

DEZVOLTAREA SORTIMENTELOR DE PRODUSE DE ÎMBRĂCĂMINTE PENTRU FEMEII PRIN UTILIZAREA ELEMENTELOR COSTUMULUI MASCULIN

Veronica VERLAN, Marcela IROVAN

Universitatea Tehnică a Moldovei

Abstract: *Lucrarea abordează problema dezvoltării sortimentelor de produse de îmbrăcăminte pentru femei prin aplicarea conceptului de colecție de tip capsulă, prin detalierea reperelor teoretice și venind cu elaborări originale pentru femeile ce activează în domeniul de afaceri. Garderoba rațională elaborată utilizează conceptul de colecție de tip „capsulă” care oferă posibilitatea deținerii produselor compatibile ca stil ce pot fi ușor combinate, creând compleuri variate dintr-un număr minim de piese vestimentare. Stilistica aleasă pentru crearea colecției pentru femei este reprezentată de costumul masculin și elementele reprezentative ale acestuia.*

Cuvinte cheie: *îmbrăcăminte pentru femei, colecție de tip capsulă.*

1. Introducere

Evoluția societății contemporane și crearea idealului de femeie puternică sunt reprezentative pentru elaborarea produselor vestimentare orientate către grupului feminin de purtători. Unul din cele mai populare medii de activitate curente este mediul de afaceri, în care activează un număr destul de mare de femei cu diverse capacități și responsabilități. Atestând această situație, s-a observat necesitatea creării unor noi modele de produse pentru femei care ar favoriza comoditatea purtătoarelor în acest areal de activitate și care ar facilita percepția femeilor în domeniul business.

Întrucât mediul de afaceri este dominat de bărbați, se recomandă utilizarea stilisticii costumului masculin la dezvoltarea sortimentelor feminine, pentru a nu crea un contrast pronunțat în cadrul desfășurării activităților, dar și pentru a oferi subtilitatea energiei și aptitudinilor masculine prin costumul feminin.

2. Conceptul colecțiilor de tip „capsulă”

Colecția de tip „capsulă” este un termen introdus de Susie Faux, deținătoarea unui butic londonez, în anii 1970, și potrivit acesteia, o colecție tip „garderobă” este o colecție ce include piese vestimentare esențiale ce nu se demodează (precum fustele, pantalonii și paltoanele) care pot fi asortate cu piese vestimentare sezoniere. Faux menționa că o colecție de tip „capsulă” pentru femei trebuie să includă cel puțin „2 perechi de pantaloni, o rochie sau o fustă, o jachetă, un palton, un pulover tricotat, două perechi de încălțăminte și două genți”. Acest concept a fost promovat și de designerul american Donna Karan, care în 1985 a lansat o colecție de tip capsulă redusă compusă din 7 piese interschimbabile destinată femeilor muncitoare și care au nevoie de o garderobă stilată, dar, totuși, practică.

Una din regulile generale impuse colecției de tip capsulă se referă la alegerea gamei cromatice, fiind necesară alegerea uneia sau două culori de bază care se potrivesc cu orice, precum negru, alb, maro, gri sau navy-blue. Piese de bază precum pantalonii, gențile sau paltoanele, pot fi procurate în aceste culori, astfel încât să fie asortate cu orice alte piese din garderobă. După alegerea culorilor de bază, e nevoie de ales una sau două culori de accent, care sunt mai pronunțate decât culorile de bază și le completează. Aceste culori pot fi folosite pentru alte piese din colecție, precum bluze, rochii sau accesorii. O dată ce gama cromatică este stabilită, interschimbabilitatea pieselor este asigurată, întrucât culorile se completează. De asemenea, este nevoie de ținut cont și de de tenul purtătoarei, întrucât este necesară o gamă coloristică ce ar avantaja purtătoarele. [1]

Un rol deosebit în definirea produselor din cadrul colecției de tip „capsulă” îl au și croielile produselor, croielile clasice fiind cele prioritare, deoarece avantajează majoritatea purtătoarelor.

Materialele din care sunt confecționate produsele din cadrul colecției nu trebuie nici ele să fie neglijate, întrucât țesăturile de calitate înaltă vor conferi produselor un termen mai lung de uzură fizică, iar imprimeurile clasice vor asigura o uzură morală mai mare.

Astfel, datorită sortimentului predefinit de produse al colecției tip „capsulă” și necesitățile stilului de afaceri s-a definit că diversitatea sortimentelor de produse din cadrul colecției de tip office va fi restrânsă. Fusta, pantalonii, jacheta, bluza și vesta sunt sortimentele alese pentru dezvoltare în cadrul colecției. Din punct de vedere cromatic va fi folosită următoarea gamă coloristică: non-culoarea negru, alb, nuanțe de gri și albastru – culori recomandate pentru purtare în mediile business [2], [3].

3. Istoricul adaptării stilului masculin în vestimentația feminină

Începând cu perioada când femeile au renunțat definitiv la corset ca parte a garderobei uzuale, perioada „împrumuturilor” din garderoba masculină nu a conținut să existe. Primele momente au fost reprezentate de adaptarea tricotelului în garderoba feminină, material, care datorită proprietăților specifice, era inițial folosit doar pentru confecțiile bărbătești destinate muncii.

Revoluționarea costumului feminin a fost realizată de pantalonii, a căror purtare era tolerată doar de către bărbații lor. Anii ‘20 ai secolului XX au fost o turnură importantă pentru pantalonii, întrucât Paul Poiret a creat prima pereche de fustă-pantalonii pentru femei – pantalonii harem inspirați de Șeherezada. Situația a început să se amelioreze după Primul Război Mondial, când femeile au început să se încadreze mai activ pe piața muncii și aveau nevoie de haine potrivite noilor activități. Zece ani mai târziu, divele filmului american apăreau pe ecrane îmbrăcate în pantalonii de pijama, dând un nou impuls luptei pentru „asimilarea” pantalonilor. Actrițe precum Marlene Dietrich sau Katherine Hepburn au contribuit din plin la „erotizarea” pantalonilor și la transformarea acestora în armă a femeii fatale.

Designerul vestimentar care a schimbat complet atitudinea societății față de acest sortiment a fost Yves Saint-Laurent, care a prezentat în anul 1966 smokingul, oferind astfel susținere femeilor care abia au început să se bucure de aceleași drepturi ca și bărbații. Mai târziu pantalonii reprezentau mișcările feministe, iar în prezent pantalonii sunt o piesă uzuală a garderobei feminine. [4]



Fig. 1. Începuturile adoptării stilului masculin în vestimentația feminină

4. Direcțiile de influență a elementelor costumului masculin în vestimentația pentru femei

Analizând piesele specifice costumului masculin (vesta, pantalonii, sacoul, cămașa albă) se observă că fiecare piesă și-a găsit locul în garderoba feminină indiferent de câtă atitudine masculină nu ar emana.

Sacoul bărbătesc a fost adaptat la jacheta feminină în materie de croială, siluetă, linii constructive, tipul gulerului, buzunare și lungimea produsului astfel, aceasta este purtată atât ca parte a costumului clasic, cât și ca piesă separată. Purtată împreună cu eșarfe voluminoase, jacheta masculinizată deseori îndeplinește rolul unui demiu mai subțire.

Cea de-a doua piesă cu sprijin pe umeri a costumului – vesta, a fost la fel adaptată sortimentului feminin, repetând însă într-o măsură mai mare silueta purtătoarei. Pentru acest tip de sortiment, ca și în cazul jachetei, se folosesc țesături tipice costumului pentru bărbați – de culoare gri, maro, negru, în dungii, carouri, dar și țesături cu imprimeuri mai îndrăznețe.

Pantalonii bărbătești se regăsesc în costumul feminin prin croiala specifică, număr de buzunare și poziționări, lungime și volum. Țesăturile din care sunt confecționați sunt adaptate la destinația produsului: se utilizează țesături de costum dar și țesături ușoare și vapoase, realizând astfel forme pline de feminitate.

Cămașa bărbătească albă a devenit și ea parte componentă a garderobei feminine. În mare parte s-au păstrat proporțiile, alungirea liniei umărului și adâncirea răscoielii de mânecă, tipul buzunarelor – cele aplicate în

zona bustului, însă sunt atestate și diverse variații. Astfel, în garderoba feminină se mai găsesc și cămăși de croială clasică confecționate din țesături transparente sau cu imprimeuri, cu mai multe tipuri de buzunare, cu elemente de decor aplicate și cu lungimi diferite a mânecii și a produsului.



Fig. 2. Piese de rezistență a garderobei masculine

Alături de îmbrăcămintea tipică masculină, femeile au folosit drept inspirație și încălțăminte purtată de bărbați. Acest lucru se datorează comodității la purtare și exploatare, aceasta fiind cu ușurință adoptată de femeile ce au un mod de viață destul de rapid și divers. Printre tipurile de încălțăminte bărbătești întâlnite la purtătoarele de sex feminin se numără pantofii, bocancii și papucii de tip oxford cu, sau fără, adaptări.

Accesoriile de inspirație masculină se remarcă prin culori închise, linii drepte, aspect foarte neted sau mai brutal, și au atitudinea corespunzătoare unui sex puternic. Cravatele, papioanele, pălăriile, ceasurile și brățările din piele sunt unele din exemplele de accesorii masculine preferate de femeile contemporane. [4]

Pe lângă adaptarea pieselor vestimentare și a accesoriilor la garderoba feminină, acestea au devenit și sursă de inspirație pentru alte produse vestimentare pur feminine precum rochiile. Elemente masculine au fost utilizate la diversificarea decorării produselor sau ca bază de definire construcția a produselor.

5. Structura compozițional-constructivă a modelelor sistemului proiectat

Colecția de tip capsulă a fost elaborată pe baza analizei tendințelor modei în materie de siluete, elemente constructive, culori și materiale, precum și prin identificarea modalităților de soluționare din punct de vedere compozițional, pe lângă definirea aspectului purtătorului și a modului în care ar integra imaginea purtătorului cu cerințele impuse îmbrăcămintei moderne.

Inițial s-a definit grupul de purtători și caracteristicile antropometrice ale acestuia: grupa de mărimi 88-92, grupa de înălțimi 164-176, grupa a II-a de conformație. Astfel, se observă că diferența dintre perimetrele bustului III T16 (PbIII) și taliei T19 (Pș) este de 8 cm cu un interval de indiferență de 4 cm, iar pentru a ameliora vizual această diferență se recomandă proiectarea unor produse ce ar integra imaginea purtătorului prin punerea în evidență a zonei bustului sau prin reducerea din volum în zona șoldurilor, echilibrând compozițional întreaga imagine a purtătorului.

Din punct de vedere a siluetei, se recomandă produse de siluetă semiajustată, care repetă forma corpului, pentru a pune în evidență formele și de acorda, vizual, feminitate purtătoarei. De asemenea, acest aspect mai este cauzat și de destinația produselor – vestimentație pentru oficiu, produsele de siluetă ajustată nefiind suficient de comode pentru o zi de muncă în oficiu. Ținând cont și de încadrarea stilistică a elementelor costumului masculin în compoziția produselor noi elaborate, se poate alege și silueta dreaptă.

Considerând destinația produselor – vestimentație pentru oficiu, modalitățile de prelucrare a produselor în zona răscoielii gâtului sunt relativ restrânse, factorul cel mai important ce influențează alegerea metodei de realizare a produsului în zona răscoielii gâtului fiind codul de etichetă impus de mediul de afaceri. Modalitățile de prelucrare a liniei răscoielii gâtului sunt preponderent reprezentate de gulere cu rever sau șal, în cazul jachetelor, diversitate atestându-se în materie de formă și unghi a colțului de gulere și rever. În cazul vestelor se pot proiecta gulere caracteristice jachetelor, iar dacă se propun modele de veste fără gulere, se poate proiecta o formă diferită a răscoielii gâtului (tip „V”, formă ovală sau pătrată).

În urma analizei tuturor recomandărilor se crează modelele componente ale colecției tip „capsulă” pentru femei (figura 3).



Fig. 3. Colecția de tip „capsulă” pentru femei ce activează în domeniul de afaceri

6. Concluzii

Costumul masculin și elementele reprezentative ale acestuia au servit drept sursă de inspirație pentru numeroase produse vestimentare feminine. Însemnătatea acestei surse de inspirație reprezintă cu siguranță o aluzie la egalitatea sexelor și spargerea stereotipurilor, însă aduce totodată și o valoare deosebită dezvoltării sortimentelor produse vestimentare feminine, tematică abordată în cadrul elaborării colecției de tip „capsulă” pentru femei, cu destinația de purtare în mediul de afaceri, produsele obținute fiind actuale și încadrându-se în mediul de activitate recomandat.

Bibliografie

1. https://en.wikipedia.org/wiki/Capsule_wardrobe
2. <http://yfsmagazine.com/2015/07/25/business-dress-code-the-color-of-your-bespoke-suit-matters>
3. http://www.tutorialspoint.com/business_dress_code/quick_guide.html
4. *Conferința Jubiliară Tehnico-științifică a Colaboranților, Doctoranzilor și Studenților consacrată cele de-a 50-a Aniversări a U.T.M.*, 20-21 octombrie 2014, Volumul III., Chișinău, U.T.M., 2015 pag. 219-220.