

CRIATIVIDADE NO ATELIÊ DE MODA SOB MEDIDA

Paula Piva Linke (UEM).

Maria Helena Ribeiro de carvalho (UEM)

Resumo: O presente trabalho busca discutir a criatividade do estilista dentro dos ateliês sob medida. Para conhecer um pouco sobre o assunto usa-se como exemplo a entrevista realizada com a estilista da presidente Dilma, Luisa Stadlander, que trabalha neste setor.

Palavras-chave: ateliê, criatividade, estilista.

Abstract: This paper discusses the creativity of the designer within the workshops tailored. To know a little about the subject is used as an example the interview with the designer of the President Dilma, Luisa Stadlander, who works in this sector.

Keywords: studio, creativity, fashion designer.

1. INTRODUÇÃO

Trabalhar com criação de roupas exclusivas é um verdadeiro desafio, agregar valor criativo, estilo e elegância que agrade a um cliente que busca algo novo, é de fato, uma tarefa nada fácil.

Para conhecer um pouco mais sobre este universo propõem-se uma breve análise da criatividade do estilista. A discussão se pauta na criatividade dos estilistas levando em consideração o contexto social e cultural da cliente, seu gosto, sua anatomia corporal e a função a que a peça destina-se. Estes elementos fazem parte da construção de uma roupa exclusiva sob medida. Para compreender tais elementos foi usada como exemplo entrevista feita com a estilista da presidente Dilma, Luisa Stadlander.

2. CRIATIVIDADE

O ato de criar envolve uma série de variáveis que devem ser estudadas pelo estilista antes de iniciar o processo de criação. É preciso entender o que significa criar e qual é a natureza deste ato, como o ser humano o vê e o desenvolve. De acordo com Fayga Ostrower (1987, p.9).

Criar é basicamente formar. É poder dar uma forma a algo. Em qualquer que seja o campo de atividade, trata-se, desse “novo”, de novas coerências que se estabeleceram para a mente humana, fenômenos relacionados ao modo novo e compreendidos em termos novos. O ato criador abrange, portanto, a capacidade de compreender, e esta, por sua vez, a de se relacionar, ordenar, configurar, significar.

Deste modo, notamos que a criação surge de uma reinterpretação do mundo, de novas formas, ou até mesmo das formas já existentes, que assumem outros significados perante o criador ou, perante a sociedade, que evolui e cria novos valores e conceitos.

O ato criativo em si, é o momento em que o estilista estabelece novas formas de ver um determinado objeto ou conceito, ele muda o processo de significação construindo novos valores presentes em uma mesma realidade. “Não é preciso dizer que existem múltiplas visões da realidade, inúmeras definições do que é bom, valioso ou belo, que mudam de uma pessoa para outra ou de um momento para outro”. (NACHMANOVITCH, 1993, p.134).

A diversidade, por exemplo, é um fator primordial na criatividade, pois garante diferentes maneiras de fazer, buscando novos meios para criar. Dentro da moda, a diversidade de estilos ocorre através da divisão da sociedade em diversas tribos ou ainda, surge do estilo individual de cada usuário que desenvolve um padrão, a diversidade criativa surge de várias apropriações que os estilistas, criadores e designers de moda fazem com as mais variadas informações, oriundas dos mais diversos meios (CALDAS, 1999).

A figura do criador dentro do mercado de moda vem se modificando a cada dia, sua função não é somente criar, mas acompanhar todo o processo de produção do produto, desde a criação ao acabamento do mesmo (BAXTER, 1998). Este processo é fundamental em ateliês, onde o criador é responsável por desenvolver e gerenciar todos os processos de produção da peça.

No caso dos ateliês de roupas sob medida o estilista desempenha seu papel como criador levando em consideração uma série de variáveis, dentre elas, tecido, cores, modelagem e formas do corpo do cliente. O corpo da cliente é o suporte que vai carregar a roupa, cada corpo apresenta um formato diferente.

Em uma rápida análise de observação num conjunto de pessoas agrupadas pode se perceber a divergência entre as formas corporais dos elementos que constituem o grupo. De acordo com Dângelo (2005, p.1), “essas diferenças morfológicas são denominadas variações anatômicas e podem apresentar-se externamente ou em qualquer dos sistemas do organismo, sem que isso traga prejuízo funcional para o indivíduo”. Os fatores gerais de variação anatômica de cada indivíduo estão ligados à idade, sexo, raça, biotipo e evolução.

[...] idade é o tempo decorrido da vida. Sexo é o caráter de masculinidade ou feminilidade. Raça é a denominação conferida a cada grupamento humano que possui caracteres comuns, pelos quais se distingue dos demais. Biótipo é a resultante da soma dos caracteres herdados e dos caracteres adquiridos por influência do meio e da sua interrelação. Evolução influencia o aparecimento de diferenças morfológicas, no decorrer dos tempos, como foi demonstrado pelo estudo dos fosseis (DÂNGELO, 2005, p.1-2),

O estilista deve analisar todas essas variáveis que vão influenciar no desenvolvimento da peça do vestuário. O tecido é a matéria-prima principal utilizada para confecção de uma roupa. É por meio do tecido que a ideia do estilista transforma-se em realidade. Assim, é de vital importância que o criador tenha conhecimento técnico a respeito de tecidos, pois a escolha inadequada pode trazer prejuízo à criação. Ter ciência no que se refere à combinação de fios, construção, peso, textura, cor, toque e estampa facilita o processo de criação. Ainda, “o estilista deve ter uma expectativa razoável de como o tecido vai se comportar: não se pode forçar um tecido a assumir formas ou estilos incompatíveis com suas características práticas e visuais” (JONES, 2005, p. 122).

Quanto ao peso do tecido isso influi na queda da peça do vestuário. Segundo Chataignier (2006), os tecidos podem ser classificados em: tecidos finos e leves, tecidos finos e médios com certo peso, tecidos médios e tecidos pesados.

O estilista deve prestar muita atenção na cor do tecido que vai utilizar, pois estas podem atribuir vários aspectos a quem usa. O preto denota sofisticação e elegância, e foi eternizado pela estilista Coco Chanel com o vestido pretinho básico. Segundo Aguiar (2003, p. 106 e 107), a cor preta “[...] transmite poder, mistério,

dominação e dignidade, é uma das principais cores da moda contemporânea pela sua visibilidade”; e cor branca “transmite pureza, esperança, confiança, frescor, limpeza, é o símbolo da entrega, é uma cor de status, da virtude e do altruísmo, traz sensação renovadora e aberta a mudanças”.

Pezzolo (2007) divide os tecidos, quanto às cores, em lisos e fantasia. Os lisos apresentam uma única cor pode apresentar texturas variadas. O fantasia apresenta mais que uma cor pode mostrar padrões clássicos ou motivos variados.

Ao pensar a roupa o estilista deve ter ainda noções de modelagem para criar modelos adequados ao corpo que irá vesti-lo. De acordo com Grave (2004), precisa-se ler as linhas do corpo e as linhas do vestuário adequando-as à sua finalidade para alcançar um bom resultado ergonômico.

O desenvolvimento da modelagem nas palavras de Osório (2007, p. 19), “tem sua fundamentação baseada no ajustamento do material ao dorso feminino anatômico modelando-o geometricamente, permitindo a visualização do envolvimento do tecido nas partes do corpo”.

O estilista deve visar uma modelagem harmoniosa e adequada aos materiais. A roupa é um invólucro para o corpo, portanto ao ser modelada a peça deve respeitar a estrutura física e suas articulações, pois, corpo e roupa devem movimentar-se no mesmo ritmo.

Quando uma pessoa busca um ateliê sob medida ela busca a diferenciação. Mais do que nunca, o sucesso de um ateliê sob medida depende da capacidade criativa do estilista, vontade e determinação em oferecer ao cliente novas soluções. O ateliê deve focar o seu cliente como um consumidor que busca boa qualidade, praticidade, modernidade e funcionalidade nas roupas que deseja consumir.

A exigência está em uma maior proximidade do estilista com os clientes, buscando o diálogo para um conhecimento mais profundo sobre o seu perfil de consumo, devido à maior necessidade de diferenciação. O estilista pesquisa o comportamento para, só assim, buscar o conceito a ser desenvolvido. O profissional deve olhar para o interior, analisando características como colocar-se no lugar de, pensar de forma de, ter empatia e viver a cultura de outros. Essa vivência e experiência fornecem os subsídios para o desenvolvimento do vestuário único e adequado a cada cliente que busca o atelier sob medida.

O criador trabalha para traduzir o comportamento. Pode-se dizer que o estilista é capaz de viabilizar os desejos do cliente. As roupas dizem muito sobre a

pessoa. Uma roupa desenvolvida de acordo com seu usuário proporciona um efeito harmônico ao seu visual.

O estilista transforma informações sobre comportamento, proporções do corpo, cores e combinações de materiais em uma idéia que é transmitida ao cliente através de demonstrações em croquis ou apenas explicações orais detalhadas de como será o vestuário pensado.

3. ENTREVISTA COM ESTILISTA DE DILMA

A entrevista aqui analisada foi publicada por Mariana Kalil no dia 13 de fevereiro de 2011, e será analisada aqui como um estudo de caso sobre o papel do estilista que trabalha com roupas sob medida.

Donna - Como é a Dilma como cliente?

Luisa - Ela é muito discreta, simples, nada deslumbrada. Uma pessoa absolutamente sem estrelismo e que trata muito bem os outros. É uma mulher bem técnica, com uma força de comando muito forte, mas nem por isso menos afetuosa. Tem dias em que chega aqui muito cansada. Mas bastam uns 10, 15 minutos para se recompor e daí já começa a brincar. Mexe comigo, mexe com a Naná (a modelista do ateliê). Eu acho que ela gosta daqui exatamente porque ninguém a trata com reverências extraordinárias. Ela se sente bem assim. Poderia ter escolhido qualquer estilista de qualquer lugar do Brasil ou do mundo, e o mais legal é que ela foi coerente com toda a sua vida e seu estilo. Vestiu-se comigo durante 20 anos. Natural, portanto, que confiasse em mim para vesti-la na posse. Isso demonstra muito o caráter da pessoa (KALIL, 2011).

O estilo é aprendido e vivido ele é uma escolha pessoal. As pessoas tendem a manter suas subjetividades. Nas palavras de Perazzo e Valença, “Subjetividade qualidade do que pertence ao sujeito, ou seja, a cada ser humano, com suas diferenças de sensibilidade, percepção, entendimento, compreensão, de sua maneira própria de ver as coisas e o mundo (1997, p.16).” O estilista analisa tudo, com a missão de personalizar a roupa para seu cliente, e assim as ideias começam a ser processadas. Ao continuar com as roupas confeccionadas por Luíza, a presidenta manteve seu estilo e coerência visual que condiz com suas características físicas e pessoais.

Donna - A senhora quer dizer que vinha fazendo todo o guarda-roupa da candidata Dilma quando surgiu a notícia de que o estilista Alexandre Herchcovitch era seu mais novo personal stylist?

Luisa - Esse episódio foi fantástico! Não tenho nada contra o Herchcovitch,

acho ele um estilista muito talentoso. Mas a roupa dele não tem nada a ver com o estilo da presidente. A Dilma é uma mulher de 64 anos, cujo papel principal não é fazer ou ditar moda. O papel dela é governar. Ela tem que estar bem vestida, com roupas de qualidade, mas condizentes com sua função. Não é a roupa que tem que aparecer, é ela (KALIL, 2011).

Quando um criador trabalha sua obra, ele utiliza uma série de informações para construí-la, não apenas a técnica e o material, mas também seu emocional, sua personalidade criativa aliada a uma simbologia única e expressiva, ou seja, um conjunto de símbolos que são reinterpretados e adequados a uma situação (OSTROWER, 1987). Desta forma, é de suma importância que o estilista saiba trabalhar adequando o tecido e o design do produto ao gosto, ao estilo e ao tipo de corpo do cliente.

Donna - Como foi o processo de escolha da roupa da posse?

Luisa - A sugestão da cor off white foi minha, porque acho que a presidente Dilma fica muito bem com tons claros. Ela dá um up, fica iluminada. Quando comentei com ela essa proposta, ela não teve dúvida: pegou um rolo de tecido aqui do ateliê, bateu assim no chão e disse (imitando): "Está decidido: a roupa vai ser off white" (KALIL, 2011).

De acordo com Jones, "as pessoas reagem intuitivamente, emocionalmente e até fisicamente às cores" (2005, p. 112). Existem algumas convenções sociais e significados simbólicos associados às cores. Desta forma a estilista também influencia as escolhas de seus clientes, visto que os conhece e sabe como realçar suas características pessoais, mesclando elementos do criador e do cliente, sugestionando o cliente.

Donna - Por que a maioria dos blazers e casacos da presidente são de manga 3/4?

Luisa - Oitenta por cento do guarda-roupa de Dilma é composto de trajes com manga 3/4. É uma ideia minha, já que a presidente trabalha muitas horas sentada e esse tipo de manga é mais cômoda. Além do mais, ela prefere assim. A Dilma é uma mulher alta, e a manga 3/4 dá um certo frescor e leveza no visual (KALIL, 2011).

O estilista que se preocupa com a ergonomia estuda o sistema homem-roupa-função. Em cada atividade que o homem exerce são necessários diversos movimentos corporais de alcances, maiores ou menores, o que depende da missão

a ser realizada. E o estilista tem que observar o conjunto de regras que favorece essa combinação (Iida, 2005). Esta preocupação de Luíza com as mangas dos blazers deixa claro a preocupação em tornar a roupa mais funcional e confortável.

Donna - A senhora pode ser considerada o nome por trás do estilo da presidente. Além de vesti-la, também presta assessoria de imagem, ou seja, participa na escolha dos sapatos, dos brincos. O que cai como uma luva na presidente Dilma e o que ela deve evitar?

Luisa - Tudo que vai na linha do decote V favorece a presidente, e nós procuramos explorar bastante esse recurso. De vez em quando se faz uma gola Chanel, mais arredondada. Não gosto de cores muito fortes. Na época da campanha, ela precisou usar por conta das sugestões do (marqueteiro) João Santana. Mas não me agradava. A Dilma é uma mulher alta, com braços e pernas finas. Essas são características que merecem ser exploradas (KALIL, 2011).

De acordo com Hollander (1996), a moda vai além do vestir e uni a idéia de que cada corpo tem uma psique individual, uma sexualidade particular e um conjunto único de experiências e fantasias pessoais.

Saber como explorar as características do cliente é um dos principais requisitos que o estilista deve cumprir a roupa não deve apenas vestir, deve deixar o cliente elegante e se adaptar ao estilo e gosto pessoal, realçando suas qualidades.

Pode-se dizer que o processo criativo é composto por diversas variáveis que são adaptadas ao estilo de cada criador. Tais variáveis seriam: o método ou técnica, a intuição (subjetividade), inspiração, criatividade e a forma ou material e os instrumentos utilizados. Nota-se então, que ocorre a fusão entre o conhecimento (razão), a intuição (sentimento, emoção) e a realidade (corpo físico, material e instrumento). É através desta fusão, que o homem se torna capaz de criar e expressar seus ideais e composições artísticas (OSTROWER, 1987; NACHMANOVITCH, 1993; MAY, 1975). Deste modo, cada criador desenvolverá a sua própria metodologia, uma metodologia que atenda as suas necessidades e seja condizente com sua realidade.

Neste enfoque de desenvolvimento da roupa dentro do ateliê sob medida notam-se três fases: observar e analisar o cliente é uma etapa; interpretar rapidamente as expectativas do cliente, suas exigências e suas necessidades é uma segunda fase; fazer para o cliente a roupa por ele esperado e fazê-lo combinar com ele, é o desafio maior. Desta forma, tais observações são fundamentais para complementar o trabalho do estilista.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

É perceptível que o ato criativo é um processo que deriva de muito estudo e da manipulação de diferentes variáveis para obter o produto desejado, bem como, conhecer profundamente a metodologia com a qual se trabalha e que melhor se adéqua a realidade do criador.

Saber como manipular tecidos, cores, formas e texturas é fundamental para o estilista, pois ele precisa manipular um amplo repertório criativo juntamente com gosto pessoal do cliente. É fundamental que o criador seja perceptível e habilidoso para lidar com as diferentes tendências e mudanças culturais que podem influenciar as escolhas de seu público, é preciso ser flexível e adaptar-se as mudanças com facilidade.

Conhecimento, metodologia e criatividade são ferramentas utilizadas pelo criador pra transformar as idéias e a matéria-prima em objeto de consumo capaz de suprir as necessidades dos consumidores.

Referências

AGUIAR, Titta. **Personal stylist: guia para consultores de imagem.** São Paulo: Senac, 2003.

BAXTER, Mike. **Projeto de Produto: guia prático para o design de novos produtos.** 2º ed rev. São Paulo. Edgard Blücher: 1998.

CALDAS, Dario. **Universo da moda: curso on line.** São Paulo. Anhembi Morumbi: 1999.

CHATAIGNIER, Gilda. **Fio a fio: tecidos, moda e linguagem.** São Paulo: Estação das Letras, 2006.

DÂNGELO, José Geraldo; FATTINI, Carlo Américo. **Anatomia humana básica.** São Paulo: Atheneu, 2005.

GRAVE, Maria de Fátima. **A modelagem sob a ótica da ergonomia.** São Paulo: Zennex 2004. 103.

HOLLANDER, Anne. **O sexo e as roupas: a evolução do traje moderno.** Rio de Janeiro: Rocco, 1996.

IIDA, Itiro. **Ergonomia: projeto e produção.** São Paulo: Edgar Blucher Ltda., 2005.

JONES, Sue Jenkyn. **Fashion design.** 2. ed. São Paulo: Cosac Naify, 2005.

KALIL, Mariana. **Entrevista: Luisa Stadlander, a estilista preferida da presidente.** 13 de fevereiro de 2011. Disponível em:.

<http://zerohora.clicrbs.com.br/rs/vida-e-estilo/donna/noticia/2011/02/entrevista-luisa-stadtlander-a-estilista-preferida-da-presidente-3205978.html>

MAY, Rollo. **A Coragem de Criar**, 15º ed. Rio de Janeiro, Nova Fronteira, 1975

NACHMANOVITCH, Stephen. **Ser Criativo**: o poder da improvisação na vida e na arte, 3º ed, São Paulo, Summus, 1993.

OSTROWER, Fayga. **Criatividade e processos de criação**. 12º ed. Petrópolis. Vozes, 1987.

OSORIO, Ligia. **Modelagem: organização e técnicas de interpretação**. Caxias do Sul: EDUCS, 2007.

PERAZZO, Luiz Fernando; VALENÇA, Másvola T. **Elementos da forma: moda e beleza**. Rio de Janeiro: SENAC, 1997.

PEZZOLO, Dinah Bueno. **Tecidos: história, tramas , tipos e usos**. São Paulo: Senac, 2007.