

O PAPEL DO MODELISTA NA CRIAÇÃO DE PRODUTOS DO VESTUÁRIO

The role of the modelist in the creation of products of the clothing

Motta, Maria Guilhermina Hining; Pós -graduanda; Senac/SP,
newcortsp@gmail.,com¹
Martins, Leilane Rigatto; Doutoranda; Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da
Universidade de São Paulo, lanerigatto@gmail.com²

Resumo: Este artigo analisa a relação do profissional de modelagem, seu potencial de autonomia na definição, desenvolvimento e conclusão de projetos de produtos de moda. Foi realizada uma análise das competências do profissional modelista, suas responsabilidades dentro do processo produtivo junto aos profissionais gestores dos projetos, concedendo aos produtos maior valor de diferenciação tornando-os mais competitivos.

Palavras chave: Modelista, *moulage*; modelagem plana; processos criativos.

Abstract: This article analyzes a professional modeling relationship its potential for autonomy definition, developing and completing fashion product designs. An analysis of the competencies of the modeling professional, his responsibilities within the productive process, was carried out with the project management professionals, giving the products greater difference value, making them more competitive.

Keywords: Modeler; *moulage*; flat modeling; creative processes.

Introdução

O presente artigo tem como fundamento as análises da influência e participação do profissional de modelagem no processo criativo de produtos do vestuário.

¹ Pós-graduanda em Modelagem e Moulage no Processo de Criação pelo Senac/SP. Bacharel formada em Design de Moda em 2015 pela Universidade Anhembi Morumbi.

² Doutoranda e Mestra pela FAU USP, pesquisa a noção de projeto em Design de Moda a partir da formação da Academia no Brasil. Estilista formada em Design de Moda em 2003 pela UAM atualmente é bolsista da FAPESP/CAPES, processo nº 2014/23513-6. As opiniões, hipóteses e conclusões ou recomendações expressas neste material são de responsabilidade do(s) autor(es) e não necessariamente refletem a visão da FAPESP e da CAPES.

A metodologia adotou fontes secundárias, tomando por base autores como Deborah Christo e Alberto Cipinuk (2013), Richard Sorger e Jenny Udale (2009), que apontam em suas pesquisas a necessidade de domínio e conhecimento a respeito dos processos de construção de um produto de moda, pelo profissional que o projeta.

Aprofundando o estudo sobre o uso de diferentes técnicas de modelagem para a construção de produtos, Maria Luiza Veloso Mariano e Eloíze Navalon (2010) esclarecem a relevante contribuição desta etapa dentro das confecções, no que diz respeito a potencialização do processo criativo e as autoras Sílvia Damasceno e Alessandra Rigoldi (2008), em seu artigo, explanam a preocupação das confecções em satisfazer seus consumidores oferecendo-lhes novidades, utilizando a técnica de *moulage* como ferramenta de inovação e construção de modelagens diferenciadas.

A autora Doris Treptow (2013) contribuiu com a presente pesquisa ao dedicar seus estudos às etapas de desenvolvimento de produtos: criação, processo de definição, métodos de modelagem adotados na indústria, entre outros aspectos que viabilizam a conclusão de projetos de design dentro da moda, assim como o autor Flávio Sabrá (2014) que relata sobre a importância da comunicação clara entre as etapas de construção de um produto e disponibilidade de informações suficientes para a conclusão de um projeto, por meio de fichas de desenvolvimento.

Além disso, houve a realização de estudo de caso em confecção que dispõe do desenvolvimento de todo o processo de elaboração dos produtos, orientados por ficha de desenvolvimento de produto, apontando possíveis falhas de comunicação entre o designer responsável pelo projeto, e o setor de modelagem. Assim sendo, avaliou-se a tomada de decisões do modelista em seu ofício, a fim de concluir os projetos em sua totalidade.

Um novo olhar sobre o profissional de modelagem

O design, que na década de 1990 no Brasil, assumiu formalmente os projetos de produto do vestuário como atividades pertencentes à sua área á pedido do MEC, segundo Deborah Chagas Christo e Alberto Cipiniuk (2013), entende que o designer é o gestor de projetos e deve deter o controle sobre as etapas de construção dos produtos do vestuário.

Porém, talvez em função dessa mudança, ainda há uma falta de controle sobre o ciclo de confecção, visto em estudo de caso realizado na empresa Moura Duarte Especiarias Ltda Epp, localizada não bairro Bom Retiro/SP, especializada em moda feminina.

Nesse artigo, para fins de levantamento e tratamento de fontes primárias, será considerada a experiência da empresa mencionada. Nela a responsável pela concepção de produtos relata que a maioria das fichas de desenvolvimento enviadas por seus clientes apresentam-se incompletas e há omissão de informações fundamentais para a conclusão dos projetos, tais como: representação da parte da frente e costas do modelo, tecidos, tipo de acabamentos, aviamentos, beneficiamentos etc. Estas são informações indispensáveis para a execução da modelagem do produto, etapa relevante para esta pesquisa, que se propõem a compreender o profissional de modelagem como ferramenta fundamental para a criação, desenvolvimento, e que pode apresentar soluções para a construção e conclusão de produtos do vestuário, no cenário industrial hoje observado no mercado da moda.

A empresa se destina ao desenvolvimento de peças piloto e produção em série das mesmas. Atendendo grandes marcas nacionais, domina os processos de execução como modelagem, corte, pilotagem, acabamentos e finalização das peças concentrando-se na elaboração das mesmas internamente, e terceirizando certos beneficiamentos, que são processos aos quais são submetidos os tecidos (estamparia, sublimação, *silk*, bordados etc.), dando-lhes acabamentos diferenciados.

É evidente a necessidade de uma comunicação eficiente entre as etapas de confecção de um produto, considerando a afirmação de Flávio Sabrá (2014) que diz que “o desenvolvimento de uma coleção, executado por estilistas ou designers de moda, precisa ser sistemático, bem planejado e administrado”.

Á partir da fala de Sabrá entende-se que o gerenciamento é possível por meio da ficha de desenvolvimento, documento que registra todos os processos e por intermédio dele os demais profissionais envolvidos na elaboração dos produtos de moda se orientam para a construção da peça. Funciona como um instrumento de comunicação entre as etapas.

Dentro de uma confecção nomeia-se modelista o profissional que se dedica à construção tridimensional de projetos de produtos de moda. Para isso, ele utiliza recursos e conceitos de ergonomia, anatomia, geometria/trigonometria aplicada e matemática. A operação de modelar, representada por meio de moldes, é denominada modelagem.

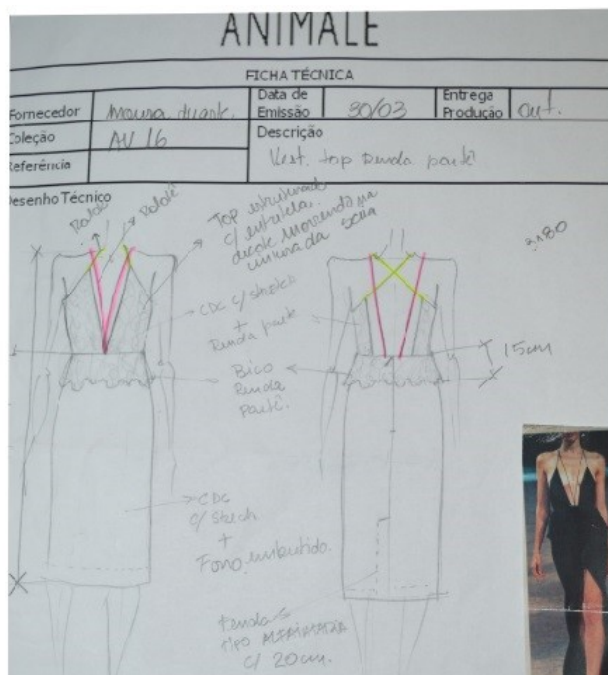
A seguir exemplos observados em fichas de desenvolvimento incompletas fornecidas à empresa Moura Duarte Especiarias Ltda Epp, que apresentam alguns problemas.

01 – Ficha técnica da Marca Pop Up Store.



Fonte: Própria Autora (2017)

Fig. 02 – Ficha técnica da Marca Animale



Fonte: Própria Autora (2017)

As fichas de desenvolvimento mostram que não há representação clara da forma da peça, indicação dos acabamentos e aviamentos a serem utilizados, bem como indicação de materiais a serem usados. Mais especificamente, na ficha de desenvolvimento da marca Pop Up Store, não há representação da parte das costas da peça, indicação de alturas e aviamentos. Além da presença de duas amostras de tecido sem orientação sobre o uso deles.

Já na ficha de desenvolvimento da marca Animale, apesar de estar melhor elaborada, há ausência de indicação clara dos materiais à serem utilizados, por exemplo. Estas falhas implicam diretamente no processo de elaboração e construção da modelagem pelos modelistas.

Sob a ótica de Richard Sorger e Jenny Udale (2009), “é importante que o designer de moda conheça e entenda como as roupas são feitas. Um designer deve conhecer, por exemplo, várias possibilidades de confecção de um bolso ou de um colarinho, ou onde dispor uma costura”. Ao traspor essas informações corretamente para a ficha de desenvolvimento, o mercado poderia

classificar o modelista como intérprete de modelos, porém não é o que se observa acontecer dentro da cadeia de produção de produtos do vestuário, seu papel é muito mais abrangente. A ausência de informações impõe ao modelista dispor de soluções aos problemas, porventura apresentados durante a construção do vestuário, encarregando-se de solucioná-los, a fim de garantir que a construção do produto seja efetivada.

Propriedades da modelagem no desenvolvimento de produtos do vestuário

Autores destacam a importância do setor de modelagem e a relevância desta etapa ante ao mercado de consumo.

A *moulage* é o método característico da alta-costura, mas vem sendo empregada no desenvolvimento de peças para confecção industrial, através do uso de manequins de prova (manequim de alfaiate) confeccionados em medidas padronizadas. (TREPTOW, 2013, p.151)

E em função do crescimento do mercado têxtil e de confecção, Silvia Damasceno e Alessandra Rigoldi reconhecem:

Uma das maiores preocupações da confecção atual é a satisfação dos seus consumidores, na aquisição dos produtos de moda. Dentre as inovações que podem gerar produtos de sucesso neste mercado está o desenvolvimento da técnica de *moulage* que permite gerar novos produtos mais criativos e inovadores, obtendo junto dos consumidores uma grande aceitação. (DAMASCENO E RIGOLDI, 2013).

A forma e caimento que o tecido adquire sobre o manequim resultam possibilidades de criação e desenvolvimento de produtos diferenciados, fora dos padrões de construção do mercado. A *moulage* viabiliza a construção de produtos inovadores tendo como ponto de partida o tecido (matéria-prima) e a sensibilização tátil sobre ele, facilitando o estudo prático de acabamentos e formas e volumes diferenciados, diretamente na peça durante a sua construção.

A modelagem não é só uma técnica, quando compreendida, torna-se, segundo Maria Luiza Veloso Mariano (2011), um método que pode até mesmo

conduzir todo o processo criativo e possibilita a interação direta entre criador e produto, proporcionando ao modelista total domínio sobre o tecido, caimento e forma e manipulação do volume sobre o corpo. E ainda, a associação das técnicas *moulage* e técnica plana, onde “(...) os modelos são traçados sobre o papel, utilizando uma tabela de medidas e cálculos geométricos” (TREPTOW, 2013, p.151), potencializa a resolução de possíveis problemas, porventura apresentados nos projetos, propiciando ainda o desenvolvimento de novos produtos.

A atuação do modelista revela-se importante ente a diferenciação de produtos no mercado, dividindo a responsabilidade entre modelista e designer sobre as escolhas dos processos pelo qual o produto do vestuário deve ser submetido, e essa relação se estabelece por questões prático-produtivas em benefício do produto em desenvolvimento.

Historicamente é possível observar a atuação de modelistas que ultrapassaram o conhecimento técnico no assunto. Conduzidos pelo universo da criação e por meio deste ofício, o ato de modelar se tornou uma ferramenta de estudo e desenvolvimento de formas.

É o caso de Madame Madeleine Vionnet, que segundo Damasceno e Rigoldi (2013), redescobriu o corpo feminino, desenvolvendo um estilo atemporal que é referência até os dias de hoje.

Além disso, Vionnet é considerada a criadora de produtos do vestuário que mais proporcionou contribuições técnicas à alta-costura, em função dos métodos e processos de construção adotados por ela durante a execução de suas modelagens.

Posteriormente, outro forte nome responsável pela construção moderna do vestuário, Paul Poiret, trouxe autonomia e forte ruptura na forma de produção das roupas, como o desenvolvimento da técnica de *moulage* ou *drapping*.

Considerações Finais

Os dados obtidos evidenciam a importância da modelagem dentro do processo de construção do vestuário e, mais ainda, o potencial que o modelista representa ante o desenvolvimento dos produtos.

Após observar na prática a relação entre as etapas de construção e responsabilidades atribuídas ao profissional de modelagem dentro do mercado de trabalho, bem como seu potencial criativo, é de se ponderar que seja atribuído um espaço de maior destaque ao setor de modelagem na criação de artigos do vestuário.

A respeito da distinção que um produto do vestuário pode apresentar em função de sua modelagem, e mesmo as soluções encontradas pelos modelistas, tendo em vista a ausência de informações na ficha de desenvolvimento (por conta da eventual falta de domínio e conhecimentos específicos dos designers), permite compreender a importância e o alcance do campo de atuação do profissional de modelagem, proporcionando melhora do fluxo de desenvolvimento de produtos no setor de confecção do vestuário.

Referências

CHRISTO, Deborah Chagas; CIPINIUK, Alberto. **Estrutura e funcionamento do campo de produção de objetos do vestuário no Brasil**. 9º Colóquio de Moda – Fortaleza (CE) – 2013.

DAMASCENO, Sílvia; Rigoldi, Alessandra. **Aplicabilidade da *Moulage* dentro da indústria de confecção como diferencial no produto de moda**. 4º Colóquio de Moda – FEEVALE, 2008.

MARIANO, Maria Luiza Veloso. **Da construção à desconstrução: a modelagem como recurso criativo no design de moda**. Dissertação (Mestrado em Design) – Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, 2011.

MERLO, Márcia; NAVALON, Eloíze. **Processos projetuais para a criação em Design de moda: pesquisas teóricas e referenciais.** In: Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, 2010, São Paulo. Anais do 9º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design. São Paulo: [S.n], 2010.

SORGER, Richard; Udale, Jenny. **Fundamentos de design de moda.** Porto Alegre: Bookman, 2009.

SABRÁ, Flávio. **Modelagem: tecnologia em produção de vestuário.** São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2014.

TREPTOW, Dóris. **Inventando moda: planejamento de coleção.** São Paulo: Edição Autora, 2013.



APOIO



REALIZAÇÃO

