

## **A MOULAGE COMO FERRAMENTA NA CRIAÇÃO DE PRODUTOS INOVADORES**

### ***The Moulage as a Tool to Create Innovative Products***

Saleh, Francys; Mestranda; Centro Universitário Ritter dos Reis,  
fpsaleh@gmail.com<sup>1</sup>

Gadis, Vinicius; Doutor; Centro Universitário Ritter dos Reis,  
vinicius@uniritter.edu.br<sup>2</sup>

#### **Resumo**

O presente artigo apresenta um estudo sobre a utilização da técnica de *moulage* como forma de criação e desenvolvimento de produtos inovadores para o design de moda. O objetivo é abordar a importância desta ferramenta no processo criativo e a geração de novos conceitos e formas a partir deste método. Os resultados foram obtidos através da análise bibliográfica.

Palavras-chave: *moulage*; inovação; design; criação.

#### **Abstract**

*This article presents a study on the use of moulage technique as a way of creating and developing innovative products for the fashion design. The goal is to address the importance of this tool in the creative process and the generation of new concepts and forms from this method. The results were obtained through the literature review.*

*Keywords: moulage; innovation; design; creation.*

#### **Introdução**

---

<sup>1</sup> Francys Saleh, mestranda em Design, Educação e Inovação – UniRitter e Docente no Curso Design de Moda, na Universidade Católica de Pelotas.

<sup>2</sup> Vinicius Gadis, Doutor em Ciência da Computação, UFRGS e Coordenador do curso Mestrado em Design, Educação e Inovação, UniRitter.

Considerando o ritmo de vida da sociedade atual, no qual as pessoas são constantemente expostas a estímulos sensoriais, é relevante ao profissional da moda o trabalho com *moulage* – visto que esse auxilia na experimentação e na visualização imediata do resultado, eliminando alguns processos do ato da criação, como por exemplo, o desenho.

A *moulage* é uma ferramenta eficaz na condução do processo dinâmico de transformar ideias e materiais em produtos de moda, tornando a criação realizável, na medida em que lhe atribui forma, induzindo a novas perspectivas construtivas traduzidas em formas inovadoras e configurando uma nova silhueta.

O mercado da moda opera rapidamente. Cietta (2012) ressalta a importância das empresas desenvolverem de forma adequada seu processo criativo a fim de continuar no mercado competitivo e globalizado, oferecendo produtos inovadores, tanto na utilização da matéria-prima como principalmente, na modelagem, que deve conciliar as necessidades e desejos do público, aliando design e moda.

De acordo com Sorger e Udale (2009), as regras na moda devem ser quebradas. Esta afirmação serve de incentivo para a criação de formas e detalhes inovadores. A roupa deve apresentar diversas características para tornar-se desejada, como por exemplo, a silhueta, o caimento adequado, o uso de detalhes decorativos e criativos. Normalmente, os detalhes das roupas são um bom argumento no momento da compra.

Por ser uma técnica interativa e dinâmica, a *moulage* é a forma de criação que melhor conversa com nosso tempo. Por esta razão, sua utilização na carreira de designer de moda deve ser amplamente defendida (SOUZA, 2008). Acrescenta a autora que "quando a *moulage* é utilizada como instrumento de criação, em geral a trajetória do processo não é linear e a intenção inicial vai se modificando, diante das variáveis e alternativas que se apresentam durante a apresentação (SOUZA, 2008, p. 339)."

O design de moda é um campo essencialmente híbrido que opera a junção entre corpo e informação. Neste caso, soluções criativas e inovadoras são o norte para este trabalho.

Beneficiando-se desta técnica, é possível sair do lugar comum e transportar-se para um universo de texturas e formas, onde o designer se confronta com o surpreendente, em que nada é premeditado. A modelagem é realizada sem esquemas prévios.

O presente artigo apresenta considerações a fim de incentivar o uso da *moulage* como principal método de criação, abandonando o tradicional croqui e proporcionando ao designer liberdade no processo criativo, que é restrito ao plano bidimensional.

Para a realização deste trabalho, elencou-se o objetivo geral de instigar o designer de moda a utilizar a *moulage* como método de trabalho. Neste sentido, para a operacionalização do trabalho, elaboraram-se os seguintes objetivos específicos: apresentar ao designer um processo de criação mais espontâneo através da técnica de *moulage* e enfatizar a possibilidade de descoberta e obtenção de silhuetas e formas inéditas através dos sentidos.

#### ***Moulage: processo e relação com o Design***

O termo francês “*moulage*” vem de *moule*, molde, e originalmente significa “dar forma a um objeto com o auxílio de um molde”, ou, de modo geral, moldar algo. *Moulage* significa, portanto, modelagem (DUBURG; TOL, 2012).

A *moulage* é um fenômeno típico da história da roupa. Nossos ancestrais faziam uso de roupas que eram moldados diretamente sobre o corpo, sendo modelados, dobrados e enrolados de diversas maneiras e seguindo algumas regras, como por exemplo, os gregos e romanos.

Laver (1989, p. 25) descreve a roupa da época da seguinte forma:

Era composta de retângulos de tecidos de vários tamanhos, drapeados sobre o corpo, sem cortes ou costuras. Havia variações consideráveis na maneira de ajustar ao corpo, porém as linhas essenciais permaneciam as mesmas.

Para Souza (2006, p. 26) a *moulage* pode ser usada para várias finalidades. Entre elas:

[...] para a elaboração de bases de modelagem; para a interpretação e viabilização de modelos já concebidos, em especial os mais complexos; como auxílio à modelagem plana no desenvolvimento de modelos mais elaborados ou ainda como instrumento de criação.

O tecido utilizado na moulage é chamado de *toile*. Durante o processo de criação, o primeiro teste é realizado no *toile*. Normalmente o *toile* é confeccionado em tecido de algodão cru, na cor natural, o que facilita durante o processo de marcação do molde. A musselina pode ser um substituto para a maioria dos tecidos: porém, quando utilizado tecidos com elastano, o *toile* deve conter elastano - como o jérsei, por exemplo.

De acordo com Duburg e Tol (2012, p. 31), “quando o tecido definitivo for muito diferente do *toile* - como o tricô, por exemplo -, a *moulage* costuma ser feita no tecido definitivo ou similar”.

Embora a criação do *toile* seja considerada um exercício técnico, ela deve manter-se criativa. Pode-se partir da pesquisa de coleção direto para o trabalho no manequim e, após essa fase, as informações obtidas são usadas para então esboçar o modelo no papel, em forma de croqui. O croqui normalmente é o ponto de partida do designer que, após as pesquisas, o material é compilado, começando a criação no plano bidimensional. Ele serve para que o designer transfira para o papel uma série de ideias.

De acordo com Martin (2012, p. 72), O desenho de moda é a representação em duas dimensões de uma peça ou look. Explica melhor a autora:

O desenho de moda deve acima de tudo mostrar adequadamente as qualidades fundamentais do que se destina a representar; ou seja, representar precisamente silhueta, cores, texturas etc. [...] Para desenhar adequadamente uma figura de moda é necessário conhecer as proporções do corpo humano e as relações entre essas partes (MARTIN, 2012, p. 72).

Nesse sentido, vê-se que o processo de criação através do croqui pode ser intimidante, pois, nada mais frustrante para um designer encarar uma página em branco. Alguns profissionais, ou mesmo estudantes, não possuem destreza na hora de expressar suas ideias, tendo em vista que o desenho exige muita técnica. Segundo Sorger e Udale (2009), um croqui é uma forma

figurativa utilizada para obter ideias rapidamente, estando relacionado com a captação do espírito da roupa.

Por outro lado, o exercício de *moulage* é uma forma de estimular a criatividade no momento da criação, pois sobrepondo e drapeando tecidos sobre o manequim, o designer tem a possibilidade de descobrir novas formas. Martin (2012) defende a ideia de que o processo criativo que leva ao sucesso é o resultado da capacidade de encontrar soluções originais para problemas concretos com talentos, dons individuais e certa metodologia de trabalho. Boas ideias, contribuições e novas soluções são consequência de procedimentos específicos nos quais análise, observação e propostas formam um só mecanismo englobando diferentes processos mentais.

Após o processo de criação, a roupa é equiparada a um objeto de design, já que ela passa pelos mesmos processos e práticas de projeto. Aqui a qualidade, o peso, a estrutura e o manuseio desempenharão um papel importante na maneira de como o tecido será trabalhado (SOUZA, 2008). Em geral, é difícil visualizar como um desenho bidimensional será traduzido para o corpo: por isso, modelar diretamente no manequim auxilia o designer a visualizar sua ideia com mais clareza.

Diante do exposto, esclarece Fischer (2010, p. 121):

Para o designer que procura um corte mais excitante e está preparado para o surpreendente, a *moulage* é uma excelente forma de abordar o desenvolvimento do design e da modelagem. Deixe-se inspirar pela textura, cor e caimento do tecido e veja o modelo evoluir diante de seus olhos.

Ainda com base na teoria de Fischer (2010), compreende-se que o designer é responsável por todos os passos do sistema da ampliação de produto de moda, o qual abrange o corpo cumprindo o objetivo de preencher as necessidades que entram no universo de valores subjetivos.

A função do designer é produzir soluções novas, podendo ser considerado como um produtor de ideias, recolhendo informações e utilizando-as na solução de problemas que lhe são apresentados. Nesse sentido, explica Christo (2008, p. 27):

Podemos observar que, cada vez mais, a moda e o design se aproximam, e esta aproximação não está marcada apenas pela

inserção da palavra designer para nomear o profissional que atua no campo da moda. De alguma forma, o design, não somente como palavra, mas como conceito, passou a fazer parte do universo da moda.

Embasando-se em Bernd (2001), design é uma ideia, um projeto ou um plano para a solução de um problema determinado. O design consiste na corporificação desta ideia para que, com a ajuda dos meios correspondentes, permita a sua transmissão aos outros. Já que a linguagem do homem não é suficiente para tal, a confecção de croqui, projetos, amostras, modelos, constitui o meio de tornar visualmente perceptível para a solução de um problema. Ambrose e Harris (2011, p. 11) explicam a respeito do processo de design:

O desenvolvimento do design envolve um alto grau de criatividade [...]. Embora a criatividade seja importante, o design é uma atividade que serve tanto para objetos econômicos quanto criativos. o processo de design ajuda a satisfazer todos esses pontos; ele busca gerar certo número de soluções possíveis e utiliza diversas técnicas e mecanismos que estimulam os participantes a pensar com ousadia na busca de soluções criativas ou inovadoras.

Criar é uma questão de misturar elementos conhecidos de uma maneira nova e estimulante para gerar combinações e produtos diferentes. Os principais elementos da criação de moda são silhueta, linha e textura, e as formas como esses elementos podem ser usados, chamadas de “princípios, são repetição, ritmo, gradação, radiação, contraste, harmonia, equilíbrio e proporção”. O uso dessas variantes causa uma reação - às vezes explícita às vezes subliminar - em quem veste e em quem vê. Entender e controlar essa reação são essenciais para criar moda. Os motivos para um modelo funcionar ou não nem sempre são claros. Em certos casos, a reação pode ser até de aversão ou choque, mas o elemento “choque” pode ser também positivo em termos de moda.

Diante do exposto, Ambrose e Harris (2011, p. 11) acrescentam:

A criatividade carrega certa noção de inovação pura e de desconhecimento de limites. [...] Mesmo com a canalização do esforço criativo, o espaço para a originalidade e a inovação não diminui. Ideias de design podem ser geradas com o uso de diferentes métodos e pontos de referencia para permitir que a criatividade

floresça e produza resultados continuamente como parte de uma atividade econômica.

Nesse ínterim, Puls (2003) mostra que a criatividade na moda visa meditar sobre a habilidade de converter ideias entendidas e experimentadas em expressões pela linguagem tanto visual como formal. É a arte original que torna o corpo mais belo, com maior sensibilidade estética. Portanto, é preciso que haja talento, técnica e sensibilidade para ser criativo para inovar. Acrescenta a autora:

Na moda a criação se dá partir do momento em que o designer, emprega como técnica suas mãos e seus olhos, a partir do momento que ele entrega seu corpo real ao mundo do qual faz parte, aonde a junção de visão e movimento vai mais além, encontrando a essência, que constitui a natureza íntima das coisas, é que ele consegue transformar o mundo em uma obra, onde as formas já não estão mais na obra, mas integradas ao corpo e ao espírito, para ser contemplada. Esta experiência por que passa o designer de moda é que cria o diferencial, o dinamismo das novas cores a ousadia e inovação de bordados e estampas, nos cortes simples e elegantes de suas roupas, é o que o torna um grande estilista reconhecido por sua capacidade de inovar com criatividade (PULS, 2003, p. 43).

A palavra sensação deriva do latim *sensus* que quer dizer, sentido ou cada uma das formas de receber sensações, através de seus cinco órgãos: visão, audição, olfato, gosto e tato (DE CARLI, 2002). Assim, perceber a roupa não é uma experiência apenas visual, mas também tátil sensorial. É essencial manusear o tecido e testar suas sensações, propriedades e usos no corpo. Na moda, são combinados tecidos para ampliar as sensações e aparências causadas pelas roupas criadas.

A *moulage* proporciona um grau considerável de liberdade no design, pois experimentando o tecido, é possível utilizar vários sentidos e, pelas formas o corpo é moldado, pois é reconstruído ou reinventado através do exercício de descoberta e intuição. As texturas, bem como o processo de produção e as propriedades dos tecidos são fatores que podem influenciar o resultado final da roupa. Portanto é essencial conhecer os materiais com o quais pretende-se trabalhar durante o processo.

As proporções de uma roupa desenvolvem-se a partir da silhueta. Ela é a concepção completa da roupa. Criar a partir das sutilezas de silhuetas, formas e cortes é um método interessante para a obtenção de formas

extraordinárias. De acordo com Ambrose e Harris (2011), pensar em formas ajuda o designer a lidar com as relações espaciais entre os elementos do design. Cada elemento pode ser visto como uma forma que precisa ser posicionada em harmonia com outras formas dentro do desenvolvimento da roupa.

A harmonia é uma concordância de sensações entre os diferentes elementos do projeto. Se for agradável aos olhos é um indicador de um bom design. As habilidades sensoriais interferem, ou seja, são elementos decisivos no processo.

Para Myers (1999) sensação e percepção se misturam num processo contínuo. Os receptores sensoriais se mantêm alertas às novidades focalizando a atenção na mudança do estímulo. Todos os sentidos recebem estímulos e a pessoa é afetada diretamente por eles. A ideia central é beneficiar-se dos estímulos na hora da criação. A percepção das cores é também um item a ser analisado no processo do design, pois é sabido que a cor influencia na percepção, atrai a atenção e torna os elementos mais atraentes. Ao ser movimentado o corpo, o cérebro também é movimentado. Para tanto, enquanto são utilizadas ferramentas tradicionais como lápis e papel ou o computador, tais manifestações fisiológicas estariam sendo privadas. Essas sensações incrustadas no ser devem ser exploradas e manipuladas no momento da criação, como a razão e a emoção.

O ato projetivo aproveita-se da dimensão perceptiva, instigando o exercício visual reflexivo, capaz de visualizar novos ângulos e possibilidades de apropriação e uso do espaço, de vislumbrar transformações morfológicas geradas pela interação entre os movimentos do corpo e do têxtil; de sugerir formas a partir de outras formas.

Para isso, deseja-se obter inovação nos produtos de moda através da descoberta de formas inusitadas, onde a novidade produtiva está no processo e não na acumulação de dados que antecedem o projeto.

## **Considerações Finais**

Com base no estudo realizado acerca da *moulage*, a contribuição deste presente trabalho é demonstrar ao designer que utiliza a importante ferramenta como forma de criação terá novas possibilidades para criar, desprendendo-se de antigos conceitos. A *moulage* induz a inovação através de intervenções construtivas e de estímulos, instigando a descoberta de novas formas que o campo tridimensional possibilita.

O manuseio do tecido diretamente sobre o manequim possibilita a visualização rápida da forma, do volume e da silhueta. Diferentes caminhos e respostas são obtidos por meio desta experimentação.

Para tanto, cabe ao designer a tarefa desafiadora de maior aprofundamento na referida técnica a fim de construir novas possibilidades para o design de moda.

## Referências

- AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. **Design Thinking**. Tradução Mariana Belloli. Porto Alegre: Bookman, 2011.
- BERND, Löbach. **Design industrial**: bases para a configuração dos produtos industriais. Tradução Freddy Van Camp. São Paulo: Blucher, 2001.
- 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, Baduy Dorotéia (Org.). **Design de moda**: olhares diversos. São Paulo: Estação das letras e cores editora, 2008. p. 27-35.
- CIETTA, Enrico. **A revolução do fast fashion**: Estratégias e modelos organizados para competir nas indústrias híbridas. Tradução Kathia Castilho. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2012
- DE CARLI, Ana Mery Sehbe. **O sensacional da moda**. Caxias do Sul: EDUCS, 2002.
- DUBURG, Annette; TOL, Rixt van der. **Moulage**: arte e técnica no design de moda. Tradução Bruna Pacheco. Porto Alegre, RS: Bookman, 2012.
- FISCHER, Anette. **Fundamentos de design de moda**: construção de vestuário. Tradução Camila Scherer. Porto Alegre: Bookman, 2010.
- LAVIER, James. **A roupa e a moda**. São Paulo: Cia. das Letras, 1989.
- MARTIN, Macarena San. **Curso prático**: Designer de moda. Tradução Maria Ricci. São Paulo: Escala, 2012.
- MYERS, D. **Introdução à Psicologia Geral**. 5. ed. Rio de Janeiro: LTC, 1999.

PULS, Lourdes Maria. **Desenho de moda**: paradigma para a construção de uma abordagem pedagógica. 2003. [Dissertação de Mestrado]. 123 fls. Curso de Engenharia de Produção. Universidade Federal de Santa Catarina. 2003. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/84993/227649.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 28 abr. 2014.

SORGER, Richard; UDALE, Jenny. **Fundamentos de design de moda**. Tradução Joana Figueiredo, Diana Aflalo. Porto Alegre: Bookman, 2009.

SOUZA, Patrícia de Mello. **A modelagem tridimensional como implemento do processo de desenvolvimento do produto de moda**. 2006. [Dissertação de Mestrado]. 116 fls. Curso de Desenho Industrial. Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, 2006. Disponível em: <<http://www.faac.unesp.br/Home/Pos-Graduacao/Design/Dissertacoes/patricia.pdf>>. Acesso em: 28 abr. 2014.

SOUZA, Patrícia de Mello. A *moulage*, a inovação formal e a nova arquitetura do corpo. In: PIRES, Baduy Dorotéia (Org.). **Design de moda**: olhares diversos. São Paulo: Estação das letras e cores editora, 2008. p. 337-45.