

O Diálogo Intercultural Como Fonte de Inspiração de Vestuário de Moda: Uma Experiência Acadêmica

The Intercultural Dialogue as Source of Inspiration for Fashion Design: An Academic Experience

Broega, Ana Cristina; PhD; Universidade do Minho, Portugal
cbroega@det.uminho.pt

Cunha, Joana; PhD; Universidade do Minho, Portugal
jcunha@det.uminho.pt

Resumo

Sendo 2008 o Ano Europeu do Diálogo Intercultural, entenderam-se criadas as condições para um desafio de design de moda. Desafio que se traduz na proposta aos alunos de Design de Vestuário de desenvolvimento de uma mini-colecção de vestuário de moda que explorasse o tema, visando conjugar os diversos aspectos culturais presentes numa Europa cada vez mais global através da música como linguagem universal. Este projecto, procurou dar aos alunos ferramentas que lhes permitam conjugar outros elementos estéticos inspiradores, além das tendências de moda, no desenvolvimento de produtos diferenciados e de potencial sucesso no mercado.

Palavras Chave: design de vestuário, metodologias de design, criação de colecções de moda

Abstract

Being 2008 the European Year of the Intercultural Dialogue, the conditions for a great challenge of fashion design had been created. This challenge is translated in a proposal to the students of Clothing Design to develop a mini-collection of fashion clothes that explores the above subject, integrating of the diverse cultural aspects present in an increasingly global Europe, using music as a universal communication language. This project aimed at providing tools that allow pupils to integrate other inspirational aesthetic elements, besides fashion trends, in the development of differentiated products with potential success in the fashion market.

Keywords: *clothing design, design methodologies, creating fashion collections*

Anais do 8º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design

8 a 11 de outubro de 2008 São Paulo – SP Brasil ISBN 978-85-60186-03-7

©2008 Associação de Ensino e Pesquisa de Nível Superior de Design do Brasil (AEND|Brasil)

Reprodução permitida, para uso sem fins comerciais, desde que seja citada a fonte.

Este documento foi publicado exatamente como fornecido pelo(s) autor(es), o(s) qual(is) se responsabiliza(m) pela totalidade de seu conteúdo.

Introdução

Durante este ano de 2008 comemora-se o Ano Europeu do Diálogo Intercultural. A União Europeia encorajou várias organizações a participarem nestas comemorações de forma directa ou indirecta através do desenvolvimento de projectos culturais e artísticos. Assim, entenderam-se criadas as condições para um grande desafio de design de moda. Desafio este que se traduz na proposta aos alunos da unidade curricular de Design de Vestuário, de desenvolvimento de uma colecção de vestuário de moda que explorasse o tema. A abordagem ao tema visa a conjugação dos diversos aspectos culturais presentes numa Europa cada vez mais global, por forma a contribuir para a criação de uma consciência entre os Europeus desta diversidade cultural existente no seio da Europa e de alguma forma procurar contribuir para o diálogo intercultural e internacional. Dentro do tema foi pedido aos alunos que efectuassem o seu trabalho tendo como referência, para além dos ícones e signos de cada cultura, também a música e as ambiências dos meios musicais como linguagem de comunicação universal.

A dimensão desta diversidade cultural existente dentro e entre os estados membros da União Europeia, traduz-se numa sociedade cada vez mais diversificada e rica de contributos individuais. A procura por uma linguagem de moda que contemple esta diversidade representa uma forma de afirmar que o diálogo e a integração das diversas culturas é a forma de se poder viver em harmonia num ambiente cada vez mais multicultural, transformando a Europa numa sociedade intercultural.

As diferenças culturais incluem todos os vários aspectos das identidades culturais dos indivíduos: origens geográficas, línguas, antecedentes sociais e educacionais, crenças religiosas e filosóficas, incluindo o agnosticismo. Segundo a EU deverá existir um diálogo através destas fronteiras e todos os habitantes da EU devem contribuir para a transformação das nossas sociedades multiculturais em sociedades interculturais.

O vestuário sempre esteve de alguma forma ligado à identidade cultural dos povos, se observarmos as várias culturas ao longo dos tempos, sem dúvida encontramos alguns paralelismos entre o vestuário dessas épocas e as referências culturais de cada zona. A globalização e o advento da moda vieram fazer com que esses paralelismos se fossem tornando cada vez mais imperceptíveis para dar lugar a uma forma de vestir cada vez mais generalista. No entanto numa sociedade cada vez mais multicultural e em que se valoriza cada vez mais a individualidade e a unicidade, entende-se facilmente que a multiculturalidade nos pode servir como fonte de inspiração estética para trabalhos de design dos mais diversos tipos, onde a moda e o vestuário não são excepção. Podendo inclusivamente esta inspiração ser a fonte que permitirá alcançar a tão desejada forma de diferenciação dos produtos, neste mundo da globalização, conferindo-lhes individualidade e identidade.

O vestuário de moda

O vestuário de moda, é notoriamente uma das áreas do design mais efémera e competitiva. Razão pela qual assume cada vez maior importância o desenvolvimento de métodos de trabalho que permitam criar produtos inovadores e diferenciados, mas que ao mesmo tempo sejam actuais e capazes de ir ao encontro das expectativas e desejos dos consumidores de moda.

A exploração e análise dos cadernos de tendências assumem, por este motivo, uma grande importância no processo de criação e desenvolvimento de colecções de vestuário de moda. Ainda que estes cadernos de tendências por si só, não forneçam suficientes elementos diferenciadores para a criação de produtos de sucesso, fornecem dados importantes sobre o mercado em termos de cores, materiais, texturas e conceitos.

A escolha do conceito poético da colecção é o elemento verdadeiramente diferenciador, cria um elo de ligação entre as peças da colecção, seduzindo o consumidor. Cabe ao designer transformar o tema de inspiração ou conceito poético numa proposta de moda.

A inovação no vestuário de moda prende-se, não só com as formas e materiais que utiliza, mas principalmente com a capacidade do designer de moda, em cruzar informações provenientes das mais diversas fontes, usando-as como inspiração para a criação de novos produtos.

Assim, com o objectivo de promover a inovação e de trabalhar a componente estética, foi desenhado um exercício de criação de vestuário de moda, em que se procurou fazer com que os alunos questionassem as formas de inspiração e criação de uma colecção, utilizando as metodologias de design de produtos de moda.

O Projecto

Com base nas comemorações do Ano Europeu do Diálogo Intercultural e no conjunto dos países e culturas que hoje constituem a EU, surgiu a ideia de se propor um desafio aos alunos da unidade curricular de Design de Vestuário. Este desafio consistiu em que os alunos desenvolvessem uma mini-colecção de vestuário feminino, inspirada no diálogo intercultural, procurando fazer com que trabalhassem simultaneamente a componente estética e a capacidade de inovação.

Para este projecto de desenvolvimento de uma mini-colecção, ainda que inspirada, sob o ponto de vista estético, na visão dos alunos desse diálogo e da sua expressão através da música, foi lhes pedido que seguissem um processo e metodologia de design baseado também na análise e interpretação das tendências de moda. Pois para o sucesso de um produto de vestuário de moda é imperativo que este seja desenvolvido tendo em atenção não só os elementos diferenciadores trabalhados a partir da fonte de inspiração mas também a sua conjugação com uma linguagem estética e de comunicação inserida nas actuais tendências de mercado e de moda.

Partindo do tema poético de inspiração (diálogo intercultural) e conjugando-o com as tendências de moda para o Outono/Inverno 2008/09, os alunos desenvolveram o seu próprio conceito da colecção, focalizados num público-alvo feminino: classe etária dos 25-40 anos, capital cultural elevado, classe social média-alta, actividade profissional liberal implicando múltiplas deslocações e reuniões de trabalho, exercendo cargos de elevada responsabilidade e detentoras de elevada capacidade de autonomia na gestão de tempo. Estas mulheres são atentas ao mundo em que se movimentam, bem informadas e assumem uma postura de defesa dos valores culturais e ambientais.

A abordagem ao tema foi realizada por grupos de países organizados por regiões, de forma a conjugar culturas diferenciadas. Esta conjugação de grupos teve como princípio conjugar as diferenças culturais entre povos tipicamente racionalistas e formais, dos países industrializados do norte e centro da Europa, com o sentimentalismo das populações do leste europeu, mediterrâneo e báltico onde o

trabalho artesanal ainda é tradição, povos mais sociais onde o seu vestuário informal, leve e colorido ainda remete à sua herança cultural.

As próprias tendências de moda apresentadas para esta estação, apontam para fortes misturas globais e étnicas de cor (*global folk*). A paleta de cores para a estação apresenta-se inspirada nas cores das bebidas saudáveis (leite, cremes de café, chás, sumos, etc). Quanto às formas propostas elas vão das formas tubulares, linhas em coluna (característico do minimalismo racional) até às formas em A suaves fluidas ou pregueadas e crispadas, bem ao tipo das vestes tradicionais do sul da Europa.

A mini-colecção é composta por um mix de produto/moda de 9 coordenados de 3 peças, podendo contemplar ainda a criação de alguns acessórios: *écharpes*, luvas, chapéus, *bijuteria*, etc..

O processo de design e desenvolvimento da colecção teve o seu início com a elaboração do *Briefing* de design, de forma a programar e organizar toda a estratégia de trabalho que levará à resolução do problema de design proposto. O *Briefing* é segundo Peter Philips a ferramenta que permite distinguir o processo de design do processo artístico. Enquanto que o processo artístico está mais ligado à estética, ao belo e à auto-expressão do artista, o design é uma disciplina de resolução de problemas, exigindo por isso reflexão e pesquisa para além da criatividade e de outros elementos associados ao trabalho artístico. O *Briefing* quando correctamente utilizado visa enunciar de forma clara e inequívoca todos os elementos ou ingredientes relevantes para a correcta e eficaz resolução do problema de design a resolver. No *brief* de design define-se claramente o público-alvo, as metas a cumprir no projecto, a quantidade de *outfits* a desenvolver o que compreende o mix de moda/produto, estendendo-se até à definição do calendário e cronograma da colecção, deve ainda contemplar um breve esboço do plano de *Merchandising*.

Após a composição do *brief* de design inicia-se o trabalho de pesquisa temática para o projecto que se traduz na edição de um painel de inspiração, composto principalmente pela reunião de imagens ilustrativas relacionadas ao tema, de forma a manter o aluno (criador) em contacto permanente ao espírito definido anteriormente, não correndo o risco de se distanciar do universo temático.

O passo seguinte foi a pesquisa do consumidor da qual resultou a elaboração dos painéis de consumidor onde se procura ilustrar de forma gráfica o espírito e personalidade do consumidor alvo. Estes painéis têm como função criar uma ligação entre o designer e o seu público, trazendo-o para o seu ambiente de trabalho, tornando-o parte activa do processo. Seguiu-se uma pesquisa de formas, volumes e materiais (texturas, estruturas e acabamentos), da qual resultou a elaboração dos painéis de materiais e cartaz de cores, e respectivos estudos de cores e combinações. Efectuados os primeiros estudos de pesquisa inicia-se o desenvolvimento das ideias através dos esboços passando-se depois ao desenvolvimento dos croquis, fichas técnicas, croqui técnico ilustrado e protótipos.

O painel de inspiração, quando realizado e trabalhado correctamente, é uma ferramenta de elevado valor para a criação de produtos de moda diferenciados, pois é através deste painel que o aluno, futuro designer, consegue sintetizar a sua pesquisa temática e eleger elementos que lhe permitam trabalhar efeitos estéticos diferenciados. Para a realização de um painel de inspiração eficaz é necessário que primeiramente se efectue uma pesquisa profunda sobre o tema e que dessa pesquisa resulte não só a sua total compreensão como uma recolha de imagens que permitam traduzir a sua riqueza ao nível estético. As imagens então recolhidas são seleccionadas e é estudada a forma da sua composição de modo a que transmitam o conceito poético que servirá de mote ao desenvolvimento da colecção. A par deste painel o

aluno deve trabalhar um texto descrevendo o conceito estético poético que irá reger o seu trabalho, combinando-o sempre com as restantes pesquisas efectuadas ao nível das tendências de moda e de materiais, linhas, formas e silhuetas e de consumidor. Através das imagens usadas na composição do painel de inspiração o aluno, enquanto criador, deve trabalhar os pormenores estéticos que lhe irão permitir criar produtos actuais e diferenciados. Todo o trabalho vai sendo registado no livro de esboços ou *sketch book*, onde cada detalhe ou pormenor de inspiração é aí novamente reproduzido juntamente com os estudos que vão sendo realizados.

Partindo-se do trabalho realizado no livro de esboços o aluno procede então à selecção dos modelos que deseja agrupar na sua colecção e inicia o trabalho de completar toda a informação técnica necessária. Recorrendo a ferramentas de desenho informáticas vai-se realizando o trabalho de desenvolvimento dos croquis técnicos detalhados, dos estudos de efeitos de tecidos e outros materiais (*rendering*) e colorações a propor, assim como o *layout* do *portfolio* ou *book* de colecção. O *portfolio* ou *book* de colecção visa a apresentação detalhada e definitiva da colecção para que se perceba não só o conceito poético que lhe serve de fio condutor, assim como todos os detalhes técnicos e funcionais que a diferenciam. Para tal é fundamental que as ideias surjam aí organizadas de forma harmoniosa e limpa.

Análise de portfolios de colecção

De entre os vários projectos entregues pelos alunos, foi escolhido um pequeno conjunto para esta análise por ser totalmente inviável passar em análise o conjunto total dos projectos entregues. Após um levantamento exaustivo das características culturais do grupo a trabalhar, os alunos construíram Cartazes de Inspiração engenhosos e de grande riqueza de pormenores que os guiaram durante todo o processo criativo. Para além deste painel de inspiração foram criados outros dois, um referente às tendências de moda para Outono Inverno 2008/09 e outro referente ao público-alvo. Todos estes elementos ajudaram os alunos nas suas orientações de pesquisa de formas, volumes, materiais e texturas.

O projecto apresentado na figura 1 teve como fonte de inspiração as referências culturais de Bélgica e Chipre. As imagens da colecção apresentadas no painel, fazem denotar o equilíbrio estético e a inovação conseguida nesta min-colecção que se pretende ser sobretudo comercializável.



Figura 1: Projecto desenvolvido com inspiração no diálogo intercultural entre Bélgica e Chipre.

O painel da figura 2 apresenta o projecto inspirado nas referências culturais de Portugal e da República Checa. O resultado final revela um equilíbrio entre os elementos de inspiração e de tendência, resultando numa proposta com inovação. O terceiro trabalho que aqui se apresenta (Figura 3) teve como fonte de inspiração as referências culturais da Itália e da Hungria. O aluno partindo da

exploração das referências culturais, trabalhadas no painel de inspiração, e das tendências de moda desenvolveu um trabalho onde se realçam os traços das duas culturas estudadas. Os *outfits* desenvolvidos para esta mini-colecção mostram um equilíbrio entre os elementos de inspiração e os elementos de tendência, demonstrando a capacidade de inovação do aluno.



Figura 2: Projecto desenvolvido com inspiração no diálogo intercultural entre Portugal e a República Checa.



Figura 3: Projecto desenvolvido com inspiração no diálogo intercultural entre Itália e Hungria.

Muitos outros trabalhos mostraram resultados tão bons como os aqui apresentados, onde o equilíbrio estético conseguido nos *outfits* apresentados demonstra claramente como os alunos foram capazes de criar colecções verdadeiramente diferenciadas.

Conclusões

Através deste projecto, procurou dar-se aos alunos ferramentas que lhes permitissem conjugar outros elementos estéticos inspiradores, além das tendências de moda, para assim poderem desenvolver produtos verdadeiramente diferenciados e que, simultaneamente, se apresentem como potenciais produtos de sucesso no mercado da moda.

Podemos concluir que os alunos mostraram uma boa capacidade de análise, o que lhes permitiu trabalhar o processo criativo aliando as características das diversas culturas europeias de forma a agregar valor estético e ao mesmo tempo diferenciar os produtos desenvolvidos, mantendo uma linguagem contemporânea e actual perfeitamente enquadrada nas actuais tendências de moda.

Referências

- CROSS, N. **Engineering Design Methods – Strategies for Product Design**. 2nd Ed., J. Wiley & Sons, 1996.
GARCIA, C.; MIRANDA, A. **Moda é Comunicação**. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2005.
JONES, S. J. **Fashion Design**. São Paulo: Cosac Naify, 2005.
MCKELVEY, K.; MUNSLOW, J. **Fashion Design – Process, Innovation & Practice**. Blackwell Science, 2006.
Portal Oficial da Comissão Europeia, 2008. - <http://ec.europa.eu>
PHILLIPS, P. L. **Creating the Perfect Design Brief**. Allworth Press, 2004.
PUGH, S. **Total Design – Integrated Methods for Successful Product Engineering**. UK Addison-Wesley, 1998.
Revista VIEW, Tendências de moda, Edição 79, Outono 2007.