

Ilustração, Moda e Design: articulando uma caracterização do campo da Ilustração de Moda contemporânea

A characterization of the field of contemporary Fashion Illustration

125

**Paula da Silva Hatadani, Universidade Estadual de Londrina/
Universidade Estadual Paulista**
paulahatadani@uel.br

Marizilda dos Santos Menezes, Universidade Estadual Paulista
marizilda.menezes@unesp.br

Maria Celeste Sanches, Universidad Nebrija
tetisanches@hotmail.com

Resumo

Este artigo tem como objetivo demarcar os limites do domínio da Ilustração de Moda, explorando suas relações com os campos do Design e da Moda para contextualizá-lo na contemporaneidade. A pesquisa adota uma abordagem qualitativa e exploratória, utilizando a Revisão Bibliográfica Sistemática (RBS) e a Revisão Bibliográfica Assistemática (RBA) como estratégias metodológicas. Os resultados, apresentados em quadros-síntese, elucidam a distinção entre a ilustração de moda e o desenho de moda e revelam como suas características evoluíram ao longo dos séculos, em resposta às condições tecnológicas e demandas sociais de cada época.

Palavras-chave: ilustração de moda; desenho de moda; design de moda; desenho; ilustração.

Abstract

This article aims to demarcate the boundaries of the field of Fashion Illustration, exploring its relationships with the fields of Design and Fashion to contextualize it in contemporary times. The research adopts a qualitative and exploratory approach, employing Systematic Literature Review (SLR) and Unsystematic Literature Review (ULR) as methodological strategies. The results, presented in synthesis tables, clarify the distinction between fashion illustration and fashion design, also revealing how their characteristics have evolved over the centuries in response to technological conditions and social demands of each era.

Keywords: fashion illustration; fashion drawing; fashion design; drawing; illustration.





Introdução

A Ilustração está na interseção entre os campos das Artes e do Design, embora nunca tenha sido totalmente incorporada por nenhum deles. Por um lado, é vista como excessivamente excêntrica ou comercial para as Artes; por outro, é considerada demasiadamente artística para o Design (Zeegen, 2009).

No Brasil, a formação acadêmica em ilustração raramente é o foco de cursos superiores, geralmente sendo abordada como uma disciplina complementar em cursos de Design, Artes ou Comunicação. A pesquisa conduzida por Nogueira (2019) evidenciou a fragilidade da formação de ilustradores no país, destacando três aspectos principais: a falta de cursos de graduação direcionados especificamente para a formação de ilustradores profissionais; a ausência de regulamentação da profissão por parte do Governo Federal; e, por fim, a escassez de estudos científicos nacionais na área.

De forma similar, no campo do Design de Moda, a Ilustração é frequentemente relegada a um papel secundário na formação profissional. Além disso, as fragilidades acima mencionadas são agravadas pela falta de padronização terminológica das diversas categorias de representação gráfica nestecampo específico¹, que gera desalinhos entre os campos do Desenho de Moda e da Ilustração de Moda, os quais possuem abordagens e propósitos diferentes, embora também sejam suscetíveis a interseções e sobreposições.

Assim, diferentemente de outras categorias de desenho de moda, como o desenho de croquis e o desenho técnico, cujas principais finalidades circundam, sobretudo, aspectos informativos em relação ao desenvolvimento e à fabricação de produtos, a Ilustração de Moda carrega uma maior complexidade no que diz respeito à comunicação de aspectos subjetivos, que podem envolver elementos artísticos, sociais, culturais, políticos, históricos e ideológicos. Apesar disso, é notável que a maioria das publicações deste campo se concentra em questões técnicas e instrumentais. Essa observação vai de encontro aos resultados da pesquisa de Nogueira (2019), que evidenciaram uma carência de estudos estruturantes que auxiliem a construção de um corpus teórico-metodológico para o campo de conhecimento da Ilustração.

Diante deste contexto, a fim de contribuir para esta construção e, conseqüentemente, apoiar a formação de ilustradores, este artigo tem como objetivo demarcar os limites do domínio da Ilustração de Moda, ao explorar suas intersecções com os campos do Design e da Moda para contextualizá-lo na contemporaneidade.

O texto inicia com a apresentação dos conceitos de desenho e ilustração, bem como as distinções entre os campos do Desenho de Moda e da Ilustração de Moda. Em seguida, são evidenciadas as relações entre as particularidades da ilustração de moda e os diferentes contextos socioculturais em que esteve inserida ao longo da história ocidental. Os resultados são apresentados em quadros-síntese, que esclarecem as questões mencionadas e revelam como as

¹Como já elucidado por Gragnato (2008), De Góis Duarte (2010), Hatadani (2011), Reis (2013) e Mastelini (2016). Estudos conduzidos por Ting Zhao (2018), tanto em língua inglesa quanto em língua chinesa, também revelaram imprecisões na diferenciação das categorias de desenho e ilustração de moda, o que sugere que essas dificuldades não são exclusivas de um único idioma ou contexto sociocultural.

características da ilustração de moda evoluíram ao longo dos séculos, em resposta às condições tecnológicas e demandas sociais de cada época. Por fim, espera-se que o texto contribua para uma compreensão mais abrangente e aprofundada dessa prática artística.

Procedimentos metodológicos

Trata-se de uma pesquisa de abordagem qualitativa e cujos objetivos têm caráter exploratório (Gil, 2002). A coleta de dados ocorreu por dois métodos distintos de revisão bibliográfica: revisão bibliográfica sistemática (RBS) e revisão bibliográfica assistemática (RBA) (Santos et al., 2018).

A RBS foi utilizada para coletar os dados referentes à história da Ilustração de Moda e às suas características contemporâneas. Isso porque a escassez de publicações que contribuam para além da questão instrumental gerou a necessidade de se investigar minuciosamente, nos contextos nacional e internacional, trabalhos de cunho científico que apresentassem este tema em específico e que fossem capazes de responder às questões de pesquisa elencadas.

Já a distinção do campo da Ilustração de Moda em relação ao Design de Moda foi conduzida por meio de uma RBA.

Os procedimentos utilizados na RBS foram baseados em Santos et al. (2018), a partir de três fases distintas: Planejamento, Condução das buscas e Relatório e divulgação.

Primeira fase: Planejamento

Na primeira fase foi desenvolvido um protocolo de pesquisa com base no modelo proposto por Santos *et al.* (2018), cujo seguimento permite a reprodução das práticas adotadas (Quadro 1):

Tema da pesquisa	Ilustração de Moda
Objetivo da pesquisa	Caracterizar o campo da Ilustração de moda nos dias atuais.
Questões de pesquisa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Como se deu o surgimento e o desenvolvimento da ilustração de moda ao longo da história? 2. Atualmente, quais relações se estabelecem entre a ilustração de moda e a própria moda? 3. Quais as funções e as características fundamentais da ilustração de moda contemporânea?
Idiomas	Inglês e português
Palavras-chave	(“Ilustração de moda”) OR (“ <i>fashionillustration</i> ”)
Bases de dados	BDTD; Catálogo de teses e dissertações da Capes; Scopus; Google Acadêmico
Critérios da pesquisa	“ <i>fashionillustration</i> ” → Scopus, Google acadêmico “ilustração de moda” → BDTD, Catálogo de teses e dissertações da CAPES; Google acadêmico

Aspectos técnicos	BDTD: todos os campos, no período entre 2007 - 2022. Catálogo de teses e dissertações da CAPES: todos os campos, no período entre 2007 - 2022. Scopus: título, no período entre 2007 - 2022. Google acadêmico: título, no período entre 2007 - 2022, em qualquer idioma, qualquer tipo (não apenas artigos revisados por pares), não incluiu citações.
Critérios de inclusão	a) Apenas publicações escritas em português ou inglês; b) Apenas quatro categorias de publicações: 1) artigos publicados em periódicos científicos 2) artigos publicados em anais de eventos científicos; 3) teses de doutorado; 4) dissertações de mestrado; c) O texto completo das publicações deve ser acessível via web; d) Somente pesquisas publicadas a partir de 2007; e) Somente trabalhos cujos conteúdos possam contribuir para a elaboração da resposta às questões de pesquisa 1, 2 e 3.
Critérios de exclusão	a) Publicações que não tratem da temática da pesquisa; b) Publicações escritas em outros idiomas; c) Trabalhos que não tenham sido publicados em periódicos de cunho científico ou anais de eventos científicos; d) Teses e dissertações que não tenham sido aprovadas por banca de comissão julgadora; e) Trabalhos cujos textos não estejam disponíveis integralmente nas bases de dados pesquisadas ou em outras bases acessíveis via web; f) Trabalhos incompletos; g) Trabalhos publicados antes de 2007; h) Trabalhos cujos conteúdos não possam contribuir para a elaboração da resposta às questões de pesquisa elencadas, ainda que abordem o tema da pesquisa. i) Trabalhos que aparecerem repetidamente em mais de uma base de dados, ou mais de uma vez em uma mesma base de dados.
Critérios de qualidade e validade metodológica	a) Artigos: publicação em periódico científico ou anais de eventos científicos; b) Teses e dissertações: aprovação por banca examinadora.
Processo de seleção das fontes de pesquisa	1) Busca com as palavras-chaves nas bases de dados considerando os aspectos técnicos definidos; 2) Leitura dos títulos, resumos e palavras-chave de todos os estudos identificados. 3) Pré-avaliação com base nos critérios de inclusão e exclusão, para seleção dos textos que deverão ser lidos integralmente; 4) Leitura integral dos textos selecionados; 5) Avaliação final de acordo com os mesmos critérios, sendo considerados válidos ou inválidos para os objetivos desta RBS.
Estratégia para extração da informação	Serão preenchidos formulários de extração de dados para cada texto lido integralmente e considerado válido para a RBS.
Sumarização dos resultados	Com os resultados obtidos, deverá ser redigido um relatório que descreve sinteticamente o conteúdo da RBS, mediante análise qualitativa.

Quadro 1: Protocolo da Pesquisa RBS

Segunda fase: Condução das buscas

A condução das buscas ocorreu entre os dias vinte de agosto e dez de outubro de 2022, quando foram aplicadas as palavras-chave nas bases de dados eletrônicas previamente definidas. Após a primeira busca foram realizadas as leituras dos títulos, resumos e palavras-chave de cada uma das fontes encontradas. Com base nessas leituras, aplicou-se o método de pré-seleção, levando em consideração os critérios de inclusão e exclusão elencados. Em seguida, os textos selecionados

foram lidos integralmente, avaliados e considerados válidos ou inválidos para os objetivos da RBS a partir dos mesmos critérios de inclusão e exclusão.

O quantitativo desses resultados corrobora a carência de estudos científicos na área da Ilustração de Moda, conforme demonstra a Tabela 1:

Base de dados	Publicações encontradas	Publicações válidas na seleção preliminar	Publicações válidas na seleção final	Porcentagem de publicações selecionadas
BDTD	9	4	3	33,3%
Catálogo de teses e dissertações CAPES	3	1	1	33,3%
Scopus	5	1	1	20%
Google Acadêmico (português)	16	5	5	31,25%
Google Acadêmico (inglês)	100	8	8	8%
Total	133	19	17	12,78%

Tabela 1: Resultados das buscas da RBS

Terceira fase: Relatório e divulgação

A terceira fase correspondeu à leitura das publicações selecionadas e à produção do relatório, contendo a síntese e a reflexão crítica das informações coletadas. Para facilitar a organização das informações, foram preenchidos formulários de extração de dados para cada texto lido integralmente e considerado válido na avaliação final (Quadro 2):

Base de dados		Número	
Autor		Data	
Título		Tipo	
Instituição			
Programa			
Resumo			
Pontos-chave para a RBS			
Observações			
Questão focal	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3		

Quadro 2: Formulário de extração de dados



Os conceitos de Desenho e Ilustração

O ato de desenhar pode ser descrito como uma habilidade cognitiva (Schenk, 1991), uma atividade mental diretamente relacionada com a visão, que envolve a manipulação de diferentes materiais para marcar, de maneira bidimensional, uma superfície.

O desenho, portanto, é uma forma de expressão e representação gráfica, que pode ter fins artísticos ou comunicativos (Riegelman, 2006), bem como funcionar como uma ferramenta de raciocínio (Santos, 2003), podendo ser apreciado sem a necessidade de um contexto ou uma narrativa.

Especificamente no âmbito do Design, o desenho é utilizado como uma ferramenta em diferentes etapas do processo de desenvolvimento de produtos, seja na condução de procedimentos gerenciais, no estímulo ao comportamento criativo ou em diferentes formas de comunicação entre os participantes do processo (Schenk, 1991).

Já a palavra ilustrar, de origem latina, significa iluminar. A ilustração, portanto, refere-se à elucidação de algo que estava velado, uma vez que só existia em pensamento (Arbach, 2011; Hall, 2012).

Ao contrário do desenho, a ilustração, uma arte aplicada (Dondis, 2007; Reis, 2013), sempre possui um propósito específico e contextualizado. Pode estar presente, por exemplo, em diferentes mídias visuais impressas ou digitais, além de funcionar ou não em conjunto com um texto escrito (Hall, 2012).

Ilustrar envolve uma atividade com a linguagem, ou seja, com significados e sentidos, e, por este motivo, o trabalho do ilustrador pode ser comparado ao do escritor (Arbach, 2011). Ilustradores e escritores operam a linguagem (visual ou escrita), materializando ideias a partir de diferentes pontos de vista. Quando destituída desse ponto de vista, a ilustração se torna irrelevante, inócua (Hall, 2012; Scheinberger, 2019).

Desenho de Moda ou Ilustração de Moda?

O desenho de moda tem como objetivo a materialização de um produto. Suas características podem variar a depender da etapa do processo de design em que está inserido, podendo ser classificado como desenho de esboço, desenho de croqui ou desenho técnico (Figura 1):



Figura 1: Desenho de esboço (à esq), desenho de croquis (centro) e desenho técnico (à dir) (Morris, 2007)

Quase sempre elaborado à mão, o desenho de esboço é utilizado pelo designer com a intenção de expressar os pensamentos do seu processo criativo e projetual, sem restrições (Hatadani, 2011). Ao observar a Figura 1, nota-se um descompromisso com a representação fiel dos detalhamentos dos produtos e do corpo humano. Além disso, os traços simplificados sugerem que esta prática é realizada com velocidade.

De outro modo, os croquis demonstram a preocupação com a representação de pormenores como formas, volumes, cores, texturas, caimentos, aviamentos e proporções. Isso porque esta categoria de desenho, conhecida também como desenho de moda ou desenho de estilo (Gagnato, 2008; Hatadani, 2011), deve exibir um nível mais elevado de refinamento. Por meio dele, o designer tem a possibilidade tanto de explorar e analisar suas próprias concepções quanto de comunicá-las a terceiros, incluindo aqueles que têm influência nas decisões relativas à produção dos produtos (Gagnato, 2008). Por essa razão, os croquis revelam também aspectos como perfil do público-alvo e conceito da coleção.

Já a linguagem do desenho técnico, ou desenho de especificação (Treptow, 2003), é direcionada de maneira mais rígida, sem espaço para expressão autoral, como mostra a Figura 1. Em função do propósito de orientar a fabricação de um produto, espera-se que o desenho seja o mais fiel possível à realidade, ou seja, ao produto que será fabricado (Mastelini, 2016).

Por outro lado, diferentemente das categorias de desenho elencadas, a ilustração de moda pode não guardar uma relação direta com o desenvolvimento e a fabricação de produtos de moda, uma vez que sua finalidade está, em geral, alocada numa etapa subsequente, especificamente a divulgação de marcas e coleções (Gagnato, 2008; De Góis Duarte, 2010; Hatadani, 2011; Lugli, 2014; Reis, 2013; Ting Zhao, 2018) (Figura 2):



Figura 2: Ilustração de moda de Kareemliya (Morris, 2007)

A Figura 2 apresenta uma ilustração de moda, cujo principal aspecto a ser destacado, em comparação às categorias de desenho de moda anteriormente elencadas, é o descompromisso com a representação mimética do vestuário e da figura humana. Isso porque as ilustrações de moda estão mais diretamente comprometidas com a representação da moda na sua esfera intangível, ou seja, com a sua natureza estética, conceitual, e com os discursos que atravessam a área (Gragnato, 2006; Reis, 2013; Lugli, 2014; Rocha, 2018; Ting Zhao, 2018). Elas atuam, portanto, mais diretamente com a subjetividade e a sensibilidade, no intuito de revelar a alma dos produtos, e não a sua materialidade. Por isso, frequentemente estão associadas ao mundo das artes aplicadas (Ting Zhao, 2018), podendo-se concluir que não são ferramentas, como os desenhos de moda, mas produtos de processos criativos ou de Design.

O Quadro 3 sintetiza as principais diferenças entre o Desenho de Moda e a Ilustração de Moda:

	Desenho de Moda			Ilustração de Moda
Definição	Ferramenta utilizada em diferentes etapas do processo de Design			Produto derivado dos processos criativos ou de Design
Função	Visualização e documentação de ideias, exploração de soluções criativas, captura de detalhes e simulação da realidade.			Articulação e materialização da esfera intangível da moda por meio da linguagem visual
Subtipo	Esboço	Desenho de croqui	Desenho técnico	
Caráter	Projetual	Projetual	Projetual	Arte aplicada
Objetivo Geral	Permitir ao designer de moda observar, refletir e analisar as próprias ideias	Comunicar ideias sobre produtos concebidos a terceiros	Orientar o processo de fabricação de um produto	Divulgar marcas e coleções de moda
	Desenho de Moda			Ilustração de Moda

	Esboço	Desenho de Croqui	Desenho técnico	---
Objetivos Específicos	Expressar os pensamentos do processo criativo e projetual, sem barreiras ou restrições.	Simular caimentos, cores, texturas e detalhamentos. Representar o público-alvo. Traduzir a essência estética e conceitual da coleção.	Representar as minúcias do produto. Destacar as especificidades por meio de linhas simples com vistas frontal, traseira e lateral.	Transmitir visualmente a natureza estética e conceitual de marcas e coleções, refletindo os valores e discursos da moda.
Características	<ul style="list-style-type: none"> - Desenho rápido, de baixo custo; - Descompromisso com a representação de pormenores dos produtos; - A representação do corpo humano não é obrigatória. 	<ul style="list-style-type: none"> - A figura humana é sempre representada; - Compromisso com as proporções básicas do corpo humano, ainda que seja comum um alongamento da figura; - Compromisso com os volumes, cores, formas, texturas e detalhamentos dos produtos; - Transmissão de conceito de coleção e perfil do público-alvo. 	<ul style="list-style-type: none"> - Representação minuciosa e objetiva de formas, dimensões, proporções e detalhamentos; - Geralmente contém números, símbolos e especificações escritas; - O corpo humano não costuma ser representado; - Cores só são utilizadas em casos estritamente necessários. 	<ul style="list-style-type: none"> - Estilo de representação não mimética; - Descompromisso com a representação de produtos, detalhes, ou proporções do corpo humano; - Articulação de ideias e valores relacionados à moda; - Reflexo e construção visual de contextos históricos, sociais e culturais.

Quadro 3: Resultado 1 - Distinções entre o desenho de moda e a ilustração de Moda

Ilustração de moda: do surgimento ao contemporâneo

Neste tópico estão apresentados os resultados da Revisão Bibliográfica Sistemática (RBS). Os textos respondem às questões de pesquisa definidas na fase de Planejamento, buscando evidenciar os fatores que têm influenciado as transformações ocorridas ao longo dos últimos séculos na relação entre a sociedade, a moda e a ilustração de moda. Além disso, destacam as suas principais funções e características em diferentes períodos históricos até a contemporaneidade. Nesse intento, utilizou-se como base a estrutura histórica idealizada por Rocha (2018), valendo-se, sobretudo, dos estudos de Gagnato (2008), Reis (2013), De Góis Duarte (2010), Lugli (2014), Ting Zhao (2018), Rocha (2018) e Rocha e Held (2019) para a formulação dos textos.

Surgimento

No contexto das explorações intercontinentais empreendidas pelos europeus a partir do século XV, as grandes navegações e a chegada às novas terras promoveram um crescente interesse da população europeia pelos diferentes modos de ser e vestir das civilizações estrangeiras. Os navegadores traziam consigo ilustrações produzidas por meio de águas-fortes, gravuras e xilogravuras que, uma vez compiladas, se multiplicavam graças ao surgimento recente da imprensa (Rocha e Held, 2019).

Entre 1520 e 1610, foram publicadas mais de duzentas coleções de livros ilustrados específicos sobre vestuário, que continham representações de figuras trajadas de diferentes nacionalidades e classes sociais. A primeira edição de uma das coleções mais famosas da época, *De gli habiti antichi et moderni di diverse parti del mondo*, de Cesare Vecellio, foi publicada em 1590, com 420 xilografuras de trajes da Europa, Turquia e Oriente (Figura 3):



Figura 3: *De gli habiti antichi et moderni di diverse parti del mondo*, 1590 (www.metmuseum.org)

A Figura 3 exemplifica a maneira como, nos livros mencionados, as pessoas e suas vestimentas eram representadas. As imagens, em preto e branco, apresentavam sombras e volumes retratados através da técnica de hachura. Além disso, é possível perceber que a figura humana mantinha proporções corporais próximas às da realidade. Apesar das limitações impostas pelas técnicas e tecnologias da época, também é visível a preocupação em reproduzir detalhes como estampas, tecidos e acessórios (Rocha, 2018). Dessa forma, pode-se dizer que o estágio inicial da ilustração de moda é caracterizado pelo comprometimento com o conhecimento e pela clareza das informações (Rocha e Held, 2019).

Consolidação

Em meados do século XVIII, em meio aos avanços tecnológicos possibilitados pelo início da Revolução Industrial e pelo aumento da matéria-prima decorrente do processo de colonização, a moda se firmou como um sistema comercial e cultural, estimulando mudanças comportamentais dentro do paradigma da sazonalidade. Este processo, juntamente com a emergência de uma nova elite industrial, provocou a proliferação do interesse por moda em todo o Continente Europeu, o que ocasionou uma expressiva expansão do número de publicações de periódicos de moda (Blackman, 2007).

Esses periódicos eram voltados às altas classes, e estabeleceram um padrão para todas as outras publicações da época. Uma particularidade é a de que suas ilustrações eram quase sempre contextualizadas em termos de tempo e espaço, ou seja, além da representação da vestimenta em si, igualmente importante era a representação de uma atmosfera que evocasse as circunstâncias nas quais as roupas seriam utilizadas (Rocha, 2018) (Figura 4):



Figura 4: Revista *Galerie des modes* (1778 - 1787) (www.gallica.bnf.fr)

A Figura 4 retrata uma cena na qual uma camareira se prepara para lavar os pés de uma mulher, que está sentada em uma cadeira ricamente ornamentada, repousando o pé esquerdo em um pequeno banco almofadado. A mulher, claramente pertencente a uma classe abastada, veste um vestido adornado com fitas, evidenciando o cuidado que era dispensado mesmo durante atividades cotidianas, como a higiene dos pés. Essa atenção aos detalhes reflete os elevados padrões de moda e aparência que predominavam na época.

Na segunda metade do século XVIII, a grande procura por ilustrações da última moda parisiense acarretou o surgimento de oficinas de ilustrações artisticamente inferiores, produzidas por profissionais anônimos, mas que atendiam à grande demanda. Nesta altura, houve uma cisão entre o ofício do ilustrador e do gravador, que antes era executado pela mesma pessoa. Rocha (2018, p.55) explica que “os métodos escusos de produção destes estabelecimentos pulverizavam os procedimentos de gravação e colorização, sendo esta última delegada às crianças”, revelando mais uma face do amplo espectro de problemas derivados da efemeridade do sistema moda.

Apogeu



Na segunda metade do século XIX, com o avanço e a consolidação da Revolução industrial, tem início o chamado apogeu da ilustração de moda. Essa fase teve como pano de fundo a *Belle Époque*, a euforia social com o progresso tecnológico e científico, a sede social pela moda e pela cultura do consumo.

No âmbito da imprensa de moda, uma grande fase de transformações nas tecnologias de impressão e colorização entrou em curso, tendo sido responsável, por um lado, pela expansão do mercado editorial; e por outro, pela inserção de novas formatações de periódicos que desbancaram o antigo formato utilizado desde os livros de costume do século XVI. Essas novas tecnologias possibilitaram que as imagens pudessem ser apresentadas de maneira mais atrativa, plural e expressiva, rompendo com o padrão estético homogêneo do período anterior.

No início do novo século, os ilustradores de moda sofreram grande influência de movimentos artísticos como o *Art Nouveau*, o *Art Decó*, o surrealismo, o expressionismo, o impressionismo e o cubismo. Um dos reflexos dessa influência está no gradual desprendimento de uma representação realista, que abriu ainda mais espaço para que os ilustradores pudessem marcar seus estilos e identidades (Rocha, 2018).

Esse novo cenário fez o mercado editorial focar seus esforços nas possibilidades artísticas e de divulgação da ilustração de moda, promovendo marcas e estilistas. Logo, a ilustração passou a abranger não apenas a esfera da informação, mas também da subjetividade, dos desejos, dos conceitos e do consumo.

A principal motivação da ilustração de moda durante esse período, portanto, foi a disseminação estética, no intuito de persuadir o público a buscar um ideal de consumo de moda. (Rocha, 2018).

Declínio

Em meados dos anos 1930, o movimento de ascensão da fotografia passou a ganhar cada vez mais espaço, dando início ao período de declínio da ilustração de moda. Embora ela não tenha desaparecido por completo, foi claramente relegada a um nicho secundário no mercado editorial, sendo usada em conjunto com fotografias, principalmente na publicidade de acessórios e roupas íntimas (Ting Zhao, 2018).

Outro fator que contribuiu para o declínio da ilustração de moda foram as mudanças ocorridas na própria moda. Até 1950, a influência difundida pelas classes dominantes ainda causava o fenômeno de uniformização, demonstrando que valores como a individualização e a expressão do estilo próprio ainda não estavam pulverizados de maneira massiva na sociedade. No entanto, a partir daí, diversos fatores sociais fragmentaram a moda em uma infinidade de estilos. Por isso, passou a operar uma nova lógica, a qual destrói a influência da aristocracia e valoriza a imitação horizontal, entre iguais (Lipovetsky, 1989; Rocha, 2018). Assim, a ilustração de moda, até então relacionada à arte, à tradição e ao luxo, passou a remeter a um passado elitista, que não condizia com os novos valores emergentes. Por conseguinte, as marcas de luxo foram responsáveis por boa parte da sobrevivência da ilustração de moda até meados dos anos 1980.



Ressurgimento

Nos anos 1980, o fim definitivo da hegemonia da alta costura, a crescente demanda por roupas produzidas em massa e a ênfase social cada vez maior dada à individualidade foram alguns dos principais elementos que contribuíram para o ressurgimento da ilustração de moda. Além disso, é inegável a contribuição da revolução catalisada pelas tecnologias digitais, acompanhada pelas vastas oportunidades de exploração técnica e artística.

De acordo com Ting Zhao (2018), em um movimento distinto das fases anteriores, ilustradores de moda na era digital não estão conectados diretamente com a tradição ou a arte. Em vez disso, eles priorizam a busca por suas próprias identidades, expressando conceitos pessoais e adotando estilos mais flexíveis.

Nesse período, o foco principal da ilustração de moda recaiu sobre a representação dos estilos de vida, também conhecidos como *lifestyles*. Esses fatores, por um lado, assinalaram o término da era de adoção em massa de correntes artísticas e estéticas, que era uma característica comum entre os ilustradores que percorreram todo o século XX, desde a *Belle Époque*. Por outro lado, essas mudanças alteraram fundamentalmente a própria natureza da ilustração de moda, fazendo-a transitar de uma abordagem predominantemente mercadológica para uma forma de expressão pessoal distintiva, moldada pelas inclinações e visões individuais de cada ilustrador (Rocha, 2018).

Além disso, as oportunidades de trabalho dos ilustradores foram ampliadas para além do mercado editorial e publicitário, principalmente em canais alternativos de divulgação, tais como websites e blogs, mas também para áreas afins à moda, como o entretenimento (Rocha, 2018).

Ilustração de moda contemporânea

Na virada do milênio, a Internet ocasionou o aumento significativo da velocidade na difusão das tendências de moda, que passaram também a atingir um público mais amplo. Simultaneamente, as redes sociais começaram a exercer uma influência cada vez maior sobre as pessoas e a fomentar uma cultura de compartilhamento de imagens, de estéticas e de inspirações, que se fortaleceu ao longo dos anos.

Essas condições, juntamente à possibilidade de disseminação de conteúdos e de formas de expressão independentes das restrições do mercado editorial viabilizaram a propagação e o reconhecimento do trabalho de ilustradores de moda que antes eram desconhecidos. Assim, nos dias atuais, paralelamente aos ilustradores já consagrados, coexistem os anônimos digitais, que são legitimados devido ao seu poder de alcance em plataformas como *Instagram*, *Facebook*, *Pinterest* e *Deviantarts* (Rocha, 2018; Ting Zhao, 2018).

Além disso, na atualidade, a ilustração de moda passa a abranger incontáveis esferas do consumo. É possível encontrá-las em diferentes mídias (tradicionais e digitais), principalmente atreladas à divulgação de marcas e coleções de moda, mas também na divulgação e cenografia de desfiles, em impressos, em eventos, em exposições de arte e espaços culturais, na publicidade,



em vitrines, na área têxtil, na decoração de ambientes, em embalagens e até mesmo em produtos inusitados, como objetos para a casa (Lugli, 2014).

Em um mundo marcado tanto pela velocidade quanto por profundas transformações e crises de diversas ordens, a ilustração de moda refletiu, simbolicamente, uma busca por conforto e segurança ao recuperar as técnicas manuais de desenho e representação. Isso, em conjunto com o ressurgimento do interesse comercial de muitas marcas em ancorar a arte às suas culturas organizacionais, trouxe de volta à cena as tintas, os pincéis, a colagem, os papéis, entre inúmeras outras técnicas e ferramentas que haviam sido predominantemente substituídas pelas digitais no período anterior (Morris, 2007; Ting Zhao, 2018).

Já durante os anos 2010 houve uma crescente conscientização social sobre questões relacionadas à sustentabilidade. A moda, ao refletir essa nova condição, incorporou o discurso sobre a necessidade de práticas de produção mais éticas e transparentes, e o campo da ilustração de moda acompanhou esse processo.

Em 2020, por exemplo, a edição italiana da revista Vogue apresentou uma inovação significativa em sua edição especial de janeiro. Pela primeira vez em sua trajetória de cinquenta e cinco anos, a revista adotou exclusivamente ilustrações nas capas e em todas as suas páginas, em detrimento de fotografias. Segundo o diretor criativo dessa edição, ela foi estrategicamente concebida para promover a conscientização pública sobre a questão da sustentabilidade. Suas sete capas e todas as imagens que a compuseram foram confeccionadas por ilustradores consagrados e talentos emergentes, tendo sido elaboradas sem a necessidade de viagens, transporte de figurinos ou a geração de qualquer tipo significativo de poluição ou resíduos (Borrelli-Persson, 2020).

Mas o movimento em prol da sustentabilidade na moda transcende o âmbito ambiental, incluindo também a questão social. Essas mudanças tiveram um impacto significativo na representação da figura humana, que se afasta progressivamente do padrão de beleza irrealista que predominava em décadas anteriores (Morris, 2007). Do mesmo modo, é evidente que há a representação de uma maior diversidade de corpos, etnias, faixas etárias e identidades de gênero, em uma pluralidade de estilos, como indicam Golebuski (2009), Huang e Ren (2015) e Fonseca (2018). Ainda nessa perspectiva, é igualmente visível que o mercado da ilustração de moda seja caracterizado por um expressivo contingente de mulheres atuantes, em contraste com períodos anteriores, predominantemente dominado por figuras masculinas.

Também é relevante salientar que, na atualidade, as relações entre a ilustração de moda, a própria moda, o ilustrador e o público tornam-se mais complexas. Como explica Reis (2013), a contemporaneidade expõe uma nova dinâmica social em que a imagem se apropria do papel de pulverizar valores, estéticas e críticas sociais. A principal finalidade da ilustração de moda então ultrapassa os limites da representação visual que gera o acesso à informação e às novidades (como nos períodos de surgimento e consolidação), os da disseminação estética/artística (no seu apogeu) e até mesmo os da publicidade (no período de declínio). Da mesma maneira, a representação de estilos de vida, que foi a essência dos anos 1990, parece não ser tão focal quanto antes. Agora, ela reside, sobretudo, na articulação visual dos valores e dos discursos que ocorrem no movimento de comunicação que acontece na esfera da interpretação da moda, as quais envolvem questões estéticas, poéticas e discursivas (Reis, 2013).



O Quadro 4 apresenta a síntese da RBS:



	CONTEXTO		FUNÇÕES		CARACTERÍSTICAS			TECNOLOGIAS		PROFISSÃO
	Período	Condições sociohistóricas	Necessidade social	Propósito	Natureza	Representação	Valorização	Suporte	Técnicas	Ilustrador de Moda
SURGIMENTO	Século XVI	O surgimento da moda, da imprensa e das grandes navegações	Arrefecer a curiosidade por civilizações estrangeiras	Registro visual	Descritiva e mimética	Da indumentária	Da técnica	Livros de indumentária	Gravuras, águas-fortes e xilogravuras	Artista e artesão
CONSOLIDAÇÃO	1670 a 1850	A consolidação da moda como um sistema social e cultural, e a emergência de uma elite industrial	Saciar o desejo por novidades	Retratar o bem-estar que a moda podia proporcionar	Narrativa	Do bem viver	Do quantitativo	Primeiros periódicos de moda	Gravuras, águas-fortes e xilogravuras	Oficinas de profissionais anônimos
APOGEU	1850 a 1930	A Belle Époque: o progresso tecnológico e científico, a sede social pela moda e pela cultura do consumo	Arrefecer a sede social pela moda e pela cultura do consumo	Disseminação estética	Artística e promocional	De um ideal de consumo	Do artista/ilustrador	Revistas de moda de luxo	Litografia, cromolitografia e pintura por estêncil	Ilustradores consagrados
DECLÍNIO	1930 a 1980	A falência da alta-costura; a ascensão da fotografia; a democratização do consumo; a fragmentação da moda em uma multiplicidade de estilos; a valorização da cultura jovem.	Preservar os valores tradicionais relacionados à ilustração	Mercadológico	Publicitária	Do luxo	Da tradição artística	Mercado publicitário	Ilustração de moda perde espaço para a fotografia	Desprestígio profissional
RESSURGIMENTO	1980 e 1990	O crescimento econômico; o aumento da valorização da individualidade; a irrupção das novas tecnologias digitais	Individualizar o consumo	Expressão pessoal	Narrativa, exploratória e autoral	De estilos de vida	Da estética singular	Mídias digitais	Softwares gráficos	Ilustradores independentes
CONTEMP.	2000 até hoje	A democratização do acesso à informação; a ascensão das redes sociais, da IA e da <i>fast fashion</i> ; o agravamento das crises sociais e ambientais; as novas relações estabelecidas entre a sociedade, o consumo, a arte e a cultura.	Realizar trocas simbólicas	Articulação e materialização da esfera intangível da moda	Estética, conceitual e discursiva	De subjetividades	Das relações	Múltiplos suportes e usos	Técnicas tradicionais, digitais e alternativas	Anônimo digital

Quadro 4: Resultado 2 –A ilustração de moda ao longo da história ocidental



Conclusão

Como visto, o desenho de moda e a ilustração de moda compreendem duas esferas de expressão e representação gráfica que estão intrinsecamente relacionadas à Moda e ao Design de Moda, mas que apresentam diferenças distintas em termos fundamentais.

O desenho de moda é uma ferramenta utilizada por designers para visualizar, analisar e comunicar suas ideias, frequentemente como base para a fabricação de produtos de vestuário. Por outro lado, as ilustrações de moda podem ser compreendidas como produtos dos processos de design, pois configuram-se como um fim, e não uma ferramenta.

O Quadro 4 revela que as características da ilustração de moda passaram por adaptações ao longo dos séculos, em consonância com as condições tecnológicas e demandas sociais de cada época. Isso também se aplica à evolução da profissão de ilustrador. Assim, fica claro que ao longo do tempo houve um aumento significativo na diversidade de aplicações da ilustração de moda, assim como na variedade de meios nos quais ela pode ser incorporada.

Na contemporaneidade, por exemplo, mesmo que elas ainda estejam fortemente vinculadas à divulgação de marcas e coleções, sua atuação se torna mais diversificada do que nunca. Assim, com maior intensidade do que antes, a ilustração de moda compõe o cenário imagético cotidiano.

Ademais, é evidente que, ao longo do tempo, houve o aumento dos níveis de abstração na ilustração de moda, dado que o propósito primário de registro visual gradualmente passou a integrar elementos de maior complexidade e subjetividade.

Nesse movimento, é importante destacar que as transformações não ocorreram de maneira brusca ou permanente. Ao contrário, o que parece ter ocorrido é que, no desenrolar das mudanças contextuais e específicas, as funções e as características da ilustração de moda não são totalmente descartadas; diferentemente, a elas são acrescentados novos propósitos, que por sua vez ganham maior destaque naquele período. Com o passar do tempo, as funções e características mais antigas vão se descolando do montante acumulado, chegando ao ponto em que se pode dizer, por exemplo, que na contemporaneidade a função de registro visual já não está mais incorporada às ilustrações de moda.

Referências

ARBACH, Jorge. O discurso da ilustração. **A3**, Juiz de Fora, v. 01, n. 1, p. 46-47, out. 2011. Disponível em: https://www.ufjf.br/revistaa3/files/2014/02/small_youpublisher.com-183638-Revista_A3_01_46_47.pdf. Acesso em: 12 mar. 2023.

BLACKMAN, Cally. **100 Years of Fashion Illustration**. Londres: Laurence King Publishing, 2007.

BORRELLI-PERSSON, Laird. **Why Fashion Illustration Matters in the Digital Age**. Vogue, 2020. Disponível em: <https://www.vogue.com/article/why-fashion-illustration-matters-in-the-digital-age>. Acesso em: 04 fev. 2023.

DE GÓIS DUARTE, Carla Stephania. A ilustração de moda e o desenho de moda. **Modapalavra**, Florianópolis, v. 3, n. 6, p. 50-58, jul. 2010. Disponível em: <https://revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/view/7924>. Acesso em: 12 mar. 2020.

DONDIS, Donis A. **Sintaxe da linguagem visual**. São Paulo: Martins Fontes, 2007.



EDWARDS, Betty. **Desenhando com o lado direito do cérebro**. São Paulo: nVersos Editora, 2021.

GRAGNATO, Luciana. **O desenho no design de moda**. 2008. 85 f. Dissertação - (Mestrado) - Curso de Design, Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, 2008. Disponível em: < <http://www.anhembi.br/mestradosdesign/pdfs/luciana.pdf> > Acesso em: 10 jun 2013.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

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) - Curso de Design, Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho. Bauru, 2011. Disponível em: <https://repositorio.unesp.br/handle/11449/96260>. Acesso em: 01 dez 2020.

HALL, Andrew. **Fundamentos essenciais da ilustração**. São Paulo: Rosari, 2012.228p.

LUGLI, Daniele. A retomada da ilustração como um recurso para a construção de identidades na moda contemporânea. **Educação Gráfica**, Bauru, v. 18, n. 2, p.23-36, 2014. Disponível em:

https://www.researchgate.net/profile/Daniele_Lugli/publication/266475560_A_retomada_da_ilustracao_como_um_recurso_para_a_construcao_de_identidades_na_moda_contemporanea/links/5432e0920cf22395f29d3ae8/A-retomada-da-ilustracao-como-um-recurso-para-a-construcao-de-identidades-na-moda-contemporanea.pdf>. Acesso em: 20 jun. 2019.

MASTELINI, Fabíola. **Desenho de moda hoje: principais opções a serem aplicadas ao processo de desenvolvimento do produto**. 2016. 145 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Têxtil e Moda, Escola de Artes, Ciências e Humanidades, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016. Disponível em: <https://docplayer.com.br/44757621-Universidade-de-sao-paulo-escola-de-artes-ciencias-e-humanidades-programa-de-pos-graduacao-em-textil-e-moda-fabiola-mastelini.html>. Acesso em: 3 out. 2021.

MORRIS, Bethan. **Fashion Illustrator**. São Paulo: Editora Cosac Naify, 2007.

NOGUEIRA, Mônica Lopes. **Um lugar para a ilustração: entendendo o cenário de formação acadêmica do ilustrador brasileiro através do discurso dos atores envolvidos**. 2019. 185 f. Tese (Doutorado) - Curso de Design, Departamento de Artes e Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2019. Disponível em: https://www.dbd.puc-rio.br/pergamum/tesesabertas/1512199_2019_completo.PDF. Acesso em: 07 set. 2020.

REIS, Ana Paola dos. **Sentidos desenhados no intangível: um olhar sobre ilustração de moda e visualidades**. 2013. 109 f. Dissertação (mestrado) - Curso de Cultura Visual, Faculdade de Artes Visuais, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2013. Disponível em: <http://culturavisual.fav.ufg.br>. Acesso em: 10 jun. 2022.

RIEGELMAN, Nancy. **9 heads: a guide to drawing fashion**. 3.ed. Los Angeles: Nine Heads Media, 2006.

ROCHA, Lara Dahas Jorge. **Ilustração de moda: uma narrativa cronológica contextualizada**. 2018. 119 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Têxtil e Moda, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2018.

ROCHA, Lara Dahas Jorge; HELD, Maria Silvia Barros de. Ilustração de Moda: um panorama sobre sua origem. **Modapalavra**, Florianópolis, v. 12, n. 16, p. 92-116, Out 2019. Disponível em: <https://www.revistas.udesc.br>. Acesso em: 04 jan. 2021.

SANTOS, Aguinaldo dos et al. Revisão Bibliográfica Sistemática. In: SANTOS, Aguinaldo dos (org.). **Seleção do Método de Pesquisa: guia para pós-graduandos em design e áreas afins**. Curitiba: Insight, 2018. p. 01-228.



SCHEINBERGER, Felix. **Ser ilustrador: 100 maneiras de desenhar um pássaro ou como desenvolver sua profissão.** São Paulo: Gustavo Gili, 2019. 222 p.

SCHENK, Pamela. The role of drawing in the graphic design process. *Design Studies*, [s. l], v. 12, n. 3, p. 168-181, jul. 1991. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/0142694X9190025R>. Acesso em: 12 mar. 2023.

TING ZHAO. **Contemporary Fashion Illustration in China and Its Application in the Chinese Fashion Market with Special Reference to Chinese Elements.** 2018. 287 f. Tese (Doutorado) - Curso de Philosophy, Institute Of Arts, Design And Media, Birmingham City University, Birmingham, 2018. Disponível em: <https://www.open-access.bcu.ac.uk/7279/1/Volume%201%20-%20Text.pdf>. Acesso em: 15 jul. 2022.

ZEEGEN, Lawrence. **Fundamentos de Ilustração.** Florianópolis: Bookman, 2009.

Sobre os autores

Paula da Silva Hatadani

Doutora e Mestre em Design pela UNESP, especialista em Gestão do Design e graduada em Estilismo em Moda pela Universidade Estadual de Londrina. Professora do curso de graduação em Design de Moda e atual Chefe do Departamento de Design na UEL. Tem foco de pesquisa nas seguintes áreas: expressão e representação gráfica, ilustração de moda e desenho de moda, desenvolvimento de produto de moda, design de moda e ensino.

ORCID. <https://orcid.org/0000-0002-9895-8297>

Marizilda dos Santos Menezes

Doutora em Estruturas Ambientais Urbanas e Mestre em Tecnologia do Ambiente Construído pela USP, Especialização em Design de Environment e graduação em Arquitetura, pela Ecoles des Beaux Arts et Arts Appliqués de Nancy – França. Licenciatura em Desenho e Plástica pelo Centro Universitário Belas Artes de São Paulo. Editora da Revista Educação Gráfica. Docente do Programa de Pós-graduação em Design da UNESP. Atua em pesquisa na área de: design de moda, design de superfícies, expressão gráfica, design africano e afro-brasileiro.

ORCID. <https://orcid.org/0000-0003-4242-0698>

Maria Celeste Sanches

Designer Gráfica, Especialista em Moda, Mestre em Design (UNESP), Doutora em Ciências (Arquitetura e Urbanismo - USP) e Doutora em Diseño, Fabricación y Gestión de Proyectos Industriales (UPV- Espanha). Professora e pesquisadora no campo das metodologias de design, é autora de múltiplas publicações na área. Membro da Red Internacional de Investigación en Diseño Sistemico (rDis), do Grupo de Investigación Nebrija en Estudios Transversales en Creación Contemporánea (Universidad Nebrija) e do Grupo de pesquisa Design de Moda (CNPq – UEL).

ORCID. <https://orcid.org/0000-0002-0533-4793>