

A arquitectura monumental como fonte de inspiração de vestuário de moda: Uma experiência académica.

Broega, Cristina¹; Cunha, Joana²

Resumo

Estando este ano a decorrer uma votação mundial para eleger as “7 Novas Maravilhas do Mundo”³, também em Portugal decorre a eleição das “7 Maravilhas de Portugal”⁴. Foi com base neste evento que surgiu a ideia de se propor um desafio aos alunos da unidade curricular de Design de Vestuário⁵. Este consiste, em que os alunos desenvolvam uma mini-colecção de vestuário feminino, inspirada num dos monumentos candidatos às “7 Maravilhas de Portugal”. Esta mini-colecção, ainda que inspirada, sob o ponto de vista estético, num dos monumentos candidatos, segue um processo e metodologia de design baseado também na análise e interpretação das tendências de moda. Através deste projecto, procurou-se dar aos alunos ferramentas que lhes permitam conjugar outros elementos estéticos inspiradores, além das tendências de moda, para assim poderem desenvolver produtos verdadeiramente diferenciados e que, simultaneamente, se apresentem como potenciais produtos de sucesso no mercado da moda. A presente comunicação visa explorar os resultados obtidos, pelos alunos, neste exercício metodológico, através da análise de um conjunto de *portfolios* de colecção apresentados pelos alunos.

Palavras chave: Criação de vestuário de Moda, diferenciação, inovação

Introdução

A arte, cultura e tradição de um povo encontram a sua forma de expressão maior na arquitectura, particularmente na arquitectura monumental.

¹ Docente da unidade curricular de **Design de Vestuário** da Licenciatura em Design e Marketing de Moda, Assistente do Departamento de Engenharia Têxtil, Universidade do Minho. Campus de Azurém. 4800 Guimarães. Portugal - e_mail: cbroega@det.uminho.pt

² Docente das unidades curriculares de **Teoria do Design e Design Têxtil** da Licenciatura em Design e Marketing de Moda, Professora Auxiliar do Departamento de Engenharia Têxtil, Universidade do Minho. Campus de Azurém. 4800 Guimarães. Portugal - e_mail: jcunha@det.uminho.pt

³ The Official Declaration of the New 7 Wonders of the World – www.new7wonders.com

⁴ As Sete Maravilhas de Portugal – www.7maravilhas.pt

⁵ Unidade curricular do 2º ano do curso de Design e Marketing de Moda da Universidade do Minho

Os monumentos constituem por isso uma parte muito significativa da herança e património cultural da humanidade. Estes ao encerrarem em si períodos da história e cultura dos povos, fazem-nos perpetuar no tempo presente.

A arquitectura, dita como sendo uma arte maior, tem servido ao longo da história como referência e fonte de inspiração para as artes ditas menores, como é o caso das artes decorativas e têxteis.

Nos últimos tempos muito se tem debatido sobre a relação da arquitectura com o vestuário e o fenómeno da moda. Sendo certo que nos últimos tempos temos vindo a assistir ao surgimento de correntes que definem a arquitectura actual como uma arquitectura de moda e até a associações entre criadores de moda e arquitectos para a diferenciação de novos edifícios [1]. O certo é que o vestuário sempre esteve de alguma forma ligado à arquitectura, se observarmos as várias correntes artísticas manifestadas na arquitectura ao longo dos tempos, sem dúvida encontramos alguns paralelismos entre o vestuário dessas épocas e a arquitectura.

Neste contexto entende-se facilmente que a arquitectura monumental nos pode servir como fonte de inspiração estética para trabalhos dos mais diversos tipos, onde a moda e o vestuário não são excepção. Podendo inclusivamente esta inspiração ser a fonte que permitirá alcançar a tão desejada forma de diferenciação dos produtos, neste mundo da globalização, conferindo-lhes individualidade e identidade.

Com a eleição este ano das “7 Novas Maravilhas do Mundo”⁶, decorre em simultâneo em Portugal a eleição das “7 Maravilhas de Portugal”⁷. Para esta eleição foram seleccionados em duas fases, primeiro por peritos e numa segunda fase por um Conselho de Notáveis composto por personalidade de diversos quadrantes⁸, de um total de 793 monumentos nacionais classificados pelo IPPAR⁹, um conjunto de 21 monumentos que marcam tanto a história como a cultura portuguesa.

Estes 21 monumentos são por ordem alfabética, o Castelo de Almourol, o Castelo de Guimarães, o Castelo de Marvão, o Castelo de Óbidos, o Convento de Cristo Tomar, o Convento e Basílica de Mafra, a Fortaleza de Sagres, as Fortificações de Monsaraz, a Igreja de São Francisco Porto, a Igreja e Torre dos Clérigos, o Mosteiro da Batalha, o

⁶ The Official Declaration of the New 7 Wonders of the World – www.new7wonders.com

⁷ As Sete Maravilhas de Portugal – www.7maravilhas.pt

⁸ Sete maravilhas de Portugal – wikipédia –

http://pt.wikipedia.org/wiki/Sete_maravilhas_de_Portugal

⁹ IPPAR – Instituto Português do Património Arquitectónico

Mosteiro de Alcobaça, o Mosteiro dos Jerónimos, o Paço Ducal de Vila Viçosa, a Universidade de Coimbra, o Palácio de Mateus, o Palácio Nacional da Pena, o Palácio Nacional de Queluz, as Ruínas de Conímbriga, o Templo Romano de Évora e a Torre de Belém.

O vestuário de moda

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

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

A capacidade de um produto de vestuário de moda atingir o sucesso prende-se com diversos factores, entre os quais se destacam: o seu grau de aceitação por parte do público-alvo, o seu grau de inovação e diferenciação dos demais produtos no mercado, o seu valor estético, a satisfação emocional que oferece ao seu consumidor e o nível de impacto na sociedade em geral.

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

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

O Projecto

Com base na iniciativa da eleição das “7 Maravilhas de Portugal” e no conjunto dos 21 monumentos seleccionados para votação, surgiu a ideia de se propor um desafio aos

alunos da unidade curricular de Design de Vestuário¹⁰. Este desafio consistiu em que os alunos desenvolvessem uma mini-colecção de vestuário feminino, inspirada num dos monumentos candidatos às “7 Maravilhas de Portugal”, procurando fazer com que trabalhassem simultaneamente a componente estética e a capacidade de inovação.

Para este projecto de desenvolvimento de uma pequena colecção, ainda que inspirada, sob o ponto de vista estético, num dos monumentos candidatos, os alunos deverão seguir um processo e metodologia de design baseado também na análise e interpretação das tendências de moda. Pois para o sucesso de um produto de vestuário de moda é imperativo que este seja desenvolvido tendo em atenção não só os elementos diferenciadores trabalhados a partir da fonte de inspiração mas também a sua conjugação com uma linguagem estética e de comunicação inserida nas actuais tendências de mercado e de moda.

Partindo desta fonte de inspiração diferente (monumentos nacionais) e conjugando-a com as tendências de moda para o Outono/Inverno 2007/08, os alunos desenvolveram o seu próprio conceito da colecção, focalizados num público-alvo de jovens adultos femininos.

Iniciaram o processo de design e desenvolvimento em papel, com a criação dos cartazes de cores e os *Mood Boards*. Iniciando com a pesquisa de formas, volumes e materiais, ao que se seguiu a pesquisa de proporções, cores e combinações, texturas, estruturas e acabamentos. Após o desenvolvimento dos esboços passaram ao desenvolvimento dos croquis, fichas técnicas, croqui técnico ilustrado e protótipos.

O monumento fonte de inspiração para este projecto foi atribuído a cada aluno por sorteio.

Análise de *portfolios* de colecção

De entre os vários projectos entregues pelos alunos, foi escolhido um pequeno conjunto para esta análise por ser totalmente inviável passar em análise o conjunto total dos projectos entregues.

O projecto apresentado na figura 1 teve como fonte de inspiração o Palácio Nacional da Pena, monumento que constitui uma das expressões máximas do Romantismo aplicado ao património arquitectónico edificado no séc. XIX em Portugal, tendo este vindo a ser

¹⁰

Unidade curricular do 2º ano do curso de Design e Marketing de Moda da Universidade do Minho

eleito uma das 7 Maravilhas. Após um levantamento exaustivo da história e das características arquitectónicas do edifício, o aluno construiu o *Mood Board* que o guiou durante todo o processo criativo. Para além deste painel de inspiração foram criados outros dois, um referente às tendências de moda para Outono Inverno 2007/08 e outro referente ao público-alvo. Todos estes elementos ajudam o aluno a orientar-se na sua pesquisa de formas, volumes, materiais e texturas. O resultado final, expresso em algumas imagens da colecção apresentadas no painel da figura 1, fazem denotar o equilíbrio estético e a inovação conseguida nesta min-colecção que se pretende ser sobretudo comercializável.

O segundo trabalho que aqui se apresenta teve como fonte de inspiração a Torre de Belém, também esta consagrada vencedora do título de Maravilha de Portugal na eleição do passado dia 7 de Julho. A Torre de Belém, edificada em homenagem a S. Vicente, data de 1520 e é desde então símbolo do prestígio real. A sua decoração ostenta iconologia própria do estilo Manuelista conjugando a este elementos naturalistas. No projecto apresentado na figura 2, o aluno demonstrou capacidade de explorar criativamente a adaptação ao vestuário das características mais marcantes desta Torre. Também aqui foi construído um *Mood Board*, ver figura 2, que reflecte o estudo atento do monumento seguindo-se a mesma metodologia que no caso anterior trabalhando-se também os painéis de tendências e de público-alvo. Os *outfits* desenvolvidos para esta pequena colecção mostram um equilíbrio entre os elementos de inspiração provenientes do monumento e as tendências de moda. O enquadramento escolhido para a apresentação do *portfólio* realça a linguagem actual que esta colecção apresenta.

O terceiro projecto teve como fonte de inspiração o Mosteiro de Alcobaça. Datado do séc. XIII, a abadia de Alcobaça trata-se da primeira obra inteiramente gótica edificada em Portugal e também este monumento se encontra entre os 7 eleitos. O projecto inspirado neste monumento revela também, à semelhança dos anteriores, a capacidade dos alunos de inovarem partindo de elementos estéticos menos usuais no design de moda.

Muitos outros trabalhos mostraram resultados tão bons como os aqui apresentados, como é o caso das colecções inspiradas no Mosteiro dos Jerónimos e no Castelo de Guimarães. Em ambos os casos o equilíbrio estético conseguido nos *outfits* apresentados demonstra claramente como os alunos foram capazes de criar colecções

verdadeiramente diferenciadas, e que simultaneamente se apresentam com um bom potencial de sucesso no mercado da moda, tal como nos demais casos aqui ilustrados.

Conclusões

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

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

Bibliografia

McKelvey K., Munslow J. – *Fashion Design: Process, Innovation and Practice*, Blackwell Publishing, Inc. 2002, ISBN-10: 0632055995

Giorgi A. – *Artísticamente Moda*, TONOS Revista electrónica de estudos filológicos, Nº12 Dezembro 2006 – artigo consultado em Julho 2007 em: <http://www.um.es/tonosdigital/znum12/secciones/Moda.htm>

La arquitectura de moda, revista La voz de San Justo, mayo de 2007– artigo consultado em Julho 2007 em:

http://www.lavozdesanjusto.com.ar/index.php?option=com_content&task=view&id=5923&Itemid=2

The Official Declaration of the New 7 Wonders of the World – www.new7wonders.com (Julho 2007)

As Sete Maravilhas de Portugal – www.7maravilhas.pt (Julho 2007)

Wikipédia – http://pt.wikipedia.org/wiki/Sete_maravilhas_de_Portugal (Julho 2007)