

A Ilustração de moda e o Desenho de moda

The Fashion Illustration and fashion drawing

Carla Stephania de Góis Duarte

Mestre em Moda, Cultura e Arte pelo Centro Universitário SENAC
Professora do curso profissionalizante de desenho de moda do SENAC Penha
alrracky@hotmail.com

Resumo

Este trabalho propõe apresentar um breve histórico da ilustração de moda e do desenho de moda, procurando evidenciar as acepções que diferenciam esses dois modos de produção da linguagem do desenho. A partir de uma revisão bibliográfica, foram selecionados dois tópicos, abordando questões referentes à constituição da ilustração de moda e do desenho de moda. Por fim serão apresentadas as considerações finais geradas para contribuir no desenvolvimento do campo científico da moda.

Palavras-chave: ilustração de moda – desenho de moda – design de moda

Abstract

This paper is to present a brief history of fashion illustration and fashion drawing, seeks to show the meanings that differentiate these two languages of drawing. Through a bibliographical review, two topics had been selected, addressing issues concerning the constitution of the fashion illustration and fashion drawing. Finally is presented the final considerations raised to help in developing the scientific field of fashion.

Key-words: Fashion Illustration – fashion drawing – fashion design

Introdução

O objetivo deste texto é construir uma reflexão sobre a distinção que se estabelece entre ilustração de moda e desenho de moda. Muitos estudos abordam apenas o desenho não mencionando a ilustração, até mesmo confundindo essas duas vertentes da linguagem do desenho como se fosse uma só. Essa confusão da abordagem acaba se estendendo para o discurso adotado pelas instituições de ensino de moda e pelos profissionais atuantes no mercado de trabalho, uma vez que são raras as publicações científicas direcionadas sobre o assunto.

Dessa maneira, o presente estudo, propõe diferenciar duas ramificações da linguagem do desenho que compõe o universo de moda: a ilustração de moda e o desenho de moda. Para isso, foram escolhidos alguns autores os quais respaldamos a nossa leitura dessa diferenciação: Derdyk (2003); Wilson (1985); Blackman (2007); Mackrell (1997); Bonsiepe (1997); Munari (1993) e Souza (1983).

A Ilustração de moda

A ilustração é uma imagem ou um desenho que normalmente possui uma forma figurativa, ou seja, uma maneira de representar por meio de figuras, embora também possa ser apresentada de forma abstrata. Essa característica do desenho é muito utilizada para acompanhar, explicar, informar, sintetizar ou até mesmo sugerir um texto ou uma idéia.

A técnica da ilustração de moda é feita, com o intuito de ser veiculada por meios midiáticos, como podemos observar hoje onde ela aparece em: jornais, revistas, livros, principalmente por livros que tem seu conteúdo voltado para a literatura infanto-juvenil (tornando-se tão importante quanto o texto), publicidade e propaganda. Tornando a ilustração um produto de divulgação.

A ilustração de moda pode ampliar os significados subjetivos, normalmente, restritos ao seu contexto e, ao expandi-los, “o desenho exerce na ilustração, a função de comunicação, expressão e conhecimento” (DERDYK, 2003, p.29). O desenho como linguagem ilustrativa, aparece como representação visual, trazendo elementos que abarcam a moda. Logo, a ilustração de moda aqui, aparece como uma grande divulgadora dos trajes utilizados no passado, no presente e até mesmo daqueles a serem usados no futuro.

Modapalavra E-periódico

De acordo com alguns autores como Blackman, é no século XVI que surgem as primeiras ilustrações de moda. “A história da Ilustração de moda começa no século XVI, quando as explorações e os descobrimentos provocaram fascinação por vestidos e pelos trajes de todas as nações do mundo” (BLACKMAN, 2007, p.06). Os artistas participavam das grandes navegações com a finalidade de registrar o que era encontrado nos novos continentes conforme as consecutivas descobertas. Porém foram os trajes e suas diversidades que roubaram a atenção do olhar dos artistas. Sendo esse o motivo dos artistas gravarem em suas viagens os trajes de diversos povos e nações.

As ilustrações eram produzidas pela técnica da xilogravura que consistia em decalcar uma prancha de madeira com buril formando sulcos e deixando em relevo o formato do desenho desejado, em seguida, passa-se a tinta em cima do relevo e pressiona essa prancha de madeira em um papel, o resultado final desse processo é a impressão de uma ilustração. De acordo com os autores H. W. Janson e Anthony F. Janson, pela primeira vez foi possível ter uma obra ao “alcance de todos”, pois com uma única prancha de madeira era possível se obter várias impressões que eram vendidas a preços baixos, facilitando assim uma maior difusão da ilustração de moda (JANSON e JANSON, 2000, p.184).

Foi pela grande repercussão que tiveram essas ilustrações que muitos outros artistas passaram a viajar em busca de trajes para produzirem esse fenômeno, “felizmente, havia um grupo de artistas que eram ávidos em saber sobre modas e costumes, e em suas peregrinações gravaram suas impressões fazendo gravuras em madeira” (MACKRELL, 1997, 10), preservando assim a memória. Movidos pelo interesse despertado pelas novidades oriundas de terras novas e distantes, recém-encontradas, os artistas passam a viajar por países do continente europeu, bem mais próximos, em busca de vestes locais para fazerem o registro ilustrativo.

A impressão em madeira de trajes diferenciados passou a atrair muitos artistas, que queriam também imprimir tais vestes de outras localidades, de acordo com Wilson, “no século XVI, os livros sobre o traje tornaram-se populares. Descreviam e representavam as várias maneiras de vestir da moda, em diferentes regiões, e contribuíram sem dúvida para uma aceleração no processo da moda” (WILSON, 1985, p.34). Embora dominando a técnica de impressão em madeira, os ilustradores lutavam contra a ineficácia do processo quando se tratava do livro. Cada palavra exigia um novo bloco de madeira e a feitura de todo o processo de gravação exigido por ‘um quadro’, algo similar a um carimbo. O preço do livro era algo impraticável para o que se pretendia, isto é, a veiculação de ilustrações, de desenhos e ideias em uma escala maior e menos restritiva.

Modapalavra E-periódico

Em 1554, Joannes Gutenberg inventou os tipos móveis de impressão e o livro ganha acessibilidade, tornando-se menos elitista. Para a ilustração de moda, a invenção de Gutenberg foi um ponto importantíssimo, pois além de surgirem os primeiros livros de costumes impressos, na segunda metade do século XVI, tornou-se muito mais fácil o intercâmbio entre regiões: os livros foram barateados, possibilitando um acesso mais fácil às informações sobre hábitos e costumes de diferentes povos, inclusive, e para nós, principalmente, sobre trajes seus modos e usos.

Coube ao artista da ilustração, além da gravação, a função de descrever os trajes, apresentar as diversas maneiras de uso e explicitar suas diferenças, assim como localizá-los geograficamente em um mundo que se expandia. Ao potencial informativo do desenho, agrega-se o discurso verbal e sua capacidade reflexiva. Diferenciam-se os artistas em dois grupos: os que apenas desenhavam e os que desenhavam e escreviam sobre os trajes, inovando assim o tratamento dispensado à vestimenta que passa a ser objeto cognitivo, ou seja, passível de conhecimento.

A palavra alemã *Trachtenbücher* – *tracht*, vestes e *bücher*, livros – nomeia os livros de costumes, no sentido de trajes, roupas. Os *Livros de Costume*, em diversas edições e traduções, eram publicados e circulavam em grandes centros urbanos europeus – Paris, Veneza, Antuérpia e Frankfurt – apresentando a moda das grandes cidades e das regiões européias mais distantes. Esses livros, além de descreverem os trajes, esclareciam como eram usados, reportavam-se a vestimentas antigas e, curiosamente, apresentavam também uma seção exclusiva narrando os modos de vida dos povos e regiões que estavam sendo descobertos e/ou explorados (MACKRELL, 1997, 14).

Mais do que ilustrar os costumes em regiões e países distintos, muitos dos livros de costumes discorriam sobre a questão da beleza física e da elegância refletidas por meio das roupas. Os livros invadiram também os palácios e passaram a descrever as características a serem observadas para a constituição de uma corte perfeita, ou seja, a vestimenta tornou o comportamento das pessoas uma arte em si. Tornou-se necessário aprender a manusear roupas e acessórios, combiná-los e usá-los adequadamente e a moda, ou seja, usar aquilo que estilisticamente predominava, passa a ser uma regra a ser seguida entre as pessoas (MACKRELL, 1997, 14).

Porém, não foi apenas por meio dos livros que a moda foi ilustrada. No século XVII, ocorre o surgimento do jornalismo de moda e dos almanaques. E uma nova forma de expressão surge no interior desses veículos de comunicação: a caricatura. No início, o jornalismo de moda era voltado para o público masculino, pois trazia notícias de eventos

Modapalavra E-periódico

nacionais, políticos e de guerras. Foi a revista *Le Mercure galant*, fundada pelo dramaturgo Jean Donneau de Visé, que mudou esse jornalismo voltado para o público masculino. A revista orientada para o público feminino – as damas da moda –, apresentava conteúdo de moda, preconizando o que hoje chamamos de jornalismo de moda, divulgava notícias da corte, especialmente da vida social da nobreza. Os almanaques, constituídos de textos de cunho informativo (assuntos gerais e/ou especializados) e recreativos, publicados, quase sempre anualmente, reservavam espaços para a moda. Segundo Mackrell (1997, p. 46), havia almanaques que se apresentavam como cópia do jornalismo de moda. Publicação em que predominava o verbal, as únicas imagens que os almanaques apresentavam eram as caricaturas – meio pelo qual os artistas da época desenhavam em forma de *cartoon* os trajes de corte extremamente luxuosos, de damas e cavalheiros da nobreza. Esses *cartoons*, estruturados formalmente como anúncios, de forma engraçada, satírica e zombeteira ridicularizavam os nobres, seus trajes e comportamentos.

É apenas no século XVIII que aparecem, nas revistas, ilustrações de moda coloridas. O lançamento de revistas de moda de alta qualidade foi rapidamente mudando o sentimento da sociedade. A revista *Le cabinet des modes*, ou *Les modes nouvelles*, foi a primeira revista de moda francesa publicada regularmente, com uma tiragem quinzenal, exemplares de oito páginas e contendo três catálogos de moda, coloridos a mão, de trajes femininos, masculinos e infantis. A revista abordava também acessórios, perucas, chapéus, jóias, objetos que eram símbolos de *status* da alta burguesia; apresentava sugestões de decoração interna, prataria, mobiliário e até modelos de carruagens. (MACKRELL, 1997, 69). Embora bastante significativa como publicação, *Le cabinet des modes*, não foi a única revista em que apareceram as ilustrações coloridas de moda. Em quase toda a Europa, no século XVIII, muitas outras revistas também exibiam ilustrações de moda em suas páginas.

No século XIX, as ilustrações de moda entram em decadência. O advento da fotografia, no início do século XIX, muda a face imagética das publicações impressas. As ilustrações de moda sobreviveram no século XX, dividindo os catálogos das revistas com as fotografias. Atualmente, raramente aparecem nas revistas e jornais, devido a sua substituição pela fotografia.

Embora rápidas e simples, as informações apresentadas sobre a história da ilustração de moda permitem perceber que ela, além de ser produzida por artistas, é um desenho orientado para a divulgação, neste caso, da moda, sem excluir o conhecimento contextual a ela agregado.

O desenho de moda

Segundo Feghali e Dwyer (2001), “é do século XVIII a primeira desenhista de moda de que se tem notícia”, Rose Bertin, mais conhecida como Mme. Bertin, responsável por vestir a Rainha Maria Antonieta, segundo o estilo da época, o Rococó. Os desenhos de roupas, nessa época, não eram nada inovadores e o que se pode notar ao observá-los é que as diferenças nos modelos limitavam-se à escolha dos enfeites e alguns poucos pormenores. O ilustrador de moda desenhava as roupas que já existiam e as mostrava em livros de costumes. O desenhista de moda, além de desenvolver criações, vestia seus clientes.

Em contrapartida, o desenhista de moda, desenvolvia criações e com elas vestia sua clientela, não à toa Rose Bertin era considerada “ministra da moda como ela própria se intitulava” (FEGHALI; DWYER, 2001, p. 110). De acordo com a estudiosa Elizabeth Wilson (1985, P. 48), “Rose Bertin não só desenhava os vestidos que Maria Antonieta vestia e lhe dava conselhos sobre a sua *toilette* de uma maneira geral, como também fazia bonecas elegantes, figurinos nos quais as suas modas eram representadas em miniatura”. Podemos notar que Rose Bertin teve um papel importantíssimo na moda, pois além de desenhar e desenvolver os trajes, ao executá-los em pequena escala nas bonecas de moda, ela criou objetos de divulgação, pois eles circulavam pelas grandes cortes da Europa, difundindo as modas da França pelo continente.

Ainda conforme Wilson (1985, p. 48), “o primeiro desenhador de modas verdadeiramente moderno foi Charles Frederick Worth”. De origem britânica, Worth é o primeiro a confeccionar modelos sob medida (VICENT-RICARD, 2002, p. 56), pensando nas clientes para quem tinha a intenção de vender (TREPTOW, 2003, p. 41). Ele mostrava em aquarela os croquis de seus modelos para as clientes, confeccionava a roupa e em seguida vestia o modelo apresentado anteriormente por meio de desenho, em manequins que se apresentam ao vivo.

Worth foi, por dez anos, o árbitro da moda em Paris (LAVÉRE, 2002, p. 186). Segundo Vincent-Ricard (2002, p56), o sucessor de Worth foi Paul Poiret que, já no século XX, alcançou níveis ousados de criatividade, tendo, principalmente, liberado o corpo feminino da “armadura imposta” no século XIX, o espartilho. Poiret deve sua fama como estilista por ter incorporado em seus trajes a influência oriental (TREPTOW, 2003, p. 42).

De acordo com o que foi dito, percebemos que esses desenhistas de moda, não apenas desenhavam e criavam em papel, como também desenvolviam suas criações, materializando-

as em tecido, tornando-as usáveis. Por isso podemos afirmar que os desenhistas de moda, ao desenvolverem suas criações, transformam-se em *designers* de moda.

O *design* tem sua origem no século XX com o advento da industrialização. A Bauhaus, escola alemã fundada em 1919, uniu os campos da arte e do artesanato, desenvolvendo produtos funcionais com qualidades artísticas. A Bauhaus contribuiu de forma significativa para o estabelecimento do papel do *designer*, tornando-se um marco na história do *design* que a ela deve sua expansão e grande parte de seu prestígio. Segundo Bruno Munari (1993, p. 21-21), a *Bauhaus* pretendia formar um artista diferenciado do estereótipo adotado até aquele momento – o artista gênio ou o artista endeusado. Dessa conceituação é que se origina o *designer*, que foi capaz de criar, desenvolver e construir objetos funcionais, agregando qualidades artísticas e direcionando ao grande público, isto é, havia a pretensão que os objetos produzidos se tornassem comuns ao cotidiano.

Para uma melhor compreensão do que vem a ser um *designer*, segundo Bonsiepe (1997, p. 11), o termo “*design*, não é ‘desenho’”. Para Ostrower (1999, p. 62), o desenho, considerado uma imagem de arte carregada de sentido, visualmente explícito em sua estrutura espacial, permanece subordinado à expressividade, tornando-se suporte artístico. A partir do momento em que o desenho passa a ter a intenção de uma futura construção, projeção ou elaboração do objeto que ele representa, caracteriza-se como *design* (BONSIEPE, 1997, p. 11).

No exercício de sua função de *designer*, o estilista passa a interferir no gosto do público e até modificar, as preferências da sociedade. Construindo não mais roupas, trajes utilitários, e sim *looks* (peças do vestuário que se estruturam em um conjunto do qual participam os acessórios: saia, blusa, sapatos, bolsas, chapéus, luvas, brincos, pulseiras, etc.), constituem “a moda, que como sempre, era um reflexo da época” (LAVIER, 2002, p. 213). Conforme afirma Gilda de Melo e Souza, em seu belíssimo texto *O espírito das roupas: a moda no século dezenove* (1983, p. 32), “colocado na encruzilhada entre as solicitações do público e o impulso artístico, o criador de modas, mais do que qualquer outro criador, terá, não há dúvida, de alertar sua sensibilidade para o momento social e pressentir os esgotamentos estéticos em vias de se processar”.

Logo, “o objetivo principal do *designer* é agregar valor a determinado gênero” (FEGHALI; DWYER, 2001, p. 110), pois é pesquisando as necessidades da sociedade que é possível ao *designer* desenvolver produtos que satisfaçam os desejos dos consumidores, despertando consecutivamente outras necessidades e desejos, gerando assim um aumento na produção e no desenvolvimento de novos produtos.

Modapalavra E-periódico

O desenho de moda, busca a materialização, ou seja, tem a intenção da execução do referido desenho. O desenho de moda é elaborado por estilistas que podem ser chamados de *designers*, uma vez que ao materializar os desenhos que concebem, além de resolverem “problemas de equilíbrio de volumes, de linhas, de cores, de ritmos” (SOUZA, 1983, p. 33), também, modificam os gostos e estilos de vida das pessoas.

Considerações Finais

Podemos notar que ao longo desse estudo, fica evidenciado que o desenho de moda e a ilustração de moda são usados em processos diferenciados: o desenho de moda busca a materialização, a execução do referido desenho; já a ilustração de moda transita em meios midiáticos de divulgação.

As duas linguagens do desenho, tanto a ilustração de moda quanto o desenho de moda, possuem, antes de tudo, a função comunicativa. O desenho de moda apresenta essa função comunicativa no processo em que está sendo desenvolvido, pois para que a equipe possa materializá-lo, é necessário que ele seja informativo e a ilustração apresenta essa função comunicativa já na própria divulgação, ou seja, a ilustração só apresenta uma linguagem ao final do desenho. O desenho de moda deve ser feito para a materialização do produto. A ilustração de moda deve circular entre as mídias divulgando modas desde as mais atuais, até as mais antigas apresentando a sociedade quais as novidades e os desusos.

O desenho de moda é elaborado por estilistas que podem ser chamados de *designers*, uma vez que eles passam a materializar o desenho do papel, modificando até mesmo o gosto ou os desejos da sociedade. A ilustração de moda, por sua vez pode ser elaborada por qualquer pessoa, desde estilistas até publicitários ou mesmo pessoas comuns que possuam outras formações, desde que o objetivo desse desenho seja voltado para o vestuário e que o mesmo circule entre as mídias.

Referências Bibliográficas

- BLACKMAN, Cally. *100 años de ilustración de moda*. Barcelona: Art Blume.S.L., 2007.
- BONSIEPE, Gui. *Design: do material ao digital*. Florianópolis: FIESC: IEL, 1997.
- DERDYK, Edith. *Disegno. Desenho. Desígnio*. Organização de Edith Derdyk. São Paulo: Editora SENAC, 2007.

Modapalavra E-periódico

- FEGHALI, M. K. & DWYER, D. *As engrenagens da moda*. Rio de Janeiro: SENAC, 2001.
- JANSON, H. W. e JANSON, Anthony F. *Iniciação à História da Arte*. Tradução de Jefferson Luis Camargo. São Paulo: Martins Fontes, 2000.
- LAVER, James. *A roupa e a moda: uma história concisa*. Tradução Glória Maria de Mello Carvalho. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.
- MACKRELL, Alice. *An illustrated history of fashion: 500 years of fashion illustration*. B.t. batsford: London, 1997.
- MUNARI, Bruno. *A arte como ofício*. Lisboa: Presença, 1993.
- OSTROWER, Fayga. *Acasos e Criações Artísticas*. 2ª ed. Rio de Janeiro, Editora Elsevier, 1999.
- SOUZA, Gilda de Mello e. *O espírito das roupas: a moda no século dezenove*. São Paulo: Companhia das Letras, 1983 e 2005.
- TREPTOW, Doris Elisa. *Inventando moda: planejamento de coleção*. Brusque: Ed. do Autor, 2003.
- VICENT-RICARD, Françoise. *As espirais da moda*. 3ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1989.
- WILSON, Elizabeth. *Enfeitada de sonhos: moda e modernidade*. Tradução de Maria João Freire. Rio de Janeiro: Edições 70, 1985.

Data de Recebimento: 20/10/2009

Data de Aceitação: 23/04/2010