

O FAZER MODA: sobre o processo de concepção, desenvolvimento e materialização de uma coleção

Raíça Dias de Freitas¹
Ildeth Dias de Sousa²
Edinaldo Alves Araújo³
Graças Torres⁴

RESUMO

O presente artigo tem por objetivo retratar o processo de concepção e desenvolvimento de uma coleção de moda e de produção de um look conceitual implementados por meio do processo proposto pelo curso de graduação em Design de Moda do Centro Universitário UNIVERSO Goiânia. A base da construção da coleção é obtida por meio de pesquisa bibliográfica e mercadológica, por meio da qual foram levantadas informações sobre as tendências da estação, das tendências mundiais de moda, dados sobre marca de referência e seu público-alvo. Além disso, o trabalho mescla as informações obtidas com a base teórica trabalhada durante a graduação, de onde retiraram-se as referências, princípios e elementos do design necessários para comunicar os conceitos trazidos na coleção e conhecimentos necessários para gerenciar a materialização do look conceitual, resultado de todo o trabalho realizado. Nesse sentido, o resultado final de todo esse processo foi a materialização de um look coerente e representativo da coleção, que demonstrou a importância do projeto e da pesquisa bibliográfica para a formação de profissionais capazes de aliar conhecimento teórico e prático no exercício das funções exigidas do profissional de moda, contribuindo, em última análise, para o melhor desenvolvimento da sociedade na qual esses profissionais serão inseridos.

Palavras chave: Coleção de Moda; Expressionismo; Modernismo.

1 INTRODUÇÃO

A presente obra foi desenvolvida para retratar o processo de criação e desenvolvimento de uma coleção de moda elaborada como trabalho de conclusão de curso de graduação em Design de Moda da Universidade Salgado de Oliveira.

¹ Discente do Curso de Design de Moda do Centro Universitário UNIVERSO – Goiânia

² Docente do curso de Design de Moda do Centro Universitário UNIVERSO Goiânia. Especialista em Fashion Design em Processos Produtivos e Criativos.

³ Docente do curso de Design de Moda. Mestre em História, graduado em Mestre em História (PUC-GO), graduado em Design de Moda (UFG) e pedagogo (Albert Einstein).

⁴ Docente do curso de Design de Moda do Centro Universitário UNIVERSO Goiânia. Mestre em História pela Pontifícia Universidade Católica de Goiás

A coleção foi concebida a partir um tema geral, qual seja o Centenário da Semana de Arte Moderna de 1922, estudos sobre a marca de referência - seu público-alvo, estudo das coleções anteriores, elementos de design e valores - e questões mercadológicas – estação de referência e viabilidade da coleção.

A partir daí, criou-se uma base sólida para o efetivo desenvolvimento do projeto. Elaborou-se um tema específico, capaz de sintetizar os conceitos que seriam orientadores de todo o processo de criação denominado O expressionismo de Anita Malfatti da Semana de 22: um paralelo com a nossa história cem anos depois, o qual foi destrinchado por meio de pesquisa bibliográfica e imagética.

Foram identificados os conceitos da marca, do tema específico, bem como as tendências da estação de referência a fim de compreender o que seria viável e harmonioso materializar enquanto coleção, de modo a respeitar as facetas descritas e viabilizar uma coleção de moda coesa não só internamente quanto externamente.

Como resultado, criou-se uma narrativa coerente que unificou a inspiração e os dizeres das obras escolhidas com os fatos e sentimentos delimitados como temática. Nasce daí uma coleção de moda dividida em três blocos: tempestade, os homens amarelos e o farol, que narram, respectivamente, os sentimentos experimentados com a descoberta do vírus e a caracterização da epidemia como uma pandemia, com a desesperança e tristeza vivenciados após meses de distanciamento social e com a esperança e otimismo com o qual acompanhamos a queda do número de mortes em decorrência da COVID após o início da imunização em massa.

A marca de referência escolhida apresenta traços de uma nova consciência social, cultural e ambiental no âmbito da moda, motivo pelo qual foi selecionada para contar essa história. Conceitos como sustentabilidade, *slow fashion*, minimalismo, artesanal e valorização da cultura e matéria-prima nacional fazem parte do branding da marca, o que motivou sua escolha para basear a criação.

O objetivo de todo esse processo será a materialização de um look representativo da coleção que observe as teorias e princípios do design, da comunicação visual e da moda, com as quais os graduandos tiveram contato durante o curso, bem como uma produção coerente com toda a pesquisa desenvolvida: temática, marca de referência, estação, tendências e público-alvo.

2 CONTEXTO DA TEMÁTICA

O centenário da Semana de Arte Moderna de 1922 foi o cenário base escolhido para a figurar como tema geral dos trabalhos a serem desenvolvidos pelos acadêmicos para a conclusão de curso. O tema tem relevância não só como herança histórica e cultural para as artes plásticas, mas para todas as áreas correlatas, sobretudo a do Design de Moda, que é influenciada diretamente pela cultura visual, pelos símbolos e tendências de determinada época.

A Semana de Arte Moderna foi o marco do rompimento com o conservadorismo cultural associado às correntes literárias e artísticas anteriores. A realidade do país demandava atualização da consciência nacional com um olhar tipicamente brasileiro, capaz de representarmosso modo de pensar, nossa estética e nossas vivências. Não havia mais como se tolerar arte e cultura exclusivamente importadas de fora. Para isso, nada mais simbólico do que escolher o ano de 1922, centenário da Independência do país, para tornar a arte e cultura brasileiras independentes também.

“O modernismo, no Brasil, foi uma ruptura, foi um abandono de princípios e de técnicas conseqüentes, foi uma revolta contra o que era a inteligência nacional.” (ANDRADE, 1974. p. 23.)

Não havia um conceito que ligasse os artistas, tampouco programa estético definido. O objetivo era destruir o tradicionalismo vigente. E eles conseguiram.

2.1 TEMA ESPECÍFICO

Uma das precursoras do movimento modernista no Brasil foi Anita Malfatti, que pouco antes da Semana, em 1917, expôs suas obras na Exposição de Pintura Moderna, sendo duramente criticada por pensadores da época, notadamente por Monteiro Lobato. Já nessa exposição, Anita mostrou a influência de um dos movimentos de vanguarda do século XX em sua obra: o expressionismo; movimento caracterizado pela valorização dos aspectos subjetivos (sentimentos retratados, expressão emocional) em detrimento da forma. Nesse mesmo sentido, o próprio Mário de Andrade se expressa sobre as características expressionistas das obras de Anita:

Se Anita Malfatti vê uns cabelos brancos e neles sente o verde frustrado das esperanças partidas [sobre A mulher de cabelos verdes], respeite sua comoção, a sua fantasia e será grande como foi pintando esse quadro forte. Será incompreendida pelos que só conseguem ver cabelos negros, loiros, brancos ou castanhos, mas despertará um pensamento vivaz, uma comoção mais funda naquele que souber elevar-se até a idade da artista. Mais vale dois a sentir, que a multidão, a aplaudir.

O uso dessa estética por Anita foi resultado de anos de estudo na europa, nos quais teve contato os movimentos das vanguardas europeias que marcaram profundamente sua forma de se expressar e diferenciaram sua obra dos padrões adotados no Brasil da época. Embora essa estética não tenha sido completamente incorporada na obra de Anita e de nenhum outro artista brasileiro desse período, visto que não se desenvolveram escolas análogas no Brasil, essa experiência lhe rendeu uma forma de pintura livre, sem limitações estéticas e que marcou seus quadros de maior prestígio, os quais foram expostos na Exposição de Pintura Moderna, em 1917 e foram um dos estopins para a idealização de Semana, que se realizou alguns anos depois.

Grande parte das obras de Anita expostas em 1917 e na Semana de Arte Moderna em 1922, revelam forte influência expressionista e retratam sentimentos mais atuais do que nunca na história dessa geração, enjaulada por uma pandemia viral: a surpresa, o medo, a angústia ea esperança em dias melhores.

O paralelo entre os sentimentos retratados nas obras de Anita e os vivenciados por nós nesse século em virtude da pandemia é o que fundamenta e cria a narrativa da coleção apresentada nesse artigo, que teve como tema específico de inspiração O expressionismo de Anita Malfatti na Semana de 22: um paralelo com a nossa história cem anos depois.

A coleção, composta por três blocos, narra no primeiro deles, inspirado nas obras A Ventania (1915) e A Onda (1915), os sentimentos experimentados pela sociedade brasileiro no início da pandemia, com a reviravolta da descoberta do vírus. O bloco 2, por sua vez, tem como base o quadro O Homem Amarelo (1915), e denuncia a estafa, angústia e descrença experimentadas pouco tempo depois e, por fim, o bloco 3, representado pela obra O Farol de Monhegan (1915) projeta nosso futuro, com o atual sentimento de esperança em virtude do início da vacinação em massa e a conseqüente queda das mortes no país.

3 APRESENTAÇÃO DA COLEÇÃO

Nas palavras de Rech (2002, p.68) “coleção é um conjunto de produtos, com harmonia do ponto de vista estético ou comercial, cuja fabricação e entrega, são previstas para determinadas épocas do ano”. Cormen et all (2009), por sua vez, definem coleção como conjunto de produtos com os mesmos atributos ou características. Já segundo Siplestein & Blelloch (1991), uma coleção é um conjunto de objetos vistos como um todo. É uma reunião de objetos similares.

Não obstante a infinidade de conceitos acerca do tema, duas características permeiam todos eles: unidade e harmonia, as quais devem ser um vetor durante todo o processo de criação.

Ciente disso, o processo de concepção e criação da coleção de moda objeto dessa obra, observou diversos elementos até a conclusão do projeto. O primeiro deles foi a própria marca de referência, uma marca de roupas femininas idealizada e projetada como um trabalho de conclusão de curso, que tem como base a brasilidade, a sustentabilidade e a arte; conhecida por seu design atemporal, peças bem construídas e a valorização da matéria-prima sustentável nacional.

A marca nasceu em 2017 e, um ano depois, teve sua estreia no SPFW N46, por meio do Projeto Estufa. Quando surgiu, sua idealizadora buscava justificar o “fazer moda” em seu trabalho. A orientação criativa surgiu por meio da arteterapia, metodologia terapêutica que une psicologia e arte. Somado a isso, há também grande preocupação da marca com os processos de produção e com o meio ambiente, motivo pelo qual uma de suas bandeiras é priorizar em suas coleções a matéria prima nacional e sustentável.

Desafiando processos e unindo arte e sustentabilidade, a marca faz grande parte de suas vendas por meio de seu próprio site e da plataforma Farfetch. Está presente também na Shop2gether e conta ainda com pontos de venda físicos no Rio de Janeiro, Espírito Santo, Santa Catarina, Ceará, São Paulo, onde mantém sua sede no bairro Perdizes, e até em Luanda, na Angola.

Imagem 1: Apresentação comercial da marca de referência



Fonte: Arquivo pessoal (2021)

Outro ponto de fundamental importância que foi observado na primeira parte da pesquisa que embasou a coleção foi o público-alvo dessa marca. A identificação do público-alvo possibilita a criação de uma coleção de moda que responda aos anseios de seus consumidores. Kotler (2011, p.) assim o conceitua:

Um mercado consiste de todos os consumidores potenciais que tem necessidades ou desejos específicos, dispostos e habilitados para fazer uma troca que satisfaça essas necessidades ou desejos.

No caso sob análise, a persona do público da marca de referência foi identificada como uma mulher adulta entre 25 e 45 anos, independente financeiramente, com alto nível cultural e educacional. É uma pessoa que trabalha com comunicação, que valoriza a arte, a cultura a educação, a ciência, a beleza e o bem-estar; gosta de arquitetura, moda e design e os vê como arte. É bastante politizada e informada, carrega valores humanísticos e sustentáveis elevados. É uma mulher segura em relação a si mesma, que valoriza o trabalho artístico, autoral, manual. Frequenta exposições, desfiles, cafés, restaurantes e shows. É naturalmente elegante e bonita e prioriza qualidade e design ao invés de quantidade e preço.

Imagem 2: Moodboard do público-alvo



Fonte: Arquivo pessoal (2021)

Após análise da marca e do público em questão, foi identificado que alguns

dos concorrentes da marca seriam a A.Niemeyer, Flávia Aranha, Tatá Melgaço e Paula Raia.

Delimitada a marca e público-alvo, foram unidas as informações levantadas ao universo visual do tema específico e assim, foi possível traçar um paralelo entre o expressionismo retratado nos quadros expostos na Semana de Arte Moderna de 22 por Anita Malfatti e a pandemia da Covid-19, o que resultou numa coleção cheia de sentimentos e emoções.

Para contar essa história, a coleção foi dividida em três blocos: tempestade, homens amarelos e o farol.

O bloco 1, A Tempestade, representa o enfrentamento do desconhecido, o misto de medo, força e excitação. A inspiração foram os quadros A Ventania e A onda, de onde extraímos a cartela de cores que tem como ponto de cor o violeta, que é acompanhado de tons neutros e terrosos.

Para representar a tempestade da descoberta do vírus, foram utilizadas linhas soltas com franjas de macramê, golas altas capazes de proteger (instinto atizado nesse primeiro contato) e peças inteligentes moldáveis à necessidade do momento.

Em Os Homens Amarelos, retratou-se a melancolia do isolamento, o misto de tristeza, medo e desesperança, o que foi trabalhado especialmente com a repetição dos tons de amarelo e os ombros deslocados.

Por sua vez, em O farol foram trabalhadas as possibilidades dos novos tempos, a direção que seguiremos após essa experiência...a aposta do autor: um caminho com luz e evolução e serenidade. Para isso explorou-se o princípio da radiação (gradação irradiada de um ponto central), com o uso de plissados a fim de representar a luz guia irradiada pelo farol.

Ainda, atento às tendências mundiais de comportamento, foram trabalhados nessa coleção o uso de macramê para explorar nossa necessidade de reconexão com nossa ancestralidade com uso de técnicas manuais e artesanais e o uso de plissados não usuais como forma de mesclar tradição (passado) e modernidade (futuro).

Por fim, mantendo os ideais da marca, foram utilizados majoritariamente tecidos de fibras nobres e naturais nacionais na proposta de materiais da coleção.

4 DESENVOLVIMENTO CRIATIVO

O processo de criação e desenvolvimento da coleção ora tratada iniciou-se com a delimitação temporal de lançamento das peças. Estabeleceu-se que o lançamento fictício da coleção da marca de referência seria outono/inverno 2022. Partindo desse pressuposto, as pesquisas de tendências de moda foram direcionadas para esta estação, restando identificado que as principais delas seriam: minimalismo com toques de opulência, sustentabilidade, estética mais sombria, proteção, designs sem estação, peças utilitárias e funcionais, uso de tecidos tecnológicos, designs intemporais, fusão tradição e modernidade, ancestralidade - técnicas manuais e artesanais e fusão do tradicional com novas tecnologias.

Conforme já amplamente narrado em linhas pretéritas, o tema estabelecido para a coleção ora tratada foi O expressionismo de Anita Malfatti na Semana de 22: um paralelo com a nossa história cem anos depois, o qual tem como palavras-chave subjetivismo, pintura, arte, enérgico, emoções, liberdade de formas e expressão de sentimentos.

Imagem 3: Moodboard do tema específico
Fonte: Arquivo pessoal (2021)



Por sua vez, a marca de referência identificada por conceitos teria como palavras-chave brasilidade, natural, minimalismo, arte, sustentável, *slow fashion*, contemporaneidade e matéria prima nacional.

Somados o conceito da marca, o tema específico (orientado pelas cores e sentimentos retratados nas obras escolhidas) e as tendências da estação de referência, pode-se criar uma narrativa para a coleção, a qual, em virtude disso, foi subdividida em três blocos: tempestade, os homens amarelos e o farol.

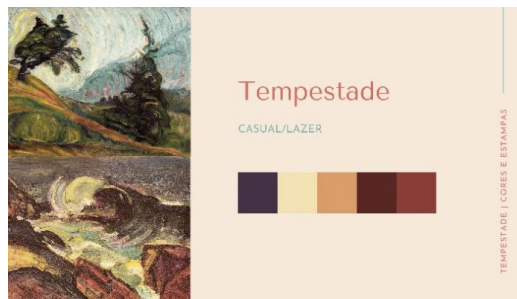
Imagem 4: Estrutura da coleção



Fonte: Arquivo pessoal (2021)

O bloco 1, representado pelas obras A Ventania (1915) e A Onda (1915), retrata o mistode medo, ansiedade e coragem que nos inundou com a caracterização da epidemia de COVID-19 como pandemia. As duas obras transmitem a sensação de sermos surpreendidos por uma tempestade, com os ventos turbulentos e o céu escurecendo rapidamente, o que é ressaltado pelas pinceladas espirais e machas de cor. A paisagem local é representada como uma força selvagem, agressiva e dinâmica, e o uso da deformação expressa certa inquietação do olhar humano diante da natureza.

Imagem 5: Inspiração e cartela de cores – bloco 1



Fonte: Arquivo pessoal (2021)

Imagem 6: Looks comerciais e conceitual – bloco 1



Fonte: Arquivo pessoal (2021)

A cartela obtida com a mistura das obras tem como ponto de cor o violeta, que

é acompanhado de tons neutros e terrosos e a ocasião de uso escolhida para o bloco em questão foi lazer.

Para representar a tempestade da descoberta do vírus, foram utilizadas linhas soltas com franjas de macramê, golas altas capazes de proteger e peças inteligentes moldáveis à necessidade do momento.

O bloco 2 tem como inspiração a obra O homem amarelo (1915). Segundo Anita, O Homem Amarelo é um retrato de um homem pobre, excluído e desconhecido, um imigrante italiano que lhe pediu para que ela o pintasse, com uma “expressão desesperada”. Ele apresenta uma aguda melancolia em seu olhar vago e distante. Mesmo estando elegantemente trajado de terno e gravata, seu paletó está com uma aparência desgastada e mal ajustado no corpo contorcido. Neste bloco, cuja ocasião de uso é trabalho, foi retratada a melancolia do isolamento, o misto de tristeza, medo e desesperança, o que foi trabalhado especialmente com a repetição dos tons de amarelo utilizados na obra e os ombros deslocados.

Imagem 7: Inspiração e cartela de cores – bloco 2



Fonte: Arquivo pessoal (2021)

Por fim, o 3º e último bloco da coleção, tem por inspiração a obra O Farol de Monhegan (1915). O céu retratado nesse quadro traz uma infinidade de cores, destacando as pinceladas enérgicas e ligeiras da pintora, que passam a sensação de certa agitação, embora embaixoreine tranquilidade. As pinceladas são enérgicas

Imagem 8: Looks comerciais e conceitual – bloco 2



Fonte: Arquivo pessoal (2021)

e cheias de luminosidade. O farol simboliza a luz que guia para o caminho seguro, para a direção certa, para o destino onde se pretende chegar.

Aqui foram trabalhadas as possibilidades dos novos tempos, a direção que seguiremos após essa experiência, a qual se acredita ser de muito crescimento enquanto sociedade, um caminho com luz, evolução e serenidade. Para isso foram explorado o princípio da radiação (gradação irradiada de um ponto central), com o uso de plissados a fim de representar a luz guia irradiada pelo farol. A ocasião de uso escolhida para este bloco foi *cocktail*.

Imagem 9: Inspiração e cartela de cores – bloco 3



Fonte: Arquivo pessoal (2021)

Imagem 10: Looks comerciais e conceitual – bloco 3



Fonte: Arquivo pessoal (2021)

Além da harmonia das cores e silhuetas, os blocos estão interligados pela narrativa da coleção e pelos elementos utilizados, tais como a repetição dos plissados, das franjas, drapeados e da técnica do macramê, que foram recorrentes em todos os blocos da coleção em maior ou menor grau, o que criou uma coleção harmônica, facilmente perceptível pela análise dos croquis lado a lado.

Imagem 11: Plano geral da coleção



Fonte: Arquivo pessoal (2021)

5 LOOK EXECUTADO DA COLEÇÃO

O processo de concepção e materialização de um projeto demanda prévia organização e disciplina para se chegar ao resultado previsto dentro do prazo estipulado. No caso do projeto de conclusão de curso deste curso de Design de Moda não foi diferente. O processo de criação iniciou-se há quase um ano com definição de tema e inúmeras pesquisas que culminaram na criação de uma coleção de moda.

A escolha do *look*, por sua vez, iniciou-se com a conclusão dos três croquis conceituais elaborados.

No caso em apreço, foram observados, em especial, a história, a mensagem e os conceitos trazidos por cada um dos *looks*, a viabilidade da construção das peças dentro do prazo estipulado e o efeito plástico das opções dentro no *fashion film*. Após consulta com a professora orientadora da disciplina responsável pelo desenvolvimento das peças, Ana Paula Vilela, entendeu-se como melhor escolha o *look* conceitual do terceiro bloco da coleção: o *look* farol, notadamente por carregar uma mensagem de esperança e felicidade, tão necessária nos tempos de hoje.

Além disso, o *look* em questão é de grande importância para a coleção em si por trazer o fechamento da história narrada ao retratar “o caminho”, “a luz que guia” para os próximos passos, sentimentos e experiências. Por essa razão, parte dos elementos trazidos na coleção foram carregados na peça principal da composição: a radiação, os plissados e o amarelo, que no caso, foi um pouco mais intenso que os demais para ilustrar a energia, a vivacidade e a felicidade, tal qual Anita Malfatti fez ao utilizar do expressionismo na obra que inspirou esta criação.

Imagem 12: O Farol de Monhegan

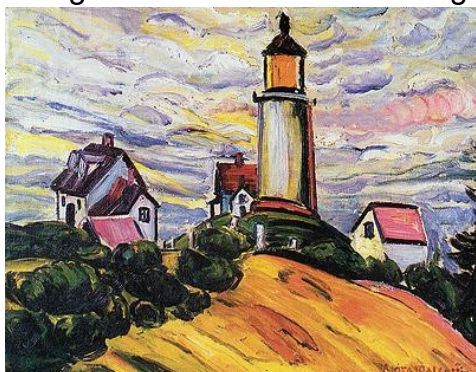


Ilustração 13: Look conceitual O farol



Fonte: Página da Enciclopédia Itaú Cultural (2021)⁵ Fonte: Arquivo pessoal (2021)

Inicialmente, o *look* seria composto por um top e uma calça pantalonada em um tom de bege. Contudo, a professora orientadora sugeriu que as peças fossem da mesma cor a fim de que se reforçasse a ideia de luz proposta. Na dúvida de como se proceder, optou-se pela criação de duas pantalonas a fim de se verificar qual seria a alternativa mais indicada. A largura das peças e abertura da barra foram as mesmas, contudo, optou-se pela elaboração de uma calça com cós e outra sem, a fim de verificar se a linha horizontal do cós chamaria ou não muita atenção para a divisão da silhueta, o que não era o objetivo do criador na concepção do look, que almejava a atenção para a parte superior da composição e uma descida harmônica, suave e com movimento do olhar.

O processo de execução do *look* teve início com a pesquisa e contratação de um profissional qualificado e com experiência na construção de peças desse tipo. Após contato com alguns profissionais, foi escolhida a Sra. Cleide Antunes, designer de moda e costureira habituada a confeccionar roupas conceituais para conclusão do curso de Design de Moda.

Primeiramente foi discutido o material que seria necessário para a construção do *look*: os tecidos mais indicados, o tipo de plissagem, aviamentos e, por fim, a quantidade de cada um dos itens para confecção de um modelo no padrão 38.

A ideia da proposta era a confecção de um look com movimento e fluidez, especialmente a parte superior da composição, para representar a luz sendo irradiada por todos os lados. A parte inferior foi concebida para estar em segundo

⁵ Disponível em: <http://enciclopedia.itaucultural.org.br/obra1380/o-farol-de-onhegan>. Acesso em: 07 de novembro de 2021.

plano, devendo ser um pouco mais estática para representar a base do farol. Contudo, deveria apresentar ainda certo movimento para não criar uma ruptura abrupta entre a parte superior e inferior do look.

Assim, para o top foram adquiridos inicialmente 5,5 metros de palhinha de seda amarela, sendo 5m plissados no godê e 0,5m no plissado reto, meio metro de entretela fina, um par de bojo sem enchimento e zíper. Para uma das pantalonas foram adquiridos 1,80m de crepe italiano na cor bege e para a outra 2m de crepe welch amarelo (parte deste foi utilizada para parte do top).

O material foi efetivamente entregue à profissional no dia 14 de outubro. Sete dias após, em 21 de outubro, a profissional constatou que a palhinha de seda adquirida para a produção do top não seria suficiente por conta de um equívoco na medição do comprimento, que foi retirada a partir da cintura e não da parte logo abaixo do seio. Por isso, foi necessária a aquisição de mais 1 metro de tecido, o qual também foi plissado no godê, desta vez numa espessura menor para garantir que o plissado não ficasse muito aberto e sem forma, já que se tratava de um tecido fino. O material em questão foi necessário para se fazer a parte superior do top (ombros) sem comprometer o comprimento da parte de baixo, que foi pensada para ser da mesma altura da calça (ou um pouco menor).

Embora não tenham sido exigidos os moldes e a confecção de peça piloto para avaliação do trabalho executado, foi necessária a confecção de alguns moldes para que o trabalho fosse possível, especialmente para a parte superior do top, que demandou diversos cuidados porquanto o tecido não possui elastano e tem o ombro deslocado, de modo a criar uma pequena manga, o que poderia inviabilizar a movimentação dos braços. Além disso, era de fundamental importância que o tecido da parte superior do seio mantivesse a forma radial do plissado no godê para reforçar a representação da luz do farol.

Fotografia 14: Molde da parte superior do top



Fonte: Arquivo pessoal (2021)

Após a modelagem das partes principais, os tecidos foram cortados e passou-se à fase de ajuntamento das partes de tecido a fim de se construir efetivamente as peças.

Como a profissional contratada não trabalhava exclusivamente com o *look* em questão na oportunidade, as peças só ficaram disponíveis em 2 de novembro, dia no qual foi realizada a prova de roupa para se verificar a necessidade de ajustes. Havia também uma grande preocupação com a parte superior do top como já exposto, razão pela qual foi necessária a prova, ainda que por um corpo que não tivesse exatamente as medidas da modelo escolhida para vesti-lo.

Fotografia 15: Primeira prova do look



Fonte:Arquivo Pessoal (2021)

Fotografia 16: Costas do top



Fonte: Arquivo Pessoal (2021)

Constatou-se que, como temido, a parte superior do top não vestia um busto

38, sendo necessário refazê-lo. Porém, não foi necessária a aquisição de mais tecido, como inicialmente pensado. A sobra da palhinha de seda plissada foi suficiente para a finalização da peça, bastou-se drapear à mão a parte próxima do busto (e mais estreita do plissado) para utilizar o máximo do comprimento do restante de tecido. Outro ajuste necessário foi apertar a parte do busto, que estava grande tanto para a formanda, quanto para a medida da modelo. Além disso, ambas as calças também demandaram ajustes, pois estavam folgadas.

Outra alteração solicitada foi a troca do zíper do top porque não estava harmônico com a delicadeza da peça. Embora saibamos da existência de zíperes invisíveis destacáveis, tal aviamento não foi encontrado em Goiânia. Considerando que a única opção de zíper destacável disponível além da utilizada seria um material mais robusto ainda, optou-se pela troca do zíper por botões.

Todas as alterações foram realizadas e o look foi regularmente apresentado para a bancano dia 10 de novembro de 2021, oportunidade na qual os professores e a coordenadora do curso, após análise das opções, decidiram-se pelo conjunto do top com a calça bege para inclusão no *fashion film*. A decisão fundamentou-se no fato de que o bottom bege apresentava mais elementos de design e representava melhor o próprio farol do quadro de Anita, o qual tem a parte inferior do desenho em um tom de bege e a parte superior em amarelo.

Fotografia 17: Look definitivo frente



Fotografia 18: Look definitivo costas



Fonte: Arquivo pessoal (2021) Fonte: Arquivo pessoal (2021)

Todo o processo em questão demonstrou a necessidade de organização de

um cronograma para a construção de uma roupa, já que mesmo se observando prazos e trabalhando com profissionais competentes, nem sempre o projeto funciona como esperado. Além disso, verificou-se ser de suma importância uma análise prévia e cautelosa de qual é a melhor forma de se confeccionar determinada peça de vestimenta, de modo a economizar tempo, trabalho e dinheiro. Por esse motivo, embora não tenha sido exigido dos acadêmicos a construção e apresentação de molde e peça piloto para a confecção do look, sugere-se que tal passo seja sempre realizado, sob pena de se arcar com custo mais alto de material e tempo, o que, em última análise, pode causar danos de toda a ordem ao regular andamento.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

É inegável a força que a moda tem conquistado no decorrer dos últimos anos no Brasil. Além de contribuir positivamente com todos os setores que compõem a cadeia têxtil, gerando empregos e a movimentação de dinheiro e de investimentos, ela, como as demais linguagens que interagem no complexo mundo contemporâneo, tem dialogado, como em outras partes do globo, com as artes – performáticas ou não –, com os estudos do design, com as pesquisas de novas tecnologias de materiais e, hoje, com a mídia principalmente (CASTILHO e MARTINS, 2005, p. 19).

A moda é uma potência. Não só no Brasil, como no mundo, no qual o setor está avaliado em US\$3 trilhões. Segundo Frances Corner (2021), professora e oficial da ordem do império britânico, “é a segunda maior atividade econômica mundial com relação à intensidade de comércio, empregando mais de 57 milhões de pessoas nos países em desenvolvimento, 80% das quais são mulheres.”

Muito além do poder da moda na economia e na sociedade, há de se destacar também seu papel no fortalecimento da individualidade do ser humano. Através dela, os indivíduos dão significado aos próprios corpos e constroem suas identidades e subjetividades. Leenhardt, apud Sant’Anna (2007, pp. 75), sustenta que “o que leva um homem a se vestir é a preocupação de se investir de tudo o que o ajudará a se firmar e ser ele mesmo no mundo”.

A moda é fator de expressão da nossa individualidade, da nossa percepção do mundo e de influência em nossa cultura e sociedade. Sendo assim, o designer, como agente de construção de moda, tem papel fundamental na interpretação do *zeitgeist* e direcionamento dessas mesmas tendências representadas pelo termo

alemão. Afinal, “nada mais arraigado em nossa própria cultura do que o ato de vestir o corpo” (CIDREIRA, 2005. p. 13).

Nesse sentido, a exigência da concepção e desenvolvimento de uma coleção de moda e de produção de um look conceitual para a graduação no curso de Design de Moda da Universidade Salgado de Oliveira, conscientiza os novos profissionais da área acerca da importância desse setor e do poder do designer na construção de uma moda (e consequentemente de uma sociedade) mais justa e responsável, bem como os qualifica para um mercado cada vez mais competitivo e um público cada vez mais exigente.

Os êxitos e percalços vivenciados durante esse processo colocam os profissionais em contato com a realidade da profissão e sinalizam, por amostragem, as conquistas e deficiências do mercado, do setor de produção e da atuação dos próprios designers e assim, possibilitam uma análise crítica dos mecanismos dessa engrenagem e viabilizam a implementação de melhorias, inovação, novos processos e crescimento profissional e social. No caso retratado durante esta obra, um exemplo claro da importância da experimentação na formação profissional foi a conclusão de que embora não houvesse exigência, haveria menos custos financeiros e temporais com a elaboração completa de moldes e a materialização de um protótipo antes de iniciar a confecção do look definitivo.

Além disso, a observância do processo sugerido pela Universidade possibilitou a criação de uma coleção e de um look coerentes com o objetivo inicial do projeto.

O primeiro passo do processo, com o estudo das tendências mundiais, da marca de referência, seu público e do mercado, viabilizaram a criação de uma coleção moderna, minimalista, porém com toques de opulência, com uma brasilidade não caricata e elegante, que priorizou a modelagem e a boa construção das peças. Além disso, possibilitou ainda a conexão com o artesanal, a matéria-prima nacional e o uso de técnicas tradicionais como o plissado e o drapeado de maneiras não tão usuais.

Por sua vez, o eixo temático, orientador de toda a pesquisa, trouxe a inspiração, a cartela de cores e os conceitos que seriam transmitidos pelas criações, por meio da linguagem dos princípios e elementos do design. O uso adequado

dessas teorias, criou unidade e harmonia entre os looks, pressuposto de uma coleção de moda, e possibilitou a elaboração de uma narrativa coesa, com começo, meio e fim, para a história contada. Exemplo disso no projeto retrado é o uso do plissado com pesos diferentes em todos os blocos da coleção. No primeiro deles, note que a técnica aparece apenas no detalhe de uma das blusas de um dos croquis. No segundo, já se mostra mais recorrente, constando em três dos cinco croquis comerciais. E, por último, no terceiro bloco, aparece em 4 dos looks comerciais e, ainda no top inteiro do look conceitual. A repetição crescente do plissado em todos os blocos da coleção não só identifica o ápice da narrativa, como cria a unidade exigida pela teoria acadêmica para uma coleção.

Nesse sentido, o resultado final de todo esse processo foi a materialização de um look coerente e representativo da coleção, que demonstrou a importância do projeto e da pesquisa bibliográfica para a formação de profissionais capazes de aliar conhecimento teórico e prático no exercício das funções exigidas do profissional de moda, contribuindo, em última análise, para o melhor desenvolvimento da sociedade na qual esses profissionais serão inseridos.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Mário de. **“Anita Malfatti”**. Jornal de Debates, São Paulo, 1921.

_____. **“O Movimento Modernista”**, in Aspectos da Literatura Brasileira. 5aed. São Paulo, Martins, 1974.

CASTILHO, Kathia; MARTINS, Marcelo M. **Discursos da moda: semiótica, design e corpo**. 2. ed. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2005.

CIDREIRA, R. P. (2005). **Os sentidos da moda: vestuário, comunicação e cultura**. São Paulo: Annablume.

CORMEN, T. H.; LEISERSON, C. E.; RIVEST, R. L.; STEIN, C. **Introduction to algorithms**. 3 ed. Massachusetts: Massachusetts Institute of Technology, 2009.

CORNER, Frances. **Por que a moda é importante**. Google Arts & Culture, 2021. Disponível em: <https://artsandculture.google.com/story/_QKS0J-OeT7HIA?hl=pt-BR>. Acesso em: 28.11.2021.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing**. 5ª Ed. São Paulo: Atlas, 2011.

RECH, Sandra Regina. **Moda: por um fio de qualidade**. Editora EDUSC, 2002.

SANT'ANNA, M. R. **Teoria de Moda: sociedade, imagem e consumo**. Florianópolis: Estação das Letras, 2007.

SIPLESTEIN, J.M.; BLELLOCH, G. E. Collection-oriented languages. In: **Proceedings of the IEEE**, Pittsburg, USA, v. 79, n. 4, p. 504-523, 1991.