
DESIGN DE MODA: O CORPO, A ROUPA E O ESPAÇO QUE OS HABITASANTOS, Caroline Zanardo Gomes dos¹SANTOS, Joyce Ribeiro dos²

Resumo: Moda e design são dois conceitos recentes no meio acadêmico, mas que se fundem, dando origem ao profissional denominado designer de moda. Este artigo realiza uma pesquisa de dados bibliográficos relatando o posicionamento dos pesquisadores, encontrado na literatura científica, sobre esta profissão e a relação que se estabelece entre: o corpo, a roupa e o espaço que os habita. Esta é uma pesquisa explanatória, de abordagem dialética, com procedimentos técnicos e de coleta de dados de pesquisa de dados bibliográficos. Os materiais são os artigos de revistas indexadas e trabalhos acadêmicos das áreas de design e moda. Os resultados apresentam uma retórica discursiva e reflexiva sobre o design de moda no Brasil.

Palavras-chave: Moda – Design – Corpo.

Abstract: Fashion and design are two recent concepts in the academic environment, but fused, giving rise to the so-called professional fashion designer. This article presents a survey of bibliographic data describing the placement of researchers, scientific literature on the profession and the relationship established between: the body, clothing and space that it inhabits. This is an explanatory research, the dialectical approach, with technical procedures and data collection search of bibliographic data. The materials are indexed journal articles and academic papers in the areas of design and fashion. The results present a discursive rhetoric and reflexive about the fashion design in Brazil.

Key-words: Fashion – Design – Body.

INTRODUÇÃO

Gilles Lipovetsky (2003, p. 9) já afirmava que: o assunto “moda” não provoca entusiasmo na esfera intelectual, pois a moda é celebrada no museu, nas ruas, na indústria e na mídia, e quase não aparece no questionamento teórico das cabeças pensantes.

Editores de livro publicam anualmente diversos materiais sobre moda, mas ao estabelecer a classificação quanto ao tipo de sessão ou a área de conhecimento, acabam se equivocando ou entrando em contradição. Uma observação superficial já possibilita perceber que é comum a relação feita entre moda e futilidades.

Para esclarecer tais equívocos é preciso examinar e dispor a definição segundo a bibliografia específica, de cunho científico, que norteiam a vivência acadêmica.

É preciso, também, definir o campo de atuação do profissional de moda e estabelecer a analogia que há entre: o corpo – seu principal objeto de estudo; e a roupa – produto final do seu trabalho de criação.

Tal artigo não tem a pretensão de explanar o assunto de forma poética, embora o gosto por tal questão nos inspire este desejo. Pretende-se assentir as convergências dos fatos, sob o caráter multidisciplinar do design e munidos de conhecimento relativo à área, pois nela tratamos da relação entre: o corpo, a roupa e o espaço que os habita.

CONSIDERAÇÕES SOBRE O DESIGN DE MODA

A Moda pode ser entendida como um sistema de produção e de comunicação que introduz mudanças de comportamento e de aparência, de acordo com a cultura e os ideais de uma época.

Para Lipovetsky (2003, p. 24), a moda é um fenômeno que abrange: a linguagem e as maneiras, os gostos e as idéias, os artistas e as obras culturais. Rech (2002, p. 29) o complementa afirmando que os avanços da ciência também abrangem o fenômeno da moda e estão presentes nas mudanças sociológicas, psicológicas e estéticas que ocorrem na sociedade.

Moda é, também, uma área privilegiada da experiência estética. Segundo Rosa (2006), ao longo da história, pode-se ver em cada época fatos e eventos que assumem determinada forma rítmica nas semelhanças visuais. A moda é carregada de conceitos, conteúdos e contextos expressivos, que retratam diferentes épocas em que o homem viveu. Trata-se da repetição destes padrões visuais no seu modo de vestir.

De início, os profissionais que trabalhavam neste campo criando produtos de vestimenta para a sociedade eram as costureiras e os alfaiates. Posteriormente, este ramo foi se especializando, separando o processo de criação da execução do projeto. Surgem então os profissionais chamados estilistas e que, mais recentemente, vieram a ser chamados de designers de moda. Segundo Pires (2007, pg. 67) “Durante anos, o

estilismo correspondeu a tal demanda; porém, a realidade atual requer uma abordagem sistêmica, o que consagra a importância do design.”

A primeira escola de moda surgiu na França no séc. XVII. De lá para cá tem sido uma constante observarmos prestigiados designers da moda européia com formação acadêmica. No Brasil, até meados da década de 80, antes da instituição dos cursos superiores de moda pelas escolas, o brasileiro que desejasse aprender sobre o assunto, ou o autodidata que desejasse aperfeiçoamento, era obrigado a viajar ao além-mar, buscando o aprendizado formal as escolas e nos grandes ateliês da Europa (PIRES, 2002).

Na década de 60 o curso de design, até então Desenho Industrial foi introduzido nas Faculdades brasileiras. Na década de 80 se ramifica, surgindo então as primeiras graduações em Moda. Desde meados de 2000, por recomendação do MEC, os cursos na área da moda, estão sendo autorizados e reconhecidos considerando-se as diretrizes educacionais para o ensino de graduação em design, assim como adotando a nomenclatura design no nome do curso (PIRES, 2002).

O que assistimos na contemporaneidade é que o perfil do curso amadureceu, deixando de ter um caráter amador. O profissional de design de moda está atento às necessidades de mercado e hoje auxilia o país a vencer décadas de defasagem tanto no ensino quanto nas tecnologias e meios de produção industrial.

Em um recorte dos postulados de dois grandes teóricos do design, Bonsiepe (1997) e Löbach (2000), podemos definir aqui que a atividade do designer é de caráter projetual, criativo e inovador. Seu trabalho origina um produto, objeto ou processo. No que concerne à moda, Rech (2002) nos ajuda a categorizar o produto de moda como sendo: qualquer elemento ou serviço que combine as propriedades de criação, qualidade (conceitual e física), ergonomia (vestibilidade), aparência e preço a começar pelas aspirações do segmento de mercado ao qual o produto se reserva.

Castilho e Vicentini (2008) afirmam que o objetivo do designer de moda é recriar o conjunto de traços que caracteriza a roupa por meio dos aspectos formais. Para isso deve estar atento a tendências, pois, como descreve Preciosa e Hagedorn (2006), pauta-se em freqüentes rupturas e continuidades em sua multiplicidade. A antecipação e

a construção de tendências de moda é de suma importância no desenvolvimento de projetos de produtos de moda (Caldas, 2006).

PARTICULARIDADES HISTÓRICAS E CONTEMPORÂNEAS DA MODA

As mudanças na moda não são aleatórias, são o reflexo das alterações sociais e culturais da sociedade que se espelham nas opções dos consumidores. Segundo Pereira (2008), estas opções dependem de vários fatores: socioeconômicos, culturais, pessoais e psicológicos. Assim também afirma Nery (2004): “A indumentária sempre foi um reflexo do gosto contemporâneo, retratando de certa forma o desenvolvimento econômico, cultural e político. A roupa diferenciada identificava camadas sociais, profissões, idade ou sexos”.

A vestimenta sempre modificou, transformou e até mesmo iludiu o corpo humano. Através de proporções, cores e texturas a história da moda brincou, e ainda se diverte, com o corpo desde os primórdios. “No séc. XX, a moda significava, sobretudo uma maneira de ser, e por extensão, de vestir-se” (BAUDOT, 2002:8).

Estas características permanecem na atualidade. A linguagem da moda tornou-se acessível a todas as classes sociais. Sempre existirão tribos, ídolos e seus seguidores, mas a autonomia de compor sua aparência conforme suas ideologias e estilo de vida é uma conquista do consumidor contemporâneo, que, mesmo sem saber, está fazendo moda (RUTHSCHILLING e CANDIA, 2006).

Outro diferencial do nosso período foi a complexidade que se agregou à tarefa do designer de moda: conhecer a cadeia produtiva, as matérias-primas e os tecidos, compreender a linguagem e simbologia visual, compreender a montagem da roupa e acabamentos, num ciclo que se renova e onde o produto tem tempo de vida pré-estabelecido pela cadeia de consumo.

E talvez, o mais belo de tudo conste no fato de que esta cadeia não faz de nós reféns de um sistema, mas livres para criar, pois o design não tem fronteiras. A criatividade consiste no desafio do novo e do surpreendente.

O CORPO E A ROUPA, A ROUPA E O CORPO

Diversos enfoques poderiam ser descritos ao se analisar a relação do corpo humano com a veste e vice-versa. Abordaremos aqui as características analisadas pelo design.

As roupas, os acessórios, sapatos e outros objetos que vão envolver o corpo configuram o produto de moda em um primeiro plano, ainda sem adentrar ao universo de valores que a moda carrega com suas criações. Segundo Keller (2007 p.4), “A moda é um produto intangível, imaterial e cultural, enquanto a roupa é tangível, material e concreta.” O designer de moda percorre livremente entre idas e vindas no universo tangível e intangível da moda, determinando em um produto seus valores materiais e imateriais, culturais e concretos, colocando em suas criações textos de identidade que serão carregados pelos corpos que vestem as roupas.

O corpo é o suporte da vestimenta, habita e ocupa o seu interior. Martins, (2008) estabelece uma leitura do mundo por meio de cinco peles, sendo a primeira a epiderme, a segunda a vestimenta, a terceira a casa do homem, a quarta o meio social e a identidade e a quinta a humanidade, a natureza e o meio ambiente. Cinco peles ocupadas pelas formas do corpo, onde pele epiderme e pele vestimenta se misturam no contexto de proteção e construção de uma identidade única, habitando não somente o espaço físico, mas também o território que determina a existência dentro do contexto da contemporaneidade.

A vestimenta funciona como uma segunda pele, como o primeiro espaço de contenção, dentre tantos outros habitados pelo indivíduo ao longo de sua vida. A roupa é um objeto têxtil capaz de fazer o contato físico do corpo com o meio ambiente, devendo, portanto, cumprir suas funções de proteção, oferecendo segurança e conforto ao usuário. Entretanto a roupa no contexto da moda carrega em si um universo de valores que se distanciam das necessidades práticas do vestir. Como afirmam Castilho e Martins (2005 pg.52), “No caso da moda, seus textos/ objetos-roupas passam pelo crivo de leituras que extrapolam a sua funcionalidade e adentram às questões de sua valoração subjetiva [...]”

Segundo Souza (2006), são infinitas as possibilidades formais, mas a conformação da vestimenta está atrelada à natureza dos materiais utilizados e às soluções estruturais que permitem, definindo o modo como se articulam ao redor do corpo. O material têxtil é projetado para delimitar um espaço em torno do corpo, configurando silhuetas que se apresentam segundo características de forma, definindo linhas e volumes, e mantendo com o corpo/suporte uma relação de proximidade ou de distanciamento.

Leva-se em conta aspectos técnicos e estéticos: a exploração dos recursos da modelagem num jogo de mostrar e ocultar o interior, e conformar a estrutura do corpo; as técnicas de confecção utilizadas e os tecidos e aviamentos escolhidos que afetam sensorialmente a pele; o acabamento interno que se projeta para o exterior.

No exterior, tem-se a superfície do tecido e características como cor, brilho, transparência, texturas de relevo e estampas, aspectos visuais por meio dos quais se processa a comunicação do indivíduo com o seu entorno. No interior, configura uma espacialidade, um habitat, cujo volume em torno do corpo seja de distanciamento ou de proximidade, deve ser concebido conforme as necessidades do usuário e as características do material – peso, elasticidade, maleabilidade, aderência, texturas diversas, entre outras – que em contato com a pele, provoca sensações táteis (SALTZMAN, 2007)

Na relação corpo/têxtil, tem-se um novo elemento a ser considerado, que é o espaço. A forma e o espaço são apresentados não como fins em si mesmos, mas como meios para solucionar um problema em resposta a condições de função, propósito e contexto (SOUZA, 2006).

Segundo Saltzman (2007) essas questões incitam a novas concepções morfológicas que convidam a postular o design como um circuito espacial contínuo entre o dentro e o fora, propondo uma dinâmica formal que induz a questionar os limites do pensamento construtivo e a utilidade da vestimenta.

O HABITAR DA ROUPA

Segundo Souza (2006), o vestuário estabelece um espaço para conter o corpo. Essa espacialidade é determinada pela estrutura anatômica e mobilidade corporal, constituindo-se em volumes que aderem, aproximam-se e se afastam do corpo ou ainda se projetam além de seus limites. Esse espaço pode ser aferido: possui dimensões físicas de comprimento, largura e profundidade, cujas relações de proporção e resultado formal estão atrelados à natureza das atividades a serem ali acomodadas. Outros fatores como: o tipo de materiais utilizados, os elementos construtivos e a estrutura da peça também podem limitar as suas dimensões, interferindo na proporção.

Extrapolando-se o limite da vestimenta para além da proteção, a fim de transformá-la num modo de habitar o território de identidade. Como afirma Castilho e Martins (2005, pg.31), “Ele, o corpo, constrói assim significados, manifestações textuais que se deixam apreender e significar pelos efeitos de sentido que produzem justamente ao criar processos de identidade – para ele mesmo e para a moda, que são postos em circulação”.

Hoje, a distorção do corpo pela veste é encorajada pela moda. O inusitado, o diferente, o visual bem trabalhado é vangloriado e dá personalidade individual do ser (RONCOLETTA, 2004). A edição do corpo é feita constantemente, tendo a moda como estímulo para compor um novo design, uma nova forma. O corpo sendo corrompido pelos modismos cíclicos e passageiros, para que dessa forma acompanhe um ao outro no mesmo plano de expressividade.

O corpo humano não mais é limitado por suas proporções plásticas. A moda não mais é limitada pelas proporções plásticas do corpo. As proporções são completamente alteradas pela veste, trazendo dessa relação entre corpo e roupa um novo corpo. De acordo com Castilho e Vicentini (2008), as roupas acrescentam a anatomia humana novas configurações, definindo essas novas formas como re-design do corpo.

A ilusão tornou-se realidade. Chegou o momento, a moda rompe as barreiras do corpo humano de forma significativa. Em tempos de imagens fortes, acabaram as sutilezas, e as formas da veste tornam-se consagradas (RONCOLETTA, 2004).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse trabalho buscou o aprofundamento no design de moda, entrando em questões que pudessem resultar na compreensão da relação estreita entre o design, a moda e o corpo. Relação que se faz necessária para que o percurso criativo se concretize em todas as suas dimensões, visando um produto de moda que se realize em seu plano projetual.

O designer de moda é o profissional responsável pelas etapas do processo de desenvolvimento de produto de moda, produto esse, que envolve o corpo cumprindo o objetivo de suprir necessidades que adentram ao universo de valores subjetivos. Percorrendo o universo de valores que envolvem esse corpo dentro de sua vida social, buscar uma resposta dentro do processo de desenvolvimento de produto de moda se torna um caminho necessário para responder às demandas da contemporaneidade.

Mesquita (2004), afirma que a reflexão sobre o corpo é essencial para entendimento dos mecanismos da moda. Esses mecanismos da moda vão originar uma modificação da roupa por meio do corpo que vai habitar, resultando em algo novo. Vicentini e Castilho (2008 pg.132-133) colocam, “[...] o corpo como suporte material, sensível que se articula com diferentes códigos de linguagem, como a gestualidade, a sensorialidade e a própria decoração corpórea, e a moda como processo de transformação da aparência [...]”

As relações exploradas nesse trabalho abrem caminho para tantas outras questões que envolvem o design, o corpo e a moda, resultando em reflexões dentro do complexo sistema da moda.

REFERÊNCIAS

BAUDOT, F. **Moda do século**. São Paulo: Cosac & Naify, 2002. 400 p. ISBN 9788575037089.

BONSIEPE, G. **Design: do material ao digital**. Florianópolis: FIESC/IEL, 1997. 192 p.

CALDAS, D. **Observatório de sinais: teoria e prática da pesquisa de tendências**. Rio de Janeiro: Editora Senac, 2006. 224. ISBN: 8587864386.

CASTILHO, K.; MARTINS, M. M. **Discursos da Moda: semiótica, design e corpo**. 2. ed. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2005. 112p. ISBN 8587370391

KELLER, P. F. O trabalho imaterial do estilista: a produção de moda e a produção de roupa. In: **ENCONTRO ANUAL DA ANPOCS, SEMINÁRIO TEMÁTICO**, 34, 2007, Caxambu.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Cia das letras, 2003. 296 p. ISBN 9788571640207.

LÖBACH, B. **Design Industrial**: bases para a configuração de produtos industriais. São Paulo: Edgard Blücher, 2001. 206 p. ISBN 8521202881.

MARTINS, S. B. Ergonomia e moda: repensando a segunda pele. In: PIRES, D. B. **Design de moda**: olhares diversos. São Paulo: Estação das letras e cores, 2008. p. 319-336. ISBN 9788560166060.

MESQUITA, C. **Moda Contemporânea**: quatro ou cinco conexões possíveis. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2004. 127 p. ISBN 858737017

NERY, M. L. **A evolução da indumentária**: subsídios para criação de figurino. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2004, 304 p. ISBN 8574581186.

OLIVEIRA, A. C.; CASTILHO, K. O corte, a costura, o processo e o projeto de moda de re-design do corpo. In: **Corpo e Moda**: por uma compreensão do contemporâneo. São Paulo: Estação das letras e cores, 2008. p. 125-135. ISBN 9788560166077

PEREIRA, A. R. A. S. **Multi-look: vestuário multifuncional. Metodologia de Criação em Design**. 2008. 212 f. Dissertação (Mestrado em Design e Marketing têxtil, Escola de Engenharia) - Universidade do Minho, Lisboa, 2008.

PRECIOSA, R.; HAGEDORN, A. Notas sobre o Design de Moda e suas Práticas Experimentais. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN, 7, 2006, Paraná. **7º P&D**. Paraná: Universidade Federal do Paraná, 2006, 10 p. CD-Rom. Anais...

PIRES, Dorotéia Baduy. A história dos cursos de design de moda no Brasil. **Revista Nexos**: Estudos em Comunicação e Educação. Especial Moda. São Paulo, v. 6, n. 9, 112 p. ISSN 1415-3610. 2002.

PIRES, Dorotéia Baduy. Design de moda: uma nova cultura. **dObra[s]**: uma revista de moda mas não só, acadêmica mas nem tanto, São Paulo, v.1, n.1, p. 66-73, out. 2007.

RECH, S. R. **Moda: por um fio de qualidade.** Florianópolis: Editora da UDESC, 2002. 131 p.

RONCOLETTA, M. R. **Deformidades formidáveis: a trajetória dos corpos transformados e da deficiência física pela moda.** 2004. 125 f. Monografia de Especialização (Pós-Graduação em Marketing de Moda) – Faculdade Anhembí Morumbi, São Paulo, 2004.

ROSA, L. Compreensão dos Contornos do Corpo para Desenvolver Produtos de Moda. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN, 7, 2006, Paraná. **Anais do 7º P&D.** Paraná: Universidade Federal do Paraná, 2006, 12 p. CD-Rom.

RUTHSCHILLING, E. A.; CANDIA, L. C. Ecodesign na Moda: Brasil anos 2000. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN, 7, 2006, Paraná. **Anais do 7º P&D.** Paraná: Universidade Federal do Paraná, 2006, 10 p. CD-Rom.

SALTZMAN, A. **El cuerpo diseñado:** sobre la forma em el proyecto de la vestimenta. Buenos Aires: Paidós, 2007. 176 p. ISBN 9789501253528.

SOUZA, P. M. **Modelagem tridimensional como implemento do processo de desenvolvimento do produto de moda.** 2006. 116 f. Dissertação (Mestrado em Design de Produto) – Faculdade de Artes, Arquitetura e Comunicação, Universidade Estadual Paulista - UNESP, Bauru, 2006.

VICENTINI, C. G; CASTILHO, K. Design do corpo, design da roupa: uma análise semiótica. In: PIRES, D. B. **Design de moda: olhares diversos.** São Paulo: Estação das letras e cores, 2008. p. 132-133. ISBN 9788560166060.

¹ Mestre em Design de Produto – Unesp de Bauru/SP..

² Especialista em Moda: Produto e Comunicação – Universidade Estadual de Londrina (UEL).

Texto Recebido em 07 de maio de 2010.

Aprovado em 28 de junho de 2010.