

A materialidade têxtil na criação do designer de moda

Aline Moreira Monçores

Doutora, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro/ amoncores@gmail.com
Orcid: 0000-0003-1940-6484 / [lattes](#)

Daniele Spada Tavares

Doutoranda, Universidade Veiga de Almeida/ ccearte@gmail.com
Orcid: 0000-0001-8629-0405/ [lattes](#)

Enviado: 29/05/2021 // Aceito: 13/08/2021

A Materialidade têxtil na criação do designer de moda

RESUMO

O texto apresenta uma experiência metodológica vivenciada em um curso de Design de Moda na cidade do Rio de Janeiro, Brasil, feita com alunos do último semestre durante o desenvolvimento de seus projetos de conclusão. Apresenta o estudo de uma ferramenta para o processo criativo e alguns resultados obtidos. O texto reflete também sobre a importância do material têxtil como elemento criativo e não apenas como meio para a roupa.

Palavras-chave: Processo criativo. Método. Materiais.

The Textile materiality in the graduation of the fashion designer.

ABSTRACT

The text presents a methodological experience lived in a Fashion Design course in the city of Rio de Janeiro, Brazil, made with students from the last semester during the development of their conclusion projects. It presents the study of a tool for the creative process and some results obtained. The text also reflects on the importance of textile material as a creative element and not just as a means for clothing.

Keywords: *Creative process. Methods. Textile.*

La materialidad textil en la formación del diseñador de moda.

RESUMEN

El texto presenta una experiencia metodológica vivida en un curso de Diseño de Moda en la ciudad de Río de Janeiro, Brasil, realizada con estudiantes del último semestre durante el desarrollo de sus proyectos de conclusión. Presenta el estudio de una herramienta para el proceso creativo y algunos resultados obtenidos. El texto también reflexiona sobre la importancia del material textil como elemento creativo y no solo como medio de confección.

Palabras clave: *Proceso creativo, Métodos, Textil.*

1. INTRODUÇÃO

Na formação de graduação em moda no Brasil, comumente, é possível observar um percurso evolutivo do ensino no qual técnicas são apresentadas para o desenvolvimento das habilidades discentes, ao passo que o pensamento crítico sobre sua área de atuação amadurece e se amplia. No entanto, esse percurso se mostra frágil quando o tema é o domínio da matéria a ser utilizada na construção dos artefatos e vestimentas, ou mesmo, quando se trata do papel do material têxtil como elemento do processo criativo. Esta indefinição quanto ao papel e relevância do material têxtil na formação do designer de Moda, não parece ser um problema exclusivo dos cursos brasileiros. A editora e pesquisadora de tendências Lidewij Edelkoort declara no site do projeto que realiza em parceria com a faculdade Parsons/USA e intitulado como “New York Textile Month”, que:

Hoje, o mundo da arte e do design se depara com uma debilitante falta de conhecimento sobre os têxteis. Arquitetos, artistas e designers industriais, bem como designers de moda, não sabem mais os materiais com que trabalham todos os dias de suas carreiras. (EDELKOORT, L. 2020)

Edelkoort encerra sua declaração reforçando a necessidade urgente de falar e discutir sobre os têxteis e sua preservação, para tal objetivo a educação se mostra um dos melhores caminhos. Neste sentido, a necessidade de termos um maior destaque ao material têxtil dentro dos currículos de graduação em moda torna-se latente, e não somente como cursos de externos de aperfeiçoamento como pós-graduação e extensão, mas dentro de suas grades curriculares, entendendo que este conhecimento pode propiciar um maior

domínio ao aluno de seu material base e lhe dar mais estímulos criativos para a inovação processual ou incremental.

2. RECOMEÇANDO, DE NOVO.

Foi pensando neste cenário que em 2016 deu-se início a um trabalho de equipe focado na exploração do tecido como material de estímulo criativo para turmas de projeto final (conclusão de curso), e é nesta experiência que este texto se concentra.

No ano de 2012 um dos mais antigos e principais cursos de graduação em Design De Moda da cidade do Rio de Janeiro passou por uma grande reformulação no seu projeto pedagógico (PPC) e na sua matriz curricular. O curso contava com um tipo de projeto de TCC amplo apoiado por diferentes orientadores de áreas diversas, porém sem aulas simultâneas. Neste modelo alguns entraves se davam principalmente na ausência de definições claras das contribuições de cada orientador, fazendo com que alunos e docentes tateassem. Essa ausência de definição favorecia uma mudança constante de métodos, a presença de métodos paralelos e não convergentes e, em alguns momentos, métodos conflitantes. Por outro lado, o cenário era uma brecha de oportunidade. Na busca por um novo formato alguns ajustes foram precisos: as 18h de orientação foram mantidas, porém divididas em cinco disciplinas, que se inter-relacionavam. Foram definidos os produtos resultantes esperados¹, onde o ponto principal de partida era a pesquisa teórica, desenvolvida e aprovada no semestre anterior na disciplina de Projeto final 1 (ou TCC1). Todos os conceitos, recortes e abstrações iniciais partiam deste primeiro elemento textual. O texto como base da construção prática, como fonte

de uma tessitura imagética e criativa.

Essa centralidade da produção textual ocorreu não apenas no projeto de conclusão do curso, mas também em diferentes disciplinas na estrutura curricular. A ideia era desenvolver um repertório crítico e amplo no aluno, sanando de forma focada algumas ausências de conteúdo e permitindo um maior domínio teórico do seu trabalho nas etapas finais. As habilidades técnicas e práticas também precisavam ser desenvolvidas e para tal foram incluídas disciplinas como design têxtil, beneficiamento têxtil, estamparia digital e costura, que tinham como avaliação a execução de objetos pertinentes a cada conteúdo. Imaginou-se que com essas alterações poderíamos alcançar algumas metas em curto prazo, como:

- Alinhar esteticamente os produtos práticos executados nas quatro disciplinas constantes do TCC2/Projeto Final;
- Aproximar o pensamento teórico conceitual do trabalho monográfico;
- Dar maior domínio e desenvoltura ao aluno nas técnicas e execuções de demanda prática e construtiva do vestuário;
- Evidenciar ao aluno outras possibilidades de criação além do referencial comum de mídia (revistas de moda, sites de tendências, grandes marcas...);
- Fazer com que o aluno alcance autonomia no domínio e execução do projeto no mesmo nível exigido do mercado;
- Evidenciar que diferentes referenciais e repertórios visuais são passíveis de alimentar o processo criativo fortalecendo a identidade autoral do aluno.

Porém essas alterações não se mostraram totalmente eficientes, era preciso um novo esforço. Então, em 2016 foi pensada uma solução que pudesse ser aplicada unicamente no módulo de TCC2 (último semestre) e que colocasse as disciplinas e professores em ações paralelas complementares

e em total sintonia, o que ainda nos faltava. Todo esforço se concentrou, portanto, na definição de um processo criativo guiado e compartilhado.

2.1 O Texto e o tecido

A ideia do criador como alguém que nasceu com o dom, ou ainda, que a criatividade é apenas uma habilidade de algumas pessoas, já caiu em desuso diante das pesquisas em diversos campos do saber. Estas pesquisas colocam o processo criativo partindo de um problema, uma demanda, ou de uma necessidade, “uma combinação de um estímulo imaginário com as limitações de um problema, e seu intuito é encontrar um ‘cruzamento’ entre eles, aquilo que chamamos de ideia” (AZNAR, 2011). Existem os chamados processos criativos na moda, intimamente atrelado aos ciclos de moda, sistema que possui elementos constitutivos embasados na efemeridade (TREPTOW, 2003), o que impacta fortemente no processo de criação. Não diferente, um projeto de TCC é compreendido em um espaço de tempo igualmente limitado, sendo em torno de um semestre e os projetos associados a estações do ano ou temáticas temporárias.

Cabe ressaltar que desenhar um produto vestível é diferente de criar uma coleção de moda. Esta reflexão está comprometida com o processo criativo na moda, no sentido do capital cultural, não apenas no desenho de um produto. Para isso, nos cabe pensar na moda como um produto intangível, que segundo Keller (2007), é “um modo ou costume que prevalece em uma determinada época” e de capital simbólico “reflete os valores e os costumes de uma sociedade em um período do tempo”. Assim, o designer não teria como confinar tais conceitos em um único produto, mas pode promover um processo de difusão social por meio deles,

num discurso mais amplo como uma coleção de moda (conjunto de produtos). É necessário que o designer de moda esteja extremamente informado a respeito dos diferentes aspectos que configuram o momento presente. Pode-se dizer que estas informações estão intimamente atreladas ao viver do designer. Este viver se desdobrando em seus olhares, suas pesquisas, seu recorte conceitual do mundo e do mercado que está inserido.

Ninguém é criativo a partir do nada. [...] um indivíduo só é criativo quando consegue, a partir de suas experiências 'associar fatos conhecidos que, no entanto, eram encarados como estranhos uns aos outros' (FORNASIER, MARTINS e DEMARCHI, 2008, p. 138).

É necessário, então, absorver, "digerir" e interpretar todas essas informações coletadas para assim poder realizar conexões aparentemente improváveis à maioria das pessoas. Ou seja, quanto maior a maturação do conhecimento obtido com as informações recebidas, maior será a geração de correlações cognitivas pelo designer. Encontramos, então, uma lacuna no manuseio da materialidade, onde alguns projetos, apesar de bem fundamentados e com boas soluções estéticas e formais, parecem desconectados de seus conceitos originais apresentados no texto da monografia, ausentes de uma identidade autoral e de harmonia entre conceito, objeto, texto e matéria. E decidimos que este seria o caminho a ser "acelerado". Era preciso agora romper com o sistema linear e conectar texto e matéria por meio da vivência dos materiais como elementos conceituais do projeto.

2.2 Materialização Das Ideias

A primeira distinção necessária a se fazer está na diferenciação entre os termos material e materialidade. Nesta proposta, que a palavra material está relacionada à parte concreta da matéria que será utilizada para construção dos vestíveis, seja este material, tecido, fio, plástico, couro, acrílico e etc. O termo materialidade, condensa em si o que podemos perceber, ver, e fazer para que a ideia possa existir em um contexto visível. Na materialidade, o material abandona a sua crueza de matéria e faz uma passagem para o simbólico combinando materiais diversos; ferramentas, que são técnicas que possibilitam a criação; e o seu suporte, no caso da moda, o corpo. "A matéria é a preocupação mecânica com o suporte material, ao passo que a materialidade abrange o potencial expressivo" (LAURENTIZ, 1991:102).

Separar o material da materialidade é impossível, bem como, existir uma materialidade sem material, mas essa distinção nos faz entender os processos que os materiais passam para alcançarem o status de materialidade na coleção de moda, ainda segundo Paulo Laurentiz, "Isto acarreta mudanças importantes", pois "operar sobre a matéria e sobre a materialidade determinam maneiras diferentes de comportamento" (idem:103). Quais as ferramentas que seriam utilizadas? Como proporcionar uma estrutura não linear? Como promover a visão global do processo?

O primeiro passo foi uma construção coletiva em que cada professor trouxe sua expertise e área disciplinar para que essa possibilidade de materialização fosse integrada em todas as etapas dos processos de criação. Assim, a parte teórica permaneceu como fonte principal para toda as atividades práticas e foi adotada uma nova ferramenta nomeada de Mapa Visual Storytelling. Este mapa foi constituído a partir da

junção do storyboard, ferramenta gráfica que permite um percurso de narrativas criativas (HART, 1999) utilizadas por cursos de cinema e design de animação e o storytelling, recurso comum na publicidade para criar narrativas envolventes ligadas ao consumo (CARRILHO, MARKUS, 2014). O aluno passa a ser incentivado a construir uma referência gráfica/visual capaz de por si só narrar o conteúdo da monografia, seguindo a mesma sequência textual de seus capítulos e dando ênfase aos valores e conceitos por ele selecionados como fundamentais e norteadores. A atividade leva o aluno a compreender sua proposta não somente como um “tema”, mas como algo maior no qual possa ter uma visão global do seu projeto (do conceito à materialidade).

Nesta etapa, é dado ao discente a autonomia na definição do que seja a essência do seu projeto, a única interferência dos orientadores é questionar o aluno sobre suas escolhas a fim de que o mesmo as justifique e consiga contextualizar suas escolhas. A partir da seleção efetuada, os termos são dispostos em uma tabela e são analisados numa matriz conceitual de projeto. A opção pelo uso da matriz conceitual se dá por “transformar conceitos e realidades complexas em novas possibilidades de produto, carregados de significados, uma espécie de tabela que os auxilia a organizar, de forma prática, os conceitos às suas ideias quanto às cores, matérias-primas e formas” (NEDER, MONTEIRO, 2013). Essa é a primeira tarefa de materialização, onde os alunos necessitam preencher os campos estabelecendo livres associações entre as diversas colunas, partindo de elementos chamados “intangíveis” – sensações, sentimentos, impressões, valores, conceitos etc. – e chegando a elementos “tangíveis” – tecidos, cores, formas, texturas etc. Esta atividade contribui na organização da etapa prática da pesquisa e auxilia o aluno na tomada de decisões importantes para o projeto, ou seja, é

uma ferramenta que permite concretizar formalmente um cenário abstrato.

2.3 A matéria como alimento criativo

Antes do preenchimento das demais colunas da matriz, o aluno é levado a executar 2 ações paralelas: a experiência visual e a experiência material dos conceitos e valores selecionados. Na Primeira, a experiência visual, ocorre com a seleção de três imagens que o aluno acredita que correspondam a um determinado conceito apresentado na coluna da esquerda da tabela, as imagens não podem ser de produtos de moda, marcas ou simplesmente roupas. Partindo do princípio que o processo criativo é alimentado por referenciais diversos, logo quanto maior e variada for essa “alimentação” melhores serão os frutos. Aqui se justifica o veto para o uso de imagens de moda como forma de evitar o processo endógeno e propiciar maior diversidade no repertório visual do aluno, assim como maior domínio na autoria, visto que as imagens são interpretações visuais do aluno. Essas imagens são apresentadas ao orientador que faz uma pré-seleção considerando a maior adequação e abrangência da imagem ao conceito selecionado.

A segunda, a experiência material ocorre em paralelo, enquanto seleciona as imagens o aluno inicia exercícios de exploração de materiais têxteis e não têxteis diversos a fim de provocar um sentido tátil (além de visual) coerente com as imagens coletadas na percepção dos conceitos fundamentais e norteadores. Essa atividade ocorre até que o mapa visual storytelling seja construído. Apesar de paralelas, as atividades estão intrínsecas num processo dinâmico e não linear, no qual as palavras conceito geram reflexões quando colocadas frente às imagens escolhidas para representá-las e geram

percepções que são traduzidas em materiais que, posteriormente, construirão a materialidade da coleção. Dessa percepção das palavras e imagens surgem as traduções, por parte do discente, em materiais, técnicas e/ou beneficiamentos. Esses experimentos, ainda demasiadamente exploratórios, não podem ser parte de vestuários ou vestuários completos.

A cada experimento apresentado, novos questionamentos são feitos e os experimentos são, então, aprimorados, ocorrendo uma troca, acréscimo de materiais ou ainda modificação na técnica para se adequar melhor ao futuro suporte, o corpo. Os alunos são incentivados a tecer, manipular, construir texturas ou a interferir em tecidos que possam, de algum modo, criar uma representação tátil do que se vê como conceito.

É somente a partir da definição desta primeira etapa, com imagens e experimentos em materiais que se dá sequência ao preenchimento das demais colunas da matriz conceitual, sempre relacionando as demais células com o conceito/valor da linha referente. Na medida que a matriz é preenchida novas imagens para os demais campos são coletadas e os alunos são incentivados a construir o mapa visual de *storytelling* que, ao mesmo tempo em que se apresenta como desafio, é essa composição visual que possibilita a integração e maturação do discurso estético do aluno. As imagens são dispostas de acordo com seus significados atribuídos (os conceitos fundamentais ou norteadores) e na mesma sequência do trabalho monográfico constituindo assim uma narrativa. Essa narrativa pode ser disposta da esquerda para a direita, de cima para baixo, do centro para a borda, desde que a leitura e compreensão não sejam prejudicados. Quando o *Storytelling* é finalizado, os experimentos são revisitados e novas solicitações de adequação são feitas para que a

materialidade da coleção possa ser construída de forma equilibrada, ou seja, conceitos, imagens, materiais, técnicas e representações ganham uma unidade. Os processos voltam ou avançam conforme a necessidade de materialização de cada projeto, constituindo uma leitura visual e tátil. As imagens a seguir exemplificam os experimentos dialogando com o *storytelling*.

Ainda em paralelo, os alunos são acompanhados na formulação de uma cartela de cores que irá respeitar as seleções de imagens e os experimentos desenvolvidos pelo aluno, e, também, uma cartela de materiais que, em conjunto com os experimentos, possa iniciar a visualização de formas e silhuetas que expressem um ato harmônico entre matéria, cor e volume.

Nesta terceira fase, na qual cor, material e experimento já parecem falar por si só, expressando a narrativa visual construída, os alunos são agora incentivados a realizarem estudos de formas e volumetria a partir da comunhão entre mapa visual, os experimentos e suas proposições estéticas. Esse estudo de forma e volumetria em alguns momentos também ocorre por meio de colagens livres sobre um corpo base nú, o que se mostrou igualmente frutífero seja por dificuldade no domínio da representação ou por resistência a um estudo livre de formas a partir das imagens. Um ponto importante a ser destacado aqui é que o material e as experimentações são igualmente princípios da criação assim como o texto, constituindo um repertório criativo próprio, gerado pelo aluno ao longo do processo em seu projeto. O objeto é fonte, ação e resultado.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por mais gratificante ou mesmo surpreendente que esteja sendo essa experiência ela não é aceita por todos os discentes, cada aluno traz um repertório e resistências pessoais de acordo com suas crenças e construções formadas no seu percurso individual formativo. Lidar com essas inseguranças e as diferentes reações é uma etapa de aprendizado dos docentes e colabora para os eventuais ajustes no método de trabalho. Afinal, o desenvolvimento dessas atividades, as orientações paralelas e a criação sem uso de uma referência de moda clara (fotos de desfiles, de marcas, campanhas publicitárias etc.) não é um trabalho fácil, ao contrário, ao longo desses anos mostrou-se também um desafio para a equipe. Entretanto, nos permitiu frutos excelentes que se refletem na vida profissional de alunos egressos, que com maior autonomia e identidade se firmam no mercado².

Esperamos que o designer de moda ao entrar no mercado seja capaz de dominar o processo criativo que o permitirá transformar objetos imaginários (ideias, desenhos, colagens, imagens) em objetos concretos (materiais, tridimensionais, vestíveis e comercializáveis), porém muitas vezes o que este profissional recém chegado encontra é uma cultura uniforme, que busca soluções que atendam um coletivo homogêneo tornando o processo criativo, formador de cópias e limitador de uma perspectiva de longo prazo (JOHANSSON, 2010). Na busca por quebrar este ciclo que apenas renova o que já existe, pensamos este processo de criação como meio de interação entre diferentes contextos, ideias e materialidades.

É importante ressaltar que não existe apenas um modelo de processo criativo. Os processos são múltiplos, não lineares e com metodologias variadas, entende-se por método neste

texto como “uma série de operações necessárias, dispostas em ordem lógica, ditadas pela experiência” (Munari,1998). Morais (2006) contribui afirmando que para ficar fora de um contexto de cópia é necessário adequar a metodologia escolhida ao desenvolvimento dos produtos que atinjam o objetivo esperado e não se apoiar em copiar referências que já se encontram em circulação no mercado.

Cabe às instituições pensar constantemente nos métodos oferecidos e vivenciados pelo aluno. Na experiência descrita, ainda em andamento, a lacuna identificada possibilitou dar maior centralidade ao material colocando-o como elemento criativo central que colabora em uma narrativa estética e não somente a representa ou apoia. Como aponta Saltzman (2004) a roupa corresponde a formas têxteis criando e interferindo nos espaços, para a autora, devemos estar atentos aos elementos que se relacionam e compõem um vestuário, especialmente o tecido e corpo. O corpo, para Saltzman é o suporte onde o tecido se apoia e onde os significados se originam. Nesta perspectiva a relação entre corpo e tecido, corpo e texturas, constitui uma dinâmica própria além da roupa e gera igualmente significados múltiplos. O processo de criação é complexo e exige mais que talento por parte dos designers, exige experimentar sem medo novos meios de significar. Nós, docentes, devemos direcionar o olhar do aluno para o que está ao seu redor e o veja de outra maneira interpretando de forma que possa estabelecer uma identificação pessoal com todos os recursos que dispõe, inclusive os materiais. Seja qual for a metodologia escolhida. Quando o processo de criação é rico, engloba mais que o ato de criar uma coleção de moda, e nos faz refletir.

Notas de fim de texto

1 Os produtos são: uma coleção de produtos de vestuário contendo no mínimo 15 looks completos, acessórios complementares (mínimo de 4 itens), monografia contendo memorial descritivo de projeto, book impresso contendo toda a coleção (na pandemia em formato virtual), embalagens e fashion film. Destes itens de vestuários, 2 looks completos com respectivos acessórios, eram confeccionados e apresentados em banca, presencial ou virtual.

2 Marcas como LI!
(<https://www.instagram.com/lfeitoamao.br/>), 1985dd
(<https://www.instagram.com/loja1985dd/>), Patrick
Lnagkammer
(<https://www.instagram.com/patricklangkammer/>) , entre
outros que atuam no mercado.

3 As imagens dos processos encontram-se disponíveis em:
https://drive.google.com/file/d/1ki94vdHY7TbbWqshFWGA4J8H_ZGcfazM/view?usp=sharing Marcas como LI!
(<https://www.instagram.com/lfeitoamao.br/>), 1985dd
(<https://www.instagram.com/loja1985dd/>), Patrick
Lnagkammer
(<https://www.instagram.com/patricklangkammer/>) , entre
outros que atuam no mercado.

REFERÊNCIAS

AZNAR, Guy. **Ideias – 100 técnicas para a criatividade**. São Paulo: Summus, 2011.

CARRILHO, Kleber; MARKUS, Kleber, **Narrativas Na Construção De Marcas: Storytelling E A Comunicação De Marketing**. **Organicom** – v. 11, N. 20, P.128-136, 2014, Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/139224>. Acesso em: 15 mai. 2021.

FORNASIER, Cleuza B. R.; MARTINS, Rosane F. de F.; e DEMARCHI, Ana Paula P. **O ensino da disciplina de desenvolvimento de projetos como sistema de gestão do conhecimento**. In: **Design de Moda: olhares diversos**, Dorotéia Baduy Pires (org.). Barueri, São Paulo: Estação das Letras e Cores Editora, 2008.

HART, J. **The Art Of The Storyboard: storyboarding for film, TV and animation**. Woburn: Focal Press, 1999.

JOHANSSON, Eleonor. **Slow fashion – the answer for a sustainable industry?** Boras: University of Boras, 2010.

KELLER, Paulo Fernandes. **O Trabalho Imaterial do Estilista, a Produção de Moda e a Produção de Roupas**. (Apresentação) 31º. Encontro Anual da ANPOCS. Caxambu – MG, 2007. Disponível em: <https://estudosemdesign.emnuvens.com.br/design/article/download/302/217>. Acessado em: 15 mai2021.

LAURENTIZ, Paulo. **A Holografia do pensamento artístico**. Campinas:Edunicamp, 1991.

SALTZMAN, Andrea. **El cuerpo diseñado: la forma y el proyecto della vestimenta**. Buenos Aires: Paidós, 2004

MONTEIRO, Gisela Pinheiro; NEDER, Mônica Queiroz. **Handstorm: uma prática para o design de moda**. **REDIGE** v. 4, n. 01, P.01-13, 2013. Disponível em: <http://www.cetiq.tsenai.br/redige>. Acessado em: 15 mai 2021

MORAIS, M. M. Reflexões metodológicas sobre o Design de moda. In: **CONGRESSO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN**, 7, 2006, Curitiba. Anais. Curitiba: Unicamp, 2006. 1 CD-ROM

New York Textile Month. **A Manifesto by Lidewij Edelkoort**. Disponível em: <https://www.textilemonth.nyc/>. Acesso em: 15 mai. 2021.

TREPTOW, Doris. **Inventando Moda**, planejamento de coleção. Brusque, 2003.