e a arte, por exemplo.

Investigando *couturier*, estilista, *designer*

Dando continuidade ao *brainstorming* chegamos aos termos que envolvem a criação e produção de vestuário: *couturier*, estilista, *designer*. Para compreendermos o termo *couturier*, recorro, mais uma vez, à Lipovetsky (1989, p. 80) que diz:

O costureiro, após séculos de relegação subalterna, tornou-se um artista moderno, aquele cuja lei imperativa é a inovação. [...] O alfaiate ou a costureira tinham pouca iniciativa, os “moldes” eram imperativos; a arquitetura geral do vestuário, seus elementos de base eram mais ou menos invariáveis durante um dado período; só certas partes do traje autorizavam um corte e um feitiço fantasistas. A realizadora não tinha nenhum papel criador.

O *couturier*, papel do criador na Alta Costura, é aquele que promove a “criação incessante de protótipos originais” (LIPOVETSKY, id., ibid.), cujo nível de variações está no “molde”, ou seja, na estrutura, nas linhas e nas silhuetas das roupas. Um dos fatores importantes dessa realidade foi o fato de o costureiro “agora modelista” sair da condição de “artesão” e tornar-se um “artista moderno” inferindo em suas criações a autoria, a exclusividade, a originalidade, a experimentação, etc. Mas a experimentação, no caso da produção de roupas, não se equivale à da arte, pois

De direito o modelista é um criador “livre”, sem limites; de fato, à frente de um empreendimento industrial e comercial, o grande costureiro vê sua autonomia criadora limitada pelos costumes do tempo, pelo estilo em voga, pela natureza particular do produto realizado — o traje — que deve agradar a estética das pessoas e não apenas satisfazer o puro projeto criador. (LIPOVETSKY, 1989, p. 80).

É essa condição que limitará a liberdade de experimentação do *couturier* (costureiro criador), limitando também o paralelismo com o artista moderno e sua prática com o fazer “arte”. Nessa concepção, a experimentação na pintura, literatura, música, por exemplo, não se equivalem àquela da moda, mas tal como os artigos de vestir, “hoje se produzem obras de arte para serem vendidas no mercado” (DEWEY, 2010, p. 68). Dessa forma podemos pensar o artista também ocupado com questões de mercado tanto quanto o criador de modas.

Em *Arte como Experiência*, Dewey (2010, p. 128) não considera a experimentação como um aspecto que confere o caráter artístico a um objeto. Para o filósofo

O fazer ou o criar é artístico quando o resultado percebido é de tal natureza que suas qualidades, *tal como percebidas*, controlam a questão da produção. [...] O artista, ao trabalhar, incorpora em si a atitude do espectador.

Dessa forma o “o processo da arte em produção relaciona-se organicamente com o estético na percepção” (Dewey, 2010, p. 130). Para Dewey (2010) o processo de fazer ou criar se aplica tanto às belas-artes quanto às artes tecnológicas, ou seja, tanto a arte quanto ao design. Para muitas civilizações que precederam o processo de industrialização “tudo o que intensifica o sentimento imediato de vida é objeto de grande admiração” (DEWEY, 2010, p. 64). Muitos dos objetos a que hoje damos lugares de honra em nossos museus, “em sua época e lugar, essas coisas eram melhorias dos processos da vida cotidiana” (Id. Ibid., p. 64-65), eles “foram válidos e significativos, por seu lugar na vida de uma comunidade” (id. Ibid., p. 68).

Segundo Yves Saint Laurent (apud VICENT-RICARD, 1989, p. 70), “costurar é um ofício... um ofício poético, sim, mas um traje bem feito tem de ser reproduzido” e em 1966 ele cria uma coleção *prêt-à-porter*. Mas a renovação do *prêt-à-porter* — que nasceu muito antes da entrada na era da mecanização (VICENT-RICARD, 1989) — foi possível com a adaptação de criações de produtos da Alta Costura para a produção em série. Esta última, confiada ao instrumento industrial, se caracteriza por “um estilo ativo, que não corresponde às “mãos de fada”, únicas artífices da Alta Costura” (idem, *ibid.*, p. 71); à produtos sem retoques nem transformações; às posições estéticas e à consciência do contexto e limitações do mecanismo industrial. Muito antes da inserção do *couturier* nesse processo, que se deu por volta da década de 1950, imbuídas da noção de criatividade que se enquadrasse nas

limitações industriais, algumas pioneiras começaram a conhecer aos poucos, uma série de setores que solicitavam novas funções. Essa realidade proporcionou o surgimento de algumas profissões, como a da consultora de moda, capaz de captar as tendências de comportamento, coordenando toda a cadeia têxtil, da criação à promoção de produtos, onde o que conta é persuadir o consumidor para consumir os produtos criados e fabricados ao longo de 18 meses, partindo da fibra ao varejo. Nesse contexto, em 1959, teve início a maratona das primeiras estilistas industriais (idem, *ibid.*).

Sendo essa função, esse profissional, um produto do contexto da produção industrial, que procura inserir valor estético a produtos insossos, em que momento esse termo passa a designar fantasia como retrata a Fig. 01? Em que momento ele passa a ser entendido como “um profissional criativo, livre para a conceituação de um objeto e desvinculado das questões que envolvem o mercado, um sujeito, livre para criar peças únicas” (CHRISTO, 2008, p. 30)?

Segundo o Houais, designer é equivalente àquele que é especialista em desenho industrial, indivíduo que trabalha com *design*. Para Maldonado (apud CHRISTO, 2008, p. 32) o *design*

É uma atividade projetual que consiste em determinar propriedades formais dos objetos produzidos industrialmente. Por propriedades formais não se entende apenas as características exteriores, senão, sobretudo, as relações funcionais e estruturais que fazem com que um produto tenha unidade coerente do ponto de vista, tanto do produtor quanto do consumidor.

O desenho da indumentária não envolve a atividade de *design* de moda? Se a função de estilista nasceu no contexto da produção industrial, não seriam esses dois adjetivos e substantivos de dois gêneros (Houais) usados para designar a mesma função?

Investigando moda e vestuário

Agora, analisando os termos moda e vestuário, a primeira se define por seu ritmo de mudanças cíclicas ao mesmo tempo em que envolve a adoção de um estilo por um determinado grupo social. Vestuário já tem a acepção de “conjunto das peças de vestir; roupa, traje” ou de “conjunto das roupas que compõem o traje e os complementos e acessórios que o acompanham” e também do “modo de vestir-se, de apresentar-se vestido e arrumado” (Houais). Mas, segundo Svendsen (2010, p.

133), “a moda não é um fenômeno universal, e existiram roupas muito antes que ela surgisse” e, uma vez que esse espaço de tempo, o do advento de novas modas, se tornou tão curto, as propostas estéticas tão plurais, e a customização, uma prática recorrente “chegamos a um ponto em que a moda — ao realizar plenamente seu potencial — aboliu sua própria lógica”. Tudo está na moda, já que “não há um estilo absolutamente em moda que deva ser adotado pela maioria de uma comunidade ou de uma cultura” (SVENDSEN, 2010, p. 38). Se a moda rompeu sua própria lógica, que sentido tem usarmos o termo moda para *designar* a criação de produtos de vestuário, ou melhor, de objetos de vestir? Nanni Strada⁹, designer ítalo-argentina, objetiva libertar a roupa de sua origem na costura e da substância que sempre esteve presente no confronto do corpo com a moda. Segundo as palavras da designer ela afronta “a criação da roupa com uma abordagem metodológica típica do *design*”¹⁰.

Conclusão

Em recente atividade de criação Jum Nakao, estilista brasileiro,¹¹ desenvolveu em cinco dias, com 20 estilistas, uma coleção, a partir de uma proposta

Simples e desafiadora: conceber durante o evento [...] as peças, a partir de um breve manifesto criado por ele, sobre a *Redescoberta do Paraíso Brasileiro*, tendo como meta a inovação, a partir da apropriação das tradições da **moda brasileira e nordestina** (sic).¹² (<<http://liciafabio.uol.com.br>>, 2012).

As peças foram criadas com base nas tradições locais: rendas, couro, tricô e resultou uma proposta que qualifico de experimental para usar o conceito de Lipovetsky (1989). Experimental porque apesar de usarem de modo inovador e com cuidado estético recursos próprios da cultura desse lugar, o produto não apresenta portabilidade¹³. Diante disso sou levada a pensar que esta pode ter sido uma experiência artística e que seu produto pode ser considerado uma obra de arte, seja

⁹ “Il mio intento, oggi come allora, è quello di slegare l'abito dalla sua origine sartoriale e dalla sudditanza che ha sempre avuto nei confronti del corpo e delle mode. Affronto la creazione dell'abito con un approccio metodologico tipico del design”. Disponível em: <<http://www.nannistrada.com/>>. Acesso em 19 de outubro de 2011.

¹⁰ Tradução nossa.

¹¹ *Relect Project*¹¹, na primeira edição do projeto “Indústria Criativa”, que fez parte do evento Dragão Fashion, edição 2012.

¹² Disponível em: <<http://liciafabio.uol.com.br/luxo/dragao-fashion-brasil-lanca-projeto-com-jum-nakao/>>. Acesso em 18 de maio de 2012.

¹³ Segundo o Hauais, atributo do que é portátil.

em consonância com os conceitos de Lipovetsky (1989) no que diz respeito ao caráter experimental ou com os conceitos de Dewey (2010), por estar engajado com as condições humanas em que foi criado e com as consequências que gerou na experiência real de vida.

Considerando que o produto da alta-costura, pode ser adaptado para o prêt-à-porter como faziam os industriais americanos com a coleção *New Look* de Dior na década de 1950 (VICENT-RICARD, 1989), podemos pensar que a obra de Jum Nakao para a indústria criativa pode ser desenvolvida por uma abordagem metodológica do design? O que uma abordagem metodológica do *design* pode nos oferecer na criação de produtos de vestuário, ou melhor, de objetos de vestir? Pode essa abordagem resultar em produtos que apresentam portabilidade e ao mesmo tempo ofereça qualidades estéticas?

Essa é uma investigação que me interessa. Para terminar, ainda outra questão: que sentido tem o termo Curso de Estilismo ou Curso de *Design* de Moda para designar a formação necessária ao *designer* desses objetos? Segundo Saltzman¹⁴, o design de indumentária envolve o pensamento projetual que é diferente do pensamento artístico e do pensamento científico. Não seria o caso de adotarmos o termo Design de Vestuário e experimentarmos a prática da metodologia do *design* na criação e na construção de objetos de vestir?

Referências:

CALANCA, D. **História social da moda**. São Paulo: SENAC-SP, 2008.

CHRISTO, Deborah Chagas. Designer de moda ou estilista? Pequena reflexão sobre a relação entre noções e valores do campo da arte, do design e da moda. In: PIRES, Dorotéia Baduy (Org.). **Design de moda: olhares diversos**. Barueri: Estação das Letras, 2008.

DEWEY, John. **Arte como experiência**. Trad. Vera Ribeiro. São Paulo: Martins Fontes, 2010.

¹⁴ Andrea Santzman, na palestra de fechamento do I Encontro Nacional em Pesquisa de Moda e VI ECOM, Goiânia, 28 de out de 2011.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império de efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

SEELING, C. Moda – **O Século dos Estilistas 1900-1999**. Colônia: Konemann, 2000.

SVENDSEN, Lars. **Moda**: uma filosofia. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

VICENT-RICARD, F. **As espirais da moda**. Trad. de Maria Inês Rolim. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1989.

Websites:

<http://www.cultura.gov.br>

<http://www.nannistrada.com/>

<http://www.speedo.com.br>

<http://www.style.com>