

SHION - MEMÓRIAS DA 'VIAGEM DE CHIHIRO': UMA COLEÇÃO DE MODA

Shion - Memories of 'Spirited away': a fashion collection

MOURA, Brunna Sandy Almeida de, Graduada, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, brunnamoura@rocketmail.com¹
BRASIL, Livia Maia, Mestre, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, liviamaia.brasil@gmail.com²

Resumo: O presente trabalho apresenta a metodologia, resultados e parte do arcabouço teórico do projeto de conclusão de curso *Shion: memórias da viagem de Chihiro - trazendo um pouco do universo geek para a moda*. O projeto consistiu em uma mini coleção de roupas voltado para o segmento feminino do público *geek* através de uma adaptação da metodologia de Doris Trepdow para um trabalho acadêmico.

Palavras chave: Público *geek*; Design de moda; Doris Trepdow.

Abstract: This study presents the methodology, results and part of the theoretical structure of the undergraduate thesis *Shion: Spirited Away's Memories - bringing a bit of the geek universe to fashion*. The project consisted of a mini clothing collection aimed at the female segment of the *geek* audience through an adaptation of Doris Trepdow's methodology to an academic work.

Keywords: *Geek*; Fashion Design; Doris Trepdow.

Introdução

O presente trabalho apresenta a metodologia, os resultados e parte do arcabouço teórico utilizado no projeto de conclusão de curso 'Shion: memórias da viagem de Chihiro - trazendo um pouco do universo *geek* para a moda' (MOURA, 2016), que buscou desenvolver um projeto de moda, cujo processo criativo resultou em uma mini coleção de roupas voltado para o segmento feminino para o público *geek*.

¹ Bacharel em Design pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte, autora do TCC intitulado 'Shion - Memórias da Viagem de Chihiro: Uma coleção de moda' (UFRN, 2016).

² Mestre pelo Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia (PPGE/UFRN, 2017), Graduada em Desenho Industrial pela UFCG (2008). Professora temporária no curso de Design (UFRN), orientadora do TCC intitulado 'Shion - Memórias da Viagem de Chihiro: Uma coleção de moda' (UFRN, 2016).

O principal objetivo do projeto foi utilizar um referencial proveniente de uma mídia de consumo desse público, a animação japonesa 'A viagem de Chihiro' (*Spirited away*, 2001). No projeto utilizamos a metodologia de Doris Treptow, que foi adaptada para atender aos objetivos do trabalho, dentro das limitações de um projeto acadêmico. O referencial teórico trazido explorou diversos temas relacionados ao design, moda e à cultura geek e teve como principais fontes teóricas Bernd Lobach (2001) e Rafael Cardoso (2000), Gilles Lipovetsky (1989) e Doris Trepdow (2007), e Hayao Miyazaki (2002). Como parte da pesquisa do projeto, analisamos ambientação, gráficos e personagens da animação, delimitamos elementos da narrativa que serviram de referencial para os painéis de inspiração e identificamos as principais características relacionáveis ao público da coleção, os *geeks*, também realizando uma pesquisa sobre esse universo.

O processo de criação culminou na geração de dez *looks*, totalizando 30 peças de vestuário, que foram desenvolvidos a partir da pesquisa de tema, realizada através da construção de *moodboards*, com os referenciais estéticos explorados nos personagens e ambientes do filme, contando também com a análise do público-alvo e pesquisas sobre tendências em moda.

Inspiração e público-alvo - A viagem de Chihiro e o universo geek

A Viagem de Chihiro é um filme de animação 2D japonês lançado em julho de 2001, escrito e dirigido por Hayao Miyazaki e produzido pelo *Studio Ghibli*. A animação foi vencedora de vários prêmios importantes para o cinema, tais como o *Urso de Ouro* (2002) e o *Oscar de Melhor Animação* (2003). No Japão, o longa lidera a lista de maiores bilheterias de todos os tempos, arrecadando cerca de 30.4 bilhões de yen (SUDO, 2014) e é considerado a obra-prima do diretor e co-fundador do *Studio Ghibli*, Hayao Miyazaki, um dos mais aclamados diretores de animação que também escreveu e dirigiu filmes como *Nausicaã do Vale do Vento* (1984), *Meu Vizinho Totoro* (1988) e *Princesa Mononoke* (1997).

A Viagem de Chihiro foi escolhido como inspiração para este projeto por apresentar um rico referencial estético, uma história única que consegue se

destacar no mundo das animações por sua singularidade e surrealismo. Burr (2005) explica exatamente o que faz os filmes do Miyazaki serem tão aclamados:

[...] os filmes intensamente belos do Miyazaki estão enraizadas em sonhos, fábulas e no passado; eles têm aquela nostalgia do folclore japonês e um surrealismo digno de O Pequeno Nemo. Eles são engraçados e assustadores, pessimistas e esperançosos, e eles são criados com aquele surreal senso de maravilha que só uma criança possui. Se a animação norte-americana é sobre soluções e respostas, Miyazaki faz perguntas abertas. (BURR, 2005, Tradução livre)

E é esse senso de maravilha juntamente com gráficos belíssimos e extremamente bem trabalhados que fazem esse filme ser tão marcante no universo da animação.

A moda contemporânea consegue refletir a grande influência das mídias nas diversas formas de interação social. A vestimenta contemporânea tem forte apelo midiático, novos grupos e novas identidades se formam a partir de interesses em comum, provenientes de alguma forma de mídia, sejam elas filmes, games, cinema, blogs, HQs, que resgatam uma estética que se traduz em silhuetas, cores, texturas, acessórios, que comunicam as preferências e características de um determinado grupo.

Para Yung (2010), *geek* é uma subcultura derivada da cultura *pop* (ou popular) que é definido primeiramente pelo consumo de seus meios de comunicação e que tais meios de comunicação são essenciais para a criação de uma identidade:

[...] uma Mídia relevante é essencial para o desempenho da cultura geek. Televisão, vídeo games, graphic novels, webcomics e filmes fornecem roteiros sociais que sustentam grande parte da interação Geek. Várias palavras e frases da mídia geek tornam-se parte do vocabulário geek, as narrativas na mídia geek definem a forma como a identidade geek é apresentada” (YUNG, 2010 p.12, Tradução livre)

De maneira geral pode-se concluir que *geeks* são todos aqueles que são aficionados por tecnologia, livros e filmes de fantasia e de ficção científica, vídeo games, quadrinhos, séries.

Aporte teórico - Design e o projeto de moda

Apesar de no Brasil o design não estar muito próximo da arte e dos conceitos relacionados à moda, devido a sua tradição modernista, funcionalista (DENIS, 2000), os sistemas de moda estão inseridos no conhecimento do

desenvolvimento de produtos, o design faz parte do universo da moda, e características desses sistemas passam também a influenciar no design de produtos (ARAGÃO & FORMIGA, 2010).

O período entre os anos 2000 e atualidade, consolida a era da globalização e com isso, as possibilidades da moda se tornam infinitas, dando o poder de cada um escolher aquilo que mais combina com o seu perfil (GOSTINSKI, 2009). Para Pasqual (2009), é difícil definir a moda contemporânea e, por mais que as tendências ainda existam, elas estão progressivamente minimizadas. Existe uma valorização do gosto pessoal e do estilo, que difere do que normalmente entendemos como moda, por estar diretamente ligada a identidade pessoal e a personalidade do indivíduo. Hoje em dia, a cultura, o convívio urbano e em sociedade e principalmente o gosto pessoal, influenciam o modo de vestir das pessoas.

Com base nesse novo olhar para os referenciais que a indústria da moda tem se apropriado em sua produção, este trabalho busca projetar para um público, grupo social, que possui uma cultura e identidade próprias, que se encaixam nesse novo contexto contemporâneo, da globalização, e que possuem preferências e características de consumo muito peculiares e que possuem um universo próprio.

Pensando a moda na esfera do desenvolvimento de produto, buscamos uma metodologia projetual, que unisse as bases do projeto de design de produto aos sistemas de moda. Para tanto, recorreremos ao método desenvolvido por Doris Treptow (2013), o primeiro desenvolvido especialmente para projetos em moda no Brasil.

Para Treptow (2013), a primeira etapa do processo, consiste no planejamento. Como se trata de uma metodologia que apresenta fases do desenvolvimento de coleções vivenciadas na indústria, a autora considera além do perfil do consumidor, o perfil da marca, e diz que essa junção será a base para o tema de coleção, para as formas e para as matérias-primas utilizadas.

O direcionamento do processo surge no planejamento, são definidos a partir dessa etapa, a pesquisa de tendências, o tema/inspiração, e o briefing da coleção. Nesse método a autora compila as pesquisas em formato de painéis

imagéticos, chamados de *moodboards*, que devem apresentar os principais referenciais para a criação, comportamento do consumidor, mercado, tecnologia, tendências, etc. Cada painel cumpre uma função e a partir deles são retirados a cartela de cores, de tecidos, as formas (Ibid.).

A fase de gerar conceitos e alternativas, é chamada pela autora da etapa de Design, é onde se exploram possibilidades através de métodos criativos, por meio de croquis, desenhos e experimentações. Ainda nessa fase, pode-se realizar testes de caimento de tecidos, de modelagem, estudo de formas, silhuetas e caimentos diretamente em um manequim, para os ajustes antes da fase de desenvolvimento.

Outra etapa é a de avaliação, que "[...] tem por objetivo avaliar a proposta de coleção, sugerindo alterações que possam facilitar a produção, reduzir custos ou tornar o produto mais atraente ao consumidor" (IDEM, p.149). Nessa etapa ocorre uma triagem dos modelos que irão compor o mapa da coleção, para tanto, é considerada a viabilidade produtiva e comercial das peças. O mapa da coleção é a organização dos modelos em famílias, onde são priorizados coerência e combinação de peças.

No desenvolvimento, são produzidas as fichas técnicas. Nessa etapa há a prototipagem de cada peça, são definidas as graduações da modelagem e também são calculados os custos finais de cada peça. Os protótipos ainda são avaliados e, caso seja necessário, retorna-se a fase de design para se encontrar soluções.

Metodologia e resultados

Realizamos as devidas adaptações no modelo de Trepdow para o projeto, que ocorreu em âmbito acadêmico e não mercadológico, buscando atingir o objetivo do trabalho, segundo 3 etapas principais:

I) Planejamento/ preparação: envolveu o planejamento do **cronograma** de atividades; a **pesquisa documental e bibliográfica** sobre as temáticas abordadas no projeto; a **pesquisa de tema**, na qual realizamos a construção de *moodboards* identificando os referenciais estéticos, simbólicos e

formais da animação; e a **pesquisa de tendências**, realizada para nortear o uso de cores, estilos e materiais na fase de ideação da coleção.

II) Design/ ideação: envolveu a **criação de briefing** necessário para delimitar o mix de produtos em que melhor se encaixaria no projeto (básico, fashion, conceitual); o **Recorte de tema**, onde delimitamos os referenciais que seriam usados para gerar conceitos e alternativas; a **Geração de desenhos, onde foram** definidos conceitos e geradas as alternativas; definição da **Cartela de cores**, retirada da pesquisa de tema, tendo em vista também a paleta identificada nas cenas do filme; **Mapa da coleção**, onde definimos a estrutura e nome da coleção com base nas etapas anteriores de criação, line up e número de peças.

III) Desenvolvimento/ concepção: envolveu a apresentação dos tecidos e conceitos por detrás de cada *look* escolhido na geração de alternativas; desenvolvimento das **fichas técnicas**, que é o documento com as especificações técnicas que auxiliam a produção das peças.

No Briefing definimos que a coleção seria composta de 10 *looks*, segundo as categorias básico, *fashion* e vanguarda, definimos que seria constituída de três *looks* básicos, cinco *looks fashion* e dois *looks* de vanguarda. Para o recorte de tema optamos por reunir as referências visuais baseadas no filme em um único *moodboard*, também construímos painéis para identificar características e referências de três personagens 'Chihiro', 'Haku' e 'Sem Face'. Além disso, reunimos os referenciais da pesquisa de tendências que seriam utilizados na construção de conceitos e geração de alternativas em outros painéis.

Na geração de desenhos, foram criados vinte alternativas de composições de *looks*, dentre as quais foram escolhidas as dez que mais se destacaram e se encaixaram nas propostas do trabalho. A escolha da cartela de cores da coleção, foi realizada selecionando quatro tons de cada um dos *moodboards* apresentados, adicionado o preto, o branco e o dourado, cores que também são predominantes no filme, para completar a cartela de cores.

A coleção resultante deste projeto foi apresentada por meio de desenho estilístico de 10 *looks* e detalhamento de 30 peças em fichas técnicas. O nome

da coleção 'Shion' (紫苑) que significa *Aster tataricus*, (flor japonesa), homenagea o significado da linguagem das flores no Japão (Hanakotoba (花言葉)), *Shion* significa "não te esquecerei", remetendo a um dos principais temas do filme, as memórias.

Figura 01: Coleção Shion, baseada no filme A Viagem de Chihiro



Fonte: A autora (2016)

Considerações Finais

Após a conclusão do projeto, foi realizado uma entrevista com mulheres entre 20 e 35 anos que já haviam assistido ao filme 'A Viagem de Chihiro' para saber sobre a aceitação da coleção perante este público. 100% das entrevistadas responderam que usariam *looks* inspirados em filmes do Studio Ghibli, assim como 100% das entrevistadas conseguiram perceber as inspirações do filme nas peças de roupas.

Percebemos com a conclusão do projeto que a coleção conseguiu chamar atenção por sua beleza e elegância, pontos apontados pelas entrevistadas, e por possuir elementos que são relacionáveis ao filme sem precisar recorrer ao literal ou caricato, sendo este também um dos objetivos desse trabalho, de que as peças fossem usáveis e comerciais. Concluímos com a pesquisa realizada no trabalho, que a relação entre a moda design pode criar, através de um projeto, formas de um indivíduo se expressar e mostrar a sua identidade e seus gostos pessoais, através da sua aparência e hábitos de consumo.

Referências

ARAGÃO, Irina; FORMIGA, Simone. **Design e moda**. Rio de Janeiro: Senai/CETIQT, 2010.

BURR, Ty. **Miyazaki is much more than Japan's Walt Disney**. 2005. Disponível em <<http://www.chron.com/entertainment/movies/article/Miyazaki-is-much-more-than-Japan-s-Walt-Disney-1919192.php>>

DENIS, Rafael Cardoso. **Uma introdução à História do Design**. São Paulo: Edgard Bluncher, 2000.

GOSTINSKI, Cleon. **Relevâncias da história da moda: dos anos 10 à virada do século XX**. Intelecto C. n. 5, jan-mar 2009 – Novo Hamburgo: Catânia. p. 48-91.

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

LÖBACH, Bernd. **Design industrial: bases para a configuração dos produtos industriais**. s. l.: Edgar Blücher, 2001.

MIYAZAKI, Hayao; ANDO, Masashi; TAKESHIGE, Yoji. **The Art of Miyazaki's Spirited Away**. UK ed: VIZ Media LLC, 2002.

MOURA, Brunna Almeida. **Shion: memórias da viagem de Chihiro Trazendo um pouco do universo geek para a moda**. Monografia apresentada ao curso de Design. UFRN, 2016. Disponível em: <<https://monografias.ufrn.br/jspui/handle/123456789/3919>>

PASQUAL, Danusa. **Moda e estilo contemporâneo: Entenda o fenômeno que atravessa gerações**. 2009. Disponível em: <<http://www.portaisdamoda.com.br/noticiaInt~id~18172~n~moda+e+estilo+contempo+raneo.htm#>>

SUDO, Yoko. **'Frozen' Ranks as Third-Biggest Hit in Japan. 2014**. Disponível em: <<http://blogs.wsj.com/japanrealtime/2014/06/04/frozen-ranks-as-third-biggest-hit-in-japan/>>

TREPTOW, Doris. **Inventando Moda: planejamento de coleção**. 4. ed. Brusque: O. Treptow, 2007.

YUNG, Rachel. **Geek Media and Identity**. 2010. Disponível em: <<https://deepblue.lib.umich.edu/bitstream/handle/2027.42/79473/rachelyu.pdf?sequence>>



APOIO



REALIZAÇÃO





APOIO



REALIZAÇÃO

