UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE ARTES CIÊNCIAS E HUMANIDADES
PROGRAMA DE MESTRADO EM TÊXTIL E MODA

LARA DAHAS JORGE ROCHA

Ilustração de Moda: uma narrativa cronológica contextualizada.

SÃO PAULO
2018

LARA DAHAS JORGE ROCHA

Ilustração de Moda: uma narrativa cronológica contextualizada.

Dissertação apresentada à Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo para a obtenção do Título de Mestre em Ciências pelo Programa de Pós-Graduação em Têxtil e Moda.

Versão corrigida contendo as alterações solicitadas pela comissão julgadora em 25 de setembro de 2018. A versão original encontra-se em acervo reservado na Biblioteca da EACH/USP e na Biblioteca Digital de Teses e Dissertações da USP (BDTD), de acordo com a Resolução CoPGr 6018, de 13 de outubro de 2011.

Área de Concentração:
Têxtil e Moda

Orientadora:
Prof.^a Dr.^a Maria Silvia Barros de Held

SÃO PAULO

2018

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

CATALOGAÇÃO-NA-PUBLICAÇÃO

(Universidade de São Paulo. Escola de Artes, Ciências e Humanidades. Biblioteca)

CRB 8- 4936

Rocha, Lara Dahas Jorge

Ilustração de moda: uma narrativa cronológica contextualizada /
Lara Dahas Jorge Rocha ; orientadora, Maria Sílvia Barros de Held. –
2018.

119 f. : il

Dissertação (Mestrado em Ciências) - Programa de Pós-
Graduação em Têxtil e Moda, Escola de Artes, Ciências e
Humanidades, Universidade de São Paulo
Versão original

1. Moda. 2. Ilustração. 3. Desenho de moda. 4. Moda -
História. I. Held, Maria Sílvia Barros de, orient. II. Título.

CDD 22.ed. —. 391

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Nome: ROCHA, Lara Dahas Jorge.

Título: Ilustração de moda: uma narrativa cronológica contextualizada.

Dissertação apresentada à Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo para a obtenção do título de Mestre em Ciências pelo Programa de Pós-graduação em Têxtil e Moda.

Área de concentração:
Têxtil e Moda

Aprovado em: 25/09/2018.

Banca examinadora

Professor Dr. João Paulo Pereira Marcicano

Universidade de São Paulo Escola de Artes Ciências e Humanidades

Professora Dra. Ana Cristina Lott Daré

Instituição:

Professora Dra. Laura Ayako Yamane

Instituição:

DEDICATÓRIA

Dedico esta dissertação primeiramente à minha mãe, Neila Dahas Jorge Rocha, pelo amor e suporte incondicional ao longo desta jornada cheia de percalços, pelas palavras de conforto e incentivo, fundamentais para a conclusão deste trabalho, por ser minha maior inspiração profissional e pelos ensinamentos sobre os valores e as virtudes da pesquisa acadêmica e da docência.

Aos meus familiares e queridos amigos, pelo apoio e por tornarem os dias mais intensos em momentos de desconpressão e alegria.

A todos os professores de Desenho e Ilustração de Moda que persistem e se dedicam ao ensino dessas disciplinas mediante suas desvalorizações e escassez de material didático.

Por fim, dedico àqueles que se dedicam à ilustração de moda de maneira passional e contribuem para sua sobrevivência e enriquecimento do acervo imagético desta forma de arte.

AGRADECIMENTOS

Meus agradecimentos à Prof^a. Dr^a Maria Silvia Barros de Held, pelas valiosas e enriquecedoras orientações, confiança e compreensão durante o desenvolvimento das pesquisas para a condução desta dissertação.

Aos professores da EACH-USP, FAU-USP e ECA-USP, pelas experiências engrandecedoras adquiridas através de suas disciplinas, que contribuíram para a expansão das perspectivas sobre o tema abordado.

Aos amigos Jorge Duarte e Natália Ritzmann, pela gentileza e dedicação nos ajustes finais deste texto e digitações da língua inglesa para o *abstract*.

Aos meus familiares que me incentivaram no desenvolvimento desta pesquisa desde o processo seletivo para o programa de Pós-graduação até os momentos finais de conclusão desta dissertação, com palavras de perseverança e otimismo.

Às Bibliotecas EACH-USP, FAU-USP e ECA-USP, Faculdade Santa Marcelina e Instituto Europeu di Design pelos ricos acervos literários e amáveis colaboradores.

O primeiro elo que desperta
nosso olhar e transfere a
ilustração para nossa memória
é um sentimento vago,
impreciso, que podemos
chamar de encantamento.
(OLIVEIRA, 2008)

RESUMO

ROCHA, Lara Dahas Jorge. **Ilustração de moda:** uma narrativa cronológica contextualizada, 2018. 118 f. Dissertação (Mestrado em Ciências) – Escola de Artes, Ciência e Humanidades, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2018. Versão corrigida.

O presente trabalho investiga aspectos históricos acerca da estética e da funcionalidade da Ilustração de Moda. A partir da hipótese norteadora de que a Ilustração de Moda possui engrenagens cujos papéis se modificam através do tempo no processo de adaptação ao mercado, este trabalho analisa tal fenômeno mediante, predominantemente, a revisão e interpretação de obras de autores que se debruçaram sobre a historiografia da moda e da ilustração de moda ocidental, associados à análise de trabalhos no segmento em questão. A pesquisa é baseada em metodologia qualitativa de coleta de dados e interpretação de conteúdo artístico, referenciada pelo trabalho de Rui de Oliveira. São referenciados, também, teóricos de áreas correlatas como João Braga, Daniela Calanca, Paula Sibila, Ernest Gombrich, Mônica Moura e Dijon de Moraes, a fim de construir, de forma mais coesa, os assuntos abordados em textos que relacionam áreas como História da Moda, Comunicação Social, História da Arte, Design e Desenho de Moda. Sob essas diretrizes, é construída uma narrativa cronológica contextualizada, que serve como instrumento para analisar e compreender os fatores que constituem o mercado de moda em diferentes épocas e que adaptam e ressignificam uma das técnicas mais antigas de comunicação de moda, mantidas até os dias atuais.

Palavras-chave: Ilustração de Moda. Desenho de moda. História. Mercado de moda. Comunicação.

ABSTRACT

Rocha, Lara. Dahas Jorge **Fashion Illustration**: a contextualized chronological narrative, 2018. 118 p. Thesis (Master of Science) – School of Arts, Sciences e Humanities University of São Paulo, São Paulo, 2018. Corrected Version.

The present work investigates historical aspects of the aesthetics and functionality of the theoretical field of Fashion Illustration. Based on the guiding hypothesis that the Fashion Illustration has gears whose roles change over time in the process of adaptation to the market, this work analyzes this phenomenon, mainly by reviewing and interpreting the work of authors who have studied the historiography of fashion and Western fashion illustration, associated with the analysis of works in the segment of fashion illustration. The research is based on a qualitative methodology of data collection and interpretation of artistic content, referenced by the work of Rui de Oliveira. Theorists such as João Braga, Daniela Calanca, Paula Sibila, Ernest Gombrich, Mônica Moura, and Dijon de Moraes are referred in order to build the subjects discussed in texts of related areas as Fashion History, Social Communication, History of Art, Design and Fashion Design. Under these guidelines, a contextualized chronological narrative is constructed that serves as an instrument to analyze and understand the factors that constitute the fashion market in different times that adapt and re-signify one of the oldest techniques of fashion communication maintained until the present day.

Keywords: Fashion Illustration. Fashion design. History. Fashion market. Communication.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Esquema didático para o desenho da figura feminina adaptada para a proporção de oito cabeças e meia.	24
Figura 2 - Desenhos de moda ou croquis em estilos variados.	25
Figura 3 - Croqui de moda sem arte final.	27
Figura 4 - Croqui de moda com arte final.	28
Figura 5 - Croqui de Karl Lagerfeld.	29
Figura 6 - Desenhos de Lagerfeld para a marca Melissa.	30
Figura 7 - O desenho técnico.	31
Figura 8 - Ilustrações compostas com fotografia feitas pela ilustradora Stina Person.	34
Figura 9 - Trabalhos de René Gruau.	35
Figura 10 - O livro <i>Habiti Antichi</i>	39
Figura 11 - Ilustrações de Vecellio para <i>Habiti Antichi</i>	41
Figura 12 - Ilustrações de Albrech Dürer por técnica de gravura em metal.	43
Figura 13 - Estudo de drapeamento.	43
Figura 14 - Ilustração de Hans Weigel em <i>Trachtenbuch</i>	44
Figura 15 - Ilustração <i>do Les Galeries de modes</i>	46
Figura 16 - A <i>Revista Mercue Galant</i>	50
Figura 17 - <i>The Lady's Magazine</i>	51
Figura 18 - <i>The Cabinet des Modes</i>	51
Figura 19 - <i>La Belle Assemblée</i>	52
Figura 20 - <i>Petit Courrier des Dames</i>	52
Figura 21 - <i>Journal des Demoiselles</i>	53
Figura 22 - Charles Frederick Worth e suas criações.	57
Figura 23 - A silhueta vertiginosa da <i>Belle Époque</i>	58
Figura 24 - Ilustração de Alphonse Mucha.	61
Figura 25 - A <i>Gibson Girl</i>	62
Figura 26 - Volumes do primeiro período de publicação da revista <i>Gazette du Bon Ton</i> (1912 - 1915).	66
Figura 27 - Ilustração da revista <i>Gazette du Bon Ton</i>	67
Figura 28 - Capas do ilustrador George Barbier para a <i>Vogue</i>	68

Figura 29 - Capas da <i>Harper's Bazaar</i> ilustradas por Erté.	70
Figura 30 - Livro Ilustrado por Paul Iribe para divulgação das criações de Paul Poiret.	71
Figura 31 - Ilustração de Antônio Lopez para a revista <i>Elle</i> , em 1967.	76
Figura 32 - Ilustração do New Look de Christian Dior por René Gruau.	80
Figura 33 - As icônicas ilustrações de Antônio Lopes na década de 80.	81
Figura 34 - O trabalho de Patrick Nagel.	82
Figura 35 - Ilustração de René Gruau para o perfume <i>Miss Dior</i>	83
Figura 36 - Ilustrações das musas de Antônio Lopez, conhecidas como Antonio's <i>Girls</i>	85
Figura 37 - Ilustração de Rounthwhite para a linha Levi's Silver Tab.	88
Figura 38 - Jason Brooks para Chanel.	89
Figura 39 - Trabalho de Hess (a), Breitenstein (b) e Rodgers (c).	90
Figura 40 - Campanha primavera-verão 2015 da linha de óculos da Prada.	90
Figura 41 - trabalho dos ilustradores Jason Brooks (a) e François Berthoud (b).	94
Figura 42 - Trabalhos dos artistas Graham Rounthwaite (a), Amy Davis (b) e David Downton (c).	94
Figura 43 - A coelha de Fifi Lapin.	96
Figura 44 - Contribuições da constante "público" à concepção de ilustrações de moda.	98
Figura 45 - Contribuições da constante "narrativa" à concepção de ilustrações de moda.	102
Figura 46 - Contribuições da constante "suporte" à concepção de ilustrações de moda.	105
Figura 47 - Contribuições da constante "ilustrador" à concepção de ilustrações de moda.	107

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Estrutura histórica das mudanças no papel da ilustração de moda.111

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	15
1.1 OBJETIVOS	16
1.1.1 Objetivo geral	16
1.1.2 Objetivos específicos.....	16
1.2 JUSTIFICATIVA E SÍNTESE DA BIBLIOGRAFIA FUNDAMENTAL	17
1.3 PERCURSO METODOLÓGICO	18
1.4 ORGANIZAÇÃO.....	20
2 O DESENHO NA MODA.....	22
2.1 O DESENHO DE MODA OU CROQUI.....	23
2.2 O DESENHO TÉCNICO.....	30
2.3 A ILUSTRAÇÃO DE MODA	32
3 ILUSTRAÇÃO DE MODA ATRAVÉS DA HISTÓRIA.....	37
3.1 AS PRIMEIRAS MANIFESTAÇÕES	37
3.1.1 Público: a sociedade moderna.....	37
3.1.2 Narrativa: a moda e o exótico	38
3.1.3 Suporte: os livros de costumes	41
3.1.4 Ilustrador.....	42
3.2 A CONSOLIDAÇÃO DO GÊNERO	45
3.2.1 Público: o desejo pelas novidades	46
3.2.2 Narrativa: o bem-estar da vida boa.....	48
3.2.3 Suporte: periódicos de modas	49
3.2.4 Ilustrador: o anonimato e as oficinas de gravura.....	54
3.3.1 Público: o otimismo da <i>Belle Époque</i>	56
3.3.2 Narrativa: a influência dos movimentos artísticos.....	61
3.3.3 Suporte: as revistas de moda de luxo	65
3.3.4 Ilustrador: a consagração profissional	69
3.4 CRISE: OS ANOS DE SUBSTITUIÇÃO PELA FOTOGRAFIA	72
3.4.1 Público: a juventude subversiva.....	72
3.4.2 Narrativa: o foco nos produtos	75
3.4.3 Suporte: as parcerias publicitárias.....	79
3.4.4 Ilustrador: a contribuição de ilustradores expoentes	83
3.5 RETORNO E REPOSICIONAMENTO	87
3.5.1 Público: a personalização do consumo	87

3.5.2 Narrativa: a diversidade de operações poéticas	88
3.5.3 Suporte: as mídias digitais	91
3.5.4 Ilustrador: a independência profissional	93
4 O DESENHO NA MODA.....	98
4.1 PÚBLICO: ANÁLISE E DISCUSSÃO	98
4.2 NARRATIVA: ANÁLISE E DISCUSSÃO	102
4.3 SUPORTE: ANÁLISE E DISCUSSÃO	104
4.4 ILUSTRADOR: ANÁLISE E DISCUSSÃO.....	107
4.5 CONSTRUÇÃO DE UMA ANÁLISE DA HISTÓRIA DA ILUSTRAÇÃO	110
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	112
REFERÊNCIAS.....	115

1 INTRODUÇÃO

A partir da hipótese de que a Ilustração de Moda possui engrenagens cujos papéis se modificam através do tempo no processo de adaptação ao mercado, este trabalho busca investigar tal fenômeno mediante revisão bibliográfica e interpretação não intervencionista da obra de autores que se debruçaram sobre a historiografia da moda e dessas imagens associadas à análise de trabalhos, em conformidade com esse tipo de representação visual do segmento.

A ilustração de moda, hoje entendida como o momento de livre expressão de um produto, coleção ou conceito já existente, acompanha a moda desde seu surgimento, por meio de cadernos de estilos que circulavam na Europa entre as classes mais abastadas e que iniciaram o processo de cópia e reinvenção, defendido por muitos autores como a engrenagem dominante da moda, até o surgimento da contracultura¹.

Afirmar que “uma Ilustração sempre narra uma história, estando inexoravelmente vinculada à temporalidade dos fatos” (OLIVEIRA, 2008, p. 46), abre caminhos para que se adote um método que favoreça as imagens como protagonistas de um estudo qualitativo na modalidade histórica, através de uma narrativa cronológica. As ilustrações de moda, ao estabelecerem uma narrativa do vestuário e da moda nas revistas do segmento e campanhas publicitárias ao longo da história até sua substituição pela fotografia, acabaram por construir, de forma paralela a outras vertentes da criação, a sua própria linha do tempo.

A fim de manter uma linha de reflexão coerente com a motivação de estudo, esta dissertação é dividida em cinco capítulos. Primeiramente, busca-se delimitar os conceitos acerca da ilustração de moda, para que não haja ambiguidades nem equívocos com as demais modalidades de representação visual da área da moda.

Com seu escopo funcional bem definido, parte-se para os períodos históricos da ilustração de moda e sua interface com aspectos que lhe são contemporâneos. Por fim, uma análise comparativa dos aspectos “Ilustrador”, “Público”, “Narrativa” e

¹ Movimento que teve seu auge no ocidente na década de 1960, marcado por manifestações jovens, tais como o movimento *hippie* e o *punk-rock*, configurava-se como a contestação e mobilização das ordens sociais até então estabelecidas. Na moda isto se refletiu de modo que, movimentos jovens e das ruas passaram a difundir tendências, acrescentando ao já estabelecido sistema de gotejamento (do inglês *trickle-down*), o modelo de borbulhamento (*bubble-up*).

“Suporte” estabelece reflexões relacionadas com a hipótese levantada no início desta pesquisa.

1.1 OBJETIVOS

1.1.1 Objetivo geral

Com os posicionamentos e motivações iniciais bem delineados, torna-se possível então apontar o principal objetivo desta pesquisa, o qual consiste em desenvolver uma linha cronológica contextualizada da ilustração de moda baseada em uma análise sobre os principais períodos de sua história, a fim de gerar um material que contribuirá para futuras reflexões neste campo de conhecimento, além de promover debate e maior esclarecimento do estudo do desenho na moda.

1.1.2 Objetivos específicos

Para atingir seu objetivo, a pesquisa é então estruturada em tópicos específicos que, uma vez atingidos, constroem a estrutura adequada para o embasamento teórico necessário para nutrir as questões aqui levantadas, conforme abaixo:

- a) delimitar o objeto de estudo através da revisão de conceitos sobre o desenho na moda e da ilustração de moda;
- b) realizar revisão bibliográfica sobre a história da ilustração de moda;
- c) contextualizar a cronologia estabelecida para a análise da ilustração de moda com demais aspectos como história da humanidade, da comunicação visual e da vestimenta, condizentes com a constante “Público”;
- d) identificar e analisar em cada momento abordado: os estilos e temas representados pelas imagens, de acordo com a constante “Narrativa”;
- e) identificar as técnicas de ilustração e as técnicas de impressão predominantes, e os veículos de divulgação de moda, conforme a constante “Suporte”;
- f) refletir sobre o papel e relevância do ilustrador de moda em cada período, segundo a constante “Ilustrador”;

- g) estabelecer uma análise comparativa das quatro constantes delimitadas na metodologia, durante os cinco períodos da história da ilustração de moda abordados.

1.2 JUSTIFICATIVA E SÍNTESE DA BIBLIOGRAFIA FUNDAMENTAL

Considera-se importante, para uma assimilação assertiva das questões relativas à pesquisa, levar em consideração o ambiente ao qual a ilustração está relacionada. Acerca disso, levanta-se a problemática sobre como esse tipo de imagem de moda tem sido aplicado como conceito no mercado de moda na atualidade, conforme explica Reis (2013, p. 95):

O que determina se uma imagem é ou não é uma ilustração de moda é a motivação e o discurso presentes na imagem. Não podemos negar que caracterizar uma imagem como ilustração de moda não seja uma tarefa das mais simples, uma vez que implica compreender também as causas que levaram à produção da imagem.

A partir das disciplinas ligadas ao desenho durante os cursos de Bacharelado de Moda e da especialização em Design de Moda, observou-se que não havia um consenso sobre o que de fato cabia ao campo da ilustração de moda. Por vezes, as grades curriculares apresentam os estudos a respeito da figura humana, da construção da figura de moda e até mesmo do desenho técnico como a disciplina “Ilustração de Moda”.

A escassez de material teórico em língua portuguesa a respeito da mais antiga forma de se divulgar a moda deixa uma lacuna na compreensão desse tipo de desenho, que em muito poderia contribuir para o repertório dos que se dedicam a estudá-la. Todavia, aspectos bibliográficos também sustentam esta pesquisa, mesmo em um cenário onde a grande maioria dos títulos dedicados ao tema é de caráter prático, consultivo e imagético.

Autores como Morris (2009), Braga; Prado (2011) e Bryant (2012) sinalizam que o desenho e as ilustrações deste segmento antecederam o surgimento do primeiro estilista reconhecido: Charles Frederick Worth. Esses autores ainda destacam a importante função midiática do desenho antes do advento da fotografia, como traz Bryant (2010, p. 10):

Na virada do século, jornais diários ou semanais ilustrados eram as únicas fontes de notícias. Como resultado, ícones da moda da época ganhavam vida pelas mãos de ilustradores como Charles Dana Gibson,

JC.Leyendecker e Coles Philips. As ilustrações não apenas documentavam, mas também ditavam a moda. A famosa 'Gibson girl', figura do ideal americano criada por Charles Dana, inspirou tendências de moda para as mulheres, que protestavam pelo sufrágio feminino [...].

Assim, por meio desta pesquisa, torna-se possível delinear as possibilidades da ilustração face ao mercado de diferentes épocas, uma vez que este estudo projeta com clareza suas funções e desdobramentos estéticos que muito podem agregar na construção de uma imagem de moda. Acredita-se que traçar um panorama, bem como toda a contribuição que ela teve e apresenta até hoje ao mundo da moda, gera um material que contribui para futuras reflexões nesse campo de conhecimento.

Desse modo, esta pesquisa pretende contribuir para o debate e para maior esclarecimento do estudo do desenho na moda, sobretudo da ilustração de moda, muito pouco abordados, além de expor a importância dessas imagens como narrativas de valor artístico na comunicação de moda e como fonte contextualizada para a historiografia da mesma, conforme Knauss (2006, p. 99-100):

Desprezar as imagens como fontes da História pode conduzir a deixar de lado um registro abundante, e mais antigo do que a escrita, como pode significar também não reconhecer as várias dimensões da experiência social e multiplicidade dos grupos sociais e seus modos de vida. O estudo das imagens serve, assim, para estabelecer um contraponto a uma teoria social que reduz o processo histórico à ação de um sujeito social exclusivo e define a dinâmica social por uma direção única.

A presente pesquisa então se justifica não somente pelo enriquecimento de produção teórica nacional acerca dessa forma de criação, mas também pela grande motivação em servir como uma ferramenta de compreensão e diferenciação dos vários processos de representação gráfica desse segmento, presentes até os dias atuais de forma significativa no mercado.

1.3 PERCURSO METODOLÓGICO

Acerca de sua configuração, esta pesquisa possui caráter qualitativo na modalidade histórica, cujo objetivo é desenvolver uma linha cronológica contextualizada da ilustração de moda e estabelecer reflexões sobre seu universo em cada período. Portanto, trata-se de uma revisão bibliográfica não intervencionista, com abordagem reflexiva sobre o trabalho de autores que se dedicam a este assunto, a qual permite que, ao final, se faça uma análise das variações estéticas e funcionais da ilustração de moda.

Ressalta-se que este tipo de pesquisa não se consolida quando o estudo em questão estiver destituído de conceitos, sejam eles existentes ou novos. Yin (2016, p. 7) define que a “pesquisa qualitativa é guiada por um desejo de explicar esses acontecimentos, por meio de conceitos existentes ou emergentes”.

A partir da definição dos objetivos deste trabalho e da identificação de suas necessidades enquanto pesquisa qualitativa, associados à escassez de material teórico acerca da ilustração de moda, já mencionados na síntese bibliográfica, este estudo debruça-se sobre autores de áreas distintas, porém correlatas, para, através da análise e interface dos dados coletados de cada uma, desenvolver um material analítico e interpretativo da ilustração de moda, praticamente inexistente em língua portuguesa, onde a multidisciplinaridade é defendida na construção de conhecimentos que possuem origem híbrida, conforme Moura (2008, p. 48):

A integração, a multidisciplinaridade, a derrubada de fronteiras entre campos da esfera de criação são fundamentais para a amplificação do pensamento, da reflexão, da ação na moda no design e em outros campos que propiciem a interdisciplinaridade.

Entre os autores “emprestados”, torna-se imprescindível nos passos metodológicos deste estudo o trabalho de Rui de Oliveira (2008, p. 39), ilustrador, teórico e pesquisador da ilustração infantil. Seu livro “Pelos Jardins Boboli - Reflexões sobre a arte de ilustrar livros para crianças e jovens”, além de dialogar com o objeto de estudo ao longo desta pesquisa, explica que:

A Ilustração possui sua própria história, sendo inteiramente inadequado associar, por exemplo, o desenvolvimento da ilustração ao desenvolvimento das artes plásticas. Essa simultaneidade nem sempre se realiza historicamente. A escultura barroca de GIOVANNI BERNINI está longe de coincidir com a música dos mestres barrocos italianos.

Desse modo, entende-se que o melhor caminho para estudar a história da ilustração de moda em face ao mercado das diferentes épocas seja pela sua própria cronologia, dividida por seus próprios períodos, fatos relevantes, marcos e demais apontamentos presentes nos materiais coletados.

Ainda sobre o trabalho do autor, no modelo adotado para desenvolver suas reflexões acerca de ilustrações para livros infantis, identificam-se quatro constantes durante todo percurso, apontadas aqui como engrenagens necessárias para que a ilustração aconteça. São elas: público, narrativa, suporte e ilustrador.

Este modelo torna-se aplicável ao presente trabalho sobre ilustração de moda ao manter-se o ilustrador em sua respectiva posição e se adaptar para a realidade do segmento nas narrativas, como a moda e todos os assuntos presentes nas imagens estudadas. Suportes como as revistas de moda, cartazes, campanhas publicitárias e demais canais de veiculação de ilustrações de moda e, por fim, o público, como as consumidoras dessas revistas e o contexto social que as permeavam, tornam-se relevantes à medida que formam o seguinte escopo:

- a) público: consumidoras e seu contexto social;
- b) narrativa: modos e modas;
- c) suporte: revistas de moda, anúncios de moda e demais veículos de mídia;
- d) ilustrador: ilustrador de moda.

Dissertar de maneira constante e fiel a esses quatro elementos garante que, ao final, seja possível formatar, a partir dessas análises, um quadro comparativo entre os períodos analisados, e, por fim, estabelecer considerações com reflexões pertinentes sobre a ilustração de moda, o que servirá como fonte teórica de futuras pesquisas nesse campo.

Para subsidiar este percurso metodológico, o levantamento de dados se dá por meio da revisão bibliográfica, pela pesquisa em periódicos de várias épocas e pelas visitas em *sítes* que apresentem informações pertinentes ao tema. Em virtude de parte de o objeto de estudo ser imagético, as ilustrações de moda têm papel relevante no material coletado, provenientes, em sua maioria, dos acervos *online* de museus e *sítes* dos próprios ilustradores.

1.4 ORGANIZAÇÃO

O primeiro capítulo deste estudo é composto por Introdução, Objetivos, Justificativa e Síntese bibliográfica, os quais apresentam o estado da arte do tema como objeto de estudo no ambiente acadêmico, além do percurso metodológico e organização da pesquisa.

O segundo capítulo dedica-se a esclarecer conceitos do desenho na moda entre os autores abordados e apresenta como subcapítulos as particularidades do desenho de moda, desenho técnico e ilustração de moda, para que seja possível prosseguir com a pesquisa focada nesta última, sem ambiguidades.

O terceiro capítulo traz a narrativa cronológica contextualizada da ilustração de moda e, portanto, o cerne desta pesquisa. Dentro desse capítulo, em cada subcapítulo desenvolve-se um período da história da ilustração de moda, identificados como Surgimento, Consolidação, Apogeu, Declínio e Ressurgimento, cujas contextualizações estão divididas em tópicos referentes às constantes “Público”, “Narrativa”, “Suporte” e “Ilustrador”.

O quarto capítulo coloca em perspectiva os períodos analisados pela análise comparativa das quatro constantes ao longo dos períodos. Ao final, desenvolve-se um quadro com os principais aspectos de cada momento dedicados à interpretação e concepção de conceitos acerca da ilustração de moda.

Por fim, o quinto capítulo apresenta as considerações finais deste trabalho com uma reflexão do percurso desta dissertação, dos resultados obtidos e de suas contribuições para o tema dentro do ambiente acadêmico, no escopo do assunto abordado.

2 O DESENHO NA MODA

Histórico, social e metodologicamente, o desenho é uma ferramenta de grande importância para o profissional de moda, pois é a partir dele que o *designer* é capaz de expressar suas primeiras ideias para a criação de um novo projeto e configurar os elementos formais desse projeto. Isso permite testes e ajustes de estética e harmonia.

Essa poderosa ferramenta de expressão também está presente na moda, após a criação de um produto por meio de composições voltadas para sua comunicação e divulgação em veículos de mídia, como revistas, catálogos, *sites*, *blogs* e redes sociais.

Autores como Morris (2009), Braga e Prado (2011) e Bryant (2012), sinalizam que desenho e ilustração de moda antecedem o surgimento do primeiro estilista reconhecido: Charles Frederick Worth. Em Paris, Worth passa a assinar suas criações em meados do XIX, período histórico em que já havia registros de pelo menos 350 anos de desenhos e ilustrações de moda.

Com a consolidação da moda e revoluções industriais e digitais que afetaram toda a humanidade, a prática do desenho e o ofício de artesãos, desenhistas, costureiras e alfaiates se profissionalizaram e se especializaram para atender ao mercado mutante e volátil de moda. O trabalho desses profissionais a cada grande mudança tende a adaptar-se à realidade e tem se pulverizado em subestilos e nichos de mercado cada vez mais específicos.

Espelhada nos preceitos do *design* e considerada por muitos como um desdobramento do mesmo, a moda sistematiza-se e adota modelos projetuais que tornam o processo criativo e produtivo mais eficiente, além de se apropriar da prática do desenho como uma das principais ferramentas do processo, como explica Mastelini (2016, p. 18):

Dessa forma, o desenho está inserido no processo do design. Desde a criação, está intimamente ligado ao desenvolvimento do pensamento inicial, sendo que, desse modo, proporciona a possibilidade de afirmá-lo ou corrigi-lo, antecipadamente. A finalização da ideia por meio do desenho é o que interessa ao processo e assim a expressão desse desenho será transformada em um produto que agrade ao consumidor.

Da mesma forma, ao longo do processo de maturação da moda, o desenho ganha outras modalidades para além de ilustrações em periódicos dedicados à

divulgação de estilos e auxílio aos alfaiates e costureiras da época. Hoje há um desenho para a idealização do projeto, outro para a execução e, por fim, outro para a sua divulgação, todos desenvolvidos para auxílio na transmissão de mensagens nas respectivas etapas em que se fazem presentes.

Com o surgimento dos cursos de estilismo, desenho de moda, design de moda, entre outros, no Brasil e no mundo houve a aglutinação do ensino dessas modalidades de desenho em apenas uma disciplina. Essa disciplina, dentro da grade disciplinar dos cursos de ensino superior, por vezes é denominada desenho de moda ou ilustração de moda, o que gera certa confusão sobre as competências de cada uma. Esse fenômeno pode ser explicado pela falta de definição e organização metodológica dessas competências dentro das matrizes curriculares.

A partir da bibliografia revisada, verifica-se que não há unanimidade nas denominações das subdivisões do desenho na moda, como em Hatadani (2011), por exemplo, que divide em desenho de esboço, desenho de representação e desenho técnico, de modo a excluir a ilustração de moda como objeto de estudo.

A partir dessas proposições, utilizam-se, aqui, as denominações mais recorrentes e registradas pela autora durante sua vivência profissional e acadêmica, que entram em consonância com as definições de Gragnato (2007), ratificadas por Reis (2013) e Mastelini (2016), em seus respectivos estudos sobre desenho e ilustração de moda, nos quais o desenho pode ser dividido em desenho de moda ou croqui, desenho técnico e ilustração de moda.

No intuito de elucidar as definições e aplicações de cada um desses segmentos, torna-se necessário compreender o desenho na moda e suas diversas facetas, baseados nas referências das autoras apontadas aqui e em diálogo com as observações do presente trabalho, a fim de evitar equívocos sobre o objeto de estudo desta pesquisa.

2.1 O DESENHO DE MODA OU CROQUI

Primeiramente, na etapa de idealização do projeto e concepção das primeiras ideias, há o desenho de moda ou croqui. Essa modalidade consiste na representação de roupas, acessórios e *looks*, de modo que apresentem as ideias do estilista sobre um produto ou coleção. Sua função é a representação das cores, formas, texturas,

comprimentos e proporções do produto em harmonia com o corpo humano, além de proporcionar uma visão antecipada da peça finalizada ou da coleção como um todo.

O termo croqui possui origem do francês e, na verdade, significa esboço, um desenho rápido desenvolvido para expressar ideias, sem grandes preocupações com a precisão do traço ou detalhes da figura representada. Sabe-se que o desenho de moda pode ser um esboço (croqui) ou ir além e desenvolver-se até o acabamento com pintura. Todavia, manteve-se o termo na pesquisa, haja vista as várias interpretações que a palavra assume no contexto lusófono, comumente utilizada na bibliografia e trabalhos acadêmicos do meio, como um dos sinônimos de desenho de moda.

Por tradição estética, esta vertente distorce a figura humana e modifica-a para a proporção de oito ou mais cabeças de comprimento, sendo as pernas a região de maior distorção para aproximar a figura ao padrão das modelos de passarela, como visto na figura 1 abaixo:

Figura 1 - Esquema didático para o desenho da figura feminina adaptada para a proporção de oito cabeças e meia.

Fonte: Tage (2012).

Conforme o padrão vigente, os desenhos de moda tendem a alargar ou a diminuir os ombros, cinturas, quadris, braços, entre outros, aos quais se insere o traço estético pessoal de cada estilista, o que resulta em uma gama infinita de estilos, como pode ser visto na figura 2 abaixo, na qual, da esquerda para a direita os desenhos

pertencem aos estilistas Fause Hatén, Isabela Capeto, Gloria Coelho, Thierry Mugler e Valentino.

Figura 2 - Desenhos de moda ou croquis em estilos variados.

Fonte: Aqui Acolá (2015).

A razão pela qual tais alterações são feitas é explicada por considerações de origem social e mercadológica que atendem aos padrões de beleza do mercado de moda e enfatizam atributos estéticos que vendam a ideia da coleção, conforme Gragnato (2008, p.4):

O croqui tem a finalidade de demonstrar de forma convincente a peça, como que simulando uma possível realidade. Para tornar essa simulação ainda mais agradável, o traçado e a composição do “corpo/suporte” são apresentados de forma a seguir os padrões de beleza vigentes em cada época. Assim, o desenho de moda representa certa idealização da realidade e é de certa forma distorcida, funcionando como estratégia visual de aceitação.

Nessa modalidade, a relação do estilista com o desenho pode ser a mais variada possível, desde despreziosos esboços a lápis, feitos em cadernos de criação a fim de não se perder uma ideia, até representações fidedignas de um produto final, conforme esclarece Hopkins (2011 p. 24-25):

Fato é que os croquis desempenham diferentes funções dependendo de seu propósito. Um croqui destinado a um modelista, por exemplo, normalmente requer um nível de detalhes e acabamentos que pode incluir desenhos em linha de todas as costuras ou até mesmo pespontos; já um croqui mais pessoal não requer necessariamente tantos detalhes, caso seu propósito seja o de expressar uma ideia inicial ou simplesmente explorar uma silhueta.

Pode-se dizer, portanto, que o fator determinante para a definição de um desenho de moda, croqui ou esboço como tal, é, na verdade, a sua função de comunicar uma proposta de produto durante o desenvolvimento de uma coleção. Não cabe a ele facilitar a produção industrial nem servir de propaganda, embora os estudos realizados por Hatadani (2011), Gragnato (2007) e Mastelini (2016) apontem para essa prática no Brasil.

Há autores que defendem essas características como fundamentais para a distinção entre desenho e ilustração de moda, já que estão relacionadas à função que cada um se enquadra, além de sua posição entre processos de criação e produção de uma coleção, como em Reis (2013, p. 68):

[...] o desenho de moda (assim como o desenho técnico) faz parte de um projeto, ou seja, está inserido nos primeiros estágios da cadeia produtiva que visa à materialização de um item de moda. Enquanto isso, a ilustração de moda não possui essa função projetual, ela justifica-se ao seu próprio fim, é o próprio produto resultante de um processo criativo e poético.

Em contrapartida, a visão de Mastelini (2016, p. 22) sobre o desenho de moda se aproxima do que Hatadani (2011) define como desenho de esboço. Ao afirmar que o desenho de moda representa o produto mediante o uso de linhas e que este pode ser ilustrado com cores e texturas, a autora assume que o desenho de moda se trata de um esboço prévio e que o processo de arte final faz parte da definição da ilustração de moda:

Se, de um lado, o desenho de moda envolve diferentes facetas de roupa, a ilustração de moda por seu lado, pode apresentar de maneira fiel a ideia original do produto final. Em sua representação gráfica traz o futuro produto exatamente como ele será produzido, ou seja, revela todos os aspectos visuais necessários para o desenvolvimento de um artigo, ao simular suas cores, estampas, tecidos e texturas do produto final. Na hora de trabalhar, o ilustrador dispõe de total controle de elementos visuais, como linha, forma, textura e volume.

O presente trabalho compactua com a visão de Gragnato (2007), defendida por Reis (2013), ao mesmo tempo em que se distancia da visão de Mastelini (2016), pois, a partir das experiências profissionais da autora nesse segmento, em conjunto com as pesquisas bibliográficas realizadas para esta dissertação, torna-se possível afirmar que o desenho de moda pode passar pelo processo de arte final e atingir padrões de excelência e fidedignidade na representação de produtos, sem que isso faça dele uma ilustração de moda, uma vez que, segundo Oliveira (2008), a ilustração

está muito mais ligada a uma função do que a uma técnica ou grau de representação criativa.

A seguir, nas figuras 3 e 4, realiza-se um comparativo estético e funcional entre alguns tipos de desenhos de moda profissionais em estágios diferentes de finalização e acabamento, os quais são identificados pelos seus próprios autores como croquis, apenas diferenciados por seu estado de acabamento:

Figura 3 - Croqui de moda sem arte final.

Fonte: Aqui Acolá (2015).

Figura 4 - Croqui de moda com arte final.

Fonte: Fraga (2015, p. 35).

As imagens da figura 4, acima, pertencem ao estilista e ilustrador Ronaldo Fraga (2015) e evidenciam os mais diversos estágios de finalização que um croqui pode adquirir. A variação no traço e acabamento para desenvolver suas criações, somados à excelência artística e conceitual de seus desenhos, direcionaria para a interpretação da segunda imagem como uma ilustração de moda, se previamente não houvesse indicações no livro publicado por Fraga que se trata de um croqui desenvolvido para visualizar a coleção como um todo.

Ao seguir seu curso dentro da uma coleção, e por mais que possam vir a participar da divulgação da coleção, a princípio este desenho foi concebido somente para a otimização da coleção durante sua idealização.

Outra situação similar acontece com o trabalho de Karl Lagerfeld (2009), a princípio estilista e diretor criativo da Chanel, da Fendi e de sua marca homônima. É esperado de sua rotina profissional que ele desenvolva desenhos que se desdobrarão em uma coleção a ser produzida.

Dessa função resultam desenhos expressivos e executados com pastel oleoso e seco, que formam composições interessantes e permeadas de valor artístico que, de modo similar ao trabalho de Fraga (2015), poderiam facilmente ser confundidos com ilustrações de moda quando vistos fora do contexto, como exemplo na figura 5, a seguir:

Figura 5 - Croqui de Karl Lagerfeld.

Fonte: Lagerfeld (2009).

Entretanto, Lagerfeld também participa de inúmeras colaborações com marcas ao redor do mundo. Por vezes, os croquis ou desenhos de moda desenvolvidos por ele acabam por participar da divulgação dessas parcerias, como um apelo à excelência do produto que sua imagem agrega, bem como o reforço do imaginário que a alta costura parisiense exala enquanto processo criativo genuíno.

Um exemplo dessa afirmação pode ser percebido na figura 6, *print-screen* do site da marca Melissa, no qual se observa o uso de croquis do estilista Lagerfeld para a divulgação de sua parceria com essa marca de calçados femininos:

Figura 6 - Desenhos de Lagerfeld para a marca Melissa.

Fonte: Melissa (1979).

Ao afirmar que “A imagem de Karl Lagerfeld agrega excelência e reforça o imaginário que a alta costura parisiense exala” identifica-se uma narrativa intrínseca ao croqui, em virtude do prestígio e posicionamento de seu criador no imaginário do consumidor, que acaba por configurar a imagem como uma ilustração, de acordo com Oliveira (2008).

A complexidade dessas definições destaca, de certa forma, a dificuldade encontrada nas buscas por grades curriculares com as modalidades de desenho bem delimitadas, de modo a não gerar equívocos a respeito do que será ministrado. Ao longo dos demais capítulos, pretende-se demonstrar como a maior atenção na compreensão da ilustração de moda pode contribuir para solucionar esses problemas relativos à definição do termo.

2.2 O DESENHO TÉCNICO

Na etapa de projeto, o desenho técnico funciona como uma radiografia da roupa e consiste em um desenho bidimensional no qual todos os lados, detalhes, costuras, aviamentos e enfeites são representados de maneira fidedigna, a fim de levar adiante a modelagem, pilotagem e a produção em série da peça, conforme esclarece Hopkins (2011, p.88) abaixo:

Os desenhos planejados são produzidos sempre depois de formulado o design. São criados na preparação para uma rodada de produção em unidade fabril ou para uma “amostra selada” para montagem em linha de produção.

Esse tipo de representação da roupa tem como objetivo demonstrar o produto de moda de forma clara e objetiva e visa sua reprodução exata em escala industrial. Segundo Gragnato (2007, p. 18), “O desenho deve ser preciso e acompanhado de informações escritas, contextualizadas em fichas técnicas, uma vez que passará pelas mãos de diversos profissionais e empresas até a finalização da produção”. Dotado de códigos específicos que variam desde o tipo de linha até à espessura do traçado, o desenho técnico pode ser feito manualmente com réguas específicas ou pelo uso de programas gráficos, a exemplo da figura 7.

Figura 7 - O desenho técnico.

Ficha Técnica - Audaces						
Referência	Camiseta Meia Malha			Estilista:	Ricardo	
Descrição:	Baby look: meia malha listrada em tons de azul			Data:	31/08/2015	

Tecidos						
Referência	Descrição	Responsável	Qtd	UM	Custo Unitário	Custo de Produção
Meia malha lisa	100% algodão	Mahes Brusque	0,020	kg	23,00	0,46
Botão Transparente	Botão de Plástico transparente	Tecnoblu	3	und	0,05	0,15
Cordão com Laço		Armarinho SSA	0,90	M	1,00	0,90
Meia Malha Lustrada	98%algodão 2%Elastano	Tecidos Brusque	0,180	kg	12,00	2,16
					Total R\$:	3,67

Aviamentos						
Referência	Descrição	Responsável	Qtd	UM	Custo Unitário	Custo de Produção
Linha			20	M	0,01	0,20
Botão Transparente	Botão de Plástico transparente	Tecnoblu	3	und	0,05	0,15
Cordão com Laço		Armarinho SSA	0,90	M	1,00	0,90
Meia Malha Lustrada	98%algodão 2%Elastano	Tecidos Brusque	0,180	kg	12,00	2,16
					Total R\$:	3,41

Processos						
Referência	Descrição	Responsável	Qtd	UM	Custo Unitário	Custo de Produção
Costura		Terceirizado	1	Peça	3,00	3,00
Bordado	Fio lado esquerdo do peito	Bordados Figueira	1	und	2,50	2,50
					Total R\$:	5,50

					Custo Total R\$:	
					9,37	

Fonte: Audaces [199-].

É importante ressaltar que, nesse momento, o desenho segue os cânones da proporção do desenho da figura humana, na qual o corpo é dividido em sete cabeças e meia de altura, por duas cabeças de largura. Entretanto, apesar de se pautar pela proporção humana, esse tipo de desenho dispensa sua presença, bem como quaisquer recursos de composição como cenários e adornos.

Trata-se da representação impessoal de peças que serão produzidas e que não têm por objetivo comunicar uma visão artística nem propagar novos estilos. De acordo com Hopkins (2011, p. 82), “O objetivo principal dos desenhos técnicos e planejados, portanto, não é a aparência em geral, como no caso do desenho figurativo, mas os detalhes e características da roupa”. O autor (2011, p. 89) também afirma que esta modalidade pode contribuir para a prevenção de defeitos antes da confecção:

Por isso, eles vêm sendo, cada vez mais, produzidos com a ajuda de computadores de em uma variedade de programas CAD/CAM (design assistido por computador/manufatura assistida por computador), o que indica um movimento em direção de uma abordagem integrada entre design e confecção.

Restringem-se o uso de traços pessoais nesses casos de representações técnicas, uma vez que elas serão utilizadas para reproduzir a peça pela leitura de imagens informativas e livres de subjeções, auxiliadas pelo detalhamento do texto explicativo.

2.3 A ILUSTRAÇÃO DE MODA

Como visto anteriormente nesta pesquisa, os trabalhos de estilistas podem vir a se tornar ilustrações, mas, em sua grande maioria, a ilustração de uma coleção ou campanha publicitária acaba por ser desenvolvida pela figura do ilustrador. Este pode dispor de total liberdade para imprimir seu repertório estético na composição ou ocupar-se de traduzir um projeto de acordo com diretrizes passadas pelo cliente.

O trabalho desenvolvido por esse profissional é voltado para os mais diversos tipos de mídia que se ocupam da transmissão de conceitos inerentes a determinado produto, além de objetivar a criação de uma imagem sedutora capaz de captar a atenção do observador. Para Oliveira (2008, p. 43), “Adotando um conceito bem genérico, podemos dizer que ilustrar é informar, persuadir ou narrar através de imagens”. O autor ainda ressalta que “O ato puramente estético na ilustração se torna

incompatível quando não considera o humano, o estágio e o estado de vida para quem se está ilustrando”. Com base nesses dados, pode-se definir que ilustração é toda e qualquer imagem que mimetize ou traduza para o campo visual um texto, um conceito, um objeto, uma situação ou outros aspectos concernentes a ela, independentemente da técnica utilizada para desenvolvê-la.

Pela ótica de Seivewright (2009), a ilustração de moda pode ser entendida como o lado artístico do desenho na moda, para o qual são utilizados diversos materiais e técnicas, diferente do padrão engessado do desenho técnico ou figurativo do desenho de moda. Ao ir além da técnica de representação escolhida, e apesar de majoritariamente ser constituída por um desenho ou pintura, analógica ou digital, a ilustração de moda, na verdade, pode ser composta até por fotografias e colagens, pois, como já foi mostrado neste capítulo, o que a define é a mensagem a ser passada, conforme demonstrado na figura 08, e com isso ratifica-se as palavras de Reis (2013, p. 35):

O que determina se uma imagem é ou não uma ilustração de moda é a motivação e o discurso presentes na imagem. Não podemos negar que caracterizar uma imagem como ilustração de moda não seja uma tarefa das mais simples, uma vez que implica também compreender as causas que levaram à produção da imagem.

Oliveira (2008, p. 86) é enfático em seu posicionamento quanto às limitações atreladas ao virtuosismo das representações gráficas, bem como às representações literais em demasia:

O Universo figurativo, muito além de sua mimese, deve estar perfeitamente integrado nos objetivos da ação, na proposta e atmosfera literárias e com o fundo que transcorre a ação. É necessário que haja um isomorfismo absoluto entre forma e fundo. Uma ilustração hiper-realista deixa pouco espaço para o complemento da imaginação.

Reis (2013, p. 840) complementa Oliveira (2008) ao explicar a subversão do produto divulgado nas composições que optam por uma abstração parcial, ao invés da mimese:

Concluimos, portanto, que a ilustração de moda, além de interpretar a moda em seus diversos aspectos, seja um reflexo do contexto cultural em que essa visualidade opera. O abandono de uma representação mimética de objetos tangíveis em favor de uma interpretação da moda enquanto campo em que o vestir, o comportamento e o estilo articulam valores e significados a respeito de certa identidade, nos indica que valores abstratos possam sobrepujar-se ao valor intrínseco do objeto que a ilustração esteja representando.

A ilustração de moda vai muito além da técnica de representação escolhida, apesar de em sua maioria ser constituída por um desenho ou pintura, analógica ou digital. Esta, na verdade, pode ser composta até mesmo por fotografias e colagens, uma vez que o que o fator determinante é a mensagem a ser passada, como visto na figura 8 abaixo:

Figura 8 - Ilustrações compostas com fotografia feitas pela ilustradora Stina Persson.

Fonte: Persson [19--?].

Pela análise acima, é percebido como o resultado de uma ilustração de moda independe de sua técnica, mas sim da intenção de quem as concebe. Sua qualidade pode ser percebida pelo domínio e experiência na técnica escolhida. Contudo, entende-se que é uma categoria difícil de ser definida na prática quando o contexto no qual o produto é criado é desconhecido.

Nessa fase, a composição e a aplicação dos materiais se tornam mais influentes na percepção que se tem das roupas. Segundo Seivewright (2009), a ilustração de moda evoca o clima da coleção; nela é desnecessário tanto o detalhamento como a amostragem da roupa de maneira óbvia. A ilustração coloca a criatividade do ilustrador apenas a serviço da ideia, do espírito, do tema ou da musa da coleção.

Isso posto, sob a ótica da funcionalidade, a definição de uma ilustração de moda está vinculada ao seu papel comunicador. Esta pode obter qualquer grau de acabamento, desde que seu papel esteja a serviço da propagação de uma ideia ou

conceito, sem ater-se aos aspectos relacionados com a criação do produto ou sua produção industrial. Como se pode conferir na gama infinita de ilustrações de moda ao redor do mundo, de croquis até elaboradas composições, a exemplo da figura 9, é a capacidade sintética do ilustrador que determina o sucesso de uma ilustração.

Figura 9 - Trabalhos de René Gruau.

Fonte: Gruau (1950, 1964, 1988).

As ilustrações de René Gruau ficaram conhecidas pelo aspecto minimalista e pela subversão de detalhes das roupas. Expressões, gestos e posições expressam o conceito de forma harmoniosa, como visto na figura acima.

Do ponto de vista estético, durante boa parte de sua história, a ilustração de moda trilhou o caminho da homogeneidade visual em virtude da precariedade tecnológica das técnicas de impressão, antes limitadas às gravuras em madeira (xilogravura) e metal. Esse processo foi utilizado até que aos poucos a imprensa evoluísse e permitisse que as técnicas efetivamente usadas por ilustradores fossem aplicáveis, como a aquarela, o guache, o pastel seco, a pintura digital e a fotografia.

A partir dessa possibilidade de escolha de técnicas e da consolidação das mídias impressas, o universo da ilustração de moda passa a operar de maneira similar ao das artes plásticas, com a valorização de aspectos que vão além do apuro técnico. A distinção entre o que é arte e o que é ilustração passa a ser um tema controverso e difícil de delimitar.

De fato, durante a transição do século XVIII para o século XIX, a ilustração de moda abraçou com veemência os movimentos artísticos vigentes, contou com a participação de artistas renomados durante o período e refletiu com muita propriedade as modas e os modos da sociedade, de modo a destacar uma faceta que passa despercebida a olhares desatentos, como lembra Gragnato (2009, p. 6):

[...] a ilustração de moda traz consigo o “pulsar do tempo”, pois carrega traços desse tempo, valores e comportamentos, mudanças e oscilações, que influenciam a percepção e a concepção de novas estéticas. Ou seja, a ilustração de moda como análise e interpretação do espírito do tempo, da época. A ilustração de moda está no campo do experimental: novas estéticas, conceitos e técnicas de comunicação tanto de moda como de estilos de vida.

Publicações do segmento exibiam, década após década, composições nitidamente influenciadas por movimentos como o *Art Nouveau*, o *Art Déco*, o Expressionismo, o Impressionismo, o *Pop Art*, o *Op Art*, e assim por diante. Essa trajetória estética tornou-se objeto de estudo de autores como Blackman (2013), Morris (2009) e Bryant (2012).

A revolução digital trouxe consigo a quebra desses paradigmas estéticos e inseriu a linguagem digital por meio de desenhos desenvolvidos no computador, graças ao auxílio de programas de vetores e edição de imagem como o *Corel Draw* e o *Adobe Photoshop*. A adesão imediata do que até então era novidade parecia ser o fim dos meios analógicos de expressão. A imagem perfeitamente editada, proporcionada pelo computador, estava de acordo com uma sociedade deslumbrada pela tecnologia.

Hoje, observa-se o domínio da pluralidade estética após o uso massivo da linguagem digital nas últimas décadas, tal como o hibridismo das técnicas e mídias utilizadas, reflexo dos dias atuais marcados por dicotomias, reedições e reinterpretções quase instantâneas ao material original.

Ressalta-se que a visão atual da ilustração de moda descrita ao longo deste primeiro capítulo trata-se, na verdade, de uma concepção contemporânea em vista da sua relação desenvolvida com a comunicação ao longo de sua história. A partir da hipótese que também houve outras dinâmicas mercadológicas, assim como as variações estéticas, espera-se, no capítulo três, identificar as demais funções que a ilustração de moda teve ao longo dos anos e que a trouxeram ao patamar atual.

3 ILUSTRAÇÃO DE MODA ATRAVÉS DA HISTÓRIA

Nesta etapa da pesquisa, a metodologia de análise das ilustrações baseada nos estudos de Oliveira (2008) é colocada em prática. Nos subitens abaixo, destacam-se grandes marcos para a história da ilustração, identificados durante esta pesquisa, e que serão analisados segundo os quatro parâmetros norteadores: público, narrativa, suporte e ilustrador, os quais conduzem as discussões acerca da ilustração de moda.

3.1 AS PRIMEIRAS MANIFESTAÇÕES

3.1.1 Público: a sociedade moderna

No Ocidente, a metade do século XV marca a transição da Idade Média para a Idade Moderna. Nela, a sociedade feudal começa a reconfigurar-se como uma sociedade mercantil, povoada pela nova classe social burguesa, permeada pelo pensamento antropocentrista e insatisfeita com o totalitarismo, com os abusos de poder e com o conservadorismo da Igreja Católica, conforme esclarece Calanca (2008, p. 58):

De um lado, de fato, o homem encontra-se em um estado de inquietação e desorientação; de outro, descobre a possibilidade de construir um novo sentido de si mesmo, e, pondo em discussão hierarquias e transcendências, de ter acesso a territórios inexplorados. A reforma protestante, trazendo o indivíduo para a interioridade de sua própria consciência, acelera o processo de valorização da singularidade. O Homem encontra seus princípios, seus processos e seus objetivos em si mesmo e não mais na vasta ordem cósmica à qual, em todo caso, pertence.

A Igreja Católica, por sua vez, entre Reformas e Contrarreformas, por muito tempo ainda exerceu grande influência em todos os aspectos da vida em sociedade, além de presenciar a passagem de seu totalitarismo para as mãos de reis absolutistas em países como França e Inglaterra.

Com o poder nas mãos de reis absolutos, as atenções se voltaram para as cortes e para a nobreza como um todo. Entretanto, a existência da burguesia, rica o suficiente para bancar privilégios, até então exclusivos da nobreza, incomodava e banalizava os modos de uma classe que se julgava extraordinária.

Como pressuposto, nesse período as leis suntuárias atingiram seu ápice como forma de contenção da eminente mobilidade social e da desvalorização da nobreza, como esclarece Calanca (2008, p. 48):

No preâmbulo do édito de 1514, pode-se observar a identificação explícita entre título nobiliárquico e vestuário. De fato, veta-se de maneira absoluta a qualquer nobre ostentar insígnias nobiliárquicas, seja no título, seja na indumentária. Por mais de dois séculos a monarquia francesa tentará, em todos os meios, reservar para a nobreza a prerrogativa da seda, definir o *status* das cores, vetar o uso do couro e da prata nas *parures*, com o objetivo de conter a promiscuidade muito difundida das aparências e das condições sociais.

O próprio decorrer da história demonstra que todo esse esforço não foi eficiente para frear o processo de imitação da classe superior pela inferior. Consequentemente, a nobreza reinventava suas vestes como forma de diferenciação da classe emergente, que em seguida a copiava. Isso indica que, através deste ciclo de reinvenção e cópia, as engrenagens que estruturavam a moda começaram a se configurar no cotidiano da sociedade moderna.

Outro fator determinante na mudança de paradigmas diz respeito às grandes navegações, à descoberta de novos mundos e civilizações e ao estabelecimento de rotas marítimas de comércio. Segundo Robson e Clavey (2015), a expansão do restrito universo do homem, até aquele momento, fez da geografia uma das ciências mais lucrativas e cruciais. Daí a valorização de estudiosos das organizações espaciais do mundo, campo em grande expansão no período.

Nesse contexto, nota-se também a evidente importância de outros profissionais envolvidos direta ou indiretamente com o registro das expedições. Calanca (2008, p. 60) aponta que “As descrições de viagens, cada vez mais numerosas, satisfazem o que pode ser definido como um desejo de conhecer uma realidade diferente”.

Desenhos e relatos voltavam com seus navegantes e, após compilados, multiplicavam-se graças ao recente advento da imprensa e estabeleciam uma nova amplitude e velocidade com que as informações a respeito do vestir circulavam pelo continente europeu. Isso indica que a tríade moda, imprensa e a curiosidade pelo exótico deu início, ainda que de modo intuitivo, ao que viria a ser a ilustração de moda.

3.1.2 Narrativa: a moda e o exótico

Segundo Robson e Clavey (2015), o interesse do europeu por moda crescia e a popularidade de publicações sobre o assunto era endossada por editores à medida que esse nicho passava despercebido pela inquisição, mesmo que alguns trajes ilustrados subvertissem as rígidas leis suntuárias da época.

Graças ao olhar atento para as culturas fora do eixo eurocêntrico e do trabalho habilidoso de ilustradores viajantes, a Europa pode conhecer os trajes do Leste Europeu, da Ásia, da África e dos novos mundos recém-descobertos.

Nesse sentido, destaca-se Cesário Vecellio, com a obra “*De gli habiti antichi, et moderni di diversi partu del mondo*”, conhecido como “*Habiti antichi*”, 1568, com seu segundo volume em 1575, a qual serviu de base para as mais diversas produções artísticas e construções de novas roupas de sua época. Segundo Robson e Clavey (2015, p. 52):

Agora, alfaiates e fabricantes de roupas, tal como pintores e artesãos, para os quais o livro foi originalmente pretendido, tinham o suficiente para trabalhar, em detalhes decorativos, corte e estilo dos desenhos variados, para o resto de suas carreiras. Simplificando, estas duas publicações da última década do século XVI irrevogavelmente mudaram o mundo da moda europeia e da ilustração de moda pelos próximos duzentos anos, com Vecellio fazendo florescer as sementes lançadas por Albrech Dürer uma centena de anos antes. *Habiti antichi* foi amplamente vendido em toda a Europa, onde espalhou a inspiração contida em suas 500 ilustrações- os painéis ilustrados estavam cheios de ideias utilizáveis e assim, começou o longo caminho para a aceitação de um *mix* internacional e estilo de vestir. Ainda hoje, a influência do detalhamento étnico, introduzida por Vecellio, ainda desempenha um papel importante na criação de novas modas.

Em seus estudos sobre a obra, a historiadora Larissa Carvalho (2013) credita o sucesso da publicação e sua popularidade entre os estudiosos do vestuário graças ao caráter enciclopédico que Vecellio deu às duas edições de “*Habiti Antichi*”, no qual se dedicou a sumarizar por regiões e descrever o que havia desenhado, muitas vezes o que nem estava visível na gravura, bem como abordar as roupas antepassadas e contemporâneas ao seu tempo.

Em relação a essa pesquisa, é importante ressaltar que essa obra utilizou a ilustração como uma de suas principais ferramentas de representação visual e, no que diz respeito ao campo da moda, tratou o “hábito” como um modo de se comportar, mais especificamente de se vestir, como mostra a figura abaixo:

Figura 10 - O livro *Habiti Antichi*.

Fonte: Pinterest (2010).

Carvalho (2013) ainda afirma que essas publicações focadas na representação do vestuário e dos costumes mundiais também serviam para compreender as dinâmicas sociais, políticas e estéticas da produção cultural daquele tempo, bem como sua cultura imaterial. Percebe-se, então, que no período as principais mídias de comunicação foram os formatos impressos. A representação do vestuário, além de ter sido uma fonte de informações para cópia de um estilo, também foi um significativo registro comportamental que contribuiu com o conhecimento de contextos culturais. Segundo Calanca (2008, p. 62),

O pirata turco, a cigana oriental e a mulher do mercador veneziano presentes na obra revelam uma visão geográfica do que atribui a cada um uma colocação bem precisa, exatamente como acontece com os rios, as cidades e os relevos nos atlas geográficos.

O hábito é, então, visto como mais que uma característica corriqueira; ele também se comporta como uma fonte de compreensão social ligada inclusive a outros fatores que permeavam a estrutura daquelas sociedades. A função social de cada pessoa, portanto sua posição perante o sistema, era representada através de sua aparência.

Figura 11 - Ilustrações de Vecellio para *Habiti Antichi*.

Fonte: Vecellio [15--].

Robson e Clavey (2015, p. 44) explicam que “Ilustrações de indumentárias estrangeiras ajudaram na concepção de novos designs, mas, mais que isto, elas abriram portas para ideias de liberdade, tanto no âmbito pessoal quanto na política”. São publicações que, para a sociedade em que foram difundidas, possuíam caráter exótico na produção de vestuário, inspiraram novas criações e intuitivamente deixaram contribuições para transformações além do âmbito estético em seus consumidores.

3.1.3 Suporte: os livros de costumes

O surgimento da imprensa mudou de maneira drástica a forma e o fluxo com que a informação circulava pela sociedade moderna. A possibilidade de multiplicar uma única obra possibilitava a divulgação de conceitos, pensamentos e estilos. Até então, a confecção de livros era um privilégio de mecenas abastados, redigidos completamente à mão, o que inviabilizava quaisquer tentativas de difusão do conhecimento por vias literárias.

Com a crescente demanda, as técnicas de impressão se desenvolveram até atingir números expressivos de exemplares por edição. Para Robson e Clavey (2015,

p. 33), “O desenvolvimento da prensa mecânica e do papel imprimível permitiram que a impressora artesanal mesclasse texto e imagens na mesma chapa de impressão, produzindo livros em escala inimaginável nos séculos anteriores”. Essas chapas de impressão, do inglês *plates*, com gravuras de vestuário e informações sobre os mesmos, séculos atrás ficaram conhecidas como *fashion plates*, e se tornaram um dos principais veículos de divulgação da moda.

Entretanto, as concepções de moda ainda eram embrionárias, e aqueles que se dedicavam a observá-la entendiam que havia um novo interesse da sociedade pelo vestir, embora ainda não conseguissem denominar o fenômeno. Em Calanca (2008, p. 60),

A “curiosidade pelas roupas” no início do século XVI é satisfeita, por assim dizer, pela publicação das primeiras coleções de gravuras de indumentária. Tais coleções no geral podem ser efetivamente consideradas a expressão do desejo dos homens de conhecer o mundo.

Uma forma de descobrir informações sobre as civilizações distantes ocorria por meio desses registros, o que reforça a percepção de uma sociedade consciente perante a capacidade comunicativa do indivíduo, proporcionada pela vestimenta e adornos. Carvalho (2013) aponta que por toda Europa foi publicada pelo menos uma dúzia de títulos com esse tipo de conteúdo, provenientes das mais diversas partes do Continente.

A popularidade dos livros de gravura sobre a indumentária foi o primeiro passo em direção à consolidação da moda como gênero editorial, e as técnicas de gravura em madeira e metal são consideradas as primeiras técnicas de impressão a serem usadas na área da ilustração de moda.

3.1.4 Ilustrador

Em meio ao sucesso dos livros de indumentária nesse período, retratar o vestir da época era trabalho de habilidosos ilustradores e gravadores, os quais transpunham os desenhos para placas de madeira ou cobre, utilizando as técnicas de xilogravura e gravura em metal, inerentes ao processo de impressão da época.

A ilustração tem suas origens na arte da gravura, o que significa que, nesse período, os limites entre artista e ilustrador eram tanto turvos. De modo icônico,

Albrech Dürer é a personificação dessa transitoriedade de funções e um dos maiores nomes nos dois campos até hoje, conforme modelo representado na figura 12.

Figura 12 - Ilustrações de Albrech Dürer por técnica de gravura em metal.

Fonte: Durer [14--].

Para Gombrich (2001), Dürer resumiu e levou à perfeição o desenvolvimento da arte gótica. Mas, ao mesmo tempo, seu espírito estava ocupado em aprender as novas finalidades atribuídas à arte pelos artistas italianos.

Esse intercâmbio trouxe avanços para as técnicas de gravação ao debruçar-se sobre os princípios da arte renascentista italiana como perspectiva e volumetria. Dessa maneira, adquiriram um alto grau de realismo para alguns trabalhos de ilustração desse período, como demonstra este estudo de drapeamento na figura 13:

Figura 13 - Estudo de drapeamento.

Fonte: Durer [14--].

Para além das fronteiras técnicas, Dürer contribui com seu caráter inovador, conforme expõem Robson e Clavey (2015, p. 36): “O trabalho de Dürer foi influenciado pelo mais recente em tudo, desde ideias, livros e tecnologia até roupas, tecidos e artigos de luxo de muito longe”. Torna-se compreensível o porquê de alguns de seus discípulos terem trabalhado na confecção ou serem os autores dos livros de indumentária, anos mais tarde, tais como: Hans Weigel, com a obra *Trachtenbuch*; Jost Amman, com *The Theatre of Women*; e Christoph Krieger, em parceria com Vecellio, na obra *Habiti Antichi*.

Figura 14 - Ilustração de Hans Weigel em *Trachtenbuch*.

Fonte: Wiegel [15-].

Essas obras de cunho exploratório e documental da indumentária, com ilustrações das vestes representadas da maneira que lhes estavam dispostas, estabeleceram uma postura de observador do ilustrador em relação ao conteúdo ilustrado.

Isso posto, os primórdios da ilustração de moda se assemelham ao que Oliveira (2008, p. 44) classifica como ilustração informativa, “aquela que possui objetivos específicos, sendo compromissada com o conhecimento e a clareza de informações, não permitindo a ambiguidade de informações”. Nesse caso, a ilustração possui a função primordial de informar, passar a informação de forma clara, sem margens para interpretações de caráter subjetivo.

3.2 A CONSOLIDAÇÃO DO GÊNERO

3.2.1 Público: o desejo pelas novidades

As décadas que precederam o início da Revolução Industrial na metade do século XVIII sinalizavam a maturação da moda. A partir desse momento, a sociedade tinha consciência e cada vez mais interesse naquela “curiosidade pelas roupas”, que agora tinha nome e profissionais cada vez mais especializados no assunto. Sobre o fenômeno da moda, Calanca (2008, p. 66) esclarece que

Ao que parece, o fenômeno da moda, sobretudo a partir do final do século XVII, desenvolve-se até assumir características muito semelhantes àsquelas industriais. Do ponto de vista, propriamente factual, esse desenvolvimento é, entre outras coisas, testemunhado pelo nascimento da imprensa especializada.

Por isso, a consolidação da ilustração de moda como forma de expressão da moda ocorria à medida que a demanda por informações sobre o tema aumentava. Com isso, as ilustrações em gravuras tornaram-se a forma viável de suprir essa necessidade, graças à sua condição de múltiplo. Diz Braga (2011, p. 49), que “A partir de 1660, a corte de Versalhes começou, de fato, a se impor para o restante da Europa com os novos padrões sociais, criando boas maneiras, etiquetas, modos e principalmente, moda”. À medida que a França despontava como a grande difusora de moda, seus governantes pareciam ignorar o crescimento dos problemas econômicos e sociais e o pensamento iluminista. A beleza e opulência de figuras da realeza francesa, a culminar com a rainha Maria Antonieta, em nada condiziam com a realidade do país para além dos limites de Versalhes.

Ao decorrer do século XVIII, o regime absolutista encontrava-se defasado e extremamente impopular. O periódico *Les Galeries de Modes* continha ilustrações de trajes femininos com suntuosos chapéus e penteados adornados por joias e penas exóticas, que subvertiam os códigos do vestir da corte francesa e expunham a mudança de liderança da corte de Versalhes para os habitantes de Paris. Além disso, esses trajes refletiram nas mudanças no pensamento político do país, que culminaria na revolução francesa (ROBSON; CLAVEY, 2015). Essa forma diferenciada de representação pode ser vista em trabalhos como na figura 15, a seguir:

Figura 15 - Ilustração do *Les Galeries de modes*.

Fonte: Desrais [17--].

Além da deslocação de poder, o período foi marcado pelo estilo Rococó, quando as atenções se voltaram para os penteados. Pelas ilustrações é possível perceber vestidos em competição com perucas demasiadamente grandes e com excesso de adornos, como mostra a figura 15. Em outras figuras, percebe-se a influência do estilo inglês sob as vestes, impulsionado pelas preferências de Maria Antonieta.

Paralelamente, o despontar da Revolução Industrial possibilitou a confecção de produtos com matérias-primas exploradas das colônias. A Europa passou a ter muito mais do que antes, quando só conseguia matéria-prima através do comércio com o Oriente. Com uma nova elite industrial e o crescente interesse por moda em todo o Continente, os periódicos buscavam abordar tudo que pudesse englobar o universo da moda e dos modos, como comportamentos e mudanças pelas quais as sociedades passavam. Para Blackman (2008, p. 6), “A proliferação de periódicos, jornais e almanaques durante a segunda metade do século XVIII era uma resposta ao aumento de moças rurais e urbanas, bem informadas, leitoras ávidas pelas últimas novidades na moda”.

Justamente nesse período, a ocorrência de mudanças estruturais da sociedade francesa, advindas de seus envolvimento históricos, fez surgir outras potências de moda e estilo, dividindo o mercado e produção de informação para outros países da Europa. Nas palavras de Braga (2011, p. 56), “A França, no processo revolucionário, passou a ser governada por um diretório, posteriormente por um consulado e, a partir de 1804, por um sistema monárquico imperial”.

A devastação causada pelas guerras napoleônicas e os embargos às indústrias estrangeiras por parte da França fizeram com que os demais países europeus, como Inglaterra e Alemanha, endossassem a produção local da moda nacional e dos periódicos da época. Das roupas às ilustrações, tudo tinha que ser feito com insumos locais.

Os esforços de Napoleão para reerguer a indústria francesa não impediram que o período conhecido como Império, em virtude de seus feitos para a moda, fosse marcado pela praticidade e gosto pelo campo, tipicamente inglês. Inspirado nas indumentárias da antiguidade clássica, a silhueta das vestes femininas nesse momento se assemelha a uma camisola com decote profundo e acinturada logo abaixo do busto.

Poucas décadas à frente, é contrastante a silhueta que se instalou com a chegada do Romantismo. A cintura voltou para o lugar com o uso de espartilho e os volumes e adornos reapareceram, como se a mulher não tivesse passado por um período tão libertador quanto o anterior.

3.2.2 Narrativa: o bem-estar da vida boa

Com a moda consolidada, as ilustrações de moda fizeram suas primeiras aparições em revistas, hoje tidas como publicações de moda, mas que na época tratavam dos mais diversos assuntos do agrado das classes dominantes. Segundo Mary e Davis (2008, p. 3), a primeira revista desse estilo que se tem registro, a *Mercure Galant*, “dedicou-se a fornecer as ferramentas necessárias para um estilo de vida de elegância e extravagância e trouxe protagonismo para a música e a moda como empreendimentos da boa vida”, características que dizem muito sobre o propósito das revistas de moda na Idade Moderna.

Ao observar-se que, mesmo com uma distância centenária da *Mercure Galant*, que foi concebida em meio à frivolidade da corte francesa do século XVII, revistas expressivas de moda do final do século XVIII, inglesas e alemãs, publicavam assuntos e imagens totalmente desconexas com as guerras e revoluções que ocorriam no continente europeu, principalmente na França. Essas revistas retratavam trajes para as classes mais abastadas de uma sociedade eurocêntrica, ocupadas em usufruir os frutos colhidos da colonização e da recente industrialização.

Portanto, cabia à ilustração de moda retratar todo esse bem-estar que a moda podia fornecer e, ao mesmo tempo, propor ideias que saciassem o desejo por novidades, graças às mudanças constantes e à sazonalidade dos hábitos da época. As publicações abordavam desde assuntos pertinentes aos modos e mudanças de estilo aos modelos de mobiliário, roupas infantis e masculinas. Portanto, não era apenas representada a vestimenta, mas sim toda a ambiência que as rodeavam, como ocasiões nas quais a roupa era utilizada.

A inexistência da figura do estilista, nesse momento, dava liberdade para que os ilustradores desenvolvessem modelos para as revistas de moda de acordo com seu senso estético. Desse modo, pelas mãos e criatividade desses profissionais, acompanhava-se a transição de estilos e silhuetas que refletiam as transformações estéticas pelas quais a sociedade passava.

3.2.3 Suporte: periódicos de modos e modas

Há uma distância secular entre a francesa *Mercure Galant*, de 1672, e a Inglesa *The Lady's Magazine*, de 1771. Talvez por esse motivo não haja um consenso entre os autores estudados sobre qual realmente foi a primeira revista do gênero. Para Blackman (2008) e Mary e Davis (2008) foi a *Mercure Galant*; para Robson e Clavey (2015), a *The Lady's Magazine*.

De certo modo, as duas publicações tiveram aparições irregulares de ilustrações de moda ao longo de suas publicações e tratavam de diversos assuntos. A *Mercure Galant* ainda partia do ponto de vista da corte e dos interesses do rei, além de se dedicar a todos os sexos. A *The Lady's Magazine*, por sua vez, era voltada para

uma elite industrial que despontava e apresentava-se como uma revista dedicada ao público feminino e assuntos de seu universo.

Para este estudo, a importância dessas duas publicações não se encontra no pioneirismo do gênero editorial, mas em suas contribuições para a formação das ilustrações e revistas de moda que perduraram por todo o século XVIII e metade do século XIX.

Entre 1672 e 1674, o *Mercure Galant*, figura 16, também denominado *Nouveau Mercure Galante* após seu retorno em 1677, foi o primeiro periódico nos moldes, ainda que rústicos, do que atualmente se entende como revista. Além de ilustrações de moda, a publicação trazia uma mistura de assuntos, tais como: fofocas, notas de morte e casamento, críticas de peças, óperas e novos livros.

Figura 16 - A Revista *Mercue Galant*.

Fonte: Fernández (2012).

Baseada na formatação visual das chapas de cobre e madeira, do inglês *plates*, dos livros de costume do século XVI, essa revista também foi responsável por inserir o modelo de página preenchida com ilustrações de moda, textos e endereços de fornecedores, como um ensaio pré-histórico de publicidade, e desse modo gerou uma fórmula seguida nas revistas de moda pelos próximos séculos.

Cem anos depois, surgiu na Inglaterra a revista *The Lady's Magazine*, em 1771. Mais refinada nas técnicas de gravação e diagramação, a revista inovou ao trazer as primeiras ilustrações de moda coloridas, considerada por muitos o início das

gravuras de moda: as *fashion plates*, chapas de cobre e madeira que transferiam o desenho para o papel, e em seguida, era colorido à mão, como mostra a figura 17.

Com o aumento da demanda, novos títulos surgiram com propostas variadas de preço e qualidade das ilustrações. Entre tantos, destacam-se a coletânea *La Galerie des Modes*, de 1777; as revistas *The Cabinet des modes*, de 1775, figura 18; *Journal der loux und der Moden* e *Gallery of Fashion*, de 1794; *Le Journal des Dames et des Modes*, de 1797; *La Belle Assemblée*, figura 19, de 1806; *Petit Courier des Dames*, figura 20, de 1822 e *Le Journal Des Demoiselles*, figura, 21, de 1833.

Figura 17 - *The Lady's Magazine*.

Fonte: British Library (1998).

Figura 18 - *The Cabinet des Modes*.

Fonte: Quatier (2012).

Figura 19 - La Belle Assemblée.

Fonte: Pinterest (2010).

Figura 20 - Petit Courrier des Dames.

Fonte: Pinterest (2010).

Figura 21 - *Journal des Demoiselles*.

Fonte: Pinterest (2010).

Essa homogeneidade, no que diz respeito à estética, acarretada pelas limitações técnicas de impressão, pelo conteúdo retratado por ela nas revistas e pela formatação dos periódicos mencionados, coloca o final do século XVI até a metade

do século XIX sob a perspectiva do universo da ilustração de moda como um só período, marcado por sua consolidação como expressão gráfica da moda.

Sabe-se que historicamente o século XVIII e a primeira metade do século XIX comprimiram uma série de mudanças políticas, sociais e tecnológicas para a humanidade e, por consequência, para a moda. Todavia, de uma ponta à outra, não ocorreram grandes mudanças nos periódicos e no fazer da ilustração. Cabe então a esta pesquisa seguir a cronologia identificada no campo da ilustração de moda e seus significativos marcos históricos.

3.2.4 Ilustrador: o anonimato e as oficinas de gravura

A moda abriu um mercado aos profissionais que se dedicavam à confecção do vestuário. Chapeleiros, peruqueiros, ourives, alfaiates, costureiras, entre outros, organizavam-se aos poucos em corporações, mediante a concessão do governo e se especializavam num componente específico do vestuário.

Nesse cenário de profissionalização, a ilustração baseada na gravura em madeira e metal organizava-se em oficinas e ateliês de artistas desde o século XV. A diferença para esse período de consolidação da ilustração de moda como um gênero está na cisão entre o ofício do desenhista e do gravador, que antes era executado pela mesma pessoa na maioria das vezes.

O ilustrador, nesse período, teve progressiva liberdade criativa em relação às roupas retratadas. Inicialmente, esse caráter inventivo começou com intervenções subversivas no vestuário da corte, conforme relatam Robson e Clavey (2015, p. 77):

O que parecia um protesto contra as arcaicas leis que impediam mudanças nos códigos do vestir, principalmente em Versailles, os talentosos e intuitivos ilustradores Desrais, Walteau e Leclerc deram grande ênfase nos chapéus e elaborados penteados femininos, os quais eram adornados com joias, pingentes penas exóticas e novidades de todos os tipos.

Com o crescimento do mercado editorial que resultou no aumento da concorrência, a sobrevivência das publicações passou a depender, em parte, do apelo ao estilo que tinha aos olhos do público. Paris, ao longo do século XVIII, tornou-se o epicentro da moda e, com isso, tinha os profissionais mais experientes e capacitados no processo de impressão. Por isso, as revistas de moda dos outros países não

somente retratavam a última moda parisiense como também agregavam valor às suas revistas por oferecer um produto nos moldes franceses.

Tamanha demanda fez com que surgissem oficinas com propostas mais acessíveis em troca de ilustrações artisticamente inferiores. Os métodos escusos de produção destes estabelecimentos pulverizavam os procedimentos de gravação e colorização, sendo esta última delegada às crianças.

Segundo Robson e Clavey (2015, p. 129; 131), acompanhar o crescimento das vendas e a queda nos preços, então aliados à demanda por novos designs, levou o mercado da ilustração à queda de qualidade como um todo. A liberdade criativa que os ilustradores exerciam sobre a silhueta definida do período também foi afetada negativamente, como os autores explicam:

No início, o apetite do público por novidades e toques decorativos acrescentou divertida qualidade às ilustrações, particularmente aquelas entre 1825 a 1840, mesmo assim, os ilustradores estavam começando a ficar sem ideias [...] Por volta de 1830, poucas revistas de moda estavam realmente ilustrando a moda em voga, como era a prática das publicações precedentes, a força da demanda por ilustrações novas e mais decoradas levou muitos ilustradores a adicionarem progressivamente mais detalhes à silhueta básica existente, de modo a afetar a maneira que as pessoas se vestiam.

De modo paradoxal ao reconhecimento da qualidade da ilustração parisiense e do volume de ilustrações publicadas, o período de consolidação da ilustração de moda foi construído por ilustradores anônimos, até mesmo para os franceses. Há exceções como Louis Cloude Derais e Leclerc, mas, por se tratar de um período de mais de cento e cinquenta anos com dezenas de publicações, isso se torna irrelevante.

Quanto às ilustrações, estas ainda estavam comprometidas com o relato visual das vestes do período e não havia mais a preocupação com a verossimilhança do objeto observado, que passava a sofrer interpretações. A transmissão da moda, do bem-estar e do bom viver dessas imagens configuravam uma história a ser narrada, o que classificava a ilustração nesse momento como do tipo narrativa, segundo Oliveira (2008).

3.3 O APOGEU COMO REPRESENTAÇÃO GRÁFICA DA MODA

3.3.1 Público: o otimismo da *Belle Époque*

A partir da segunda metade do século XIX, inicia-se o período do apogeu da ilustração de moda como representação gráfica da moda. Nesse momento, a ilustração encontra-se como um fenômeno plenamente consolidado e subsidiado pelos adventos providos pela Revolução Industrial, tais como os teares mecânicos e as máquinas de costura. A sociedade testemunhou o aumento da oferta e do consumo em todas as esferas que a indústria fosse capaz de atingir e, conseqüentemente, estendeu o acesso por parte das classes menos abastadas. De acordo com Blackman (2017, p. 8),

Os menos favorecidos se beneficiaram dos enormes avanços feitos no século anterior pelas indústrias de fabricação de têxteis e vestuário. Roupas prontas ou semiprontas estavam amplamente disponíveis nas lojas de departamentos que surgiram em todas as grandes cidades desde o último quarto do século XIX. Muitas mulheres contratavam costureiros para copiar os últimos designs. Modelagens foram incluídas em revistas voltadas para esse mercado intermediário, como o *Weldon's Ladies Journal* (1879), enquanto a rede *Butterick*, com filiais em Londres, Paris, Nova York, publicou moldes de pedidos por correspondência desde 1866. A disseminação de estilos através das numerosas revistas e jornais destinados aos consumidores deu a todos a oportunidade, se não os meios, para se dedicar à busca da moda.

Para BRAGA (2011, p. 63), a Revolução Industrial também trouxe facilidade financeira para a nobreza e para outras camadas da sociedade, e, com a já citada máquina de costura, houve uma enorme aproximação visual entre as roupas das diversas classes sociais. O autor ainda ressalta que, nesse mesmo período, a moda seria reconfigurada com a estratificação dos valores materiais e imateriais das roupas, ligados aos processos criativos e de produção da peça.

Foi nesse período que a moda encontrou uma grande maneira de se modificar, uma vez que, devido ao prestígio financeiro da burguesia industrial, o aspecto visual das roupas dessa nova classe era muito semelhante àquele da nobreza e da aristocracia. Surgiu então na década de 1850, na França, o conceito de alta-costura, criado por um inglês radicado em Paris – Charles Frederick Worth.

Considerado por muitos autores como o primeiro estilista, Worth estava inserido neste contexto de plena efervescência econômica, cultural e tecnológica, num período de alto estímulo da produção e do consumo têxtil por parte do governo francês. Charles Frederick Worth passou então a assinar suas criações e se posicionou como costureiro-criador, cuja criatividade seria disputada pelas senhoras mais abastadas de Paris. Na figura 22 abaixo, um exemplo da produção de Worth:

Figura 22 - Charles Frederick Worth e suas criações.

Fonte: Dennis (2008).

Mastelini (2016) relata que, paralelamente à nova ordem iniciada por Worth e seus concorrentes, a França deu início ao ensino profissionalizante na confecção de trajes finos e a América consolidava as roupas prontas para vestir (do inglês *ready-to-wear* e do francês *Prêt-à-porter*) nos magazines e lojas de departamentos. Nesse momento, a figura desse novo profissional, denominado estilista, passou a ser a responsável pela criação e pela impressão de um estilo próprio às roupas, e desenvolveu peças a partir de desenhos ou croquis.

Nas últimas décadas do século XIX muitos ilustradores ainda eram responsáveis pelos modelos apresentados nas revistas de moda, embora fosse uma questão de tempo para que a ilustração se ocupasse apenas da representação com enfoque na interpretação e divulgação de novos produtos.

O fim da Segunda Guerra Napoleônica em 1871 deu início ao período da *Belle Époque*, marcado por uma sociedade eufórica com o progresso tecnocientífico. Para a moda, foi um período de muita opulência, sofisticação e silhuetas vertiginosas obtidas com o uso do espartilho, no qual a cintura da mulher era comprimida exageradamente para obter o visual da silhueta em S, conforme mostrado na figura 23, logo abaixo. O estilo *Art Nouveau* traduzia para o campo estético o progresso

industrial obtido com o domínio do ferro e do vidro, apresentados em formas orgânicas e detalhes inspirados na natureza.

As grandes exposições universais, iniciadas em Londres no ano de 1851, proporcionaram intercâmbio cultural e apresentação das novidades a serem adotadas pelas indústrias e pela sociedade. Ao decorrer de suas edições diversas, foram as contribuições culturais, artísticas e tecnológicas apresentadas que mudaram o curso da história.

Para a moda pode-se citar como imprescindível a participação oriental e russa nessas feiras, cujas estéticas exóticas deslumbraram o olhar europeu e influenciaram diversos estilos artísticos e movimentos estéticos que estavam por vir, tais como: Expressionismo, Cubismo, *Art Nouveau* e *Art Decó*. Os autores Robson e Clavey (2015, p. 153) esclarecem que

Uma das exposições mais visualmente impressionantes apresentou uma exibição de tecidos e artefatos das ilhas japonesas recentemente 'abertas'. Essa nova influência teria um efeito estimulante muito necessário na ilustração de moda e na produção criativa de todos os tipos.

Em relação às formas do *Art Nouveau*, percebe-se que as curvas femininas representadas nas atividades criativas do período, dentre elas a ilustração, absorveram características desse estilo e conseqüentemente tornaram-se um desejo estético a ser atingido através das roupas, conforme representação na figura 23 abaixo:

Figura 23 - A silhueta vertiginosa da *Belle Époque*.

Fonte: Pinterest (2010).

Os tempos de paz da *Belle Époque* cessaram com o início da Primeira Guerra Mundial e, com os homens deslocados para os campos de batalha, as mulheres foram convocadas a assumir os postos de trabalho que ficaram vagos. Segundo Braga (2011, p. 69-70), “As mulheres ocuparam espaços masculinos da área da saúde aos transportes e da agricultura à indústria, inclusive a bélica. Foi o começo da emancipação feminina, uma necessidade durante a guerra, e depois dela, um hábito”. O claustro do espartilho e os longos vestidos tornaram-se inapropriados para a execução de suas funções, então as saias começaram a ser encurtadas, o espartilho foi deixado de lado e modelos mais práticos foram adotados para esse novo papel da mulher na sociedade em guerra.

Apesar das perdas humanas e econômicas para a maioria dos países envolvidos, a guerra trouxe avanços tecnológicos, além de enriquecer diversos industriais, sobretudo os americanos. Paralelamente, o cinema despontava na América e o glamour emanado por Hollywood dava indícios da influência que exerceria nas décadas seguintes. Ao fim dos conflitos, as publicações retornaram à suas atividades, as mulheres já não eram mais imprescindíveis no mercado de

trabalho e renomados estilistas reabriram suas *maisons*. Robson e Clavey (2015, p. 248) explicam como essas casas de modas surgiram nessa época:

Na França, a fabricação havia sido quase completamente destruída, com grande parte do maquinário sendo saqueado ou convertido em armamentos. Os franceses, portanto, não conseguiam se concentrar na produção em massa. Felizmente, o comércio de luxo, por tradição situada principalmente em Paris, permaneceu intocado e, assim, para França tornou-se economicamente imperativo construir sua reputação de principal produtora de mercadoria luxuosa e extravagante. Desse modo, as grandes casas de moda de Paris e ateliers se tornaram os principais fornecedores dessas ofertas.

O retorno da normalidade poderia enganar olhares desatentos que acreditavam que nada havia mudado. O *jazz*, a dança e a vida noturna se potencializaram; a emancipação feminina ganhou força e as correntes modernistas despontaram e desestabilizaram todas as estéticas consolidadas pela *Belle Époque*. Braga (2001, p. 71) diz que, nessa fase, “As atividades de trabalho, o esporte e o divertimento, especialmente a dança, contribuíram para cada vez mais as roupas irem se adaptando às novas necessidades e isso se traduziu na continuidade do encurtamento das saias”.

Com a quebra da bolsa em 1929, nos Estados Unidos, o cinema Hollywoodiano despontou e arrebatou telespectadores de maneira massiva. A partir desse momento, as atrizes de cinema, que tinham certo destaque como ícones de moda, transformaram-se em verdadeiras difusoras e influenciadoras de estilo. Isso posto, as imagens realistas e em movimentos desbancaram qualquer poder de sedução das ilustrações que até esse período eram passivas de interpretações e subjetividades.

A fotografia, que aos poucos vinha se aprimorando, parecia ser o meio mais adequado para esse novo cenário, pois era capaz de captar com fidelidade os ícones da moda e suas vestimentas. A década 30 foi marcada por essa transição e os trabalhos belíssimos de ilustradores ainda eram publicados e apareciam nas capas dos principais periódicos, embora tenha se tornado previsível o progressivo desuso do desenho em favorecimento das fotografias, que aos poucos conquistava seu espaço.

3.3.2 Narrativa: a influência dos movimentos artísticos

Em meio ao período do Segundo Império e ainda estampada pelo estilo romântico, o aumento significativo dos títulos dedicados à moda refletiu na produtividade de ilustrações de moda e na importância que estas imagens tinham dentro das publicações.

Aos poucos, novos métodos de impressão como a litografia, a cromolitografia e a pintura por estêncil – *pochoir* do francês – possibilitaram a transmissão da sensação estética das técnicas originais usadas na concepção da ilustração, como aquarela, pastel seco e oleoso e tinta nanquim, e tornaram as ilustrações de moda cada vez mais atrativas.

Com essa evolução da imprensa, percebe-se também uma cisão estética das ilustrações de moda com seu passado, que até o momento apresentava certa homogeneidade, mas que a partir desse ponto contava com os primeiros passos da pluralidade das técnicas de expressão.

O estilo *Art Nouveau* foi o primeiro a permear esse novo momento da ilustração de moda tal como a sociedade vivenciava sua *Belle Époque*. Com a consagração desse estilo, as formas delicadas e orgânicas dominaram tudo que pudesse ser estilizado, inclusive a silhueta feminina, que nesse ponto estava estruturada em um vertiginoso “S” e contrastavam com o triunfo industrial da época.

A ilustração de moda seguia a todo vapor, apresentada nas grandes exposições parisienses, a despeito do surgimento da fotografia. Muitos ilustradores vivenciavam a consagração de seus trabalhos que acabavam por ser disputados devido à enorme demanda, com destaque para Alphonse Mucha e Charles Dana Gibson.

Alphonse Mucha criou cartazes no estilo *Art Nouveau*, com linhas espiraladas, torcidas, fluidas e motivos detalhados, conforme figura 24. As mulheres de Mucha eram lânguidas, com cabelos esvoaçantes e uma elegância dramática; muitas mulheres da sociedade tentaram imitar o estilo e as roupas das beldades que ele retratava. De modo similar, outras imitaram as roupas, penteados e maneirismos da esguia “Garota Gibson”, criada por Charles Dana Gibson (MORRIS, 2006, p. 141).

Figura 24 - Ilustração de Alphonse Mucha.

Fonte: Ulmer (2007).

É unânime entre os autores estudados que a “Garota Gibson” foi o primeiro ideal de beleza americano. Com traços finos e estrutura corpórea muito maior do que a comumente retratada nas ilustrações de moda, a personagem de Gibson ia muito além da beleza e do estilo, conforme figura 25.

A atitude vivaz e por vezes audaciosa das garotas que iam à praia e praticavam esportes era condizente com o perfil das grandes herdeiras americanas que entraram em contato com os europeus a partir de visitas à Europa para ocasiões, como as grandes exposições internacionais. Percebe-se que, mesmo em meio ao apogeu do espartilho, as silhuetas de suas personagens eram relativamente normais e seu estilo de vida contagiante.

Foi a primeira vez que uma personagem ilustrada obteve tanto poder de influência quanto as grandes difusoras de moda de outrora. Dos penteados às atitudes, a *Gibson Girl* era a mulher da transição do século na América e serviu de inspiração para mudanças drásticas no comportamento feminino, como o desejo pelo sufrágio.

Figura 25 - A Gibson Girl.

Fonte: Gibson [18--].

A parceria entre estilista, ilustradores e editores foi o grande trunfo para a abundância de conteúdo imagético produzido nesse período acerca da moda vigente. Visionários como o editor Lucien Vogel e o estilista Paul Poirret compreendiam o poder de sedução das ilustrações e contratavam talentosos ilustradores para que, através de seus desenhos, o imaginário da moda fosse despertado nas consumidoras.

Destaca-se Paul Poirret, pois este encomendou dois livros ilustrados, o primeiro em parceria com o ilustrador Paul Iribe e o segundo com Gerge Barbier. Ambos foram sucessos e retrataram mulheres trajando suas criações em cenas sociais, cercadas pelo mais recente e luxuoso do que se pudesse imaginar. Robson e Clavey (2015, p. 201) esclarecem que

Na verdade, chegou-se a um compromisso: concordou-se que cada artista poderia projetar e publicar uma foto de sua escolha para cada ilustração de uma peça projetada por um dos costureiros - as "histórias contadas" para as quais a *Gazette du Bon Ton* se tornaria famosa.

Com o início da Primeira Grande Guerra, muitas publicações pararam suas atividades e só retornaram alguns anos depois do fim da guerra. A *Belle Époque* havia acabado; as mudanças políticas, econômicas e sociais já não se adequavam à estética *Art Nouveau*. A mulher havia conquistado relativa emancipação e as roupas

desse período, além de verdadeiros estandartes do poder econômico de seus maridos e familiares, enclausuravam seus corpos e limitavam suas atividades.

A moda já havia apresentado alternativas ao uso de espartilhos, como as criações de Paul Poirret, porém, até o início da guerra, a libertação do espartilho estava mais relacionada a um propósito estilístico do que a questões funcionais de fato. Ao longo dos anos de conflito, muitos criadores não deixaram de apresentar suas coleções, e ícones, como Coco Chanel, surgiram em tempos conturbados. A adesão à silhueta veio com a necessidade de mobilidade física em todas as camadas sociais. Dessa forma, o momento tornou-se perfeito para as apresentações desses estilistas, que a essa altura estavam altamente inspirados pelo estilo *Art Decó*.

A onda orientalista que se alastrou pela Europa também popularizou a técnica de pintura por estêncil, o *pochoir*, que perdurou a passagem do movimento *Art Nouveau* para o movimento *Art Déco* e mudou drasticamente o curso estético da arte e, conseqüentemente, da ilustração de moda. Nesse momento, tal como no período das xilogravuras e gravuras em metais, os editores contavam com o apuro técnico de profissionais especializados e capazes de transpor o trabalho de seus ilustradores para a matriz de impressão, fosse ela uma gravura ou um estêncil.

Como um reflexo dos movimentos artísticos desprendidos da representação realista que despontavam desde fim do século XVIII, como o Expressionismo o Impressionismo e o Cubismo, entre tantos outros, a ilustração de moda mostrou-se cada vez menos dedicada a detalhar fielmente a roupa a ser divulgada. Segundo Robson e Clavey (2015), em 1925, o ano da grande exposição *Art Déco*, os melhores ilustradores da moda já não tinham nenhum comprometimento com a mimese. Morris (2009, p. 143) ratifica essa subversão das proporções e estilização da figura humana que aconteceu pela primeira vez na ilustração de moda.

Até os anos 1920, a figura de moda ilustrada era desenhada com proporções bastante realistas. No entanto, como as obras de artes e a moda tornaram-se simplificadas, angulosas e lineares nos anos 1920, o mesmo ocorreu com a silhueta de moda.

A abstração desses detalhes representou uma mudança de paradigma da ilustração, que anteriormente tinha por função a divulgação explicativa de modelos a serem copiados. A partir desse momento, o foco dos ilustradores passou para

transmissão de conceitos e para a estimulação do imaginário de consumidores a respeito das roupas desenvolvidas pelos grandes estilistas.

Cada ilustração, concebida por um artista com a sua própria interpretação idiossincrática acerca da criação de um costureiro, dedicava-se ao espírito do projeto, ao invés do detalhamento de sua superfície (ROBSON; CLAVEY, 2015). Essas mudanças estéticas também traziam dinamismo à composição e harmonizavam com as alterações comportamentais, principalmente as femininas.

A dançarina frenética não se parecia em nada com a figura estática e coberta da *Belle Époque*. A mudança no corte de cabelo e a prática de esportes, precedida anos antes pela “Garota Gibson”, agora eram comuns nos periódicos. Para Robson e Clavey (2015, p. 251), “No outono de 1928, pela primeira vez no Ocidente, o joelho das mulheres jovens foi uma visão aceita e respeitável na sociedade moderna. Introduzido como resultado de uma mania de dançar americana, o Charleston”. As ilustrações de moda do século XIX comumente retratavam mulheres em um contexto familiar, acompanhadas por homens e crianças. Agora, a figura feminina, na maioria das vezes, apresenta-se só, em ambiente externo ou em um contexto de muito glamour e poder.

Mais do que sinalizar a especialização do mercado editorial em um gênero, a ilustração de moda em seu apogeu retratou o desejo pelo protagonismo que as mulheres almejavam ter em suas próprias vidas.

3.3.3 Suporte: as revistas de moda de luxo

A expansão do mercado editorial em meados do século XIX ganhou cada vez mais folego conforme as técnicas de impressão se renovavam e utilizavam aparatos mais sofisticados.

O surgimento de novos formatos e formatações de periódicos de moda ainda no ano de 1850 como o formato do jornal Bazar, futura revista *Harper's Bazaar*, aos poucos desbancou o formato secular utilizado desde os livros de costume do século XVI, conforme mostra a figura 26 abaixo. A revista, como tantas outras do período, apresentava um formato novo e diferente dos livros de costume do século XVI:

Figura 26 - Volumes do primeiro período de publicação da revista *Gazette du Bon Ton* (1912 - 1915).

Fonte: Princeton University Library (2017).

O competitivo mercado editorial buscava atualizar-se com o que houvesse de mais novo, e o advento da fotografia, ainda no século XIX, foi uma das grandes novidades do período. Não tardou para que essa novidade fizesse suas primeiras aparições nos periódicos de moda, porém, a princípio, deixava a desejar quando comparada às ilustrações de moda da época.

A evolução das técnicas de impressão por reprodução por retícula deu aos ilustradores a liberdade de trabalharem com as técnicas que preferissem. Além disso, trouxe à tona a pluralidade de estilos e traços possíveis dentro da ilustração. Agora é possível perceber as particularidades de cada ilustrador, o que reforça e consagra a identidade de cada um. Portanto, as publicações que focaram seus esforços nas possibilidades artísticas da ilustração como meio de divulgação de moda obtiveram maior repercussão e são consideradas até hoje como ícones editoriais de sua época.

A revista de luxo *Les Modes* foi pioneira ao apresentar suas publicações de moda em papéis cintilantes, produção automatizada e fotografias coloridas à mão, além de proporcionar o primeiro contato do leitor com retratos fiéis da moda sem interpretação artística. Robson e Clavey (2015) apontam que, para além dos altos custos de produção, a fotografia ainda não era capaz de agregar valor artístico às roupas e falhava em gerar uma atmosfera encantadora, tão comum nas ilustrações daquele tempo.

A esse respeito, Bryant (2012) alega que o desenho favorecia a acentuação da altamente distorcida silhueta ampulhetada da época. O caso mais emblemático do período foi a revista *Gazette du Bon Ton*, palco dessas mudanças, graças ao olhar visionário de seu criador, o editor Lucien Vogel. A revista dedicava-se à moda de luxo, aos grandes *coulurieux* da época e à apreciação da arte, conforme figura 27 abaixo:

Figura 27 - Ilustração da revista *Gazette du Bon Ton*.

Fonte: Brissau (1922).

O projeto de Vogel propôs conectar a arte e a moda de vanguarda ao aliar o trabalho de estilistas e ilustradores, para que as vestes publicadas exalassem a aura artística daqueles anos. Foi acordado que cada ilustrador poderia criar e publicar uma imagem da sua escolha para cada ilustração de produto concebido por um dos estilistas. Robson e Clavey (2015, p. 201) discorrem que “Sob a direção de Vogel, os artistas começaram a trabalhar para desenvolver um estilo novo e distinto de ilustração de moda - as “imagens contadoras de histórias” pelas quais a *Gazette du Bon Ton* tornou-se famosa”. Os belíssimos trabalhos ilustrados consagravam o estilo *Art Déco*, as silhueta cilíndricas e as mudanças drásticas do comportamento feminino que a Europa vivenciava.

Até então, o compromisso que essas publicações tinham com o apuro artístico ia além do que era visto nas publicações do gênero, além de se diferenciarem do que

se entende hoje como revista de moda de luxo, conforme explicam Robson e Clavey (2015, p. 220):

Eram a combinação de luxo de belos materiais e artesanato soberbo com teor artístico de excelência, que até o *connoisseur* mais exigente não poderia deixar de apreciar. Era óbvio que as publicações desses títulos e os que estavam a seguir nos próximos anos como - *Luxes de Paris*, *Le Jour Du Goput*, *Guirlande*, *Album D'Art e Literature*, *Falbalas Franfeluches*, *Les Douze Mois de L'anée* e muitos outros - não eram apenas revistas de moda, como nós entendemos o termo hoje em dia, eram, na verdade, um monumento ao gosto da época.

Talentos promissores que absorveram essas mudanças, como Paul Iribe, George Lepape, Leon Bakst, George Barbier, Pierre Brissaud e Erté foram alguns dos protagonistas da ilustração de moda durante o seu apogeu e desenvolveram trabalhos para as mais requintadas revistas de moda da época, além de ilustrar em coleções dos estilistas da *haute-couture* parisiense.

A qualidade e o valor artístico das ilustrações eram o mesmo nas demais revistas contemporâneas à *Gazette du Bon Ton*. Artistas como Erté, J.I. Leycester e os já citados George Barbier, George Lepap e Paul Iribe também ilustravam para as revistas *Harper's Bazaar*, *Vogue*, *L'officiel*, além de catálogos, figurinos para peças, anúncios e cartazes, conforme figura 28 abaixo:

Figura 28 - Capas do ilustrador George Barbier para a *Vogue*.

Fonte: Barbier (1919, 1927).

A Primeira Guerra Mundial cessou a publicação de inúmeros títulos e ateliês de alta costura, inclusive a *Gazette Du Bon Ton*. A compra da americana *Vogue* pelo grupo editorial *Condé Nast* transformou o então jornal em revista e expandiu suas publicações, primeiramente na Inglaterra e em seguida na França, e sua editora- chefe era a esposa de Vogel. A *Gazette Du Bon Ton* perdurou até 1925. Seu modelo custoso e de baixa circulação já não se encaixava nos moldes modernos, e Vogel partiu para novas empreitadas que pudessem concorrer com a *Vogue* e com a *Harper's Bazaar*, que nesse momento já contavam com fotografias em suas publicações.

3.3.4 Ilustrador: a consagração profissional

Os tempos de ouro da ilustração trouxeram a esses ilustradores feitos nunca mais atingidos pelos colegas de profissão. Lepape ao longo de sua carreira ilustrou cerca de cem capas de revistas de moda; Bask foi o responsável pelos cenários, figurinos e cartazes por trás do grande sucesso da peça *Scheherazade* e demais apresentações do prestigiado balé russo, que tanto influenciou o trabalho de estilistas como Paul Poirret, e Erté assinou o mais longo contrato de exclusividade de um ilustrador com a *Harper's Bazaar*, conforme figura 29 abaixo:

Figura 29 - Capas da *Harper's Bazaar* ilustradas por Erté.

Fonte: Gruau (1920).

Para além dos periódicos, a relação de Poiret com os ilustradores destacou-se pelo caráter inovador do ponto de vista estético e funcional para a ilustração de moda. Para divulgar seus vestidos que prometiam libertar a mulher do espartilho, o estilista convidou o artista plástico Paul Iribe (1883-1935) para conhecer sua coleção e conceber uma série de imagens a partir dela. O resultado foi a criação de um álbum de luxo, numerado, em edição limitada e com pranchas coloridas, o qual foi distribuído para a imprensa e para os principais clientes internacionais da alta costura (RAMOS, 2016 p.13).

O trabalho visionário de Poiret, aliado ao frescor do trabalho de Iribe com cores vibrantes e a prestigiada influência japonesa, resultou em um *Lookbook* primitivo de alto valor artístico, que consagrou o trabalho de ambos, figura 30. Para Blackman

(2007), Iribé inovou ao introduzir figuras em meio perfil ou mesmo de costas contra fundos monocromáticos e esboçados. O sucesso desse primeiro compilado de ilustrações resultou anos depois em mais uma parceria do estilista, dessa vez com o ilustrador George Lepape, para a divulgação de suas novas criações inspiradas no balé russo e para a introdução de calças para as mulheres.

Figura 30 - Livro Ilustrado por Paul Iribé para divulgação das criações de Paul Poiret.

Fonte: Iribé [19--].

Essa mudança de paradigma, aliada à perda do caráter inventivo dos estilistas em relação às roupas desenhadas em meados do século XVIII, consolidou as principais características funcionais da ilustração de moda, defendida por autores

contemporâneos como Seivewright (2010), mencionadas no primeiro capítulo, onde a figura do ilustrador compõe ilustrações voltadas para a divulgação de coleções e conceitos, sem participar da criação de produtos. Esse modelo se manteve praticamente inalterado durante décadas, mesmo após o domínio da fotografia, até às revoluções digitais do final do século XX e início do século XXI.

3.4 CRISE: OS ANOS DE SUBSTITUIÇÃO PELA FOTOGRAFIA

3.4.1 Público: a juventude subversiva

A partir do século XX, a sazonalidade de estilos na moda acelera-se, de modo que muitos autores passaram a abordar sua história dividida por décadas para fins didáticos, mesmo havendo mais de um estilo presente em alguns dos decênios. A sociedade ocidental também se manteve constantemente em mutação e mesmo com as guerras, de acordo com Bryant (2012), obteve crescimento populacional exponencial, o que proporcionou à sua primeira geração pós-guerra, os jovens da época, uma infância ampliada, com tempo de sobra para a música, para a rebeldia e para a moda. Além disso, com os avanços da tecnologia, sobretudo nos transportes, na comunicação e na corrida espacial, o mundo tornou-se relativamente pequeno e a moda, enquanto negócio, beneficiou-se ao máximo disso através dos mecanismos da globalização.

Na primeira metade do século, a sociedade ocidental fazia parte de um sistema de ideal estético, no qual se inclui a maneira de consumir e assimilar a moda. A influência difundida pelas classes dominantes sob as classes de base, denominada efeito *Trickle-down*, além de ter causado o fenômeno de uniformização conforme as classes socioeconômicas, também mostrava de forma muito clara que conceitos como a individualização e a expressão do estilo ainda não estavam em questão de forma massiva na sociedade.

Com a moda estruturada pelo sistema exposto acima, a passagem da década de 30 para a década de 40 registrou o período de transição da ilustração de moda para a fotografia como principal recurso imagético nas revistas de moda. Segundo Braga (2011, p. 76), “O cinema, cada vez mais bem-posicionado, refletia no comportamento de moda. As grandes atrizes de Hollywood ditavam a moda feminina”.

A sociedade e a moda estavam voltadas para o cinema e para estrelas como Greta Garbo, Marlene Dietrich, Jean Harlow e Mae West. Assim, a fotografia, atividade criativa que originou a sétima arte, tornou-se registro ideal desses ídolos, de seus trajes e seus trejeitos.

A Segunda Grande Guerra mais uma vez abalou as estruturas e ordens pré-estabelecidas, e parte do topo difusor de moda nesse período deixou de ser referência prioritária na adesão por gotejamento de estilos. Braga (2001, p. 80) aponta que “A alta costura esteve em baixa, uma vez que as grandes consumidoras eram as próprias francesas e as norte-americanas. Aquelas sofriam a recessão e estas não viajam à Europa devido à guerra”. Nesse período, juntamente com Paris, grandes potências como Inglaterra e Estados Unidos começaram a ganhar espaço como difusoras estéticas e comportamentais, uma vez que desenvolviam em suas respectivas indústrias produtos mais adequados às suas realidades culturais. Braga acrescenta que

A moda ganhou algumas identidades com relação aos países de sua origem, a francesa sendo um pouco mais sofisticada; ao passo que a norte-americana e a inglesa com maiores semelhanças, sendo mais contestadoras.

Astutamente, ainda no final da década de 20, a *Chambre Syndicale de la Haute Couture* de Paris fundou a *L'Ecole de la Chambre Syndicale de la Couture*, cujo intuito foi formar novos *designers* que pudessem contribuir com a *haute-couture* francesa. Ao cessar a guerra, a França patenteou e estabeleceu rigorosos critérios às *maisons* que almejassem manter esse tipo de produção, como forma de protecionismo à expertise da moda francesa.

Os esforços franceses para se manter no topo durante o pós-guerra ganharam força graças ao trabalho de Christian Dior e sua silhueta *New Look*, no final da década de 40, que contribuiu com muita feminilidade e glamour para uma moda que estava funcional e relativamente apagada por conta da sobriedade exigida pela guerra. Segundo Braga (2011, p. 83), “Os aspectos de moda que marcaram os anos de 1950 já haviam sido definidos com o *New look* de 1947. A moda dessa época foi de extrema sofisticação”. As *maisons* francesas e os grandes *designers* do período estavam estabelecidos e tinham sua clientela. Entretanto, os sintomas de uma nova ordem na difusão e criação de novos estilos começavam a aparecer entre os jovens nascidos após a guerra, conforme Blackman (2007, p. 166-167) expõe:

Em meados da década de 1950, grupos subculturais juvenis começavam a surgir em ambos os lados do Atlântico - grupos cujas filosofias questionavam o *status quo*, revelavam-se contra a autoridade e expressavam sua antipatia pelo "*establishment*" através de suas vestimentas, adotando padrões de uniformização. Essas chamadas tribos de estilo variavam desde o existencialista parisiense da margem esquerda, até os *Teddy Boys*, roqueiros e *hippies*. Elementos de seus guarda-roupas entraram na moda tradicional e nesse mundo de cultura jovem e vibrante, mediado por novas formas de arte, drogas psicodélicas e, acima de tudo, pela música *pop* dos anos cinquenta e sessenta, que minaram a hegemonia da alta costura e mudaram a face da moda para sempre.

Com isso, conclui-se que, a partir da segunda metade do século XX, a sociedade ocidental reconfigurou seu padrão de assimilação de moda, bem como ganhou novas faixas etárias entre a infância e a vida adulta. A concepção e a valorização do comportamento jovem, além da busca pela individualidade, mesmo que acarretassem em subgrupos de pessoas muito parecidas entre si, começaram a diversificar a moda e gerar diferentes mercados, não somente aqueles ligados às questões econômicas.

O passar das décadas só aumentou a pluralidade e tornou cada vez mais complexo o processo de individualização do ser humano. Com a necessidade de buscar novos caminhos comportamentais e estéticos, surgiram grupos com regras, valores e concepções específicas de cada contexto e micro contexto social. Tal processo pode ser definido a partir da década de 50 como fenômeno de formação de tribos e grupos sociais. Para Braga (2011, p. 90), "A moda então havia se diversificado muito. Uma série de opções de estilos foi se tornando referências de moda, porém sempre prevalecendo o aspecto de jovialidade com características de praticidade e conforto relativos à suas épocas". Blackman (2017, p. 58) complementa que

A história da moda na última parte do século XX é difícil de definir. É caracterizado pela quebra da indústria tradicional de alta costura; pelo imediatismo da resposta da indústria manufatureira mundial às demandas de seus consumidores de rua; e por uma ênfase na individualidade que resultou na fragmentação da moda em uma infinidade de estilos. Ironicamente, um efeito ainda maior tem sido uma certa homogeneidade da indumentária global por parte daqueles que desejam rejeitar os excessos percebidos no mundo da alta moda e renunciar ao rótulo de "vítimas da moda". No entanto, apesar do jeans e da camiseta serem excelentes exemplos de antimoda, eles ainda carregam uma hierarquia de marcas de designers exclusivos.

É também a partir dos anos 60 que fotógrafos e modelos atingem o patamar de celebridades cultuadas. As revistas de moda atingem seu período de ouro, reduto de lendas do mercado editorial como Carine Roitfeld e Anna Wintour.

Proporcionalmente ao bom momento da fotografia, a ilustração de moda viveu seu período de maior desprestígio.

Nesse contexto, percebe-se que, pelos seus processos manuais, pela representação subjetiva e pela velocidade inadequada, a ilustração de moda fazia referência ao passado e, em virtude de sua afinidade com a tradição e o luxo, remetia-se à sociedade elitista caracterizada pelo consumo de tais aspectos, fato que a tornou amplamente criticada nesse período. Como pressuposto, foram as marcas de luxo as responsáveis por boa parte da sobrevivência da ilustração de moda nessa fase, através de campanhas publicitárias ilustradas.

3.4.2 Narrativa: o foco nos produtos

A passagem da década de 30 para a década de 40, além do período de guerra, presenciou o fim do apogeu da ilustração de moda e sua substituição pela fotografia de moda. Tal fenômeno trouxe mudanças significativas para as referências estéticas utilizadas nessa vertente da ilustração, por vezes originadas de movimentos de arte moderna, conforme aponta Bryant (2012, p. 21):

Nos anos que seguiram a Segunda Guerra Mundial, o desenho de moda passou a refletir a influência do expressionismo abstrato, a precisão nítida deu lugar a uma descrição vaga da superfície e dos detalhes das roupas. Poses e cenários mostravam a moda no contexto sem precedentes do lazer e da mobilidade social.

A imagem da ilustração possuía então a tarefa de trazer um mundo lúdico que ia pela contracorrente do período sombrio, caracterizado pelos acontecimentos históricos de guerra.

Direcionadas pelas necessidades mercadológicas, as capas de revistas aos poucos deixaram de ser ilustradas. Como consequência, os editoriais deixaram de existir e conceito e estilo de vida já não eram mais vendidos como o costume estabelecido anteriormente. Alguns títulos importantes para ilustração como a *Gazette du Bon Ton* encerraram suas atividades e assim as ilustrações gradativamente perderam seu espaço nas páginas principais das publicações e seu redirecionamento para fazer parte de setores de incentivo ao consumo direto, na maioria das vezes em anúncios e campanhas publicitárias.

No que diz respeito às representações, surge então a necessidade de começar a projetar, nos trabalhos de ilustração de moda, a estética das transformações que os artigos de moda tiveram no decorrer do período, sobretudo no que tange a novas texturas e materiais. A respeito dessa inovação, Morris (2009, p. 146) discorre que “Os avanços tecnológicos introduziram o plástico, o velcro e a *lycra*, criando para os ilustradores o desafio de representar os novos tecidos sintéticos”. Tais materiais traziam novas possibilidades de produção de artigos de moda e também estimulavam a inspiração de estilos inovadores para a época.

A ambiência proporcionada pelo trabalho de ilustração de moda continuou então a se modificar e acompanhar as transformações sociais que ocorreram na sociedade. O luxo passa a perder o interesse do mercado de moda, em comparação com os movimentos de rebeldia juvenil que surgiam a partir da emergente mudança de comportamento do período. Bryant (2012, p.23) relata que

Na ilustração de moda, a elegância madura dos anos 1950 deu lugar à imagem de uma perpétua adolescência. As figuras femininas, andróginas, tinham bustos pequenos, cinturas naturais e membros alongados não muito diferentes dos anos 1920.

Figura 31 - Ilustração de Antônio Lopez para a revista *Elle*, em 1967.

Fonte: Lopez (1967).

Como representação dessa jovialidade, a profusão de cores em alto contraste e o efeito de alto brilho começam então a mostrar as futuras projeções estéticas de consumo. Para Braga (2011, p. 88), “O aspecto de psicodelismo mediante matérias novas como o plástico e o acrílico, além das estampas multicolores, fez-se presente tanto nas artes gráficas como na moda”. São esses alguns reflexos dos movimentos que começaram a surgir entre essas décadas de declínio e que influenciariam de forma significativa os modos de vestir, como por exemplo, a estética futurista impulsionada pela corrida espacial e os movimentos de juventude dos anos seguintes, como esclarece Morris (2009, p. 146):

Nos 'loucos anos 60', a cultura da juventude era predominante, e ser jovem, despreocupado e descomprometido era o ideal de moda. A emergência do adolescente no final dos anos 1950 fez com que a moda adquirisse um visual mais jovem e moderno. As poses das ilustrações transformaram-se de recatadas e contidas para provocativas e dinâmicas. No entanto, o ilustrador de moda tornou-se menos importante para as revistas do que o fotógrafo, tanto que os fotógrafos e as modelos tornaram-se as celebridades do momento.

Percebe-se, dessa forma, que a busca por uma suposta modernização dos modos de fazer tornou-se um agente significativo para que a ilustração começasse a perder sua visibilidade e valor em um contexto mercadológico, ao passo que a fotografia trazia aspectos de aparente evolução em relação às técnicas de representação utilizadas anteriormente a esse período. Blackman (2007, p. 168) acrescenta que

Os anos sessenta viram o desaparecimento contínuo da ilustração de moda na publicação de revistas. Capas ilustradas apareceram esporadicamente e ilustrações editoriais feitas por artistas como René Bouché e Alfredo Bouret, mas o meio estava em declínio.

Mesmo em um período de participação coadjuvante no segmento de moda, a ilustração modificou-se continuamente, adaptou-se para as estéticas existentes no contexto e resistiu com trabalhos pontuais de muita autenticidade e pioneirismo, de grande importância e referência para o setor até os dias atuais.

Alguns dos trabalhos mais icônicos para a ilustração de moda nesse período de crise surgiram de parcerias publicitárias, como, por exemplo, entre René Gruau e a grife Dior, que perdurou décadas, e cujo estilo desse profissional consolidou-se como uma referência de ilustração de moda padrão.

Pode-se dizer que, apesar de ter sido um período de declínio da ilustração de moda como representação gráfica da moda dos anos 40 aos anos 70, casos isolados de ilustradores de sucesso e com um estilo único marcaram décadas e, por vezes, o próprio imaginário da ilustração de moda. As contribuições de ilustradores como Carl Erikson, René Gruau, Antonio Lopez, e mesmo o trabalho de Alceu Pena no Brasil, constituem até os dias atuais um acervo de alto valor artístico e histórico tanto quanto as fotografias de moda de suas respectivas épocas, conforme traz McDowell (2010, p. 26):

Na década de 1960, no entanto, a moda estava mudando. O poder de Paris enfraqueceu-se, a influência da alta costura quase desapareceu. Moda

jovem, barata e pronta a usar era a novidade, e o desenho de moda seguiu para Nova York, a cidade mais badalada do mundo. Mas o maior artista da moda da época, Antonio Lopez, já estava lá, e seus amigos também. Jerry Hall, Pat Cleveland, Paloma Picasso, Karl Lagerfeld, Manolo Blahnik e Andy Warhol fizeram parte do genial tribunal de Porto Rico. Eles festejavam no seu estúdio e ao seu redor, enquanto desenhava a nova mulher - jovem, despreocupada e sexy – e não mais em salões de festa elegantes, mas em motocicletas, dançando, flertando e se divertindo, assim como as verdadeiras garotas de Manhattan estavam fazendo.

3.4.3 Suporte: as parcerias publicitárias

Ao adentrar a década de 40, já não se viam capas de revista de moda ilustradas. O realismo das fotografias captou a modernidade e, com o surgimento das imagens coloridas, não houve mais quaisquer empecilhos estéticos que as desmerecessem como o recurso imagético mais apropriado para o mercado editorial naquele momento, cada vez mais comprometido com a publicidade e seus anunciantes, então interessados em recursos que divulgassem de maneira objetiva seus produtos e despertassem o desejo de consumo. Para McDowell, 210, p. 26),

A fotografia estava construindo sua base de poder como o meio que não interpretava roupas, mas mostrava exatamente como elas eram. Anunciantes abandonaram artistas e, em seguida, pressionaram os editores a mostrar suas roupas nas páginas editoriais também em fotografias. De um meio universal, o desenho de moda tornou-se uma parte menor da moda.

O público em geral, uma vez acostumado com as imagens em movimento do cinema e retratos de estrelas, estava pronto para a fotografia em suas revistas de moda. Robson e Clavey (2015, p. 257) relatam que “As ilustrações em *pochoir* continuaram na década de 1930, e mesmo nos primeiros anos da década de 1940, mas para a maioria das revistas uma mistura de fotografias com algumas ilustrações a cores tornou-se a norma”. A ilustração de moda seguiu como um nicho secundário, mas não foi extinta, pois esporadicamente ainda aparecia nos periódicos, o que demonstrava a falta de espaço para a representação artística e subjetiva da moda, características que eram inerentes à ilustração de moda desde sua reestruturação no início do século XX. Blackman (2010, p. 7) discorre que

Editores de moda estavam a investir mais do seu orçamento para editoriais com fotografias. A promoção subsequente dos fotógrafos de moda em status de celebridade significou para os ilustradores trabalhar em artigos para lingerie ou acessórios ou nas campanhas publicitárias, tais como as que René Gruau fez para os perfumes da Dior.

A figura 32 abaixo representa uma ilustração de René Gruau para a Dior:

Figura 32 - Ilustração do *New Look* de Christian Dior, por René Gruau.

Fonte: Gruau (1920).

Casos como o icônico trabalho de René Gruau e sua parceria com a Dior ajudaram a construir o imaginário estético acerca da ilustração de moda, que é reconhecida no período contemporâneo, em um período que ela já se encontrava em decadência. Aspectos minimalistas e expressivos de seu trabalho perduraram na ilustração de moda durante todo o século XX. De modo semelhante, o trabalho

desenvolvido por Antonio Lopez, na década de 80 , tornou-se o rosto da década, bem como um retrato fiel da moda vigente.

Década após década, as silhuetas e os estilos vigentes mudavam; o surgimento da contracultura abalou a ordem consolidada a respeito da difusão de moda. A cultura jovem ganhou espaço e a subversão foi o tema a ser retratado. Nos periódicos de moda, com essa ordem estabelecida, as revistas como a *Vogue* ganharam status de bíblias da moda e divulgaram tudo que era pertinente às leitoras com estilo.

Também nesse período, grandes nomes do mercado editorial surgiram e lendas da fotografia de moda também. Essas mudanças ajudam a explicar por que pouco se falou sobre ilustrações até o computador e os programas gráficos apresentarem novas possibilidades estéticas. Assim explica Blackman (2010, p. 7):

Os anos sessenta e setenta eram tempos de vacas magras para ilustradores, mas os anos oitenta trouxeram o começo de um renascimento que perdura até hoje, aumentado pela acessibilidade dos avanços na informática.

Esse ressurgimento foi ensaiado ainda no período de declínio, pois, apesar de estar eclipsada pela fidelidade e praticidade das câmeras fotográficas, a ilustração de moda manteve-se com sua trajetória de estéticas adequadas a cada época, mesmo em segundo plano, e retomou parte de sua força ainda na década de 80, graças à teatralidade da época e ao talento de ilustradores como Antonio Lopez, figura 33; Patrick Nagel, figura 34; e Tony Viramontes. O trabalho de Patrick Nagel transcendeu os periódicos de moda, ao ilustrar capas de discos.

Fonte: Lopez [198-].

Figura 34 - O trabalho de Patrick Nagel.

Fonte: Nagel [198-].

Isso indica que, mesmo com presença modesta em campanhas e revistas especializadas, a ilustração seguiu seu caminho pelo século XX de forma coadjuvante,

acompanhada por desenhos e colagens até o surgimento dos primeiros programas gráficos e da *world wide web*. As possibilidades proporcionadas pelo uso do computador trouxeram de volta certa capacidade de sedução e consonância com a era digital. Esses programas também contribuiriam para a pluralidade de estéticas, além de renovarem de maneira inédita a ilustração, ao gerar belíssimas composições com materiais alternativos e até mesmo com a fotografia.

3.4.4 Ilustrador: a contribuição de ilustradores expoentes

Pontuada por alguns profissionais de sucesso excepcional, o período de decadência da ilustração de moda pode ser entendido também como um momento de incubação para as grandes transformações dos anos seguintes, nos quais suas linguagens voltaram a ser competitivas com a fotografia em meados da década de 90.

Com o exemplo de casos de sucesso como o de René Gruau e Antonio Lopez, torna-se possível identificar comportamentos que atualmente são considerados relativamente comuns e pertinentes ao ilustrador de moda contemporâneo. Esses profissionais, em um período de aridez para ilustração, apresentaram propostas autênticas e condizentes com o frescor de suas respectivas épocas e, por isso, se destacaram como casos excepcionais.

Figura 35 - Ilustração de René Gruau para o perfume *Miss Dior*.

Fonte: Gruau [195-].

René Gruau despontou na primeira metade desse período e ascendeu profissionalmente junto com a marca Dior, na qual firmou uma longa parceria para os anúncios do perfume Dior. O trabalho de René apresentava fluidez e movimentos sem precedentes. Suas linhas corridas e assimilação de correntes artísticas como o Expressionismo e as influências orientais, aspectos que eram comuns aos ilustradores da primeira metade do século XX, concederam reinterpretações de estilos muito importantes na formação do repertório estético da ilustração de moda, bem como influenciaram o trabalho de profissionais que lhe sucederam. Dentre eles, Antonio Lopez, um dos mais importantes nomes do mesmo período de crise. A esse respeito, Suro (1992, p. 16) discorre que

Nas décadas de 1920 e 1930, Erté e Benito (da Rússia e Espanha, respectivamente) criaram estilos que foram bastante imitados e tornaram-se reflexos definitivos de sua época. Em suas mãos, a ilustração tomou um rumo sem precedentes, de Berlim a Buenos Aires, o cenário inteligente testemunhou o surgimento de suas criações imediatamente reconhecíveis. Da mesma forma, na década de 1960, Antonio estabeleceu-se como o árbitro reinante, dando à moda um impulso crucial. [...] Antonio também resumiu o momento sua iconografia inconfundível, tornando-se a personificação de tudo que estava em voga dos anos 1960 aos anos 80. Ele costumava usar sua magia para transformar o trabalho de clientes bem conhecidos, como Rudi Gernreich, Yves St. Laurent, Valentino e Zandra Rhodes.

Os trabalhos do porto-riquenho Antonio Lopez despontaram na América ainda no final da década de 70 e imediatamente se diferenciavam pelas poses movimentadas e provocativas, ainda incomuns na ilustração, mesmo nesse período de efervescência da rebeldia. Além disso, seus trabalhos apresentaram uma quebra de paradigmas quando comparadas ao que havia sido desenhado até a década de 50, quando as figuras eram predominantemente maduras, retratadas em situações solenes e posições mais recatadas. Cochrane (2017, p.) discorre que

Em seu trabalho para o New York Times, Vogue e Harper's Bazaar, os traços de suas linhas, o movimento de seus desenhos e as poses sensuais e sexy dos modelos retratados deram um recomeço para a Ilustração. Passou de uma curiosidade antiquada para um mundo technicolor que todos queriam ocupar, povoada por um elenco glamoroso de "garotas do Antônio".

Ao adentrar a década de 70, agora estabelecido como ilustrador independente, Antonio Lopez passou a investir em composições com materiais de pintura alternativos como batom, rímel e esmalte de unhas, além de incorporar fotografias à suas composições e enriquecer o universo das técnicas de ilustração de moda com inúmeras possibilidades de técnicas mistas. Sure (1992, p. 23) descreve que

A variedade de arte de Antonio deixou um legado considerável. Uma grande parte de seu sucesso foi devido a uma constante e inquietante experimentação e busca. Mergulhado na essência de vários *médiuns*, tomando emprestado e aprendendo com as principais correntes da arte - as gravuras japonesas do século XIX, a pintura expressionista alemã, Botticelli e os pré-rafaelitas. Explicando as fontes de sua inspiração.

Além disso, Antonio Lopez parecia entender sua contemporaneidade e captar tendências comportamentais de modo intuitivo, porém certo. Sua parceria com grandes modelos elevou-as ao patamar de musas, igualmente como acontecia na fotografia desde a década de 70. Ademais, sua seleção contou com a pioneira participação de uma musa negra na ilustração de moda, como mostra a figura 36 abaixo.

Figura 36 - Ilustrações das musas de Antonio Lopez, conhecidas como Antonio's *Girls*.

Fonte: Lopez [198-].

Se para os profissionais do meio em geral esse foi um período essencialmente de subjugação ao mercado editorial e das pressões de anunciantes, bem como de substituição das artes gráficas pela publicidade, também foi um período difícil para os ilustradores e escasso de ilustrações nos periódicos. Pode-se dizer que, em contrapartida, as exceções desse período foram de extrema importância para a ilustração de moda, principalmente no que tange a quebra de barreiras nas técnicas mistas e adesão ao experimentalismo.

O *status* de celebridades desses poucos ilustradores também apontava para tendências comportamentais futuras que se reforçaram sobretudo com o advento das redes sociais, como a adesão involuntariamente tardia dos profissionais da ilustração de moda, ao que já era vivenciado por fotógrafos e modelos desde a década de 70 .

Nesse período, a maior parte da produção ilustrada aponta para o tipo de ilustração persuasiva, no qual, segundo Oliveira (2008), encaixam-se ilustrações direcionadas para fenômenos de *marketing* e publicidade de produtos. Entretanto, através dos casos destes ilustradores expoentes citados, na relação do ilustrador com o conteúdo ilustrado, por vezes, percebe-se a inversão do fenômeno publicitário, onde produtos e marcas valem-se das populares singularidades artísticas do profissional da Ilustração para agregar e trazer visibilidade para si.

3.5 RETORNO E REPOSICIONAMENTO

3.5.1 Público: a personalização do consumo

Com os avanços tecnológicos, o final do século XX ficou marcado pelo que conhecemos como revolução digital. O contato cada vez maior da sociedade com aparatos tecnológicos facilitou, de certa forma, o cotidiano, mas o que a princípio parecia ser apenas o curso natural da eletrônica e da informática, com adventos cada vez mais ágeis e práticos, aos poucos se mostrou de importância e complexidade muito maior.

Hoje, de fato, encontram-se no mercado aparelhos versáteis e multifuncionais. O celular, que a princípio era uma revolução da telecomunicação, hoje desbanca, aos poucos, eletrônicos indispensáveis, das calculadoras à televisão, além da condensação de diversos utensílios em um minúsculo dispositivo, que deram indícios de que algo comportamental passava por mudanças. A possibilidade de individualizar objetos que antes eram de uso coletivo trouxe à tona a customização, a personalização e a seletividade no consumo.

O acesso ao computador, a criação dos programas gráficos, a evolução da banda larga, a proliferação de *blogs*, o surgimento das redes sociais, a evolução da internet discada para a banda larga, posteriormente transformada em 3G, e mais recentemente 4G, a popularização das transmissões ao vivo e a adesão aos aplicativos de celular são alguns dos adventos tecnológicos, que como o celular, participaram na mudança de paradigma na comunicação de moda.

Paula Sibila (2016, p. 25), sobre a relação do indivíduo com a internet, adverte que, na verdade, esses aparatos são sinônimos de um reflexo de mudanças ocorridas na sociedade, e não o inverso como se costuma pensar:

[...] Não são os aparelhos que causam mudanças nos modos de ser, como costuma se afirmar com excessiva irreflexão; mas, ao contrário, parece evidente que os artefatos técnicos são resultado de processos históricos bem complexos, que envolvem uma infinidade de fatores socioculturais, políticos e econômicos. Nesse sentido, as tecnologias são inventadas para desempenhar funções que a sociedade de algum modo solicita e para as quais carecem das ferramentas adequadas.

Como se não bastasse o novo mundo criado pela internet, acontecimentos de ordem global acabaram por contribuir muito nas mudanças sofridas pela sociedade. Ataques terroristas transmitidos ao vivo, as guerras no Oriente Médio e a supremacia da tecnologia nas indústrias, que aos poucos substituiu a mão-de-obra humana, trouxeram à tona o saudosismo pela segurança, pelo familiar e pelo artesanal. Recentemente, a implacável velocidade digital também passou a conviver com a contracorrente do analógico, que resulta em uma mistura de novidades com ar *vintage*.

3.5.2 Narrativa: a diversidade de operações poéticas

A partir da década de 90, a ilustração de moda ressurge com o auxílio e domínio massivo da linguagem gráfica/digital. Posteriormente, adota novas técnicas de representação que prezam pelo hibridismo entre métodos analógicos e digitais, pela inserção de materiais alternativos e pela tentativa de humanizar os processos, bem como valorizar aspectos imprevistos e inicialmente indesejáveis à ilustração.

Com o surgimento dos primeiros programas gráficos e do *World Wide Web* na transição da década de 80 para 90, a comunicação sofreu mudanças e coube à ilustração desbravar seu espaço na era digital. Com o auxílio de ferramentas, em consonância com o ritmo industrial e ajustes ao alcance de uma tecla, os meios digitais obtiveram adesão massiva por parte de estudantes e profissionais para a criação de seus desenhos.

Ilustradores como Jason Brooks e Graham Rounthwaite foram representantes da eclosão de anúncios ilustrados digitalmente e da consolidação das transformações na era digital. Campanhas como a da Levi's, em 1999, e da Chanel, em 2004, figuras 37 e 38, representam bem o domínio da ilustração digital.

Fonte: Rounthwaite (1999).

Figura 38 - Jason Brooks para Chanel.

Fonte: Brooks (2004).

Entretanto, após duas décadas de domínio dos métodos digitais, percebe-se o que Bryant (2010) chama de ecletismo das técnicas digitais e manuais aplicadas ao desenho e à computação gráfica. Para Morris (2008), atentados terroristas traumáticos e desastres naturais levaram a sociedade a ansiar o conforto e a segurança do passado. Segundo a autora, o final da primeira década do século XXI trouxe um desejo crescente de buscar valores antigos e explorar tempos passados.

Os aspectos citados são fundamentais para se entender as mudanças pelas quais a ilustração de moda tem passado. É inegável que os trabalhos feitos com o

auxílio de programas gráficos não perderam seu espaço e ainda se mantêm como um meio de expressão versátil e atual. Em Morris (2008, p. 151),

Os avanços da tecnologia sempre significam desenvolvimentos nos trabalhos dos ilustradores de moda, mas a volta aos métodos tradicionais e seguros resultou em uma nova forma de trabalho. Os ilustradores de hoje usam técnicas artesanais consagradas, como desenho, bordado e colagem, combinadas com suas contrapartidas digitais para criar um meio de comunicação moderno.

Além das técnicas tradicionais citadas por Morris, materiais alternativos como batons, esmaltes, pétalas de flores, miçangas, entre outros, aparecem frequentemente no trabalho desses ilustradores. Pode-se dizer que o ilustrador contemporâneo se apropriou dos mestres consagrados do passado, das técnicas tradicionais e, através de um processo antropofágico, ofereceram uma gama de operações poéticas com roupa nova e perfume *vintage*. Os trabalhos das ilustradoras Megan Hess, Blair Breitenstein e Katie Rodgers evidenciam isso na figura 39:

Figura 39 - Trabalho de Hess (a), Breitenstein (b) e Rodgers (c).

Fontes: Hess [20--], Breitenstein (2014) e Prada (2015).

Paralelamente à democratização, marcas consagradas como Prada, Louboutin e Cartier têm feito parcerias com ilustradores em suas campanhas publicitárias e conteúdo para mídias sociais. Na figura 40, observa-se a campanha primavera-verão da Prada para sua linha de óculos, na qual cinco das seis ilustradoras selecionadas têm o cerne de suas expressões artísticas no trabalho analógico.

Figura 40 - Campanha primavera-verão 2015 da linha de óculos da Prada.

Fonte: Prada (2015).

Um olhar desatento pode reduzir essas mudanças a uma moda ou uma tendência. Na verdade, há que se aprofundar através de um olhar antropológico/semiológico e da comunicação, para se chegar a conclusões maiores que não cabem a este trabalho.

Entretanto, é animadora a visão de autores como Morris (2008) e Dijon de Moraes (2008) sobre o tema. Para eles, esse retorno deve-se à mudança comportamental da sociedade que busca retomar valores culturais e artesanais. Dijon (2008) ressalta que, para a atualidade, faz-se necessário o reconhecimento dos valores, frutos da ambiência e cultura local a serem interpretados e decodificados como atributos imateriais dos artefatos industriais.

3.5.3 Suporte: as mídias digitais

Se na virada do século XIX para o século XX jornais diários ou semanais ilustrados eram as únicas fontes de notícias, conforme Bryant (2010, p. 1), o mesmo não se pode dizer da virada do milênio. Com a chegada dos anos 2.000, computadores com internet discada já faziam parte dos lares de uma boa parte da população ocidental.

O contato com os computadores foi bem assimilado desde o início da década de 90, e aos poucos surgiram portais de notícia *online*, *blogs*, banco de imagens e *site* de buscas. Essas manifestações, hoje tidas como primitivas na história da internet, são indícios da personalização do consumo de produtos e informações, bem como

uma revitalização do lema defendido pela cultura *punk* na década 70: o famigerado “faça você mesmo”. Sobre isso, Sibilia (2016, p. 23) complementa que

Essa peculiar combinação do *faça você mesmo* com a nova dinâmica do *mostre-se como for*, embora ainda encontre suas manifestações mais extremas na própria internet, vem transbordando suas fronteiras cada vez mais voláteis para impregnar muitas outras zonas da vida atual.

A internet trazia consigo a possibilidade de indivíduos filtrarem, consumirem e produzirem interesses específicos e, ao mesmo tempo, se conectarem com outras pessoas e projetos do outro lado do mundo que estivessem em consonância com seus interesses. Esse fenômeno foi intensificado com o surgimento da banda larga e maior velocidade de navegação.

Essa quebra de barreiras geográficas e temporais deu vozes e visibilidade a nichos de interesse de menor projeção que passavam despercebidos pelos meios de comunicação de massa, como a própria moda e, dentro da sua ceara, as subculturas, o culto a personalidades da internet e também à ilustração de moda.

A possibilidade de edição, reedição, repetição e ressignificação trazida pelo digital contribuiu para o aumento da formação de conteúdo. O recente surgimento das redes e mídias sociais mudou novamente a maneira de se comunicar a moda. A ilustração de moda tem seu quinhão nesse novo cenário, no qual a geração compulsiva de conteúdo torna-se praticamente obrigatória.

As mudanças de paradigmas a princípios estéticos aos poucos se revelaram muito mais amplas para a moda. Atualmente, vive-se a decadência e reajuste do mercado editorial e a transição dos periódicos para os meios digitais. A hegemonia da periodicidade mensal ou semanal passou a ser inadequada ao desejo pela simultaneidade que os avanços tecnológicos permitem saciar.

Se a virada do século foi marcada pela era digital, por programas de edição e por computadores cada vez mais ágeis, os últimos dez anos, por sua vez, registraram o surgimento das redes sociais, dos *smartphones*, da instantaneidade da informação, bem como a democratização na criação de conteúdo. Bryant (2010, p. 30) descreve com precisão este novo panorama:

No século XIX, as revistas impressas passam a competir com a cobertura de moda on-line em que blogueiros - especialistas autodeclarados - expressam ponto de vistas pessoais em tempo real. O desenho de moda também se tornou mais imediato, usado para reportagens ao vivo de desfiles, observações das ruas e animações interativas.

Ocorre que, com o surgimento das redes sociais, e por seguinte a democratização da criação de conteúdo, vozes, traços, poéticas e estéticas diversas propagaram-se sem precisar passar pelo crivo de agentes, críticos e do próprio mercado editorial. O que se vê são ilustradores abraçados pelas grifes e publicações especializadas, após caírem nas graças de milhares de seguidores em seus perfis das redes sociais como *Instagram*, *Facebook*, *Pinterest* e *Deviantarts*.

3.5.4 Ilustrador: a independência profissional

As sementes plantadas pelo bom relacionamento da moda com a ilustração de moda durante a década de 80 puderam ser colhidas por uma nova leva de profissionais da ilustração, instrumentalizados com computadores e os recém-surgidos programas gráficos. Esses novos profissionais contribuíram para a renovação do repertório de operações poéticas e despertaram o interesse de anunciantes e do mercado editorial, sobretudo em virtude das novas estéticas digitais, como o desenho vetorizado, a colorização digital e as inúmeras possibilidades das imagens em *bitmaps*.

Para os ilustradores de moda mais prolíferos, o prestígio e a busca pela autenticidade do traço passaram a ser uma constante, o que resultou em uma diversidade estética entre as ilustrações. Isso também evidenciou o fim da adoção em massa de correntes estéticas, comportamento comum entre os profissionais que haviam atravessado o século XX desde a *Belle Époque*. Para Bryant (2010, p. 29) “O ecletismo na moda era refletido numa ampla variedade de estilos digitais e manuais. O computador não era apenas usado para representar uma ficção fotográfica, mas também para simular materiais artísticos de uma maneira natural”.

Tais mudanças podem ser entendidas como uma extensão do processo de individualização que se acelerou nesse período e culminou na dissolução de grupos identitários, como as tribos urbanas, para a construção de indivíduos plurais e multifacetados em suas referências, principalmente no que diz respeito à moda, consumo e comportamento. A diversidade de traços entre ilustradores dos anos 90 pode ser vista nos trabalhos dos ilustradores Jason Brooks e François Berthoud, figura 41, e nos trabalhos dos artistas Graham Rounthwaite, Amy Davis e David Downton, conforme figura 42:

Fonte: Rounthwaite [200-?], Davis [20--] e Downton [199-].

Os anos 90 também trouxeram para os ilustradores novas oportunidades de trabalho para além do mercado editorial e publicitário. O surgimento de canais alternativos de divulgação, como *websites* e *blogs*, abriu portas para um novo tipo de geração de conteúdo a ser utilizado pela moda, que demandava maior volume e velocidade. Desse modo, o trabalho desses ilustradores passou a endossar as opções disponíveis para o mercado de moda, como forma de diversificar a informação cada vez mais massiva, fornecida a um público ávido por novidades, que aos poucos se adaptava ao comportamento de consumo de resposta imediata, conhecido como *fast fashion*.

A disponibilidade de meios alternativos, as revistas de moda e anúncios publicitários também tornaram possível que esses profissionais divulgassem seu trabalho de maneira independente, disponibilizando seus portfólios ao público sem a necessidade de aprovação de um curador. Isso foi reforçado ainda no início do século XXI com o surgimento das redes sociais, graças à possibilidade de seus usuários compartilharem, divulgarem e acompanharem, por vezes simultaneamente, o trabalho de ilustradores de moda. A esse respeito, Sulivam (2016, p. 178) descreve a relação da ilustração com as redes sociais:

Embora as mídias sociais não tenham iniciado o fogo que é a ilustração da moda de rua, elas certamente alimentaram suas chamas. Ao contrário dos anos setenta e oitenta, a última ilustração foi enorme - os ilustradores mais requisitados da atualidade são predominantemente femininos e, em seus novos relacionamentos com designers e marcas, estão despretensiosos em relação à moda.

Ao final da primeira década do segundo milênio, os ilustradores de moda já estavam perfeitamente adaptados ao uso do computador, acostumados com as

linguagens gráficas e de certo modo saturados de propostas inteiramente digitais. A exposição de inúmeros trabalhos através das redes sociais trouxe à tona a relação híbrida entre técnicas analógicas e digitais utilizadas por profissionais emergentes, bem como a exposição de universos peculiares e inusitados para a ilustração de moda, como o trabalho da ilustradora Fifi Lapin.

Além do traço incomum para uma ilustração de moda, a ilustradora inovou ao utilizar uma coelha como modelo para suas ilustrações de moda e computa milhares de seguidores de sua “blogueira de moda” ilustrada, conforme figura 43.

Figura 43 - A coelha de Fifi Lapin.

Fonte: Lapin [200-].

Ao optar pelo trabalho analógico, o ilustrador passa a conviver com a eminência do erro, sua aceitação e integração ao trabalho, quando conveniente. Os meios digitais, com sua capacidade de correções infinitas, zooms que permitiram um trabalho minucioso e a correção de minúsculas imperfeições, acabaram por eliminar acasos incorrigíveis e, por vezes, enriquecedores. A esse respeito, Sullivan (2016, p. 178) traz a explicação da ilustradora Julie Houts:

Por que essa nova onda de interesse de ilustração? "Em uma época em que tudo é completamente retocado e artificial, é realmente bom ter a mão, e talvez o coração, de volta às coisas", diz Julie Houts, desenhista da J.Crew por dia cujos desenhos privados ultimamente vêm se tornando públicos.

A partir desses aspectos, pode-se inferir que a ilustração de moda contemporânea se readequou ao tipo narrativo dos seus tempos de ouro e se preocupou em contar histórias e estimular a imaginação do consumidor, através de composições que vão além da representação do produto de moda.

Entretanto, nesse novo momento, como parte dos processos de culto à personalidade e à exposição da intimidade vivenciados pela sociedade em geral, o universo do ilustrador passa a fazer parte das narrativas ilustradas e por vezes é o personagem principal da composição.

4 O DESENHO NA MODA

Nota-se, com o passar dos anos, que as transformações sociais modificaram o papel da ilustração no campo da moda, de forma que as relações estabelecidas entre as constantes inerentes ao processo de criação – público, narrativa, suporte e ilustração – se adaptaram às novas necessidades dos indivíduos e, consequentemente, às novas demandas do mercado de moda.

Com base nos conceitos definidos no início desta pesquisa e referenciados pelas informações de público, narrativa, suporte e ilustrador que cada período apresentou, torna-se necessário realizar uma reflexão sobre essas variáveis que fazem da ilustração de moda uma das mais antigas formas de representação e registro visual do segmento de moda, presente até os dias atuais.

4.1 PÚBLICO: ANÁLISE E DISCUSSÃO

Ao tratar as ilustrações de moda como obras que comunicam uma ideia de moda, considera-se, nesta pesquisa, o público como uma constante inerente ao processo de ilustração. Essa constante abrange o contexto no qual cada um dos períodos abordados se constitui, tais como: as relações sociais, econômicas, históricas e comportamentais. Esse contexto influencia diretamente as dinâmicas do mercado de moda, que por sua vez se refletem na criação das ilustrações de moda e na forma de consumi-las, como mostra o esquema na figura 44:

Figura 44 - Contribuições da constante "público" à concepção de ilustrações de moda.

Fonte: Rocha (2018).

Ao partir do conteúdo apresentado no capítulo três, são apontadas reflexões acerca dos momentos importantes para a ilustração de moda, delimitados neste estudo, levando em conta fatores externos e internos ao campo da moda. Esses fatores podem elucidar as variações de oferta e demanda de ilustrações como representação gráfica da moda.

O primeiro período identificado na história da ilustração de moda compreende os séculos XVI e XVII e caracteriza-se principalmente pela transição da sociedade mercantil para a sociedade capitalista, na ascensão burguesa e seu poder aquisitivo sob os privilégios das cortes e na instituição da relação de influência da nobreza exercida sobre as demais classes sociais.

Essas mudanças de ordens econômica e social, associadas ao advento da imprensa, contribuíram para a produção multiplicada de uma mesma obra e de um público interessado em consumir os periódicos do gênero. Entende-se que parte desse interesse estava diretamente associado às primeiras conexões entre sociedades de diversos pontos do mundo, proporcionadas pelas grandes navegações que despertaram a curiosidade para as diferenças culturais, territoriais e materiais.

Nesse contexto, percebe-se a grande importância na relação entre público e ilustração para o surgimento, ainda que de modo intuitivo, do que viria ser a ilustração de moda. Observa-se também que, em seu estágio embrionário, o foco estava voltado para o registro, ou seja, para representação visual dos costumes de modo fidedigno e enciclopédico das sociedades europeias e daquelas exóticas ao olhar eurocêntrico.

Em seguida, o segundo momento abordado nessa pesquisa abrange as grandes transformações que compreendem os séculos XVIII e XIX, voltadas para os avanços tecnológicos possibilitados pelo início da Revolução Industrial. Nesse contexto, ocorre a maturação da moda como um sistema comercial e cultural.

A conscientização do potencial econômico desse segmento para as sociedades, o desenvolvimento de novas técnicas de produção de artefatos e a variedade de acabamentos e de novos materiais que começaram a ser importados com maior volume despertaram, em conjunto, a criatividade necessária para conceber produtos e estimular mudanças comportamentais de forma sazonal. Essa sazonalidade contribuiu para a renovação constante da demanda por novas imagens, a ponto de prejudicar a qualidade do conteúdo imagético nesse período, como observado no capítulo anterior. Observa-se também que, a partir desse momento, esse fato torna-se uma característica perene na moda e na ilustração de moda até os dias atuais.

Assim, ressalta-se que, no período de consolidação da moda, a relação do público com as ilustrações foi pautada pelas novidades e pela demanda por renovação sazonal, o que representou um reflexo do que acontecia nos meios de produção, no comportamento de consumo e na prática profissional desse período.

As representações visuais presentes no período, entre elas a ilustração de moda em conjunto com as técnicas gráficas que já existiam, buscavam atender a essa demanda mercadológica. Estendido até o século XIX, esse período trata-se de um tempo em que os avanços da mecanização industrial fizeram com que o acesso aos bens em geral se expandisse a outras camadas sociais, a exemplo do surgimento das máquinas de costura residenciais.

O período de consagração da ilustração de moda diferencia-se de forma significativa do seu anterior pela cisão estética acarretada pela evolução dos meios de impressão. Essa cisão até hoje permite ver a relação estrita dessas imagens com os movimentos artísticos vigentes, bem como as mudanças comportamentais, principalmente em relação à mulher.

A hierarquização pela produção de conteúdo voltada para as classes dominantes segue como principal sistema de consumo, embora o interesse desse conteúdo fosse se direcionando para outras parcelas da sociedade. Tudo isso graças aos novos direcionamentos mercadológicos da moda que, acostumada com o processo de renovação e sazonalidade iniciado no período anterior, viu na sua expansão para as camadas mais populares a oportunidade de fortalecer sua influência e capital financeiro.

Impulsionada pelo volume de capital, a essência da popularização de títulos e preciosismo de algumas publicações geradas pela relação entre o público e a ilustração de moda nesse período estavam voltados para a disseminação estética, cujo objetivo era persuadir a busca por um ideal de consumo nas maiores distâncias que as mídias impressas da época permitiam, incentivadas pelo mercado capitalista que se intensificou pelos avanços industriais.

O período do declínio das ilustrações de moda revela sua substituição pela fotografia como principal representação da moda. As exigências da época buscavam a renovação do trabalho através da eficiência e função prática. Nesse sentido, a

ilustração passa por uma perda de posicionamento em prol das novas técnicas como a fotografia, por tratar-se naquele momento de uma técnica reduzida ao caráter artesanal.

Como característica principal, o foco ainda era evidente nas classes dominantes, embora o acesso à informação chegasse gradativamente às diversas classes sociais desde o período de apogeu. A partir da década de 60, a informação foi redirecionada para o público mais jovem, através de mídias soberanas da época: jornal, revistas, rádio, televisão.

Ao relacionar esse contexto à ilustração de moda e sua conexão com técnicas tradicionais e manuais, meios que nesse período possuíam relação simbólica com o luxo, compreende-se o porquê da sua inadequação a um período predominantemente contestador e sua subjugação às demandas publicitárias com foco na potencialização do consumo, a fim de valorizar e enfatizar a comercialização de produtos por meio das mídias impressas.

Desde o final do século XX até a contemporaneidade, a sociedade presencia etapas da revolução digital e os fenômenos causados pelas transformações tecnológicas, os quais indicam a contribuição dos meios de comunicação e a globalização para as transformações comportamentais da sociedade. Em virtude da grande quantidade de informações da internet, o público passa a filtrar o consumo, refletindo no mercado de moda. Com a grande variedade de estilos presentes no mercado, o consumidor torna-se um ser plural que consome com base em suas necessidades particulares.

O interesse voltado para os gostos pessoais e para a individualidade proporcionou a assimilação opcional do conteúdo disposto e sua aceitação a partir de motivações subjetivas, diferentemente do desejo de consumo coletivo dos períodos anteriores. Do mesmo modo, as formas de criação, o que inclui a ilustração de moda, atribuem, nesse período, uma relação com o público pautada pelas demandas de nicho, pela velocidade, pela divulgação independente e motivadas pela interpretação subjetiva. Isso, unido aos novos meios de produção e de disseminação de conteúdo, renova e diversifica a ilustração tanto em sua concepção quanto em sua comunicação.

Pode ser vista, através do levantamento teórico de cada um dos períodos, a evidente capacidade que o público, entendido como uma variante inerente à ilustração, possui em remodelar a ilustração para que possa contribuir tanto na disseminação efetiva de conteúdo como na forma de consumir e absorver informação de moda.

4.2 NARRATIVA: ANÁLISE E DISCUSSÃO

A segunda constante delimitada neste estudo compreende a narrativa, que pode ser entendida como o foco de influência que se direciona para as operações poéticas, o conteúdo a ser ilustrado baseado no contexto pertencente a cada período. Assim, ao pensar na ilustração de moda como expressão de uma informação de moda, o posicionamento da narrativa se faz de acordo com as necessidades de expressão de cada contexto social, conforme figura 45.

Figura 45 - Contribuições da constante "narrativa" à concepção de ilustrações de moda.

Fonte: Rocha (2018).

Os dados levantados no capítulo três proporcionaram a extração de pontos importantes relacionados aos contextos pertinentes à ilustração de moda. Esses pontos envolvem comportamentos e estéticas que afetaram a moda e a ilustração de moda, o que permitiu tecer interpretações sobre as operações poéticas desenvolvidas nas ilustrações de moda como representação gráfica da moda. Enquanto o público influencia de forma macro o universo da moda, a narrativa atinge de maneira direcionada o que é representado através da ilustração, de acordo com as limitações vigentes.

Em sua fase inicial, o foco motivador para as práticas de registro através de ilustrações foi a curiosidade pela forma que as pessoas se vestiam e se portavam, tanto em uma realidade próxima como também em realidades distantes. Pode-se dizer, então, que a principal narrativa das ilustrações consistia no hábito e nas indumentárias exóticas e locais, além de retratar, de forma fidedigna, elementos que pertenciam ao contexto em que cada uma era aplicada.

No segundo período, marcado pela consolidação da ilustração de moda, no que diz respeito às sociedades ocidentais, não bastava apenas conhecer os hábitos, mas também acompanhar suas modificações. A sazonalidade e as transformações do comportamento buscavam a comunicação do que era considerado bom gosto em suas grandes vertentes.

Nesse caso, a essência das narrativas desse período pode ser enquadrada como referência à ostentação, presente na boa vida da corte e no luxo do estilo vigente entre a nobreza. Ainda sobre isso, a moda é vista em um contexto amplo, a exemplo da figura da mulher ligada à função do lar e em ambientes que mostravam as atividades corriqueiras do cotidiano da alta classe social.

Na fase do apogeu, terceiro período, o aumento dos títulos de periódicos sobre moda refletia a larga necessidade que a sociedade tinha de adquirir informação da moda. Os ilustradores, devido à sua importância social, começaram a aproximar seu trabalho com outras formas de expressão e organizaram exposições artísticas. Desse modo, a ilustração de moda deixou de ser vista apenas como um informativo e teve seu valor criativo reconhecido. Paralelamente, a evolução técnica da imprensa contribuiu com novos resultados e também abdicaram da preocupação de ter a ilustração de moda apenas como representação fidedigna.

Esse conjunto de fatores traz a narrativa como expressão artística que aproxima a ilustração ao reconhecimento de arte visual, além de proporcionar liberdade de representação em diálogo com as criações propostas por *designers*.

No quarto período, caracterizado pelo declínio da ilustração de moda, diversos fatores constroem a estética vigente. Esse período tem início na década de 40 e estende-se até o final da década de 80, caracterizado pela aceleração das mudanças de estilos, que de forma esquemática é retratado nos campos da história da moda, destacando estilos presentes em cada uma das décadas, até o momento em que culminou na concomitância de diversos estilos provenientes da cultura jovem.

O enfraquecimento da função estética em benefício da função prática era, para a ilustração, um reforço do posicionamento publicitário à narrativa, cuja maior preocupação consistia na valorização mercadológica. A bagagem da ilustração de moda e seus aspectos simbólicos e tradicionais, ligados ao bom gosto e ao produto

de alto padrão comercial em suas aparições esporádicas, agregavam valores nostálgicos e lúdicos à moda.

Caracterizada pelo ressurgimento durante o último período abordado neste estudo, a ilustração retoma sua importância primeiramente pela adesão massiva aos *softwears* de desenho e edição de imagem, e posteriormente pela ressignificação dos trabalhos analógicos mesclados com componentes digitais. O hibridismo e a complexidade social, tão característicos nesse período, refletem diretamente nas formas de criação. A ilustração de moda passa a acompanhar esse tipo de lógica e apresenta o analógico em construção com novas releituras e mistura de técnicas.

Dessa forma, a narrativa presente nesse período pode ser caracterizada como expressão particular onde os temas abordados, o traço e a composição representam visões do mundo pessoal de cada ilustrador. Essas representações possibilitaram resultados variados, por vezes voltados para nichos extremamente específicos do complexo sistema social vigente.

Ao analisar as diferentes poéticas encontradas nos períodos descritos, pode-se perceber como as mesmas sofrem influências dos contextos apresentados. Como consequência dessas influências, as diferentes poéticas apresentam trabalhos de ilustração de moda bem característicos do período ao qual o conteúdo ilustrado se enquadra.

4.3 SUPORTE: ANÁLISE E DISCUSSÃO

O suporte, enquanto terceira constante do processo de Ilustração de moda, tem no seu cerne a relação criada com as mídias. Nessa constante, são consideradas principalmente as formas de inserção da ilustração de moda nos meios midiáticos, ou seja, levando-se em conta os processos pelos quais as informações da moda vigente nas ilustrações são passadas. A figura 46 apresenta o funcionamento dessa terceira constante.

Figura 46 - Contribuições da constante "suporte" à concepção de ilustrações de moda.

Fonte: Rocha (2018).

A partir dessas considerações e da análise desenvolvida no capítulo três, tomando-se como parâmetro os cinco períodos que constituem a ilustração da moda neste estudo, podem ser estabelecidas reflexões acerca dos dispositivos, das ferramentas e dos veículos de mídia que afetaram a divulgação da moda – consequentemente a ilustração de moda – permitindo compreender a velocidade e o alcance da propagação dessas informações.

Enquanto o público influencia de forma macro o universo da moda e a narrativa atinge de maneira direcionada o que é representado através da ilustração, de acordo com as limitações vigentes, as variações no suporte ditam o ritmo e o volume com o qual a informação se propaga.

Como precursor dos suportes utilizados nessa prática, no primeiro período analisado observou-se a presença de livros de indumentária, característicos no momento do surgimento da ilustração de moda. Nesse período, o desenvolvimento de prensas de impressão permitia que fossem feitas tiragens dos livros de indumentária, os quais eram utilizados como principal fonte de informação visual acerca dos hábitos regionais e estrangeiros.

Em questão de técnica, são publicações que apresentam homogeneidade estética em função das limitações técnicas das gravuras em chapas de metal para reprodução de imagens.

A consolidação da moda se deve, em parte, ao surgimento do gênero editorial dos primeiros periódicos dedicados à moda e modos sociais. Neles privilegiavam-se materiais que atendiam as constantes transformações de costumes e hábitos da época, alimentando a alta sociedade com informações atualizadas sobre o que estava em voga na corte em suas diversas vertentes, dentre elas a vestimenta.

Esse material era formatado no mesmo padrão de diagramação e encadernação dos livros de indumentária do século XVI. Seu diferencial residia na

impressão colorida e na oferta de conteúdos que contemplassem informações mais precisas para compor a comunicação do visual pretendido. O aumento progressivo das tiragens durante esse período, a internacionalização de títulos e a alternância do posto de principais publicações da época evidenciam a moda como um fenômeno consolidado e almejado em proporções intercontinentais.

No período de apogeu, são destacados como grandes suportes o surgimento dos grandes títulos do mercado editorial como a *Harper's Bazaar* e a *Vogue*, sobretudo pela popularidade das revistas de moda de luxo, mídias de alto valor artístico por suas técnicas de impressão e acabamento.

Nesse período o mercado editorial de moda já se encontrava consolidado com uma grande quantidade de produções voltadas a esse tipo de informação. Devido ao surgimento de técnicas como a de reprodução por retículas e sobretudo de técnicas como a de *pochoir*, a ilustração com traço original do artista torna-se possível, o que trouxe um grande diferencial para os trabalhos de ilustração de moda do período em relação aos anteriores.

No quarto período, caracterizado como o período do declínio da ilustração, há um fenômeno de eclosão de mercado editorial de forma geral. No segmento algumas revistas ganharam destaque e adquiriram poder de alcance a nível global, como o caso de nomes como *Elle*, *Vogue* e *Harper's Bazaar*.

Para a ilustração de moda houve grandes mudanças no que diz respeito às técnicas, uma vez que a mesma, nesse período, passou a perder espaço para a fotografia nas mídias de moda, gerando dependência do mercado publicitário, onde possuiu atuação mais significativa.

Também sobre os parâmetros técnicos, pode ser destacado o surgimento diversificado de técnicas, ocasionado pelo início da experimentação de materiais alternativos. Novas técnicas mistas surgiram, acarretadas pela busca de novas operações poéticas que conversassem com o comportamento jovem e subversivo característico do período.

O ressurgimento da ilustração de moda, entendido como um período ainda em construção, apresenta uma grande proliferação dos meios de divulgação, os quais servirão como forte influência para os suportes de concepção e divulgação da

ilustração de moda. No âmbito das comunicações, destaca-se a transição das produções de conteúdo de moda para as mídias digitais e posteriormente para as redes sociais, o que democratizou de forma avassaladora o acesso e a aceitação do conteúdo que é disseminado.

Nas práticas criativas vale ressaltar como essas novas mídias trouxeram um rejuvenescimento para o segmento de ilustração. Primeiramente é percebida a adesão massiva aos processos de criação puramente digitais. Posteriormente, nota-se um hibridismo entre vários tipos de técnicas, entre eles o diálogo entre técnicas digitais e analógicas que permitiram o aprimoramento de ambas as vertentes.

Ao serem comparados os períodos estudados nesta pesquisa, o suporte pode ser percebido como forte influência de transformação da ilustração que, ao acompanhar os passos dados pelas evoluções tecnológicas, por vezes restringe determinadas funções e acessos da ilustração de moda. Além disso, essa constante também permite a experimentação de novas técnicas e estéticas por meio da inovação e criatividade dos ilustradores, com o espaço que lhes são disponibilizados dispostos.

4.4 ILUSTRADOR: ANÁLISE E DISCUSSÃO

A quarta constante delimitada neste estudo refere-se ao ilustrador. Nessa variável considera-se a relação direta entre a ilustração de moda e o papel do ilustrador em seu contexto, representada pelas relações criativas, comerciais e sociais que fazem parte do posicionamento do indivíduo ilustrador em uma sociedade, conforme explicação na figura 47.

Figura 47 - Contribuições da constante "ilustrador" à concepção de ilustrações de moda.

Fonte: Rocha (2018).

A partir dos fatores que são expostos aqui, do capítulo três são destacados fatos relevantes e registros relacionados aos períodos que constituem a ilustração de moda nesta pesquisa, acerca de posicionamentos e contribuições decisivas para moda, sobretudo para o progresso da ilustração de moda. Nesta análise emergem aspectos das ilustrações de moda, considerados reflexos de seu criador.

Isto significa que, enquanto o público influencia de forma macro o universo da moda, a narrativa atinge, de maneira direcionada, o que é representado pela ilustração, de acordo com as limitações vigentes. As variações no suporte ditam o ritmo e o volume com os quais a informação se propaga. O ilustrador, ainda que limitado por diretrizes como as próprias constantes analisadas, imprime em seus trabalhos suas crenças, preferências estéticas e motivações.

Nessa sequência lógica, o primeiro período analisado trata de uma época em que a própria existência do ilustrador não é oficial. Essa prática, na verdade, é executada por artistas plásticos que também se dedicavam à arte da gravura, pela qual registravam os modos e hábitos sociais.

Trata-se de um precursor do que seria posteriormente o ilustrador de moda no futuro. A esse profissional era incumbida a tarefa de representação fidedigna dos indivíduos, cuja finalidade era o registro histórico-social. Desse modo, sua participação se restringia à capacidade de transposição da imagem ao suporte. Entretanto, é de extrema importância o olhar interessado e atento à indumentária, principalmente as exóticas, o que agregou diversos aspectos à moda europeia, através do interesse pelos hábitos fora do eixo eurocêntrico.

No período posterior, com a informação de moda e modos bem posicionada, os ilustradores são os profissionais que trazem a ilustração de forma fidedigna por meio de obras que apresentam conteúdo com informação de moda.

Porém, trata-se de vários profissionais envolvidos no processo de concepção da ilustração de moda devido à prática de inúmeras oficinas de profissionais anônimos, que em sua estrutura segmentaram as etapas dos processos de ilustração e impressão dos periódicos como forma de driblar as limitações técnicas do período, a fim de atender a demanda por essas publicações,

Durante a consolidação, ainda havia certa liberdade de criação dos modelos retratados nas publicações em virtude da ausência de um profissional especificamente encarregado da concepção de novos *designs*. Décadas à frente, isso muda com o surgimento da figura do estilista. Diferentemente do período considerado como o apogeu da ilustração, os ilustradores passam a dialogar com esses profissionais em parcerias bem-sucedidas, propostas pelo mercado editorial de moda, já estabelecido como um gênero do meio.

No terceiro período, os ilustradores consagrados pelo seu valor artístico eram prolíferos e altamente influenciados pelas artes, embora tenham sido necessários para atingir a grande demanda de trabalho, causada pela hegemonia das ilustrações de moda nas publicações do segmento, presentes nesse período. Em seus trabalhos, a contribuição estética e as criações eram vinculadas nas mídias, o que fazia do trabalho de ilustração um trabalho conjunto entre os profissionais do mercado de moda vigente.

No quarto período marcado pelo declínio da ilustração de moda, embora o mercado editorial de moda estivesse em seu apogeu, o ilustrador passa por uma relativa desvalorização em comparação com o *status* de celebridade adquirido pelos fotógrafos. Dessa forma, com exceção de casos expoentes de sucesso, o papel do ilustrador passa por desprestígio profissional, reduzindo de forma geral a atuação do ilustrador a serviço dos mercados editorial e publicitário.

Essa situação perdurou no decorrer do século XX e só apresentou mudanças significativas a partir do momento em que a produção das ilustrações de moda começou a ocorrer de forma independente, período diretamente ligado às evoluções tecnológicas características da virada do milênio.

As novas formas de divulgação advindas da internet, facilitadas pela praticidade da informática e pelos programas de edição, impulsionaram o surgimento

de ilustradores independentes que se tornaram conhecidos entre o público pela ação das redes sociais. Nesse período é desnecessária a curadoria e a aprovação do mercado editorial para se fazer conhecido.

O ilustrador independente, em contato direto com o consumidor, pode produzir conteúdo com maior liberdade. Esse profissional dedicou-se à construção de operações poéticas singulares, sem abandonar os valores estéticos de seus predecessores, além de conseguir mesclar técnicas e trabalhar com novas ferramentas por conta das facilidades presentes com novos *softwares* e *hardwares* inseridos no mercado.

Em relação à atuação e papel do ilustrador de moda no mercado, por vezes o prestígio, o reducionismo ou a independência puderam fazer com que os trabalhos desses profissionais passassem por mudanças significativas ligadas diretamente a essa constante. Porém, mesmo em momentos de menor visibilidade, os profissionais de ilustração de moda sempre se fizeram presentes nesse campo e contribuíram com a construção do segmento de moda através do papel de comunicadores e criadores de informação de moda.

4.5 CONSTRUÇÃO DE UMA ANÁLISE DA HISTÓRIA DA ILUSTRAÇÃO

Com base nos dados apresentados no decorrer da pesquisa e nas comparações históricas realizadas com as constates de cada período, é possível construir, de forma esquemática, uma estrutura histórica das mudanças no papel da ilustração de moda, como pode ser visto no quadro 1 abaixo:

Quadro 1 - Estrutura histórica das mudanças no papel da ilustração de moda.

	PÚBLICO	NARRATIVA	SUPORTE	ILUSTRADOR
SURGIMENTO	REGISTRO	HÁBITO	LIVROS DE INDUMENTÁRIA	ARTISTAS PLÁSTICOS
CONSOLIDAÇÃO	NOVIDADE	OSTENTAÇÃO	PRIMEIROS PERIÓDICOS	OFICINAS DE PROFISSIONAIS ANÔNIMOS
APOGEU	DISSEMINAÇÃO ESTÉTICA	EXPRESSÃO ARTÍSTICA	REVISTAS DE MODA DE LUXO	ILUSTRADORES CONSAGRADOS
DECLÍNIO	PUBLICIDADE	VALORIZAÇÃO MERCADOLÓGICA	MERCADO PUBLICITÁRIO	DESPRESTÍGIO PROFISSIONAL
RESSURGIMENTO	INTERPRETAÇÃO SUBJETIVA	EXPRESSÃO PARTICULAR	MÍDIAS DIGITAIS	ILUSTRADORES INDEPENDENTES

Fonte: Rocha (2018).

Os períodos marcam as grandes transformações no processo criativo da ilustração de moda e as constantes analisadas ajudam a apontar palavras e expressões que, juntas, conseguem construir o contexto de cada uma das participações da ilustração de moda nos períodos apontados.

As variações apresentadas pelas quatro constantes evidenciam a capacidade mutável e flexível da ilustração de moda, que posicionam a sua funcionalidade e seu papel em um contexto mercadológico, no qual essa vertente do desenho na moda se adapta para atender as necessidades emergentes em cada momento aqui descrito.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As pesquisas realizadas com autores da história e da ilustração de moda, da comunicação social, da história da arte, do design e do desenho de moda proporcionaram importante diálogo entre todas essas áreas correlatas durante a construção desta narrativa cronologicamente contextualizada, acerca da ilustração de moda. Essa abordagem teórica abrangeu os cinco períodos considerados os mais relevantes no processo de representação e registro visual da moda, identificados como surgimento, consolidação, apogeu, declínio e ressurgimento.

Analisar esses períodos sob a ótica das quatro constantes inerentes ao processo de Ilustração – público, narrativa, suporte e ilustrador – estabelecidas pela metodologia baseada no trabalho de Rui de Oliveira (2008), possibilitou destacar as relações entre esses fatores e os diferentes períodos da ilustração de moda e, conseqüentemente, tornou possível apontar conceitos e características chaves que concatenam a perspectiva acerca das diversas fases desta narrativa temporal.

Primeiramente, sob a ótica do público, o cruzamento dos períodos apontou sua influência direta sobre a demanda por ilustrações nos meios de comunicação. O desejo pelo consumo de imagens ilustradas mostrou-se variável conforme a capacidade da sociedade em persuadir-se e encantar-se pelas ilustrações de moda. Essa condição revelou-se diretamente conectada com os contextos histórico, econômico e social aos quais as pessoas estão inseridas, revelando seus anseios por imagens consoantes com os valores e novidades de sua contemporaneidade.

Em seguida, a repetição desse procedimento, sob a ótica da narrativa, identificou as variações estéticas e do conteúdo ilustrado e evidenciou as fontes de influência e inspiração durante o desenvolvimento das ilustrações de moda, sobretudo a partir da cisão estética dos períodos de surgimento e consolidação com seu apogeu e demais predecessores, causada pela evolução da imprensa, que diversificou as operações poéticas registradas nos veículos de mídia. Além disso, a narrativa mostrou-se um importante reflexo das mudanças comportamentais e estilísticas, uma vez que esses eram seus principais temas.

Logo após, a análise cruzada do suporte trouxe à tona as variações rítmicas e longitudinais das ilustrações de moda nas mídias especializadas do segmento. Sob

esse aspecto, novamente a evolução da imprensa, da eletrônica e da informática mostraram-se fatores determinantes para essas variações. Se o surgimento da imprensa garantiu a inserção da ilustração na comunicação de moda, graças à sua até então exclusiva capacidade multiplicável, a fotografia, associada às pressões publicitárias, foi parcialmente responsável por seu declínio, quando a ilustração se mostrou tecnologicamente defasada por ainda estar obrigatoriamente ligada a procedimentos artesanais. Por sua vez, a revolução digital contribuiu para a sua readequação mercadológica.

Paralelamente, a observação do ilustrador, em diferentes épocas, mostrou a importância desse artista perante as ilustrações, não somente por ser profissional apto a realizá-las, mas também por tratar-se de indivíduo igualmente influenciado pelas demais variantes e contextos. Além de ser a voz ativa de cada período histórico, esse profissional é o principal viés da percepção sob os fatos registrados através do desenho. Além disso, sua criatividade e caráter inovador por vezes influenciaram a própria moda e os processos de criação.

Assim sendo, baseado pela análise e comparação dos dados desta pesquisa, conclui-se que foram identificadas transformações pertinentes em diversos pontos que influenciam o processo de concepção da ilustração de moda. Desse modo, a partir da hipótese levantada de que a ilustração de moda possui engrenagens cujos papéis se modificam através do tempo no processo de adaptação ao mercado, este trabalho pode comprovar, pelo acervo de registros acadêmicos, bibliográficos, iconográficos e artísticos, que se trata de um processo em constante evolução na busca de sua adequação mercadológica como representação gráfica da moda.

Ademais, com base nos conceitos definidos de croqui, desenho técnico, desenho de moda e ilustração de moda, necessários para a delimitação do objeto de estudo, pode-se comprovar alguns lapsos que ocorrem na transmissão de conhecimento acerca do desenho na moda e suas vertentes, e que geram consequências precárias na formação acadêmica de profissionais desse setor, além de contribuir para equívocos no cotidiano do mercado quando o trabalho desses profissionais é solicitado.

Isso elucida o porquê de diversos profissionais do meio transitarem pela função de ilustrador de moda, bem como trabalhos que originalmente não são

ilustrações acabarem por se adequar a essa categoria, como visto no capítulo dois. Entretanto, chegar a essa resposta não significa dizer que a ilustração de moda seja uma vertente do desenho na moda destituída de cânones e seriedade profissional. Na verdade, entende-se essa maleabilidade como um forte indicativo de sua permanência como um fenômeno duradouro e pertinente na formação de profissionais de moda, merecedora de constante aprofundamento prático e teórico no âmbito acadêmico.

REFERÊNCIAS²

APOLINÁRIO, F. **Metodologia da ciência: filosofia e prática da pesquisa**. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

AQUI ACOLÁ [blog]. 2015. Disponível em: <<https://aquiacola.net>>. Acesso em: out. 2016.

ARAUJO, Rodrigo C. Ilustração também se lê. **Revista Partes Cultura**. Disponível em: <http://www.educadores.diaadia.pr.gov.br/arquivos/File/2010/artigos_teses/2010/Arte/artigos/ilustracao_le.pdf>. Acesso em: 12 maio 2018.

AUDACES. [**Ficha Técnica**] s.d. 1 ilustração, color. Disponível em: <<http://audaces.com.br/ficha>>. Acesso em: 18 set. 2016

BARBIER, George. [**Capa para a Vogue**] 1927. 1 ilustrador, color. Disponível em: <<https://www.vogue.co.uk/magazine/march-1927>>. Acesso em: 09 Mar. 2018

_____. [**Capa para a Vogue**]. 1919. Ilustrador, color. Disponível em: <<https://www.vogue.co.uk/magazine/march-1919>> Acesso em: 09 mar. 2018

BERTHOUD, François. [**Perpetual general store**] s.d. 1 ilustração, color. Disponível em: <<http://francoisberthoud.com/>>. Acesso em: 22 maio 2018

BLACKMAN, Cally. **100 Years of fashion illustrator**. Londres: Laurence King, 2007.

BRAGA, João. **História da moda: uma narrativa**. 9. ed. São Paulo: Ed. Anhembi Morumbi, 2011. (Coleção Moda e Comunicação)

BRAGA, J.; PRADO, L. A. **História da moda no Brasil: das influências às autorreferências**. São Paulo: Pixys Editorial, 2011.

BRITISH LIBRARY. [**The Lady's Magazine**]. s.d. 1 foto, color. Disponível em <<https://www.amdigital.co.uk/about/blog/item/ladys-magazine>>. Acesso: 13 jun. 2018

BROOKS, Jasons. [**Ilustração para Luis Vuitton**] s.d. 1 ilustração, color. Disponível em: <<https://jason-brooks.com/>>. Acesso em: 19 jun. 2018

_____. [**Ilustração para a Chanel**]. 2004. Ilustração, color. Disponível em: 100 Years of Fashion Illustration (2007) p.129. Londres: Laurence King, 2007.

BRYANT, M.W. **Desenho de moda: técnicas de ilustração para estilistas**. Trad. de J. Canêdo. São Paulo: Senac, 2012.

CALANCA, Daniela. **História Social da Moda**. São Paulo: Senac, 2008.

CARVALHO, Larissa.S. **De gli abiti antichi et moderni di diversi parti del mondo (1590) de Cesare Vecellio**: tradução parcial e ensaio crítico. 2013. Dissertação (Mestrado) - Universidade de Campinas, São Paulo: 2013. Disponível em: <<http://www.bibliotecadigital.unicamp.br/document/?code=000907673&fd=y>>. Acesso em: 18. fev. 2017.

CLAVEY, Gracie. ROBSON, Julian. **The fine art of fashion illustration**. London: Frances Lincoln, 2015.

COCHRANE, Lauren. Antonio Lopez: the fashion illustrator who revolutionized the industry; The subject of a new documentary, Sex, Fashion and Disco. Lopez was best friend with Karl Lagerfeld, advocated diversity long before woke-ness was in fashion and had dance moves that can only be described as legenday. **The Guardian**, London, 8 out. 2017. Disponível em:

² De acordo com a Associação Brasileira de Normas Técnicas. NBR 6023 (2002).

<<http://link.galegroup.com/apps/doc/A508607501/AONE?u=capes&sid=AONE&xid=a684de3f>>. Acesso em: 17 jun. 2018.

CORDEIRO, Jaime. **Didática**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2010.

DAVIS, Amy. [**Ilustração para Paper Magazine**] s.d. 1 ilustração, color. Disponível em: <<http://amydavis.com>>. Acesso em: 03 mar. 2018

DAVIS, Mary E. **Classic Chic: music, fashion and modernism**. California: University of California Press, 2008

DENNIS, Alice. [Charles Frederic Worth] 2008. **Zimbio**. 1 foto, color. Disponível em: <<http://www.zimbio.com/100+Most+Influential+People+in+Fashion/articles/220/Fashion+Influential+46+Charles+F+Worth>>. Acesso em: 23 set. 2016

DESRAIS, Luis Claude. [**Ilustração para a coleção Cabinet des Modes**]. Séc XVIII. 2 ilustrações, color. Disponíveis em: <<http://ekduncan.com>>. Acesso em: 22 mar. 2018

DOWNTOWN, David. [**Ilustração para Thierry Mugler**] s.d. 1 ilustração, color. Disponível em: <<http://daviddownton.com/>>. Acesso em: 11 de abr. 2018

DURER, Albrech [**Dama da morte**]. Séc XV. 1 ilustração, color. Disponível em: <<http://www.albrecht-durer.org/Study-Of-Drapery-I.html>>. Acesso em: 08 jan. 2018

_____. [**Estudo de drapeamento**] Séc XV. 1 ilustração, color. Disponível em: <artgallery.nsw.gov.au>. Acesso em: 08 jan. 2018

ERTÉ. [**Capa para Harper's Bazaar de 1920**]. 1920. 1 ilustração, color. Disponível: <<http://pinterest.com>>. Acesso em: 02 mar 2108

FERNÁNDEZ, Diana. [Mercue Galant]. **Vestuario Escénico**. 2012. 2 fotos, color. Disponível em: <<https://vestuarioescenico.wordpress.com/2013/09/06/las-revistas-de-modasapuntas-i/>>. Acesso em: 05 jun. 2018

FRAGA, Ronaldo. **Caderno de croquis, lembranças e memórias**. 2ª. ed. Rio de Janeiro: Cobogó, 2015.

GIBSON, Charle Dana. [**A garota gibbon**]. Séc XIX. 1 ilustração, color. Disponível em: <<http://fashionillustrationgallery.com/artist/Charles-dana-gibson>>. Acesso em: 04 mar. 2018

GOMBRICH, Ernest. **A história da arte**. 16 ed. Rio de Janeiro: LTC, 2000.

GRAGNATO, Luciana. O ensino do desenho no design de moda. In: Congresso Internacional de Pesquisa em Design, 4., 2007, Rio de Janeiro. **Anais ...** Rio de Janeiro: ANPED - Associação Nacional de Pesquisa em Design, 2007, p. 1-8.

_____. **O desenho no design de moda**. 2008. 86 f. Dissertação (Mestrado) - Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, 2008. Disponível em <<http://www.anhembi.br/mestradodesign/pdfs/luciana.pdf>>. Acesso em: 20. ago. 2016.

GRUAU, René [**New look de Christian Dior**] Déc Déc 40?. 1 ilustração. Color. Disponível em: <<http://nostalgiagrama.blogspot.com.br>>. Acesso em: 06 jun.2018

_____. **Perfume Dior**. 195?. 1 ilustração, color. Disponível em: <<http://cheriecity.co.uk/2010/11/14/guest-post-dior-illustrated-rene-gruau/>>. Acesso em: 23 set. 2016

_____. **Impermeable Blizzand**. 1964. 1 ilustração, color. Disponível em: <<http://www.gruaucollection.com/projects/blizzand/>>. Acesso em: 23 set. 2016

_____. **Rouge rouge**. 1950. 1 ilustração, color. Disponível em:
<<http://www.gruaucollection.com/projects/rouge-rouge/>>. Acesso em: 23 set. 2016

_____. **Les Girls**. 1988. 2 ilustrações, color. Disponível em: <<http://fashiongallery.com/artist/rene-gruau.>>. Acesso em: 23 set. 2016

HATADANI, Paula da Silva. **Diretrizes para o ensino do desenho de moda**: um estudo de caso na cidade de Londrina e Região. 2011 105 f. Dissertação (Mestrado) – Universidade Estadual Paulista, São Paulo, 2011. Disponível em
<<https://www.faac.unesp.br/Home/PosGraduacao/MestradoeDoutorado/Design/Dissertacoes/paula-da-silva-hatadani.pdf>>. Acesso em: 14. ago. 2015.

HEES, Megan **Waiting for the Concorde**. s.d. 1 ilustração, color. Disponível em:
<<http://meganhes.com/>>. Acesso em: 23 set. 2016

HOPKINS, John. **Desenho de moda**. Porto Alegre: Bookman, 2011. (Fundamentos de Design de Moda, 5)

IRIBE, Paul. **[Ilustração para Paul Poiret]**. 191?. 1 Ilustração. Disponível em:
<<http://www.palaisgalliera.paris.fr/en/work/paul-poirets-dresses-seen-paul-iribe>>. Acesso em: 09 mar. 2018

KNAUSS, Paulo. O desafio de fazer história com imagens: arte e cultura visual. **Artcultura**, Uberlândia, v. 8, n. 12, p. 97-115, jan.-jun. 2006.

LAGERFELD, Karl **[Croqui para Chanel]** 2009. 1 ilustração, color. Disponível em:
<<http://pinterest.com>>. Acesso em: 07 mar. 2018

LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas 2003.

LAPIN, Fifi. **[Fifi Lapin]** Disponível em: <<http://fifi-lapin.blogspot.com/>>. Acesso em: 05 de jun. 2018

LOPEZ, Antonio. **[Ilustração de 1967 para Revista Elle]**. 1967. 1 ilustração, color. Disponível em: <
<http://fashionillustrationgallery.com/artist/antonyo-lopez>>. Acesso em: 14 maio 2018

_____. **[Ilustração para Oscar de La Renta]**. Déc 80a. 1 ilustração, color. Disponível em:
<<http://fashionillustrationgallery.com/artist/antonyo-lopez..>>. Acesso em: 14 maio 2018

_____. **[Antonio's girls]**. Déc 80b. 1 ilustração, color. Disponível em
<<http://theheritagestudio.com/2013/06/antonio-lopez-de-rio-fashions-illustrations/>>. Acesso em: 14 maio 2018

MASTELINI, Fabiola. **Ilustração de moda hoje**. 2016. Dissertação (Mestrado em Ciências) -.Escola de Artes, Ciências e Humanidades, Universidade de São Paulo, 2016. 88 f.

MCDOWELL, Says C. Body Image: fashion illustration is an art – and worthy of celebration. **Sunday Times**. London, 24 out. 2010, p. 26. Disponível em:
<<http://link.galegroup.com/apps/doc/A240290144/AONE?u=capes&sid=AONE&xid=eb51599b>>. Acesso em: 6. Jun. 2018.

MELISSA. **[Print da Homepage da marca Melissa]** s.d. 1 ilustração, color. Disponível em:
<<http://melissa.com.br>>. Acesso em: 18 set. 2016

MONTEIRO, Charles. Pensando sobre história, imagem e cultura visual. **Revista Patrimônio e Memória**. São Paulo, UNESP, v. 9, n. 2, p. 3-16, jul.-dez., 2013.

MORAES, Dijon. Moda, design e complexidade. In: PIRES, Dorotéia Baduy (Org.). **Design de moda: olhares diversos**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2008. p. 155-162.

MORAES, Dijon. **Metaprojeto**: o design do design. São Paulo: Bulcher, 2010.

MORGAN, Dean R. Bold, **Beautiful and damned**: the world of 1980s fashion illustrator Tony Viramontes. London: Laurence King Publishing, 2013.

MORRIS, Bethan. **Fashion illustrator**; manual do ilustrador de moda. Trad. de Iara Biderman. 2. ed. São Paulo; Editora Cosac Naify, 2009

MOURA, Mônica. A moda entre a arte e o design. In : PIRES, Dorotéia Baduy (Org.). **Design de Moda: olhares diversos**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2008. p. 37-74.

NAGEL, Patrick. **[Sem título]** Déc 80?. 1 ilustração, color. Acesso em: <<http://fashionillustrationgallery.com/artist/Patrick-nagel>>. Acesso em: 23 set. 2018

OLIVEIRA, Rui. **Pelos jardins boboli**: reflexões sobre a arte de ilustrar livros para crianças e jovens. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

PRADA. **[Campanha 2015 Prada eyewear]** 2015a. 1 ilustração, color. Disponível em: <<http://prada.com>>. Acesso em: 23 set. 2016

_____. **[Campanha 2015 Prada eyewear]** 2015b. 1 ilustração, color. Disponível em <<http://prada.com>>. Acesso em: 23 set. 2016

PERSON, Stina. **[Sem título]** s.d. 1 ilustração, color. Disponível em: <<http://stinaperson.com>>. Acesso em: 18 set. 2016

PEZZOLO, Dinah.B. **Moda e arte**: releitura no processo de criação. São Paulo: Ed. Senac São Paulo, 2013.

QUARTIER, Lim. [Le Cabinet des Mode]. **Lux Sup de Pub**. 2012. Disponível em: <<http://lux.supdepub.com/index.php/le-cabinet-des-modes-ancetre-du-magazine-mode-1785-1789>>. Acesso em : 22 maio 2018

REIS, Ana Paula. **Sentidos desenhados no intangível**: um olhar sobre ilustração de moda e visualidade. 2013. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Goiás, 2013. Disponível em <https://culturavisual.fav.ufg.br/up/459/o/2013_Ana_Paula_dos_Reis_.pdf> . Acesso em: 20 fev. 2017.

ROCHE, Daniel. **A cultura das aparências**: uma história da indumentária (séculos XVII-XVIII). São Paulo: Ed. Senac São Paulo, 2007.

RODGERS, Katie. **Unlock your wish**. 2014 1 ilustração, color. Disponível em: <<https://paperfashion.net/2014/05/27/amulette-de-cartier/>> Acesso em: 23 set. 2016

ROUNTHWHITE, Grahlan. **[Sem Título]** Déc 200?. 1 ilustração, color. Disponível em: <<http://fashionmodeldirectory.com>>;

_____. **[Levi's Silver Tab]**. Déc 90b. 1 ilustração, color. Disponível em <www.pinterest.com>. Acesso em: 14 maio 2018

SCHIRO, Anne-Marie. Antonio Lopez is dead at 44; was major fashion illustrator. **New York Times**, 18 mar.1987. Disponível em: <<http://link.galegroup.com/apps/doc/A176181210/AONE?u=capes&sid=AONE&xid=e65eda69>>. Acesso.17. jun. 2018.

SEIVEWRIGHT, Simon. **Fundamentos de design de moda**: pesquisa e design. Trad. Edson Furmankiewicz. Porto Alegre: Bookman, 2009.

SIBILA, Paula; **O show do eu**: a intimidade como espetáculo. 2. ed. rev. Rio de Janeiro: Contraponto, 2016.

SULLIVAN JR., Robert E. Cartoon Couture. **Vogue**, out. 2016. p. 178. Disponível em: <<http://link.galegroup.com/apps/doc/A464792493/AONE?u=capes&sid=AONE&xid=22c3035a>>. Acesso em: 16. Jun. 2018.

SURO, Federico. A passionate line of illustrations. **Americas**, maio.- jun. 1992, p. 16-22. Disponível em: <<http://link.galegroup.com/apps/doc/A12696729/AONE?u=capes&sid=AONE&xid=b127a052>>. Acesso em: 17. Jun. 2018.

TAGE, FACY. [Desenho da propoção de oito cabeças e meia]. **Nostrinks-Fashion**. 2012, 1 ilustração, color. Disponível em: < <http://nostrinks-fashion.blogspot.com/2012/06/desenho-de-moda-tutoriais-de-croqui.html>>. Acesso em: 23 set. 2016

ULMER, Renate. 1903. Alfons Mucha 1860- 1939: Master of art Nouveau. 2, ed.Colônia:Taschen, 2007. (Taschen Basic Art Series)

UNIVERSITY OF PRINCETON. [**Volumes da primeira fase da Gazette du Bon Ton**]. 2017. 1 foto, color. Disponível em: <<https://graphicarts.princeton.edu>>. Acesso em: 25 jun. 2018

VECELIO, Cesare. [Indumentária exótica]. SÉC XVI. 1 ilustração, color. Disponível em: <<http://alamy.com/stock-photo/habiti-antichi-1664.html>>. Acesso em: 08 jan. 2018

WMAGAZINE. **Draw to excess**: the late, great Antonio Lopez is having a moment-again. Horacio Silva pays tribute to fashion's beloved illustrator. Disponível em: <<http://link.galegroup.com/apps/doc/A484311916/AONE?u=capes&sid=AONE&xid=3095fdf8>>. Acesso em: 17. Jun. 2018.

WIEGEL. [**Ancilla Svevica**] Séc XVI. 1 ilustração, color. Disponível em: <<http://web.comhem.se/~u41200125/Weigelworkingwomen.html>>. Acesso em: 20 de maio 2018

YIN, Robert K. **Pesquisa qualitativa do início ao fim**. Trad. Daniel Bueno. Porto Alegre: Penso, 2016.