

COLEÇÃO CASTELO RÁ TIM BUM E SUAS FORMAS

Yasmim Helrighel de Moraes¹

Tainá Sarmiento Borges²

RESUMO

Este trabalho é resultado de estudos e pesquisas na área da moda no âmbito do vestuário. Buscou-se refletir a respeito das possíveis relações entre os conceitos de arquitetura e moda, solucionando assim a problemática relacionada à expressão da arquitetura e suas formas, a partir de vestimentas, diante das questões que motivaram o desenvolvimento de uma coleção de moda infantil, intitulada “Castelo Rá Tim Bum”. Partindo do movimento *Art Nouveau*, do qual foram exploradas informações desse universo, cheio de características de muita imponência com traços lúdicos, objetivou-se criar roupas para o público infantil, algo que encante, que remeta à natureza, à liberdade e à alegria. Por este motivo a inspiração escolhida foi o “Castelo Rá Tim Bum”, que teve seu cenário inspirado nas obras de um grande arquiteto (Antonio Gaudí), quem representou a *Art Nouveau* em suas obras em Barcelona, com muitas cores e traços orgânicos. Desenvolveu-se estudos baseados na teoria da percepção e psicologia da forma, a “Gestalt”, por meio de análises de imagens, e história do castelo para a construção de um texto não verbal, a roupa. Usou-se a metodologia projetual em Design, passando pelo estudo da problematização, projeto e realização, dentro de uma proposta conceitual.

PALAVRAS-CHAVE: Moda, público infantil, castelo, *Art Nouveau*.

INTRODUÇÃO

Este artigo trata do desenvolvimento de uma coleção de produto de moda, através do estudo da metodologia processual e da análise das peças concebidas na perspectiva da forma e do significado relacionado ao tema *Art Nouveau*, e à inspiração do castelo Ra Tim Bum, com propostas de peças comerciais e conceituais que se relacionem com o tema definido. Além de desenvolver e despertar no design, o lado criativo e sensitivo para a criação de um contexto que resultará em uma coleção que tenha unidade e história se relacionando.

¹ Acadêmica de Design de Moda da Universidade Salgado de Oliveira

² Docente de Design de Moda da Universidade Salgado de Oliveira

Segundo Keller (2004, p.49) “A moda vem adotando metodologias de design objetivando agregar valor ao produto, apresentando contextos de inovação, sempre respeitando as características peculiares dos produtos da moda”. Portanto, utilizar-se de uma metodologia torna o desenvolvimento de produtos mais ágil, eficaz, garantindo suporte ao designer no momento da criação e desenvolvimento da coleção.

Rech (2002, p. 58) concorda quando afirma que o desenvolvimento de produtos gerados a partir de um projeto, tem desempenho melhor do que aquele realizado de maneira empírica.

Rech (2007) diz também que, para falar sobre moda conceitual precisamos esclarecer algumas questões relativas à moda. A primeira é que todo estilista esclarecido traz um conceito em suas coleções, e isso não quer dizer que ele faça moda conceitual. Assim, as coleções comerciais apresentam um conceito que o estilista procura transportar do tema abordado (às vezes mais de um), extrair as ideias do tema, e transferí-las para a coleção que será vendida nas lojas.

O corpo funciona como veículo de comunicação. Gestos, expressões, pequenos detalhes, mesmo os ditos “incontroláveis”, como questões físicas e reações fisiológicas do corpo, produzem sentido e comunicam algo ao receptor da mensagem (GUIRAUD, 1991).

A indumentária que ao cobrir o corpo também transmite informações a respeito de cada pessoa, que segundo Couto (1997), o problema dos designers é conceber e planejar o que ainda não existe. Ao desenvolver um determinado projeto de produto, o designer e sua equipe de trabalho utilizam a metodologia projetual, que como já visto, é composta de métodos e técnicas desenvolvidas para facilitar o processo de design.

Desse modo, a problemática da pesquisa está relacionada diretamente ao atendimento das características do público-alvo, o qual é infantil, das características do estilo direcionado ao *Art Nouveau*, e da representação conceitual e comercial do tema de inspiração em produtos de moda.

Objetivando-se centrar no atendimento das funções do Design e do consumidor final, foram realizadas pesquisas, briefing, estudo da marca de referência, afim de chegar ao objetivo final da coleção.

Utilizando uma metodologia de pesquisa sobre a marca de referência Monnalisa e o público alvo infantil, iniciou-se a construção da coleção, levando em

conta que, a criança que veste essa marca tem um estilo mais moderno, frequenta muito reuniões formais, e mesmo assim não perde a essência.

Dias (2004), destaca que a metodologia projetual não deve ser inflexível, definitiva, uma “receita de bolo”. Ela não é uma receita pronta que garante os resultados positivos em todas as situações, assim deve se adequá-la ao contexto em que se insere.

Seguindo a metodologia projetual do design, teve como direção as etapas da problematização, projeção e realização. Segundo Dias (2004) a problematização busca identificar a necessidade insatisfeita no nível social ou emergencial, individual ou coletiva, ou ainda, uma necessidade tecnológica e/ou do mercado; avaliar a necessidade, estudar a viabilidade técnica, econômica, etc. A projeção abrange a conceituação, configuração e detalhamento. O desenvolvimento de um produto no âmbito acadêmico, comumente termina nessa etapa. As etapas posteriores (realização e implantação) ficam incompletas ou não acontecem. Na etapa de realização e implantação recorre-se a fabricar pré-série, elaborar estudos de custo, produzir em série, lançar o produto, avaliar o produto depois de lançado no mercado, realizar eventuais modificações, que são desenvolvidas quando o projeto é viabilizado por uma empresa.

Para melhor compreensão dos elementos visuais na construção dos conceitos, houve estudos perceptivos baseados no livro Gestalt do objeto (GOMES FILHO, 2009) como assimetria, distorção e entre outros que serão citados.

1 O ART NOUVEAU

O *Art Nouveau* se iniciou ao final do século XIX e início do século XX, que traz uma inspiração na natureza valorizando suas linhas em movimento, com uma temática em flores, folhagens e animais nas formas assimétricas, curvas e botânicas. A organicidade e naturalidade das linhas dinâmicas do estilo criaram novas tendências não só na arquitetura, mas também na criação de joias, moveis, tecidos, objetos e adornos para a decoração, envolvendo o lado artesanal da produção. (TRONCA, 2016).

Estudiosos como Debarba (2010) explicam que o *Art Nouveau* ou Arte Nova foi um movimento artístico que surgiu no final do século XIX na Bélgica, fora do

contexto em que normalmente surgem as vanguardas artísticas. Vigorou entre 1880 e 1920, aproximadamente. Nesse período, junto a Revolução Industrial existia na sociedade o desejo de buscar um estilo que refletisse e acompanhasse as inovações da sociedade industrial.

Travain (2015) diz que como o estilo se espalhou por toda a Europa, deve-se tomar cuidado ao fazer generalizações, como também a supressão da identidade de cada artista, pois cada um era influenciado pela sua cultura e lugar onde trabalhava, mostrando sua nacionalidade e patriotismo subconscientemente. Apesar disso, podem-se citar algumas características unificadas, como a simplificação de formas para uma arte mais orgânica, e a adesão do constante movimento dentro das obras. Na estética do *Art Nouveau* é fato dizer que linhas ondulares, assimétricas e entrelaçadas, são características muito presentes em sua ornamentação. Dificilmente veremos outro estilo com características tão musicais e de tão extrema preocupação com o aspecto decorativo da obra, e é por essa preocupação que o movimento acaba tendo muitos trabalhos na área do design de interiores e objetos, sendo um dos principais precursores do *design* moderno.

Art Nouveau teve a expressiva participação do arquiteto Gaudi, que entrava na obra e o projeto estava em sua mente.

Na arquitetura, o ritmo orgânico e linear envolve uma construção, mostrando uma união de ornamento e estrutura (a linha arquitetural e a decoração se fundem e se reforçam), juntamente com a utilização de novos materiais como o ferro e o vidro.

Com o tema ligado diretamente a revolução industrial, os caminhos que relacionam arte e indústria se abrem de uma forma em que os artistas começam a considerar o uso de novos materiais em suas respectivas obras.

Os artistas ansiavam por representar seus sentimentos em suas imagens, que eram transmitidos pela linha pura. Evitava-se a lei da gravidade e perspectiva, não havendo diferença de objeto e fundo, assim a assimetria dominava, não existindo uma simples duplicação da forma. (DEBARBA, 2014)

Nos finais do século XVIII ocorreu uma tentativa do governo britânico de conciliar as artes com a indústria e o artesanato através da *Society of Arts*. Em 1835, foram criadas escolas de desenho, com o objetivo de aprimorar o Design das manufaturas, e aproximar a arte com a indústria. Muitos críticos propuseram a volta da tradição artesanal da Idade Média, entre eles estava John Ruskin, um crítico muito respeitado na época, o qual suas ideias influenciaram William Morris, um

arquiteto ainda jovem que passou a divulgar a importância do artesanato para melhorar o Design, pois “temia que o processo de produção industrial vulgarizasse ou mesmo destruísse o conteúdo artístico dos objetos industrializados” (PROENÇA, 2002, p. 136).

O *Art Nouveau* foi voltado diretamente para a natureza para quebrar a ideia do feito pelo homem, veio para mostrar o efeito real da natureza, formas orgânicas e não cristalinas, formas sensuais e não intelectuais. Segundo Moraes:

O Art Nouveau se formou em uma atmosfera espiritual fortemente influenciada pelas descobertas advindas das ciências naturais, e especialmente através da biologia da botânica e da fisiologia. Os designers que seguiam essa tendência buscavam formas que pudessem expressar crescimento que não fosse desenvolvido pelo homem, formas orgânicas e não cristalinas, formas sensuais e não intelectuais. (MORAES, 1999, p.23).

2 CASTELO RÁ TIM BUM

Alexandre (2014) diz que o grupo de cenógrafos definiu com Cao Hamburger (diretor da atração) e os outros núcleos, que a linha geral seria inspirada em Antonio Gaudí (arquiteto catalão). Na época, não havia muitas fontes de pesquisas virtuais, então a TV Cultura disponibilizou uns quatro livros sobre o Gaudí e era o que tinham para pesquisar, o que funcionou muito bem, pois foi relatado que alguém entrou na Casa Batlló (um dos prédios projetados por Gaudí) e disse que não parecia que estava entrando na casa do Gaudí, e sim que estava entrando no Castelo Rá-Tim-Bum.

A junção do castelo com o movimento *Art Nouveau* foi um caminho encontrado para demonstrar o movimento através do mundo lúdico infantil, pois com essa ponte entre os dois, pode-se explorar muito bem as características ornamentadas do *Art Nouveau* sem perder a essência original da criança.

O cenário exerce uma função primordial na ambientação da história, pois nele encontram-se características dos personagens representadas pelos atores. O cenário do castelo Rá-tim-bum foi inspirado no estilo *Art Nouveau* radical do arquiteto espanhol catalão Antonio Gaudí (1852 – 1926), a cenografia do castelo no estilo *Art Nouveau* foi conteúdo puro, pois não havia estilo melhor que representasse

os ambientes do programa, fazendo uma ponte entre a construção e a fantasia, entre o real e o imaginário. (ARQUIART, 2013).

Figura 01- Castelo Rá Tim Bum



Fonte: Obviousmag (2003)

Ao contrário dos tradicionais castelos de contos de fadas, o Castelo Rá-Tim-Bum não se localiza num reino distante, afastado de tudo, num passado longínquo. É um castelo urbano, numa grande cidade dos dias atuais, cercado de prédios e da confusão da vida do “mundo real”. É moderno em sua arquitetura, inspirada na estética *Art Nouveau*, seja nas formas, nas cores, na textura das paredes e até nos equipamentos que se vê em seu exterior – antena parabólica, telescópio, e etc. O Castelo é o espaço primordial no qual se desenrola a narrativa. (GUEDES, 2001).

O castelo Rá Tim Bum possui formas totalmente assimétricas, com desarmonia por irregularidade, que se caracteriza pela ausência de ordem, existindo também a complexidade implicada na presença de numerosas unidades formais na organização visual deste, o que leva um tempo para poder percebê-lo como um todo. De modo geral, suas cores são de tons mais escuros, as formas bem onduladas, semelhante a um derretimento, além de um grande *mix* de texturas.

3 COLEÇÃO INSPIRADA NO CASTELO RÁ TIM BUM

Todos os blocos foram trabalhados com suas devidas formas de expressar a natureza e o tema proposto, de modo que fosse voltado para o mundo mágico e

lúdico infantil. Tendo como principal objetivo representar a temática em cada peça e bloco de forma bem perceptível.

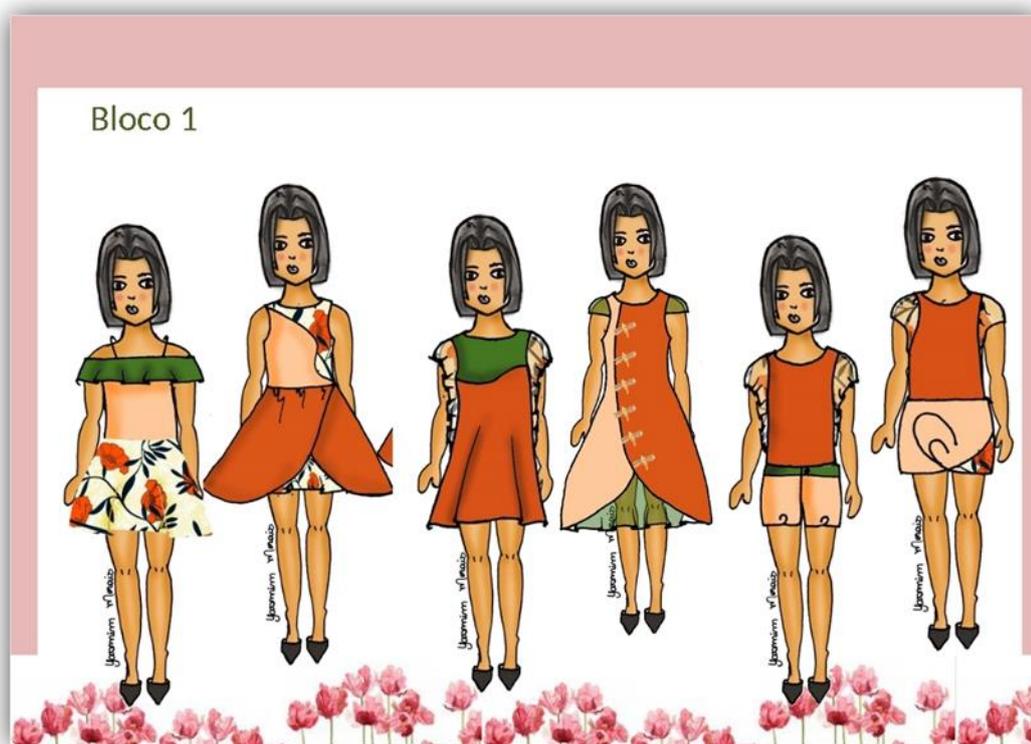
Na coleção foi utilizado como inspiração alguns elementos predominantes do tema geral, que foram as linhas orgânicas, natureza, arabescos, borboletas, flores e o lúdico que remete ao universo infantil com clareza.

Tendo a intenção de mostrar essa criança livre e lúdica, as características do *Art Nouveau* definem na coleção os conceitos que antes eram apenas símbolos, trazendo-o para o espaço infantil, que na época não era tão reconhecido e valorizado. Sendo um desafio para o designer lançar uma coleção conceitual, que conte uma história, unindo conceito, design e estética.

Toda a coleção foi inspirada na arquitetura e formas do castelo, que por sua vez traz a melhor forma de exibir o *Art Nouveau* ao público infantil, no delongar da coleção é perceptível as ondulações, vindo em forma de babados; as linhas orgânicas por meio dos recortes, que é uma característica marcante da coleção, e no look escolhido para execução é possível perceber claramente qual foi a inspiração do trabalho.

No primeiro bloco podemos ver um início de ciclo de vida. (veja Figura 02).

Figura 02 – Looks representantes do Bloco " 1 "



Fonte: Yasmim Helrighel de Moraes (2017)

Ele resulta em formas onduladas que estão centralizadas em algum ponto da peça, babados que representam as linhas orgânicas, libélulas são utilizadas para o fechamento, e alguns recortes situados em vários pontos da peça. Todas essas características são transmitidas de uma forma mais simplificada neste bloco.

O segundo bloco já começa a aparecer mais um *mix* de formas, onde é perceptível maior exagero e repetição de babados, recortes e aviamentos, tendo também a assimetria presente, o exagero de babados é a evidencia desse bloco, para dar o ar de exagero.

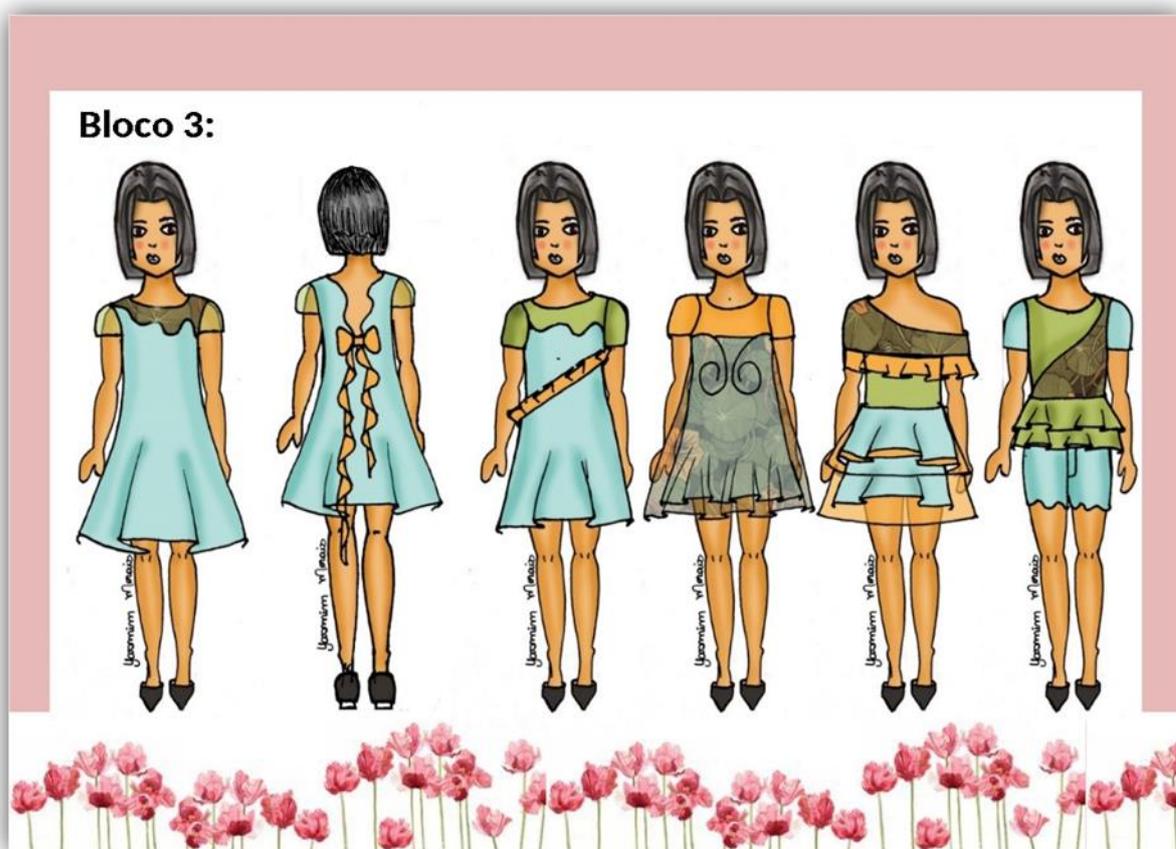
Figura 03 – Looks representantes do Bloco " 2 "



Fonte: Yasmim Helrighel de Moraes (2017)

O terceiro bloco é uma explosão de recortes, babados, assimetria e repetição em suas peças, pois nesse bloco a percepção de linhas orgânicas e um efeito naturalista são notórios. As peças têm repetições, assimetria e transparência, causando assim o ápice de exagero das características temáticas.

Figura 04 – Looks representantes do Bloco " 3 "



Fonte: Yasmim Helrighel de Moraes (2017)

No vestido executado, as formas onduladas e assimétricas predominam nos recortes, a fluidez na parte de trás dá um contraste na estrutura do vestido, que é bem estruturado e armado, a leveza do tecido quebra toda aquela ideia de estrutura rígida. Na manga encontra-se um detalhe/recorte que remete ao castelo, especificadamente das janelas, que têm a mesma forma.

O vestido de acordo com os princípios da Gestalt contve a assimetria, forma ponto (no detalhe de fechamento), complexidade nos recortes ondulados, e com toda essa ornamentação, trouxe a melhor forma de expressar o *Art Nouveau* juntamente com a inspiração do castelo.

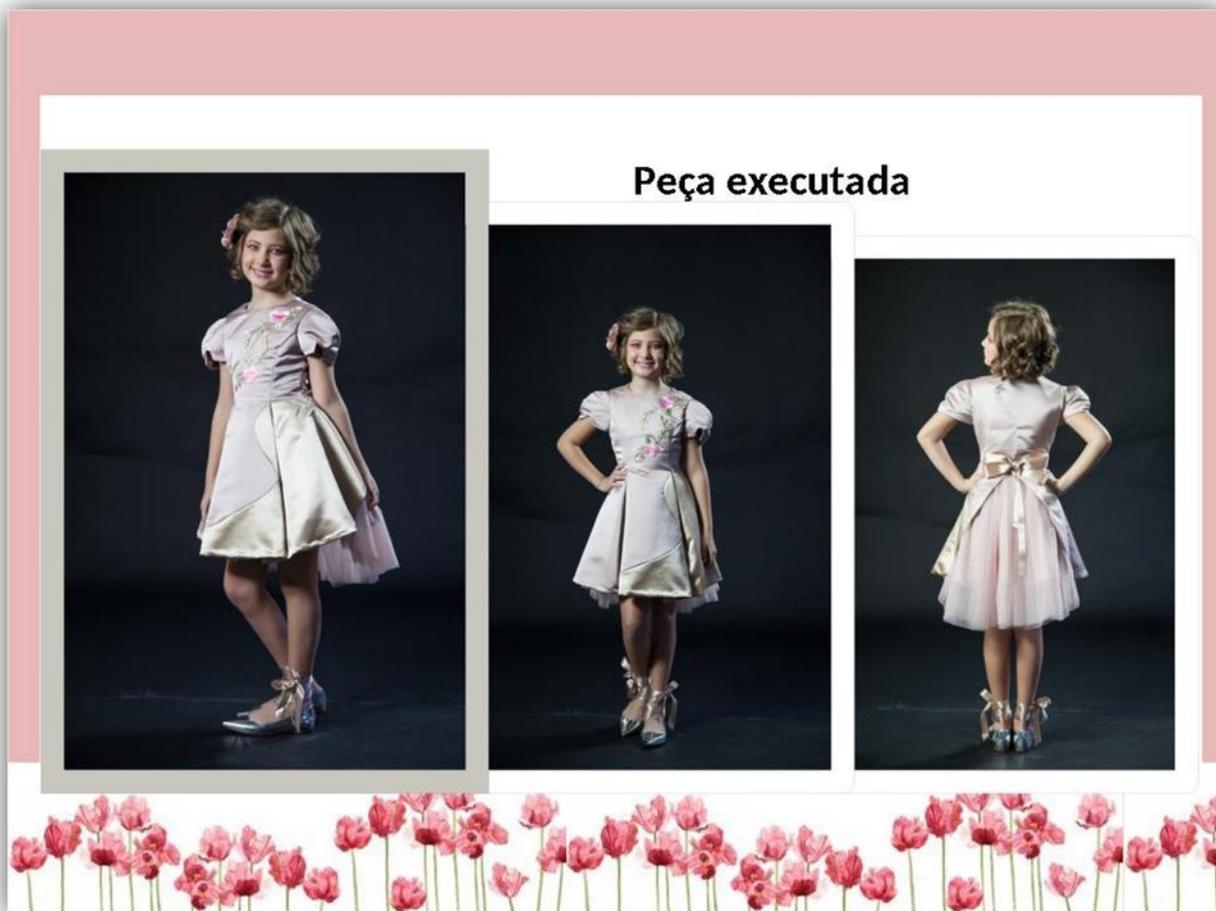


Figura 05 – Look Construído

Fonte: Yasmim Helrighel de Morais (2017)

A coleção criada com seus conceitos baseados no tema principal, que foi o movimento *Art Nouveau*, teve como objetivo transmitir nas peças uma comunicação entre a história e a criança.

CONCLUSÃO

Após pesquisas desde a marca de referência ao tema da coleção, pode-se dizer que os objetivos pretendidos foram alcançados com sucesso. A coleção seguiu o padrão de unidade da marca de referência, juntamente com o tema geral *Art*

Nouveau e a inspiração da coleção, o Castelo Rá Tim Bum, sempre olhando para a criança através de sua essência lúdica e alegre.

As roupas dos blocos carregam as características desse tema tão rico em cada detalhe, sendo não apenas uma roupa que veste a criança, mas uma peça que carrega em si uma história, cultura e arte, levando para o mundo infantil, a curiosidade de saber mais sobre esse universo artístico. As peças sendo diferentes, trazem essa indagação, fazendo com que as crianças conheçam a história da roupa que irá vestir. A roupa comunicou com a proposta em suas formas diferentes, uma peça que quando é analisada traz a curiosidade de saber mais a respeito, além de retratar o universo do castelo, tema que possui histórias maravilhosas a se contar.

Foram transmitidos nas peças da coleção conceitos e características que no decorrer de todo o processo de pesquisa, tanto teórico quanto imagéticos, foram abordados, tornando concreto aquilo que antes era abstrato e apenas uma ideia. O desafio do designer foi lançar uma coleção conceitual, que conte uma história, unindo conceito, design e estética, levando em conta todo o contexto do público e da marca.

Esse processo se deu através de pesquisa bibliográfica, primeiramente do tema, e a partir dele foram encontrados subtemas, pelos quais, características e conceitos que mais chamaram atenção do autor foram retirados e analisados para serem transformados em objetos por meio de signos, como também por meio do livro *Gestalt do objeto* (GOMES FILHO, 2009).

Chegou-se então ao resultado: uma coleção de moda infantil com narrativa, tema, conceito, público-alvo e diversas histórias encantadoras.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

COUTO, R. M. de S. **Movimento interdisciplinar de designers brasileiros em busca de educação avançada**. 280 p. Tese (Doutorado em Educação), PUC/Rio, Rio de Janeiro. 1997.

DEBARBA, André Luis et al. Art Nouveau. **ArquitraçoBrasil**. Disponível em : <<https://arquitracobrasil.wordpress.com/art-nouveau/>> Acesso em: 05 abr. 2017

DIAS, R. A. Ensino do Design: **A Interdisciplinaridade na Disciplina de Projeto em Design**. Florianópolis: 2004, 162 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de

Produção) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, UFSC, 2004.

GUEDES, M. H. L. As percepções do currículo. **Design em Foco**. Salvador, EDUNEB, Número especial, p.25-35, 1997.

GOMES FILHO, João. **Gestalt do objeto**: sistema de leitura visual da forma. 9. ed. São Paulo: Escrituras, 2009.

GUIRARD, Pierre. **A linguagem do corpo**. Trad. Lólio Lourenço de Oliveira. São Paulo: Ática, 1991.

KELLER, Jacqueline. Proposta de metodologia para o desenvolvimento de produto de moda utilizando métodos de planejamento de coleção e design. **Moda-palavra**, Florianópolis, n.03, Udesc/Ceart, nov. 2004.

OBVIOUSMAG, 2013. Disponível em: <<http://arquiart.blogspot.com.br/>> . Acesso em: jun. 2013.

PROENÇA, Graça. **História da Arte**. São Paulo: Ática, 2002.

RECH, Sandra. Regina. **Moda**: por um fio de qualidade. Florianópolis: UDESC, 2002.

SUAREZ, Alexandre. Cenógrafo do Castelo Rá-Tim-Bum. **Art/Ref**. Entrevista concedida para Luiza Testa. Disponível em: <<http://arteref.com/gente-de-arte/entrevista-realizada-por-luiza-testa-com-cenografo-do-castelo-ra-tim-bum/>> Acesso em: out. 2014.

VANESSA, Talita. **Arquitetura e arte**. Disponível em: <http://arquiart.blogspot.com.br/>. Acesso em: jun. 2013.

TRAVAIN, 2015. Disponível em: <<http://www.heloisetravain.com.br/2015/04/art-nouveau.html>> Acesso em: maio. 2017