

• Unda POPP • Doina LUCANU • Ioana Sanda AVRAM •  
• Liliana Țuroiu UDREA • Răzvan VASILESCU •

**prefață** Doina BERCHINĂ

# MODA

CERCETARE  
ARTĂ  
INDUSTRIE

**EMI**





**.Europolis.Sculpture  
Experiment.Ciocolata  
Fashionology.Grasia  
on.Grădina Hesi  
y.Lyrics.Modatime  
nter Moods.Zidul  
eral Splendor.K  
e iau metroul.R**

# MODA

CERCETARE  
ARTĂ  
INDUSTRIE



Centrul de Cercetare de Cultură a Modei  
**EVENIMENT MODĂ IMAGINE EMI**

Coordonator principal:  
prof. univ. dr. **Unda POPP**

Consiliul științific - Membri:  
conf. univ. dr. **Doina LUCANU**  
lect. univ. dr. **Liliana Țuroiu UDREA**  
lect. univ. drd. **Ioana AVRAM**  
asist. univ. **Răzvan VASILESCU**

Secretar științific:  
asist univ. drd. **Sergiu CHIHAIA**

Asistent (secretariat):  
**Oana Roșca DUMITRU**

Referent științific:  
**Ileana BÂLDESCU**

str. Griviței nr. 28, sect. 1, București  
<http://emi-unab.blogspot.com/>  
[emi.unab@yahoo.com](mailto:emi.unab@yahoo.com)

Autori: **Unda POPP, Doina LUCANU, Ioana Sanda AVRAM,**  
**Liliana Țuroiu UDREA, Răzvan VASILESCU**

Prefață: **Doina BERCHINĂ**

Credit fotografii: arhiva Departamentului Modă din cadrul UNAB

Concepție și realizare grafică: **Romana & Bogdan MATEIAȘ**

Editura UNArte, București, 2010

**MODA Cercetare Artă Industrie**

ISBN 978-973-1922-82-9

Universitatea Națională de Arte din București Facultatea de Arte Decorative și Design Departament Modă

▪ Unda POPP ▪ Doina LUCANU ▪ Ioana Sanda AVRAM ▪  
▪ Liliana Țuroiu UDREA ▪ Răzvan VASILESCU ▪

Prefață Doina BERCHINĂ

# MODA

**CERCETARE  
ARTĂ  
INDUSTRIE**





# CERCETAREA ÎN MODĂ

## UN DEMERS NECESAR

**Doina BERCHINĂ**

jurnalist și promotor de modă

Este posibilă și utilă o cercetare istoric-științifică a modei? În mod sigur, da.

Ultimii 20 de ani au adus schimbări importante în legătură cu abordarea fenomenului *fashion*, atât în ceea ce privește raportarea la el, a publicului larg, sau comentarea acestuia de către jurnaliști, cât mai ales, cum era și firesc, studierea în cadrul învățământului universitar. Față de începutul anilor '90, când structurile de organizare în sistemul modei autohtone erau încă funcționale, însă ineficiente în fața noilor provocări, astăzi suntem destul de departe, dar, din păcate, de loc în situația de a vorbi despre o reală coagulare a tuturor factorilor implicați într-un mecanism asemănător celor occidentale.

Schimbările intervenite în organizarea societății românești acum două decenii au scăzut din importanța unor vechi structuri de cercetare și influențare a producției de confecții sau a modei, în general, de la noi. Primul plan al scenei creației vestimentare a fost vremelnic și zgomotos ocupat în acei ani de către oameni provenind din alte domenii de activitate sau foste manechine, care au devenit consilieri pentru cei dornici să investească într-un domeniu plin de valențe spectaculare, cu un serios potențial de promovare de imagine, ori ele/ei înșiși – patroni de ateliere. Foștii specialiști în analize de tendințe au fost oarecum marginalizați, iar învățământul de profil a intrat într-o

benefică perioadă de reorganizare. Paralel cu școlile de stat au apărut și o serie de inițiative particulare, de formare de cadre. Convulsiile prin care trecea presa acelei perioade au lipsit acest domeniu de creație de o corectă reflectare, iar invadarea pieței cu produse îndoielnice, de import, a pus în dificultate industria autohtonă (care s-a repliat în lohn), dar mai ales pe micii întreprinzători, care ar fi dorit să înlocuiască prin propriile lor noi firme, vechile Case de Modă ale cooperației.

S-au autointitulat creatori de modă oameni cu pregătiri diferite, au ieșit la rampă cu propuneri discutabile și au cucerit o mare parte din public, pe fondul unei lipse acute de informație în domeniu. Apariția primelor reviste *glossy*, către sfârșitul anilor '90, a asigurat mediatizarea acestei categorii, la început într-o manieră strict

comercială... Apoi s-a realizat treptat și o selecție valorică, ce a lăsat promovarea respectivei categorii pe seama tabloidelor, foarte eficiente, de altfel.

Manifestarea numită **Magia Modei**, apărută în 1992, își propunea pe de o parte promovarea tinerilor creatori, cu precădere a celor proveniți din zona învățământului universitar de specialitate, și pe de altă parte stimularea comentariului de modă avizat. De-a lungul celor 10 ediții, în acest cadru au fost remarcați mulți dintre creatorii ce au dobândit între timp consacrarea, precum și o serie de condeie, care căutau o minimă perfecționare în această direcție. Retrospectiv, putem aprecia că cea mai reușită ediție **Magia Modei** s-a dovedit a fi cea la care spectacolul a fost susținut de o întreagă grupă de studenți ai Universității Naționale de Arte, condusă



de Unda Popp, care pe atunci experimenta, cu valoare de unicat, *performingul de costum* în România (1998). Cam în aceeași perioadă a luat naștere, în mod organizat pentru expunere, și nucleul de bază al colecției vestimentare Adina Nanu, care de-a lungul anilor a constituit un prețios material documentar, nu doar pentru studenți, ci pentru toți cei interesați.

Apariția Festivalului de modă de la Iași a permis debutul, la un nivel de certă ținută, pentru un număr important de studenți și absolvenți ai facultăților de modă, de la București și din alte câteva mari orașe ale țării. Moda de calitate a început să aibă din ce în ce mai multă vizibilitate și priză la public. Valoarea Festivalului chiar a crescut de la an la an, prin participarea acestor talentați tineri, serios pregătiți în unități școlare acreditate și de prestigiu.

Astfel că putem vorbi astăzi, de o categorie aparte de activitate de creație și în România: **designul vestimentar profesionist**. Paralel cu acesta au apărut și alte profesii, legate de universul *fashion*. Iar la nivelul comentariului de modă, acum se face ceva mai limpede distincția dintre ha-ină și costum, dintre spectacolul de modă și evenimentul monden. Interesul constant arătat de media, ca și de publicul larg, față de tot ceea ce ține de universul actual al modei obligă la delimitări clare față de diletantism și de amatorism.

Drumul nu a fost deloc simplu, nici în cadrul Universității de Artă din București. În fostul Institut de Artă Nicolae Grigorescu, într-un anumit moment de deschidere ideatică și politică (anii '70) a fost înființată specializarea Modă, ca un suport pentru preconizata dezvoltare a industriei

confecțiilor, din țara noastră. Și în timp ce la Iași urma să fie pregătită resursa umană tehnică, aici, sub conducerea Leontinei Mailatescu și a Adinei Nanu, accentul urma să fie pus pe caracterul artistic al activității de creație. Generații de absolvenți ai acestei secții au lucrat apoi în cercetare sau în ateliere de creație ale industriei și cooperăției meșteșugărești, cu rezultate foarte apreciate și în străinătate.

Acum, la Universitatea Națională de Arte, **Departamentul Modă** funcționează în cadrul Facultății de Arte Decorative și Design, într-o logică firească a evoluțiilor din societate, care pune din ce în ce mai mult preț pe imaginea ambientală și personală. Și cum și în plan internațional statutul de artă al modei a fost acceptat și subliniat în ultimii ani, preocupările celor din Departamentul Modă s-au îndreptat din ce în ce mai mult spre corelațiile posibile dintre arta costumului și celelalte forme de exprimare artistică. În această direcție sunt numeroase teritorii de cucerit, în consonanță cu căutările și experimentele altor artiști, din întreaga

lume. Sincronizarea cu transformările din domeniul creației vestimentare de tip *fashion*, dar și cu noile tendințe din domeniul artelor plastice, privite în general, era vital necesară. Și ea, sincronizarea, obligă la **interdisciplinaritate** și se leagă de multiplele interferențe artistice și tehnice ale lumii contemporane. Așa cum necesară nu este doar deprinderea aptitudinilor de creație, ci și cercetarea fenomenului, în ansamblu.

Astfel s-au născut majoritatea experimentelor generate în școală prin studiul unor curente și tendințe în artă și apoi prin manifestarea creativă, cu mesaj.

Integrarea în UE a impus și alinierea la anumite standarde *curriculare*, care înlesnesc apropierea de aspectele teoretice și practice ale noilor profesii din modă (stilism, *vizual merchandizing*, organizare de eveniment, strategii de imagine și comunicare, PR, promovare etc), dar și de artă experimentală (*performing de costum*, instalații, spectacol mixt, neconvențional). E vorba de o deschidere mai mare spre o zonă culturală, în care

pot fi valorificate plastic și vizual elemente care țin deopotrivă de istoria artei, ca și de arta contemporană și de un limbaj vizual artistic ce trebuie deprins și apoi folosit în diferite contexte. Sistemul modular al pachetelor de cursuri este soluția cea mai dinamică și mai flexibilă în care se pot organiza și transmite eficient informațiile, dar în care se pot include și proiecte complexe, cu finalitate externă școlii, de mai mare amploare, în care este vorba de creație, proiectare, execuție-producție, interpretare și promovare. Și asta în condițiile în care, în moda actuală, proiectarea face corp comun cu comunicarea și în cele din urmă cu mediatizarea rezultatului.

În acest stadiu de organizare, în care se pune problema deprinderii bazelor desenului pentru modă, dar și a elementelor proiectării digitale, în care se discută nu doar despre volumetrie, tipar și culoare, ci și despre teoria conceperii structurării și implementării colecției de modă, ori despre simboluri și mesaje în vestimentație, istoria costumului, mijloace de creștere a expresivității costumului prin mișcare – se

impunea crearea unui cadru universitar de cercetare a tuturor aspectelor legate de fenomenul *fashion*, în care împreună, studenți și profesori să poată lucra la proiecte mai ample, care exced programa școlară și care devin utile în evoluția ulterioară a fiecăruia. Formarea intelectuală și estetică în paralel cu dezvoltarea abilităților practice și de comunicare înseamnă participarea directă la o activitate complexă, care să presupună nu doar cercetare integrată, conceptualizare, creație, ci și un contact direct cu publicul.

Centrul de cercetare de Cultură a Modei – **EVENIMENT MODĂ IMAGINE – (EMI)** este înființat în scopul concentrării și corelării variatelor proiecte inițiate și desfășurate de Departamentul Modă. În cadrul acestuia vor fi lansate și diferite teme de cercetare premergătoare schimbărilor și transformărilor ce pot interveni. Va fi vorba de un program strategic de cercetare, de nivel național, privind fenomenul *fashion* în context cultural, designul și managementul de modă, creația de costum, evenimentul de modă, dar și

domenii conexe, interdisciplinare.

Direcțiile preconizate, de cercetare concretă ar fi: istoria costumului, relația costum-obiect artistic, relația modelului cu celelalte arte, tendințe în designul vestimentar, tehnici și tehnologii noi, relația *fashion-lifestyle*, coduri și atitudini vestimentare, marketing, management și comunicare în modă, relația modă românească - modă internațională, *performing de costum*.

Centrul își propune să creeze și o rețea de servicii prin membrii săi, la care se vor adăuga o serie de colaboratori, între care cele mai importante ar fi: documentare, organizare de evenimente, consiliere de modă și de imagine, stilism, costume pentru evenimente sau pentru publicitate, videoclipuri, film, consultanță pentru branduri de modă, analiza tendințelor, promovare.

Este lesne de presupus că în cadrul acestui Centru de cercetare vor fi continuate unele dintre inițiativele anterioare

ale Departamentului Modă: cercetarea, completarea și prezentarea în diferite contexte a colecției Adina Nanu, participarea în asocieri la diferite manifestări culturale, organizarea de expoziții și prezentări proprii de modă și costum-obiect, organizarea unor spectacole de *performing de costum*, acțiuni de integrare a studenților pe piața modelului, participări, în numele Universității, la diferite Festivaluri și concursuri de modă. Probabil vor apare și numeroase lucruri noi : studii teoretice, analize profesionale de tendințe, proiecte vestimentare multi-art, experimente artistice neconvenționale, multidisciplinare, workshopuri, tabere de creație, cursuri de vară pe diferite teme.

EMI va fi un partener de dialog interesant pentru toți cei din lumea modelului și, nu în ultimul rând, pentru presa onestă, care deține pagini de specialitate și dorește o reflectare profesionistă și o mai bună înțelegere a fenomenului.



# *Meninele iau Metroul*

Vino Duminică, 4 martie, în stația de metrou Unirii, la ora 12:30, să vezi experimentul studenților departamentului de Modă, anul 1, în cadrul proiectului: "Orașul de sub oraș" al Teatrului MASCA!



# Unda POPP

profesor universitar doctor



Coordonator al Departamentului Modă

Cursuri Master

Performingul de costum  
Rolul Costumului în expresivizarea corpului uman

Cursuri ciclul I Licență

Istoria costumului  
Eveniment de modă

Proiecte / Acțiuni culturale

Coordonarea spectacolului de performing de costum din cadrul **Film Fashion Festival**, sala Studio (2010)

Coordonarea colecției de costume manjabile **Moda ține de foame**, prezentată la Romexpo (2010)

Coordonarea spectacolului de costum ne-convențional **Zidul Berlinului**, organizat la sala Dalles, în colaborare cu Ambasada Germaniei, pentru sărbătorirea celor 20 de ani de la căderea sistemului comunist (2009)

Coordonarea evenimentului **Meninele iau metroul**, în colaborare cu Teatrul Masca, Primăria orașului București și Metrorex (2008)



# MODA CA FENOMEN ARTISTIC ȘI PROVOCĂRILE EI

**Unda POPP**

Secția Modă a Institutului de Artă „N. Grigorescu”, născută inițial în legătură cu industria confecțiilor (în 1971) a devenit astăzi, în urma experienței acumulate, un departament racordat la fenomenul cultural contemporan, cuprinzând deopotrivă direcții artistice, științifice, tehnologice.

În cadrul Departamentului Modă al Universității Naționale de Arte din București urmărim raportarea la veșmânt sub toate formele, de la hainele obișnuite, perfect utile, la cele nonconformiste, doar cu valoare artistică, de la costumele-obiect, menite să stea într-o expoziție, la vestimentația pretext pentru spectacolul de pe scenă sau din spații neconvenționale.

Realizăm veșminte rigide precum sculpturile, fixate în momentul lor de glorie, dar și costume savant construite, care determină sau încorsetează mișcarea și care trăiesc doar atâta timp cât performenții le animă într-un eveniment anume.

Aceste multiple modalități de exprimare artistică prin intermediul veșmântului încearcă să deschidă noi perspective viitorilor absolvenți către zonele interdisciplinare, precum și spre toate genurile de spectacol (tradițional sau nu).

**Performingul de costum** este un bun exemplu de congruență artistică, aflat la granița dintre creația costumară, spectacolul de teatru și de dans.





Deși pare un gen foarte nou, la o privire mai atentă constatăm că evenimente foarte asemănătoare s-au petrecut mereu, în dorința de a impresiona adversarii sau de a trezi admirația generală, sau pentru a construi cu veșminte imagini compoziționale spectaculare.

Performingul a fost mereu o componentă prezentă în avangarda artistică a secolului XX (Futurismul, Rayonismul și Constructivismul Rusesc, Baletul Rusești și cele Suedeze, Dadaismul, Suprarealismul și experimentele teatrale de la Bauhaus), apoi a continuat să existe în anii '50 în demonstrațiile artiștilor cinetici, în

producțiile grupurilor care au făcut *action painting*, „expresionism abstract” sau „artă informală”.

Spectacolele experimentale născute din colaborarea diferiților artiști, cum au fost cele ale pictorului Robert Rauschenberg, muzicianului John Cage și ale coregrafului Merce Cunningham au propus evenimente interdisciplinare, desfășurate mai întâi în America, apoi și în Europa. Anii '60 au păstrat performingul în special în manifestările cu tentă socială („Art and Revolution” în Europa sau „Bred and Puppets” peste ocean). Combinarea diferitelor genuri artistice: teatru, dans, film,

arta video și artele plastice și abordarea liberă de orice regulă conferă performingului o vitalitate debordantă și garanția rezistenței lui în timp.

**Performingul de costum** și-a găsit locul astăzi, atât în creația pur artistică, desfășurată în cercuri închise, ca o cercetare de laborator, fără o finalizare precisă, și care apare doar în expozițiile de autor, cât mai ales în zona foarte comercială a reclamelor și a videoclipurilor.

Permanentă reactualizare a acestui gen rezidă din prospețimea gestului, instabilitatea fenomenului în timp și spațiu și a capacității sale de asociere cu alte genuri artistice sau nonartistice.

Libertatea mijloacelor și metodelor de exprimare lasă o infinitate de opțiuni artiștilor care se simt atrași de această zonă incitantă și ofertantă.

Inițierea studenților în **Performingul de costum** se face, la modul ideal, prin participarea la proiecte ample, astfel încât fiecare să









poată experimenta, în mod personal și direct, etapele realizării și producerii unui astfel de eveniment, cum a fost și montarea spectacolului „Soarta Brâncovenilor”, de la Palatul Mogoșoaia.

Performingul este integrat în categoria „artelor acțiunii” sau *real time action* sau *time based action* și presupune o desfășurare în timp și spațiu oarecum similară cu cea a unui spectacol. Acest fapt ne-a îndreptățit să colaborăm în realizarea acestor manifestări cu studenții de la Universitatea Națională de Artă Teatrală și Cinematografică „I. L. Caragiale”, sub coordonarea profesorului Constantin Anghel.

## „ZIDUL BERLINULUI”

Pentru a comemora cei 20 de ani de la căderea sistemului comunist, Ambasada Germaniei la București a ales să prezinte un spectacol neconvențional care, trecând peste barierele limbii, a vorbit publicului, format în special din diplomații diverselor ambasade, despre emblematicul zid al Berlinului. Zidul, în contrast cu modalitatea unanim acceptată a percepției sale ca structură rigidă, a fost conceput ca un element moale și flexibil, a cărui imagine se modifică permanent. Zidul Berlinului a fost reprezentat de un costum colectiv, din *jerse* gri, care putea lua formele trupurilor umane pe care le cuprindea și care se transforma amenințător și necontrolat, acoperind întreg spațiul de joc al actorilor sau încolăcindu-se în jurul unei schele mobile care indica, prin verticalitatea sa, un turn de control.

Lipsa libertăților de tot felul a fost sugerată prin costumele înlănțuite care au împiedicat mișcările firești și au obligat performerii să rămână legați între ei.

Prin mișcarea dansatorilor, veșmintele se înfășurau zidind personaje sau se tensionau în încercarea disperată, și zadarnică, a actorilor de a scăpa din costumele elastice.

Trimiterile multiculturale au avut menirea de a sugera drama umană a celor aflați după Cortina de Fier. S-au făcut aluzii la legenda Meșterului Manole sau la mitul Labirintului Minotaurului, pentru





a transmite cât mai convingător aceeași idee a captivității și a sacrificiului. Ca de obicei, în cazul acestor manifestări artistice interdisciplinare, publicul percepe diferit mesajele în funcție de cultura, reperele și experiențele personale.

Au fost prezentate apoi creații vestimentare realizate de studenții Departamentului Modă sub coordonarea profesorilor Doina Lucanu, Paula Barbu, Alina Grigă, în care s-au făcut aluzii la diferențele costumare dintre Estul sărac și inventiv și Vestul prosper. Elementul ludic a fost mereu prezent în spectacol, fie în abordarea

diferitelor momente, fie în amintirea unui acut simț al umorului, tipic perioadei comunismului.

Finalul performingului a adus imaginea unor costume obiect-realizate de studenții masteranzi, sub coordonarea Doinei Lucanu. Aceste statui rigide din hârtie, reprezentări (uneori abstracte) ale îngerilor au sugerat caracterul fantastic și aproape ireal al minunii săvârșite acum 20 de ani și care a început cu dărâmarea zidului Berlinului.





## EXPERIMENTUL ARTISTIC INTERDISCIPLINAR

Astăzi este unanim acceptată ideea de integrare a modei în fenomenul postmodernismului cu manifestări în zona de constructivismului și a poststructuralismului.

Una din tendințele actuale (integrată perfect postmodernismului) este metoda folosirii veșmintelor în scopul transmiterii unor mesaje complexe, utilizând o plajă largă de piese vestimentare, de la cele mai obișnuite, unde decriptarea este simplă și comună, până la haine care ascund conotații subtile, sugerate doar prin aluzii vagi, rafinate.

Haina, cu toate semnificațiile ei datorate mesajelor transmise (de formă, volum, culoare, compoziție, materialitate), se suprapune peste imaginea particulară a corpului uman, alcătuind astfel, de fiecare dată, un personaj care spune, prin

simpla sa prezență, o poveste.

Relația modei cu persoana, existența celor două corpuri – fizic și social – este astăzi un domeniu foarte intens analizat.

Haina este văzută ca limbaj de integrare într-un grup, de relaționare cu ceilalți dar și ca formă de exprimare a propriei persoane (cu ajutorul veșmintelor se construiește personajul care vrei să fii, nu doar cel care trebuie să fii).

Moda presupune o permanentă negociere a mesajelor vizuale prin care se stabilesc relațiile dintre individ și societate.

În cadrul **Centrului de cercetare EMI** propunem, așadar, proiecte cât mai diverse în scopul experimentării, obținerii și descifrării unor mesaje elaborate rezultate din relația costum-individ.



## „DECONFASHION”

Workshopul **DeConFashion** a urmărit ilustrarea unor tendințe actuale care depășesc granița unei anume discipline și se coagulează în manifestări artistice complexe.

Întreg conceptul acestei acțiuni este anunțat în titlul workshopului „DeConFashion” – nume alcătuit după metoda jo-

cului de cuvinte sugerată de inițiatorul deconstructivismului filosoful Jacques Derrida.

**DeCon** este prescurtarea uzuală întâlnită în toate textele critice privind deconstructivismul, concept care va sta la baza experimentului nostru, **ConFashion** sugerează fonetic confesiunea urmărită în gestul creator, iar **Fashion** precizează domeniul artistic în care ne desfășurăm.

Derrida atrăgea atenția, încă de la



mijlocul anilor '60, asupra variatelor posibilități de interpretare a unui text, iar ulterior ideile sale au fost transferate în zona literaturii, dar și în cea a artelor vizuale.

Fenomenul artistic al deconstructivismului s-a manifestat cu precădere în arhitectură. Frank O'Gehry a fost primul nume de referință, iar exemplul intervențiilor pe care le face asupra propriei sale locuințe rămâne o lecție de estetică actuală în acest sens.

Un curent întreg de opinii a apărut în urma expoziției „Deconstructivist Architecture”, desfășurată în 1988, la Muzeul de Artă Modernă din NY.

Apoi, în 2005 curatorii Muzeului de Artă Contemporană din Los Angeles (Brooke Hodge, Jacky Marshall, Patricia Mears, Susan Sidlauskas) au organizat și prima expoziție de proiecte paralele în arhitectură și în modă.

În urma acestor experimente, au-



torii mai sus amintiți au publicat volumul „Skin + Bones” în care au fost consemnate apropierea dintre clădiri și haine, determinate de strategii similare și chiar de utilizarea unor materiale asemănătoare, aparținând ultimelor cuceriri tehnologice.

Acest studiu comparativ deschide numeroase alte posibilități de cercetare în zona creației costumare, văzută ca domeniu al artelor vizuale, dar și al celor spațiale, în strânsă legătură cu toate formele de studiu privitoare la habitat.

Rey Kawakubo și Yohji Yamamoto sunt inițiatorii deconstructivismului în modă, însă fără o legătură directă cu ideile filosofului Derrida.

Creațiile lor au pornit, așa cum era și firesc, de la tradiția japoneză a kimonoului (costum cuvrant, tăiat pe fir drept, purtat pe frig în straturi suprapuse) – modificând fundamental imaginea hainelor europene, care până atunci au avut rolul evident de a înfrumuseța și de a pune în valoare silueta, cu ajutorul veșmintelor croite pe corp, impecabile, perfect finisate, în culori strălucitoare.

În 1981, la Paris „Commes des Garçons” a promovat un nou mod de înveșmântare surprinzător, asimetric, nefinisat, cu haine lungi acoperitoare, lălâi și negre. Evenimentul a generat reacții puternice de dezaprobare, dar a proliferat mai departe în cercetările belgianului Martin Margiela (creator de modă) sau ale englezului Simon Thorogood (profesor la London College of Fashion).

Astăzi, fenomenul s-a generalizat, deconstructivismul găsinde-și mereu noi adepți în rândul tinerilor designeri, așa cum este Junya Watanabe, iar **Deconstructivismul** a devenit un termen foarte la modă.

Într-un film realizat de Kirby Dick și Amy Ziering Kofman în 2002, Jacques Derrida încerca să explice, amuzat, această expansiune a deconstructivismului, declarând că și în cazul în care oamenii nu pricep foarte exact ceea ce a vrut el să spună și înțeleg doar o fărâmbă a fenomenului, tot este un câștig.



## ORGANIZAREA WORKSHOPULUI DECONFASHION

În prima fază, toți participanții au beneficiat de o documentare, unde am inclus alături de creatorii de modă care se înscriu precis în curentul deconstructivist o serie de designeri vestimentari care își desfășoară cercetarea personală ca niște adevărați artiști, în afara oricăror tendințe. Producțiile lui Mariano Fortuni sau ale lui Azzedine Alaïa par a se încadra în rândul experimentelor artistice de ultimă oră. Cercetarea lor de atelier, ca o căutare a soluțiilor individuale de înveșmântare, rămâne o formă de exprimare prin excelență artistică, iar rezultatele finale, vizibile în prezentările de modă, sunt momente de un farmec aparte.

Una din tendințele actuale, integrate perfect postmodernismului, este metoda refolosirii hainelor existente prin reintroducerea lor în procesul de creație, prin dezasamblarea totală sau parțială și reasamblarea lor ulterioară, într-o nouă piesă vestimentară, lăsând

cât mai la vedere pașii care s-au făcut pe parcursul transformărilor. Recilarea veșmintelor care nu mai sunt la modă răspunde astfel un numai unei judicioase stăpâniri a fenomenului consumist, dar poate avea rolul de a conferi hainelor o mai mare valoare sentimentală, un trecut palpabil, o istorie proprie, care va personaliza și mai mult noua piesă de vestimentație. De multe ori, o rochie veche, care a aparținut cuiva anume, poartă o încărcătură afectivă unică, sporindu-i valoarea sentimentală și materială, iar prezența ei apare ca un citat al unei anume perioade integrat în actualitate.

Invitații care au luat parte la lucrările practice, sub îndrumarea specialiștilor, profesori de la Universitatea Națională de Arte București și London College of Fashion (artiști și studenți de la Departamentul Modă), au adus o haină de care se simțeau într-un fel legați și pe care au transformat-o într-o altă piesă de vestimentație, fără ca modificarea să fie ascunsă privitorilor. Pornind de la un veșmânt cu o certă valoare sentimentală, s-a realizat un alt costum, care a cuprins, pe lângă porțiuni din veșmântul inițial și istoria personală a acestuia, ca o confesiune făcută publică.

Dincolo de aspectul practic al hainelor, care trebuie și vor rămâne purtabile, păstrându-și caracterul utilitar, am urmărit în special obținerea unor veșminte cu o pronunțată valență artistică, cu accentul pus pe linia compozițională, forma, volumul și acordul cromatic.







Apoi, pentru partea de expunere și demonstrație finală, am colaborat cu studenții de la Universitatea de Artă Teatrală și Cinematografică „I. L. Caragiale”, care au animat costumele într-o prezentare de modă neconvențională. Această demonstrație costumară s-a integrat și ea în spiritul unui spectacol deconstruit, propunând mișcări și o imagine generală a evenimentului, conformă veșmintelor și conceptului nostru. Am acordat o atenție specială regiei, muzicii, luminii, în vederea obținerii unei atmosfere generale unitare, convingătoare într-un spectacol experimental, de tip simbolist, mai aproape de școala lui V. E. Meyerhold.

Această diversitate a participanților, proveniți de la mai multe instituții de învățământ artistic, a adunat laolaltă variate modalități de exprimare, conferindu-i cercetării noastre caracterul interdisciplinar și deschizând drumul pentru alte proiecte comune.

Lectorii care au participat la acest experiment (profesori, conferențieri, doctori și doctoranzi, artiști și critici de specialitate) au adus partea de informație privitoare la postmodernism, deconstructivism, costum scenic, modă și publicitate, în prelegeri cu un bogat material ilustrativ, pe care le-am organizat pe tot parcursul workshopului, concomitent cu coordonarea și conceperea colecției **De-ConFashion**.

Toți profesorii implicați în acest proiect (Unda POPP, Doina LUCANU, Alina GRIGA, Răzvan VASILESCU, Oana Dumitru ROȘCA, Sergiu CHIHAIA, Panagiotis CATHOUPIS) au în spate experiența cercetării lor individuale, ilustrată de publicațiile, spectacolele și expozițiile lor personale. Prin acest workshop exploratoriu am

dorit să adunăm laolaltă acești specialiști și să deschidem noi posibilități de colaborare în proiecte de o mai mare anvergură, în care să fie cuprinși și tinerii creatori de modă.

Ulterior dorim să realizăm o expoziție cu o selecție a celor mai reușite piese vestimentare și un catalog al colecției **De-ConFashion**, însoțit de texte critice, care să ilustreze și să susțină legătura dintre modă și fenomenul artistic contemporan.

Workshopul **DeConFashion** a oferit posibilitatea de a alcătui o arhivă proprie de imagini ce ilustrează diversele etape de realizare, până la stadiul final al colecției private. Această arhivă, pe lângă banca de date, a completat suportul imagistic al cursurilor teoretice și practice de la departamentul modă. Acest workshop exploratoriu este, de asemenea, un excelent prilej de a învăța mai mult despre deconstructivism și creatorii lui consacrați și de a experimenta realizarea unei colecții în acest sens, iar pentru generațiile viitoare există, astfel, posibilitatea contactului direct cu un bogat material documentar.



# Doina LUCANU

conferențiar universitar doctor



## Cursuri Master

Obiect și veșmânt  
Fragment și ansamblu vestimentar

## Cursuri ciclul I Licență

Simboluri și mesaje în vestimentație  
Eveniment de modă

## Proiecte / Acțiuni culturale

Coordonarea proiectului **Grădina Hesperidelor**; expoziție de costum neconvențional, galeria Căminul Artei, în parteneriat cu UAPR (2009)

Membru în echipa UNAB, catedra de Master Modă (prezentare de costum neconvențional) în cadrul proiectului inițiat de Direcția Muzeelor din Franța, **Noaptea Muzeelor**, în parteneriat cu Muzeul Național Militar (2007)

Membru în echipa UNAB, secțiunea Platou, din cadrul proiectului CNCIS **Artă, comunități urbane, reinserția socială a proiectului artistic și arhitectural**, realizat în colaborare cu UNATC și cu Universitatea de Arhitectură (2006 - 2007 - 2008)



# VEȘMÂNT CERCETARE OBIECT

**Doina LUCANU**

Conceptele fundamentale în incursiunea teoretico-practică pe care ni le propunem, pentru dezvoltarea proiectelor de master-modă sunt: intermedialitatea și interdisciplinaritatea.

Relaționarea celor două dimensiuni se face prin intermediul acțiunii experimentale, fiind operaționale atât la nivelul semnificației veșmântului și proiectului inițial, cât și la nivelul modalității de construcție a lucrărilor (prin îmbinarea mai multor tehnici și medii diferite).

**Arta inter-medială** pune în fuziune medii artistice, care în mod tradițional aveau o susținere și existență de sine stătătoare, și uneori încorporează chiar medii de dincolo de parametrii încetățeniți

ai artelor vizuale, astfel încât se păstrează în mod simultan integritatea fiecărui element al operei de artă, datorită naturii auto-constitutive a acestei fuziuni ce precede posibilitatea depășirii diferitelor media, unele față de altele. Ca o consecință a evoluției tehnologice a secolului XX, care a introdus noi provocări și alternative pentru explorarea numeroaselor sfere ale creației, o componentă importantă a artei inter-mediale este și apropierea de noi tehnici și tehnologii.

Termenul inter-media a fost inventat de Dick Higgins pentru a descrie opere de artă ce par a se poziționa între medii, care transgresează limitele, compunând o fuziune conceptuală a mediilor (a nu se

confunda cu multi-media). Termenul de inter-media fiind utilizat mai mult pentru operele în care se folosește o gamă largă de materiale neconvenționale.

Considerat sinonim cu mixed-media sau tehnică mixtă, termenului de intermedialitate i se adaugă calitatea de fuziune a mediilor.

Unul dintre scopurile importante pe care le urmărim în dezvoltarea proiectelor noastre este ridicarea veșmântului la rang de artă și aceasta pentru a putea fi integrate în rândul manifestărilor artistice contemporane. Din acest motiv, obiectele-veșmânt, realizate cu studenții și masteranzii, se supun criteriilor de concepere, analiză și valoare, precum orice operă de artă, putând fi receptate și analizate ca niște compoziții plastice în sine. Gama de





materiale cu ajutorul cărora experimentăm este foarte variată, de la materiale convenționale (materiale textile), care oferă un tip de raportare la conceptul artistic, până la materiale neconvenționale (frunze, hârtie, metal, sticlă, nylon, melană, cauciuc, burete, materiale plastice etc.), care asigură alte tipuri de texturi și structuri, un alt tip de raportare, toate acestea pentru găsirea celei mai potrivite compoziții plastice, pentru exprimarea unei idei sau a unui concept artistic.

Prin cursurile „Obiect și veșmânt”, sau „Fragment și ansamblu vestimentar”, introducem o conduită interdisciplinară a practicii experimental-artistice, în strânsă legătură cu cercetarea teoretică, făcându-se apel la strategia comunicării artistice în civilizația hipertehnologică, la conștien-





tizarea implicațiilor sale socio-culturale, dar și la analiza producției vizuale în cultura contemporană. Plasând fenomenul în zona artei vizuale, cursurile încearcă să depășească latura comercială a modei, prin crearea unor lucrări de expresie liberă, folosind materialități, tehnici și tehnologii cât mai originale și fiind legitimată o mare mobilitate spre genuri foarte diverse de exprimare artistico-plastică.

Prin temele propuse se urmărește permanent dezvoltarea creativității masteranzilor, prin transgresarea permanentă

a granițelor dintre arte, dar și prin capacitatea de comunicare polivalentă, toate acestea generând inventivitate combinatorie, dezvoltarea principiului diferenței, care se realizează și prin dimensiunea ludică a actului creator.

Pentru formarea unor creatori complecși, ancorați în contemporaneitate, proiectele personale ale masteranzilor sunt integrate în proiecte mult mai ample, cum au fost: „Orașul de sub oraș” (în colaborare cu Teatrul Masca), „Parcul artelor” (în colaborare cu Radio România),



„Noaptea muzeelor” (în colaborare cu Muzeul Național Militar), „20 de ani de la căderea Zidului Berlinului” (în colaborare cu Ambasada Germaniei la București), „Bucureștiul – platou de filmare” (în colaborare cu UNATC și cu Universitatea de Arhitectură) etc.

Un alt scop important este acela de a dezvolta, prin cercetare-experimentare, o analiză a procesului creației, a traseului indentitar al proiectelor de master, pornind de la concept la adecvarea teoretică și apoi transpunerea acestora în formă, apelând la interpretări și metamorfozări.



De fapt, scopul cercetării presupune descoperirea și descrierea structurilor unui vocabular artistic asumat prin experiment plastic, parcursul unei experiențe profesionale diversificate și în același timp o orientare accentuată a criteriilor formale ale operei, tehnici inovatoare generate de căutarea permanentă a unei identități plastice, un demers artistic relaționat, axat pe sfera evolutivă a artei actuale.

Proiectele realizate în acest fel se

finalizează în multe cazuri prin prezentări de costum, dar în unele situații și printr-o expoziție sau o instalație. Amplu dezvoltată în contemporaneitate, instalația este un experiment plastic la nivelul tehnicilor de compoziție structurală, care își impune și creează sensul ca ansamblu. Toate elementele componente interacționează atât între ele, cât și în concordanță cu contextul expozițional.

Realizăm astfel coregrafia spațiului



interactiv, dar și pe cea a obiectului, oferind receptorului câmp liber atât interpretării cât și narației, integrând cercetarea vizuală unui etos multidisciplinar, deschis unui discurs vizual-conceptual, cât și unuia analitic-științific.

Aceste „obiecte-veșmânt” sunt o mărturie a fuziunii dintre numeroasele sfere ale artei, care conlucrează și se completează reciproc: modă, arhitectură, sculptură, muzică, teatru, mișcare sceni-

că, aceasta fiind una dintre modalitățile contemporane de exprimare artistică. Dialogul dintre arhitectura modernă și designul vestimentar contemporan este vizibil atât conceptual, cât și practic. Creatorii de modă și arhitecții realizează obiecte inovatoare, fiind inspirați de elemente, teorii și filosofii specifice fiecărei bresle. În modă se folosesc tot mai mult structuri geometrice, ideea de haină ca adăpost,





unor elemente și tehnici din modă, cum ar fi spațiile fluide, drapare, printare etc.

Prin aceste experimente se urmărește înțelegerea și dezvoltarea conceptului de interpretare în evoluția costumului, prin remodelarea imaginii corpului, cu diferite niveluri de abstractizare-interpretare, ridicarea veșmântului la nivel de obiect-artistic, artă.

Prin utilizarea pluralismului limbajelor vizuale, asamblaj, intertextualitate, etc. care prin implicarea actului creativ continuu definesc arta contemporană, se urmărește de fapt dezvoltarea prin experiment plastic a ideologiei fragmentului, a mixajului, având în vedere invenția și dimensiunea ludică a actului creator. Prin



mixarea materialelor și a felului în care sunt folosite, ele generează texturi, forme și compoziții plastice foarte expresive. Dezvoltarea conceptului de transformare, interpretare, deformare și metamorfozare este un demers extrem de actual. Acum prin creativitate se înțelege capacitatea de comunicare polivalentă, complexitate experimentală, prin trecerea de la consum la participare spirituală directă, astfel cultura vizuală ajungând o parte integrantă a culturii globale.

Un cadru adecvat cercetării științifice, cum este **EMI** va genera studii și analize teoretice asupra fenomenului, cât și externalizarea unor experimente universitare, la nivelul comunității, în viitor.

photo session  
november 19th 2006



# Ioana Sanda AVRAM

lector universitar doctorand



## Cursuri ciclul I Licență

Compoziție de specialitate  
Concept stilistic și coordonarea colecțiilor de modă  
Tehnica conceperii și implementării colecțiilor de modă  
Structura colecțiilor de modă  
Stil de viață și comportament de consum  
Visual Merchandising  
Tehnici de transpunere în material

## Proiecte / Acțiuni culturale

**Programul de formare a specialiștilor pentru domeniul modei și pentru industriile sale**, program de studiu, formare, educare și inserție profesională, destinat pregătirii specifice pentru domeniile: modă vestimentară, imagine vestimentară și industriile modei (2004)

Programul de cercetare integrat în modă: **UNA MODA GROUP**, care a fost inserat în sistemul modei cu destul succes, având la finele studiilor experiența necesară precum și suficient de bună vizibilitate publică pentru a putea aspira la cariere frumoase în domeniul modei vestimentare; **I-DEA GRUP – Laborator de creație**, construit în parteneriat cu Uniunea Artiștilor Plastici din România, externalizează o parte dintre activitățile de marketing și imagine, ajungând în confruntare directă cu provocările realității



# MODA VESTIMENTARĂ ȘI INDUSTRIILE EI

**Ioana Sanda AVRAM**

*Moda este curentul cultural dominant al unei epoci, se manifestă în toate domeniile vieții cotidiene și se caracterizează printr-o stare de flux social, cu manifestări colective (Kimbal Young).*

*Ca imagine globală a societății, existența sa nu este efemeră, așa cum lasă să se înțeleagă unul dintre miturile contemporane, ci face parte permanent din viața noastră cotidiană, lăsând să pătrundă în ea visul și pasiunea, din care mintea omului clădește viitorul (Didier Grumbach).*

Doar elementele modei sunt efemere, fiindcă moda surfează neîncetat pe valul schimbării. Iar schimbarea în sine este însăși materia care se transformă în valoare.

Moda vestimentară, ca element reprezentativ al unui curent cultural dominant, exprimă imaginea unui stil de viață, fiind o formă de manifestare socială și în același timp o afacere profitabilă, investiție și suport pentru industria de confecții și alte industrii complementare.

**Moda vestimentară** actuală este o **întreprindere globală**, care deține cel mai puternic sistem de creație, bazat pe previzionarea tendințelor de pe piața de bunuri, pe soluții de utilizare a descoperirilor tehnice, pe marketing și strategii de imagine, urmată îndeaproape de alte industrii, ca cea de automobile sau electronice.

MV a fost una dintre primele forme

de manifestare a extinderii teritoriale a informației de masă, fiind mereu cu un pas înainte, în formele de globalizare culturală. În acest context, moda a devenit nu numai o întreprindere globală, dar și un limbaj internațional, care depășește barierele regionale, de clasă sau pe cele etnice.

Dar moda este, în același timp, un limbaj comunicațional, care codifică relația omului cu mediul său de viață: economic, social, cultural, religios, politic, psihologic și care descrie și influențează cererea și oferta de produse.

Fiind un curent cultural major, moda este permanent expusă tuturor influențelor lumii înconjurătoare: celor social-economice (stilul de viață, nivelul de bunăstare, obiceiurile vestimentare, calitatea consumului etc...), influențelor legate de protecția mediului și sănătate (schimbările climaterice, protecția animalelor, materiale de mediu prietenoase, sport etc..), mediul politic și legal (legislație, relații internaționale etc...), efectelor multiculturale (istorie și tradiție, street style etc...), artei (pictură și sculptură, arte decorative și aplicate, teatru, muzică, film, literatură, multimedia etc...), dezvoltării tehnologice țesături și tehnologii noi, noi moduri de producție și proceduri logistice, wearable computers etc...) culturii și mișcărilor de gen (desființarea limitelor vestimentare și comportamentale dintre genuri), internetului (virtualitate și comunicare), realității lumii globalizate etc...

Toate aceste influențe se traduc în







NEON

REFLECTION

GET



demersul de modă și devin inovație prin însăși activitatea specifică acestui domeniu. Inovația poate veni de oriunde: poate fi inspirată de oricare dintre ele sau de asocierea volitivă sau spontană a unor detalii. Oricare ar fi însă sursa sau calitatea inspirației, moda vestimentară utilizează **cercetarea** ca etapă obligatorie în procesul de livrare al inovației sau chiar a inventicii.

Procesul de inventare și descoperire are loc într-o manieră cumulativă și este puternic bazat pe experiențe, încercări și lecția erorii, pe procedee ale științelor conexiunii, având ca suport o viziune culturală deschisă și netributară.

De aceea, supus permanent presiunii nevoii urgente de nou, domeniul modei vestimentare are un caracter eminent creativ-inovativ. Creativitatea productivă sau alte forme ritmice de **cercetare-creație** formează substanța însăși cu care moda lucrează.

*Domeniile de cercetare nu sunt doar acelea care presupun descoperiri epocale, ci și acelea unde observația este cea care generează noi concepte pentru științele teoretice sau domeniul creativității aplicate prin metode de design* (Chiara Franzoni).

Elementele modei sunt schimbătoare, ritmice și ciclice. Iar schimbarea este condiționată de inovație și de abandonarea benevolă a căii tradiționale, în favoarea unei speranțe de mai bine.

Însăși această presiune pentru schimbare este ceea ce ține moda în via-

ță. „... *Moda este ea însăși o imagine a schimbării*” (Didier Grumbach).

„Creativitatea este abilitatea de a imagina sau de a inventa ceva nou, doar că nimeni nu poate crea ceva din nimic, în afara de Dumnezeu.” (Harris, 1998, Introduction to Creative Thinking). De aceea, Creativitatea generează idei noi-toare prin combinarea, schimbarea, reformularea, interconectarea, pe alte criterii, a ideilor deja existente.

În prezent, moda este unul dintre principalele sisteme mari de activitate creativă și eminamente inovativă, la nivel industrial și comunicațional, codificând procese complexe și articulate. Limitele conceptualizării în modă sunt împinse spre responsabilizare în relația cu mediul, în ideea unui design bazat pe repere stabile.

#### ERA CUNOAȘTERII / Knowledge Era

Trăim o epocă de transformări rapide, fără precedent, pe toate palierele vieții, iar provocările care survin depășesc capacitatea de răspuns, prin viteza schimbării, prin perturbările în sistem pe care acestea le generează, prin noutatea fundamentală a modelelor.

*Societățile bazate pe cunoaștere se caracterizează prin faptul că un procent impresionant din oricare domeniu este reprezentat de cunoaștere, iar toate activitățile vieții economice, sociale, culturale etc. devin dependente de calitatea cunoașterii*



*și de viteza de circulație a informației. Societatea cunoașterii este cea în care forța creativă majoră, valorile și capitalul se bazează pe cunoaștere (Wikipedia).*

Cunoașterea a devenit capitalul cel mai important în epoca actuală, iar succesul oricărei societăți depinde de modul în care poate gestiona cunoașterea.

Întreprinderile secolului al XXI-lea se îndreaptă cu precădere spre valorile imateriale: valori simbolice și culturale ale mărcilor, IQ, capital uman, comunica-

re, publicitate, estetică, imaginație. Astfel apare hegemonia imaginarului, a inovației și a marketingului asupra funcționalității produselor. De asemenea, se remarcă o importanță crescândă a procesului de concepere, versus producția în sine. Promotori profesioniști ai noului, creatorii de modă participă la crearea și formalizarea unor spații sociale în care noile tehnologii sunt doar suportul care permite reformularea lumii, ca o construcție multiculturală, în care nu numai reprezentarea politică și

prosperitatea economică sunt importante, ci mai ales valorile fundamentale ale civilizației: respectul pentru diferitele culturi, relația corectă dintre bărbați și femei, percepția de sine în raport de alții etc.

Moda este limbajul cel mai comun, care instrumentează toate elementele culturale și economice și poate redefini relația dintre om, propria imagine, contextul de grup și obiectul proxim.

Prin „sistemul industrial al modei” se înțelege sistemul total integrat, care include toate etapele, pașii care sunt parcurși de la concept, design, producția de confecții, textile, pielărie, fibre, producția *high technology*, ca și activitățile economice induse: managementul cererii și ofertei, problemele de mediu înconjurător și dezvoltare de produs.

În acest context, crearea și activarea unui **Centru de Cercetare** în domeniul modei este nu numai bine venit, ci și o formă de prefigurare și instituționalizare a influenței din ce în ce mai evidente, pe care creativitatea din domeniul modei vestimentare o exercită asupra noilor forme culturale. Obiectivele sale ar putea fi: desfășurarea unor activități de cercetare, prospectare și inovare în domeniul modei vestimentare, precum și antrenarea unui „chore” de cercetători care să creeze platforme cooperative între instituții diverse, pentru a împărtăși cunoaștere, experiență, resurse, la nivel național și internațional.

**Centrul de cercetare EMI**, din punctul de vedere al domeniului modei ves-

timentare, poate deveni o platformă de cercetare performantă, având ca prioritate, următoarele tematici:

- Studii și analize în ceea ce privește Fashion Culture, Fashion Science, domenii de studiu academic, din perspectiva conexiunii cu studiile umanistice, științele sociale, știința tehnologiei, politologie;
- Studii și analize în ceea ce privește corpul uman, psihicul, atitudinea de viață;
- Obiectele materiale, efectele economiei imateriale, în relația lor directă cu moda și cu sistemul modei;
- Haina ca strat al personalității și identității manifeste;
- Cultura materială a modei și a domeniilor corelate și interactive;
- Limbaje și codificări ale modei vestimentare; obiecte, imagine, text;
- Studii de tendințe culturale cu analiza comparativă a domeniilor componente;
- Produsele de modă;
- Conceperea, producerea, comercializarea și promovarea produselor, a colecțiilor de modă;
- Mediul social, economic, etic, de dezvoltare a produselor;
- Clienți și nevoile individuale de produse de modă;
- Tehnici creative de concepere și realizare a vestimentației;
- Tehnologii vechi și noi;
- Abordarea designului de modă și

a produselor asimilate, prin intermediul relației dintre meșteșug și tehnologii superioare

- Noi abordări ale educației de modă și vestimentație în *Knowlwdge Era*.

De altfel, universitățile care formează aptitudini în domeniul creației de modă practică forme de cercetare chiar în cadrul procesului educațional, deoarece, așa cum am mai afirmat, cercetarea (fie ea fundamentală sau aplicată, de analiză sau previzionară) este o etapă obligatorie în cadrul dezvoltării conceptelor de modă.

#### PROGRAMUL DE FORMARE A SPECIALIȘTILOR PENTRU DOMENIUL MODEI ȘI PENTRU INDUSTRIILE MODEI

Este un program demarat în anul 2004, la inițiativa catedrei de MODĂ cu acordul conducerii UNAB. Acest program constă în elaborarea unui pachet de cursuri specializate pentru domeniul modei, capabile să asigure toate elementele necesare unei profesionalizări poliarticulate, cu aplicație în sistemul modei.

Întregul program este un proces de cercetare integrativă, în care sunt conectate elementele mediului de viață, ale culturii și civilizației contemporane, prin intermediul creativității educate în scopul inovației, necesare unor alte forme de societate.

Misiunea programului ar fi aceea de a instrui studenții, pentru a răspunde profesionist cerințelor sistemului modei, în



UNA





moda group-EUROPOLIS





ceea ce privește profesiile creative, care necesită: un nivel cultural ridicat, abilități de exprimare în limbaje plastice, creativitate educată și productivă, capacități de conceptualizare, managementul activităților creative, capacitatea de a inova permanent, ritmic și profitabil, modele și structuri de analiză, cercetare și inovare, capacități educate și formalizate de comunicare, abilități de confruntare concurențială.

Toate aceste elemente sunt posibil de format și educat în cadrul programelor de formare ale UNAB, fiind compatibile cu nivelul academic de studii.

Sistemul modei este larg deschis diverselor moduri de manifestare a creativității, dar mai ales a creativității care produce valoare prin calitatea inovației. Profesiile specifice sistemului modei sunt diverse, iar practicarea oricăreia dintre ele presupune un nivel ridicat de profesionalizare, datorită dinamicii concurenței, element, de asemenea, specific acestui domeniu.

Cursurile programului sunt modele teoretice, cu aplicație practică, particularizate creativ, în funcție de decizia profesorului sau a coordonatorului de proiect.

### **PROGRAMUL UNA MODA GROUP**

Este primul program aplicat noii viziuni de formare și a antrenat pe parcursul a trei ani de studiu o grupă de studenți, selectați pe baza calităților native pentru

performarea în domeniul modei, dar și în baza deciziei personale de implicare.

Obiectivele programului UMG au constat în:

- Crearea unei conexiuni directe între sistemul modei și sistemul universitar de formare în domeniul modei;
- Crearea unei platforme profesionale, capabile să răspundă imediat nevoilor concrete sau emergente ale sistemului, prin inserția absolvenților în sistem;
- Crearea și antrenarea unui „val” de tineri specialiști în domeniul modei, cu viziune, misiune și obiective asumate, capabili să răspundă corect la diversele solicitări ale sistemului, constituind modele de profesionalism aplicat.

### **PROIECTUL UNA MODA GRUP, BIROU DE STYL ȘI CONSULTANȚĂ**

Nominalizat la „INDEX AWARDS 2007”, la Secțiunea „Work”.

Proiectul își propune să creeze șansă și vizibilitate profesională, la scară națională, pentru o nouă generație de tineri designeri capabili să modifice perspectivele din lumea modei, prin creativitate și cooperare modulară, pe principiul competențelor cumulative, în cadrul unui grup.

Scopul proiectului este de a încuraja tinerii designeri, oferindu-le posibilitatea de a opera într-un mediu profesional



sănătos, prin activitate continuă și performanță, ca echipă.

Elementul cheie al proiectului este un concept organizațional informal, bazat pe înțelegere mutuală și colaborare. Permite unui grup de tineri designeri, la început de carieră, să pună împreună abilitățile și calitățile profesionale, pentru a se face cunoscuți ca profesioniști. Membrii grupului se asociază în gestionarea comună a resurselor creative, profesionale, administrative și logistice. Fiecare contract în parte devine o „instituție” în sine, cu organigramă și funcțiuni specifice și se bazează pe competențele diferențiate ale membrilor grupului. Proiectul este prevă-

zut cu cheltuieli minime, având în vedere faptul că fiecare membru va utiliza propriile resurse, atunci când este implicat în contracte (competențe, locație, comunicare, utilități, tehnologie).

Programul a generat colecții valoroase, apreciate, care au reușit să stârnească interesul sistemului modei din România pentru absolvenții UNAB, Departamentul Modă.

Astfel, colecții UNA MODA GROUP ca: „BLACK MAGIC WHITE” (2006), „SILK ROAD” (2006), „EUROPOLIS” (2007), „MISTERY” (2008) s-au bucurat de real succes și au promovat echipa UNA MODA GROUP în sistemul modei.

Din punct de vedere conceptual, colecția „EUROPOLIS” este inspirată de efervescența spiritului european, multicultural. În „storry-ul” colecției evoluează un personaj cuprins de spiritul noii Europe, un personaj cosmopolit, rafinat, spontan, gata oricând să se aventureze de-a lungul continentului în căutarea unor noi „ingrediente” care să îi desăvârșească personalitatea atât din punct de vedere cultural, cât și uman. Călătoria este simbolul relației dintre timp și spațiu, dintre datul natural și experimentarea necunoscutului.

Ea reprezintă mecanismul care înlesnește tranzitul intercultural, momentul în care toate experiențele spirituale trăite de personaj se amestecă pentru a crea,

dintr-un puzzle identitar, o nouă entitate stabilă și coerentă. Scopul acestei „călătorii” este contactul cu variile tipologii de *lifestyle* european. Povestea personajului „EUROPOLIS” se concentrează asupra rafinamentului sofisticat care dă expresie multiculturalismului european și continuă călătoria inițiată pornită prin „SILK ROAD” (Iași, 2006), din Extremul Orient.

### PROIECTUL PROFESIUNILE MODEI

Acest studiu s-a derulat ca fiind un proiect al programului de formare a profesioniștilor în domeniul modei și a constat în alocarea unui spațiu educațional fiecă-



rei profesii, care necesită pregătire creativă și artistică, potrivit principiilor formulate la descrierea programului.

Proiectul, corelat cu managementul biroului de stil și consultanță și cu alte proiecte, cum ar fi „FAȚĂ ÎN FAȚĂ CU REALITATEA”, „STUDIUL DE TENDINȚE” sau „METODA CONCEPTULUI INTEGRAT DE COLECȚIE” a reprezentat aplicația practică a întregului demers de cercetare aplicată. Au rezultat colecții de modă valoroase atât din punctul de vedere al calității, cât și ca experiență de lucru în echipă.

Profesiile model care au fost luate în discuție au fost: designer vestimentar, designer de accesorii de modă, *visual merchandiser*, manager de colecție, buyer, organizator de evenimente de modă, editorialist, PR de modă, producător de colecții de modă, stilist de modă, *fashion trends & media promotion*.

La prezentarea colecțiilor au participat toți cei implicați în diversele stadii de dezvoltare a conceptului, până la promovarea post event, de pe poziția profesiei pentru care a optat fiecare.

Acest program a presupus o foarte bună cunoaștere a domeniului model și o abordare creativă a inserării tinerilor creatori în sistemul model, ca profesioniști. A constituit suportul unor lucrări de licență și a condus la soluții profesionale de succes, confirmate în timp.

## PROIECTUL **FAȚĂ ÎN FAȚĂ CU REALITATEA**

Este un proiect comanditar, care presupune integrarea elementelor de studiu universitar în exigențele formulate de către beneficiari reali și întâlniri cu pro-



fesioniști din domeniul modei, activități practice în ateliere consacrate, participări la festivaluri și concursuri în țară și peste hotare, activitate de asistență, apariții în media.

## PROIECTUL **STIL DE VIAȚĂ ȘI COMPORTAMENT DE CONSUM**

Proiectul a cuprins studii referitoare la **Subculturile urbane**: Gothik, Hibster, Emo, Punk, Hip Hop, Rasta, Grunge, New hippie etc. **City Report, Visual merchandising, Modalități creative de comercializare**: *Sweet Sunshiver* – primul concept store din România, (2007).

## METODA CONCEPTULUI INTEGRAT DE COLECȚIE

Conceptul integrat al colecțiilor de modă reprezintă un model performant de creație vestimentară, care presupune corelarea întregului set de activități directe, colaterale, de promovare și de susținere, care conduc la dezvoltarea colecțiilor, precum și la utilizarea instrumentelor de lucru în abordarea creativă a briefului (story board, mood board, icon, țesături, cromatică, client, documentare, cercetare, inovație, imagini și cuvinte cheie, raportul unic de colecție). Fiecare colecție în sine, devine astfel o lucrare de cercetare aplicată, având ca suport un studiu tematic, iar ca rezultat inovația, cu dezvoltare

credibilă nu numai în colecția propriu-zisă, ci și în promovarea ei, în elementele de vizual sau în acțiunile de PR ori de evenimente specifice.

Conceptul fiecărei colecții se bazează pe cercetarea creativă a domeniului de inspirație, în căutarea elementelor cheie care pot genera mesaje credibile. Datorită acestui fapt, mare parte din aceste căutări s-au transformat în veritabile lucrări de cercetare cu valoare independentă, depășind stadiul unor simple căutări și a unei etape în dezvoltarea colecțiilor.

## PROGRAM DE **CERCETARE TEMATICĂ ȘI STUDII DE TENDINȚE**

Studiul de tendințe reprezintă o formă aparte de cercetare specifică domeniului modei și se referă la depistarea elementelor de prognoză, care vor constitui modelul produselor de succes în viitorul previzibil. Aceste studii necesită cunoaștere, experiență, cercetare multidisciplinară, intuiție și cultură a modei.

Studentii fiecărui an elaborează un studiu de tendințe comun pentru sezonul în curs, finalizat cu analiza produselor confirmate deja de piață și care se regăsesc în marile magazine, față în față cu consumatorul final. În afara tendințelor, fiecare temă care va susține colecțiile de modă necesită un studiu aprofundat și o cercetare analitică și sintetică. Astfel, fiecare book de colecție este structurat ca un document-martor, care reprezintă re-

perele viitoare investiții.

În acest fel, au fost finalizate studii comune cum ar fi: *România Integrare 2007*, Vizibilitate internațională, cu tematici ca: București, Micul Paris, Aristocrație, Arhitectură, Sportivi români de renume mondial, Patrimoniu imaterial (Călușul, Sânzienele etc...), *Trafic – 2008*, *Virtual Eden – 2008*, *Heart of Wear – 2009*, *Sage – 2010*, sau colecții personale, de autor:

*Winter Moods*, Andreea MUȘAT – Romanian Fashion Week, Iași 2008  
*Loveology* – Raluca COMAN, Cluj  
Fashion week 2010

*Autohton / Oamenii* – Raluca DAMIAN 2009

*Sacru și Profan* – Maria AMELIAN, Inspired 2009

## STUDII DE CERCETARE

Conceptul fiecărei colecții de bază se bazează pe cercetarea creativă a domeniului de inspirație, în căutarea elementelor cheie care pot genera mesaje credibile. Datorită acestui fapt, mare parte din aceste căutări s-au transformat în veritabile lucrări de cercetare, cu valoare independentă, depășind stadiul unor simple căutări și a unei etape în dezvoltarea colecțiilor.

Diana OSMAN – **Personajul în Modă**

Denis ARSU – **Trend Zone**

Andreea COSTACHE – **Cromatica vestimentară și efectele benefice asupra psihicului uman**

Raluca DAMIAN – **Imaginea României, proiectul Autohton, Colecția Oamenii**

Anabela PENEȘ – **Moda vestimentară, ca instrument de comunicare**

Alina ENE – **Tehnologia Mileniului III aplicată în vestimentație, Fashionology, Wearable computers**

Cristina CIOVÂRTĂ – **Managementul colecțiilor de modă**

Ana NECHITA AMELIAN – **Relațiile Publice în domeniul modei vestimentare**

Lavinia POP – **Fashion Buyer – Buyer pentru vestimentație**

## PROGRAMUL I-DEA GRUP

I-Dea GRUP este un program comun al UNAB cu Uniunea Artiștilor Plastici din România, și reprezintă o formă de răspuns la nevoia de inserție profesională a tinerilor absolvenți de modă, creație vestimentară. Este un demers implicat și creativ a unor tineri creatori de modă. Programul cuprinde proiecte externalizate în mediul profesional și presupune liberă inițiativă, responsabilitate, asumare a unor situații din realitate. Studenți și membri ai Uniunii Artiștilor Plastici din România, tinerii designeri au decis să abordeze neconvențional contextul economic actual, în intenția de a construi o platformă de manifestare profesională pentru cei care vor să abordeze domeniul modei cu pasiune.





moda este prezentată sub toate aspectele și „arderile” ei: design, producție, marketing, comunicare, prognoză, promovare, prin evenimente și prin colaborarea cu profesioniști performanți ai modei.

Un Concept-store este locul unde tot ce ține de stilul nostru de viață poate avea răspuns. **I-DEA GRUP Concept Store** propune o viziune în premieră a cunoașterii de sine, prin intermediul modei și a instrumentelor sale. Pentru prima oară, într-un spațiu destinat artei, creatori și artiști vor aborda creația artistică prin mijloacele specifice modei (stilism, hair styling, make-up). Proiectul se va finaliza prin modelarea unor personalități umane inedite, credibile și mai încrezătoare.

Antrenarea studenților în activități nemijlocite de cercetare și producție conduce la experiența directă a demersurilor creative pentru care sunt pregătiți și facilitează inserția profesională. De altfel, urmărind evoluția absolvenților, se constată o mai bună estimare a așteptărilor profesionale și o perspectivă mai realistă asupra oportunităților de manifestare în domeniul modei în calitate de profesioniști.

Urez succes **Centrului de cercetare EMI**, mărturisind că ne dorim ca el să devină un pionier al Științelor Modei, iar creativitatea și capacitățile intelectuale ale tinerilor din România să se poată manifesta într-un cadru academic, la cote înalte, atrăgând profit, vizibilitate și succes.



# Liliana Țuroiu UDREA

lector universitar doctor



Președintele Asociației de Modă și Design  
din România

Cursuri ciclul I Licență

Concept și exprimare

Life style

Concept stilistic și coordonarea colecției de  
modă

Proiecte / Acțiuni culturale

Expoziție și prezentare de modă în cadrul  
târgului Luxury Show, (2009)

Expoziție de modă, Teatrul Național, Foaie-  
rul de marmură (2006)

Coordonarea prezentării de modă, Sala Pa-  
latului (2002)



BACKGROUND

background  
background  
background

CONSTRUCTURE



MAKE-UP



FASHION

- Innovative
- Creative



FASHION

Impressioni floreali in prim-plan  
donna creati natural  
e di ispirare de culture de diversa theme  
de floreal



# ȘCOALA DE MODĂ ÎN CONTEXTUL REVOLUȚIEI POSTMODERNE

**Liliana Țuroiu UDREA**

Întotdeauna foarte atenți la o nouă tendință sau la o nouă mișcare a tinerilor, Vivienne Westwood și Malcolm McLaren au fost probabil primii designeri care au convins oamenii să urce la un nivel superior de percepție jeansii, hainele sfâșiate, suprapuse, tricourile colorate și pantofii sport. Au impus cu obrăznicie vădită prin creațiile lor – destinate în primă fază scenei londoneze și grupului punk Sex Pistols – un look agresiv și colorat, ce se va regăsi apoi în magazinele proprii.

Problematica modei, începând în speță cu perioada postmodernă, poate fi abordată din perspectivă duală-pe de o parte o transformare istorică a veșmântului printr-un act fascinant de creație și

re-creație în virtutea unei libertăți absolute și declarate, iar pe de altă parte o lipsă absolută de importanță în care, în planul imaginației, totul este posibil, deoarece nimic nu contează cu adevărat. Pornind de la aceste considerente, în cadrul programului actual de studiu al Departamentului Modă din cadrul Universității Naționale de Arte din București, studenții sunt încurajați să-și dezvolte o viziune conceptuală coerentă, un limbaj vizual propriu, apelând la diverse medii și tehnici (textile și netextile), de la cele tradiționale până la cele de ultimă generație.

Moda s-a schimbat ireversibil odată cu colecțiile „Pirates”, „Savages” sau „Buffalo Girls”, semnate Vivienne Westwood. La



acel moment, moda *punk*, a străzii urca pe podium, ilustrând practic crezul designerului. Fascinația pentru diversele culturi ale popoarelor, pofta de viață, erotismul, simțul aparte pentru eleganță și dictonul său celebru „creativity comes from technology”, iată care sunt sursele care stau la baza unor creații teatrale și volatile la granița dintre vulgar și tradițional, semnate Vivienne Westwood, ce au dat startul unei

revoluții în modă.

Pentru a înțelege mai bine fenomenul modei în ultimele decenii și modalitatea de lucru cu studenții în cadrul Departamentului Modă, vom preciza faptul că **postmodernismul** desemnează ansamblul curenților de gândire, dar și tipul de realități culturale, sociale, politice și filozofice de la sfârșitul secolului al XX-lea. Postmodernismul s-a manifestat



și continuă probabil să se manifeste – fiindcă nu a reușit încă nici un gânditor să stabilească sfârșitul acestui curent, ca de altfel nici începutul său propriu-zis, – în toată sfera activităților umane, de la arte, arhitectură, literatură și muzică până la sociologie, mass media, filozofie politică, economie politică ș.a. Tot în sens larg, prefixul „post” pune în evidență momentul cultural ce a urmat modernismului, dar, cu

timpul, sensurile termenului „postmodernism” s-au extins.

La începutul perioadei postmoderne, conlucrarea dintre tehnologiile moderne și aluzia primitivă de esență rasială, cu izvoare în doctrina nazistă ce trebuia eradicată, constituie probabil forma cea mai sinistru dezvoltată la nivelul mesajului veșmintelor. Un alt aspect ce șochează în perioada postmodernă privește însăși pre-



țul hainelor. Piese de îmbrăcăminte cotidiană pot fi procurate la prețuri modice, iar purtătorul își poate permite să le abandoneze atunci când ajung să nu-i mai placă, chiar dacă se dovedesc încă portabile, adică funcționale. Ca o ironie la adresa vechilor convingeri și practici pentru care veșmântul trebuie păstrat cu grijă, întâlnim situațiile în care se simulează condiția de „învechit” și „uzat” a veșmântului. Chiar din fabrică, piesa de îmbrăcăminte iese ca obiect „învechit” și „uzat”, condiție ce șochează. Odată cu noile campanii media, de economisire a resurselor, de refolosire creativă a mijloacelor și materialelor existente, s-au dezvoltat numeroase teme în cadrul Departamentului Modă ce au avut ca punct de plecare materialele neconvenționale sau hainele purtate.

Noile spații urbane încep să se identifice cu deplasarea rapidă spre viitor. Apariția computerului permite deja o comunicare nebănuită de intensă. Umplerea timpului real al oamenilor cu „viteza audiovizuală” a imaginilor și schimbului de informații prin intermediul computerului, CD player-ul din mașină, filmul din avion, înmulțirea telefoanelor mobile duce la conștientizarea unei libertăți fără precedent, la ștergerea granițelor culturale și geo-politice. În acest context dezvoltăm, în cadrul cursurilor, teme precum „Factory Lyrics” sau „Utopic Street” în acord cu tendințele promovate la nivel mondial. Derek Gregory subliniază în lucrarea sa „Geographical Imaginations” faptul că, „oameni diferiți, în locuri diferite, sunt implicați în

mod diferit în colonizarea și comprimarea timp-spațiu”, iar Jameson insistă asupra faptului că de-spațializarea lumii trebuie înțeleasă ca un efect al spațializării moderniste, deoarece toate aceste forme de „violență și omogenitate abstractă își au originea în parcelarea inițială”. Aceste teme de imaginație spațială au influențat în foarte mare măsură gândirea postmodernă și în domeniul modei vestimentare și sunt promovate și în cadrul Departamentului Modă al Universității de Arte din București. Scopul cursurilor este să asigure însușirea de către studenți a metodelor de abordare a unui concept complex de proiectare și promovare a unei colecții de modă. Începând cu 1975, Issey Miyake a introdus o abordare conceptuală a modei, inspirată mai mult de aspecte ale artei contemporane decât de tendințele din îmbrăcăminte. Acesta a introdus ideea că fabricarea hainelor ar putea avea rezonanța intelectuală și estetică a altor arte. Similar cu munca multor artiști de la finele sfârșitului secolului al XX-lea, designerii japonezi au subminat complet relația dintre frumos și urât. Mai mult decât alții, aceștia au stabilit că moda poate investi simplul, comunul și, uneori, neatrăgătorul cu puteri estetice. Deseori descrise ca un tip de *origami*, modelele lui Miyake, cu toate că erau foarte elaborate, proiectau un proces de îmbrăcare intuitivă, mai mult decât de croitorie. Miyake, care a utilizat de multe ori corpul ca pe o armură, fără dezvăluirea convențională a formei trupului, este primul dintre designerii internaționali care

a propus o siluetă diferită total de tot ceea ce o precedase. La începutul anilor 1980, alți designeri japonezi au extins noțiunea revoluționară a lui Miyake de îmbrăcare și de trup. Avangarda modei era forțată de estetica lor, complet goală de culoare și fără croiuri, care ar fi descoperit corpul sau care ar fi făcut purtătorul conștient de trupul său. Multe dintre modelele provocatoare au provenit imediat de la creatori din Japonia, Marea Britanie și Belgia.

Rei Kawakubo pentru Comme des Garçons și Yohji Yamamoto au transformat imaginea prezentărilor de modă și discursul modei cu ajutorul propriilor colecții, complet negre și cu mai multe învelișuri. Pe măsură ce carierele acestora au evoluat, niciunul nu a abdicat de la crezul inițial, niciunul nu și-a compromis originalitatea șocantă a propunerilor de design de la debut. Poate că adecvarea muncii lor pentru „Extreme Beauty” este, așa cum a spus Brigid Foley de la revista „W” despre Kawakubo, aceea că designerul „ne arată frumusețea acolo unde nici nu bănuiam că există”. Alți designeri japonezi, inclusiv Junko Koshino, Junya Watanabe și Yoshihiko Hishinuma au introdus imaginile lor hiperkinetice de neon Shinjuku și Shibuya, anime (prescurtarea japoneză pentru animație) și, deseori, efectele senzaționale ale jucăriilor și meșteșugurilor stradale japoneze, în designurile lor frumoase. În timp ce japonezii de la începuturi au lucrat, pentru o vreme, cu fibre naturale și materiale cu o calitate rustică inerentă, aceștia au ajuns să îmbrățișeze materi-

alele fabricate, fără ascunzișuri, acestea fiind principale pentru designul grupurilor tinere.

Gerald Graff a identificat, în cadrul variantei de postmodernism a anilor '60 două direcții: una a disperării apocaliptice și una a euforiei vizionare. Postmodernismul anilor '70 și '80 oferă însă puține motive de disperare sau de euforie, extrăgându-și fundamentarea ideologică din acea generală contestare a anilor '60, iar conștiința istorică (și morală) din înscrierea în istorie a femeilor și a minorităților etnice/rasiale, din acei ani, postmodernismul actual este interogativ în mod și *detoxicator* în intenție. La mijlocul anilor 1980, o tendință istoricistă în modă, inspirată de fanteziile neo-Belle Epoque ale lui Christian Lacroix, a reanimat interesul pentru corsete. Corsetele de *couture* ale lui Lacroix coincideau cu fenomenul lenjerie purtată ca haine, asociat lui Jean Paul Gaultier, și cu stilul post-punk de stradă al lui Vivienne Westwood. Totuși, această tendință era mult mai legată de formele secolului al XIX-lea, decât de văduvele vesele New Look și de centurile promovate de Gaultier sau de stilurile influente și șocante ale doamnei Westwood. Strângerea foarte accentuată a taliei conduce la o deformare a corpului, care poate fi observată, de obicei, la șolduri. Dar, în funcție de configurația corsetului, acesta poate afecta și forma cutiei toracice, bustului și a spatelui. Rochiile purtate peste corsete, care au impus formele cu talie de viespe la modă în anii 1860-1890 erau



create pentru a se mula pe o plinătate suplimentară. Excrescențe vizibile ieșeau în evidență sub influența purtării corsetului la unirea frontală a pieptului cu brațele și umerii, și la spate, sub braț.

În perioada anilor 1980, un număr de designeri britanici au animat lumea modei cu combinația lor paradoxală de afinități istorice și impulsuri rebele. La fel ca Westwood, creatorii John Galliano și Alexander McQueen fac referire la perioade istorice, dar le combină inedit. Ceea ce

diferențiază munca acestor designeri de a altora este insistența lor asupra capacității de recunoaștere a fiecărei referințe în juxtapunere, mai mult decât suprapunerea surselor prin sinteză. De asemenea, activitatea influențată de mediul politic al lui Westwood, McQueen și Hussein Chalayan include corpul ca pe „o locație incontestabilă a poveștilor infinite: repudierea de către Westwood a pudorii victoriene persistente; imaginile lui McQueen despre supraviețuitorii abuzurilor psihice, sexuale

sau politice și critica lui Chalayan referitoare la trup ca purtător de semnificații culturale conservatoare prin formele adulterine ale hainelor islamice”.

Sunt aspecte ce se studiază și se dezvoltă prin teme sugestive în cadrul Departamentului Modă, urmărindu-se obținerea de construcții ironice postmoderne la nivelul veșmântului. Ele vor fi continuate acum sub egida noului **Centru de cercetare EVENIMENT MODĂ IMAGINE**.

Mai mulți membri ai Antwerp Six, un grup de designeri care absolviseră Academia Antwerp, ca și alți designeri belgieni individualiști care îi urmau pe aceștia au extins parametrii design-ului prin revizuirea convențiilor referitoare la haine și prin revizuirea definițiilor frumuseții. Munca lor este caracterizată prin utilizarea materialelor comune, dar neașteptate – fetru, cauciuc, plastic – și prin aplicarea unei facilități tehnice extraordinare în moduri care indicau subtil, dar revizuiau, convențiile tradiționale ale croitoriei. Activitatea acestor designeri, cum ar fi Walter van Beirendonck și Martin Margiela, și echipele de design A F Vandervorst și Victor & Rolf au contribuit la introducerea unei sensibilități similare cu dadaismul în designul contemporan. Este cunoscut faptul că din secolul al XVIII-lea, francezii au lansat cele mai surprinzătoare manipulări ale corpului, de multe ori conștientizate ca artificii de îmbunătățire. La mijlocul secolului al XX-lea, Christian Dior, Jacques Fath și Cristobal Balenciaga au repudiat liniile naturale ale

trupului prin introducerea siluetelor secolului XVIII și XIX, Coco Chanel a respins construcțiile elaborate propuse pentru femei de designerii lor bărbați, cu remarca: „O haină trebuie să fie logică... Bărbații nu au fost creați pentru a îmbrăca femeile”. În ciuda criticilor ei privitoare la citările istorice împovărătoare, ale perioadei postbelice, Chanel însăși a fost direct responsabilă pentru promovarea standardului de femeie slabă, care a fost mult mai greu de atins de către femeile cu forme rubensiene, voluptoase, immortalizate în fotografii sau în picturi. Structura ajutată de articole de îmbrăcăminte fundamentale a permis femeilor să abordeze idealul acelei perioade la un grad pe care costumul de tipul pulover al lui Chanel nu l-ar fi putut ajunge.

John T. Molloy evidențiază în lucrarea sa „Dress for success” o selecție de piese vitale precum și un sistem foarte bine pus la punct de asociere a acestora pentru persoanele ce doreau o ascensiune sigură către un post de conducere într-o corporație.

Urmând tradiția lui Chanel, Yves Saint Laurent a evitat, în general, forme care ar împovăra corpul. Cu rare excepții, cele mai fantastice referiri ale acestuia sunt aplicate formelor articolelor de îmbrăcăminte de confort și de ușurință în mișcare. Pe de altă parte, Christian Lacroix a îmbrățișat unele dintre formele arhaice ale suporturilor pentru corp, prin busiere și rochii de seară în stilul platoșă, de multe ori în combinație cu corsete. Munca



E

FASHION

La moda è un'industria globale, sempre più  
orientata verso il consumatore. Anche  
se prima di essere di moda, un  
vestito deve essere utile. E la moda  
non è solo un gioco di colori e  
materiali, ma anche un'arte di  
comunicare. La moda è un  
linguaggio che parla di sé stessa.  
E la moda è un'arte di vivere.

ART

- In de veld
- Abstractie

DESIGN / ARCHITECTURE

- Avantgarde
- Minimal
- Retro-Futur
- Stilise
- Volume creatie

FOOD

- Kookboek

PERSOANA S

MINERAL

SPL





arhitecturală a lui Pierre Cardin poate fi văzută ca anticipând formele bine-făcute și preocupările SF ale lui Thierry Mugler. Postmodernismul capătă o definiție clară în geometriile perfecte în care se înscriu siluetele lui Cardin, explicația fiind bazată pe faptul că experiența celei de-a doua jumătăți a secolului al XX-lea a fost dominată vizibil de austeritatea arhitecturală care își are începuturile în revoluția declanșată de Școala de la Bauhaus, fondată în Germania în 1919. Linia, spațiul, forma urmau să se reducă la esență, iar funcționalitatea și destinația fiecărei construcții trebuiau să fie recunoscutibile după mult timp în care acestea puteau fi deviate sub frivolitatea și abundența decorației. Renunțarea la corset și la fustele new-look, executate din 20 până la 50 de metri de muselină, odată cu emanciparea femeii moderne ce își cucerește din ce în ce mai multe drepturi în carieră și în societate, duce la exagerări în costum, nu întâmplător, la nivelul umerilor. Sacoul cu umeri largi, masculini, asociat cu pantalonul drept sau cu fusta lungă, drapată, reprezintă imaginea emblematică a perioadei, construcție văzută mai degrabă ca o expresie organică a unui principiu asumat, decât ca o impunere, din exterior, a formei. Pentru Ludwig Mies van der Rohe, ca și pentru Pierre Cardin, arhitectura formei trebuia să funcționeze ca unica și cea mai redutabilă exprimare.

În această direcție insistăm în cadrul departamentului pe teme ce au impus cunoașterea tehnologiei tiparului și a procesului tehnologic, pentru crearea

# Urban Tribes



unor colecții unitare, riguroase, adesea chiar comerciale și cu un targhet țintă foarte bine definit.

Mugler, ca și Jean Paul Gaultier, a fost, de asemenea, inspirat de imaginile televiziunilor și a revistelor animate din anii 1950 și 1960. În timp ce temele lui Mugler se centrau, de multe ori, pe un clasicism utopic și pe stilul de la jumătatea secolului al XX-lea *ubermensch* (suprabărbatul) și *ubermadchen* (suprafemeia), lumea lui Gaultier este „un bazar poliglot de forme anacronice și oameni multiculturali”. Ambii se joacă cu stereotipuri și forme de tipul „icoanelor privitoare la haine, îmbinându-le cu cunoaștere și ironie”.

În mod similar, arhitectura postmodernă respinge stilul univalent în favoarea explorării mai multor stiluri, din a căror incompatibilitate își extrage forța ironică. Legătura clară între aceste tipuri de demers conturează neîndoielnic elementele esențiale ale curentului postmodernist, reflectat în diverse domenii ale artei și deci, și în modă.

Alți designeri, cum ar fi Tom Ford, Helmut Lang, Olivier Theyskens și Jeremy Scott au introdus o voce contemporană mai puternică pe scena modei din Paris. Activitatea lor exprimă un angajament complet frontal pentru aspectele de gen, sexualitate explicită și ambiguă și tendințele extrase din sursele culturii înalte și populare.

În timp ce multe dintre temele

abordate în cadrul Departamentului Modă UNAB reflectă o formă de cod de îmbrăcăminte pentru timpul actual și pentru habitatul cultural în care trăim, și cele mai multe produse sunt intenționate ca articole de îmbrăcăminte purtabile, foarte puține sunt create pur și simplu pentru a proiecta, cu o claritate exagerată, un concept estetic al designerului, lucru emblematic și pentru moda contemporană. Aceasta a condus la o proliferare a modelelor care sunt din ce în ce mai îndepărtate de piață. În acest context, moda este capabilă să abordeze concepte mai complete și uneori mai dificile care sunt, de multe ori, în contrast cu piața.

Această înstrăinare limitată de comerțul direct contribuie, parțial, la natura din ce în ce mai expresivă a modei contemporane. În prezent, când programele SPA și chirurgia estetică sunt alternative acceptabile, iar posibilitatea manipulării genetice se apropie cu rapiditate, vanitățile trecute și transformările fizice importante adoptate de alți oameni în alte timpuri și culturi pot să nu mai fie văzute ca deformări și barbarisme.

Astfel, moda rămâne dovada impulsurilor umane de a aduce corpul cât mai aproape de un ideal, de cele mai multe ori derutant, iar în cadrul școlii, acesta este unul din cele mai frecvent exploatate aspecte. Iată tot atâtea teme de cercetare și reflexie împreună cu studenții, în cadrul pe care îl oferă **Centrul de cercetare EMI**.



# Răzvan VASILESCU

asistent universitar



## Cursuri ciclul I Licență

Tehnici de transpunere Bi - și Tri - dimensională

## Proiecte / Acțiuni culturale

Spectacolul de costum neconvențional **Zidul Berlinului**, organizat la sala Dalles, în colaborare cu Ambasada Germaniei, pentru sărbătorirea celor 20 de ani de la căderea sistemului comunist (2009)

**Red Passion for Fashion**, prezentarea lucrărilor de licență, Departamentul Modă (2009)



# COSTUMUL

## *EN-DETAIL*

**Răzvan VASILESCU**

O nouă problematică intră în atenția cercetătorilor fenomenului modei. Rapiditatea cu care lucrurile se schimbă în ziua de astăzi, avalanșa informațională și complexitatea ridicată a stilului de viață au creat necesități noi pentru oameni, imaginabile cu doar câteva zeci de ani în urmă. De aceea, forma clasică a costumului pare uneori nepregătită să-i asigure purtătorului totalitatea atributelor la un nivel satisfăcător.

Nu este o sub-ramură a modei pe lângă *pret-a-porter* și *haute couture* și nici descrierea manierei de comercializare, este doar o fază incipientă a procesului de creație, menită să scoată din fiecare concept cât mai multe posibilități de expri-

mare și de a construi un punct de plecare solid, în perspectiva realizării unei colecții de modă sau a unui costum ce trebuie să răspundă unor nevoi speciale.

Chiar dacă este, mai curând, un termen propriu limbajului automobilistic, fiabilitatea va fi trăsătura dominantă a costumului, înglobând: multifuncționalitatea, confortul, practicitatea, protecția mediului, lăsând astfel planul secundar, caracterului estetic. Spiritul artistic al studenților Universității Naționale de Artă București nu va permite un astfel de dezechilibru. Căutăm împreună să justificăm fiecare centimetru, să-l compunem într-un ansamblu armonios și să ogindim cu strictețe conceptul.

Experiența Istoriei Costumului și a

Istoriei Artei trebuie folosită, cu precădere, din punct de vedere practic, deoarece formele decorative din trecut nu se înscriu cu succes, de cele mai multe ori, în peisajul actual.

Am ales, aşadar, să insistăm asupra detaliului care face costumul unul particular şi ne pregătim să răspundem celor mai noi şi ciudate cerinţe, oferind totodată soluţii şi surse de inspiraţie.

Cercetarea este o posibilitate de recapitulare practică a cunoştinţelor dobândite, fără posibilitatea de a evita una sau mai multe etape din procesul clasic de creaţie a unui veşmânt, dar accentuând opţiunea pentru aria de interes a fiecăruia: documentare, stilism, modelism, promovare (marketing), evidenţiind pe rând colaborarea şi personalitatea artistică.

Studentii lucrează în echipă şi aleg un personaj din Istoria Costumului de o relativă notorietate, reconstruind silueta respectivă cu fidelitate. Se urmăreşte transformarea ansamblului vestimentar iniţial într-unul cât mai diferit, astfel încât descoperirea propunerilor făcute cu ajutorul efectului *contre-jour* să fie una

spectaculoasă. Detaliile şi particularităţile care dau reperele temporale sunt studiate în amănunt, reconstruite mental şi reinterpretate cât mai actual sau diferit în funcţie de conceptul ales sau impus, al proiectului.

Cercetarea în cadrul temei se va face nu doar la nivelul de imagine, ci şi în sensul dezvoltării ideii principale, prin raportări şi asimilări circumstanţiale. Odată parcursul logic schiţat, se trece la propunerile de formă în ansamblu, cu punctarea detaliilor ce le înscriu pe acelaşi traseu cu momentul iniţial. Propunerea cea mai fluentă se va alege pentru transpunere, alegând procesul tehnic ce va cadra cel mai bine cu ideea de bază.

Valenţele practice iniţiale, ale veşmântului, sunt înlocuite de unele decorative actuale; masculinul devine feminin; diafanul - trivial şi invers etc. Astfel, zeitiţi din Antichitate „devin” ţinute actuale de seară sau de stradă, rochiile cu crinolină - salopeta pentru trei persoane, Romantismul - Military Style, Napoleon - metrosexual, Michael Jackson - diva, Mary Poppins - cool girl şi aşa mai departe.



Practic, elementele de detaliu banale, ce compun o piesă de veșmânt își schimbă forma, poziția sau funcția, realizând, în ansamblu, un prototip absolut necesar în „bucătăria” modei.

Libertatea alegerii materialelor folosite (convențional / neconvențional) și a modului de tratare a temei (ironic / hazliu

/ ridicol) sunt doar încercări de conturare a conceptului întregului proiect și vin ca o relaxare a traseului destul de complicat și de ambițios al procesului de învățare, stimulând odată în plus creativitatea. În final, studenții propun forma cea mai avantajoasă de prezentare a temei, imaginând o ședință foto, un mini-spot video sau un



mod de expunere inedit ce vor evidenția intervenția personală asupra modelului original.

Urmărim folosirea responsabilă a experiențelor trecute în veșmântul actual și totodată găsirea elementelor cheie în costum, precum și fiabilitatea transformărilor propuse.

Proiectul devine ulterior personal și are ca țintă transformarea costumului (poate forma de costum cea mai completă și complexă) într-un obiect cu, cel puțin, dublă funcționalitate, în acord cu cerința. Găsirea și stabilirea unei pârghii care să pună în mișcare această parte a proiectului are loc în urma unui *brain-stor-*



*ming* cu întregul grup de studenți și astfel se va stabili și titlul colecției comune. Și aici putem spune că încercăm să găsim o idee de bază din care se poate extrage cu ușurință un pachet de tendințe ce pot guverna un întreg sezon. De obicei se insistă pe condiții generale fără a discrimina vreun domeniu, chiar dacă este mai puțin artistic, prea comercial, excesiv de kitsch-os fie că este pur și simplu banal. „Salopeta în criză” – inspirată de această dată de condițiile economice – a fost pe rând: cort, cămașă de forță, plină de buzunare fără pungă sau doar „peticită”. Spațiul de lucru în cauză, fiind unul cât se poate de

extins, dă studentului posibilitatea de filtrare a tuturor detaliilor, prin perspectiva personală. Recapitularea procesului tehnologic este și ea una dintre țintele acestei faze a proiectului, punându-se accent, de această dată, pe metodele clasice de construcție a tiparului.

Insistăm asupra soluțiilor ingenioase și originale odată cu păstrarea tehnicii clasice a realizării costumului; de asemenea, este foarte importantă justificarea alegerilor făcute, urmărindu-se astfel capacitatea oratorică a studentului vizavi de un subiect nou.



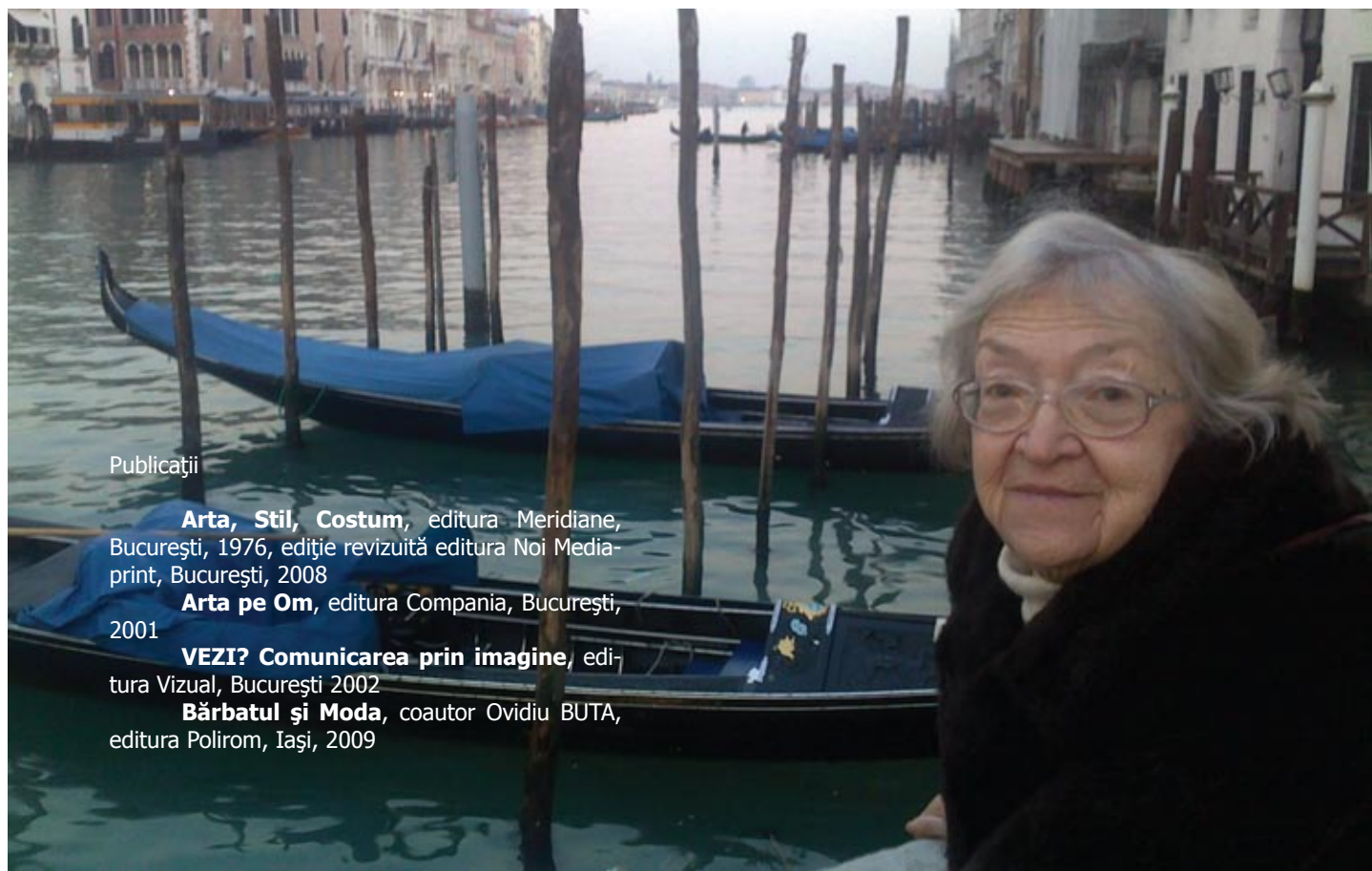
Misiunea acestor studii este de a traduce fiecare cerință în veșmânt și de a o aduce la un grad de lizibilitate cât mai accesibil, printr-un limbaj de specialitate mereu în dezvoltare.

**Centrul de cercetare EMI**, va stimula creativitatea și totodată, prin oficializarea sa, va traduce studiul în rezolvarea unor probleme reale în costumul „special”, de orice fel. Va fi locul unde, venind din direcții diferite, studenți, absolvenți, profesori vor avea posibilitatea să dezvolte proiecte ingenioase de mai mare anvergură, dar și să ofere servicii concrete de consultanță, celor interesați.



# Adina NANU

profesor universitar doctor



## Publicații

**Arta, Stil, Costum**, editura Meridiane, București, 1976, ediție revizuită editura Noi Media-print, București, 2008

**Arta pe Om**, editura Compania, București, 2001

**VEZI? Comunicarea prin imagine**, editura Vizual, București 2002

**Bărbatul și Moda**, coautor Ovidiu BUTA, editura Polirom, Iași, 2009



# COLECȚIA DE COSTUME

## ADINA NANU

**Unda POPP**

Colecția de costume inițiată și lansată de Adina Nanu este una din preocupările primordiale ale **Centrului de cercetare EMI**. Ea este nucleul în jurul căruia ne-am organizat și cu ajutorul ei îi învățăm istoria costumului pe actualii studenți.

Permanentă reîntoarcere la modele trecute (the tiger's leap așa cum numea Walter Benjamin saltul în timp al modei ca reinterpretare actuală a diverselor costume istorice) au transformat colecția într-un loc extrem de vizitat.

Expusă publicului larg în ultimii 15 ani, în cele mai prestigioase muzee din România (1996 la Muzeul Colecțiilor, 1997 la Muzeul de Artă din Constanța, 2006 la Centrul Cultural Metropolitan, 2007 la Mu-

zeul Cotroceni, 2008 la Muzeul Național de Artă al României, 2009 la Muzeul Național de Istorie al României) colecția a fost prezentată în februarie 2010, la Muzeul Costumului și Textilelor din Veneția.

Palatul Mocenigo, care adăpostește o fabuloasă colecție de veșminte din secolele XVII-XVIII a găzduit pentru o lună, chiar în timpul carnavalului, o expoziție care a ilustrat eleganța românească între 1850 și 1950. Această expunere, organizată prin intermediul ICR-ului a fost posibilă grație entuziasmului tânărului Mihai Stan, alături de care am prezentat costumele noastre unui rafinat și cunoscător public venețian.

Între expunerile din diferite loca-









ții, colecția de costume se păstrează în adăpostul antiatomic al unei facultăți particulare, căreia îi mulțumim pentru grija cu care ne ocrotește exponatele (rectorul acestei instituții, Dan Cruceru, a pavat cu gresie și a zugrăvit spațiul), permițând celor interesați să viziteze expoziția, în funcție de programările făcute de Adina Nanu.



Pentru cei obișnuiți cu expunerile din spațiile neconvenționale, așa cum se întâmplă în foarte multe galerii din Berlin, Adăpostul Antiatomic (AA) este deja intrat în circulație pentru un grup de cunoscători.

Colecția este un punct de documentare pentru studenții universităților de artă din București – UNAB și UNATC – și pentru scenografi, sau pentru toți cei interesați de stilul de viață de acum 150 de ani și până azi. Costumele colecției necesită o permanentă îngrijire, parte din ele ar trebui copiate pentru industria filmului.



Alături de costumele autentice, din București, de la 1850 și până astăzi, colecția se dezvoltă și în direcția creației de modă actuală, prin permanenta achiziționare și expunere a celor mai creative producții ale absolvenților Departamentului Modă din cadrul Universității Naționale de Arte București.

Ne mândrim cu piese vestimentare semnate de unii din cei mai talentați fashion designeri de azi și de mâine.

# INFORMAȚII

## MATERIAL VIZUAL

### **Pagina 1:**

Coordonator Ioana Sanda AVRAM,  
UNA Moda Grup, colecția **Black Magic  
White**

### **Pagina 3:**

Coordonator Ioana Sanda AVRAM,  
UNA Moda Grup, colecția **Black Magic  
White**

### **Pagina 4:**

Coordonator Doina LUCANU, lucrarea disertație Master, Viorica GORENCU, 2009

### **Pagina 7:**

Unda POPP, Adina NANU și Doina BERCHINĂ la spectacolul **Zidul Berlinului**

### **Pagina 11:**

Coordonator Unda POPP (paginile 11-34), Afișul manifestării **Meninele iau metroul**, costume realizate de Luiza RACOVITĂ și Alexandra BOERESCU

### **Pagina 12:**

Performing de costum, performeri studenții UNATC, coregrafie Costin ANGHEL

### **Pagina 13:**

Unda POPP

### **Pagina 14:**

Performing realizat în cadrul evenimentului **Sibiu Capitală Culturală Europeană**

### **Pagina 16:**

Performing realizat în cadrul evenimentului **Sibiu Capitală Culturală**

**Europeană**, cu participarea asistenților:  
Ana OPRESCU și Răzvan VASILESCU

**Pagina 17:**

Performing realizat în cadrul evenimentului **Sibiu Capitală Culturală Europeană**, cu participarea asistentului Răzvan VASILESCU

**Paginile 18-19:**

Performing de costum, **Zidul Berlinului**

**Pagina 20:**

Performing de costum, **Soarta Brâncovenilor**, cu participarea studenților UNATC, coregrafie Costin ANGHEL

**Pagina 21:**

Performing de costum, **Soarta Brâncovenilor**, cu participarea studenților UNATC, coregrafie Costin ANGHEL

**Paginile 22-23:**

Performing de costum, **Zidul Berlinului**, cu participarea studenților UNAB și UNATC, regie Costin ANGHEL

**Paginile 24-25:**

Performing de costum, **Zidul Berlinului**, cu participarea studenților UNAB și UNATC, regie Costin ANGHEL

**Pagina 27:**

Performing de costum, **Grasele**, cu participarea studenților UNAB, UNADay

**Paginile 28-29:**

Prezentare de costum **DeConFashion**, cu participarea studenților UNAB

**Pagina 31:**

Prezentare de costum **DeConFashion**, cu participarea studenților UNAB

**Paginile 32-33:**

Prezentare de costum **DeConFashion**, cu participarea studenților UNAB

**Pagina 34:**

Prezentare de costum **DeConFashion**, cu participarea studenților UNAB

**Pagina 36:**

Coordonator Doina LUCANU (paginile 36-49), **Obiect – Veșmânt**, Master anul II, Elena STAN, 2009

**Pagina 37:**

**Obiect – Veșmânt**, Master anul II, Elena STAN, 2009

**Pagina 38:**

Proiectul **Grădina Hesperidelor**, **Obiect – Veșmânt**, Master anul I, Alexandra VULPE, 2009

**Pagina 40:**

**Obiect – Veșmânt**, Sergiu Chihaia, Master anul I, 2007

**Pagina 41:**

**Obiect – Veșmânt**, Master anul II, Laura COTIGĂ, 2008

**Pagina 42:**

**Sculptură moale**, **Obiect – Veșmânt**, Master anul I, Alexandra MOCENCO, 2009

**Pagina 43 (stânga):**

**Obiect – Veșmânt**, lucrarea disertație Master, Viorica GORENCU, 2009

**Pagina 43 (dreapta):**

**Sculptură moale, Obiect – Veșmânt**, Master anul I, Andreea ROTARIU, 2009

**Pagina 44 (stânga):**

**Obiect – Veșmânt**, lucrarea disertație Master, Cosmina MÂRZAC, 2008

**Pagina 44 (dreapta):**

**Obiect – Veșmânt**, lucrarea disertație Master, Cosmina MÂRZAC, 2008

**Pagina 45:**

**Obiect – Veșmânt**, lucrarea disertație Master, Margarita DOVGAN, 2007

**Pagina 46 (stânga):**

**Obiect – Veșmânt**, lucrarea disertație Master, Margarita DOVGAN, 2007

**Pagina 46 (dreapta):**

**Obiect – Veșmânt**, lucrarea disertație Master, Margarita DOVGAN, 2007

**Pagina 47 (stânga):**

**Obiect – Veșmânt**, lucrarea disertație Master, Cosmina MÂRZAC, 2008

**Pagina 47 (dreapta):**

**Experiment, Obiect – Veșmânt**, Master anul I, Margarita DOVGAN, 2006

**Pagina 48:**

**Sculptură moale, Obiect – Veșmânt**, Master anul I, Sandra GALAN, 2009

**Pagina 49:**

**Sculptură moale, Obiect – Veșmânt**, Master anul I, Alexandra CALFETEANU, 2009

**Pagina 50:**

Coordonator Ioana Sanda AVRAM (paginile 50-70), UNA Moda Grup, colecția **Silk Road**

**Pagina 51:**

Ioana Sanda Avram împreună cu studenții UNA Moda Grup

**Pagina 52:**

Colecția **Ciocolată cu dragoste**, UNA Moda Grup, în parteneriat cu Agnes TOMA

**Paginile 54-55:**

Colecția **Fashionlogy**, Alina ENE

**Paginile 56:**

**Mood Board**, colecția **Reflex**, Agota TOMPS

**Paginile 58:**

Colecția **Europolis**, UNA Moda Grup

**Paginile 60-61:**

Colecția **Europolis**, UNA Moda Grup

**Pagina 62:**

Colecția **Europolis**, UNA Moda Grup, Viorica GORENCU

**Pagina 64:**

Schițe, colecția **Reflex**, Agota TOMPOS

**Pagina 65:**

Colecția **Winter Moods**, Andrea MUȘAT

**Pagina 67:**

Colecția **URBANITE**, Alina ENE

**Paginile 70-71:**

Concept Store, I-DEA GRUP, expoziția **Kash Out**, fotografie Dan Andrei PARASCHIV

**Pagina 72:**

Coordonator Liliana Țuroiu UDREA (paginile 71-86), prezentare de modă, Parcul Titan, București, 2009

**Pagina 73:**

Liliana Țuroiu UDREA

**Pagina 74:**

Ședință foto organizată în cadrul Departamentului Modă al UNAB

**Pagina 76:**

Ședință foto organizată în cadrul Departamentului Modă al UNAB

**Pagina 77:**

Ședință foto organizată în cadrul Departamentului Modă al UNAB

**Pagina 78:**

Ședință foto organizată în cadrul Departamentului Modă al UNAB

**Pagina 81:**

Expoziție **Factory Lyrics** organizată în cadrul Departamentului Modă al UNAB

**Pagina 83:**

Detaliu expoziție organizată în cadrul Departamentului Modă al UNAB

**Paginile 84-85:**

Expoziție **Mineral Splendor** organizată în cadrul Departamentului Modă al UNAB

**Pagina 86:**

Colecția **Urban Tribes**, Dalia POLEAC

**Pagina 88:**

Coordonator Răzvan VASILESCU (paginile 88-97), Proiect CostUmbre, anul II

**Pagina 89:**

Răzvan VASILESCU

**Pagina 90:**

Proiect CostUmbre, Ecaterina GUNZUN și Diana BOBANA

**Pagina 93:**

Proiect CostUmbre, Ecaterina GUN-

ZUN și Diana BOBANA

**Pagina 94:**

Proiect CostUmbre, anul II

**Pagina 95:**

Proiect CostUmbre, Bianca TUDOSE

**Pagina 97:**

Proiect CostUmbre, Andreea DUMITRESCU

**Pagina 98:**

Dantele, colecția Adina NANU

**Pagina 99:**

Adina NANU

**Pagina 100:**

Costum 1900, expoziția RetRomania, Palatul Mocenigo, Veneția

**Paginile 102-103:**

Expoziția RetRomania, Palatul Mocenigo, Veneția

**Pagina 104:**

Costum 1900, expoziția RetRomania, Palatul Mocenigo, Veneția

**Pagina 105:**

Expoziția RetRomania, Palatul Mocenigo, Veneția

**Pagina 106:**

Expoziția Costumele Regale, Palatul Cotroceni, București

**Pagina 107:**

Expoziția Costumele Regale, Palatul Cotroceni, București

# CUPRINS

**Doina BERCHINĂ**

CERCETAREA ÎN MODĂ UN DEMERS NECESAR

**5**

**Unda POPP**

MODA CA FENOMEN ARTISTIC ȘI PROVOCĂRILE EI

**15**

**Doina LUCANU**

VEȘMÂNT CERCETARE OBIECT

**39**

**Ioana Sanda AVRAM**

MODA VESTIMENTARĂ ȘI INDUSTRIILE EI

**53**

**Liliana Țuroiu UDREA**

ȘCOALA DE MODĂ ÎN CONTEXTUL REVOLUȚIEI POSTMODERNE

**75**

**Răzvan VASILESCU**

COSTUMUL *EN-DETAIL*

**91**

**Unda POPP**

COLECȚIA DE COSTUME ADINA NANU

**101**

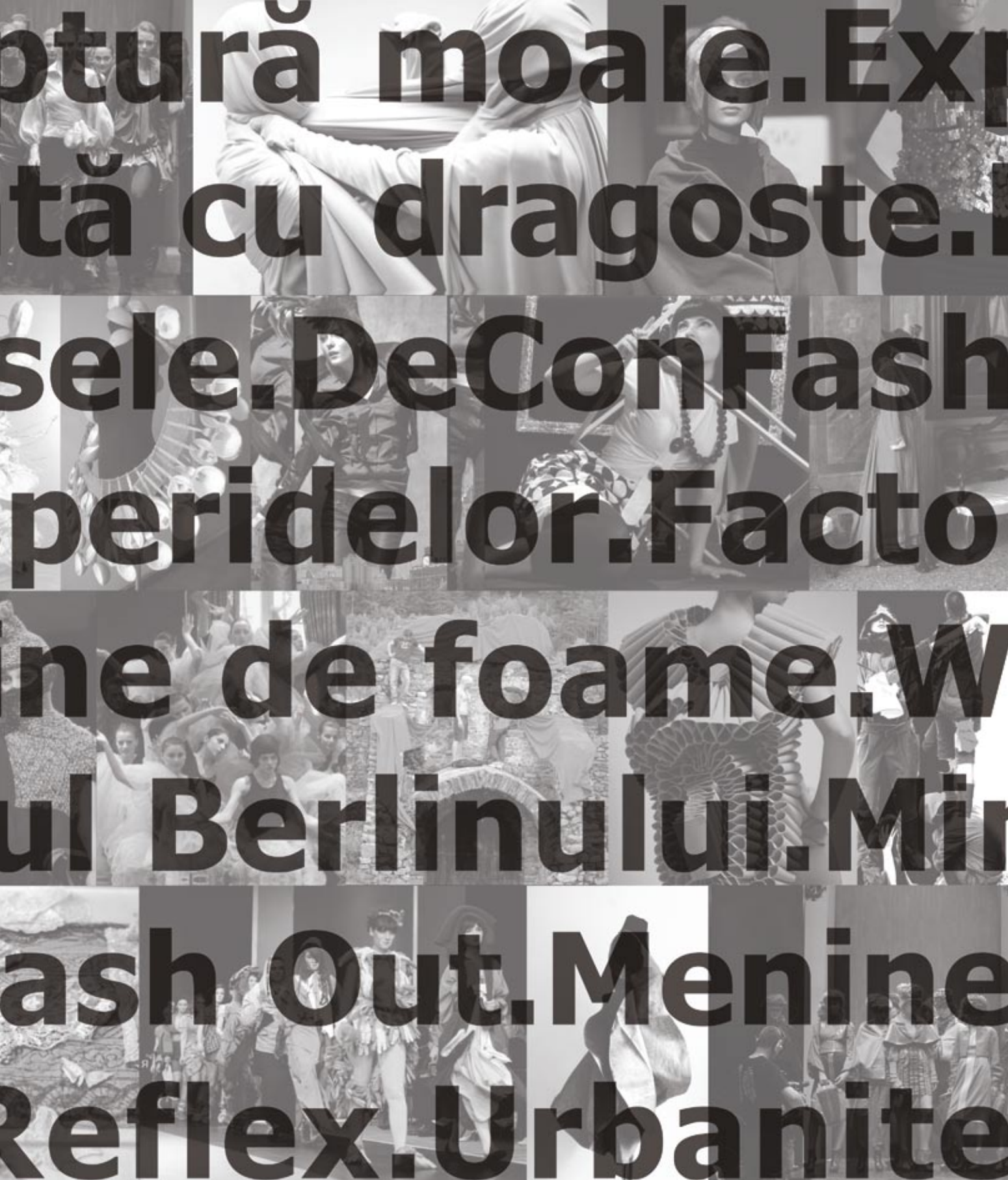
**INFORMAȚII MATERIAL VIZUAL**

**108**

**CUPRINS**

**112**





otură moale. Exp  
tă cu dragoste. I  
sele. De Con Fash  
peridelor. Facto  
ne de foame. W  
ul Berlinului. M  
ash Out. Menine  
Reflex. Urbanite

# MODA

CERCETARE  
ARTĂ  
INDUSTRIE

editura **UNArte**

ISBN 978-973-1922-82-9