

OS ASPECTOS FUNCIONAIS DO DESENHO NO DESIGN DE MODA

Fábio Lemos*

RESUMO

O presente artigo tem como objeto o desenho de moda para fins de reflexão de suas variadas funções no design de moda uma vez que, na maioria das vezes, o mesmo ganha um sinônimo único e geral “croqui”. Aqui, procura-se esclarecer e colocar em evidência uma distinção dessa linguagem visual no design ao qual possui sua mensagem para fins específicos. É nesse processo de comunicação que se encontra tal distinção de suas funções e tipos. Enquanto que o desenho de moda, isto é, o croqui e o desenho técnico vêm com o intuito de traçar um planejamento do produto a ser confeccionado, outro estilo de desenho de moda entra em cena, o que chamamos de ilustração e/ou também croqui. Ela vem ultrapassar essa linha carregando consigo todo um contexto, um comportamento e cultura daquele público para o qual foi traçado aquele produto. A ilustração está mais ligada à arte que, aliás, se torna referência para o designer e/ou ilustrador. Ao longo deste estudo, além dessas diferenças, veremos também a apresentação do trabalho autobiográfico, Fábio Lemos, designer e ilustrador de moda como também autor desta pesquisa.

PALAVRAS-CHAVE: Moda. Desenho. Croqui. Ilustração. Designer. Estilista. Ilustrador.

O DESENHO NO DESIGN DE MODA

O desenho vem como um suporte para esboçar, traçar, riscar, projetar e, conseqüentemente, comunicar uma ideia. Alguns autores ainda traçam uma definição entre as palavras desenho e design. Denis (2000), citado por Gagnato (2008), ressalta que a palavra design tem sua origem no latim *designare*, verbo que abrange tanto o sentido de designar quanto de desenhar. Nesse aspecto, consideramos que o desenho se reduz ao simples esboço para o design, isto é, o projeto a ser executado, no caso da moda, a própria roupa. Porém, “nem mesmo a palavra *drawing* pode deixar de se referir, de alguma forma, a um projeto, ou seja, a um desígnio, a um ato de pensamento, mesmo porque essa é a natureza do ato de desenhar” (MARTINS, 2007, p. 2). O mesmo autor ainda afirma que a palavra *disegno*, em italiano e, desenho, em português, mantiveram o sentido mais amplo ligado não apenas ao fazer como também pensar.

Observamos então que a palavra desenho, em nossa e outras línguas, não se aparta da ação de formar, pensar, planejar, designar uma vez que tais sentidos estão integrados no ato de desenhar.

*Universidade FUMEC; Belo Horizonte; Minas Gerais; Brasil; 30.310.190.

Podemos então afirmar que “é por isso que a primeira associação que comumente é feita entreo designer de moda e seu trabalho passa obrigatoriamente pela questão do desenho, ou seja, para ser um designer de moda a habilidade do desenho é necessária” (GRAGNATO, 2008, p. 39).

O profissional de moda que trabalha com a criação do produto e que possui tal habilidade obtém bom êxito no processo de desenvolvimento deste uma vez que, por meio de seu traço, pode exprimir sua ideia e ser compreendido com precisão. No design de moda, então, o desenho representa o início de um projeto. Ele busca a execução, transformar ele próprio, o desenho, em matéria. É função e trabalho do designer gerar o produto e documentar seu projeto graficamente, sendo necessário que ele tenha a competência para isso, do contrário, ele não será compreendido e, conseqüentemente, sua ideia não será idealizada conforme seu planejamento.

Puls (2011) destaca o desenho como ferramenta na concepção projetual no design. Um meio pelo qual o designer articula suas percepções, sensações e pensamentos para expressar de forma gráfica suas propostas. Porém, percebemos que, atualmente, nessa sociedade da informação e globalização, o desenvolvimento da padronização e automatização tem levado o designer a não mais ficar distante dessa realidade, trazendo para si, a adoção desses novos recursos para seu processo de representação do design. Puls (2011) enuncia que as novas tecnologias devem ser exploradas como recursos complementares e facilitadores. Essas novas experiências levam o designer aprofundar e aperfeiçoar suas técnicas num processo contínuo onde passa a somar em seus desenhos essas novas informações e tecnologias.

No ramo do vestuário, não de forma diferente, a ideia da roupa é transmitida através desse meio de representação visual. O desenho é originado com base em uma pesquisa prévia de comportamento, tendências e, obviamente, materiais e tecnologia a serem utilizados para, então, a roupa ser desenhada, conceituada, desenvolvida e materializada.

No design de moda, o desenho comunica a concepção e expressão das ideias conceituadas para a concretização dos produtos incorporando neles, segundo Gragnato (2008) valores culturais que geram canais de identificação social e comunicação não verbal de realidades e tendências comportamentais. Sendo assim, o desenho que o designer traça nada mais é do que uma interpretação e representação de seus próprios valores culturais adquiridos na sociedade

em que vive e comunicados graficamente. O desenho, então, estabelece uma forma de expressão e difusão de ideias e podemos observar esta comunicação visual em toda a cadeia produtiva do design de moda. Desde a concepção da ideia, passando pelo seu desenvolvimento até chegar a sua finalização para ser comercializada. Ele está inserido em todo o processo assumindo, em cada etapa, diferentes papéis e expressões.

O desenho de moda em seu processo de criação e concepção de um modelo de roupa, segundo Gragnato (2008) se insere, de forma relevante, como parte do projeto do produto em que se torna referência para a tomada de decisões. Aqui acontece a primeira apresentação do designer, chamada de croqui, e seu levantamento de materiais, cores e formas a serem desenvolvidos.

Feita a decisão, e ainda mencionando a continuidade desse processo, o desenho de moda passa a assumir um papel técnico, sendo fundamental para uma perfeita confecção da peça e por fim podendo ganhar o status, como diz a autora, de ilustração em que ele exerce papel fundamental em campanhas publicitárias e/ou como elemento de identificação entre o produto e o público.

Em todas as fases dessa cadeia o desenho está presente para sanar quaisquer dúvidas e, principalmente, evitar erros na confecção do produto. Em cada etapa ele vem com uma nova função com o intuito de explicar a sua própria função anterior e, conseqüentemente garantir eficácia na produção visto que o design, como um todo, é projetado em função de um público.

O desenho, no âmbito do design de moda, ganha três modalidades sendo elas: o desenho técnico; o croqui e; a ilustração de moda. Sendo assim, a seguir veremos a distinção entre tais termos.

O Desenho Técnico

O desenho técnico (FIG. 1) também conhecido como desenho planificado é utilizado em escala industrial e, por isso, deve ser plano e preciso.

Figura 1 – Desenho Técnico



Fonte: Neiva, 2010.

O desenho técnico é um “desenho 2D de uma peça (ou uma série de peças) de roupa feito para representar uma forma tridimensional, como se ela fosse estendida sobre uma superfície plana e vista de cima” (HOPKINS, 2011, p. 80). Normalmente é feito utilizando traços lineares e tracejados e não coloridos, obedecendo a características e técnicas próprias de representação, feitos à mão livre ou através de softwares.

Para Hopkins (2011), o desenho técnico exige do designer a capacidade de conhecer bem a estrutura da peça que ele está traçando. Caso o designer não entenda os elementos básicos de caimento e forma de uma roupa, sua capacidade de elaborar um desenho técnico será comprometida. O designer precisa ter o entendimento das proporções da roupa e da silhueta. Isso o permite traçar as linhas que caracterizam todas as costuras e detalhes da roupa. O objetivo principal dos desenhos técnicos não é a aparência geral, mas sim o entendimento necessário para a materialização do croqui.

Na indústria do vestuário são consideradas a rapidez e alta produtividade, sendo assim, o desenho técnico otimiza esse tempo numa linha de produção fazendo com que todos os detalhes da peça em questão sejam esclarecidos em uma ficha técnica para a confecção de uma peça piloto. Morris (2009) chama esse detalhamento de “desenho de especificação” enquanto que Hopkins (2011) o classifica como desenho planejado. Na ficha técnica são descritas todas as explicações referentes ao forro, acabamentos, ajustes, pences e posições.

Os desenhos técnicos estão voltados para a concretização do projeto à medida que nele se registra o máximo de informações necessárias à confecção da peça piloto e, em seguida, dar continuidade ao processo produtivo em série se for o caso. Com esse desenho também é

possível delinear todos os custos bem como o material a ser utilizado para a confecção do modelo.

É importante levar em consideração que, em grandes indústrias do vestuário, o desenho técnico é desenvolvido através de softwares como o CAD/CAM, *Corel Draw*, *Illustrator* e *Photoshop* a fim de agilizar os processos de desenvolvimento da coleção. Conforme Hopkins (2011), os softwares gráficos surgiram nos anos 1980 e seu rápido desenvolvimento marcou a chegada dos primeiros gráficos vetoriais e bitmaps.

[...] gráficos vetoriais são formações geométricas, como linhas, pontos e curvas, que se baseiam em equações matemáticas para representar uma imagem digital. Eles produzem linhas claras que são adequadas para desenhos técnicos ou planificados [...] bitmaps são uma estrutura de dados representada por uma grade de pixels que forma a imagem digital, medida de pontos por polegada [...] Os pixels são os elementos fundamentais das imagens em bitmap, como fotografias digitais e imagens digitalizadas. Quanto mais pixels por unidade uma imagem possui, melhor sua qualidade em termos de cor e resolução. (HOPKINS, 2011, p. 90)

Cada vez mais os programas gráficos vêm se desenvolvendo e ganhando espaço no design oferecendo economia de tempo, aprimorando a execução de toda a cadeia produtiva e permitindo qualquer alteração imediata.

O Croqui

Alguns estilistas ao invés de partirem diretamente para os desenhos técnicos, eles preferem, antes, descrever suas ideias através de “desenhos experimentais” (MORRIS, 2009, p. 126) chamados na indústria do vestuário de croquis (FIG. 2).

Figura 2 – Croqui



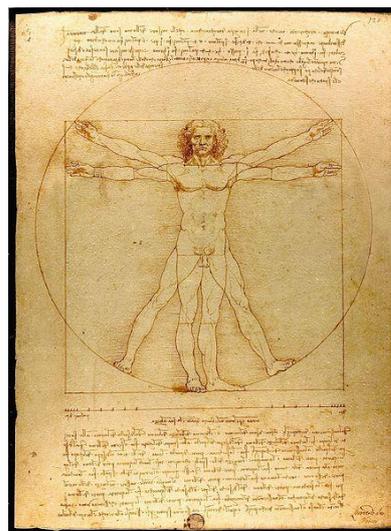
Fonte: Acervo de Fabiano Souza para Victor Dzenk.

Os croquis são desenhos menos precisos que os desenhos técnicos e não tão aperfeiçoados quanto às ilustrações. Na criação dos croquis, o estilista preocupa-se com a coleção como um todo, suas cores, materiais, caimento, formas, etc. Nesse processo, o croqui, assim como o desenho técnico, também objetiva a materialização da ideia. Gragnato (2008), diz que o uso da palavra croqui está diretamente associado à representação da ideia do designer a partir do ato de desenhar. Sendo assim, o croqui une o pensar e o realizar do produto. Através dele, o designer estuda, planeja e comunica a exteriorização de seu projeto bem como demonstra como ele deverá se apresentar sobre o corpo, salientando formas ou até mesmo ocultando-as.

Hopkins (2011) ressalta que no croqui as proporções são estilizadas. Embora o principal objetivo seja mostrar a roupa, no croqui o corpo costuma ganhar uma silhueta mais esguia, figurativa, caricatural, abstrata e às vezes inacabada, porém deve buscar responder a um problema de design ou briefing.

Gragnato, (2008), ressalta que na construção do croqui de moda ao longo do século XX, esse corpo é construído sobre a base do estudo de proporções traçadas por Vitruvius, resgatado por Leonardo Da Vinci no Renascimento em “O Homem Vitruviano” (FIG. 3). Nesse estudo, a cabeça é estabelecida como unidade de medida entre as partes do corpo. Sendo assim, considera-se que a altura do homem é igual a sete vezes e meia o tamanho de sua cabeça.

Figura 3 - O Homem Vitruviano



Fonte: Rebouças, 2009.

Já no século XXI este parâmetro de perfeição começa a ser questionado e passa a ter outro padrão de beleza, mas ainda com base no estudo das proporções baseadas no tamanho da cabeça. O croqui de moda passa a ter, de sete cabeças e meia, para nove cabeças, e às vezes até dez, resultando numa silhueta alongada e longilínea tanto para o croqui feminino quanto para o masculino. Contudo, essas proporções são usadas de forma diferente entre os sexos. Para o croqui feminino, as regiões do pescoço e, principalmente, das pernas são mais alongadas enquanto que no masculino, alonga-se mais o tórax.

Além dessa caracterização alongada do corpo, o croqui, normalmente, recebe gestos e movimentos expressivos e dramáticos dando mais vida e valor ao produto ao mesmo tempo em que contribui para sua aprovação.

O croqui enquanto corpo figurativo, não necessariamente precisa seguir proporções reais à forma humana uma vez que essa “estilização tem como objetivo comunicar uma atmosfera ou atitude para além da descrição das roupas” (HOPKINS, 2011, p. 25).

No croqui, o designer busca a representação de textura e caimento dos tecidos como também bordados, aplicações e transparências através de técnicas de colorização tornando esse desenho o mais próximo possível do real. É por meio dele também que o estilista simula as possíveis combinações de produção como cores, formas e padrões. Porém, conforme Morris (2009), nessa fase de idealização dos croquis, o mais importante não é o designer desenvolver desenhos perfeitos, o objetivo do croqui reside em ajudá-lo na trajetória da criação.

Podemos dizer que o croqui é um projeto que visa atender às exigências do mercado com base em tendências considerando os gostos pessoais do público a quem se destina. E, esse mesmo projeto, se dá através de um esboço rápido, dinâmico, cuja finalidade está em transmitir a essência da ideia e, conseqüentemente, ser confeccionado e comercializado.

A Ilustração de Moda

Outra modalidade de representação gráfica no design de moda é a ilustração de moda (FIG. 4). Esta forma de representação está voltada, principalmente, para o ramo publicitário e artístico. Segundo Soares e Silva (2010), esse tipo de projeto está embasado em lançamento

de tendências, no comportamento, na atitude e estilo do alvo a quem se destina. Os autores ainda ressaltam que na ilustração, respeita-se o tempo de criação artística, com exagero de detalhes onde o artista se faz livre para o uso de quaisquer materiais e técnicas que deseje.

Figura 4 – Ilustração de Moda



Fonte: Elena, 2011.

Aqui, a arte é um forte ponto de referência para essa forma de expressão e ao mesmo tempo divulgação do produto de moda. As mesmas técnicas de pintura usadas em períodos anteriores são usadas para a ilustração de moda.

[...] pelo fato da moda ser uma expressão estética, a apropriação de imagens também do universo das artes ajuda a fazer a interface entre as aparentemente distintas áreas da arte e da moda, que por sua vez, em inúmeros momentos históricos acabam falando a mesma linguagem estética (GRAGNATO, 2008, p. 27).

Assim como as pinturas da história da arte carregam traços do tempo onde estão inseridas possibilitando assim uma análise da história da indumentária, a ilustração de moda também traz consigo esses traços, comportamentos, estética, valores culturais e os interpreta conforme sua época.

Se pensarmos a moda se utiliza da arte para dialogar com o público através da linguagem gráfica como esboços, desenhos e ilustrações como elaboração de projeto ou lançar tendências e estilos, a construção dos modelos se assemelha a escultura, pois se preocupa com as formas, equilíbrio, harmonia, estabilidade e estrutura. Os processos de criatividade que geralmente não são distintos; imaginem um pintor em seu cavalete e um estilista em sua mesa de desenho: ambos tentam resolver a problemática das cores, luminosidade, linhas, ritmos e outros elementos compositivos (SOUZA, 2010, p. 2).

Contudo, vale a pena ressaltar que a ilustração se apresenta de forma a ultrapassar as barreiras do simples fazer artístico para fins comerciais e identificação sociológica.

Gagnato (2008), diz que a ilustração de moda incorpora e interpreta elementos culturais e sociais carregando significados e mensagens subjetivas e abstratas ao consumidor. São imagens em que, às vezes, a roupa passa de produto para ser símbolo de informação e comunicação tornando-a um produto de divulgação e veiculada por meios midiáticos.

É justamente nessa função midiática que se encontra a diferença entre o croqui e a ilustração de moda. Enquanto no croqui o designer se preocupa com o detalhamento e características para fabricação de sua ideia, na ilustração, o ilustrador, ou também designer, concentra-se na difusão desse produto e para isso busca-se a inserção de comportamentos, estilos, culturas e até mesmo símbolos em seu desenho. Logo, a ilustração pode, até mesmo, deixar de levar em consideração o produto em si e atentar para a identificação do consumidor em relação àquela marca.

Sendo assim, nesse processo de identificação, a ilustração de moda acaba traçando e propondo novos comportamentos, novos corpos, novas propostas no momento em que ela atrai para si um novo ideal de corpo estilizado, assim como o croqui, porém de forma mais detalhada e acentuada, conforme sua época. Como um grande exemplo disso, temos as ilustrações de Alceu Penna em que o ilustrador não apenas publicou suas ilustrações na revista O Cruzeiro para informar as tendências da época como também influenciou comportamentos na sociedade feminina carioca através de um jogo de sedução contido nas ilustrações de moda como um todo.

Gagnato (2008) diz que tanto o croqui quanto a ilustração representam o ideal da realidade, por vezes distorcida, funcionando como “estratégia visual de aceitação”. A ilustração, ao passo que distorce as proporções do corpo, anteriormente citadas, ela associa e estabelece essa silhueta como padrão de beleza contemporâneo e, ao mesmo tempo, deixando na história da moda o registro dessas transformações estéticas.

O Estilista/designer e o Ilustrador

Em termos gerais, o estilista é um designer, porém nem todo estilista/designer é um ilustrador assim como também nem todo ilustrador é um estilista. Os ilustradores não se preocupam

com detalhes de modelagem em suas ilustrações tendo em vista que seu propósito não está diretamente ligado à produção da roupa.

Conforme Geghali e Dwyer (2001) citados por Duarte (2010, p. 55), “é do século XVIII a primeira desenhista de moda de que se tem notícia”, Rose Bertin ou Mme. Bertin era responsável por vestir a rainha Maria Antonieta e além de desenvolver suas criações, ela vestia seus próprios clientes diferenciando-se dos ilustradores que desenhavam roupas já existentes para fins de registros em livros. Esses desenhos ilustrados servem de base tanto para a história da moda quanto para inspirações dos atuais designers.

Outros autores defendem a ideia de Charles Frederick Worth como o primeiro desenhista de moda uma vez que o mesmo, segundo Ricard (2002) citado por Duarte (2010), apresentava suas criações em aquarela e confeccionava os modelos sob medida para seus clientes.

Mas o que nos é importante destacar é que ambos, tanto Mme. Bertin quando Worth desenhavam e confeccionavam seus modelos, o que os caracteriza como estilistas, e mais tarde, no século XX, também chamados de designers de moda.

Duarte (2010) destaca que foi por meio da industrialização e, principalmente com a fundação da escola alemã Bauhaus é que o termo design teve sua origem. A Bauhaus contribuiu com o estabelecimento do designer ao trabalhar com a ideia de que o artista seria capaz de não apenas criar, mas também desenvolver e materializar suas ideias em objetos funcionais.

Sendo assim, observamos que o desenho, enquanto arte, está ligado apenas à questão da expressividade, contudo ao se tornar objeto concreto, o mesmo se torna um objeto de design e o artista, conseqüentemente, passa a ser, além de artista, um designer.

Dessa forma, percebemos, na moda, o papel do estilista e ilustrador. O estilista na medida em que esboça sua ideia com o intuito de materializá-la para ser consumida, ele, ao mesmo tempo assume o papel de designer. Já com o ilustrador, esse papel, às vezes, está reduzido ao simples fazer artístico dando continuidade e complemento ao trabalho exercido anteriormente pelo estilista/designer.

A ILUSTRAÇÃO DE MODA AO LONGO DA HISTÓRIA

Estudar a história da ilustração de moda é redescobrir a evolução da indumentária e, principalmente, das silhuetas ao longo dos anos além de confirmar a grande influência dos estilos passados no design de moda contemporâneo.

Conforme Blackman (2007) citado por Duarte (2010), a ilustração de moda começa no século XVI, período das grandes navegações, quando os artistas registravam os trajes das novas nações e povos descobertos. Contudo, Soares (2011) e Senna (2011) destacam Israhel Van Meckenem (FIG. 5) como pioneiro da ilustração de moda já no século XV. Israhel Van Meckenem era um ourives e gravurista alemão.

Figura 5 - Israhel Van Meckenem



Fonte: Mitsui, 2012.

Nesse período as ilustrações eram feitas através da xilogravura, técnica em que o artista, por meio de um buril, decalcava uma prancha de madeira deixando em relevo o desenho desejado, em seguida, passava-se a tinta sobre o relevo e pressionava essa prancha de madeira sobre o papel ou até mesmo sobre o tecido criando nele estampas. Porém, por ser uma técnica que exigia para cada desenho um novo bloco de madeira, essa técnica era ao mesmo tempo ineficiente e de alto custo. Com isso, Joannes Gutenberg ainda no século XV, trouxe a revolução da imprensa, o que possibilitou a impressão da ilustração de moda em livros que se propagaram no século XVI e, conseqüentemente, facilitou o acesso aos modos e costumes de outros povos.

Já no século XVII, de acordo com Duarte (2010), surgiu o jornalismo de moda e os almanaques. A ilustração ganha também a expressão de caricatura e o jornalismo, antes voltado apenas para o público masculino, volta-se também para o feminino através da revista *Le Mercure Galant*, fundada pelo dramaturgo Jean Donneau de Visé que divulgava notícias da corte e da vida social da nobreza. Nos almanaques, havia a publicação das caricaturas e elas anunciavam de forma satírica os trajes e comportamentos dos nobres.

Foi no século XVII, que conforme Sanches (2010) se destaca os desenhos detalhados de Wenceslaus Hollar que mesmo cego de um dos olhos, foi um dos artistas mais hábeis e produziu cerca de 2700 gravuras.

Mas foi no século XVIII que as ilustrações de moda ganharam cor. Mackrell (1997) citado por Duarte (2010) relata que a revista *Le Cabinet des Modes* (FIG. 6) ou *Les Modes Nouvelles*, foi a primeira revista de moda francesa. A revista com tiragem quinzenal, exemplares de apenas oito páginas continha três catálogos de moda coloridos a mão e apresentava acessórios como perucas, chapéus e joias como símbolos de status da alta burguesia além de dicas de decoração.

Figura 6 - Le cabinet des modes



Fonte: Cabinet des Modes, 1786.

Morris (2009) destaca Alphonse Mucha (FIG. 7) do final do século XIX e início do século XX que criava cartazes no estilo *Art Nouveau*. Estilo que, aliás, marcou o início do design moderno através de suas formas orgânicas e motivos botânicos. Mucha representava a mulher de forma abatida, com cabelos esvoaçantes e elegância dramática.

Figura 7 - Alphonse Mucha



Fonte: Mucha, 1897.

No século XX surgem grandes magazines e com eles, as ilustrações de moda ganham força e contribuem, principalmente, para a democratização da moda. Foi nesse período que surgiu um dos principais veículos de comunicação de moda até os dias de hoje. Especificamente em 1867, que surgiu a revista *Harper's Bazaar* e logo à frente, em 1892, a *Vogue* em que “o editor responsável foi Arthur Baldwin Turnure (...). Nesses primeiros anos da revista destacam-se as capas ilustradas por George Plank” Soares (2011, p. 2) e Senna (2011, p. 2).

Com o advento da Primeira Guerra Mundial, a ilustração de moda sofre uma pequena queda e a indústria cinematográfica cresce rapidamente trazendo com ela a fama para figurinistas e estilistas, entre eles, como lembra Morris (2009), Erté (FIG. 8) ilustrador de moda para a *Harper's Bazaar* por vinte anos.

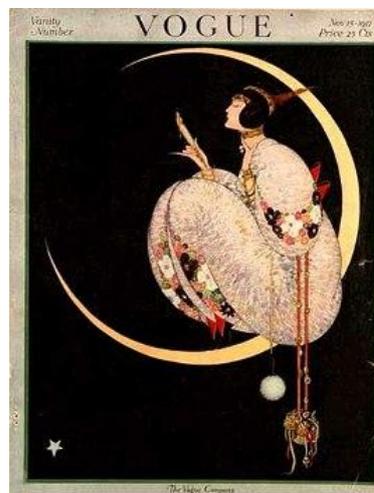
Figura 8 – Erté



Fonte: Erté, 1924

Com a chegada de Coco Chanel e Madame Vionnet, as quais liberaram as mulheres dos espartilhos surgindo assim uma nova silhueta que rejeitava babados e panos que restringiam a praticidade, ilustradores como Eduardo Garcia Benito, Guillermo Bolin, Douglas Pollard e também George Plank (FIG. 9) apresentavam em suas ilustrações mulheres magras e alongadas. Daí para frente, a ilustração ao mesmo tempo que registra as novas silhuetas, ela vai além uma vez que reforça um novo padrão de beleza. Foi também a partir daqui que os ilustradores assumiram a influência da *Art Déco* em seus trabalhos em substituição ao estilo *Art Nouveau* utilizado até então e “os desenhos passaram a refletir a frivolidade conforme a nova silhueta ‘melindrosa’ assumia um papel central” (Hopkins, 2011, p. 13).

Figura 9 - George Plank



Fonte: Plank, 1917.

Nos anos 1930 a silhueta ganha sensualidade e segue um padrão mais alongado e as ilustrações começaram a retratar novamente uma proporção mais realista. Hopkins (2011) ressalta que nesse período, o movimento surrealista na arte influenciou as ilustrações de moda com suavidade e texturas além de carregarem consigo representações da maquiagem.

Seguindo essa linha de representação gráfica mais realista, as ilustrações dos anos 1940, período no qual se insere a Segunda Guerra Mundial, retratavam uma nova silhueta mais séria e ainda sendo desenvolvidas com técnicas de aquarela, guache e nanquim. Porém, com a chegada do “*New Look*” de Christian Dior, os estilos de desenhos seguiram sua proposta de uma silhueta mais feminina. Segundo Hopkins (2011), os designers desse período começaram a acrescentar amostras de tecido às ilustrações.

Gragnato (2010) lembra que no Brasil do início do século XX, a moda e os padrões de elegância se baseavam nos modos e costumes europeus tendo como referência uma das grandes publicações de moda na época, a *Paris Chic* onde trazia as últimas tendências de moda de Paris e comercializada no Rio de Janeiro na década de 1950. Período em que o cinema e a televisão passam a influenciar de forma significativa a moda.

Já nos anos 1960, a influência da cultura jovem ganhou força nas páginas das revistas mudando os padrões de beleza até então adotados. Os desenhos ganharam traços mistos de canetas hidrográficas, lápis, giz de cera e aquarela além de uma aparência, conforme Hopkins (2011, p. 17), “mais espontânea e dinâmica (...) recatadas e sofisticadas a ousadas e hedonistas, projetando um novo tipo de liberdade para as mulheres”.

Na década de 1960, o ilustrador Antonio Lopez (FIG. 10) ganha destaque através de sua versatilidade. Morris (2009) cita que Antonio Lopez usou inúmeros materiais e técnicas em suas ilustrações e ainda continua sendo uma grande referência para os atuais ilustradores de moda.

Figura 10 – Antonio Lopez



Fonte: Lopez, 1960.

Nessa segunda metade do século XX, a ilustração de moda começa a entrar em declínio devido à evolução dos processos de fotografia e editoração. Essa evolução tecnológica trouxe rapidez e facilidade na captura de imagens obrigando os artistas a reverem seus conceitos e mesclar suas técnicas tradicionais com a tecnologia.

Na década de 1970, ao lado das fotografias, as ilustrações de moda evoluíram com uma expressão artística pop e psicodélica. “Os desenhos se tornaram mais experimentais, e a figura de moda passou a ser representada na forma mais abstrata que reconhecemos hoje, com braços e pernas alongados em poses sinuosas e curvilíneas” (HOPKINS, 2011, p. 18).

Zoltan, conforme Morris (2009), foi um dos primeiros ilustradores a incluir em seus trabalhos montagens tridimensionais com colagens de tecidos, flores, pedras semipreciosas e materiais orgânicos e inorgânicos para recriar a moda.

Novas técnicas foram inseridas às ilustrações de moda a partir dos anos 1980 e se estendendo até os dias atuais. As ilustrações passaram a receber não apenas pinceladas de aquarela, nanquins, guaches e canetas hidrográficas como também lápis de cor, tinta acrílica, pastel seco e oleoso, colagens e, talvez sua maior revolução, técnicas digitais através de softwares como o CAD no fim dos anos 1980.

A Ilustração Digital

A ilustração digital teve início na década de 1980, se expandindo nos anos de 1990 até os dias atuais. Por meio dela tornou-se possível chegar a um nível maior de realismo ao mesmo tempo em que a arte se une à tecnologia. “Se o objetivo da moda é criar um ideal e capturar a atmosfera e o espírito de sua época, a apresentação digital da arte de moda deve continuar a exercer uma forte influência sobre a cultura de massa” (HOPKINS, 2011, p. 134).

Segundo Nakata (2010) ignorar as modificações tecnológicas advindas dos processos de digitalização significa ter uma concepção retrógrada desses processos. O ilustrador contemporâneo precisa vencer o impacto inicial causado pela introdução dessas novas tecnologias e buscar conhecê-las não para que a ilustração deixe de ser uma arte, mas para que haja um aprimoramento sobre as técnicas antes utilizadas como únicas.

Com o avanço da tecnologia, a ilustração de moda ganhou novas técnicas e, atualmente, os ilustradores estão cada vez mais obrigados a acompanhar esse processo. Muitos, inclusive, ainda usam suas técnicas manuais mescladas às digitais. Conhecer as mais variadas técnicas sejam elas tanto com o uso da tecnologia digital ou manual possibilita o ilustrador aperfeiçoar suas habilidades e, principalmente, opções para escolher a melhor técnica afim conseguir o efeito desejado.

Figura 11 – Jason Brooks



Fonte: Brooks, 2012.

Pinheiro e Matos (2010) destaca Jason Brooks (FIG. 11), ganhador do prêmio *Vogue/Sotheby's Cecil Beaton*.

A tecnologia trouxe à ilustração novas formas de experimentação que, como consequência, insurge em novas descobertas e adaptação à contemporaneidade.

O avanço tecnológico expandiu as possibilidades da ilustração. Com o auxílio de computadores e de softwares especializados, tornou-se viável adicionar texturas e movimentos com mais realidade e praticidade... Entretanto, após o surgimento e rápida propagação dessas novas tecnologias, os ilustradores que antes trabalhavam com técnicas tradicionais tiveram que adaptar-se (PINHEIRO, MATOS, 2010, p. 248).

Há diversas ferramentas digitais as quais o ilustrador de moda pode usufruir, tanto para mesclar com as técnicas mais primitivas quanto para utilizar em 100% da ilustração. Algumas dessas ferramentas, citadas por Pinheiro e Matos (2010) é a *tablet*, ou mesa digitalizadora, que permite desenhar diretamente na tela do computador sem a necessidade de um rascunho prévio digitalizado. Outras ferramentas importantes citadas pelas autoras são as ferramentas para captura de imagens como o *scanner* e as câmeras digitais que permitem captar imagens, ou até mesmo suas próprias ilustrações feitas à mão livre para a composição dessas próprias imagens e aplicação de outros recursos para edição e criação como os programas desenvolvidos pela *Corel Corporation*, como o famoso *CorelDRAW*, *Corel PHOTO-PAINT*, *Corel TRACE* e *Corel Painter*.

Além dos programas da *Corel Corporation*, outro software também muito utilizado é o *Adobe Photoshop* voltado para edição e retoques de imagens. Através dele, altera-se cores, adiciona texturas e estampas, ajusta-se a luz e sombra além de uma série de outros efeitos.

Outro software que temos é o *Adobe Illustrator*, cujas imagens são criadas diretamente em vetor fazendo com que sua resolução seja independente do redimensionamento da imagem e impressão em qualquer mídia. Segundo Hopkins (2011), o *Illustrator* também permite a inserção de imagens e textos aos desenhos vetoriais de forma a trazer assim uma maior valorização da ilustração.

Também temos outros softwares especializados e integrados nas fábricas como os programas de CAD (*Computer-Aided Design*) ou CAM (*Computer-Aided Manufacturing*) e Audaces. O

CAD/CAM foi introduzido na indústria da moda da década de 1980 desenvolvido, à princípio “para a indústria têxtil e vestuário, no âmbito do processo de fabricação e produção, que inclui a criação de produtos têxteis, a elaboração e classificação de modelagens” (PINHEIRO, MATOS, 2010, p. 252).

Com a disseminação e criação dessas tecnologias, torna-se possível também a expansão dos trabalhos por parte dos próprios ilustradores, como destaca Pinheiro e Matos (2010), através de portfólios online e websites pessoais, o que torna, para os ilustradores, um desafio. Além de correr em busca de conhecimento das técnicas tradicionais, ele não deve, nos dias atuais, se limitar apenas nelas, mas acompanhar os processos tecnológicos e se diferenciar.

Conforme Hopkins (2011) a capacidade de desenhar a mão livre não deixará sua importância no mundo da moda motivo pelo qual deve ser treinada e mantida. Contudo, são cada vez mais frequente nas ilustrações de moda os aprimoramentos digitais sobre as técnicas tradicionais.

FÁBIO LEMOS, DESIGNER E ILUSTRADOR DE MODA

Fábio Cristiano Silva Lemos, 25, é brasileiro, natural de Abaeté, interior do estado de Minas Gerais. Formado em Administração de Empresas, contudo, sua paixão pela moda, especificamente pelo desenho, o levou a dar continuidade à sua carreira acadêmica com esse foco.

Desde seus nove anos de idade, Fábio Lemos já demonstrava facilidade para retratar graficamente os objetos que via pela frente. Começou desenhando personagens de desenhos animados quando Raynislley Raquel, uma desenhista profissional em sua cidade, que viu seus pequenos e infantis traços, começou a investir nas habilidades do garoto, ensinando-o alguns truques voltados para o desenho da figura humana. Fábio, então, com sua facilidade de aprender as técnicas de desenho e, principalmente, com sua curiosidade, começou a evoluir seus traços até que sua instrutora mudou-se fazendo com que o pequeno artista curioso começasse a se desenvolver sozinho. Sem aquela antiga orientação, buscava desenhar pessoas que encontrava em revistas e catálogos de moda e sempre que via publicado algum desenho, ia para sua mesa e não saía de lá até descobrir, por meio de inúmeros experimentos, qual técnica aquele determinado artista utilizou para produzir aquele efeito. Com isso, Fábio foi

desenvolvendo seu talento e técnicas bem como adquirindo cada vez mais o gosto pelo desenho.

Atualmente, Fábio Lemos trabalha como ilustrador *freelancer* e figurinista. Além de ilustrador, o artista também cria seus próprios modelos, desenvolvendo assim tanto o papel de ilustrador quanto o de designer.

Para um bom croqui, Fábio busca a expressão. O ilustrador e designer diz que a atitude com que os croquis se “posicionam” e “olham” pode dizer muito o que aquela imagem quer passar e, principalmente, gera uma identificação com o público-alvo e daí, a comunicação se tornou eficaz.

Seu estilo parte do realista para o não realista, dramático, excêntrico e expressivo. Seus croquis são cuidadosamente planejados. Segundo o designer, sua inspiração parte, sobretudo, de seu envolvimento com o protestantismo que o leva, na maioria dos seus trabalhos, a se inspirar nos princípios desse movimento acoplados à história da indumentária e da arte. A seguir, alguns trabalhos de Fábio Lemos (FIGs. 12, 13 e 14).

Figur 12 – A Vinha



Fonte: Desenhos do autor

Figura 13 – Lírios



Fonte: Desenhos do autor

Figura 14 – Pastores e Rebanhos



Fonte: Desenhos do autor

CONCLUSÕES

Ao longo deste estudo pudemos perceber a importante e imponente presença do desenho no Design de Moda como meio de comunicação visual tanto de forma estilizada/artística quanto técnica.

Em todo o processo de uma cadeia produtiva no Design de Moda, o desenho assume diferentes papéis. O desenho de moda, neste caso o croqui e o desenho técnico, visam à materialização do referido desenho. Já a ilustração de moda, volta-se para os meios midiáticos de divulgação. O desenho de moda deve apresentar-se de maneira objetiva tendo em vista o seu papel de comunicar uma ideia a ser idealizada e, portanto, não deixando dúvidas para aqueles os quais o receberão como informação necessária a fim de evitar possíveis erros. A ilustração, por sua vez, dita comportamentos e tendências indo além de uma comunicação técnica para fabricação, ela vai ao encontro da identificação com um determinado público propondo nele conceitos e ideais dentro de uma cultura, o que nos leva a afirmar que a ilustração está, portanto, atrelada à sociologia humana e ligada à história da arte e da indumentária.

Vimos também que o croqui e a ilustração vêm de forma a identificar e firmar um ideal de corpo com base em conceitos de harmonia e equilíbrio renascentistas, contudo, estilizados de forma a alongar esse corpo. Silhueta que, aliás, através das ilustrações de períodos passados, vem retratando as mudanças desses padrões estéticos que se firmam como perfeitos.

O desenho de moda é produzido por estilistas/designers de moda enquanto que a ilustração pode ser elaborada tanto por esses designers quanto por outros profissionais com outras áreas de formação. O importante aqui conforme já dito, não é a execução de uma peça, mas a criação de um marketing sobre essa peça.

Pudemos também perceber que com o advento da tecnologia e seus grandes avanços, tornou-se possível criar desenhos de moda, sobretudo ilustrações, digitais. Esses recursos muitas vezes são usados até mesmo para enriquecer traços antes manuais e então escaneados. Essa tecnologia estabelece desafios para os atuais designers e/ou ilustradores tendo em vista que os próprios precisam atualizar seus conhecimentos quanto a essas questões para não ficarem

atrasados. A tecnologia trouxe a ilustração de moda um pouco do prestígio conferido apenas à fotografia.

Notamos então que o desenho de moda de forma geral, além de comunicar ideias, não apenas se limita a essa comunicação, mas também produz conceito. E nesse processo de comunicar e conceituar, em diferente papéis e formas, seu idealizador precisa se diferenciar e acompanhar suas mudanças estéticas e técnicas para se tornar bem-sucedido.

REFERÊNCIAS

AMORIM, Carolina A. C. SOUZA, Antônio Carlos de. **Ilustração de moda na modalidade à distância**. Florianópolis, SC, 2009. Disponível em:

<http://www.ceart.udesc.br/modapalavra/edicao4/files/4_ensaio_amorim_e_souza.pdf>
Acesso em 03 jan. 2012.

ANTONIO Lopez: ilustração de moda. Disponível em:

<<http://entrendasebabados.blogspot.com.br/2011/01/antonio-lopez.html>> Acesso em: 20 mar. 2012.

ASCHENBACH, Ana Célia. **Estilistas**. Disponível em:

<<http://manequim.abril.com.br/moda/historia-da-moda/50-anos-da-moda-no-brasil/1960-estilistas-1.shtml>> Acesso em 13 mar. 2012.

BROOKS. Jason. **Portfólio**. Disponível em: < <http://www.jason-brooks.com/>> Acesso em: 20 mar. 2012.

CABINET des modes 1786 First French Fashion Magazine 24° Cahier, plate I, Derails. Disponível em:

<http://hprints.com/CABINET_DES_MODES_1786_First_French_Fashion_Magazine_24_Cahier_plate_I_Derails-32148.html> Acesso em 16 mar. 2012.

CAMPBELL, Stephen. **Portfólio II**. Disponível em:

<<http://www.illustrationdivision.com/campbell/index.html>> Acesso em: 21 mar. 2012.

CHRISTIAN Dior. Disponível em:

<<http://entrendasebabados.blogspot.com.br/2011/07/christian-dior.html>> Acesso em 20 mar. 2012.

DUARTE, Carla Stephania de Góis. **A Ilustração de moda e o Desenho de moda**. Florianópolis, 2010. Disponível em:

<<http://www.ceart.udesc.br/modapalavra/edicao6/arquivos/A5-Carla-AIlustracaodemodaeoDesenhodeModa.pdf>> Acesso em 03 jan. 2012.

ERTÉ. Disponível em: <<http://www.erte.com/costume%20designs.htm>> Acesso em 19 mar. 2012.

ÊXODO. In: A Bíblia. Revista e Atualizada no Brasil. São Paulo: Sociedade Bíblica do Brasil, 1993.

FERREIRA, A. B. De H. **Dicionário Aurélio Básico da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 1988.

FIRST Cover. Disponível

em:<<http://www.harpersbazaar.com/cm/harpersbazaar/images/1867-first-cover-140-0107-de.jpg>> Acesso em: 17 mar. 2012.

GEORGE Plank. Disponível em: <<http://moore123.files.wordpress.com/2010/09/plank-vogue-1917-nov1.jpg>> Acesso em: 19 mar. 2012.

GIBSON, Charles Dana. **At the Beach**. Disponível em:

<<http://alexandrahigcrest.com/blog/2009/09/18/americas-first-fashion-icon/at-the-beach-1901/>> Acesso em 17 mar. 2012.

GRAGNATO, Luciana. **O Desenho no Design de Moda**. São Paulo, 2008. Disponível em: <<http://www.anhembibr/mestradodesign/pdfs/luciana.pdf>> Acesso em 08 jan. 2012.

GUIGARD, Joannis. **Indicateur du Mercure de France 1672-1789**. Disponível em:

<http://books.google.com.br/books/about/Indicateur_du_Mercure_de_France_1672_178.html> Acesso em 16 mar. 2012.

HOPKINS, John. **Fundamentos de design de moda. Desenho de moda**. Tradução: Mariana Bandarra. Porto Alegre. Bookman, 2011.

HUERTA, Carmen Garcia. **ModaPan! La Pan Gallery Barcelona Show**. Disponível em: <ModaPan! La Pan Gallery Barcelona Show> Acesso em: 21 mar. 2012.

Krick, Jessa. **Charles Frederick Worth (1825–1895) and The House of Worth**. Disponível em: <http://www.metmuseum.org/toah/hd/wrth/hd_wrth.htm> Acesso em: 15 mar. 2012.

MARTINS, Luiz Geraldo Ferrari. **A etimologia da palavra desenho (e design) na sua língua de origem e em quatro de seus provincianismos: desenho como forma de pensamento e de conhecimento**. São Paulo, 2007. Disponível em:

<http://www.mackenzie.br/fileadmin/Graduacao/FAU/Publicacoes/PDF_IIIForum_a/MACK_III_FORUM_LUIZ_MARTINS_2.pdf> Acesso em: 01 mar. 2012.

MITSUMI, Daniel. **Israhel van meckenem**. Disponível em:

<http://www.danielmitsui.com/hieronymus/index.blog?entry_id=1917380> Acesso em: 15 mar. 2012.

MORRIS, Bethan. **Fashion Illustrator**. Londres: Publisher Laurence King, 2006.

MUCHA. Alphonse. **Français : F. Champenois Imprimeur-Editeur**. Disponível em:

<<http://www.muchafoundation.org/>> Acesso em: 17 mar. 2012.

NAKATA, Milton Koji. **A Ilustração Não-Digital e a Ilustração-Digital: Um estudo das etapas da produção para otimização da Comunicação**. São Paulo, 2010. Disponível

em:<<http://www.poeticasvisuais.com/wp-content/uploads/2010/08/>> Acesso em 08 jan. 2012.

NEIVA, Tânia. **Desenho técnico de moda**. Disponível em:
<<http://tanieiva.com.br/?tag=desenho-tecnico-de-moda>> Acesso em: 5 fev. 2012.

PARIS chic 1950's Fashion digital collage sheet for Pocket Mirrors Magnets etc 2.5 inch Circles 003. Disponível em: <<http://www.etsy.com/listing/81031052/paris-chic-1950s-fashion-digital-collage>> Acesso em: 20 mar. 2012.

PINHEIRO, Gabriela Coutinho; MATOS, Adriana Leiria Barreto. **Ilustração Digital na Moda**. São Paulo, 2010. Disponível em: <<http://sitios.anhembibr.com/damt/arquivos/12.pdf>> Acesso em 03 jan. 2012.

PULS, Lourdes Maria. **O desenho como ferramenta universal. O contributo do processo do desenho de moda na concepção do projeto de design de vestuário**. Florianópolis, 2011. Disponível em: <http://www.ceart.udesc.br/modapalavra/edicao8/arquivos/A10-Lourdes_Puls_-_O_desenho.pdf> Acesso em 15 fev. 2012.

REBOUÇAS, Fernando. **O Homem Vitruviano**. Disponível em:
<<http://www.infoescola.com/desenho/o-homem-vitruviano/>> Acesso em: 10 mar. 2012.

RODRIGUES, Lula. **Rose Bertin escapou da guilhotina, mas não da moda**. Disponível em:
<<http://oglobo.globo.com/blogs/lula/posts/2007/07/08/rose-bertin-escapou-da-guilhoitna-mas-nao-da-moda-64955.asp>> Acesso em 13 mar. 2012.

ROUNTHWAITE, Graham. Disponível em: <<http://www.grahamrounthwaite.com/>> Acesso em: 20 mar. 2012.

SABANCI UNIVERSITY. **Johannes Gutenberg**. Disponível em:
<<http://va312iremakdogan.wordpress.com/tag/johannes-gutenberg/>> Acesso em: 16 mar. 2012.

SANCHES, Paula Perez. **Ilustração de moda: primórdios a 1990**. São Paulo, 2010. Disponível em: <<http://pt.scribd.com/doc/34956455/Ilustracao-de-Moda-Primordios-a-1990>> Acesso em 03 jan. 2012.

SILVA, Reginaldo. **Desenho de moda, desenho técnico e ficha técnica: a importância dessa santíssima trindade para o desenvolvimento de coleções de moda**. Disponível em:
<<http://regisdesigner.blogspot.com/2011/05/desenho-de-moda-ii-desenho-tecnico-e.html>> Acesso em 5 fev. 2012.

SOARES, Diego dos Santos. **A História da Ilustração de Moda**. Pelotas, RS, 2011. Disponível em: <<http://www.ufpel.edu.br/cic/2011/anais/ch.htm>> Acesso em 03 jan. 2012.

SOARES, Diego dos Santos; SILVA, Úrsula Rosa da. **Diferenciação de grafismo de moda: entre o estilismo e ilustração**. Pelotas, RS, 2010. Disponível em:
<http://www.ufpel.edu.br/cic/2010/cd/pdf/LA/LA_00386.pdf> Acesso em 03 jan. 2012.

VOGUE'S Covers Through Time... Disponível em:
<<http://vogueellebazaar.wordpress.com/category/vogue/>> Acesso em: 19 mar. 2012.