

**Ilustração de moda de 1920 até à atualidade:
criação de uma linguagem plástica a
partir de uma seleção de modelos
visionários**

(Versão final após defesa)

Joana Pereira Ferreira

Dissertação para obtenção do Grau de Mestre em
Design de Moda
(2º ciclo de estudos)

Orientador: Prof. Doutora Ana Mónica Pereira Reis de Matos Romãozinho

Covilhã, abril de 2022

Dedicatória

Dedico esta dissertação a todas as pessoas que procuram por uma expressão artística própria.

Agradecimentos

Agradeço à professora Doutora Mónica Romãozinho por partilhar comigo o seu profundo conhecimento académico e pela preciosa compreensão e disponibilidade na orientação no desenvolvimento desta dissertação.

A todos os meus os amigos e familiares que me incentivaram com palavras de otimismo e esperança no prosseguimento da investigação.

Resumo

O presente estudo que se propõe, esclarece os conceitos das fases do desenho no *design* de moda (*croqui*, ilustração de moda e desenho técnico) e a atuação do ilustrador de moda. Numa segunda fase apresenta-se uma análise da evolução da ilustração de moda desde 1920 até à atualidade, no qual são estudadas duas ilustrações de artistas representativos desse período.

Por último, a dissertação integrará uma vertente *applied research* que consiste em explorar uma linguagem plástica, no meio digital, de acordo com os modelos visionários selecionados: Christian Dior (1905-1957), Yohji Yamamoto (1943), Thierry Mugler (1948-2022), Vivienne Westwood (1941) e Elsa Schiaparelli (1890-1973) e com o intuito de demonstrar o papel estruturante que o mundo da ilustração pode desempenhar quando orientado para a moda, correspondendo a futuras investigações e eventuais saídas profissionais.

A dissertação reúne uma revisão e interpretação de literatura relevante, designadamente de fontes primárias e obras de autores recentes que compilam as áreas da Desenho de Moda, História da Moda, Ilustração de Moda, Filosofia da Moda e Projeto. Assim, a metodologia aplicada, baseia-se num entendimento metódico e progressivo experienciado no seu decorrer.

Palavras-chave

Desenho; Ilustração de moda; História da moda; Processo criativo; Expressão plástica

Abstract

This study aims to clarify design's phases concept in the fashion design environment (sketch, fashion illustration, and technical drawing) while exploring the role of the fashion illustrator. On second part, it was made an analysis of the evolution of fashion illustration from 1920 to the present, in which two fashion artworks, produced by representative artists of that period, are studied.

Lastly, this dissertation integrates an applied research aspect that consists of the exploration of plastic language, in the digital environment, according to the selected visionary models: Christian Dior (1905-1957), Yohji Yamamoto (1943), Thierry Mugler (1948-2022), Vivienne Westwood (1941) and Elsa Schiaparelli (1890-1973). The research aims to demonstrate the structuring role that the world of illustration can play when oriented towards fashion, corresponding to future investigations and possible career opportunities.

The dissertation brings together a review and interpretation of relevant literature, namely primary sources and works produced by recent authors who compile the areas Fashion Design, Fashion History, Fashion Illustration, Fashion Philosophy, and Design. This methodology applied is based on a methodical and progressive understanding experienced in its course.

Keywords:

Drawing; Fashion Illustration; Fashion History; Creative Process; Plastic Expression

Índice

Dedicatória	III
Agradecimentos	IV
Resumo	VI
Abstract	VIII
Lista de Figuras	XIII
Lista de Tabelas	XV
Capítulo 1 - Introdução	1
1.1 - Justificação do tema e problemática	1
1.2 - Benefícios.....	2
1.3 – Objetivos Gerais.....	2
1.4 - Objetivos Específicos	2
1.5 - Literatura relevante	3
1.6 - Metodologia	3
1.7 - Estrutura da dissertação	4
Capítulo 2 - O desenho para o <i>designer</i> de moda e o meio de atuação do ilustrador	6
2.1 - O desenho de moda	6
2.2 - Croqui.....	7
2.3 - Ilustração de moda.....	9
2.4 - Desenho Técnico	10
Capítulo 3 - Evolução da ilustração de moda dos anos 20 ao período contemporâneo	12
3.1 – Os Loucos anos vinte	14
3.4 – A Grande Depressão.....	17
3.3 – A Segunda Grande Guerra e o exílio de ilustradores.....	20
3.4 – Época da feminilidade.....	23
3.5 – Expansão de horizontes no mundo da moda e ilustração	26
3.6 – <i>Sex, drugs and rock and roll</i>	29

3.7 – Início da idade da informação e a afirmação da individualidade do ilustrador	32
3.8 – O minimalismo	36
3.9 – Novo milénio	39
Capítulo 4 - Componente projetual	45
4.1 - Da literatura relevante ao conceito.....	46
4.2 - Suporte e técnica da ilustração.....	47
4.3 - A figura feminina	47
4.4 - Desenvolvimento do vestuário.....	50
4.5 - Criação do fundo	52
4.6 – Exploração cromática.....	55
4.7 – Ilustrações	57
4.7.1 – Revolução.....	58
4.7.2 – Des(construção)	60
4.7.3 – In(temporal).....	62
4.7.4 – Re(inventar)	64
4.7.5 – Surreal	66
Capítulo 5 - Considerações Finais	68
Bibliografia	70

Lista de Figuras

Figura 1- <i>Croquis</i> do <i>designer</i> de moda Filipe Faísca.....	7
Figura 2- Exemplo de <i>croqui</i> onze vezes a cabeça.	8
Figura 3- <i>Template</i> de nove vezes a cabeça	8
Figura 4- Exemplo de desenho técnico	10
Figura 5- Ilustração de Eduardo Benito.....	15
Figura 6- Ilustração de Sonia Delaunay.....	16
Figura 7- Ilustração de Carl Erickson	18
Figura 8- Ilustração de Miguel Covarrubias	19
Figura 9 - Ilustração de René Bouché	21
Figura 10- Ilustração de René Grau	22
Figura 11- Ilustração de Dagmar Freuchen.....	24
Figura 12 – Ilustração de Constance Wibaut	25
Figura 13 - Ilustração de Hervé Dubly	27
Figura 14 Ilustração de Hervé Dubly	27
Figura 15- Ilustração de Celia Birtwell	28
Figura 16 - Ilustração de António Lopez	30
Figura 17 – Ilustração de Tony Viramontes	31
Figura 18- Ilustração de Shari Peacock.....	34
Figura 19- Ilustração de Zoltan	35
Figura 20- Ilustração de Mats Gustafson.....	37
Figura 21- Ilustração de Graham Rounthwaite.....	38
Figura 22- Ilustração de Robert Wagt para a revista Chippie (France)	40
Figura 23- Ilustração de Robert Wagt.....	40
Figura 24- Ilustração de Grace Ciano	41
Figura 25- Ilustrações de António Soares para a marca <i>Marques de Almeida e Alexandra Moura</i>	42
Figura 26- Ilustração de Nuno Da Costa, para a revista Harper´s Bazaar, Alemanha ...	43
Figura 27- Ilustração de Nuno Da Costa, maio, 2018 Capa da Vogue Edição especial para a <i>CNI Luxury Conference</i>	43
Figura 28- Imagens de inspiração para o desenvolvimento da figura humana	48
Figura 29- Esboços dos modelos visionários	49
Figura 30- Desenho do vestuário, Dior.....	50
Figura 31- Desenho do vestuário, Yamamoto	50
Figura 32- Desenho do vestuário Mugler.....	51

Figura 33- Desenho do vestuário Westwood	51
Figura 34- Desenho do vestuário Schiaparelli	52
Figura 35- Desenho dos fundos das ilustrações.....	53
Figura 36- Continuação do desenho dos fundos das ilustrações.....	55
Figura 37- Estudo da cor, Yamamoto	56
Figura 38- Estudo da cor, Dior	56
Figura 39- Estudo da cor, Mugler	56
Figura 40. Estudo da cor, Westwood.....	57
Figura 41- Estudo da cor, Schiaparelli	57
Figura 42- Revolução	58
Figura 43- Des(construção)	60
Figura 44- In(temporal).....	62
Figura 45- Re(inventar)	64
Figura 46- Surreal.....	66

Lista de Tabelas

Tabela 1- Síntese das ilustrações que vão ser analisadas ao longo das décadas.....	12
Tabela 2- Continuação da síntese da tabela com as ilustrações que vão ser analisadas ao longo das décadas	13
Tabela 3- Tema do projeto da ilustração.....	46

Capítulo 1 - Introdução

1.1 - Justificação do tema e problemática

A seleção desta temática foi escolhida por despertar um grande interesse enquanto estudante em Design de moda na Universidade da Beira Interior. Além disso conhecer a história da ilustração de moda, estudar as suas formas de expressão e criar um registo pessoal, são fatores que motivaram que a escolha desta temática

Por estudar Design de moda considera-se importante explicar os vários tipos de desenho na moda e esclarecer o que faz exatamente o ilustrador de moda. Posto isto, deparou-se que existe uma problemática no entender de um desenho feito por um *designer* de moda e ilustrador de moda, estas áreas são facilmente confundidas gerando uma prática incorreta. A esse respeito a autora Gagnato (2015, p. 42) refere que: “a diferença entre desenho e ilustração é muito subtil e as suas nuances entrelaçam-se e misturam-se, dificultando a perceção dos limites”. Também está de acordo, a autora Abling (2011, p. 15) referindo que: “À primeira vista, pode ser difícil distinguir um desenho feito por *designer* de uma ilustração de moda”.

Após a explicação fundamentada do desenho e ilustração na moda, realizou-se outra pesquisa bibliográfica sobre história da ilustração de moda, conclui-se que existe uma escassez no material teórico em língua portuguesa e uma limitada informação sobre os ilustradores marcantes nos períodos históricos estudados. Com estas problemáticas bem delineadas sentiu-se a necessidade de escrever a dissertação em português e criar uma cronologia sobre a ilustração da moda de 1920 até à atualidade, destacando duas obras de dois ilustradores de moda por década. O início da pesquisa começa em 1920 por ser considerada uma década de revolução e inovação para o mundo da moda, existiu um grito na libertação e euforia cultural. Foi uma década onde existiu um fervilhar nas mudanças significativas no estilo de vida feminino que marcou a evolução inovadora da ilustração. Em homenagem a este espírito, a partir dos anos oitenta existe uma breve contextualização na história e ilustração da moda portuguesa. Este horizonte temporal, termina no contexto contemporâneo, com o propósito de realçar as tecnologias digitais que foram impostas na vertente projetual.

Por último, a componente prática pretende demonstrar a consolidação das competências técnicas e artistas adquiridas ao longo da contextualização histórica. Foi criada uma linguagem plástica individual de acordo com os modelos dos cinco *designs* de moda. Esta seleção teve intenção de demonstrar os vários estilos e conceitos existentes no mundo da moda e provar que apesar de um ilustrador trabalhar para alguém é fiel à sua visão autoral.

1.2 - Benefícios:

A dissertação apresentada foi motivada com o foco de relatar três factos:

- Explicar as diferenças e semelhanças das várias etapas do desenho (*croqui*, ilustração de moda e desenho técnico e) para o *designer* e ilustrador de moda. A vantagem é proporcionar o uso correto destas fases;
- Estudo da história da ilustração de moda desde 1920 até ao presente, com o intuito de contribuir para a documentação e catalogação deste assunto, uma vez que existe uma escassa abordagem sobre o assunto em língua portuguesa;
- Demonstração de competências criativas e técnicas no desenvolvimento das cinco ilustrações que serve para demonstrar a criação de um registo plástico próprio.

1.3 – Objetivos Gerais

O principal objetivo desta dissertação é criar uma linguagem plástica de acordo com os *designs* emblemáticos de moda. Esta vertente projetual é sustentada através da investigação histórica de 1920 até à atualidade.

Constituem também objetivos gerais desta dissertação estudar as várias etapas do desenho para o *designer* de moda e explicar a ação de um ilustrador de moda.

1.4 - Objetivos Específicos

Para atingir o objetivo principal da pesquisa são estruturados vários tópicos específicos que constroem o princípio teórico necessário para fundamentar a dissertação:

- Para situar o leitor explicasse as diferenças e semelhanças dos vários tipos de representações gráficas na moda e esclarecesse os meios de atuação do ilustrador;
- Analisar a história da moda de 1920 até à atualidade pelo viés da ilustração feminina;
- Descrever uma breve contextualização histórica sobre os acontecimentos principais, numa perspetiva socioeconómica;
- Fundamentar através de duas obras de dois ilustradores de moda;
- Explicar e analisar vários estilos artísticos, bem como as características visuais, técnicas e criativas;
- Contextualizar a moda portuguesa a partir dos anos 80 e adicionar dois ilustradores de moda no subcapítulo da atualidade;

- Desenvolver uma linguagem plástica pessoal com base no estudo realizado anteriormente;
- Criar e desenvolver cinco ilustrações, de acordo com os modelos visionários selecionados.

1.5 - Literatura relevante

Com a definição dos objetivos gerais e específicos desta investigação é possível afirmar que a investigação se debruça sobre os autores das áreas moda e de interseção:

- Desenho de moda: Professora Abling (2011) e Hagen(2011), Professora e investigadora Gragnato (2015) e o professor Á. Fernández e Historiador de Arte Roing (2007);
- Ilustração de Moda: Professora Morris (2006) e Bryant (2011); Ilustrador e professor (Barnes, 1988),
- História da Moda: Especialista, consultora de média e literata Fogg (2013), Escritora e conferencista Blackman (2007), Professor, diretor de Marketing criativo e fundador e diretor executivo da Boston Fashion Week (Calderin, 2009); Escritora, investigadora e professora Duarte (2005)
- Historia da Arte: Professores e autores da História da Arte para o ensino artístico especializado (Pinto et al., 2008);
- Filosofia da Moda: Professor de semiótica da moda, de teoria e técnica da linguagem jornalística e televisiva, Baldini (2018),
- Relevância para a vertente projetual: Escritora Lovinski (2010)

Além disso o estudo apresenta uma pesquisa digital realizada na plataforma: arquivo da *Vogue*, arquivo do *Victoria & Albert Museum*, entre outras bases de dados relevantes para explicar o estudo. São realçados o arquivo Lemos (2013) e a dissertação de Rocha (2018) que foram apoios fundamentais no decorrer da dissertação.

Salienta-se que são referenciados autores que revelam informações pertinentes na análise das ilustrações de moda, que estão disponíveis em jornais digitais ou blogs.

1.6 - Metodologia

A metodologia aplicada na elaboração deste trabalho teórico prático de investigação, baseia-se numa compreensão metódica e progressiva no decorrer da dissertação. Existiu uma recolha de informação física e online em vários suportes como: livros, jornais, revistas, artigos e dissertações que reúnem a construção lógica de todas as etapas seguintes do processo metodológico:

- Os teóricos: (Abling, 2011), (Gagnato, 2015), (Fernández & Roing, 2007), (Hagen, 2011), (Burke, 2006), (Lemos, 2013), (Morris, 2006), (Bryant, 2011): são referências fundamentais na compreensão das várias etapas do desenho no *design* de moda que permitem entender o meio de atuação ao qual o ilustrador é inserido quando é orientado para a moda;
- O olhar sobre a história da ilustração de moda de 1920 até à atualidade: viveu uma constante mudança na sua estética, técnica e material, justificada pelo contexto histórico social. Os autores (Foog, 2013), (Blackman, 2007), (Pinto et al. 2008), (Baldini, 2018), (Jones, 2018), (Calderin, 2009), (Barnes, 1988), assim como os autores referidos anteriormente: (Morris, 2006), (Bryant, 2011) e (Fernández & Roing, 2007) permitem construir esta linha de pensamento. Também se recorre ao arquivo da *Vogue*, arquivo do *Victoria & Albert Museum* e páginas eletrónicas com informações ou imagens relevantes para as análises. Para o contexto português, a escritora (Duarte, 2005) é uma fonte bibliográfica essencial.
- A vertente projetual integrará uma vertente *applied research*, materializada no desenvolvimento de um projeto de ilustração digital. O livro de Lovinski (2010), contribui para a construção do conceito e demonstrar a linguagem plástica desenvolvida digitalmente.

1.7 - Estrutura da dissertação

O primeiro capítulo desta dissertação é a introdução, composta por justificação do tema e problemática, benefícios, objetivos gerais, objetivos específicos, literatura relevante, metodologia e estrutura. Assim, permitem apresentar o estado da arte do tema como objeto de estudo em ambiente académico.

O segundo capítulo esclarece os conceitos dos vários tipos de desenho na moda e pretende explicar a atuação do ilustrador de moda nesses meios. São apresentados subcapítulos com as peculiaridades do desenho de moda, *croqui*, ilustração de moda e desenho técnico para que seja possível prosseguir uma pesquisa sem ambiguidades.

O terceiro capítulo analisa a ilustração de moda de 1920 ao contemporâneo. Dentro desse capítulo, em cada subcapítulo é realizado um breve contexto histórico para seguir com o estudo breve de duas obras de ilustradores que marcaram essas décadas. Estão identificados como: anos 20, anos 30, anos 40, anos 50, anos 60, anos 70, anos 80, anos 90 e a atualidade.

O quarto capítulo é dedicado à vertente projetual da ilustração de moda onde é explicado o conceito com uma literatura relevante, o suporte e técnica das ilustrações, a figura feminina, o desenvolvimento do vestuário, a criação do fundo, exploração

cromática e por último as ilustrações: Revolução, Des(construção), In(temporal), Re(inventar) e Surreal.

Por fim, o quinto capítulo, apresenta as considerações finais deste trabalho com uma reflexão sobre rumo da dissertação.

Capítulo 2 - O desenho para o *designer* de moda e o meio de atuação do ilustrador

O capítulo esclarece as diferenças das várias etapas do desenho para o *designer* de moda e o meio de atuação do ilustrador de moda. Os autores (Abling, 2011) e (Gagnato, 2015), referem que esta área profissional tem algumas diferenças que exigem ser esclarecidas, para não existir equívocos na parte prática da dissertação.

Para uma melhor compreensão estuda-se os processos do desenho na moda: *croqui*, ilustração de moda e desenho técnico, de forma a entender o papel estruturante de um ilustrador de moda.

2.1 - O desenho de moda

O *design* e o desenho são disciplinas potencializadoras para o profissional de moda. As junções destas três áreas permitem a expressão de novas ideias na produção projetual. Para Fernández & Roing (2007, p. 7) os *designers* de moda utilizam a arte do desenho como parte essencial do processo criativo, como obra original que ajuda a clarificar as primeiras sensações e ocorrências formais.

Além disso é fundamental que o desenho seja perceptível para não existir problemas de comunicação com a equipa. A esse respeito, Hagen (2011, p. xi) afirma que o desenho, bem projetado, facilita a comunicação entre os visionários da moda e a equipa de apoio (modelista, produção, comerciantes e executivos). Complementa que, o desenho também envolve aqueles que ajudam a introduzir e a comercializar ideias de *design* para o mercado, nomeadamente, a imprensa, fornecedores, financiadores e por aí adiante.

Assim, na visão de Burke (2006, p. 12) um *designer* de moda deve estar atento às últimas tendências de vestuário, cores e tecidos; ser capaz de os interpretar para um determinado cliente e mercado-alvo. Recorre ao desenho para conseguir explicar as suas idealizações face à existência de soluções/problemas.

Posto isto, Fernández & Roing (2007, p. 7) explicam que o desenho é um suporte essencial de qualquer prática artística, torna-se o único fundamento sólido para o desenvolvimento de uma obra criativa. Acrescentam que além de projetar a criatividade artística, deve conter alguma expressão técnica que ofereça informação prática e que converta a imagem num ponto de partida para o processo industrial e confeção.

No processo de criação, recorre-se ao *croqui*, ilustração de moda e por fim o desenho técnico são ferramentas essenciais para existir uma boa comunicação com toda a equipa de trabalho.

2.2 - Croqui

O *croqui*, para o *designer* de moda, segundo Lemos (2013, p. 6) foca-se na criação de uma coleção, exploram-se várias cores, materiais, aviamentos e todos os instrumentos essenciais para a transmitir a sua ideia. Assim, o *croqui* une o pensar e o realizar do produto, pois é através dele que o *designer* estuda, planeia e comunica a exteriorização do seu projeto e a forma como deseja representar as peças de vestuário sobre o corpo humano, salientando formas, texturas, técnicas de construção.

A representação do *croqui* nas palavras Fernández & Roig, deve de ser: “característica e capaz de se envolver na ideia geral do projeto da coleção, de forma clara e efetiva”. (Á. Fernández & Roing, 2007, p. 40). Isto significa, que o *designer* de moda pode afastar-se do desenho académico, mas não pode esquecer a ideia básica da estrutura do corpo humano para ser possível uma boa compreensão



Figura 1- Croquis do designer de moda Filipe Faisca. (Fonte: <https://journals.openedition.org/cadernosaa/2110>, visitado em 10/05/2021)

Neste exemplo, a figura feminina é estilizada e existe uma liberdade na representação da estrutura corporal. Para existir esta construção correta do figurino deve-se estudar com atenção a forma e a curvas do perfil do corpo humano (Á. Fernández & Roing, 2007, p. 38).

Assim Morris (2006, p. 34) explica que os gregos inventaram o engenhoso método de medição da altura, contavam o número de vezes a cabeça, o ideal era oito,

que era o padrão para proporções perfeitas. Mas ele ainda refere que os designers e ilustradores alongam a figura ao usar a técnica tradicional de medição, aumentam a quantidade de cabeças em altura (figura 3).

A este respeito Bryant (2011, p. 34) refere que a proporção da figura da moda ou *croqui* é extremamente pessoal (figura 2), mesmo quando são utilizados os *templates*. Na atualidade, a ilustração de moda incorpora uma diversidade de proporções nas figuras femininas bastante irreverentes.



Figura 2- Exemplo de croqui onze vezes a cabeça. (Fonte: Bryant, 2011, p.34)

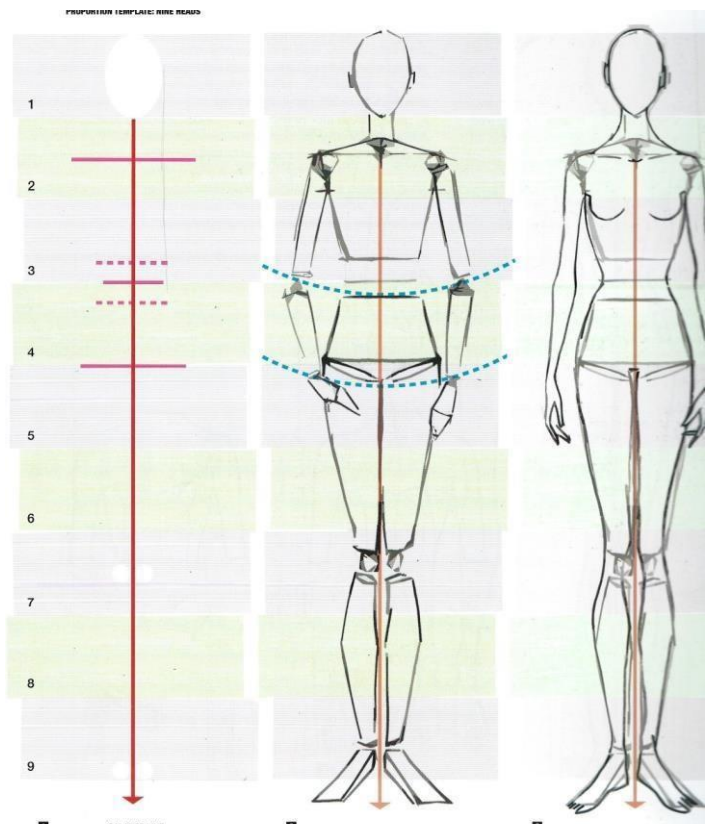


Figura 3- Template de nove vezes a cabeça. (Fonte: Bryant, 2011, p.39)

Com a aplicação dos cânones de nove e dez cabeças, o corpo estiliza-se: o pescoço parece mais comprido, os ombros são ligeiramente mais largos em relação à pélvis, o corpo encurta-se e as pernas alongam-se. O tamanho dos pés, são proporcionais à altura do corpo. (Á. Fernández & Roing, 2007, p. 41).

O *designer* de moda ao estudar os métodos académicos do cânone, adquire conhecimentos que permite a liberdade de criar uma coleção com o seu registo pessoal. O *croqui* pertence a uma das etapas do processo criativo/industrial que tem como função explicar a mensagem graficamente para ser possível a sua confeção.

Enquanto para o ilustrador de moda, o *croqui*, mais especificamente a figura humana serve para compreender as proporções corporais exatas para ser possível criar um seu registo único.

A esse respeito, Morris (2006, p. 24) escreve que na ilustração de moda, também é necessário entender a figura humana. Refere que é mais do que desenvolver o seu próprio estilo, é criar estudos individuais que convergem a sua personalidade e significado, do que a precisão. Ainda refere Morris (2006, p. 36) que o ilustrador ao estudar a figura da moda, é importante conhecer as proporções padrão da forma, bem como ter em conta que as pessoas variam muito em forma e tamanho. Vestir o corpo é um meio de autoexpressão e uma oportunidade para a criatividade pelo que o desenho da figura humana deve ser baseado em observações lógicas.

É justamente nessa função mediática que se encontra a diferença entre o *croqui* e a ilustração de moda. Enquanto o *croqui* para o *designer* preocupa-se com o detalhamento e características para a fabricação da sua ideia. Na ilustração, o ilustrador ou o *designer*, concentra-se na difusão desse produto e para isso procura a inserção de comportamentos, estilo, culturas e até mesmo símbolos. Por isso, a ilustração, pode, até mesmo, deixar de levar em consideração o produto em si e apresentar apenas a identificação do consumidor em relação àquela marca. (Lemos, 2013, p. 9)

2.3 - Ilustração de moda

A ilustração de moda está ligada à área publicitária e ao lado artístico. Segundo Burke (2006, p. 12) esclarece que os ilustradores de moda, dão um estilo de assinatura à criação do *designer* de moda. Utilizam os seus conhecimentos criativos do desenho e constroem *sketches* para a moda. Acrescenta que o seu trabalho artístico é muito utilizado para: apresentação de *design* de moda; anúncios; apresentação de *marketing* ou representação visual jornalística em que apresentam a ilustração do *design* de vestuário, mas também o conceito.

Portanto, a ilustração requer qualidades estéticas, segundo Moreira (2018, p. 17) nos detalhes ou *sutis*; elementos pictóricos, como o traço, as formas, cores, manchas e texturas não devem ser apenas belas e agradáveis, mas também ajudar a comunicar a mensagem ou a ideia, ser capaz de sintetizá-la ou mesmo expandi-la. Por outras palavras a qualidade plástica do ilustrador deve de transmitir aquilo que o texto, imagem ou criação pretende de exprimir.

Assim, através da ilustração de moda, Gagnato (2015, p. 41), define que encaminha o “pulsar do tempo”, pois carrega consigo traços desses tempos: valores e comportamentos, mudanças e oscilações que influenciam a percepção e a conceção de novas estéticas, bem como análise e interpretação do espírito do tempo e da época.

Podemos observar, esta linha temporal na tabela que foi desenvolvida para analisar as ilustrações de moda (tabela 1).

Posto isto, é importante entender a distinção destas duas áreas profissionais:

O principal objetivo de um desenho feito por um *designer* é mostrar a roupa; o principal objetivo de uma ilustração de moda é mostrar a pessoa usando a roupa. Cada tipo de desenho tem uma função específica – o *designer* trabalha para indústria, para ser possível a materialização dos produtos. Enquanto a ilustração de moda tem um cunho pessoal e destina-se ao consumidor. Algumas vezes, essas duas funções sobrepõem. (Abling, 2011, p. 355).

2.4 - Desenho Técnico

Outra modalidade de representação gráfica no *design* de moda é o desenho técnico, de acordo com Morris (2006, p. 72) escreve que são desenhos bidimensionais de construção dos vestuários, representam a vista frontal, traseira e lateral com descrições técnicas. Além disso, apresentam detalhes dos desenhos, tais como pespontos, guarnições e todas as informações que interpretam o *croqui* e as ilustrações.



Figura 4- Exemplo de desenho técnico.
(Fonte: Leite & Velloso, 2017, p. 137)

Enquanto que para nas palavras de Fernández & Roing (2007, p. 137) é um processo que tem de ser acompanhado com uma ficha técnica, onde inclui desenhos planos dos modelos. Isto significa que os efeitos pictóricos, as texturas e os desenhos

poéticos, são postos em segundo plano, trabalha-se com um registo técnico, linear, circunspecto, concreto e minucioso.

Neste tipo de representação, Gagnato (2015, p. 39) refere que o desenho técnico obedece a um código que traduz as características teóricas dos produtos a serem confeccionados. A autora refere um exemplo: para demonstrar costuras, a linha desenhada deve ser tracejada, para representar recortes, a linha deve ser contínua. Não há uso de cores para o desenho técnico, na intenção de facilitar a sua leitura, mas podem ser utilizadas tonalidades claras (cinzas) para representar sobreposição. A esse respeito, Fernández & Roing (2007, p. 137) escrevem que este processo é importante, para evitar que se verifiquem problemas de acabamento no atelier de confeção, os *croquis* costumam ser acompanhados por desenhos lineares pormenorizados que recebem diferentes nomes: desenhos de especificação, técnicos ou de trabalho. Além disso, os desenhos técnicos podem ser utilizados em catálogos e manuais de venda, orientando os detalhes e modelo dos produtos.

O desenho técnico integra o corpo da ficha técnica, e nesta perspetiva, o autor Morris (2006, p. 73) explica que esta ficha tem todos os detalhes meticulosos, sobre pregas, colocação de bolsos, correspondência de padrões, bainhas, marcação de botões e o tipo de prensagem. Acrescenta que a compilação desta ficha, com as informações devidamente detalhadas, significa que um operário fabril consegue produzir a peça de vestuário a partir da informação fornecida. Posto isto, as especificações fornecem uma rede de segurança para todos e eliminam a possibilidade de erro e também são vitais no processo de cálculo de custos.

No mercado de trabalhos e estabelecimentos de ensino, este tipo de desenho pode ser concretizado manualmente ou digitalmente. A autora, (Gagnato, 2015, p. 40) explica que com os avanços tecnológicos, o desenho técnico é realizado em programas de computador que permitem a elaboração das linhas e planos bidimensionais. A esse respeito, refere que existe programas desenvolvidos especificamente para a área da moda que oferecem ferramentas e soluções para a elaboração do desenho e a contextualização da ficha técnica. O autor Morris (2006, p. 73) escreve que o sistema informático mais conhecido é o CAD/CAM (conceção assistida por computador/fabrico assistido por computador), mas também pode ser utilizado o *Adobe Illustrator*, *Adobe Photoshop* ou o *Corel Draw*.

Capítulo 3 - Evolução da ilustração de moda dos anos 20 ao período contemporâneo

No presente capítulo, procederemos a uma análise da evolução da ilustração de moda numa perspetiva histórica que tem o seu início nos anos 20, uma vez que nesta altura se assinala um importante ponto de viragem para a moda feminina. No início dos subcapítulos respeitante a cada década, são contextualizados os principais acontecimentos numa perspetiva socioeconómica e analisadas duas ilustrações de artistas representativos desse período. Além disso, a partir dos anos 80 existe uma breve descrição da moda portuguesa e acrescenta-se dois ilustradores de moda no subcapítulo da atualidade. Assim, o estudo das características visuais no contexto artístico e histórico de cada autor constituirá um importante contributo para os processos de experimentação inerentes ao projeto final.

Para efeitos desta análise são representados vários estilos artísticos observáveis ao longo das décadas e permitirá adquirir conhecimentos técnicos e criativos relativos a cada ilustrador. No total serão analisadas 20 ilustrações, duas por cada década, à exceção do subcapítulo da atualidade. Foram escolhidas de acordo com os seguintes critérios: nome do autor: data de nascimento e/ou morte; data da publicação, publicação, técnica (instrumentos riscadores, diferentes media, suportes e respetivas dimensões), tema e linguagem (domínio da linha, mancha, textura etc.), composição (simetria, assimetria, equilíbrio, contraste cromático, definição de centro visual, positivo/negativo, texturas), originalidade e inovação, entre outros aspetos relevantes. Desta forma podemos desenhar uma cronologia dos anos vinte ao período contemporâneo e compreender as principais diferenças estéticas entre ilustradores e a evolução desta expressão artística, destacando a evolução do cânone feminino.

DOS ANOS 20 À CONTEMPORANEIDADE



ANOS 20

Eduardo Benito (1891 - 1981)
Ilustração para a revista *Vogue*
Data: 1 julho 1926

Sonia Delaunay (1885 - 1979)
Ilustração para a revista *boutique Simultané*
Data: 1922/3

ANOS 30

Carl Erickson (1891 - 1958)
Ilustração para a revista *Vogue*
Data: 1 abril 1934

Miguel Covarrubias (1904 - 1957)
Ilustração para a revista *Vogue*
Data: 1 julho 1936

ANOS 40

René Bouché (1905 - 1963)
Ilustração para a revista *Vogue*
Data: 15 de junho em 1947

René Grau (1909 - 2004)
Ilustração para a revista *L'official*
Data: outubro, 1948



ANOS 50

Dagmar Freuchen-Gale (1907 - 1991)
Ilustração para a revista *Vogue*
Data: 5 de maio de 1952

Constance Wibaut (1920 - 2014)
Ilustração para a revista *Elseviers Weekblad*
Data: fevereiro 1955

ANOS 60

Hervé Dubly (1935 - 2005)
Ilustração para a revista, *International textiles*
Data: 1962

Celia Birtwell (1941)
Coleção da artista
Data: 1969

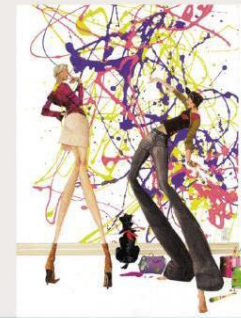
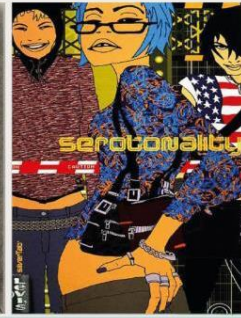
ANOS 70

Antônio Lopez (1943 - 1987)
Ilustração para a revista *Vogue*
Data: 1970

Tony Viramontes (1956 - 1988)
Campanha publicitária para a marca *Valentino*
Data: Década de 70

Tabela 1- Síntese das ilustrações que vão ser analisadas ao longo das décadas. (Fonte: Autoria própria)

ILUSTRAÇÕES DE MODA DOS ANOS 20 AO CONTEMPORÂNEO



ANOS 80

**Shari Peacock
(1956 - 1999)**
Coleção da artista
Data: 1983

**Zoltan
(1957)**
Coleção da artista
Data: 1989

ANOS 90

**Mats Gustafson
(1951)**
Ilustração para a
revista *Vogue Itália*
Data: 1 abril 1997

**Graham Rounthwaite
(1970)**
Campanha publicitária da marca *Levis*.
Data: 1998

ATUALIDADE

**Robert Wagt
(1962)**
Coleção do artista

**Grace Ciao
(1992)**
Campanha publicitária da marca *Dior*
Data: Primavera/verão, 2015



ATUALIDADE NO CONTEXTO PORTUGUÊS

**António Soares
(1973)**
Ilustrações para a
marca Marques de
Almeida e Alexandra
Moura

**Nuno da Costa
(desconhecido)**
Campanha publicitária para a
revista *Harper's Bazaar*,
Alemanha.

Tabela 2- Continuação da síntese da tabela com as ilustrações que vão ser analisadas ao longo das décadas. (Fonte: Autoria própria)

3.1 – Os Loucos anos vinte

Os anos vinte viveram um período pós-guerra, o conflito teve um efeito fundamental e irreversível na sociedade, na cultura e na moda. Esta época é marcada pelo Era do *Jazz*, a dança, a geração das *flappers* na vida noturna, a emancipação da mulher e as influências do movimento artístico *Art Déco*, consagrado na importante Exposição de Artes Decorativas Industriais e Modernas (1925), que mudou drasticamente a ideologia e estética da *Belle Époque* e, conseqüentemente, da ilustração de moda.

À medida que as tendências de moda aceleravam com a implementação de processos de produção mais rápidos e sofisticados, as revistas de moda tornaram-se fundamentais para a disseminação dos modelos a um público cada vez mais amplo. (Fogg, 2013, p. 209)

De acordo com Blackman (2007, p. 71) os anos vinte e trinta representavam a “era dourada” da ilustração de moda. Acrescenta, que a editora *Condé Nast Publications* valorizava a revista *Gazette du bom Vogel*, esta admiração incentivou o investimento na ilustração de moda para as páginas da *Vogue*. Assim, desde a década de 1910 até a eclosão da Segunda Guerra Mundial, as capas eram estampadas com ilustrações de grande impacto e prestígio.

A década de 1920 proporcionou para a ilustração de moda formas simplificadas, angulosas e lineares. Neste tópico são abordados, uma ilustração de cada autor, Eduardo Benito (1891-1981) e Sonia Delaunay (1885 – 1979), que apresentam registros plásticos e técnicas diferentes.

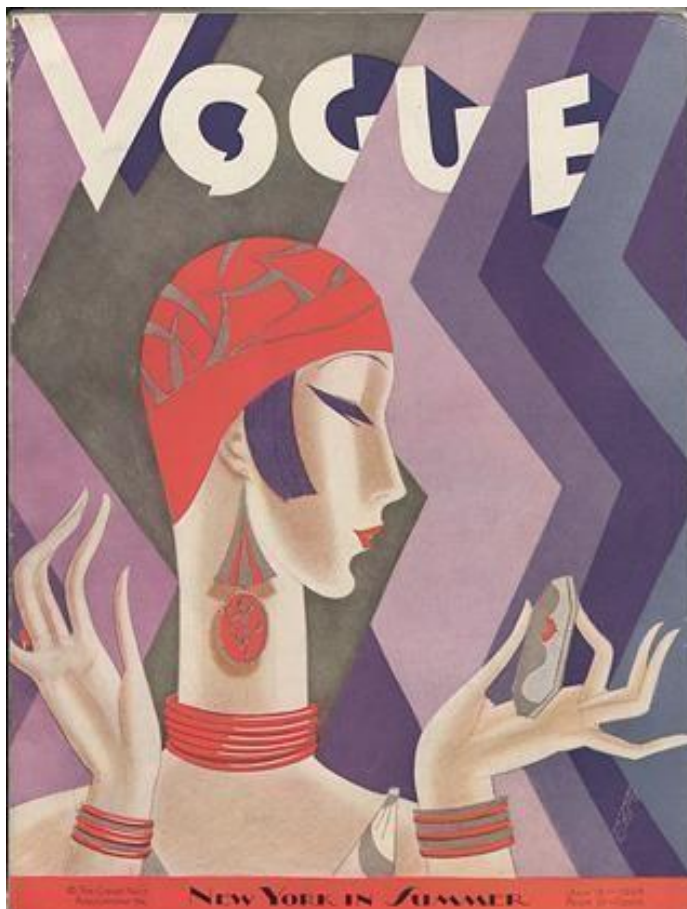


Figura 5- Ilustração de Eduardo Benito (Fonte: <https://archive.vogue.com/issue/19260715>, visitado em 06/04/2021)

Analisemos o trabalho de Eduardo Benito, mais especificamente uma capa para a revista *Vogue*, publicada a 15 de julho de 1926. Nesta capa, temos como centro de atenção a figura feminina, que está de perfil para o lado esquerdo. Destaca-se o comprimento do pescoço e das mãos transmitindo uma sensualidade através do seu traçado simples. A cor da pele é bege com uns reflexos brancos criando um jogo de luz e sombra em torno do seu rosto que contrasta com os acessórios a vermelho e cinzento (colar, pulseira, brincos, bolsa para batom). A mulher representa um ideal feminino idealizado por Coco Chanel, com o seu chapéu *cloche* e o corte de cabelo à *La Garçonne*.

O fundo da capa é representado por formas geométricas de cores lisas como o roxo, roxo pastel, rosa-claro, azul, azul acinzentado e cinzento acastanhado. O *lettering* da *Vogue* apresenta uma silhueta geométrica, a parte de cima da letra é um branco rosado e as laterais são de cor roxo-escuro, com o objetivo de proporcionar profundidade.

Como podemos observar a capa da revista tem influências do movimento artístico *Art Déco*, que segundo Pinto et al. (2008, p. 78) explicam que este movimento apresenta registos cubistas, do construtivismo russo e futurismo italiano, pela abstração, distorção e simplificação.

O fundo apresenta um registo estilizado e geometrizado, baseado no traço linear e fragmentado com cores sólidas e contrastantes. O uso de diagonais no fundo tem uma clara influência do construtivismo e *Art Déco*.

O traço do cânone feminino remete para um estilo andrógeno que caracteriza a silhueta dos loucos anos vinte. Na figura feminina é representado uma suavidade e leveza no gesto da mão que segura a caixa do batom com duas pulseiras em cada pulso, que parece ir em direção aos lábios cobertos pela maquilhagem, instaura uma relação paradoxal com a liberdade, vaidade, sexualidade e aparência.

De acordo com Morris (2006, p. 85) Benito, capta a essência da mulher forte e emancipada que podemos observar na ilustração. Apresenta um registo com figuras alongadas e com um estilo abstrato, retrata nos seus desenhos contrastes de cores *sutis*. Nesta ilustração, ainda podemos observar que o olho ao estar fechado transmite a nova posição feminina desta década.

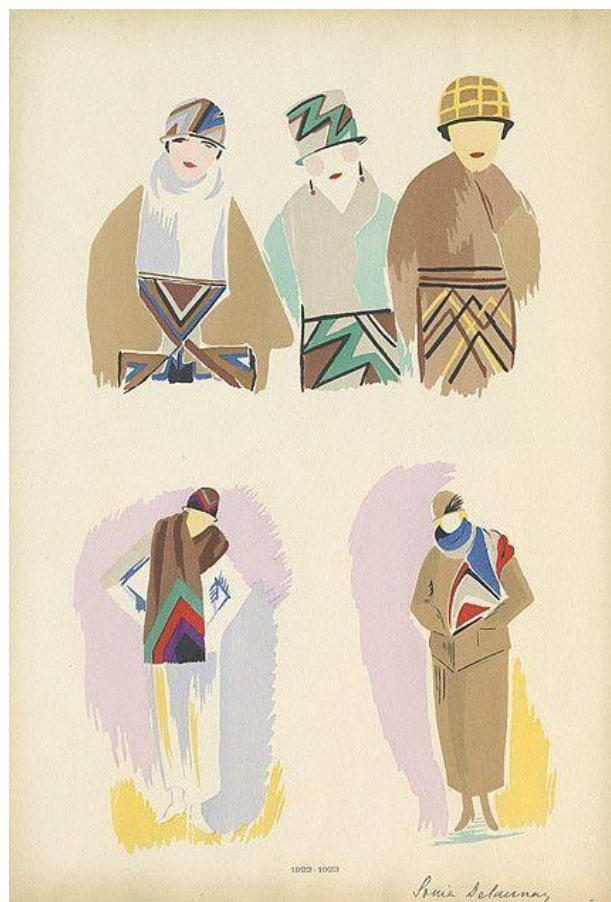


Figura 6- Ilustração de Sonia Delaunay. (Fonte: Blackman, 2007: p. 65)

A artista Sonia Delaunay, produziu esta ilustração: em 1922/3 para a sua *boutique Simultané* em Paris. Estão representadas cinco figuras femininas com traços simples e estrategicamente bem representados, com cores sólidas, naturalmente, com o propósito, de destacar os acessórios. Os chapéus *cloches* e os lenços vivem de uma

padronagem abstrata com cores vibrantes. De acordo com (Blackman, 2007, p. 65) a pintora russa, vendia na sua *boutique* este estilo de acessórios e peças de vestuário com influência do movimento artístico cubista colorido.

O material escolhido desta ilustração é o guache (Blackman, 2007, p. 65). Trata-se de um procedimento mais sólido e denso que aguarela, o guache permite um tratamento de cor muito homogêneo, apropriado para colorir desenhos de estampados com cores planas. Ainda acrescentam, que o guache proporciona um tratamento uniforme da cor, em que se distingue um leve vestígio da pincelada, e cores ligeiramente vivas, (Á. Fernández & Roing, 2007, p. 25).

O vestígio da pincelada é representado nas manchas à volta da figura feminina que contrastam com os padrões de cores sólidas e vibrantes, presentes, nos acessórios.

Em relação ao cânone feminino, apresenta uma silhueta tubular, livrando-se dos espartilhos que eram usados no século XIX. A autora, (Fogg, 2013, p. 211) confirma que pela primeira vez observou-se um corpo andrógono e magro.

3.4 – A grande depressão

Os anos 30 iniciaram com a “quinta feira negra”, no dia 29 de outubro de 1929, quando aconteceu a quebra da bolsa de valores de Nova York, que afetou os Estados Unidos, esta época é intitulada por Grande Depressão.

Bryant (2011, p. 16) explica que a ilustração de moda é alterada face os acontecimentos catastróficos. No início da década o desenho de moda feminino revela uma proporção alongada nas suas figuras, a luz e a sombra demonstram uma mudança gradual para o estilo impressionista. Em 1934, com a Segunda Guerra mundial (1939-45), os ilustradores passaram a representar cenários de guerra com traços agressivos e fortes.

Posto isto, são escolhidos os ilustradores: Carl Erickson (1891 – 1958); Miguel Covarrubias (1904 – 1957); que produziram ilustrações para a revista *Vogue*.



Figura 7- Ilustração de Carl Erickson. (Fonte: <https://archive.vogue.com/issue/19340401> visitado em 06/04/2021)

A ilustração de Carl Erickson foi publicada na revista *Vogue*, no dia 1 de abril de 1934. “O artista que assinava os seus trabalhos como “Eric” é conhecido por retratar a mudança das *flappers* para os corpos de elegância feminina e realista com traços fluídos”. (Fogg, 2013, p. 211).

Secret (2014, p. 43) menciona que, o fato rosa vivo, os acessórios pretos e brancos, e o chapéu preto *suacy* foram desenhados por Elsa Schiaparelli,. Destaca-se a cor do fato que a figura feminina veste, é justo na cintura e largo nos ombros. A esse respeito, é mencionado que: “Nesta época o cânone feminino apresenta uma silhueta ideal em “V” invertido com os ombros largos, saias justas, bolsas de ombro e sapatos rasos confortáveis”. (Bryant, 2011, p. 16).

A atmosfera é cinzenta, causando uma sensação de tristeza e descontentamento. O uso da mancha aguada está associado à Segunda Guerra Mundial e aos danos físicos e psicológicos que foram provocados.

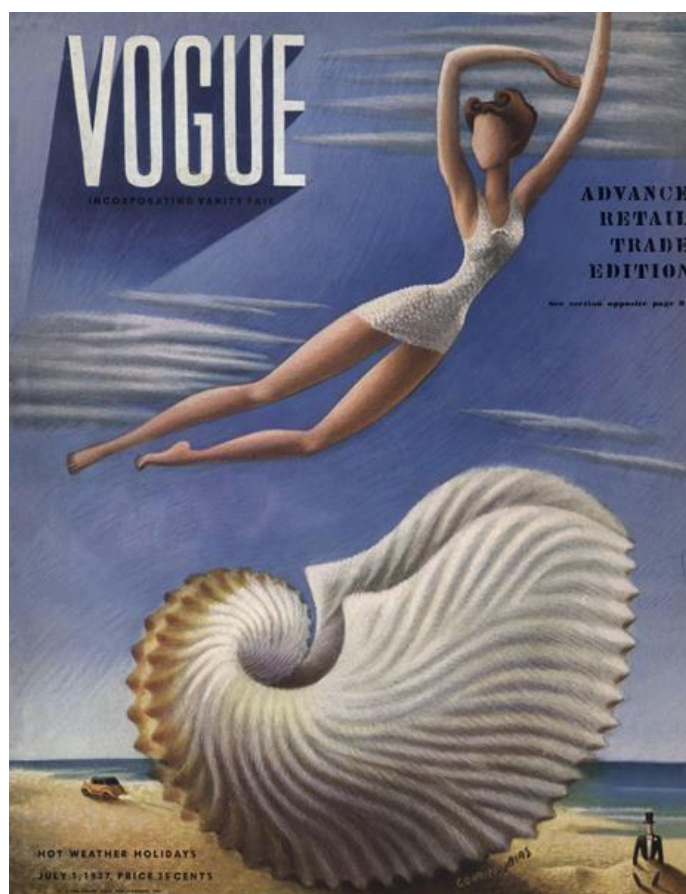


Figura 8- Ilustração de Miguel Covarrubias. (Fonte: <https://archive.vogue.com/issue/19370701>, visitado em 06/04/2021)

Nesse mesmo ano, em 1937, Miguel Covarrubias, ilustra para a capa da revista *Vogue* incorporando a revista *Vanity Fair*.

O autor Aneltello (2020) escreve que o seu relacionamento com a *Vanity Fair* surge quando o seu trabalho capta a atenção de Frank Crowninshield (1872-1947) que o convidou a colaborar com a revista. A este respeito, T. Fernández & Tamaro (2004) referem que ilustrou celebridades, políticos, artistas de teatro e intelectuais com um estilo caricatural e satírico.

Miguel viajou pelo mundo e captava o que observava através do desenho, apesar da distância, nunca deixou de enviar os seus trabalhos para a *Vanity Fair*.

Em 1927, foi publicado o seu livro *Desenhos Negros*. No final daquele ano, Miguel e Rosa (sua mulher) viajam para o norte de África onde Miguel fez desenhos de indígenas negros, que também enviou para *Vanity Fair* do Marrocos, Argélia, Tunísia, Trípoli (Líbia) e outros pontos. O seu fascínio pela cultura e arte étnica continuou. (Aneltello, 2020)

Assim, podemos afirmar que esta viagem influenciou o registo da figura feminina representada na capa da revista. Apresenta um registo étnico através da sua cor, é aplicada em manchas grandes, finas, luminosas e cuidadosamente calculadas com contornos delineados, fluidos e pouco detalhados. A pose da figura feminina provoca a sensação de uma dança através da sua dinâmica. Atividade que Covarrubias gostava de desenhar, tanto que em 1950 o diretor Carlos Chávez (diretor do instituto de belas-artes, no México), nomeou-o para ser diretor do departamento de Dança. Além disso, a figura feminina veste um de tecido extensível, que se ajusta ao corpo, que pode ser usada por um banhista.

Posto isto, esta peça de vestuário cria uma ligação com o segundo plano: a praia e o calor. O fundo tem claras influências surrealistas: rompe com o sentido nas suas representações e desafia as regras académicas. Neste caso é apresentado uma concha, com uma escala extremamente desproporcional, em relação com a figura masculina e o carro que podemos observar na areia.

Posto isto, Blackman (2007, p. 11), refere que os artistas, neste período, estavam interessados em representar os desenhos com expressão e personalidade, Covarrubias, captou essa essência através do traço, mancha, textura e composição. Além disso, Aneltello (2020) refere que a estética do artista cria uma elo de ligação com a pintura e moda, apesar de serem áreas diferentes apresentam um propósito comum: expressar o ser humano.

3.3 – A Segunda Grande Guerra e o exílio de ilustradores

A década de 40 viveu um período de antes e pós Segunda Guerra Mundial, que teve um impacto no modo de viver e pensar na sociedade, que são refletidos na moda e por sua vez no modo de ilustrar. De acordo com Morris (2006, p. 86) durante a Segunda Guerra Mundial, muitos ilustradores de moda europeus foram para os Estados Unidos, por existir oportunidade de trabalho e alguns permaneceram. Acrescenta que no início da década, o estilo da ilustração continuou com a mesma vertente romântica dos anos 30.

A ilustração de moda continuou a aparecer em campanhas de publicidade ou no interior das revistas. Embora limitada, mas não extinta, destacam-se os ilustradores: René Bouché (1905 – 1963) que criou uma ilustração para capa da revista *Vogue* no dia 15 de junho em 1947; O ilustrador René Gruau (1909 – 2004) com a ilustração original da coleção de Christian Dior (1905 – 1957) para a capa de *L'Officiel* outubro de 1948.



Figura 9 - Ilustração de René Bouché. (Fonte: <https://archive.vogue.com/issue/19470615>, visitado em 01/10/2021)

Na capa de revista podemos observar três amigos num piquenique, destaca-se a figura feminina por ser a única com o rosto definido, veste um vestido rosa pastel e utiliza um xaile vermelho, que se destaca com o fundo.

Em segundo plano estão dois amigos, a manta com os utensílios do piquenique e o parque. O parque é representando por vários tons de verde e castanhos com pinceladas livres e espontâneas; a manta e os utensílios têm um traço primitivo e uma mancha cinzenta; os amigos apresentam cores sombrias com traços a preto para definir a silhueta. O artista não sobrecarrega o desenho com detalhes realistas, ele capta o momento e destaca a personagem principal.

A ilustração apresenta influências expressionistas, representa uma linguagem figurativa, de formas simplificadas, propositadamente deformadas e aguçadas, contornadas por linhas a negro e preenchidas por cores ora violentas e contrastadas, ora sombrias e sujas, antinaturalistas e aplicadas com pinceladas rápidas, (Pinto et al., 2008, p. 28).

Sabemos que a capa foi realizada em 1947, incide no período em que o autor explora formas abstratas e cores vibrantes com elementos menos definidos. Acrescenta

que os materiais mais utilizados são a tinta-da-china, lápis de cera e aguarelas, (Neo, 2015)

Nesse mesmo ano, Bouché iniciou o ensino da ilustração na *Parsons School of Design* em Nova York e ilustrou para a *Vogue* ao longo dos anos 40, 50 e início dos 60, onde comunicava a relação entre as roupas e o seus usuários com precisão e humor.



Figura 10- Ilustração de René Gruau. (Fonte: Blackman, 2007: p.158)

Blackman (2007, p. 158) refere que esta obra representa o florescer que irá dominar nas revistas de alta-costura dos anos 50. René Gruau era o ilustrador preferido de Christian Dior, o seu trabalho em conjunto, começou antes da guerra quando trabalharam juntos no jornal de *Le Figaro*.

Nesta ilustração podemos observar que a figura sobe as escadas em forma de caracol ao lado de um corrimão vermelho, esta cor contrasta com o vestido preto e casaco de cor *offwhite* que representa a tendência da época. Os acessórios a preto completam este ambiente teatral, o chapéu grande representa o lado emotivo e as luvas o mistério. Esta ilustração produz uma atmosfera dramática que é precisamente a mensagem que o *designer* de moda quer transmitir ao público.

O enquadramento da ilustração, provoca a sensação de que o espectador se localiza no cimo das escadas a observar a figura feminina. Esta perspectiva narra a sensualidade e proeza feminina através das manchas e linhas que são trabalhadas com tinta-da-china, aguarela e guache.

Blackman (2007, p. 167) refere que o ilustrador René Gruau foi quem construiu o imaginário estético acerca da ilustração que ficou famosa num período em que arte estava em crise. Acrescenta que o seu desenho reinterpretava vários estilos artísticos como o expressionismo abstrato e as influências orientais. Christian Dior, terminou esta década com o lançamento da silhueta ampulheta feminina. Como podemos observar na figura 10 a cintura era elegante, justa e com dimensões volumosas e sensuais. Evocando o espírito da *Belle Époque* e a visão padrão dos anos cinquenta.

3.4 – Época da feminilidade

Os anos 50 são marcados pelo “*New look*” de Dior e pelo início da geração dos jovens “*baby boomers*”, que proporcionaram um novo mercado de moda. Baldini (2018, p. 11) refere que os adolescentes não seguem uma meta ou um caminho definido com o mundo da moda.

Esta década vive consequências do após guerra e o crescimento afluente na moda. Morris (2006, p. 88) explica que foram revelados novos avanços tecnológicos, tais como o plástico, velcro e *lycra* criando para os ilustradores o desafio de representar os novos tecidos sintéticos. Acrescenta que a vida glamorosa retratada no cinema e na televisão mostraram um novo ideal de beleza, causando um declínio na ilustração de moda.

Entretanto, existe uma visão animadora para Blackman (2007, p. 168), ele refere que apesar dos editores de moda investiram os seus orçamentos em editoriais de fotografia, muitos ilustradores continuaram a publicar os seus trabalhos no interior das revistas. Acerca disso, podemos ler no artigo Jones (2018) que os ilustradores de moda continuaram a trabalhar em artigos para *lingerie*, acessórios ou em campanhas publicitárias.

Assim, foram escolhidas as ilustrações de Dagmar Freuchen-Gale (1907 – 1991) para a revista *vogue* no dia 15 de maio de 1952 e o trabalho da artista de Constance Wibaut (1920 – 2014) que criou uma ilustração para o *designer* de moda Cristóbal Balenciaga (1895 – 1972), publicada na revista Elseviers Weekblad, em fevereiro de 1955.



Figura 11- Ilustração de Dagmar Freuchen Gale
 (Fonte: <https://imgbox.com/Vcp4rsqI>, visitando em 01/10/2021)

Podemos encontrar esta ilustração no interior da revista *Vogue*, na página 99. Estão presentes três figuras femininas, Dagmar destaca a figura central com um vestido de abertura na zona da frente com um padrão *gingham* (xadrez) vermelho e branco. As outras estão compostas com o mesmo padrão, mas estilos e cores diferentes proporcionando vários *looks* para o consumidor.

A silhueta feminina tem claras influências do visual “*New Look*” de Christian Dior, pois tem a cintura marcada, o busto natural e a parte de baixo do vestido ampla e rodada.

Como podemos observar os materiais utilizados na ilustração é o lápis de carvão e os lápis de cor. O carvão para definir as formas e volumes e o lápis de cor para transmitir vida às peças e acessórios de roupa. Morris (2006, p. 88) explica que a Dagmar tinha uma visão simples, clara e direta na representação da moda. Acrescenta que trabalhou para a *Vogue* durante vinte anos.

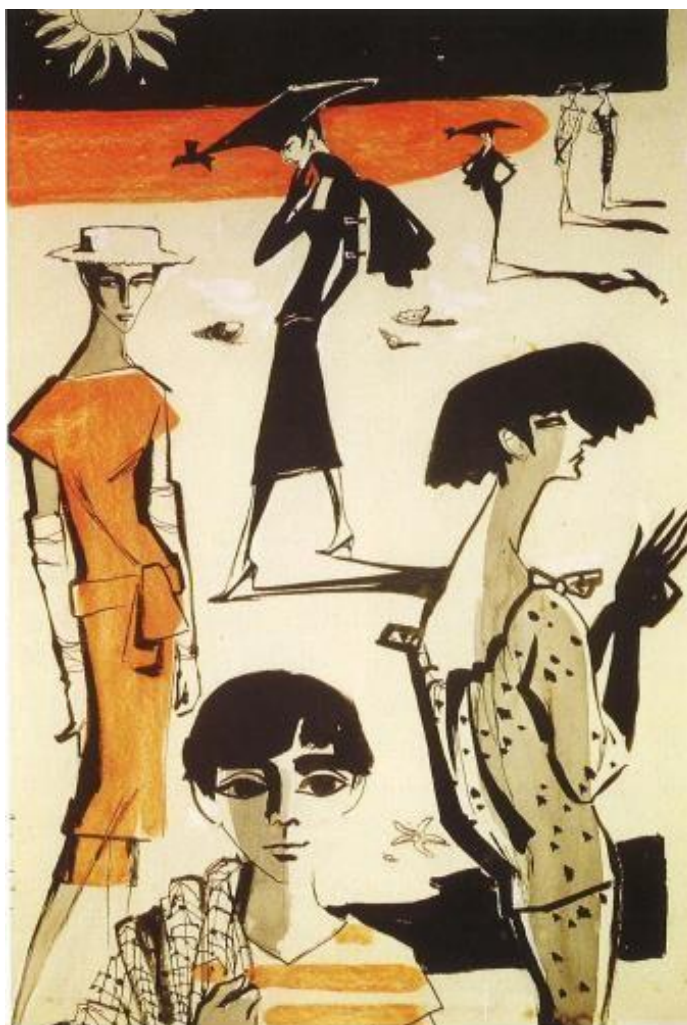


Figura 12 – Ilustração de Constance Wibaut. (Fonte: Blackman, 2007: p.191)

Nesta ilustração de Wibaut, constamos a presença sete figuras femininas que estão em fila provocando a sensação de um desfile com peças de vestuário revolucionárias. Balenciaga proporcionou para as mulheres uma silhueta radicalmente diferente do habitual. Calderin (2009, p. 46) esclarece que ele era prestigiado pelo seu conhecimento técnico da modelagem. Isso permitiu afastar-se da famosa silhueta ampulheta e criar peças inovadoras: simples, elegantes e fluídas que formavam uma nova relação com o corpo.

O plano de fundo é simples com o objetivo de realçar os cortes do vestuário. A cor dominante é neutra, mas destaca-se o laranja com uma mancha a preto e um sol. O ilustrador capta a essência de Balenciaga por demonstrar um registo económico do ponto vista da linha e mancha, utiliza a técnica alto contraste, onde presenciamos uma revolução na maneira de trabalhar a mancha.

Esta escolha estética é conseguida através dos materiais tinta-da-china e guache, referidos no livro de (Blackman, 2007, p. 191). A este respeito, Á. Fernández & Roing (2007, pp. 22–25), explicam os efeitos que os materiais podem causar: “A tinta-

da-china proporciona um traço intenso com um grande poder de cobertura e o guache um tratamento uniforme da cor em que é possível distinguir um leve vestígio da pincelada”.

Portanto, Blackman (2007, p. 191) refere que a artista Constance Wibaut ilustrou para vários jornais holandeses, nomeadamente, de 1953 a 1969, para a Elseviers Weekblad e Elseviers Magazine. Durante o início da década de 1950 trabalhou diariamente para o vestuário feminino, O Hounston Chronicle e o Daily Telegraph em Londres.

3.5 – Expansão de horizontes no mundo da moda e ilustração

Os anos 60 refletem a agitação social do auge da geração *baby boom* do pós-guerra de 1947, é um período em que os adolescentes vivem a sua independência financeira com menor controlo dos pais, criando a sua própria identidade e estilo. Segundo Bryant (2011, p. 22) acrescenta que se tornaram um grupo internacional ao desafiar as regras. Marcaram a sua atitude através de revoluções sociais, políticas e artísticas. Calderin (2009, p. 48) menciona que Londres em 1960, era o centro do movimento cultural da música (Beatles, Rolling Stones e Pink Floyd) e na moda, a editora da *Vogue*, Diana Vreeland em 1963, intitulou esta geração de *Youthquake*.

Nesta década expandiram-se os horizontes e existiu uma rejeição da tradição. Destaca-se os *designers* de moda: André Courrèges (1923 – 2016) que criou um vestuário moderno e espacial com formas geométricas, incorporando novos materiais: tais como vinil, borracha e plástico; Mary Quant (1930) popularizou o uso das saias extremamente curtas e *shift dresses*. De notar no artigo de Victoria & Albert Museum (2020), menciona que não existe evidências conclusivas para afirmar de quem lançou primeiro a mini saia (o André Courrèges é a outra possibilidade). E o *designer* de moda, Paco Rabanne (1934) em 1966, lançou o *Manifesto: 12 Vestidos não Usáveis em Materiais Contemporâneos*, criando peças de vestuários com plástico moldável, alumínio, metal martelado entre outros materiais e técnicas alternativas.

Estas inovações revelam uma revolução radical para o mundo da moda começamos a assistir ao fim de uma moda singular e a um renascimento de várias propostas e maneiras de vestir que estão cada vez mais interligadas com a personalidade do indivíduo, a liberdade e o desejo. Com o efeito destes acontecimentos

e a personalidade revitalizadora dos jovens permitiram que os ilustradores de moda desenhassem poses mais descontraídas e ângulos mais livres.

A ilustração de moda continuou com a mesma valorização dos anos 50. Apesar da debilitada apreciação, esta arte adaptou-se às estéticas presentes e resistiu com trabalhos limitados. Comprova-se esta afirmação, a partir do artigo Jones (2018) explica que surgiu uma nova categoria de revistas para jovens, que recorriam à ilustração de moda como uma alternativa mais barata (comparando os valores da fotografia), tinham o propósito de inspirar.

Para esta década destaca-se a ilustração de Hervé Dubly (1935 – 2005) que criou a ilustração para o evento *International al Ttextiles* em 1962 e a ilustração de Celia Birtwell (1941) realizada em 1969, para a criação dos seus estampados.



Figura 13 - Ilustração de Hervé Dubly. (Fonte: Blakman, 2007: p.212)

Figura 14 Ilustração de Hervé Dubly. (Fonte: Blakman, 2007: p.212)

A ilustração de Dubly representa duas figuras femininas com poses diferentes, mas com o registo homólogo. As silhuetas revelam um misto de inspirações de décadas passadas, mas com carácter inovador. A figura 13 apresenta claras manifestações do *New look* da Dior por representar a cintura bem delineada e inspirações do novo *design* de Mary Quant, que é a mini saia. No entanto, figura 14, manifesta o perfil de Balenciaga, Bryant (2011, p. 23) afirma que nesta época o desenho feminino tinha um

estilo andrógino, com a representação de seios pequenos, cintura natural e os membros do corpo alongados, não muito diferente do *garçon* dos anos 20.

As cores eleitas, pelo ilustrador, foram o preto que estão presentes nos vestidos, chapéus, calças e óculos, esta cor faz parte da construção do desenho; o vermelho que compõe o padrão às riscas da figura 13; e a cor branca que domina grande parte da ilustração, quer seja no fundo, na representação do cânone feminino ou no preenchimento do vestido da figura 14.

A ilustração possui um alto contraste nas cores e formas, representando um tipo de linha gestual sintética, texturizada pelo uso do pincel e que varia de espessura em locais específicos do desenho, resultando numa linha expressiva, momentânea e intuitiva. Hervé Dubly, consegue transmitir uma aura de elegância, sofisticação e delicadeza.



Figura 15- Ilustração de Celia Birtwell
(Fonte: <https://leahbxo.wordpress.com/author/leahbxo/>, visitado em 1/10/2021)

Analisemos o trabalho da ilustradora e *designer* têxtil Celia Birtwell que na década de 60/70 trabalhou em colaboração com o seu esposo Ossie Clark (1942-1996). De acordo com artigo de Leahbxo (2017), o vestido comprido foi desenhado por Clark e estampado por Birtwell. Acrescenta que a estampa *Candyflower* é uma das mais icônicas da sua carreira, observamos uma combinação da técnica *swirly* do final dos anos 60. Blackman (2007, p. 244) acrescenta que Birtwell apresenta influências do movimento *hippie*, uma nova estética que valoriza os padrões e a cor, que estão representados nos seus desenhos e tecidos flutuantes e transparentes, como menciona Leahbxo (2017), tecidos luxuosos *georgette*, *chiffon* de seda, *voile*.

Do ponto de vista dos elementos gráficos e visuais, a ilustração apresentava um cânone alongado, Á. Fernández & Roing (2007, p. 41) referem que os modelos estilizados oferecem uma grande presença, porque o corpo alonga-se para realçar o modelo e deixar mais espaço à criação. O *design* da figura deve estar em consonância com o modelo exibido. Assim, Birtwell consegue criar um destaque das suas estampas nas peças de vestuários, que neste caso é um vestido comprido. Além disso opta por desenhar o rosto simples e com técnicas sintetizadas, os olhos, o nariz, a boca e o cabelo vivem de uma linha traçada a preto.

Em relação à linguagem cromática, Leahbxo (2017) menciona que Birtwell em média trabalhava com três cores por estampa e escolhia os tecidos que queria utilizar. Posto isto, na figura 15 observamos as cores: preto, amarelo e verde, aplicado pelo material, caneta de filtro com um registo livre.

3.6 – Sex, drugs and rock and roll

No início dos anos 70 do século XX, Alberoni escreveu: A moda no que diz respeito ao vestuário feminino, não provém das imitações das “senhoras” in *loco* ou *alhures*, mas de revistas de moda diretamente para as costureiras e para jovens que, ao seguirem a moda, participam no novo mundo. (Baldini, 2018, p. 19).

Os acontecimentos da década de 70 foram uma montanha-russa de novidades para o mundo da moda e conseqüentemente de quem a ilustra, Calderin (2009, p.49) escreve que esta época é marcada pela oposição à guerra do Vietname, a crise do petróleo, o *impreachment* de Nixon e a ascensão dos movimentos *Women’s Liberation* e *Black Power*. Bryant (2011, p.24) acrescenta que a moda se tornou retrospectiva, influenciada pela era vitoriana, *Art Déco* e pela época dourada de *Hollywood*. As lojas em segunda mão incluíram o artesanato, o *handcrafts* com estilo exótico multicultural para o novo *vintage chic* da boémia. Os *hippies* apresentavam padrões folclóricos que foi espelhado no desenho de moda. A forma cilíndrica da era especial dos anos 60 evoluiu para a silhueta de trompete mais feminina e alongada, evocando a moda dos anos 30.

O *designer* de moda Yves Saint Laurent vestiu a mulher com um *smoking*, Calderin (2009, p.49) explica que em 1966 estriou esta novidade, mas é na década de setenta que entra em voga, como prova disso, a atriz Bianca Jagger adota o visual de cor branca para o seu casamento em 1971.

Nesta época surgiu a popularidade das discotecas, de acordo com Foog (2013, p.407), nos Estados Unidos, o hedonismo natural do movimento *hippie*, conviveu com o glamour urbano das discotecas. Acrescenta que os estilos: latinos, *glam rock*, *funk* e *soul* pertencem à cultura musical que irá refletir-se no mundo da moda. As peças de vestuário são mais justas para representar a sexualidade e a iluminação dos clubes noturnos refletiam o brilho das blusas *halter-neck* de *lurex*, top tomara com lantejolas e calças *spandex* justas.

É importante referir estes acontecimentos inovadores da moda e os factos históricos para existir uma maior compreensão na análise das ilustrações. Para esta década são analisadas: a ilustração do épico António Lopez (1943 – 1987) e do influente Tony Viramontes (1956 – 1988).

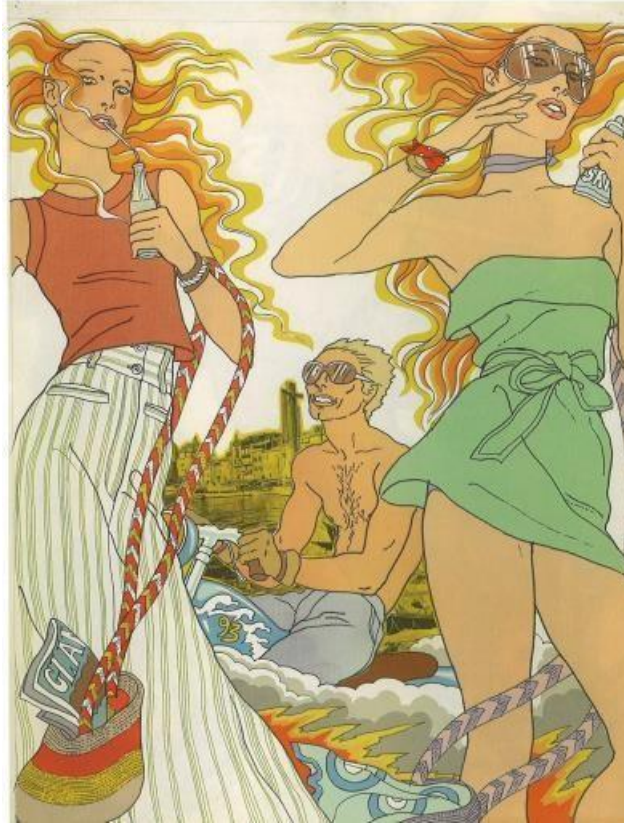


Figura 16 - Ilustração de António Lopez (Fonte: Blackman, 2007: p.249)

Analizamos a ilustração de António Lopez, que segundo Blackman (2007, p.249) a obra intitula-se como “*St Tropez*” e foi realizada para a revista *Vogue* Francesa em 1970.

Primeiramente destaca-se a mesma figura feminina, mas com poses e peças de roupa diferentes. Essa figura feminina é a atriz e modelo Dona Jordan (1950) era uma das “*Antonio Grils*”, as musas pousavam para o ilustrador onde ele explorava vários ângulos, poses, composições permitindo inovar o seu registo. Na parte posterior, observamos, uma figura masculina a andar de mota sem a parte de cima e na sua profundidade deparamos que existe uma colagem de uma paisagem com edifícios históricos que estão presentes na margem de um rio.

Lopez investiga bastantes técnicas de composição e materiais para realizar os seus trabalhos. Morris (2006, p.88) menciona que através das suas ilustrações retratou

a atitude rebelde dos jovens que são refletidos na moda, representa imensas cores e padrões psicadélicos. Complementa que a sua ampla imaginação levou experimentar todos os estilos possíveis utilizando imensos meios e técnicas. Para esta ilustração, Blackman (2007, p.249) menciona que foram explorados a técnica da caneta, colagem e sobreposição de imagens (*overlay film*), contribuindo para o universo das inúmeras possibilidades técnicas artísticas.

Num conjunto existe um pulsar de energia e de jovialidade, profusão de cores em alto contraste e o efeito no brilho que demonstra as inovações tecnológicas e futuristas do consumo na sociedade. Ele capta a beleza, sensualidade, sexualidade, vida e tempo através do seu traço frenético, transmitindo assim, uma atmosfera teatral.

Suro (1992) escreve que o ilustrador capta momentos e histórias através da sua iconografia inconfundível, tornando-se uma personificação de tudo o que estava em voga desde os anos 60 até aos anos 80. A sua magia foi muitas vezes utilizada para transformar o trabalho dos *designers* de moda num sucesso, como são os casos de Rudi Gernreich (1922 – 1985), Yves St. Laurent (1936 – 2008), Valentino (1932) e Zandra Rhodes (1940).



Figura 17 – Ilustração de Tony Viramontes (Fonte: Morris, 2006: p. 90)

A ilustração de Tony Viramontes, realizada para a campanha publicitária de alta-costura, do *designer* de moda Valentino, na década de 70. Morris (2006, p.90) refere que o ilustrador se destacou no final da década por representar novas ideias que marcou o mundo da moda. Em concordância, Barnes (1988, p. 28) menciona que é um período de negligência nas habilidades académicas por lutarem a favor da autoexpressão.

Observamos esta característica na representação do cânone feminino, ele transmite energia e dinamismo que é determinada através da atitude da sua pose. Fernández & Roing (2007, pp. 47–48) explicam que quando a linha do ombro e da anca se inclinam em sentido oposto transmite confiança. E geralmente quando o ilustrador trabalha para marcas de alta-costura tem de representar peças sofisticadas e elegantes. Pequenos apontamentos que podemos observar na ilustração.

Entendemos que o material dominado é o pastel que transmite uma dureza nos traços e uma ausência nas sombras, trabalhando com o alto contraste. A esse respeito, Fernández & Roing (2007, p. 15) mencionam que os pastéis oferecem uma grande gama de cores saturadas e fortes, com uma intensidade muito próxima do pigmento puro. Observamos que são utilizadas as cores: o famoso vermelho, “vermelho valentino”: usado na saia e nas vistas do blazer, transmitindo sensualidade e requinte; a cor roxa que está presente no rosto; e o preto que constitui o restante do blazer, o chapéu e o preenchimento da figura.

Tony Viramontes, apesar de ter vivido pouco tempo trabalhou com os famosos da época, no artigo de Davis (2013) menciona as celebridades: Gaultier (1952), Valentino, Hane Mori (1923), Givenchy (1927 – 2018), Yves Saint Laurent, Pierre Cardin (1922 – 2020), Ungaro (1933 – 2019) e Dior.

3.7 – Início da idade da informação e a afirmação da individualidade do ilustrador

O período de 1980 foi considerado o fim da idade industrial e início da idade da informação que culmina com a queda do muro de Berlim em 1989 e consequente desintegração do bloco soviético. De acordo com Bryant (2011, p. 27), nesta década a moda vive um materialismo extravagante, uma estética cibernética e uma rica cultura de rua.

A moda tornou-se internacional, a alta-costura francesa deixou de ser a tendência dominante. Em todos os países do mundo começaram a desenvolver-se estilos próprios, que eram adotados além das próprias fronteiras. A Inglaterra, Itália e a Alemanha tornaram-se verdadeiros países produtores de moda. Os EUA enviam para Europa um vestuário clássico e desportivo enquanto no Japão lançam tendências vanguardistas. (Silva, 2005, p. 44)

Nesta década, em Portugal, presenciou-se consequências do Pós 25 de abril, assistiu-se a algumas vitórias, como o movimento da libertação das mulheres. Duarte (2005, p. 45) refere que estes acontecimentos provocaram uma autonomia feminina

que é refletida na liberdade de vestir. A *designer* de moda, Ana Salazar (1941), começou por selecionar novas marcas para importar, praticava todo um conhecimento em estilismo que lhe viria a ser muito útil quando começou a fazer coleções, na sequência de uma restrição governamental às licenças de importação. Acrescenta, que foi por isso que iniciou a criação de linhas de vestuário para Inglaterra e depois para a loja Maçã (1972).

Além disso, Duarte (2005, p. 47) escreve que desde o seu lançamento, até à atualidade, as coleções da etiqueta de *Ana Salazar* preconizam a ideia de uma mulher sensual, muito determinada e feliz de ser mulher, de personalidade forte e segura de si própria.

Bryant (2011, p. 27) explica que a ilustração de moda dos anos 80, refletiram visivelmente as mudanças tecnológicas, sociais e políticas. As estratégias de *branding* para moda passaram a ser destinadas a uma base de consumidores mais diversa e maior. Como resultado disso, os detalhes faciais dos *sketches* de moda passaram a ser mais abstratos, para que fosse possível apelar a um grupo mais amplo (como a cultura de rua), com ambiente social implícito ou desenhado em detalhe. Os anonimatos rígidos do grafismo digital suscitaram uma nova apreciação da arte *outsider* e do *grafitti* que é refletida como *naive tendencies* na ilustração de moda.

Estas misturas de acontecimentos foram representadas individualmente nas ilustrações de Shari Peacock (1956 - 1999) e Zoltan (1957) que produziram trabalhos inovadores experimentais.



Figura 18- Ilustração de Shari Peacock
(Fonte: Blackman, 2007: p. 281)

Esta ilustração de Peacock foi produzida para a *designer* de moda Vivienne Westwood (1941) para a coleção primavera-verão, *Punkature*, em 1983. Westwood (2014) explica que o nome da coleção deriva um jogo de palavras *punk + couture = Punkature*.

Blackman (2007, pp. 280–281), refere que Vivienne Westwood apresenta a moda de rua para a passarela, inspira-se em vários estilos incluindo influências étnicas e históricas. Complementa que Peacock tornou-se num dos ilustradores notáveis da década, que começou a lecionar na escola Central Saint Martins.

Esta ilustração foi um dos trabalhos que marcou a sua essência como ilustrador. Blackman (2007, p. 281) indica que trabalha com os materiais aguarela e caneta. Trabalha com um traço solto e genuíno nas peças de roupas e acessórios não estruturadas da *designer*. Deparamos a visão plástica do ilustrador com o trabalho de Vivienne Westwood.

Nesta ilustração, segundo o artigo de Westwood (2014), destaca-se a silhueta do Império Napoleônico; os chapéus com um misto de chapéu Montanha e uma cartola aberta no cimo; os sapatos com a inspiração do Brasil (as pessoas pobres faziam o seu próprio calçado, pegavam em pneus velhos e criavam a sola dos seus sapatos, prendendo ao seu pé com uma corda ou fio). Estas inspirações históricas estão representadas a cor, para destacar o marco das ideias de Westwood.



Figura 19- Ilustração de Zoltan (Fonte: Blackman, 2007: p. 307)

Segundo Morris (2006, p. 91), Zoltan é um dos ilustradores inovadores da época e que tem grande influência nas décadas futuras. Panzica (2012) refere que o ilustrador tem um forte conhecimento no estudo acadêmico das belas-artes, no entanto, quebrou as regras das artes visuais. Foi influenciado pela estética que aprendeu no Japão com Issey Miyake (1938), as suas composições são assimétricas e com cores minimalistas (preto, vermelho e verde)

Analisemos a ilustração de Zoltan que foi projetada para o *designer* de moda Yohji Yamamoto para a revista *Femme*, 1989. A figura feminina apresenta um vestido irregular com as claras influências japonesas de Yamamoto. Existe uma ausência nas sombras e um alto contraste nas cores, onde é possível entender que o objetivo é realçar a silhueta, a forma do vestido e acessório.

Zoltan foi um dos primeiros ilustradores a produzir uma série de imagens de moda que iam desde montagens tridimensionais de desenhos fotográficos até à colagem com objetos encontrados. Utilizou tecidos, flores, pedras preciosas e matérias inorgânicos e/ou orgânicos para recriar a moda. (Morris, 2006, p. 91).

3.8 – O minimalismo

A década de 90 é marcada pelo pluralismo de estilos anteriores e a procura de inovação, Bryant (2011, p. 29) explica que existem vários ciclos de moda que foram reinventados em simultâneo e sobrepõe-se, tornando difícil uma visão única no mercado de massas global. O autor acrescenta que as subculturas suportavam uma carga maior na “caça fria” impulsionada pelo mercado da moda, como aconteceu com o estilo *grunge* tão característicos dos anos 90. Além disso, (Bryant, 2011, p.28) escreve que: “Devido ao colapso da bolsa de valores na segunda-feira negra em 1987, a austeridade económica do início dos anos noventa exigiu um minimalismo politicamente correto na moda”.

Assim, Calderin (2009, p. 51) menciona que surgiu o movimento minimalista que trabalhava na simplicidade das formas contrariando as extravagâncias da década 1980. Assumiu muitas formas, desde a elegância dos tecidos luxuosos do *designer* de moda Jil Sander até ao Helmut Lang, passando pelas interpretações comerciais de *Klein* e *Karan*.

Assistiu-se ao princípio da era da internet e o uso pessoal do computador que influenciou a ilustração de moda. Bryant (2011, p. 29) explica que nesta década houve uma mudança na “sociedade da informação” digital, que irá provocar revelações significativas para a moda. A nível profissional os ilustradores de moda tem novas oportunidades de trabalho, pois surgiu a divulgação de *blogs* e *websites* que abriram portas para uma nova geração de conteúdo.

Foi na transição da década de 80 para a década de 1990 que surgiram os primeiros programas gráficos (adobe *Photoshop*, adobe *Illustrator* e o *Corel Draw*) e o servidor *World Wide Web* que possibilitou o ilustrador explorar novas técnicas e métodos de representação.

Em Portugal, na visão de Duarte (2005, p. 99) explica que ao longo dos anos 90, existe uma emancipação da moda e um aumento do ritmo histórico do traje. Acrescenta que a moda e a arte atuam sobre o seu tempo e motivam o trabalho do *designer* de moda que à medida do tempo adquire uma maior interação com o público.

Além disso, no início desta década, aconteceu o desfile de moda “Moda Lisboa-Ano 0”, organizada por Eduarda Abondanza e Matos Ribeiro, que permitiu aos *designers* de moda promoverem o seu trabalho e adquirem o seu devido reconhecimento.

Este evento apresentava três frentes conceituais e tecnicamente distintas, integravam esta edição: estilismo industrial (com Vadim, Moments, Lindaforma, Scottwool, Ofir, L'Abito, Quazar, Oficina de Moda); novos talentos (Filipe Faísca, Tânger, Nuno Eusébio, Luís Buchinho, Nuno da Gama); e criadores (Abbondanza/Matos Ribeiro, José António Tenente; Manuela Tojal, Manuel Alves, Ana Salazar). (Duarte, 2005, p. 101)

É uma década que engloba diferentes influências artísticas que cabe ao ilustrador de moda projetar as suas impressões e interpretá-las com a sua visão. Posto isto, são escolhidas: a ilustração de Mats Gustafson (1951) para a marca *Comme des Garçons* e o trabalho da campanha publicitária da marca *Levis* realizado por Graham Rounthwaite (1970).



Figura 20- Ilustração de Mats Gustafson (Fonte: <https://shop.fashionillustrationgallery.com/products/mats-gustafson-comme-des-garcons>, visitado em 01/10/2021)

Mats Gustafson expressa o seu cunho plástico na mensagem que o *designer* de moda quer transmitir ao público. Segundo Blackman (2007, p. 336), a ilustração foi publicada na revista *Vogue* em 1997, o autor (English, 2011, p. 72), acrescenta que foi para coleção primavera/verão. Ainda refere que neste desfile as peças de roupa não fluíam com naturalidade no corpo, o objetivo é a roupa tornar-se o corpo, isto é, criar a sua própria silhueta através de enchumaces e técnicas de construção.

O ilustrador capta o sentido de simplicidade da marca *Comme des Garçons*, Blackman (2007, p. 336) explica que as suas obras se distinguem pela sua assimetria,

tecidos fora do normal e uso da paleta monocromática. As várias tonalidades da cor preta representam a peça de vestuário sobre a figura humana, transmitindo a sensação de uma atmosfera dramática, onírica e nebulosa.

O uso do carvão com a técnica *frottage* provoca um impacto enigmático. Scheinberger (2019, p. 74) escreve que o carvão é um material fácil de trabalhar proporciona boas gradações de tonalidade e podem ser esfumados sem dificuldade, mas é necessário fixar o carvão no suporte utilizado. E a técnica *frottage*: “consiste em colocar uma folha de papel sobre uma superfície áspera, que contém alguma espessura e esfregá-la pressionando-a com o material desejado, que neste caso é o carvão. Assim a textura fica registada na folha”, (Oliveira, 2020, p. 5).

Na visão de Woo (2013) explica que Gustafson quer criar desenhos de moda não apenas como algo para consumir, mas algo que seja duradouro.

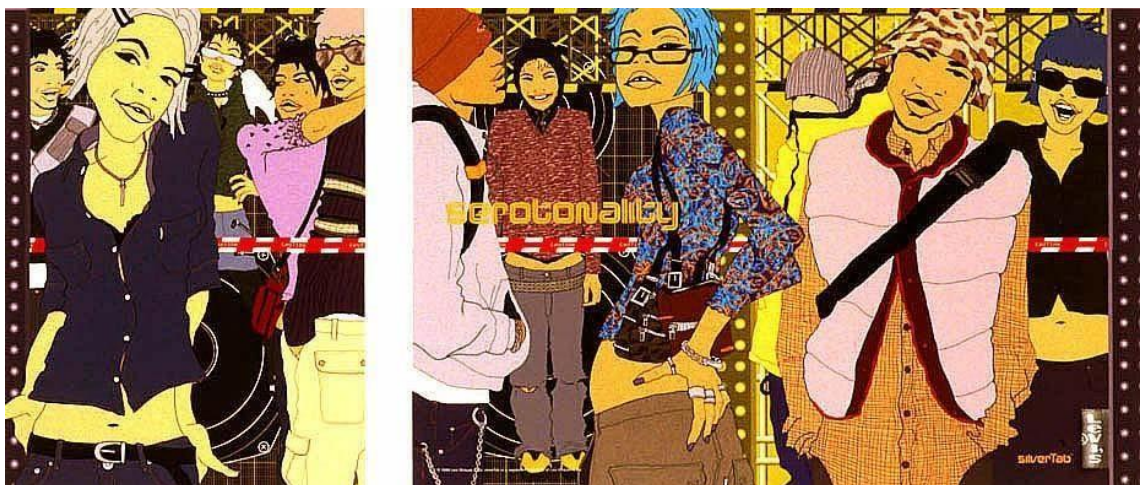


Figura 21- Ilustração de Graham Rounthwaite (Fonte: <https://www.adeevee.com/1999/04/levi-strauss-co-levis-silvertab-electronica-serotonicity-print/>, visitado 01/10/2021)

O ilustrador Graham Rounthwaite foi influenciado pela era digital. Na figura 21, observamos um dos trabalhos mais marcantes na carreira do ilustrador. Ele cria uma proximidade com o consumidor captando a realidade juvenil. A esse respeito, o artigo publicado na revista Caimpaign (1998) refere que Mark Hogan (1998), diretor de marketing da marca *Levi Strauss*, constata que: “As pessoas são capazes de se projetar nestes ambientes e se relacionar com as personagens, mais do que com uma supermodelo”. Conforme isso, o autor (Morris, 2006, p. 92), explica que ele capta fielmente a juventude em ambientes urbanos, regista pessoas reais em vez de captar a perfeição na moda.

Na campanha da *Levi's*, Caimpaign (1998) esta realidade foi registada através do mundo digital. Ele cria as suas ilustrações através do computador *Macintosh* com um estilo inovador quer na iluminação, cor, poses, bem como o registo de expressões faciais e linguagem corporal. Conseguiu criar uma atmosfera divertida e rebelde captando os aspetos vulneráveis e agitados dos adolescentes.

Rounthwaite capta aquilo que a *Levi's* quer transmitir ao público. A marca publicaria a notícia no dia, 14 de agosto de 1998, a referir que os adolescentes são apresentados vestidos com roupas *Silver Tab*, incluindo calças largas, *huggers* e tops minúsculos, com acessórios tão variados como joias de ouro grossas, argolas no nariz, *bips*, mochilas, bonés de beisebol e tatuagens. (Caimpaign, 1998).

3.9 – Novo milénio

No início do século XXI a moda continua democrática e com diversas tendências paralelas, os ciclos de moda correm a velocidades frenéticas. A esse respeito, Calderin (2009, p. 51) menciona que de ano para ano, de estação para estação e mesmo de semana para semana, a indústria da moda utiliza vários estilos e mistura todo o tipo de vestuário e todas as referências históricas imagináveis. Sobre isso, Morris (2006, p. 93) explica que a mudança do século transportou consigo um desejo de explorar valores antigos. Complementa que os acontecimentos terroristas traumáticos e as catástrofes naturais foram o grande motivo de a sociedade prezar pelo conforto e segurança.

As referências citadas são importantes para entender as mudanças e inovações na ilustração de moda. Conforme, Bryant (2011, p. 30) explica que o desenho de moda se tornou mais dinâmico pois era utilizado para reportagens ao vivo nas passarelas, observações de rua e animações interativas. Além disso, o trabalho e a recriação acontecem cada vez mais em ambientes virtuais, daí as figuras de moda refletirem a influência de avatares personalizados. O *Photoshop* e o *Illustrador* criam a fusão perfeita de fotografia e ilustração.

O ilustrador Robert Wagt (1962) representa a junção das artes descritas anteriormente, ele estudou fotografia e ilustração. Morris (2006, p. 100) entrevista Wagt sobre o seu percurso artístico e refere que as ilustrações devem de conter uma história com o mundo da moda. Para representar sua visão explora as técnicas: colagem, fotografia, desenho e programas digitais. Podemos observar dois exemplos do seu trabalho na figura 22 e 23.



Figura 23- Ilustração de Robert Wagt para marca *Dolce&Gabana*, publicada na revista *Vanity Italy*. (Fonte: <https://www.behance.net/gallery/11643661/FASHION-ILLUSTRATION>, visitado em 04/10/2021)

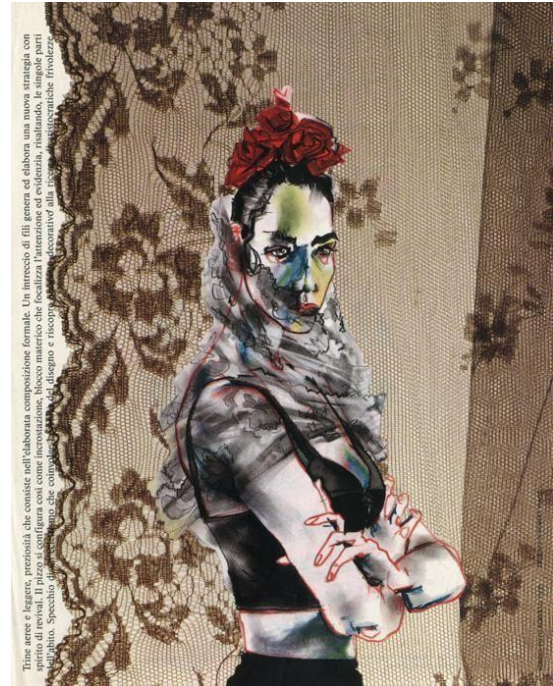


Figura 22- Ilustração de Robert Wagt para a revista *Chippie* (France). (Fonte: <https://www.behance.net/gallery/4753455/Photo-collage>, visitado em 04/10/2021)

Entendemos que o uso dos programas gráficos são uma porta aberta para a criatividade dos ilustradores que são usados como meios de expressão quer seja a nível profissional ou individual. A esse respeito, (Morris, 2006, p. 93), explica que:

Os avanços da tecnologia irão sempre melhorar e desenvolver o desempenho artístico dos ilustradores de moda. O regresso aos métodos tradicionais e seguros resultou numa nova forma de trabalho. Os ilustradores da atualidade usam técnicas artesanais consagradas, como o desenho, o bordado ou a colagem e misturam-nas com as suas contrapartidas digitais para criar um meio de comunicação moderno.

Além das técnicas mencionadas por Morris, também podem ser explorados vários materiais alternativos, como por exemplo numa perspectiva de *assemblage*: maquiagem, flores naturais, recortes de jornais, missangas, botões entre outros e

também podem recorrer ao uso da tecnologia, como afirma o autor Barnes (1988, p. 26), no uso da máquina fotográfica ou filmar. A ilustradora Grace Ciao (1992) demonstra algumas destas técnicas alternativas (figura 24). Utiliza as flores e a aguarela para transmitir uma beleza natural, incentiva o espetador a pensar em várias maneiras de trabalhar com a natureza, apelando à sustentabilidade e sensorialidade.



Figura 24- Ilustração de Grace Ciao (Fonte: <https://graceciao.com/>, visitado em 20/10/2021)

Em Portugal, no ramo da ilustração de moda destacam-se António Soares (1973) e Nuno da Costa, são artistas que trabalham com marcas e revistas nacionais e internacionais, que ao longo da sua carreira tornaram-se uma referência importantes para o mundo da moda

António Soares, para o jornalista Gonçalves (2018) é um artista prestigiado que começou a receber encomendas para várias marcas, uma delas foi para *Karl Lagerfeld*, ele ilustrou um *lookbook* inteiro. Acrescenta que o seu portefólio expõe trabalhos para *Dolce&Gabbana*, *Chanel*, *Fendi* entre outras. Em Portugal, ilustrou para a marcas *Marques de Almeida* e *Alexandra Moura* (figura 25).



Figura 25- Ilustrações de António Soares para a marca *Marques de Almeida e Alexandra Moura* (Fonte: <https://www.illustrationx.com/artists/AntonioSoares>, visitado em 10/11/2021)

Na plataforma online IllustrationX (2021) estão disponíveis os seus trabalhos, com uma carta de apresentação, Soares escreve que as suas ilustrações são impulsionadas pelo seguinte pensamento: “o amor é a emoção que move”. Além disso, refere que “eu adoro cores, tons e transparência, a aguarela reflete esse humor no meu trabalho”. É comum o ilustrador, demonstrar os rostos das modelos com expressões plenas, subtis e matizadas que são equilibradas por representações minuciosas das peças de vestuário ou acessórios, com forte utilização de cor.

Nuno da Costa foi o primeiro ilustrador oficial da *Vogue* Portugal, é reconhecido internacionalmente por expor os seus trabalhos na Gems of Time Salon QP na Saatchi Gallery London, criar ilustrações para marcas de luxo (*Chanel, Christian Dior, Iris Van Harper, etc.*) e desenhar editoriais para revistas de moda (*Vogue ou Harper’s Bazaar, etc.*), entre outros projetos pessoais. (Costa, 2021).

Na plataforma oficial, Costa (2021) entendemos que as ilustrações apresentam diversas cores com uma linha arrojada e contemporânea. O ilustrador refere que explora suportes convencionais - guache, aguarela, tinta e pastéis e recorre à tecnologia digital para criar um toque inerentemente gracioso. Como é possível observar nas figuras 26 e 27.



Figura 26- Ilustração de Nuno Da Costa, para a revista Harper's Bazaar, Alemanha (Fonte: <https://www.nunodacosta.com/fashion/harpers-fashion-illustration-2>, visitado em 07/11/2021)



Figura 27- Ilustração de Nuno Da Costa, maio, 2018 | Capa da Vogue | Edição especial para a CNI Luxury Conference (Fonte: <https://www.nunodacosta.com/fashion/vogue-illustrated-cover>, visitado em 07/11/2021)

Além disso, colabora com cabeleireiros, maquilhadores e *designers* de moda para criar os seus conceitos. A sua visão entre o desenho tradicional e a fotografia contemporânea apresenta um novo caminho para ambos.

Em pleno século XXI, a ilustração de moda enfrenta diversas maneiras de representação. A esse respeito, Blackman (2007, p. 261) defende que a versatilidade, acessibilidade e a familiaridade das imagens geradas pelo computador nesta era de sobrecarga visual permitem uma nova relação entre o espectador e a ilustração, pondo a fotografia e arte num nível intermediário. Muitos artistas quebraram barreiras ao explorar a ilustração “*fine art*”, fotografia e computação gráfica, ao utilizarem estes elementos no seu trabalho.

Deparamos que entramos num século onde foram quebradas várias barreiras que proporcionaram a liberdade de representar a moda como o ilustrador a observa e interpreta. A esse respeito, (Morris, 2006, p. 196), afirma que:

O ilustrador de moda pretende ser um livro de referências com conselhos práticos e ideias inspiradoras para formar uma base a partir da qual a criatividade individual pode desenvolver-se. Como Coco Chanel refere ao longo da sua vida: para ser insubstituível na vida, é preciso ser diferente.

O autor comenta que é um excelente conselho para realizar os *sketches*. Esta citação é importante ser referida porque ao longo das décadas foram destacados vários ilustradores que trabalharam com o mundo da moda que representaram vários estilos e maneiras de pensar, que irão contribuir para o desenvolvimento do projeto.

Capítulo 4 - Componente projetual

Ao longo desta dissertação, o estudo focou-se em ilustradores de moda que expressaram a sua linguagem visual, de acordo, com as peças emblemáticas dos *designers* de moda ou campanhas publicitárias, direcionadas para o público feminino. Estudou-se a definição que Barnes (1988, p.117) resume: o ilustrador de moda cria a visão comercial do produto finalizado, assim o mercado, dita o estilo do ilustrador e o artista tem de transmitir a mensagem nos detalhes, no humor, no estilo e no seu método único de execução. No entanto, na visão de Sheinberger (2018, p. 4) para além de serem capazes de explicar e esclarecer, as ilustrações têm o poder de complementar, transmitir e aprofundar. Ainda refere que elas podem apresentar um conteúdo ou revelar aspetos artísticos.

A análise das ilustrações permitiram expandir o reportório nas mais variadas formas de apresentar a mensagem que é solicitada ao ilustrador de moda. A partir da linha cronológica (tabela 1 e 2) podemos constatar várias formas de representação e técnicas quer a nível de materiais ou desenho do cânone feminino.

A figura feminina é o ponto em comum das 18 ilustrações analisadas, ela é representada de maneira diferente consoante o artista. Posto isto, o público-alvo é o género feminino.

Estuda-se o processo criativo e pessoal do ilustrador de moda em que cada desenho representa a sua alma e visão. A esse respeito, o autor Sheinberger (2018, p. 4) escreve que quando ilustramos, não estamos apenas a retratar a realidade, estamos também produzindo algo novo, trazendo ao mundo uma visão nova e individual.

A expressão de criar algo novo e pessoal com os fenómenos históricos estudados é a motivação para este projeto. Daí o objeto de estudo consistir na análise de duas ilustrações por década de artistas diferentes, pois apesar de viverem no mesmo período o registo é totalmente diferente. Sheinberger (2018, p. 4) comprova esta afirmação, ele explica que quando expostas a uma mesma situação ou uma mesma circunstância, duas pessoas terão sempre uma maneira diferente de encará-la. Ainda, refere que a premissa que está por trás das diferentes linguagens a que recorreremos para ilustrar é a seguinte: a ilustração explica a nossa visão do mundo para os demais.

Nesse sentido, esta vertente projetual tem o objetivo de construir uma linguagem plástica a partir de uma seleção de modelos visionários da história da moda.

4.1 - Da literatura relevante ao conceito

De acordo com Morris (2006, p. 10) todos os artistas, os *designers* e ilustradores procuram fontes de inspiração para desenvolver o seu trabalho e absorver novas ideias a todas as horas. Além disso, Morris (2006, p. 14) escreve que: Albert Einstein disse que “a imaginação é mais importante do que o conhecimento”. Contudo, antes da maioria dos artistas poderem começar a produzir obras de arte a partir da sua imaginação, precisam de estabelecer uma base de conhecimento da qual irão trabalhar. Acrescenta que o ponto de partida mais simples é selecionar um tema a investigar e desenvolver.

O tema que irá ser explorado ao longo do projeto é a construção de uma linguagem plástica pessoal, considerando os contributos de um grupo específico de *designers* que integram na História da moda. Posto isto, foi selecionado o livro: *The world's most influential fashion designers: hidden connections and lasting legacies of fashion's iconic creators*, (Lovinski, 2010).

O índice do livro serve de referência para a construção de uma *timeline* que estrutura a sequência das ilustrações que compõem o projeto. Está dividido em sete partes: 1- introdução; 2- *designers* celebridades; 3- definem as mulheres para uma nova geração; 4- artesãos; 5- futuristas; 6- modernistas vs. pós-modernistas; 7- conceptuais. Nestas categorias são selecionados vários *designers* de moda que revolucionaram na moda.

Conforme esta organização, por cada categoria, à exceção da introdução e *designers* celebridades, é escolhido um *designer* de moda e posteriormente um modelo que irá ser analisado ao longo do projeto da dissertação.

Na visão de Lovinski (2010), podemos afirmar que cada *designer* de moda desenvolveu vários modelos que representam a sua forma pessoal de pronunciar a moda. Portanto, são selecionados cinco *designers* de moda com cinco modelos, cada peça complementa-se um ao outro, para ser possível representar as peças com os devidos métodos e processo de representação que foram estudados no capítulo anterior. Assim é possível desenhar um esquema com o tema do projeto (figura 32).

OS VISIONÁRIOS

Revolução
na silhueta feminina

Christian Dior
1905 - 1957



Artesão

Yohji Yamamoto
1943



Futurista

Thierry Mugler
1948 - 2022



Modernista
Vs Pós Modernista

Vivienne Westwood
1941



Conceptual

Elsa Schiaparelli
1890 - 1973



Tabela 3- Tema do projeto da ilustração (Fonte: Autoria própria)

4.2 - Suporte e técnica da ilustração

O suporte para a realização das ilustrações de moda é o tablet *Galaxy Samsung FE (5g)* com o aplicativo gratuito (*Sketchbook*, 2021).

De acordo com o site oficial do *Sketchbook* (2021), o aplicativo possui uma ampla variedade de pinceis altamente personalizáveis (lápiz, marcadores, aerógrafos, tinta, mancha entre outros), réguas e ferramentas de traçado que proporcionam uma liberdade artística. Dispõe de camadas e modos de mesclagem para ser possível construir o desenho.

Barnes (1988, p. 80) explica que a seleção de materiais é realmente uma questão de preferência pessoal. O teste de um bom material é aquele que pode produzir a qualidade individual e o aspeto que o artista pretende alcançar. Assim, a criação das ilustrações de moda tem um forte impacto no registo digital, onde são exploradas as ferramentas.

Nas ilustrações trabalhou-se com a ferramenta *Lápis Pal* e a *Curso aquarela*. Estas ferramentas foram utilizadas no esboço e por sua vez no preenchimento de cor, transmitindo um registo personalizado e artístico de acordo com o *Adn* do *designer* de moda.

4.3 - A figura feminina

Na dissertação estudou-se a estrutura e a silhueta do corpo feminino ao longo das décadas, passaram por várias formas e técnicas de representação. Cada ilustrador tem a sua forma pessoal de desenhar o cânone feminino, criaram o seu próprio modelo para expressar a sua vertente.

Esta fundamentação permite estipular uma forma de representar o corpo feminino. Inspira-se numa característica do surrealismo e do registo minimalista: o surrealismo (1924) é uma corrente artística onde a arte não é moldada de acordo com os padrões de beleza, não se questiona o que é certo e errado, o artista é livre de pensar; O minimalista cria a ponte da simplicidade das formas para realçar as peças em questão. Posto isto, estes dois registos permitem desconstruir a beleza clássica do cânone feminino e criar um corpo minimalista com um registo livre e autoral.



Ilustradora:
Daniele Calcaterra

Ilustradora:
Jamie Lee Reardin

Ilustradora:
Sofie Nordström

Figura 28- Imagens de inspiração para o desenvolvimento da figura humana (Fonte: https://www.pinterest.pt/jo_a_naaa/cole%C3%A7%C3%A3o-tese/, em visitado em 13/12/2021)

Após a definição do conceito do corpo foi feita uma pesquisa sobre as formas corporais que mais se identificam para desenvolver a linguagem plástica pessoal. Na figura 28, podemos observar alguns exemplos onde estão representadas ilustrações de moda com um registo claro e imaginativo. Entendemos que os pontos em comum é um pescoço grande e o corpo magro, são características que iremos observar no esboço da figura humana.

Com estas abordagens bem definidas inicia-se os esboços, salienta-se que as guias do corpo feminino: cabeça, ombros, peito, cintura, anca, coxa, joelho, meio da perna, tornozelo e pé, foram fundamentais para o estudo.

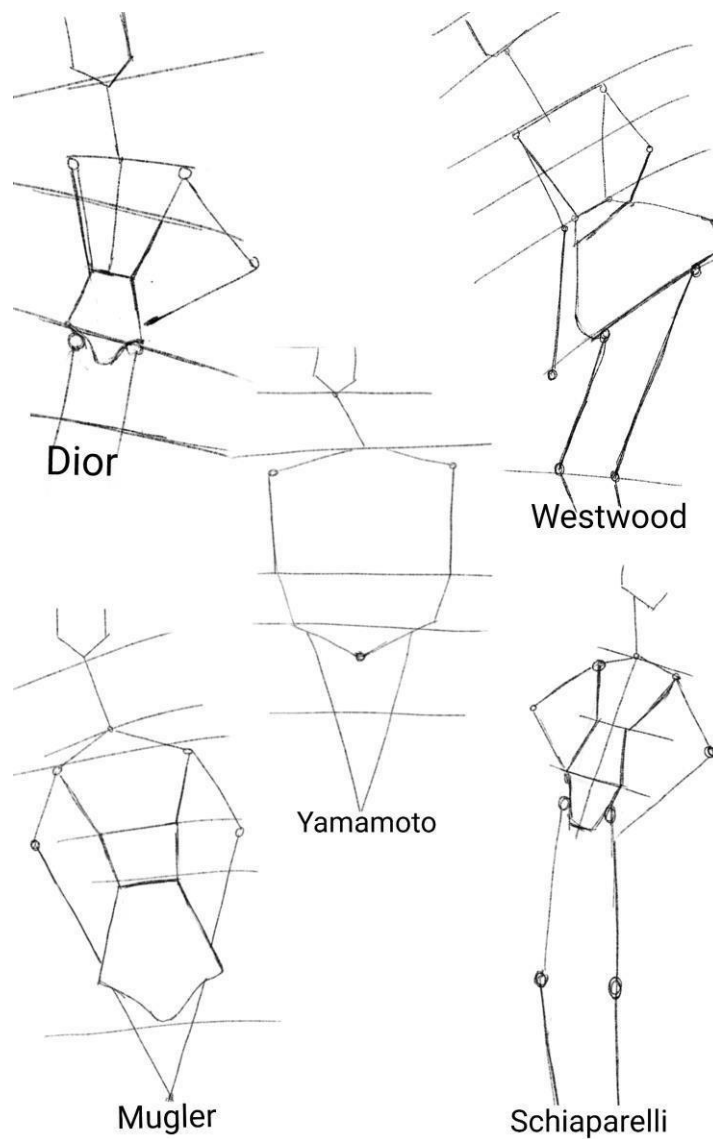


Figura 29- Esboços dos modelos visionários (Fonte: Autoria própria)

Posto isto, observa-se que a figura feminina em geral apresenta em alguns momentos uma distorção nas suas formas e uma ampliação no corpo, com o objetivo de realçar certos pontos importantes das peças.

De seguida, com a estrutura delineada do corpo, observou-se atentamente as peças das imagens escolhidas e realizou-se uma breve pesquisa de inspiração que serviu de apoio e inspiração para construção das peças.

4.4 - Desenvolvimento do vestuário

Com a estrutura delineada do corpo, iniciou-se o desenho do vestuário. Para este processo foi realizada uma breve pesquisa de cada modelo que serve de apoio para a construção das peças.

As peças foram escolhidas com a intenção de representar a ampla variedade de formas, materiais, silhuetas, padrões que o mundo *do design* de moda pode oferecer ao ilustrador.

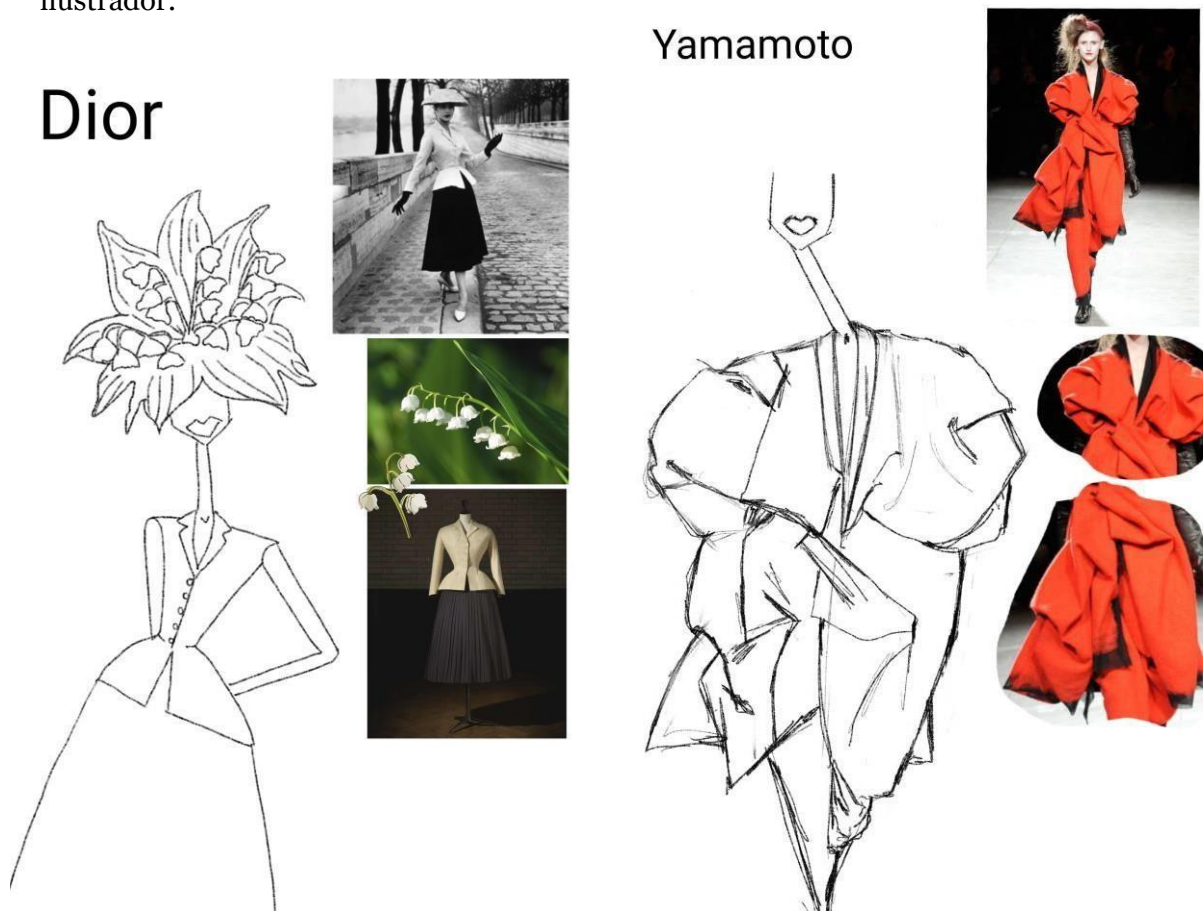
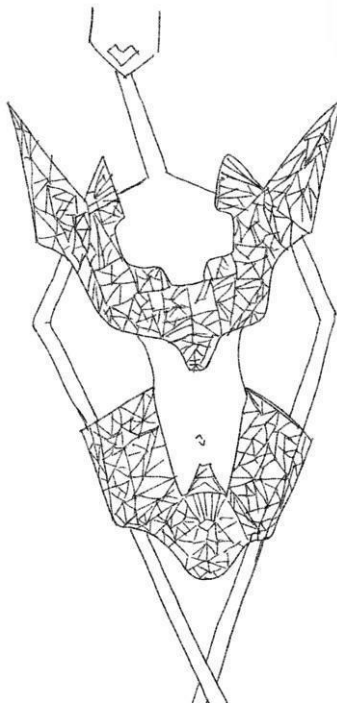


Figura 30- Desenho do vestuário, Dior (Fonte: Autoria própria)

Figura 31- Desenho do vestuário, Yamamoto (Fonte: Autoria própria)

Na figura 30, o modelo Dior, pretende representar as linhas clássicas da moda: o *blazer* e a saia, com um símbolo associado ao *designer*, a flor lírios do vale. Enquanto na figura 31, o modelo Yamamoto, explora o drapeado do tecido, por isso as imagens que estão ao lado do desenho servem para estudar as várias dobras e ondulações que o material fornece.

Mugler



Westwood



Figura 32- Desenho do vestuário Mugler
(Fonte: Autoria própria)

Figura 33- Desenho do vestuário Westwood
(Fonte: Autoria própria)

Na figura 32, no modelo de Mugler, explora o material como está disposto ao longo da figura feminina, a visão enigmática ligada ao universo alienígena e dos insetos serviu de inspiração para o desenho da peça.

Em contrapartida, na figura 33, o modelo de Westwood pretende demonstrar a padronagem nos tecidos e as manipulações que podem ser feitas numa peça, as imagens servem de auxílio para entender o *rapport* do padrão e o enchumação.

Schiaparelli



Figura 34- Desenho do vestuário Schiaparelli.
(Fonte: Autoria própria)

Na figura 34, no modelo Schiaparelli, une a ambiguidade do estilo minimalismo com o surrealismo. Assim para esta peça observou-se o caimento do tecido com o motivo fantasioso.

Assim, definiu-se que as cinco ilustrações apresentam uma escala grande e centrada na tela com um fundo bidimensional. O corpo apresenta uma magreza extrema, os braços e as pernas são minimalistas com um registo simplificado para destacar a beleza das peças. No rosto, são desenhados a silhueta de uns lábios que pretendem lembrar a sensualidade dos modelos visionários. No caso do coordenado de Yamamoto, o desenho do corpo é a anulado pois o corpo não se submete mais às vestes, ganha liberdade.

4.5 - Criação do fundo

No capítulo da contextualização histórica foram estudadas ilustrações com um fundo que criava uma relação com a figura feminina. Este contexto revela uma proximidade com o espetador e em certa parte cria uma atmosfera sobre a mensagem gráfica que se pretende transmitir.

Posto isto, com a estrutura da figura feminina e o vestuário bem definido partiu-se para a criação do fundo. Este segundo plano pretende transportar consigo o ADN do *designer* de moda e por sua vez o registo individual como ilustradora.

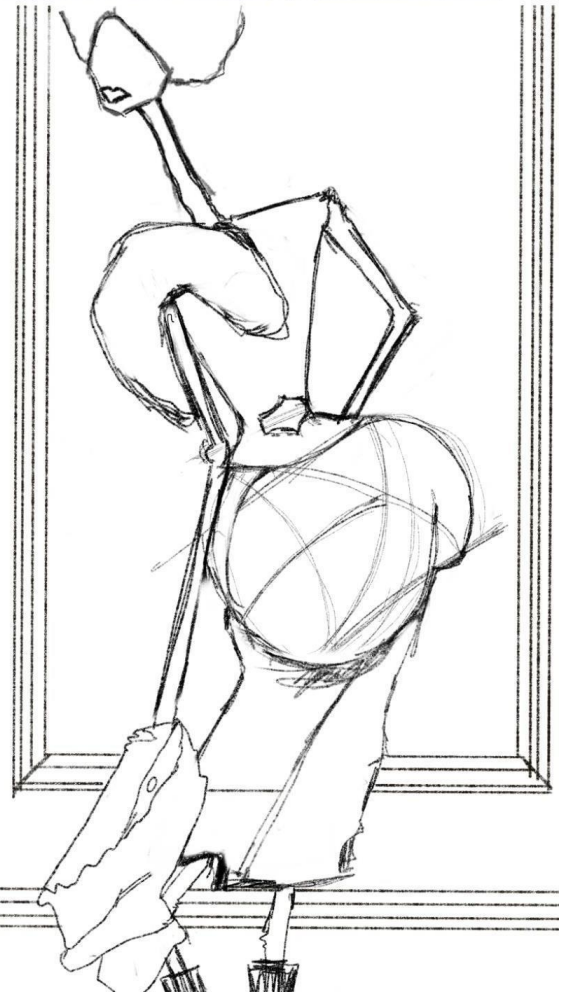
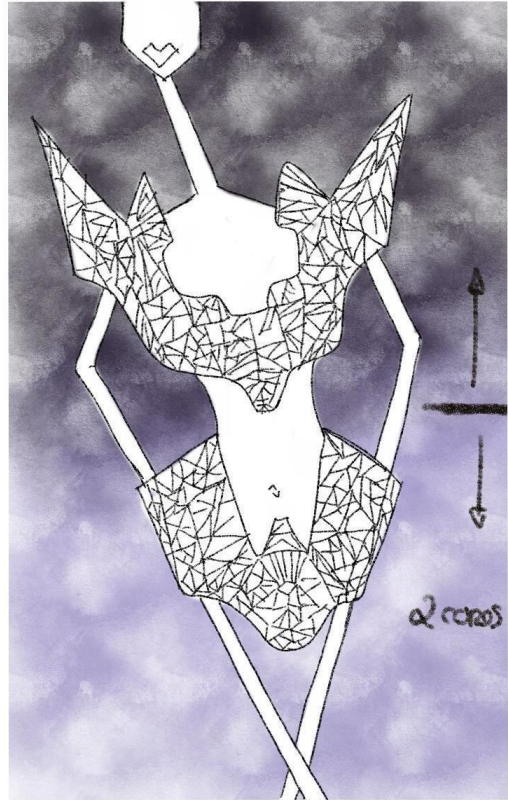
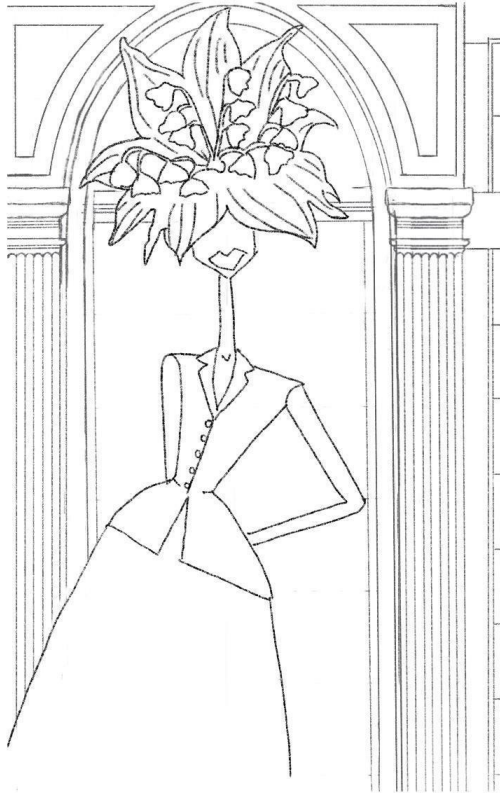


Figura 35- Desenho dos fundos das ilustrações (Fonte: Autoria própria)

Na ilustração Dior, o plano de fundo inspira-se em dois modelos arquitetônicos: O primeiro é a entrada de uma estufa do século XXI com influências do movimento artístico da *Art Nouveau*; O segundo é de um templo da antiguidade clássica, mais especificamente, o Partenon com as colunas de ordem dórica; esta interseção pretende transmitir a frescura, elegância feminilidade e luxo que Dior queria divulgar para o seu público.

Na ilustração Yamamoto, desenha-se um fundo onírico com a cor preta, que pretende simbolizar a sua cor preferida, segundo o autor Levinski (2010, p. 106) ele definiu o preto com um “preto envolvente” que absorve toda a cor e ao mesmo tempo tem a profundidade da sombra, provocando uma sensação de inalcançável. Assim as caras que estão dispostas sinuosamente ao lado da mancha preta transmitem a ideias inteligentes e misteriosas que são despertadas nos seus desfiles.

Na ilustração Mugler, o fundo apresenta uma mancha espontânea em efeito de gradação tonal, dominada por duas cores místicas (roxo-escuro e roxo-claro), esta atmosfera exprime a sua visão do universo e alienígena perante a moda. O autor Levinski (2010, p.132), concluiu que Mugler começou a desenhar roupas porque estava à procura de algo que não existia. Teve, no fundo, de tentar criar o seu próprio mundo.

Na ilustração Westwood, o segundo plano é composto por uma moldura de um museu que tem como intenção manifestar um momento histórico carregado de memórias e significados. Por outras palavras, o autor (Lovinski, 2010, p.142) evidencia que Westwood cria ícones tradicionais de supressão como símbolos contemporâneos da força e da sexualidade feminina. A peça, o conteúdo, o desfile ficou marcado na história da moda, assim a moldura permite anexar esta mensagem marcante para que o espetador possa refletir sobre os valores da sociedade.

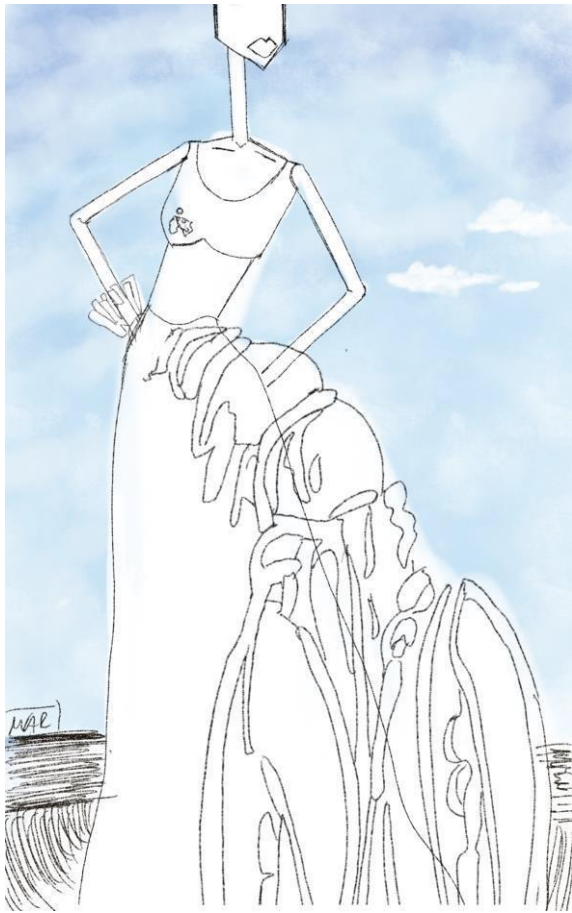


Figura 36- Continuação do desenho dos fundos das ilustrações (Fonte: Autoria própria)

Na ilustração Schiaparelli, o fundo apresenta uma brincadeira a partir da lagosta, constatamos uma proximidade com plano de fundo (o céu e o mar). O céu representa o movimento artístico surrealista (1924), a liberdade, a espontaneidade criativa e a valorização do processo imaginativo e o mar simboliza o *habitat* das lagostas. Estes elementos juntos criam uma atmosfera que se relaciona com a mente, o irreal e o absurdo.

4.6 – Exploração cromática

A coloração das ilustrações varia de acordo com a cor do tecido, assim existe uma proximidade com a realidade. Enquanto o fundo apresenta um equilíbrio na pigmentação para proporcionar destaques nos *designs*.

Para cada ilustração foi criada uma paleta de cores:

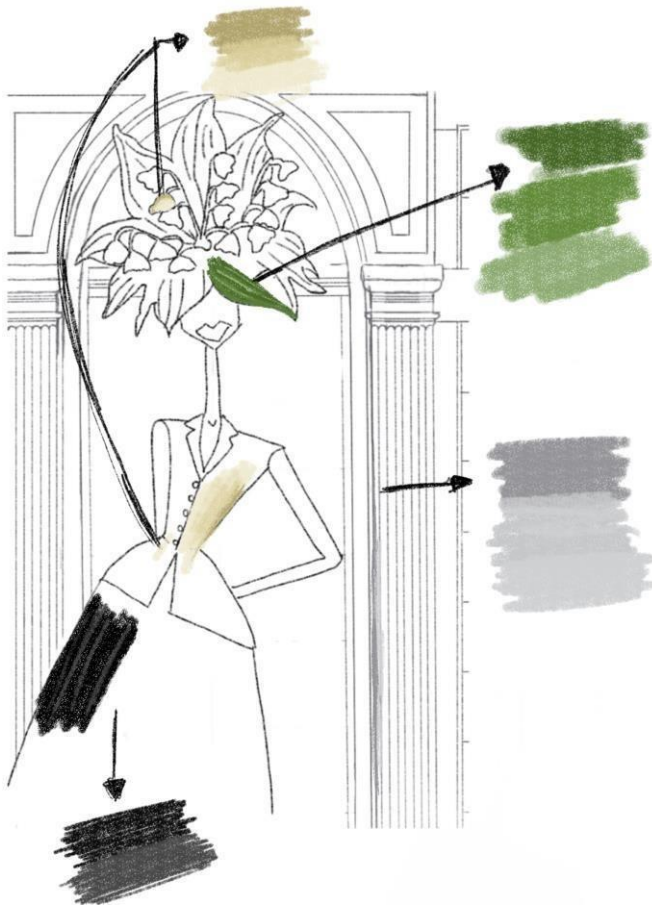


Figura 38- Estudo da cor, Dior (Fonte: Autoria própria)

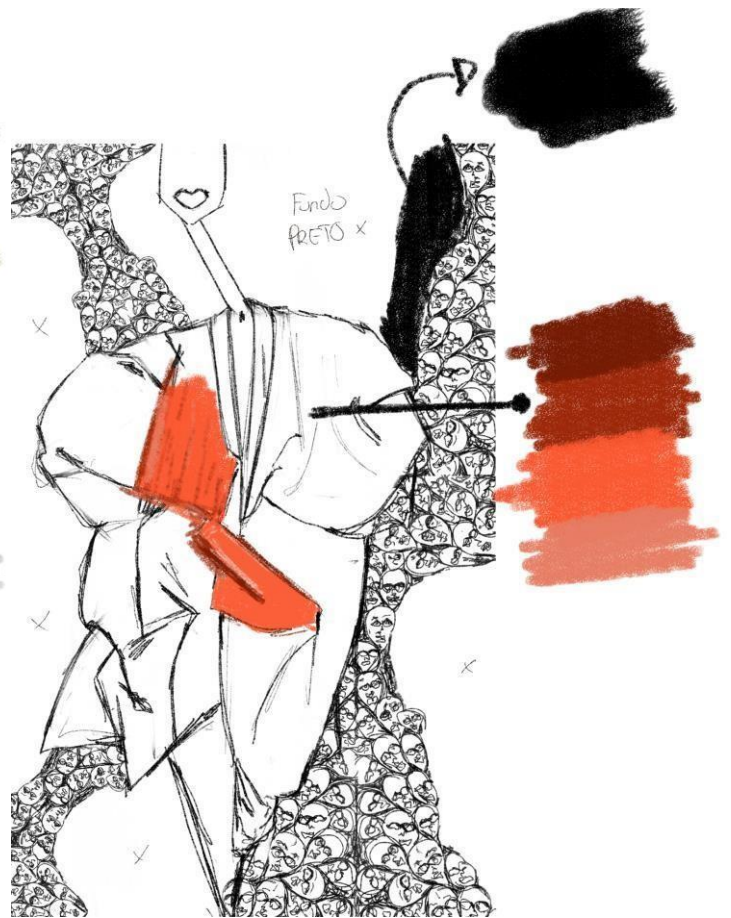


Figura 37- Estudo da cor, Yamamoto (Fonte: Autoria própria)

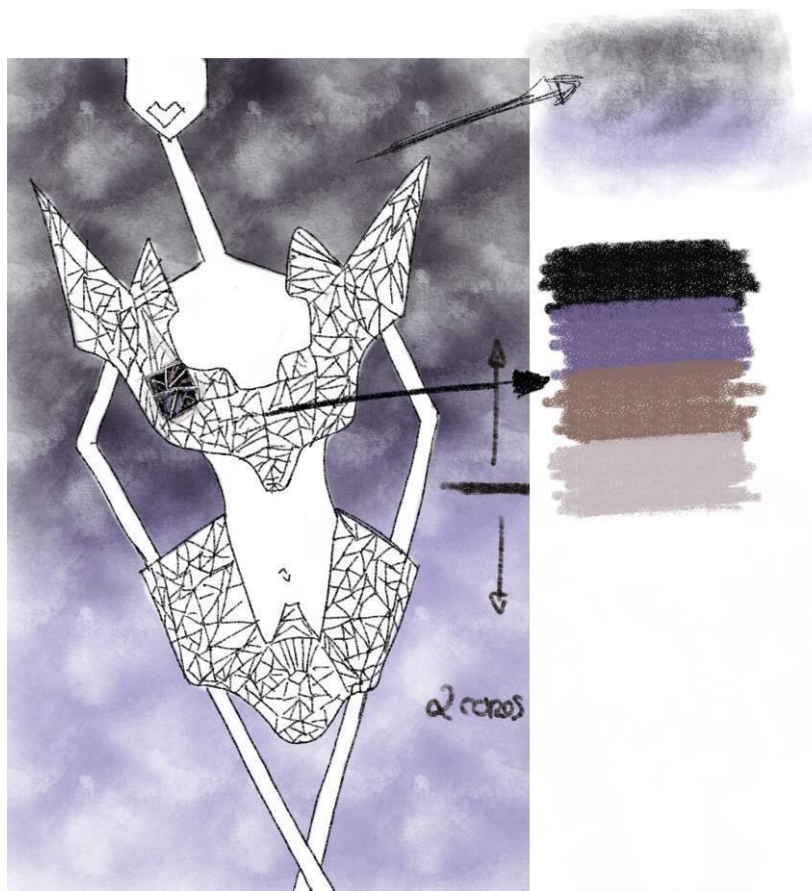


Figura 39- Estudo da cor, Mugler (Fonte: Autoria própria)



Figura 40. Estudo da cor, Westwood (Fonte: Autoria própria)

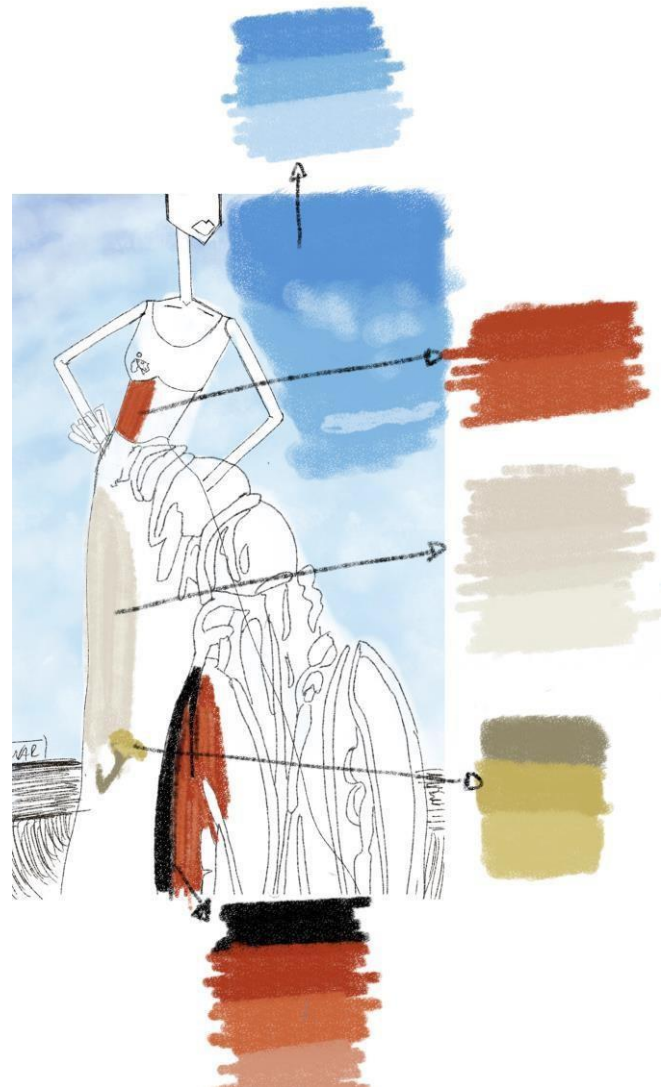


Figura 41- Estudo da cor, Schiaparelli (Fonte: Autoria própria)

4.7 – Ilustrações

As ilustrações representam o nosso estado de espírito também pode ser visível a nossa imaginação, melancolia ou ludicidade. Tudo aquilo que nos serve de motivação acaba se refletindo, de forma quase mágica, nas nossas ilustrações. O que informalmente chamamos de “gosto”, na verdade, é uma expressão inconsciente do nosso próprio estado de espírito. Nossas referências revelam muito sobre nós. (Scheinberger, 2019, p. 18)

4.7.1 – Revolução



Figura 42- Revolução (Fonte: Autoria própria)

Christian Dior marcou a história da moda por revolucionar a silhueta feminina, despertando a sua admiração pela *Belle Époque*. Pretendia celebrar a feminilidade e opulência do vestuário feminino (uniformes militares e civis).

Dior criou uma revolução na moda por apresentar esta nova perspectiva. Revolucionou no sentido positivo por exaltar a feminilidade extrema e resgatar valores tradicionais. Por outro lado, foi alvo de críticas por apresentar uma tentativa de reprimir a liberdade feminina e usar demasiado tecido, cada peça usava entre dez a vinte e cinco metros (Hess, 2021).

Na ilustração é apresentada uma das peças mais icónicas da sua coleção o *New Look* (1947). Lovinski (2010, p. 41) refere que este conjunto da famosa coleção *Corolle* Primavera chama-se *bar suit*, que tem sido uma das peças mais referenciadas no mundo da moda. O blazer aperfeiçoa a ênfase do século XIX na cintura, os ombros inclinados e a saia plissada comprida. Este *look* apresenta um chapéu que neste caso é substituído pela flor lírios do vale.

O desenho da flor lírios do vale, que podemos observar na ilustração pretende representar a nostalgia da sua infância, relembrando a propriedade dos seus pais em Granville, dos jardins à beira-mar, onde adquiriu uma cultura hortícola e única (Dior, 2021). Além disso, esta flor foi o seu amuleto de sorte, pois Lovinski (2010, p. 42) refere que durante a apresentação da coleção *Corolle*, os interiores das bainhas dos vestidos estavam cobridos com ramos da flor para ter sorte.

As peças de vestuário são representadas de acordo com as cores originais e a sua silhueta também, o objetivo é captar o impacto que teve na altura com um registo pessoal.

4.7.2 –Des(construção)



Figura 43- Des(construção) (Fonte: Autoria própria)

Yamamoto, ao longo das suas coleções constrói conceitos que por sua vez são desconstruídos para transmitir a sua mensagem.

O seu espírito vanguardista é transportado no modelo da coleção outono 2009, é um vestido vermelho que tem um lenço e umas luvas pretas. Esta peça ficou reconhecida por apresentar um trabalho irreverente na técnica de modelagem e drapeado, construindo uma ponte entre alta-costura europeia e o *design* japonês. (English, 2011, p. 185).

Inspira-se e constrói uma ponte entre o mundo oriental e ocidental que resulta na representação de um mundo onírico e misterioso. Capta a desconstrução humana que é revelada nas formas do corpo feminino, a própria peça é o corpo.

4.7.3 – In(temporal)

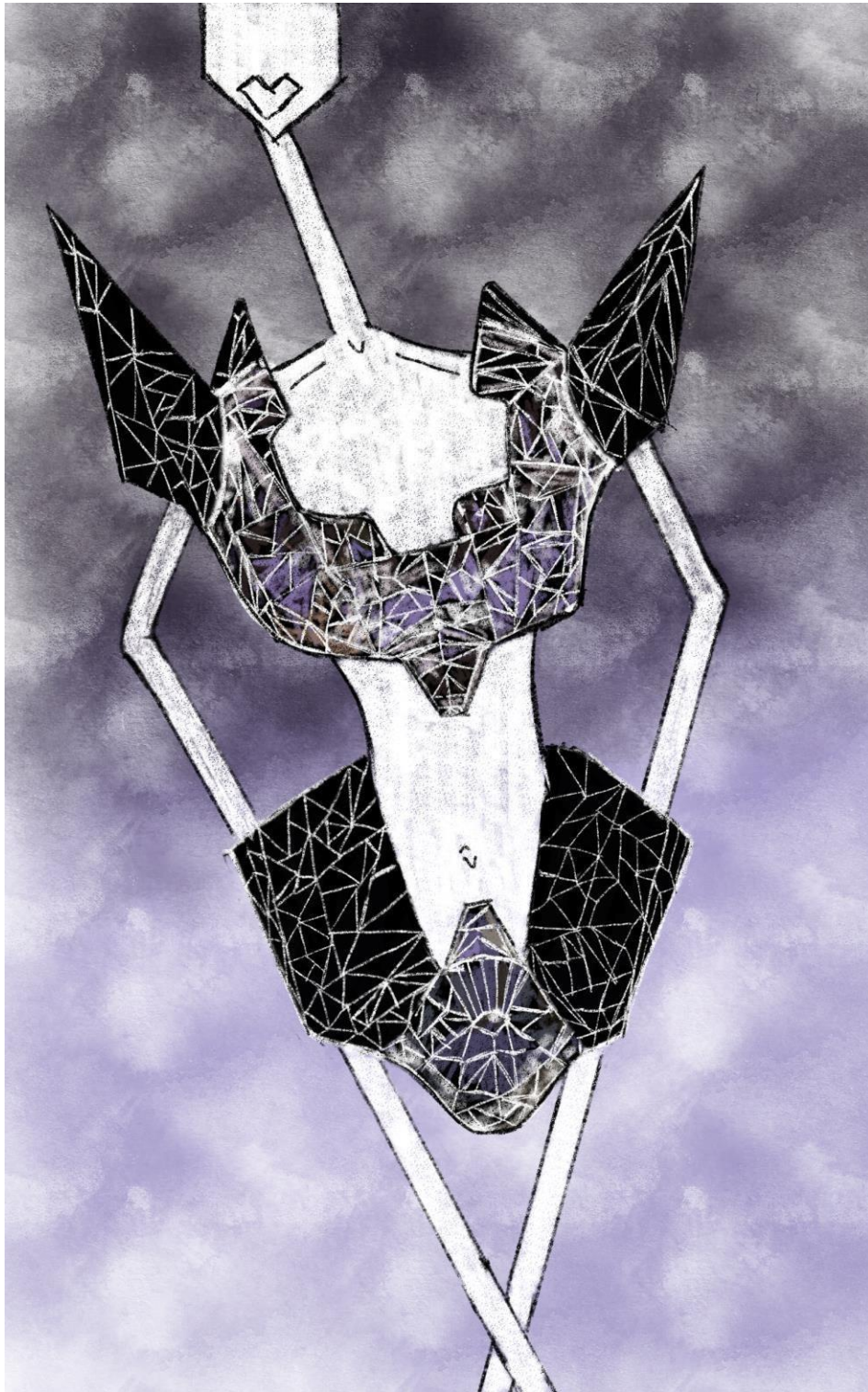


Figura 44- In(temporal) (Fonte: Autoria própria)

Mugler era intemporal, por não ter sido influenciado pelas tendências da sua época consegue espelhar a sua própria visão que transcende na moda. Assim capta-se a sua linha temporal que está *IN* até à atualidade, pois as suas coleções apresentam morfologias culturais, futuristas, cénicas e elegantes que inspiram a comunidade artística.

Posto isto, Lovinski (2010, p. 133) menciona que esta peça foi apresentada em Barcelona em 2007 como parte de uma celebração para assinalar o trigésimo aniversário dos primeiros espetáculos de Mugler na cidade espanhola. Acrescenta que abrange vários interesses da sua carreira – a celebração da figura feminina, espaço e ficção científica. Ainda refere que o peça é digna do clássico filme de ficção científica *Barbarella*, de Roger Vadim, de 1968.

A ilustração vive a sua visão cénica no mundo da ficção científica, um novo vocabulário que não existia no período. Com base nisto, foi desenvolvida uma interpretação na peça de vestuário da figura feminina, destaca-se a parte superior dos ombros são pontiagudas para demonstrar o poder feminino. A peça vive a silhueta do corpo para destacar o desejo de erotismo que Mugler representa nas suas coleções. O registo inacabado da peça pretende representar o infinito do universo dramático e o mundo teatral que foi demonstrando ao longo dos seus anos.

4.7.4 – Re(inventar)



Figura 45- Re(inventar) (Fonte: Autoria própria)

Westwood apesar de ter sido uma precursora do movimento *Punk* no período nos anos setenta. Destacou-se por reinventar a sua visão perante a moda do século XVIII na década de 1990. Inventou e transmitiu várias formas e silhuetas femininas.

Posto isto, o modelo escolhido pertence à coleção outono/inverno de 1994 onde é adaptado satiricamente a forma natural do corpo, usando o estofamento *tartan* no traseiro, uma prática da moda do século XVIII, para definir a anca e minimizar a cintura. A ilustração capta a nostalgia dos tempos passados. É um estado de espírito que Westwood queria transmitir ao público: o diálogo entre as histórias de França e da Inglaterra (Vernose, 2019).

Na ilustração desenvolvida optou-se por destacar, ainda mais, a proporção e o excesso na zona posterior, realçando o charme refinado da moda inglesa mesclada com o senso francês. A essência do tecido padronizado mantém-se igual ao modelo escolhido, mas com um novo olhar. O objetivo é realçar as formas de como as características masculinas (padrão, fato, colete etc..) chamam atenção para a forma feminina do modelo.

4.7.5 – Surreal



Figura 46- Surreal (Fonte: Autoria própria)

Elsa Schiaparelli apresenta coleções imprevisíveis que estavam para além do real conseguindo transportar o espetador para o seu mundo surrealista.

Este estado espírito foi refletido no vestido lagosta (1937) foi inspirado pelo uso crustáceo de Salvador Dali na sua conhecida obra de arte *Lobster Telephone* (1936). Foog (2013, p. 90) menciona que Schiaparelli pediu ao artista surrealista para pintar uma lagosta na frente central do seu vestido de noite, branco de organza. Além disso, a autora Dorigoni (2012) refere que o vestido está rodeado por salsas, a cor da lagosta é vermelha indicando que foi cozida e estaria pronta a ser servida e a posição da lagosta faz uma alusão a genitália feminina por baixo das roupas.

Esta provocação é realçada através da brincadeira que é feita com o tamanho e distorção que observamos na ilustração, a lagosta passa a pertencer ao corpo feminino e sai do vestido, como se tivesse uma vida própria e que pode tomar as suas decisões. Assim, a partir da lagosta constatamos uma proximidade com plano de fundo (o céu e o mar).

Posto isto, a ilustração pretende demonstrar o ADN da *designer*, Lovinski (2010, p. 163) menciona: “Schiaparelli desafia as noções tradicionais da roupa austera e séria da época em troca de um estilo leve e bem-humorado, mas ao mesmo tempo elegante e único”.

Capítulo 5 - Considerações Finais

Espera-se que a dissertação contribua para a ampliação do entendimento da área da ilustração de moda. Neste caso, o objetivo deste trabalho foi realizar um estudo sobre os processos gráficos do desenho no *design* de moda e entender as possibilidades de atuação do ilustrador de moda. O segundo foi analisar as ilustrações de moda de 1920 até à atualidade, com base na fundamentação de obras de ilustradores selecionados. Por último, criar uma linguagem ilustrativa e pessoal de acordo com os modelos visionários selecionados.

O primeiro passo deste trabalho serviu para responder às problemáticas da sobreposição dos meios de atuação na área profissional da moda subjacentes as funções de *designer* de moda e ilustrador de moda. Iniciou-se por identificar o desenho no *design* de moda e estudar a partir de uma pesquisa bibliográfica sobre as seguintes fases: *croqui*, ilustração de moda e desenho técnico. Ao esclarecer estas etapas explica-se onde é inserido o ilustrador de moda. Além disso, também é clarificado a diferença entre as funções do *design* de moda e ilustrador de moda. Esta definição de conceitos teve a intenção de delinear o papel estruturante do ilustrador de moda. A partir destas explicações, podemos afirmar que o ramo do *design* de moda possui várias representações gráficas (*croqui*, ilustração de moda e desenho técnico que por sua vez insere-se numa ficha técnica), estas fases contribuem para a pré-visualização do produto final. Neste processo o ilustrador de moda cumpre a importante de função de comunicar, apresentar um conceito e uma mensagem que integra o seu registo pessoal e autoral.

Após esta definição de conceitos inicia-se a análise das ilustrações de moda de 1920 até à atualidade. Esta década foi escolhida por ser revolucionária e inovadora para o mundo feminino. A figura feminina é o ponto comum das ilustrações analisadas, pretendeu-se demonstrar as silhuetas e formas que foi proporcionado à mulher, bem com o traço psicológico do ilustrador. A escolha deste público-alvo, desencadeou a uma breve fundamentação da liberdade que foi imposta em Portugal, a partir dos anos 80 até à atualidade, entendemos que com os acontecimentos históricos a ilustração de moda portuguesa conquistou um reconhecimento mundial.

As ilustrações foram recolhidas através de fontes bibliográficas e arquivos disponíveis online, a fim de criar uma linha cronológica pelas décadas estudadas e contribuir para a catalogação do estudo de moda orientado para a ilustração. No início de cada década foi feita uma breve introdução histórica dos pontos mais marcantes da

história, com o intuito de situar o leitor, após isso são analisadas as duas ilustrações de autores diferentes. Exceto no subcapítulo da atualidade, que são acrescentadas duas obras com a finalidade de relatar dois trabalhos de ilustradores de moda portugueses. Este método explicativo permitiu-nos concluir que apesar dos ilustradores serem expostos à mesma realidade demonstram registos diferentes, comprovando que cada um representa a sua própria linguagem plástica dependendo daquilo que lhe é solicitado.

Do breve olhar sobre as ilustrações de moda, sobre a respetiva análise técnica, composição, materiais e suportes, conclui que existe uma escassa informação em relação ao material desenvolvido pelo ilustrador. Por outro lado, com a evolução histórica e tecnológica deparou-se que existe uma valorização na autoexpressão do ilustrador de moda que contribui com uma liberdade nas escolhas das ferramentas que deseja trabalhar, a fim de construir o seu próprio ADN de representação. Este ADN por vezes é procurado pelos *designers* de moda e traduz-se nos anúncios de publicidade entre outras atividades comunicativas.

Neste sentido optámos por uma *applied research* que resulta dos conhecimentos consolidados a partir do estudo das épocas históricas que refletem as ferramentas necessárias para a criação da linguagem plástica.

Assim, como foi analisando anteriormente o ilustrador de moda representa o seu trabalho para alguém. Nesta perspetiva, foram escolhidos os modelos visionários na moda com o intuito de representar fielmente a mensagem que o *designer* de moda queria transmitir ao público, contudo com um carácter autoral.

Ao assumir o papel de ilustradora de moda concluí que apesar de representar vários estilos artísticos correspondentes a conceitos diferentes existe uma semelhança na forma de ilustrar a arte que é exclusiva do ilustrador de moda e que define a identidade do seu trabalho. Este ADN desenvolvido na vertente projetual servirá de alavanca para futuras investigações e eventuais perspetivas de trabalho.

Bibliografia

- Abling, B. (2011). O traçado do designer de moda e a ilustração de moda. In *Desenho de moda* (Vol. 2, pp. 355–372). Brasil: Blucher. Recuperado de https://issuu.com/editorablucher/docs/desenho_de_moda_vol_2
- Aneltello. (2020). *Vanity Fair y Miguel Covarrubias: Arte y Moda*. Art Is Cool Too. Recuperado de <https://nadiarodgzz.wordpress.com/2020/12/02/vanity-fair-y-miguel-covarrubias-arte-y-moda/>
- Arquivo Vogue*. (n.d.). Recuperado de <https://archive.vogue.com/>
- Baldini, M. (2018). *A invenção da moda: as teorias, os estilistas, a história*. Lisboa: Edições 70.
- Barnes, C. (1988). *Fashion Illustration: The Techniques of Fashion Drawing*. London: Macdonald Orbis. Recuperado de <https://archive.org/details/fashionillustrato000barn>
- Blackman, C. (2007). *100 years of Fashion Illustration*. London: Laurence King Publishing.
- Bryant, M. (2011). *Fashion Drawing: Illustration techniques for fashion design*. London: Laurence King Publishing.
- Burke, S. (2006). *Fashion Artist: Drawing Techniques to Portfolio Presentation*. Burke Publishing.
- Campaign. (1998). *Levi Strauss launches US kids of the street Silver Tab campaign*. Recuperado de: <https://www.campaignlive.co.uk/article/levi-strauss-launches-us-kids-street-silver-tab-campaign/46795>
- Calderin, J. (2009). *Form, Fit and Fashion: All the Details Fashion Designers Need to Know but Can Never Find*. United States: Rockport Publishers.
- Costa, N. (2021). *Nuno da costa*. Recuperado em 07 novembro , 2022 de <https://www.nunodacosta.com/about>
- Davis, T. (2013). This man gave illustration attitude, now showing at 10 corso como: Bold, Beautiful and damned: Tony Viramontes. *Hero Magazine*. Recuperado de <https://hero-magazine.com/article/11335/bold-beautiful-and-damned-tony-viramontes>
- Dior. (2021). *Histórias da Dior: A paixão pelos jardins e pelas flores*. La Maison Dior. Recuperado em 16 dezembro, 2021 de https://www.dior.com/couture/pt_br/a-maison-dior/historias-da-dior/a-paixão-pelos-jardins-e-pelas-flores

- Dorigoni, J. (2012). Elsa schiaparelli e as artes : criações da estilista na década de 1930
elsa schiaparelli e as artes : criações da estilista na década de 1930. *XVIII Semana Da História: O Perfil Profissional Do Historiador: Impasses e Desafios*, 1–11.
- Duarte, C. (2005). *Moda Portuguesa*. Portugal: C. colecionador dos Correios.
- English, B. (2011). *Japanese Fashion Designers: The Work and Influence of Issey Miyake, Yohji Yamamoto and Rei Kawakubo*. United States: Bloomsbury Publishing. Recuperado de https://books.google.pt/books/about/Japanese_Fashion_Designers.html?id=6UMfAAAAQBAJ&printsec=frontcover&source=kp_read_button&hl=en&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Fernández, Á., & Roing, G. (2007). *Desenho para designers de moda* (1st ed.). Barcelona, España: Editorial Estampa.
- Fernández, T., & Tamaro, E. (2004). Biografia de Miguel Covarrubias. In *La enciclopedia biográfica en línea*. Barcelona, España. Recuperado em 04 setembro, 2021 de https://www.biografiasyvidas.com/biografia/c/covarrubias_miguel.htm
- Fogg, M. (2013). *Tudo sobre moda*. Brasil: Sextante.
- Gonçalves, M. (2018). Moda: Há quem a vista, estes portugueses ilustram-na. *Observador*. Recuperado de <https://observador.pt/2018/05/11/moda-ha-quem-a-vista-estes-portugueses-ilustram-na/>
- Gagnato, L. (2015). *Fundamentos do Design de Moda* (1st ed.). Rio de Janeiro: Europa. Recuperado de <https://issuu.com/tayanepasseio/docs/livro-moda>
- Hagen, K. (2011). *FASHION ILLUSTRATION for designers* (2ª). Upper Saddle River, NJ, Estados Unidos: Prentice Hall.
- Hess, F. (2021). O que é o New Look? História característica e imagens originais da década. *Fashion Bubbles*. Recuperado de <https://www.fashionbubbles.com/historia-da-moda/o-que-e-new-look-caracteristicas-historia/>
- IllustrationX. (2021). *António Soares*. Recuperado em 10 novembro, 2021 de <https://www.illustrationx.com/artists/AntonioSoares>
- Jones, S. (2018). Fashion Illustration from the 16 th century now. *Norman Rockwell Museum*. Recuperado de <https://www.illustrationhistory.org/essays/fashion-illustration-from-the-16th-century-to-now>
- Leahbxo. (2017). *A life is Print*. Recuperado em 01 setembro, 2021 de <https://leahbxo.wordpress.com/author/leahbxo/>

- Leite, A., & Velloso, M. (2017). *Desenho técnico de roupa feminina*. São Paulo: Senac São Paulo.
- Lemos, F. (2013). *Universidade FUMEC; Belo Horizonte; Minas Gerais; Brasil; 30.310.190. Junho, 1–25. Recuperado de <http://revista.fumec.br/index.php/achiote/article/view/1643>
- Lovinski, N. (2010). *The world's most influential fashion designers : hidden connections and lasting legacies of fashion's iconic creators*. Nova York: Barron's.
- Moreira, V. do C. (2018). *Arte e ilustração*. Londrina: Editora e Distribuidora Educacional.
- Morris, B. (2006). *Fashion Illustrator*. Londres: Laurence King Publishing. Recuperado de https://archive.org/details/fashionillustratooomorr_k2x9
- Museum, V. and A. (2020). *Introducing Mary Quant: Produced: As part Mary Quant*. Victoria and Albert Museum. Recuperado de https://www.vam.ac.uk/articles/introducing-mary-quant#vam_body
- Neo, G. (2015). *Fashion Fridays ~ René Bouché (1905-1963)*. Dezembro. Recuperado em 04 abril, 2021 de <https://illustratorslounge.com/fashion/fashion-fridays-rene-bouche-1905-1963/>
- Oliveira, H. (2020). *Frottage ou Frottagem*. Scribd. Recuperado em 01 março, 2021 de <https://pt.scribd.com/document/473986161/FROTTAGE-ou-FROTTAGEM-docx>
- Panzica, V. (2012). *Ilustrações + Moda – Zoltan*. Senhoras Na Moda. Recuperado em 18 setembro, 2021 de <https://senhorasnamoda.wordpress.com/2012/08/16/ilustracoes-moda-zoltan/>
- Pinto, A., Meireles, F., & Cambotas, M. (2008). As artes da primeira metade do século XX. In *História da Cultura e das Artes* (Vol. 3, pp. 22–122). Porto: Porto Editora.
- Rocha, L. (2018). *Ilustração de moda: uma narrativa cronológica contextualizada* (Dissertação de Mestrado, Escola de Arte e Ciência e Humanidade, Universidade de São Paulo). Recuperado de <https://teses.usp.br/teses/disponiveis/100/100133/tde-20122018-140559/pt-br.php>
- Scheinberger, F. (2019). *Ser ilustrador: 100 maneiras de desenhar um pássaro ou como desenvolver sua profissão* (D. Fracalossi (Trans.)). São Paulo: Gustavo Gili.
- Secret, M. (2014). *Elsa Schiaparelli: A Biography*. Alfred A. Knopf. Recuperado de https://archive.org/details/elsaschiaparelli000osecr_y4e2/page/n7/mode/2up
- Silva, G. (2005). *Design 3D em tecelagem jacquard como ferramenta para a*

- concepção de novos produtos: aplicação em acessórios de moda* (Dissertação de mestrado, Universidade do Minho). Recuperado de <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/3152?locale=en>
- Silvano, F. (2019). Desenhos de Moda de Filipe Faisca (Entrevista). *Open Edition Journals: Cadernos de Arte e Antropologia*, 8. Recuperado de <https://journals.openedition.org/cadernosaa/2110>
- Sketchbook. (2021). Recuperado de *Sketchbook*. <https://www.sketchbook.com/>
- Suro, F. (1992). A passionate line of illustrations. *Gale Academic Onefile*. Recuperado de <https://go.gale.com/ps/i.do?p=AONE&u=capes&id=GALE%7CA12696729&v=2.1&it=r&sid=AONE&asid=b127a052>
- Vernose, V. (2019). A visual history of Vivienne Westwood. *CR Fashion Book*. Recuperado de <https://www.crfashionbook.com/fashion/g27041863/vivienne-westwood-vintage-photos/?slide=15#sidepanel>
- Westwood, B. (2014). *Punkature Video*. Blog de Vivienne Weestwood. Recuperado em 05 setembro, 2021 de <https://blog.viviennewestwood.com/punkature-video/>
- Woo, K. (2013). Mats Gustafson, Fashion Illustrator: As an exhibition opens to celebrate his exquisite watercolours insiders meets veteran fashion illustrator Mats Gustafson. *AnOther*. Recuperado de <https://www.anothermag.com/fashion-beauty/2969/mats-gustafson-fashion-illustrator>