

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](#)

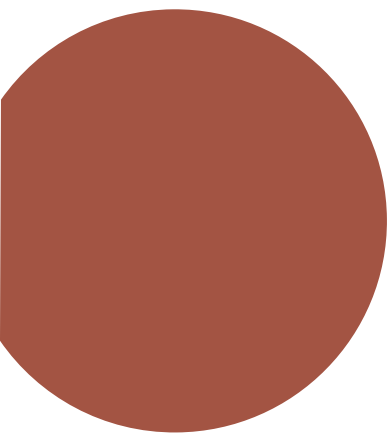
Enviado: 29/05/2021 // Aceito: 13/08/2021

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-chaves: 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, este 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 à 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, 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. Nesse 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, dando-lhe 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. Esta 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.

Tal 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, 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, 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 atrelados 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 como 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 desdobra em seus olhares, suas pesquisas, seu recorte conceitual do mundo e do mercado em 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; 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, 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 tal 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 esta 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). Esta 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 para a 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 duas 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 de 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. Tais imagens são apresentadas ao orientador, que faz uma pré-seleção considerando a maior adequação e abrangência da imagem ao conceito selecionado.

Na 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. Esta 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. Tais 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, um acréscimo de materiais ou ainda a 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 em 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 esta 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) na mesma sequência do trabalho monográfico, constituindo, assim, uma narrativa. Esta narrativa pode ser disposta da esquerda para a direita, de cima para baixo, do centro para a borda, desde que a leitura e a compreensão não sejam prejudicadas. 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. Este estudo de forma e volumetria, em alguns momentos, também ocorre por meio de colagens livres sobre um corpo base nu, o que se mostrou igualmente frutífero seja por dificuldade no domínio da representação, seja por

resistência a um estudo livre de formas por meio 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.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por mais gratificante ou mesmo surpreendente que esteja sendo a 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 são um trabalho fácil, ao contrário, ao longo desses anos, mostraram-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 a um coletivo homogêneo, tornando o processo criativo como 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 neste 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). Moraes (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 do 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 do 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, dois *looks* completos com respectivos acessórios eram confeccionados e apresentados em banca presencial ou virtual.

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

⁴ Revisão ortográfica e gramatical do artigo realizada pela empresa World Chain Idiomas e Traduções Ltda.

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 Holarquia 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.cetiqt.senai.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.

The textile materiality in the graduation of the fashion designer

Aline Moreira Monçores

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

Daniele Spada Tavares

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

Sent: 05/29/2021 // Accepted: 08/13/2021

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.



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.*

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. INTRODUCTION

Regarding the undergraduate course in fashion in Brazil, it is commonly possible to observe an evolving path of teaching in which techniques are presented for the development of students skills, whereas critical thinking with regards to their field of work matures and expands. However, this path presents itself as fragile when the topic is the mastery of the fabrics to be used in the building of the artifacts and clothing, or even, when it comes to the role of the textiles as an element of the creative process. This lack of definition regarding the role or relevance of the textile material in the shaping of a Fashion designer, does not seem to be solely one that pertains to the Brazilian undergraduate courses. The editor and trends researcher Lidewij Edelkoort states on the project website which she carries out in partnership com Parsons School of Design/USA named 'New York Textile Month' that:

Nowadays the world of arts and design faces a debilitating lack of knowledge about textiles. Architects, artists and industrial designers, as well as fashion designers no longer have the knowledge regarding the materials which they work with every single day of their careers (EDELKOORT, L. 2020).

Edelkoort closes her statement reinforcing the urgency to talk about and discuss textiles and their preservation, and to achieve this goal, education is one of the best paths. In this sense, the need to have a greater prominence to textile material in the fashion course undergraduate syllabus becomes crucial, not only in external improvement courses such as post graduate and extension courses, but also in the syllabus, acknowledging that this skill can enable students to master their base material and create stimuli for procedural and incremental innovation.

2. STARTING OVER

Taking this scenario into account, in 2016 a teamwork was initiated focusing on the usage of fabric as a tool for creative stimuli for final project classes (completion of the course), and it is in this experiment which this text focuses on.

In the year of 2012, one of the most traditional and important undergraduate courses in Fashion Design in the city of Rio de Janeiro underwent a major redesign of its pedagogical project and in its syllabus. The course consisted of a comprehensive final paper Project supported by different academic advisors from various areas, with no simultaneous classes though. In this model, some hindrances took place, mainly in the absence of clear definitions with regards to the contributions of each advisor, causing students and professors alike to grope. This lack of definition favored a constant change of methods, the presence of alternative non convergent, and at times conflicting methods. On the other hand, the scenario offered a breach of opportunity. In the search for a new format, some adjustments had to be made. The 18 hours of orientation were kept, they were divided into five disciplines, though, which were interrelated. The expected resulting products were defined, where the main starting point was the theoretical research, developed and approved in the previous semester, in The Final Project 1 class. All the concepts, clippings, and initial abstractions departed from this textual element. The text, as the basis of practical construction, as a source of imagery and creative weaving.

This centrality of textual production occurred not only in the project of completion of the course, but also in different disciplines in curricular structure. The idea was to develop a critical and broad repertoire in the student, rectifying, in a focused way, some lack of content and allowing a greater theoretical mastery of their work in the final stages. Technical and practical skills also needed to be developed and therefore, disciplines such as textile design, textile processing, digital printing, sewing, in which the execution of elements is relevant to each content was assessed. It was thought that with those changes we could achieve some goals in the short

term, such as:

- Aligning aesthetically the resulting products executed in the four disciplines of the Final Project 2;
- Approximating the conceptual theoretical thought to the final paper;
- Providing greater mastery and resourcefulness to the student regarding the techniques and executions of practical and constructive clothing demands;
- Highlighting other possibilities of creation to the students besides the common media references (fashion magazines, trending sites, big brands...);
- Making sure the students achieve autonomy in the mastery and execution of the project to meet the market requirements.
- Stressing that different references and visual repertoires are likely to feed the creative process by strengthening the student's authorial identity.

However, these changes were not fully efficient; a new effort was needed. So, in 2016 a solution was devised that could be applied only in the Final Project 2 module (last semester) and that could involve both discipline and professors in complementary parallel actions and in full harmony, which we still lacked by then. All effort was, therefore, focused on defining a guided and shared creative process.

2.1 Text and Fabric

The idea of the creator as someone who was born with the gift, or even, that creativity is only a skill some people have, has already fallen into disuse in the face of research in various fields of knowledge. This research poses the creative process originating from a problem, a demand, or a need, "a combination of an imaginary

stimulus with the limitations of a problem, and its purpose is to find an 'intersection' between them, what we call an idea" (AZNAR, 2011). There are the so-called creative processes in fashion, closely linked to fashion cycles, a system that has constitutive elements based on ephemerality (TREPTOW, 2003), which heavily impacts the creation process. Similarly, a thesis project is confined in an equally limited time, around a semester long and the projects associated with seasons or temporary issues.

It is worth mentioning that designing a wearable product is different from creating a fashion collection. This reflection is committed to the creative process in fashion, in the sense of cultural capital, not just in the design of a product. Therefore, it is up to us to think of fashion as an intangible product, which according to Keller (2007), is "a mood or habit that prevails in a given period" and symbolic capital "reflects the values and customs of a society in a period of time". Thus, the designer would not be able to confine such concepts in a single product, but can promote a process of social diffusion through them, in a broader discourse as a fashion collection (set of products). It is necessary that the fashion designer is extremely well-informed about the different aspects that configure the present moment. It can be said that this information is closely linked to the designer's lifestyle. This way of living unfolds itself in their views, their research, its conceptual cutout of the world and the market that they are inserted into.

No one is creative out of nothing. [...] an individual is only creative when he can, from his experiences 'associate known facts that, however, were seen as alien to each other' (FORNASIER, MARTINS and DEMARCHI, 2008, p. 138).

It is then necessary to absorb, "digest" and interpret all this collected information in order to be able to make seemingly unlikely connections to most people. That is, the greater the maturation of the knowledge obtained through the information received, the greater the generation of cognitive correlations by the designer. We realize, then, a gap in the handling of materiality, where some projects, although well founded and with good aesthetic and formal

solutions, seem disconnected from their original concepts presented in the text of the thesis, lacking an authorial identity and harmony among concept, object, text and matter. And we decided that this would be the way to be "accelerated". It was necessary to break with the linear system and connect text and matter through the experience of materials as conceptual elements of the project.

2.2 Materialization of Ideas

The first distinction needed to be made is in the differentiation between the terms material and materiality. In this proposal, where the word material is related to the concrete part of the matter that will be used for the designing of wearables, be this material, fabric, yarn, plastic, leather, acrylic, etc. The term materiality, condenses in itself what we can perceive, see, and do so that the idea can exist in a visible context. In materiality, the material abandons its rawness of matter and transitions into the symbolic by combining various materials; tools, which are techniques that enable the creation; and its support, in the case of fashion, the body. "Matter is a mechanical concern with material support, while materiality encompasses the expressive potential" (LAURENTIZ, 1991:102).

Separating material from materiality is impossible, as well as, it is to exist a materiality without material, but this distinction makes us understand the processes that materials go through to achieve materiality status in the fashion collection, according to Paulo Laurentiz, "This entails important changes", because "operating on matter and materiality determine different ways of behaving" (idem:103). What tools would be used? How to provide a nonlinear structure? How to promote the global view of the process?

The first step was a collective work in which each teacher brought in his expertise and disciplinary area so that this possibility of materialization could be integrated into all stages of the creation processes. Thus, the theoretical part remained as the main source for all practical activities and it was adopted as a new tool called

Visual Storytelling Map. This map was formed from the merger of the storyboard, a graphic tool that allows a path of creative narratives (HART, 1999) used by film and animation design courses and the storytelling, a common resource in advertising to create engaging narratives linked to consumption (CARRILHO, MARKUS, 2014). The student is encouraged to build a graphic/visual reference capable of narrating the content of the monograph by itself, following the same textual sequence of its chapters and emphasizing the values and concepts selected by him as fundamental and guiding. The activity enables the student to understand his proposal not only as a "theme", but as something greater in which he can have a global view of his Project (from concept to materiality).

In this stage, the student is given autonomy in defining what the essence of his project is, the only interference of the advisors is to question the student about their choices so that he justifies them and can contextualize their choices. From the selection made, the terms are arranged in a table and are analyzed in a conceptual project matrix. The choice for the use of the conceptual matrix is made for "transforming complex concepts and realities into new product possibilities, full of meanings, a kind of table that helps them to organize, in a practical way, the concepts to their ideas regarding colors, raw materials and shapes" (NEDER, MONTEIRO, 2013). This is the first task of materialization, where students need to fill out the blanks establishing free associations between the various columns, starting from elements called "intangibles" – sensations, feelings, impressions, values, concepts, etc. – and reaching "tangible" elements – fabrics, colors, shapes, textures, etc. This activity contributes to the organization of the practical stage of the research and assists the student in making important decisions for the project, in other words, it is a tool that allows them to formally realize an abstract scenario.

2.3 Matter as creative nourishment

After filling out the other columns of the matrix, the student is led to perform 2 parallel actions: the visual experience and the

material experience of the selected concepts and values. In the first one, the visual experience takes place with the selection of three images that the student believes to correspond to a particular concept presented in the left column of the table, the images can not be of fashion products, brands or simply clothes. Assuming that the creative process is fed by diverse references, the larger and more varied this "nourishment" is, the better the fruits will be. Here the prohibition of the use of fashion images is justified as a way to avoid the endogenous process and provide greater diversity in the student's visual repertoire, as well as greater mastery in authorship, since the images are visual interpretations of the student. These images are presented to the advisor who makes a pre-selection considering the greater adequacy and scope of the image to the selected concept.

The second, the material experience occurs in parallel, while selecting the images the student starts exercising the exploration of different textile and non-textile materials in order to provoke a tactile (besides visual) sense consistent with the images collected in the perception of fundamental and guiding concepts. This activity occurs until the visual storytelling map is constructed. Although parallel, the activities are intrinsic in a dynamic and nonlinear process, in which the concept words generate reflections when placed in front of the images chosen to represent them and generate perceptions that are translated into materials that will later build the materiality of the collection. From this perception of words and images arise the translations, by the student, into materials, techniques and / or benefiting processes. These experiments, still too exploratory, cannot be part of garments or full outfits.

With each experiment presented, new questions are made and the experiments are then improved, with an exchange, addition of materials or modification in the technique to better suit the future support, the body. Students are encouraged to weave, manipulate, construct textures or interfere with fabrics so that they can somehow create a tactile representation of what is seen as a concept.

It is only from the definition of this first stage on, with images and experiments in materials that the filling out of the other columns

of the conceptual matrix follows, always relating the other cells with the concept/value of the referent line. As the matrix is filled out, new images for the other blanks are collected and students are encouraged to build the visual map of storytelling that is, while presenting itself as a challenge, this visual composition that enables the integration and maturation of the student's aesthetic discourse. The images are arranged according to their assigned meanings (the fundamental or guiding concepts) and in the same sequence of the undergraduate thesis, thus constituting a narrative. This narrative can be arranged from left to right, from top to bottom, from center to edge, as long as the Reading and the comprehension are not impaired. When Storytelling is finished, experiments are revisited and new suitability demands are made so that the materiality of the collection can be constructed in a balanced way, that is, concepts, images, materials, techniques, and representations gain unity. The processes are resumed or go forward according to the need for materialization of each project, constituting a visual and tactile reading. The following images exemplify the experiments dialoguing with the storytelling.

Also in parallel, students are accompanied in the formulation of a color chart that will respect the selections of images and experiments developed by the student, and also a chart of materials that, together with the experiments, can start the visualization of shapes and silhouettes that express a harmonic act between matter, color and volume.

In this third phase, in which color, material and experiment already seem to speak for themselves, expressing the visual narrative built, students are now encouraged to carry out studies of forms and volumetry from the communion between the visual map, the experiments and their aesthetic propositions. This study of shape and volumetry at some moments also occurs through free collages on a naked base body, which proved equally fruitful either by difficulty in the mastery of representation or by resistance to a free study of shapes derived from the images. A key point to be highlighted here is that the material and experimentations are as well as the texts, principles of creation, constituting a creative repertoire of their own, generated by the student throughout the

process in his project. The object is source, action, and result.

3. FINAL CONSIDERATIONS

As rewarding or even surprising as this experience is, it is not accepted by all the students; each student brings a repertoire and personal resistance according to their beliefs and baggage acquired in their individual formative course. Dealing with these insecurities and different reactions is a learning stage for professors and it contributes to any adjustments in the work method. After all, the development of these activities, the parallel orientations and the creation without the use of clear fashion references (photos of fashion shows, brands, advertising campaigns etc.) is not an easy job, on the contrary, over these years it has also proved to be a challenge for the team. However, it has been a rewarding experience, which has had a considerable impact in the professional life of graduate students, who with greater autonomy and identity established themselves in the Market².

We hope that the fashion designer when entering the market will be able to master the creative process that will allow him to transform imaginary objects (ideas, drawings, collages, images) into concrete objects (material, three-dimensional, wearable and marketable), but often what this newly arrived professional finds is a uniform culture, which seeks solutions that meet a homogeneous collective mindset, making the creative process simply a copying process, limiting a long-term perspective (JOHANSSON, 2010). In the quest to break this cycle that only renews what already exists, we think of this process of creation as a means of interaction between different contexts, ideas and materialities.

It is important to emphasize that there is not only a creative process template. The processes are multiple, non-linear and with varied methodologies, it is understood by method in this text as "a series of necessary operations, arranged in logical order, dictated by experience" (MUNARI, 1998). Morais (2006) contributes by claiming that to stay out of a copying context it is necessary to

adapt the chosen methodology to the development of products that achieve the expected goal and not to rely on copying references that are already circulating in the market.

It is up to the institutions to constantly think about the methods offered and experienced by the student. In the experience described, still in progress, the identified gap made it possible to give greater centrality to the material, placing it as a central creative element that collaborates in an aesthetic narrative and not only represents or supports it. As Saltzman (2004) points out, clothing corresponds to textile forms creating and interfering in spaces, for the author we must be attentive to the elements that relate and compose a garment, particularly the fabric and the body. The body, for Saltzman, is the support where the fabric rests and where the meanings originate. In this perspective, the relation between body and fabric, body and textures, constitutes a dynamic of its own beyond clothing and also generates multiple meanings. The process of creation is complex and requires more than talent from designers, requires experimenting, without fear, new means of signifying. As teachers, we must guide the student's perception to what is around him and see it in another way, interpreting it so that he can establish a personal identification with all the resources available, including the materials. Whatever the chosen methodology is. When the creation process is rich, it encompasses more than the act of creating a fashion collection, and makes us reflect.

END NOTES

¹ The products are: a collection of clothing products containing at least 15 complete looks, complementary accessories (minimum of 4 items), a monograph containing descriptive project memorabilia, a printed book containing the entire collection (in the pandemic in virtual format), packaging and a fashion film. Among these clothing items, 2 complete looks with respective accessories, were made and presented to a board, presentially or virtually.

² Brands like L! (<https://www.instagram.com/lfeitoamao.br/>),

1985dd (<https://www.instagram.com/loja1985dd/>), Patrick Langkammer (<https://www.instagram.com/patricklangkammer/>) , and others.

³ Process images can be seen in: https://drive.google.com/file/d/1ki94vdHY7TbbWqshFWGA4J8H_ZGcfazM/view?usp=sharing

⁴ Spelling and grammar revision of the article by World Chain Idiomas e Traduções Ltda.

REFERENCES

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 Holarquia 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.cetiqt.senai.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.