

MODA DIGITAL NO MUSEU: UM ENSAIO SOBRE AS EXPOSIÇÕES OCTA FASHION

Digital Fashion in the Museum: an essay on Octa Fashion Exhibitions

Moda Digital en el Museo: un ensayo sobre las exposiciones Octa Fashion

Amanda Queiroz Campos¹

Resumo: O artigo pretende explorar o impacto de uma exposição de coleções de moda confeccionadas virtualmente no espaço físico presencial de um museu. Para tal, o percurso metodológico que guiou esta pesquisa foi composto por estudo de caso (as edições 11 e 12 do Octa Fashion) e revisão bibliográfica sobre moda digital, virtualização da moda e a suposta dualidade real/virtual que fundamentou a discussão final. A moda digital é uma nova categoria no design de moda, possibilitada pelo desenvolvimento tecnológico na representação visual dos produtos de vestuário, especialmente na representatividade e capacidade de resposta dos tecidos nos corpos virtuais. Particularmente nos casos apresentados, é relevante indicar a exposição das coleções numa exposição audiovisual sediada num museu. Consequentemente, o presente texto problematizou não somente o lugar da moda e da tecnologia, mas também o futuro dos museus – tradicionalmente dedicados à exposição de arquivos, obras de arte e relíquias – revisitados com o potencial do digital; neste caso, especificamente a moda digital.

Palavras-chave: Moda Digital. Evento de Moda. Modelagem 3D. Comunicação de Moda. Museu.

Abstract: The article aims to explore the impact of an exhibition of fashion collections created virtually in the physical space of a museum. To this end, the methodological path that guided this research was composed of a case study (editions 11 and 12 of Octa Fashion) and a bibliographic review on digital fashion, virtualization of fashion and the supposed real/virtual duality that supported the final discussion. Digital fashion is a new category in fashion design, made possible by technological development in the visual representation of clothing products, especially in the representativeness and responsiveness of fabrics on virtual bodies. Particularly in the presented cases, it is relevant to indicate the exhibitions of the collections in an audiovisual exhibition based in a museum. Consequently, the present text problematized not only the place of fashion and technology but also the future of museums – traditionally

¹ PhD. Universidade do Estado de Santa Catarina, Florianópolis, Santa Catarina, Brasil. E-mail: amanda.campos@udesc.br; Lattes: <http://lattes.cnpq.br/9221231968758113>; ORCID iD <https://orcid.org/0000-0001-9291-2979>.

dedicated to the exhibition of archives, works of art, and relics – revisited with the potential of digital; in this case, specifically digital fashion.

Keywords: Digital Fashion. Fashion event. 3D Modelling. Fashion communication. Museum.

Resumen: El artículo pretende explorar el impacto de una exposición de colecciones de moda, creadas virtualmente, en el espacio físico material de un museo. Para ello, el camino metodológico que guió esta investigación estuvo compuesto por un estudio de caso (ediciones 11 y 12 de Octa Fashion) y una revisión bibliográfica sobre moda digital, virtualización de la moda y la supuesta dualidad real/virtual que sustentó la discusión final. La moda digital es una nueva categoría en el diseño de moda, posible gracias al desarrollo tecnológico en la representación visual de productos de vestir, especialmente en la representatividad y capacidad de respuesta de los tejidos en cuerpos virtuales. Particularmente en los casos presentados, resulta relevante señalar las exhibiciones de colecciones de moda en una muestra audiovisual con sede en un museo. En consecuencia, este artículo problematizó no sólo el lugar de la moda y la tecnología, sino también el futuro de los museos – tradicionalmente dedicados a la exhibición de archivos, obras de arte y reliquias– revisitados con el potencial de lo digital; en este caso, específicamente la moda digital.

Palabras clave: Moda digital. Evento de moda. Modelaje 3D. Comunicación de moda. Museo.

Introdução

O presente ensaio apresenta o caso de duas edições do Octa Fashion. O mesmo consiste no evento do curso de Bacharelado em Moda da Universidade do Estado de Santa Catarina (Udesc). Tradicionalmente organizado como desfile, foi consagrado como o maior desfile de moda autoral do estado de Santa Catarina e o maior desfile de conclusão de um curso de graduação de uma universidade de moda brasileira, sendo o maior evento da Udesc à comunidade externa. Este evento ocorre desde a primeira turma graduada em Moda, no ano de 2000 (cuja entrada data do ano 1996), ainda que sob outra alcunha. Devido sobretudo à pandemia do Covid-19 em 2020 e às inovações e à popularização da tecnologia de representação virtual do vestuário, as últimas edições do evento, exibiram as coleções de moda por meio da prototipagem digital dos *looks* desenvolvidos com uso do software Clo3D.

Especificamente a 11ª edição foi concebida como mostra audiovisual em um museu, inicialmente exposta no Museu da Escola Catarinense (Mesc) – espaço museológico da própria Udesc – entre os dias 03 e 30 de março do ano de 2023. Posteriormente, atendendo a convite da reitoria da Universidade, a exposição foi adaptada ao espaço da Galeria de Arte Ernesto Meyer Filho, na Assembleia Legislativa do Estado de Santa Catarina (Alesc). A exposição foi eleita pela Universidade para inaugurar a cooperação técnica entre a Alesc e a

Udesc em prol de aproximar a universidade da comunidade catarinense. Neste segundo espaço, o Octa ficou aberto ao público entre 17 de abril e 11 de maio de 2023.

A 12ª edição igualmente ocupou o espaço do Mesc, mais especificamente o espaço expositivo Mutações, na forma de exposição que combinou as coleções digitais em vídeo, um vídeo conceito exibidos em telas com materiais físicos disponível para contato direto do público visitante, incluindo 24 looks confeccionados manualmente. A exposição esteve aberto ao público inicialmente entre os meses de dezembro de 2023 e janeiro de 2024. Posteriormente, a convite do museu a mostra manteve-se em exibição até o dia 27 de fevereiro do ano de 2024.

Além de apresentar como estudo de caso as exposições digital – no caso do Octa Fashion 11 – e híbrida – no caso do Octa Fashion 12, para alcançar seus objetivos, procedeu-se revisão bibliográfica sobre moda digital, virtualidade e realidade na moda, discutindo a virtualidade e a digitalização dos artefatos. A moda digital pode ser concebida como vestuário criado totalmente no meio digital, fazendo uso de *softwares* de modelagem 3D, e exibida ao público por meio de *renderings* em realidade virtual e/ou aumentada. Mesmo com os processos de digitalização crescentes desde o final do século XX, a moda digital ainda é considerada uma nova categoria no design de moda. Sua assimilação e efetivação no mercado e na sociedade como um todo só foi possível em decorrência de desenvolvimentos tecnológicos em representação visual de produtos do vestuário, sobretudo aqueles concernentes à representatividade e à responsividade dos tecidos sobre os corpos virtuais (avatares) e em simulações de movimento.

Particularmente em relação aos casos adiante apresentados, mostra-se relevante indicar a apresentação das coleções em formato de mostra audiovisual no espaço físico de um museu. No caso do Octa Fashion 11, a transladação das passarelas para uma sala museológica e uma galeria de arte, levanta questões sobre os lugares da moda e da tecnologia. Igualmente, vale ponderar o futuro dos museus, tradicionalmente dedicados a exibir arquivos, peças históricas e relíquias, agora revisitado com as potencialidades do digital; neste caso, a moda digital, especificamente. Ainda, no caso da 12ª edição, vale discutir a adoção do formato híbrido e no

investimento da justaposição entre as peças confeccionadas artesanal e digitalmente, questionando as fronteiras entre o material e o imaterial e os novos limites da realidade.

Octa Fashion

Octa Fashion - Observatório de Culturas e Tendências Antecipadas – é o evento do Departamento de Moda da Universidade do Estado de Santa Catarina (Udesc) que apresenta ao público anualmente os novos criadores em moda e suas coleções. O evento consiste de um desfile e de exposições das coleções de formatura dos discentes do Bacharelado em Moda. Todavia o evento tomou proporções acentuadas, pois não somente leva ao público da área de moda (estilistas, empresários, jornalistas, produtores de moda, varejistas, etc.) novas tendências de moda e estilo, mas também envolve a comunidade geral num evento público e gratuito – constituindo um exitoso projeto de extensão, além de envolver diretamente as atividades de pesquisa e ensino.

Especialmente para o contexto acadêmico, o evento é parte do projeto político pedagógico do curso. As criações autorais reverberam os conteúdos e as vivências apreendidas durante todo o Bacharelado em Moda, curso que é característico por sua interdisciplinaridade. Especificamente o Octa Fashion consiste num projeto interdisciplinar que integra diretamente disciplinas das sétima e oitava (última) fases do curso de moda. Além das matérias orientadas à criação de coleções (Projeto de Coleção Autoral) na estrutura curricular, o Octa *Fashion* envolve aquelas orientadas ao desenvolvimento dos protótipos das suas coleções (nas áreas de ateliê de confecção e modelagem) e a própria organização do evento (na disciplina Coordenação de Evento de Moda). Ainda, há as cadeiras de Desenho de Coleção e Desenho de Book digital que aplicam a representação visual da coleção por meio do desenho manual e computacional.

Como apresentado na introdução deste texto, o evento do curso de Moda da Udesc acontece desde o ano 2000, mas em 2011 recebeu a alcunha Octa Fashion. Originalmente, o espetáculo foi concebido como desfile de moda; o qual teve lugar em diversos centros de eventos da cidade de Florianópolis, tais como o amplo Centro de Evento Luiz Henrique da Silveira, e alcançava público de mais de dois mil espectadores. Sua magnitude em estrutura, público e autoralidade das coleções apresentadas o consagrou como o maior evento de moda

autorial no Estado de Santa Catarina e o maior evento de exibição de coleções de formatura do país.

A partir dos anos 2020, devido à pandemia do Covid-19, o formato de desfile foi adaptado considerando especialmente a impossibilidade de realização das atividades letivas no espaço físico da universidade e a mandatória adequação dos conteúdos e práticas educacionais para a modalidade remota. Ao contexto, soma-se a tecnologia de moda digital com a prototipagem de peças do vestuário em *softwares* específicos, tal como o Clo3D que possibilitaram a confecção virtual das coleções de moda dos alunos. Tal confecção se deu de modo totalmente remoto em 2021 – com a realização de um desfile virtual transmitido via Youtube, também já citado na introdução – e em modo já presencial, mas mantendo o uso da tecnologia de moda digital com modelagem e animação em 3D do vestuário nos casos a serem explorados a seguir.

Moda Digital

Ainda considerada uma nova categoria no design de moda, o design digital torna-se cada vez mais realidade nas rotinas dos criadores, executores e compradores de moda. O termo moda digital foi cunhado pela primeira vez na indústria da moda no início do século XXI com a ascensão do comércio eletrônico (Fashion Network, 2010 *apud* Baek *et al.*, 2022). Evidentemente as necessidades de isolamento social decorridas devido à pandemia do Covid-19 intensificaram desenvolvimentos tecnológicos e, sobretudo, o acesso à digitalização da moda. Nesse contexto, popularizaram-se tecnologias como *smart clothes and fabrics*, inteligência artificial, realidade aumentada, impressão e escaneamento 3D.

Baek *et al.* (2022) conduziram uma revisão sistemática abrangente da literatura e definiram moda digital como “a criação, produção e representação virtual da identidade de alguém através do design gerado por computador” (*ibid.*). Esta definição abrange seis grandes temas relacionados à moda digital: design, estamparia, consumidores, corpo, virtualidade e cadeia de suprimentos. Um deles especificamente concernente a este ensaio, consiste no design de moda digital.

De acordo com os supracitados autores (*op. cit.*), o design de moda digital otimiza a produção de peças de vestuário físicas devido às etapas de design e ajustes operados em *software*, tais como o mais popular deles, Clo3D. A realização de tais processos se torna ainda

mais precisa por meio da digitalização das formas do corpo; o que por sua vez contribui para um adequado ajuste da peça, gradação de tamanhos dos moldes e para a criação, aplicação e encaixe de estampas nas peças. Esses avanços foram possíveis graças ao desenvolvimento na representação visual de produtos de vestuário, particularmente aqueles concernentes à representatividade e à responsividade dos tecidos sobre os corpos virtuais (avatares) e em simulações de movimento (ibid.; Boldt e Amorim, 2020).

A simulação em 3D da modelagem das roupas é uma das principais mudanças que impactam e impactarão o modo de criar, confeccionar, comercializar, consumir e descartar moda. A dita prototipagem virtual consiste na criação de roupas num ambiente digital, construindo a peça em *softwares* específicos para vestuário (Clo 3D, Style 3D) e renderizando uma imagem do seu avatar com a peça no caimento e texturas propostas. Todavia, mesmo que os programas variem em funcionalidades e interface, a ideia geral é de reproduzir a modelagem plana – bidimensional, “costurá-la” e “vesti-la” virtualmente num manequim também digital. Como na confecção física, a depender da escolha de modelagens, caimentos de cava e gancho, escolhas de tecidos, a peça assume um aspecto diferente.

De acordo com seu website, Clo3D é o programa líder no design de moda 3D que gera visualizações realistas de roupas virtuais usando tecnologias de simulação de ponta para a indústria da moda (Clo3D, s.d.). A empresa estabelece o padrão no mercado global através do seu algoritmo de simulação de tecidos de última geração e da integração digital completa de todas as etapas do design de vestuário (ibid.). Em pesquisas comparativas realizadas por Boldt (2018) e Macedo (2023), o *software* demonstrou funcionalidades que superam as de seus concorrentes como os diferenciais drapejamento interno (*internal drapping*), nível de atrito, taxa de resistência (*bucking ratio*), rigidez (*bucking stiffness*); deformação, tensão e mapeamento de ajuste, entre outros.

Um destaque marcante da prototipagem digital é a redução do desperdício de matérias-primas, roupas e tecidos. Baek *et al.* (2022) argumentam que protótipos digitais criados através de *software* de design avançado podem minimizar o número de amostras necessárias, economizando custos de produção e ambientais². Além disso, muitas empresas estão adotando softwares com o intuito de incentivar a produção sob demanda (ibid.). Esta mudança confere maior poder aos estilistas e designers, pois reduzem barreiras à entrada no mercado (Baek *et*

² De acordo com os autores, o texto original em inglês afirma “*digital prototypes created through advanced design software can minimize the number of samples required, saving production and environmental costs.*”

al. 2022) e permite que diferentes designers de moda levem os seus produtos aos consumidores finais com inovação, mas impacto ambiental reduzido.

Citada por Boldt e Amorim (2020), Katrin Ley (2020) destaca que além da redução do desperdício material, as tecnologias de prototipagem digital favorecem na agilidade dos processos, com redução de prazos de criação e desenvolvimento. Logo, dentre as características da moda digital, está a aceleração do tempo de confecção e aprovação de peças de vestuário (BAEK *et al.* 2022; BOLDT 2018; CLO3D, s.d.), o que corrobora com a aceleração da moda contemporânea. Rocamora (2018, p.66) afirma que

uma característica fundamental da modernidade [...] é a aceleração, que se intensificou na segunda metade do século XX com o advento das novas tecnologias. Tal intensificação também ocorreu no campo da moda, com as tecnologias informatizadas também desempenhando um papel central nesse processo³.

Logo, percebe-se a eficiência do recurso tempo, além do recurso material têxtil como atributos altamente valorizados da prototipagem digital, tornando a aplicação dessas tecnologias escolhas eficientes por partes dos criadores de moda. Portanto, ainda que a verossimilhança não satisfaça os aspectos táteis dos tecidos, do ponto de vista da simulação visual do caimento dos tecidos e da possibilidade da prova da peça por manequins virtuais, a aplicação das tecnologias de prototipagem 3D foi paradigmática no campo da moda. Além dos já referidos benefícios, é ainda importante indicar o aumento da eficiência, a simplificação dos fluxos de trabalho e a redução do impacto ambiental ocasionado pela indústria.

Este trabalho concerne especificamente ao recorte da comunicação de moda, implicando na apresentação das peças prototipadas digitalmente ao público no evento Octa Fashion. Sendo assim, o próximo tópico ambiciona considerar a virtualização da moda exibida, a recepção e a percepção do público frente às peças virtuais do vestuário e os limites entre o físico e o virtual.

Moda digital e virtualização do real

Azambuja *et al.* (2021, p. 1173) afirmam sobre os projetos de design contemporâneo que “cada vez mais, tecnologias digitais são usadas não somente como ferramentas para o

³ Texto original: “A key trait of modernity [...] is acceleration, which intensified in the second half of the twentieth century with the coming of new technologies. Such an intensification also took place in the field of fashion with computerized technologies also playing a central role in that process”.

processo criativo, integrando a etapa de desenvolvimento, mas também como produtos finais resultantes desse processo”. Isto implica que os sistemas CAD/CAM (*computer-aided design* e *computer-aided manufacture*) que já foram massivamente adotados pela indústria da moda em *softwares* de modelagem, gradação de moldes e encaixe digital (Lectra, Gerber, Audaces, Tukatech), máquinas de enfiar e corte a laser, estamperia digital. Outros, como a automatização de costura, vem sendo testada e lentamente adotada por algumas empresas de maior capital. Todavia, o principal salto para a moda digital tem relação com a prototipagem e simulação das peças de vestuário – objeto deste artigo.

A virtualização da prova de roupa e operação de ajustes iterativos nos protótipos digital constitui-se como um processo desmaterializado, já que cada uma das versões de prova não é confeccionada no plano físico, com tecidos, costuras e aviamentos materiais. Mas, para além da aplicação dos softwares de design digital em 3D alcançam não somente meios para a finalidade da produção física de artefatos (roupas) mais eficientes, mas também se tornam um fim em si, com a utilização das criações virtuais para a comunicação das marcas e produtos e até mesmo para seu “consumo” (ao vesti-los) em ambientes virtuais – os quais podem ser designados como espaços virtuais de informação (SANTAELLA, 2013).

A entrada nesses espaços virtuais desmaterializados constitui, já desde os anos 2000, um campo que recebe atenção de pesquisadores de diferentes áreas; tais como filosofia, design, comunicação, antropologia, sociologia, tecnologia da informação, gestão do conhecimento, etc. Particularmente no campo da moda, há uma preocupação referente ao desafio de sua tradição na comercialização de objetos físicos, ou seja, de peças de roupas para vestirem corpos físicos e suas qualidades, além de estético visuais, especialmente táteis. Sem um produto físico para ser trocado, o que ocorre é uma transação de informação digital (MCCONAGHY *et. al. apud* AZAMBUJA *et. al.*, 2021). Todavia, a recepção e a percepção pública das peças de moda feitas virtualmente alcançam maior aceitação e curiosidade. Assim, as propostas que colocam os caminhos da moda virtual e a dita “real” em oposição são percebidas como simplistas e reducionistas.

O estudo realizado sobre eventos de moda durante a pandemia do Covid-19 (Campos, 2022), evidenciou a proposta híbrida que combinou uma apresentação em suportes físicos de mídias digitais, como foi o caso da edição *phygital* (estrangeirismo que une as palavras *physical* – físico – e digital) de novembro de 2020 da SPFW. De acordo com Sena (2023, p.4), “a dissolução da fronteira entre o virtual e o real é cada vez mais presente, e as

atividades humanas estão contínua e progressivamente mais conectadas e interligadas entre esses dois mundos”, não havendo, portanto, um limite intransponível entre eles. Sendo assim, estudos contemporâneos abordam o hibridismo ou hibridização como caminho para os fenômenos contemporâneos característicos pelo entrecruzamento de mídias e textualidades diversas – neste caso, entre o real e o virtual.

O hibridismo é defendido por Bhaba (2003), como mudança paradigmática contemporânea, ocupando o espaço entreposto entre uma afirmação da plenitude e a ansiedade gerada pela sua falta, pela ausência, pela diferença, conectando a ligação entre o real e o digital. Pesquisas no âmbito do design corroboram que o hibridismo é próprio e indissociável aos processos criativos e que amplia as formas de criação e expressão (MOURA, 2005). Isso, pois ele possibilita a articulação complexa entre “textos culturais provenientes de diferentes linguagens” e sua transformação mútua e conjunta, reverberando em aspectos as relações entre a tradição e a contemporaneidade em novas criações (HENRIQUES *et. al.* 2017, p. 201).

Segundo pesquisa realizada por Rodrigues, Machado e Santana (2023, p. 19), a concepção de hibridismos de Bhabha é influenciada pela teoria de Bakhtin e compreende o conceito partir da esfera do discurso, ou seja, como encontro de duas consciências linguísticas em um mesmo enunciado. Os mesmos autores citam Bruno Latour (1994 *apud* RODRIGUES, MACHADO E SANTANA, *op.cit.*), propondo a visão do antropólogo ao considerar o hibridismo entre sujeito e objeto – para ele, entre humano e não-humano.

[Latour] pressupõe que humanos e não-humanos são complementares e as relações sociotécnicas advindas desse processo não se dão somente pela articulação de indivíduos, mas também por meio de uma rede constituída em paralelo com a integração entre sujeito e objeto, e não pela separação deles. [...] Há assim, constantes e complexas simbioses que se ampliam e se fortalecem numa sociedade eminentemente marcada pelas tecnologias, pela Internet, pela inteligência artificial, pelas redes de computadores, onde cada vez mais, o virtual se confunde com o real. Nesse processo, o humano se hibridiza com o não-humano, ou seja, o sujeito se hibridiza com o objeto (Ibid, p.19).

No contexto da cibercultura, o conceito de hibridismo ganha destaque, uma vez que corresponde às culturas e comunicação contemporâneas, caracterizadas por linguagens, signos e mídias múltiplas e interconectadas, das quais emergem novas formas de relação – entre os sujeitos, sujeitos e objetos e objetos entre si. Isto, pois “não há significações independentes dos objetos” (SANTOS, 2006 *apud* RODRIGUES, MACHADO E SANTANA, 2023, p.14).

Assim, o ciberespaço é o espaço de comunicação comunitário resultante dessa inteligência coletiva, interativo e em simbiose transformando informação em conhecimento.

Uma pleitora de pensadores da tecnologia e virtualidade percebem as tecnologias não são meras ferramentas, mas como constroem em rede novas experiências e sociotécnicas (LATOURE, 2019; LÈVY, 1999; SANTAELLA, 2007; SANTOS, 2006, *et al.*). Isto é, influenciam e são influenciadas em redes complexas de informação, transformação e comportamento. No contexto da moda, podemos também levantar questões em função da constituição de conhecimento e da criação cujas transformações conferem complexidade às ideias de autoralidade, criatividade e inventividade. Os desenvolvimentos tecnológicos apresentam possibilidades – mais eficientes, sustentáveis, flexíveis –, sua correlação com saberes consolidados enriquece o conhecimento e a criação, os quais ganham dimensão multidimensional.

No contexto de criação de produtos de moda, a interação entre os projetos dos diretores criativos e estilistas, as possibilidades do *softwares*, a biblioteca coletiva disponibilizada em rede, além da sobreposição de informações textuais, visuais, etc. abre potentes e exponenciais caminhos para o setor. O mesmo não seguirá percurso um único e definitivo, uma vez que cada escolha é, em si mesma, uma ação criativa e criadora e potente.

Octa Fashion 11: Ciclos

Pela primeira vez o Octa Fashion adotou uma versão expositiva. As passarelas dos desfiles de moda foram transladadas para a sala de um museu. A 11ª edição do Octa Fashion diferiu de todas as demais até então. Sua antecessora, a 10ª edição apresentou ao público um *fashion film* que conjugou um desfile virtual a um documentário. Tal edição requereu adaptações no formato do evento, na materialidade das coleções e, mormente, na organização do próprio evento. A peça audiovisual apresentou narrativa híbrida, combinando um vídeo conceito, os desfiles das coleções em 3D e em trechos de depoimentos de agentes envolvidos no projeto.

No ano 2023, voltou-se a uma marcação no espaço-tempo, sem com isso abandonar por completo a virtualidade. As coleções de moda continuaram sendo virtuais, no entanto o evento volta a adquirir materialidade, explorando os limites entre o físico e o digital (o acima referido *phygital*). O Octa Fashion 11 tomou lugar no Mesc, um edifício histórico que “foi originalmente construído para abrigar a Escola Normal Catharinense, no final do século XIX”

(MESC, 2019). Neste espaço histórico, além de exibir os resultados das coleções de moda, buscou-se desvelar ao público o “fazer moda”, frequentemente omitido em prol da apresentação espetacular e encantadora. O tempo acelerado que consagra um desfile de moda é marcado pela intensidade de um presente fugidío. Seu imediatismo não pretende revelar seu longo processo de incubação. Mas investe, assim como “a última moda”, no clímax intenso e sedutor do seu lançamento: no breve instante entre o passado e o futuro pelo qual estende-se seu ciclo. À contramão, expôs-se um resumo do que é o longo e laborioso processo de criação e desenvolvimento de coleções autorais.

Figura 1 – Vista geral da exposição



Fonte: Hermínio d'Ávila, 2023

“Ciclos” constituiu a temática que guiou cada uma das coleções apresentadas. Entre as paredes da sala expositiva se fez visível os diferentes tempos de uma coleção de moda, sendo o espaço formatado em tríade. Sua primeira “cápsula” abordou o tempo passado. Evocou o histórico do Octa Fashion das 10 edições passadas por meio de texto e imagens. A capsula seguinte foi dedicada ao tempo do processo. Um painel textual apresentou o tema “ciclos” e uma tela de vídeo (televisão) exibiu um documentário em vídeo, cujo objetivo foi dar voz às muitas cabeças e mãos que participaram e viabilizaram a 11ª edição. Ainda

referente aos processos de criação, fotos de seus traços (desenhos), seus alinhavos (costuras), suas montagens (*moodboards*) compuseram a mostra (Figura 2).

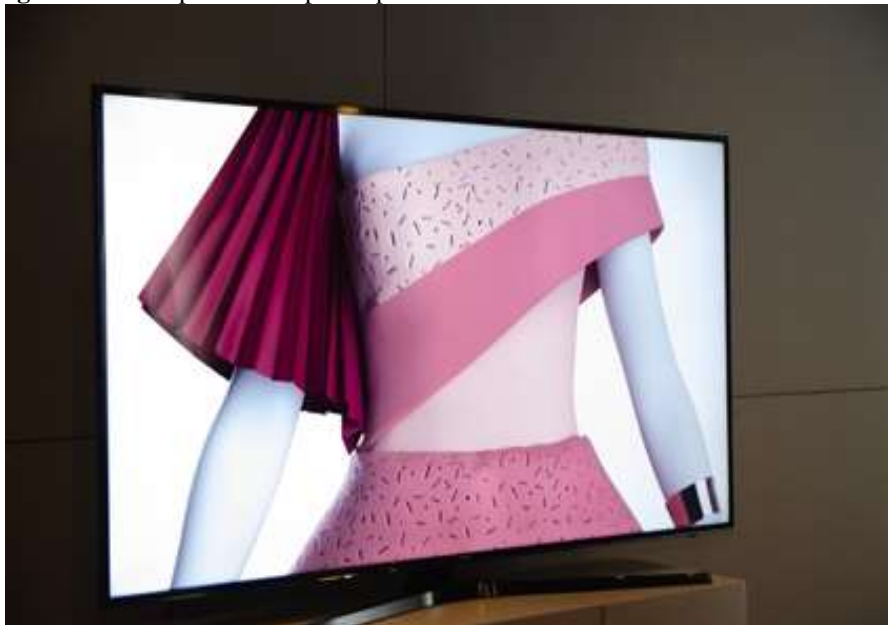
A terceira e última cápsula da exposição deteve o resultado das criações: as 38 coleções prototipadas digitalmente. Tais coleções assumiram visualidade através de vídeo e painel. O vídeo foi projetado como mostra das coleções, com vinhetas animadas que exibiam dois *looks* de cada coleção, o nome da coleção e o nome do aluno criador (Figura 3). Por aproximação estética, as coleções foram organizadas em três ciclos. Os mesmos *looks* foram dispostos em painel (Figura 1) que ocupou duas amplas paredes da exposição. Além das coleções prototipadas digitalmente, foram inseridos *QR codes* que direcionavam às páginas criadas pelos alunos para apresentar publicamente suas coleções.

Figura 2 – Imagens dos processos criativos



Fonte: foto de Hermínio d'Ávila, 2023

Figura 3 – Exemplo de *look* prototipado virtualmente exibido durante o Octa Fashion



Fonte: coleção de Kamille Vieira, foto de Hermínio d'Ávila, 2023

A parte final da exposição foi pensada para apresentar a Octa Mag, revista do evento, e seus editoriais (Figura 4), uma vez que a comunicação também constitui profícua área de atuação do profissional de moda. Portanto, foi relevante expor imagens de editoriais de moda bem como disponibilizar versões impressas da revista a serem levadas pelos visitantes da exposição. A Octa Mag serviu como meio de decompor o tempo, representando passado, presente e futuro: capturou o passado de um processo criativo, o presente de sua materialidade e o futuro daquilo que se tornará uma memória. Ao levar uma edição para casa, espera-se que o conteúdo da revista Octa Fashion seja revisitado e reinterpretado em ciclos, ininterruptamente.

Figura 4 – Visitante folheia revista Octa Mag na abertura da exposição



Fonte: foto de Hermínio d'Ávila, 2023

Octa Fashion 12

No mesmo ano de 2023, no mês de dezembro, o Mesc recebeu a 12ª edição do Octa Fashion. Esta edição recebeu como tema “Inefável” e buscou desvendar o tema em diferentes vertentes. “Inefável” é o adjetivo que busca descrever algo impossível de ser expresso através de palavras. O Inefável é indescritível, inenarrável e inebriante. Mais uma vez com a possibilidade de realizar uma exposição, esta edição mais recente investiu na força da presença física, exibindo além de 51 looks digitais editados em um desfile virtual, 25 looks tangíveis que foram exibidos em manequins (Figura 7). O conceito buscou explicitar as possibilidades da tecnologia entre autoralidade, fisicalidade e virtualidade, explorando diálogos híbridos.

O Octa 12 foi disposto para apresentar um ateliê de moda e interativamente desvendar os processos de criação em moda. Por entre linhas de costura, moldes e régua, imagens, livros, canetas e lápis de colorir, exibiu-se os processos de ideação, refinamento e realização de uma coleção de moda. A primeira sala demonstrou os processos de modelagem plana em uma de suas paredes. Noutra foram construídos painéis visuais com imagens inspiradoras, esboços e colagens desenvolvidas pelos alunos como referências para as suas coleções. Ao centro, sobre uma mesa constavam materiais de desenho, cadernos (*books*) que registraram as coleções dos criadores em exposição e os processos de criação das mesmas – todos

disponíveis para serem folheados pelos visitantes (Figura 5). A parede ao fundo apresentou um *fashion film* conceitual, construído pela equipe e pelo diretor criativo e *film maker* contratado, em prol de expressar o tema “Inefável” e suas possíveis interpretações.

Figura 5 – books de coleção manuseados na exposição



Fonte: fotos de Victor Hugo Milech, 2023

Figura 6 – Vista dos looks digitais em pranchetas



Fonte: foto de Victor Hugo Milech, 2023

Na segunda sala, expôs-se o desfile virtual e pranchetas dos looks digitais de cada formando, buscando proporcionar uma intertextualidade entre o digital e o impresso, entre a mostra virtual e sua fixação na parede, na prancheta, no papel (Figura 6). As coleções ganharam movimento no desfile virtual exibido em tela de TV 75” ao fundo da sala. Ainda na mesma sala, deu-se destaque às fotografias dos editoriais de moda que compuseram a revista correlata ao evento, Octa Mag. A revista traz um olhar conceitual sobre quatro subtemas: linguagens, arte, territorialidade e moda. É um trabalho que envolveu a pesquisa de temas e de referências, o desenvolvimento de diretrizes criativas, a filtragem de ideias e a definição da linha artística a ser tomada. Seu resultado traz propostas imagéticas inovadoras, repletas de elementos que montam composições visuais impactantes aos olhares curiosos.

Em relação à precedente mostra, as peças de roupas confeccionadas e dispostas em manequins de modelagem (bustos) foram o ponto chave que conferiu tridimensionalidade e intensificou a experiência desta 12^a edição. Os looks físicos estavam presentes em ambas as salas, organizados por coerência estética, mas proporcionando que cada visitante as percorresse e percebesse na ordem desejada (Figura 7). Assim, no vai-e-vem entre os diferentes modelos, na pausa para assistir ao vídeos, no retorno aos cadernos e às imagens referência, cada visitante pode alinhar sua visita de forma independente, não em costura reta, maquinal e contínua, mas seguindo uma rota aberta, sem um arremate predestinado.

Figura 7 – Visitantes assistem ao desfile virtual junto aos *looks* físicos



Fonte: acervo pessoal, 2023

Discussões

Octa Fashion representa um projeto de ensino interdisciplinar de sucesso que culmina a formação de graduados em Moda por meio da integração da sétima e oitava fases do curso. Além disso, o seu papel na divulgação de informações de moda torna-o uma valiosa iniciativa de extensão universitária. Vale destacar que a 11ª edição foi selecionada pela Coordenação de Cultura e Pró-Reitoria de Extensão, Cultura e Comunidade (Proex) da Universidade como evento de abertura do acordo de cooperação técnica entre Udesc e Assembleia Legislativa do Estado de Santa Catarina (Alesc) – local que atrai um público diversificado, incluindo deputados estaduais, deputados, público em geral, estudantes visitantes e turistas – em abril de 2023.

Enquanto instituição universitária, entende-se que a moda digital é uma tendência a ser adotada desde a criação, envolvendo desde o desenvolvimento de protótipos até a comunicação de moda. O Departamento de Moda da Udesc demonstrou pioneirismo ao adequar as coleções de conclusão de curso ainda durante o período de isolamento social, no ano de 2021, realizando como a 10ª edição do Octa Fashion o maior desfile virtual da América Latina até o momento. A mostra pôs em cena 74 *looks* prototipados digitalmente e editados em formato inovador que combinou as modalidades de desfile, *fashion film* e vídeo

documentário – sendo exibido em transmissão simultânea pela plataforma Youtube. Desde então, mesmo com o retorno das atividades letivas presenciais a confecção virtual de ao menos um dos *looks* da coleção de conclusão de curso dos discentes do Bacharelado em Moda foi mantida.

No ano de 2024, a Universidade adquiriu o programa Style3D, um *software* de moda digital em 3D, e provê treinamento para o corpo docente, de modo que já a partir deste mesmo ano o programa seja gradativamente utilizado também pelos discentes. Além da justificativa da inovação tecnológica e a preparação para um mercado de trabalho que rapidamente assimila a prototipagem digital, igualmente se pode afirmar que a confecção digital do vestuário é profícua quanto à sustentabilidade. Logo, faz-se imprescindível indicar o impacto ambiental reduzido na aplicação da tecnologia 3D, uma vez que é mais sustentável que a produção física de protótipos e peças pilotos, uma vez que digitalmente os ajustes nas peças projetadas ocorrem por meio de ações de edição simples e praticamente instantâneas e não geram resíduos têxteis.

A exibição de coleções de moda prototipadas digitalmente como vitrine audiovisual permite a integração do público em geral com os meios digitais, proporcionando uma exposição de peças virtuais em 3D. Da mesma forma, a sua disponibilização no Youtube tem o potencial de tornar o design de moda acessível a um público mais vasto. Do ponto de vista educacional, a utilização de *software* de modelagem e representação em 3D e a exposição a práticas de prototipagem de vestuário permitem aos alunos adquirir novas competências e conhecimentos neste campo em evolução do design de moda. Esta experiência também serve para preparar os alunos para futuros trabalhos neste setor, que depende cada vez mais de tecnologias digitais para prototipagem e produção.

Igualmente, a inserção de práticas com ênfase em tecnologia tenciona para a sua articulação e crítica teórica, problematizando o espaço e a ação da tecnologia junto às práticas de criação e geração de conhecimento por parte dos docentes e discentes. Além de fazer parte do processo criativo e do desenvolvimento dos protótipos (produtos), os desenvolvimentos em *software* de moda 3D envolveram igualmente a produção do evento Octa Fashion – tendo como resultado exposto os vídeos do desfile digital, os looks confeccionados virtualmente e que foram impressos na revista e para a exposição. A dinâmica de imprimir em papel e afixar

em pranchetas nas paredes de um museu histórico as imagens digitais das coleções levanta fricções teóricas relevantes sobre esta e outras associações complexas características do hibridismo ao qual somos contemporâneos.

As duas derradeiras edições do Octa Fashion, sediadas num espaço museológico, tiveram como objetivo desafiar a compreensão clássica dos museus como templos dedicados à exposição de arte e coleções históricas. Segundo o Museu da Escola Catarinense (2019), os museus devem servir como local de fruição, devaneio e evocação do imaginário, cruciais para desenvolver o pensamento crítico, reforçar e nutrir energias e vislumbrar o futuro. Isto é particularmente relevante para a moda digital, que é impulsionada pela aceleração dos meios de comunicação virtuais e da Internet, e pelo valor crescente atribuído ao imediatismo e às experiências em tempo real. Octa Fashion 11 desafiou esta tendência ao convidar os espectadores a contemplar lentamente o futuro, desafiando a natureza acelerada da indústria da moda. Por sua vez, a 12ª edição da exposição adotou uma abordagem híbrida, mesclando o mundo digital com o físico, alinhada à paisagem dinâmica da moda contemporânea – multidimensional, simbiótica e híbrida.

Referências

AZAMBUJA, Manuela; HENRIQUES, Fernanda; MIGUEL, Luis dos Santos; BAGHIM, Ciro Bortolucci. A desmaterialização da informação de moda: um estudo de caso de “The Fabricant”. In: Kelli C.A.S. Smythe, Rafael de Castro Andrade (orgs.) **Anais do 10o CIDI e 10o CONGIC**. Sociedade Brasileira de Design da Informação – SBDI; Curitiba: 2021. Disponível em: <https://pdf.blucher.com.br/designproceedings/cidiconcic2021/090-355387-CIDI-Tecnologia_ac.pdf>. Acesso em 14 mar. 2024.

BAEK, E., HAINES, S., FARES, O. H., HUANG, Z., HOND, Y., LEE, S. H. Defining digital fashion: Reshaping the field via a systematic review. **Computers in Human Behavior**, v.137, n.107407. dez, 2022. pp.1-16. Disponível em: <<https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107407>>. Acesso em: 14 de jul. 2023.

BHABHA, Homi. **O local da cultura**. Belo Horizonte, Editora UFMG, 2003.

BOLDT, Rachel Sager. **Contribuições dos sistemas CAD 3D no processo de validação do produto de moda**. Dissertação de Mestrado em Design e Marketing de Produto Têxtil, Vestuário e Acessórios. Universidade do Minho. Disponível em: <<https://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/60182>>. Acesso em: 02 fev. 2024.

CAMPOS, A. Q. Fashion events during the Covid-19 pandemic: the experience of digital OCTA Fashion. **Convergences – Journal of Research and Arts Education**. v.15, n.30, nov.

2022, pp. 23-34. Disponível em: <<https://doi.org/10.53681/c1514225187514391s.30.132>>. Acesso em: 02 fev. 2024.

CLO 3D. n.d. **Clo | 3D Fashion Design Software**. Disponível em: <<https://www.clo3d.com/en/>>. Acesso em: 09 mai. 2023.

HENRIQUES, Fernanda; MARGADONA, Laís Akemi; GADOTTI, Marcella. O pensar híbrido contemporâneo no design e na fotografia: diálogos entre o artesanal e o digital. **Revista Educação Gráfica**, v.21, n.1, abr. 2017. Disponível em: <<https://doi.org/10.5151/despro-ped2016-0299>>. Acesso em 14 mar. 2024.

LATOURE, Bruno. **Jamais fomos modernos**: ensaio de antropologia simétrica. São Paulo: Editora 34, 2019.

LÈVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

MACEDO, Beatriz Martins. 2023. **Avaliação do potencial de desenvolvimento de coleções de moda com recurso à tecnologia CAD 3D - estudo de caso CLO 3D**. Tese de doutorado. Universidade do Minho. Disponível em: <<https://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/83000>>. Acesso em 30 jan. 2024.

MESC. 2019. **Plano Museológico** · Museu da Escola Catarinense · MESC/UEDESC · 2020 | 2025. Disponível em: <http://www1.udesc.br/arquivos/id_submenu/2318/plano_museologico_mesc_2020.2025.pdf>. Acesso em 15 jan. 2023.

MOURA, Mônica. Design contemporâneo = cultura digital + linguagem + hibridismo. In: Congresso Internacional de Pesquisa em Design Brasil, v.3, 2005, Rio de Janeiro. **Anais**, Rio de Janeiro: 2005.

ROCAMORA, Agnes. New fashion times: Fashion and digital media. pp. In: BLACK, Sandy; DE LA HAYE, Amy; ENTWISTLE, Joanne; ROCAMORA, Agnes; ROOT, Regina; THOMAS, Helen (ed.). **The Handbook of Fashion Studies**. p.61-77. London/New York: Bloomsbury Publishing, 2013.

RODRIGUES, Márcio Silva; MACHADO, Cristiane Brito; SANTANA, Camila Lima. Hibridismo, cibercultura e educação. **Video Journal of Social and Human Research**, p. 15-28, 2023. <https://doi.org/10.18817/vjshr.v2i2.30>

SANTAELLA, Lucia. **Culturas e artes do pós-humano**: da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus, 2013.

SANTAELLA, Lucia. **Linguagens líquidas na era da mobilidade**. São Paulo: Paulus, 2007.

SANTOS, Milton. **A natureza do espaço**: técnica e tempo, razão e emoção. 4. ed. São Paulo: EDUSP, 2006.

SENA, Taisa Vieira. Moda na era digital: explorando as tendências do metaverso, NFTs e sustentabilidade. **Revista de Ensino em Artes, Moda e Design**, Florianópolis, v. 7, n. 2, p. 1-26, 2023. DOI: 10.5965/25944630722023e3530. Disponível em: <https://www.revistas.udesc.br/index.php/ensinarmode/article/view/23530>. Acesso em: 14 mar. 2024.

Agradecimentos

O Octa Fashion 11 foi financiado pela Emenda Parlamentar nº 935/2020 outorgada pela Deputada Luciane Carminatti e vinculada à Secretaria de Estado da Educação. Já a edição de número 12 foi custeada pela Universidade do Estado de Santa Catarina. Toda a realização envolve o corpo docente, discente e técnico do Bacharelado em Moda e do Centro de Artes, Design e Moda da Udesc.

Recebido em: 28 de março de 2024

Aceito em: 17 de junho de 2024
