



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO  
CENTRO ACADÊMICO DO AGRESTE  
CURSO DESIGN-BACHARELADO

TATYANE GRISIELLY ROCHA NEVES MOTA

**DESIGN DE SUPERFÍCIE: CRIAÇÃO DE ESTAMPAS COM SUBLIMAÇÃO  
TOTAL PARA O SEGMENTO DE VESTUÁRIO VOLTADO AO TURISMO QUE  
VALORIZEM A CULTURA CARNAVALESCA DE RECIFE E OLINDA**

Caruaru

2019

TATYANE GRISIELLY ROCHA NEVES MOTA

**DESIGN DE SUPERFÍCIE: CRIAÇÃO DE ESTAMPAS COM SUBLIMAÇÃO  
TOTAL PARA O SEGMENTO DE VESTUÁRIO VOLTADO AO TURISMO QUE  
VALORIZEM A CULTURA CARNAVALESCA DE RECIFE E OLINDA**

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado ao Curso de Design-  
Bacharelado da Universidade Federal de  
Pernambuco, como requisito parcial para a  
obtenção do título de Bacharel em Design.

**Área de concentração:** Design Têxtil.

**Orientador:** Prof<sup>ª</sup>. Sophia Costa.

Caruaru

2019

Catálogo na fonte:  
Bibliotecária – Simone Xavier - CRB/4 – 1242

M917d Mota, Tatyane Grisielly Rocha Neves.  
Design de superfície: criação de estampas com sublimação total para o segmento de vestuário voltado ao turismo que valorizem a cultura carnavalesca de Recife e Olinda. / Tatyane Grisielly Rocha Neves Mota. - 2019.  
76 f. il. : 30 cm.

Orientadora: Sophia de Oliveira Costa e Silva.  
Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso) – Universidade Federal de Pernambuco, CAA, Design, 2019.  
Inclui Referências.

1. Estamparia (Arte). 2. Estampas. 3. Carnaval. 4. Design. 5. Produção têxtil. I. Silva, Sophia de Oliveira Costa e (Orientadora). II. Título.

CDD 740 (23. ed.)

UFPE (CAA 2019-448)



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO  
CENTRO ACADÊMICO DO AGRESTE  
NÚCLEO DE DESIGN**

**PARECER DE COMISSÃO EXAMINADORA  
DE DEFESA DE PROJETO DE  
GRADUAÇÃO EM DESIGN DE**

**TATYANE GRISIELLY ROCHA NEVES MOTA**

**“Design de Superfície: Criação de Estampas com Sublimação Total Para o Segmento de Vestuário  
Voltado ao Turismo que Valorizem a Cultura Carnavalesca de Recife e Olinda”**

A comissão examinadora, composta pelos membros abaixo, sob a presidência do primeiro, considera a aluna **TATYANE GRISIELLY ROCHA NEVES MOTA**

**( ) APROVADA ( ) REPROVADA**

Caruaru-PE, 12 de dezembro de 2019.

---

Prof<sup>a</sup>. Sophia de Oliveira Costa e Silva

---

Prof<sup>a</sup>. Iracema Tatiana Ribeiro Leite

---

Prof<sup>a</sup>. Nara Oliveira de Lima Rocha

Ao meu esposo Deivisson Silva Mota que nunca me deixou desistir, à minha psicóloga Edilma Soares de Andrade que me mostrou que sou capaz, à minha grande amiga Graciene Morgana Portela pelas dicas preciosas e a Deus por ter me permitido chegar até aqui.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço primeiramente à Deus, por todas as bênçãos que têm me proporcionado a cada dia, e neste momento pela oportunidade de estar concluindo minha formação acadêmica.

Agradeço à professora e Orientadora Sophia Costa por ter me acompanhado, orientado e me aconselhado.

A todo corpo docente do curso de Design Bacharelado, que fizeram parte da minha graduação e me ajudaram a crescer como profissional e também como pessoa.

Agradeço ao meu pai Genivaldo Manoel das Neves que se esforçou para que eu pudesse estudar e me apoiou durante toda minha trajetória acadêmica.

Agradeço ao meu Esposo Deivisson Silva Mota por ter me apoiado, suportado, ensinado e perseverado ao meu lado em todos os momentos.

Agradeço a minha grande amiga Amanda Regida da Silva Rodrigues por ter me incentivado a entrar na universidade pública, infelizmente não está mais entre nós para presenciar este momento tão aguardado.

Agradeço a minha grande amiga e colega de trabalho Graciene Morgana Portela Sousa de Oliveira por ter me ajudado com dicas indispensáveis, apoio, confiança e incentivo diário, sua ajuda fez grande diferença.

Agradeço a minha psicóloga Edilma Soares de Andrade por ter me ajudado emocionalmente e me mostrado que tenho capacidade para concluir este projeto.

Agradeço ao psiquiatra Thiago Assunção por me proporcionar o tratamento necessário para minha estabilidade emocional possibilitando a conclusão deste trabalho.

“...Conhecer o meu Nordeste com certeza  
é o seu destino...”

Nilson Rutizat

## RESUMO

O design de superfície é uma das ramificações do design gráfico e está diretamente ligado aos setores criativos da indústria. O presente projeto de design aborda a temática da estamparia têxtil, mais precisamente no que tange a elaboração de estampas para sublimação total. Para tal, são estudadas técnicas, princípios e estratégias do design, do design gráfico e do design de superfície, que direcionam o desenvolvimento das estampas, a fim de atenderem a necessidades exigidas pela empresa solicitante Pier Sun Clothes. Sendo assim foi desenvolvida uma pesquisa de tendências do verão de 2018 a 2020 que serviu de base para a criação deste projeto. As quatro estampas solicitadas pela empresa retratam elementos do carnaval de Olinda e Recife, sendo eles: Caboclo de Lança, Homem da Meia Noite, Casarios de Olinda e Sombrinhas de Frevo a fim de representar a cultura local despertando interesse do turista pelas peças de roupas estampadas.

**Palavras-Chaves:** Design de Superfície. Estampa. Regional. Desenvolvimento de produção têxtil. Carnaval.

## **ABSTRACT**

Surface design is one of the ramifications of graphic design and is directly linked to the creative industry sectors. This design project addresses the theme of textile printing, more precisely in relation to the elaboration of prints for total sublimation. To this end, techniques, principles, and strategies of design, graphic design, and surface design that guide the development of prints to meet the needs of the requesting company Pier Sun Clothes are studied. Thus, a summer trend survey from 2018 to 2020 was developed, which was the basis for the creation of this project. The four prints requested by the company portray elements of the carnival of Olinda and Recife, namely: Caboclo de Lança, Homem da Meia Noite, Casarios de Olinda e Sombrinhas de Frevo in order to represent the local culture arousing interest of the tourist by the printed clothing pieces .

**Keywords:** Surface Design. Print. Regional. Development of textile production. Carnival.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Desdobramento final da MD3E .....	19
Figura 2 – Desdobramento final da MD3E .....	20
Figura 3 – Loja Paulo axé artesanatos localizada no Pelourinho .....	31
Figura 4 – Desfile de Fabiana Milazzo no SPFW N43 .....	41
Figura 5 – Painel de tendências de 2018. ....	42
Figura 6 – Um dos modelos da Moschino que desfilaram na semana de moda em Milão .....	43
Figura 7 – Painel de tendências de 2019. ....	44
Figura 8 – modelo do desfile de Dolce&Gabbana primavera/ verão 2020.....	45
Figura 9 – Painel de tendências de 2020. ....	46
Figura 10 – Estampa Farol e Elevador com fitas e Estampa Quadro da cultura Nordestina (da esquerda para a direita) .....	48
Figura 11 – Estampa Casaríos coqueiro pôr do sol marinho e estampa casarios pôr do sol nuvens roxas (da esquerda para a direita) .....	48
Figura 12 – Paleta de cores caboclo de lança.....	50
Figura 13 – Brainstorm caboclo de lança .....	50
Figura 14 – Paleta de cores Homem da meia noite .....	51
Figura 15 – Brainstorm Homem da Meia Noite .....	52
Figura 16 – Paleta de cores Casarios de Olinda.....	53

Figura 17 – Brainstorm Casarios de Olinda.....	53
Figura 18 – Paleta de cores Frevo .....	54
Figura 19 – Brainstorm Frevo.....	55
Figura 20 – Glitter utilizado.....	56
Figura 21 – Repetição de círculos contendo a imagem de glitter.....	57
Figura 22 – Origem dos elementos para a gola do Caboclo de lança.....	57
Figura 23 – Painel de elementos do caboclo de lança.....	58
Figura 24 – Mandalas utilizadas como filtros.....	58
Figura 25 – Desenhos feitos com caneta e vetorizados no ilustrator .....	59
Figura 26 – Base da estampa homem da meia noite .....	60
Figura 27 – Casarios desenhados com a mesa digitalizadora .....	61
Figura 28 – Casarios impressos e pintados com aquarela.....	61
Figura 29 – Parte da sombrinha criada pela autora deste trabalho.....	62
Figura 30 – Rua das piscinas naturais em Porto de Galinhas.....	62
Figura 31 – Estampa Caboclo de lança.....	64
Figura 32 – Estampa Homem da Meia Noite.....	65
Figura 33 – Estampa Casarios .....	65
Figura 34 – Estampa Sombrinhas de Frevo .....	66
Figura 35 – Mockup de apresentação das estampas.....	66
Figura 36 – Apresentação com produtos da empresa.....	67
Figura 37 – O papel sublimático é colocado sob a peça branca e levado para a prensa.....	68

Figura 38 – Peças sublimadas recém-saídas da prensa.....68

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>15</b>
1.1	OBJETIVOS E JUSTIFICATIVA.....	16
1.1.1	Objetivo Geral.....	16
1.1.2	Objetivos Específicos .....	16
1.1.3	Justificativa .....	16
1.2	METODOLOGIA DE PESQUISA E DE PROJETO .....	17
<b>2</b>	<b>TECIDO E ESTAMPA.....</b>	<b>24</b>
2.1	LINHA DO TEMPO DA ESTAMPA.....	24
2.2	DESIGN DE SUPERFÍCIE TÊXTIL .....	25
2.3	TECIDOS.....	27
2.4	IMPORTÂNCIA DA ESTAMPA.....	29
2.5	DEMANDA LOCAL .....	31
<b>3</b>	<b>A EMPRESA E SUAS NECESSIDADES .....</b>	<b>33</b>
3.1	SOBRE A PIER SUN CLOTHES .....	33
3.2	AS NECESSIDADES DA EMPRESA.....	35
<b>4</b>	<b>SUBLIMAÇÃO TÊXTIL .....</b>	<b>38</b>
<b>5</b>	<b>PESQUISA DE TENDÊNCIAS .....</b>	<b>40</b>
5.1	IMPORTÂNCIA DA PESQUISA DE TENDÊNCIAS .....	40
5.1.1	<b>Tendências 2018 .....</b>	<b>41</b>
5.1.2	<b>Tendências 2019 .....</b>	<b>42</b>
5.1.3	<b>Tendências 2020 .....</b>	<b>44</b>

<b>6</b>	<b>A COLEÇÃO .....</b>	<b>47</b>
6.1	RELEASE .....	47
6.2	ESTAMPAS JÁ EXISTENTES .....	47
<b>7</b>	<b>BRIEFING DA EMPRESA.....</b>	<b>49</b>
7.1	ESTAMPA CABOCLO DE LANÇA.....	49
7.1.1	<b>Critérios.....</b>	<b>49</b>
7.1.2	<b>Paleta de cores .....</b>	<b>50</b>
7.1.3	<b>Brainstorm .....</b>	<b>50</b>
7.2	ESTAMPA DO HOMEM DA MEIA NOITE .....	51
7.2.1	<b>Critérios.....</b>	<b>51</b>
7.2.2	<b>Paleta de cores .....</b>	<b>51</b>
7.2.3	<b>Brainstorm .....</b>	<b>52</b>
7.3	ESTAMPA DOS CASARIOS DE OLINDA.....	52
7.3.1	<b>Critérios.....</b>	<b>52</b>
7.3.2	<b>Paleta de cores .....</b>	<b>53</b>
7.3.3	<b>Brainstorm .....</b>	<b>53</b>
7.4	ESTAMPA DO FREVO .....	54
7.4.1	<b>Critérios.....</b>	<b>54</b>
7.4.2	<b>Paleta de cores .....</b>	<b>54</b>
7.4.3	<b>Brainstorm .....</b>	<b>55</b>
<b>8</b>	<b>PROCESSO CRIATIVO DAS ESTAMPAS.....</b>	<b>56</b>
8.1	ESTAMPA CABOBLO DE LANÇA.....	56

8.2	ESTAMPA HOMEM DA MEIA NOITE .....	59
8.3	ESTAMPA DOS CASARIOS DE OLINDA.....	60
8.4	ESTAMPA SOMBRINHAS DE FREVO .....	61
<b>9</b>	<b>RESULTADO .....</b>	<b>64</b>
9.1	ESTAMPAS.....	64
9.2	APLICAÇÃO .....	66
9.3	PRODUÇÃO .....	67
<b>10</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>69</b>
	<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>70</b>
	<b>ANEXOS A – TRANSCRIÇÃO DA ENTREVISTA .....</b>	<b>72</b>
	<b>ANEXOS B – RANKING DE VENDAS .....</b>	<b>76</b>

# 1 INTRODUÇÃO

Desde os primórdios o homem fazia pinturas sobre à pele, posteriormente sob o couro e utilizava corantes naturais como o barro. E cada vez mais o homem explorava a natureza encontrando novas formas de extrair cores de plantas e animais (PEZZOLO, 2009). Podemos observar a evolução dos produtos têxteis por meio de novas técnicas e materiais ao longo dos anos. Da mesma forma a possibilidade de aplicação de imagens sob superfícies têxteis se transformaram ao passar do tempo. Além dos avanços dos tecidos e de métodos de estamparia podemos notar muitas mudanças relacionadas à moda e a época. (CHATAIGNIER,2009)

Dessa maneira as imagens que produzimos no mercado e que são estampadas nos tecidos tem a finalidade de atrair possíveis usuários além de contribuir para uma renovação da moda ocupando cada vez mais espaço no mercado de trabalho. (CHATAIGNIER,2009) Por isso desejamos produzir estampas que tragam elementos culturais que tem um grande valor simbólico da nossa região a fim de que o consumidor possa levar em cada peça estampada um pouco da nossa cultura e dos nossos costumes.

As estampas criadas neste projeto foram destinadas a peças de vestuário que são comercializadas pela empresa Pier Sun Clothes no litoral nordestino. As estampas fazem parte da coleção Brasilidades e foram estampadas por meio de sublimação. O público alvo são turistas que buscam levar um pouco da cultura do lugar que visitam. Nossa proposta foi representar elementos essenciais da cultura do nordeste brasileiro nas estampas criadas neste projeto.

## 1.1 OBJETIVOS E JUSTIFICATIVA

### 1.1.1 Objetivo Geral

Desenvolver quatro estampas para a coleção de souvenirs da Pier Sun Clothes de nome Brasilidades.

### 1.1.2 Objetivos Específicos

Para atender o objetivo geral foram traçados os seguintes objetivos específicos:

- Pesquisar tendências de estampas e cores.
- Desenvolver quatro estampas que retratem elementos da cultura do Nordeste.
- Aplicar as estampas na peça de vestuário para melhor compreensão.

### 1.1.3 Justificativa

Essa pesquisa considera importante o desenvolvimento de estampas que valorize a cultura regional, atendendo à necessidade de representatividade nos produtos comercializados no litoral Brasileiro, mais especificamente nordestino, contribuindo para a valorização da marca no mercado.

Temos o desejo de trazer estampas que representem a cultura da nossa região de forma bem elaborada e dinâmica no segmento de design de superfície, realizadas por meio de sublimação. Este projeto poderá servir de base para o desenvolvimento de mais produtos que tenham o mesmo público ou semelhante.

Tornaram-se como referências para esta pesquisa autores como (PEZZOLO, 2007), (CHATAIGNIER, 2009), (SILVA; PATRÍCIO, 2016), (UDALE, 2009), (YAMANE,2008).

## 1.2 METODOLOGIA DE PESQUISA E DE PROJETO

Para atingir os objetivos é necessária uma metodologia que direcione a pesquisa e o projeto. Frisoni (2000) afirma que o uso de métodos e técnicas de criatividade aperfeiçoa o projeto de design, aumentando a qualidade geral do mesmo.

A pesquisa atual foi realizada de forma qualitativa, onde as experiências individuais foram tratados de maneira descritiva, como afirma Creswell (2007, p. 35) ao dizer que

*[...] uma técnica qualitativa é aquela que o investigador sempre faz alegações de conhecimento com base principalmente ou em perspectivas construtivistas (ou seja, significados múltiplos das experiências individuais, significados social e historicamente construídos, com o objetivo de desenvolver uma teoria ou um padrão) ou em perspectivas reivindicatórias/participatórias (ou seja, políticas, orientadas para a questão; ou colaborativas, orientadas para a mudança) ou em ambas. Ela também usa estratégias de investigação como narrativas, fenomenologias, etnografias, estudos baseados em teoria ou estudos de teoria embasada na realidade. O pesquisador coleta dados emergentes abertos com o objetivo principal de desenvolver temas a partir dos dados.*

Quanto aos objetivos exibidos neste trabalho, visando a contextualização do design de superfície, ela se classifica com exploratória. A natureza da pesquisa identifica-se aplicada, visto que se dará através de pesquisa, criação e desenvolvimento de estampas que serão utilizadas por clientes que possam encontrar a cultura através das estampas criadas e desejar a peça de roupa.

Tanto quanto a natureza metodológica que direciona esta monografia, ela é exploratória. Segundo Gil (2008) esse tipo de pesquisa tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, tornando-o mais explícito ou auxiliando a construir hipóteses, posto que pode necessitar de informações e dados de distintas áreas para comprovar e expor fatos.

Para cumprir com o método escolhido o procedimento de coleta e análise de dados fará uso de pesquisas bibliográficas, como livros de design, design gráfico, design de moda e design de superfície têxtil, salvo o auxílio de periódicos que

possuem informações sobre design de superfície têxtil, ainda utilizará a internet visto que possui fontes de inspirações inumeráveis.

A coleta de dados se deu por meio de entrevista que foi realizada com caráter qualitativo e natureza exploratória, além das pesquisas nas fontes supracitadas.

No que se refere ao método projetual foi escolhida a metodologia de Santos (2000) conhecida como MD3E, método fracionado em três etapas em forma radial que permite que sejam adicionados ou excluídos campos de desdobramento. As três etapas são: Pré-concepção, concepção e pós-concepção, os desdobramentos mínimos responsáveis por dividir e organizar por ordem de necessidade os procedimentos a serem desenvolvidos.

Santos (2011, p. 2), expõe sua metodologia da seguinte forma:

*método aberto fornece uma base conceitual sobre a qual o projeto deve ser desenvolvido, ou seja, ao invés de um modelo pronto, o MD3E indica os vários pontos de partida possíveis, os seus desdobramentos mínimos (para assegurar a qualidade processual), mas obriga o projetista a construir e interagir permanentemente na definição das etapas subsequentes, permitindo não apenas definir o que deve ser feito, mas também como fazer. Partindo de três etapas básicas: pré-concepção, concepção e pós-concepção o MD3E é desdobrado em várias atividades a serem desenvolvidas até que o projeto esteja completo, passando pelo gerenciamento e a documentação, duas atividades que devem permear todo o trabalho. Entretanto, quem opta pelos desdobramentos auxiliares é o projetista, conforme suas necessidades. (SANTOS, 2011, p. 2)*

A MD3E possui uma estrutura de forma radial, o problema a ser resolvido se encontra no centro da circunferência. Na primeira fase os desdobramentos mínimos são obrigatórios de acordo com a figura 1:

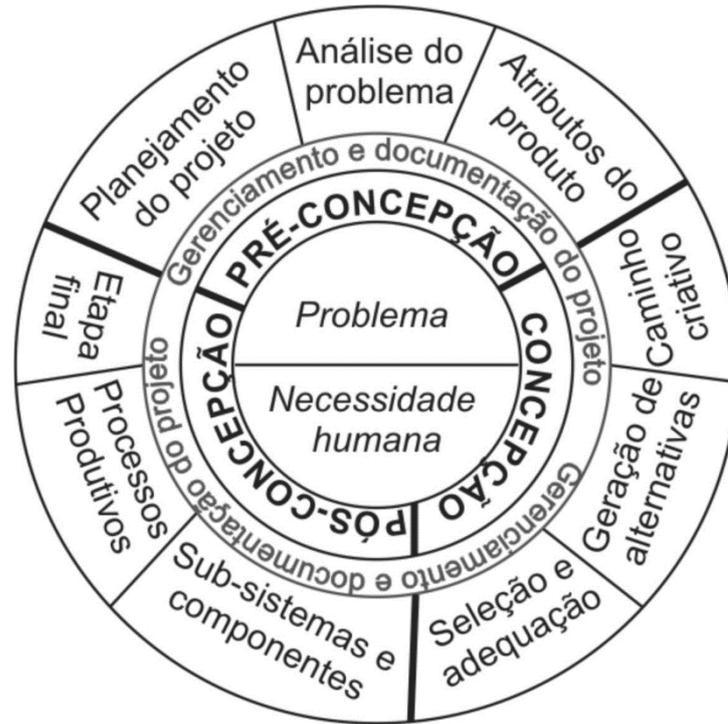


Figura 1 – Desdobramento final da MD3E

Fonte: Santos (2000)

Já na segunda fase há os desdobramentos auxiliares não obrigatórios conforme a figura 2:

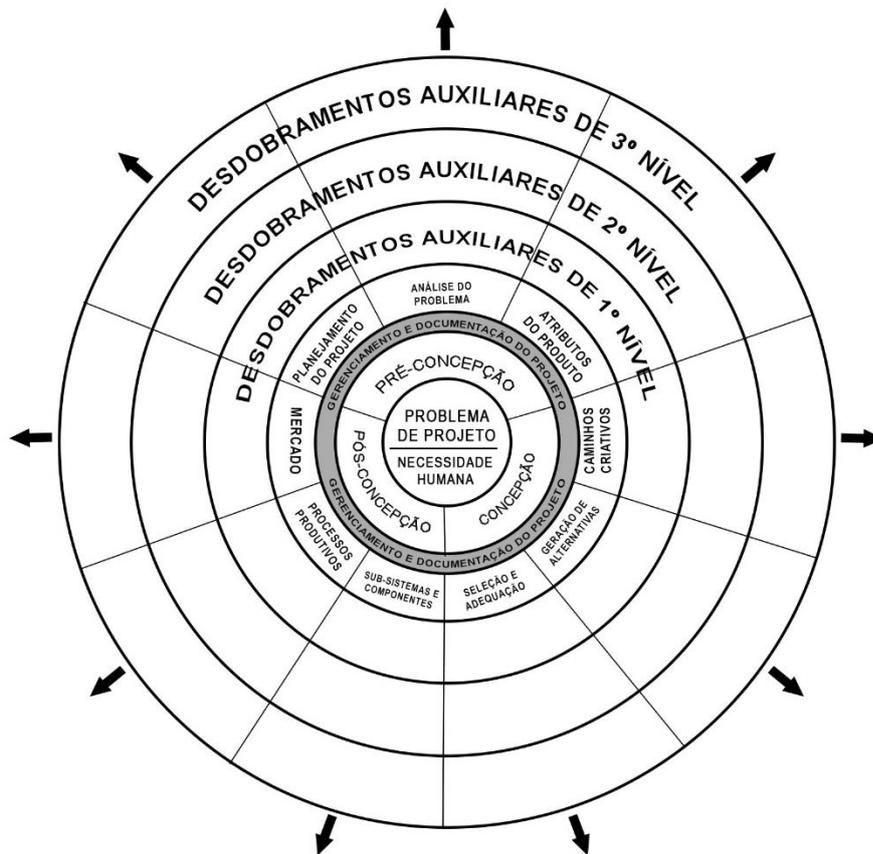


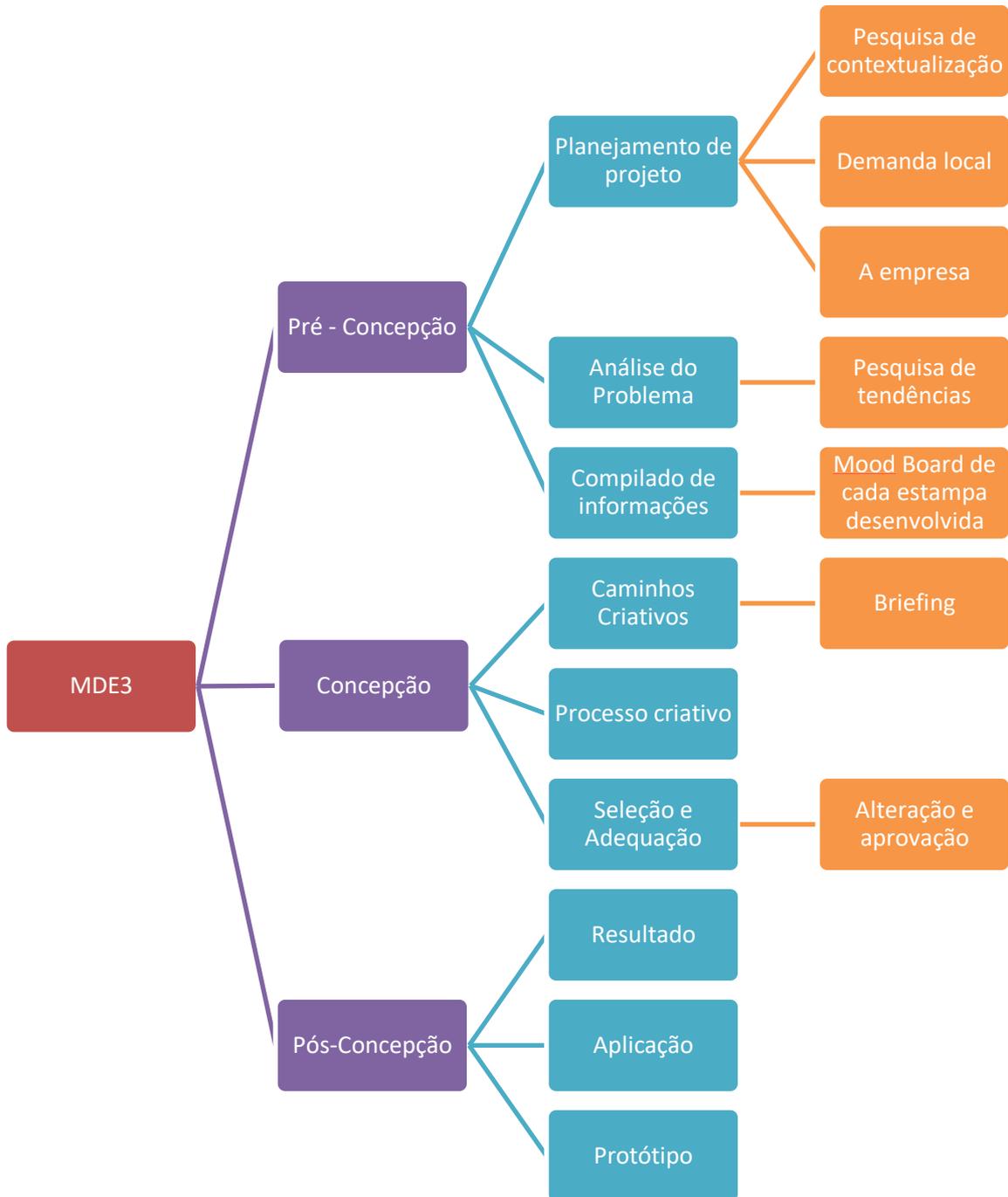
Figura 2 – Desdobramento final da MD3E

Autoria: Própria

De acordo com Santos (2000 p. 04), “com esse desdobramento fica muito mais fácil para o aluno identificar quais as atividades que são desenvolvidas em cada etapa do processo de design e as relações existentes entre elas”. Por causa de um processo não linear a pesquisa acaba se tornando mais intensa, tendo assim, resultados e entendimentos mais precisos.

*A partir da experiência com o uso do MD3E fica mais fácil para os futuros profissionais irem consolidando seus próprios métodos, fazendo com que seus processos de trabalho se tornem automaticamente estruturados, organizados e sistemáticos de forma natural. (SANTOS, 2000 p. 04)*

Partindo para o campo prático foram necessárias algumas modificações na estrutura gráfica da metodologia para organizar e direcionar melhor este projeto como descrito na tabela 1 e no gráfico 1.



**Gráfico 1 Hierarquia adaptada para a metodologia**

**Autoria: própria**

Tabela 1 MD3E adaptado para este trabalho

Autoria: Própria

PROBLEMA: CRIAÇÃO DE ESTAMPAS PARA A PIER SUN CLOTHES			
PRÉ- CONCEPÇÃO	Planejamento de projeto	Pesquisa de contextualização	Linha do tempo da estampa Design de superfície Tecidos Importância da estampa
		Demanda Local	
		A empresa	Necessidades da empresa Sublimação
	Análise do problema	Pesquisa de tendências	Tendências 2018 Tendências 2019 Tendências 2020
	Compilado de informações	Mood Board de cada estampa desenvolvida	
CONCEPÇÃO	Caminhos criativos	Briefing	Contexto Critérios Paleta de cores
	Processo criativo das estampas		

	Seleção e adequação	Alterações	
		Aprovação	
PÓS- CONCEPÇÃO	Resultado	Estampas	
	Aplicação	Mockups com produtos da empresa	
	Protótipo	Apresentação das estampas em tecido	

## 2 TECIDO E ESTAMPA

### 2.1 LINHA DO TEMPO DA ESTAMPA

Segundo Chataignier (2009) estampa é a arte de decorar um tecido, seja com repetição ou não, desenhados ou impressos, monocromáticos, coloridos, preto e branco e de formas muito variadas. Chataignier afirma ainda que os primeiros povos a usar estampas foram os indianos e chineses.

Antes do desenvolvimento de estampas de fato é imprescindível entender que o homem descobriu muitos processos para colorir tecidos, seja com produtos naturais como o índigo ou com soluções químicas, por tanto há uma longa história de tingimentos de tecidos antes do desenvolvimento de estampas de fato. É admissível crer que as primeiras estampas foram feitas usando as mãos como matriz, utilizando pigmentos encontrados na natureza. Posteriormente foram criados pincéis e carimbos, instrumentos que auxiliaram o homem a criar muitas técnicas de estampagem como a xilogravura, como afirma Pezzolo: “Há cerca de 2 mil anos, chineses utilizavam blocos de madeira esculpidos para imprimir caracteres calígrafos. Pouco mais tarde, com essa mesma técnica, estampavam-se tecidos tanto na China quanto na Índia.”

Tratando-se de decoração de tecidos, a Índia estava sempre à frente, seguida da Indonésia, China e Egito. Enquanto a Europa usufruía o tecido cru, a Índia já dominava várias formas de tingimento e possuía uma vasta escala de cores obtidas tanto de pigmentos quanto de soluções químicas, logo a Europa era a maior importadora de tecidos da Índia. Com essa demanda a Índia atentava para a criação de estampas que se adequasse aos padrões europeus. (PEZZOLO, 2007)

Ainda no séc XVII, grande parte dos fabricantes europeus não conseguiam ir além dos tecidos tingidos, ao passo que a Índia já utilizava técnicas de estamparia como o Batik<sup>1</sup>. A estamparia se espalhou para diversos países, principalmente França

---

<sup>1</sup> Batik é um método de estamparia artesanal que é realizada com cera quente que cumpre a função de isolar partes do tecido que não devem receber coloração, em seguida, fixa-se a pintura com vapor e lavasse o tecido para retirar os resíduos de cera. (PEZZOLO, 2009)

e Inglaterra. O mercado de estampas era cada vez mais promissor, visto que o consumidor europeu era apaixonado por produtos estampados. (PEZZOLO, 2007)

A estamparia traçou uma longa jornada, desde a forma artesanal até as avançadas técnicas contemporâneas. O homem desenvolveu inúmeras técnicas de estampagem ao longo dos anos como *Batik*, xilogravura, rolos de madeira, cilindro rotativo, *transfer* e muitos outros que são utilizados até os nossos dias dependendo do tipo de trabalho a ser executado: artesanal ou industrial. Tudo vai de acordo com o resultado desejado. As técnicas mais utilizadas atualmente, são de cilindro rotativo<sup>2</sup> e jato de tinta<sup>3</sup> graças à informática. (PEZZOLO, 2007)

## 2.2 DESIGN DE SUPERFÍCIE TÊXTIL

Segundo Silva e Patrício (2016) “O design de superfície é um conjunto de metodologias e técnicas que permitem transferir imagens para superfícies de produtos.” Quando se trata de tecidos na área de moda, é necessária uma pesquisa de tendências, perfil do consumidor, processos industriais, quais recursos disponíveis, observar concorrentes e também é interessante se preocupar com os impactos ambientais. (SILVA; PATRÍCIO, 2016)

Atualmente existem inúmeras técnicas de estamparia que podem dar resultados bem específicos no produto final. O design de superfície têxtil é destinado a tecidos que podem ser usados em roupas, calçados, móveis que podem cobrir quaisquer tipos de superfície, tudo vai depender da criatividade de quem utiliza o tecido estampado. A estampa pode ser aplicada de várias formas, contudo existem

---

<sup>2</sup> Trata-se de um processo feito por meio de tela cilíndrica, de inox, da mesma forma: o tecido é estendido sobre a mesa, ou melhor sobre a esteira rolante. Ordens são transmitidas por computador às máquinas que alimentam com jatos de tinta os cilindros, com extrema rapidez. A rotação dos cilindros apoiados sobre o tecido é sincronizada com a velocidade da esteira rolante, de modo contínuo. Pezzolo (2009)

<sup>3</sup> Esse processo de impressão comandado à distancia por computador permite colorir as fibras do tecido em profundidade, por causa da capacidade de lançar uma quantidade importante da tinta em alta velocidade. Atualmente as máquinas possuem seis tinteiros que cobrem uma ampla gama de cores e riqueza de tons bem superior à de técnicas tradicionais. (PEZZOLO, 2009)

poucas técnicas que são amplamente utilizadas no mercado, que se dividem em dois grupos: técnicas manuais e técnicas informatizadas. (SILVA; PATRÍCIO, 2016)

As técnicas manuais são utilizadas em estamparias de pequeno e grande porte. Algumas técnicas como estêncil, serigrafia, carimbos e tingimentos são comuns tanto na indústria quanto no artesanato. Além de estampas que utilizam tintas, pigmentos e mordentes temos estampas produzidas por meio de bordados de diversos tipos que além de adicionar imagens podem adicionar texturas aos tecidos. (UDALE, 2009)

Nas técnicas de estamparia produzidas por meio de tinta temos estampas formadas por *rapport* (repetição do francês) e localizadas. *Rapport* é uma repetição criada a partir de módulos, que são as matrizes que contem todos os elementos da estampa. Um *rapport* pode ter mais de um módulo, isso torna o padrão ainda mais complexo. Geralmente estampas de repetição são criadas no computador para técnicas de estamparia de rolo em grandes indústrias, todavia um *rapport* também pode ser criado a partir de um módulo produzido em xilogravura para trabalhos mais artesanais. (SILVA; PATRÍCIO, 2016)

As estampas localizadas são estampas que ocupam uma parte da peça, que não possui módulos, por não haver necessidades de repetição. Esse tipo de estampa pode ser produzida com diversas técnicas, entretanto num mercado cada vez mais exigente onde há uma busca incessante de poupar tempo a indústria procura técnicas mais ágeis e de baixo custo, portanto as técnicas mais comuns para estampas localizadas, são serigrafia e sublimação. A serigrafia é uma técnica bastante versátil por poder ser aplicada em várias superfícies preservando a qualidade da imagem. A sublimação, no entanto, possui várias limitações, no design têxtil a sublimação só pode ser usada em tecidos de poliéster ou poliamida. Ainda pode ser utilizada em tecidos mistos, embora a qualidade da imagem pode ser comprometida. Em contraponto a Sublimação é capaz de produzir imagens extremamente realistas de forma rápida e pouco complexa em comparação a outras técnicas.

Além de pesquisas de tendência, mercado, consumidor, custo benefício e concorrentes é fundamental entender sobre a superfície a ser estampada, que no nosso caso é o tecido. Contudo o tecido assim como qualquer material tem suas limitações e cada tecido recebe tratamentos para determinados fins, além disso cada

tecido tem propriedades que dão acabamentos muito específicos. Por este motivo antes de pensarmos na estampa, precisamos estudar sobre a superfície que será utilizada.

## 2.3 TECIDOS

A tecelagem<sup>4</sup> foi uma das primeiras formas de criar tecidos que se tem registro, com essa técnica já era possível criar desenhos entrelaçando os fios, uma arte complexa e demorada, mas o produto final trazia uma explosão de cores, ou estampas incríveis.(CHATAIGNIER,2009) De acordo com clima e época os tecidos precisavam atender necessidades diferentes para cada situação, e com o decorrer do tempo o homem foi desenvolvendo várias formas de manipular fibras naturais. Dependendo da fibra utilizada o tecido pode ter propriedades muito distintas, como o linho, algodão, lã e seda que produzem tecidos de tramas completamente diferentes. (PEZZOLO, 2009) O homem sempre buscou embelezar superfícies a sua volta como afirma Pezzolo, o tecido é uma superfície que pode ser estampada de inúmeras formas, porém devido a matéria prima do tecido alguns métodos de estamparia podem não funcionar como o desejado, por isso é importante saber sobre propriedades dos tecidos para melhor utiliza-los.

Atualmente a cadeia produtiva têxtil possui três tipos de fibra, são elas: sintéticas, artificiais e naturais, a fiação destes tecidos podem produzir tecidos planos ou malharias que são discrepantes entre si. Na confecção de vestuário esses dois tipos de tecidos se comportam de formas distintas e por isso devem ser trabalhados de formas diferentes. Tendo como exemplo a modelagem, dificilmente poderá ser utilizada a mesma modelagem para malharia e tecelagem. Cada tipo de fiação tem vantagens e desvantagens, cabe a quem utilizará o tecido perceber se o próprio atende as suas necessidades. A malharia tem a vantagem de “servir” para pessoas

---

<sup>4</sup> É um método de construção de tecidos, o ato de tecer através do entrelaçamento de fios de trama com fios de teia ou urdume, formando tecidos (CHATAIGNIER, 2009). A técnica manual é realizada através de um equipamento chamado TEAR, estimasse que o tear está presente na história a mais de 6.000 anos. (GOMES, 2010)

de biotipos diferentes, porém por não ser estruturado como o tecido plano pode não dar o caimento desejado.

Presentemente dispomos de muitas possibilidades de fios, entrelaçamento e ligamentos que nos dão inúmeros resultados, como afirma Pezzolo:

*A Variedade de tecidos são extremamente numerosas. Seus nomes correspondem, em princípio, à natureza da fibra têxtil utilizada (lã, seda, viscose, poliéster...) e o tipo de tecelagem, isto é, de ligamento (sistema de entrelaçamento dos fios do urdume e da trama). O ligamento difere de acordo com o número de fios do urdume separados pela passagem do fio da trama. Esquemáticamente, podem ser distinguidos três tipos de ligamento: tafetá, sarja e cetim; quanto ao aspecto, existem quatro variedades de tecidos: liso, maquinado, jacquard e estampado. (Pezzolo, 2007 p. 22).*

Salvo a influência do tecido na aparência e acabamento do trabalho a ser elaborado há outras informações que devem ser observadas na escolha de um tecido, que estão ligadas à composição do mesmo. Em conformidade com as informações descritas na composição do tecido podemos assimilar se o tecido é leve, qual a capacidade de absorção de líquidos, qual nível de resistência ao calor e muitas outras características são reveladas por meio da composição. (YAMANE,2008)

Se em um projeto é desejado dar um acabamento diferenciado ao tecido, como tingir, bordar, franzir... é imprescindível que o tecido escolhido seja compatível com os acabamentos planejados para que se alcance o resultado esperado, é preciso ter em mente que os tecidos tem suas restrições. Salvo sobre o comportamento discrepante entre tecelagem e malharia com relação a caimento e modelagem, é necessário salientar que o tipo de fibra exerce grande influência sobre o tipo de beneficiamento a que pode ser aplicado ao tecido. Mesmo tratando de malharia, é importante separar malharia de fibra natural e de fibra sintética, pois não recebem acabamentos como estampas, da mesma maneira.

Uma vez que este estudo utilizará tecido sintético como superfície a ser estampada é conveniente focar nas informações que tem por base a ser trabalhada tecidos de fibra sintética. Segundo Udale, os tecidos que podem ser submetidos a

processos de beneficiamento que envolve calor devem ter fibras sintéticas, porém malharias de fibra natural podem receber um revestimento para se tornarem resistentes ao calor no sentido de absorver tinta o suficiente para manter a qualidade de imagem como esperado.

## 2.4 IMPORTÂNCIA DA ESTAMPA

Pezzolo diz que o homem cria estampas fomentado pela necessidade de colorir o que lhe cerca. A estampa precisa conter conexões com o usuário, é essencial que a estampa converse com o meio que está inserida, deve transmitir ideias e causar representatividade. (SILVA; PATRÍCIO, 2016)

A estampa está presente em diversas superfícies sempre buscando tornar os produtos mais belos e chamar cada vez mais a atenção de possíveis consumidores. (CHATAIGNIER, 2009) uma das primeiras características que se nota ao contemplar uma estampa são as cores, que podem passar diversos significados e causar distintas reações de acordo com o que a cor representa socialmente e individualmente. O homem mesmo sem perceber é influenciado pelas cores a sua volta, como afirmam Farina, Perez e Bastos:

*... As cores influenciam o ser humano e seus efeitos, tanto de caráter filosófico como psicológico, intervêm em nossa vida, atividade ou passividade, calor ou frio, equilíbrio ou desequilíbrio, ordem ou desordem, etc. As cores podem produzir impressões, sensações e reflexos sensoriais de grande importância, porque cada uma delas tem uma vibração determinada em nossos sentidos e pode atuar como estimulante ou perturbador na emoção, na consciência e em nossos impulsos e desejos. (FARINA, PEREZ E BASTOS, 2006).*

Apesar de as cores serem importantes e notórias não só de cores se constitui uma estampa, estampas podem ter muitos elementos, desde um poá a uma estampa realista de uma paisagem. As estampas podem conter formas geométricas, elementos da natureza, podem representar classe social, cultura, lugares, estilo de vida e pode ser uma ferramenta para divulgação de muitas ideias. Muitos fatores influenciam na criação de estampas como afirma Chataignier: “A influência sociocultural é um fator

que define com precisão os motivos estampados nos tecidos, assim como os aspectos relacionados à etnia, costumes e tradições. Chataiginier (2009).”

Salvo a influência social e representação de inúmeras ideias a estampa ainda pode atender às necessidades simbólicas, como afirma Costa: “...os produtos da cultura material não suprem apenas nossas necessidades físicas e/ou fisiológicas, mas também nossas ‘necessidades simbólicas’”. Quando o usuário vai em busca de um produto o design precisa chamar a atenção de forma emocional, a funcionalidade não é suficiente para compor as relações entre objeto e usuário. Costa frisa ainda que os produtos participam da construção de um estilo de vida.

*... Cada vez mais, os produtos desempenham um papel expressivo na construção do estilo de vida do homem contemporâneo. Por exemplo, nosso celular é muito mais que um simples telefone. Ele é um facilitador social. A roupa que está sobre o nosso corpo desempenha funções que vão além de nos proteger. Nossa casa reflete nossa visão de mundo e assim por diante. Os produtos da nossa cultura são mais que bens materiais, pois no dia a dia o homem não somente os usa, como também desenvolve laços afetivos ao interagir com tais objetos. E, nesta interação, os objetos são capazes de trazer à tona fortes emoções, sejam elas positivas ou negativas. (COSTA, 2013).*

De acordo com Jordan (2000 apud IIDA, 2006), o design funcional está relacionado com o desempenho do produto, para que ele foi destinado, utilizando do vestuário como exemplo, pode-se dizer que uma roupa bem confeccionada proporciona conforto, já o fator emocional está ligado às sensações que o produto desperta, como alegria, nostalgia que se dá através de cheiro, beleza ou textura tátil. Em suma é como se o produto contasse uma história.

Da mesma forma como qualquer produto a estampa também pode contar uma história, trazer valores sociais, despertar alegria, trazer lembranças de momentos históricos e culturais e através disso criar um relacionamento com o usuário.

## 2.5 DEMANDA LOCAL

Segundo dados do Conselho Mundial de Viagens e Turismo (em inglês *World Travel & Tourism Council - WTTC*) o turismo no Brasil é responsável por 8,1% do PIB de acordo com pesquisa realizada em 2019, referente ao ano anterior. O turismo é bastante relevante no mercado brasileiro como todo, porém o Nordeste tem sido a primeira opção de viagens segundo pesquisa do Ministério do Turismo Brasileiro realizada em 2016, possuindo 41% das intenções de viagens. Grande parte desse turismo no Nordeste se dá por conta das inúmeras praias paradisíacas da região onde é possível encontrar muitos produtos regionais sendo vendidos em lojas próximas do litoral que representam parte da cultura local. Nas famosas feiras de artesanato é possível encontrar dos mais diversos produtos de souvenirs, tais como: chaveiros, almofadas, canecas, produtos de barro, peças de vestuário e muitos outros produtos, como mostra a figura 3.



**Figura 3 – Loja Paulo axé artesanatos localizada no Pelourinho**

**Fonte: Prefeitura de Salvador**

No segmento de vestuário é comum encontrar turistas que compram blusas com nome da cidade que visitaram e presenteiam parentes por exemplo, mas além de comprar presentes os turistas também compram roupas para usar na praia, roupas leves e que trazem um pouco da cultura do local. Segundo dados da entrevista (que

se encontra em anexo A) realizada com o Diretor da *Pier Sun Clothes*<sup>5</sup>, os clientes procuram peças leves e muito estampadas. As estampas mais populares são as de cores vivas que trazem ilustrações da cultura local como frevo em Recife, casarios em Salvador e Olinda, paisagens tropicais com elementos típicos do local como palmeiras, coqueiros e cactos.

Temos conhecimento sobre algumas marcas que são concorrentes diretos e indiretos da *Pier Sun Clothes* que trabalham estampas com todos os elementos supracitado, quando se trata de produtos totalmente estampados direcionados ao público praiano é comum encontrar elementos regionais da fauna e flora brasileira além de elementos da arquitetura local como casarios coloridos, e pontos turísticos. De acordo com o ranking de vendas da *Pier Sun Clothes* (se encontra em anexo 2) realizado no começo de 2019 referente ao ano anterior, as estampas líderes de vendas, contém os elementos que citamos anteriormente. Grande parte das estampas mais populares possuem uma paleta de cores quentes e vibrantes. Na entrevista realizada com Valtecio Pedro (Diretor da empresa), o público costuma ser, em grande parte, mulheres entre 25 e 40 anos, geralmente de classe B e C. Também são pessoas que tem um grande apreço pela cultura local, vindas tanto de outras regiões do Brasil quanto de outros países.

---

<sup>5</sup> Mais informações da empresa no item 3.1.

## 3 A EMPRESA E SUAS NECESSIDADES

### 3.1 SOBRE A PIER SUN CLOTHES

É uma marca da Empresa Brasil Arte que foi criada para substituir esse nome em 2016. Possui uma fábrica e vende apenas em atacado, portanto não tem acesso direto ao consumidor final. O processo de vendas é por meio de representantes da marca, cada representante é responsável por três cidades. Os representantes são a ponte entre a fábrica e o lojista, porém todo o foco está voltado para o público final dado que são os reais consumidores dos produtos.

A empresa foi criada no intuito de alcançar um público maior e atender melhor às necessidades do mesmo. Como dito anteriormente, a *Pier Sun* é uma marca da Brasil Arte, porém, a empresa possui outra marca criada em 2008 chamada Algodoeiro Eco Fashion. A Algodoeiro trabalha com tecidos de algodão natural, estampas de tingimento manual e orgânico, com uma imagem mais ecológica, e foi esse conceito que fez a marca ganhar espaço no mercado conquistando clientes que buscavam um vestuário mais sustentável. No decorrer dos anos Valtecio percebeu a oportunidade de ampliar a linha de produtos com um conceito muito mais dinâmico e para não quebrar o conceito da Algodoeiro, em 2016 resolveu criar uma nova marca, A *Pier Sun Clothes* que veio para substituir a Brasil Arte (A Brasil Arte ficou apenas sendo o nome de razão social da empresa). Essa nova marca começou utilizando malhas de algodão, atenas e mescla para fabricar vestidos, blusas, camisas e *body's* infantis utilizando técnicas de estamparia serigráfica, aerográfica e pintura manual com tintas à base de água. As estampas foram criadas por vários designers diferentes tanto freelancers como contratados e várias temáticas foram abordadas nas estampas.

No período de 2017 a 2018 Valtecio percebeu que a técnica de sublimação estava cada vez mais em alta e por onde ele passava encontrava peças sublimáticas. Vendo a oportunidade de acrescentar mais uma técnica na sua produção, resolveu investir. Pesquisou sobre equipamentos, processos, custos e começou a preparar todas as ferramentas necessárias. Em 2018 quando tudo já estava pronto começou a produção de estampas. Juntamente com a estilista Aline Sinésio criou a coleção

Brasileiras. Vários designers freelancers foram contatados para produção das primeiras estampas, e posteriormente deu início às primeiras vendas, nesse momento a empresa começou a compreender melhor o seu público alvo e de acordo com as novas informações começou a enquadrar as estampas de acordo com este público que pode ser definido em grande parte por mulheres entre vinte e cinco e quarenta anos de classe B e C com altura média de 1,70, com biotipo endomorfo<sup>6</sup> porém ainda não se enquadra no tamanho *plus size* e que apreciam a cultura local que visitam procurando peças leves com estampas de cores vivas e vibrantes retratando cultura, fauna e flora do país.

É uma marca de roupas voltadas para o turismo praiano, na linha de produtos sublimáticos a marca utiliza malhas 100% poliéster para garantir que as estampas sejam nítidas e ricas de detalhes. O processo de fabricação das peças destinadas à sublimação começa na criação da modelagem realizada pela estilista e modelista Aline Sinésio. Com as modelagens finalizadas o tecido é cortado e costurado, estando a peça branca pronta, a peça é levada para prensa onde será sublimada, posteriormente embalada e enviada ao representante que distribuirá aos lojistas que fizeram o pedido e por fim será vendida ao cliente final. A empresa possui duas linhas de produtos, silkados e sublimados. Neste projeto iremos nos relacionar com a linha de produtos sublimáticos. A criação de estampas é acompanhada e direcionada pela estilista que realiza junto com o designer a pesquisa de tendências.

A fábrica da empresa se encontra em um prédio de 2 andares, onde o térreo é distribuído em três setores sendo eles: estoques de tecido e mesa de corte, maquinário de sublimação e setor de criação de moda. No setor de estoque de tecidos ficam divididos os tecidos de algodão natural, sublimáticos, algodão colorido, mescla e atenas. Neste mesmo setor se localiza a mesa de corte onde dois funcionários são responsáveis pelo setor. No setor de sublimação encontrasse a prensa térmica de sublimação de 1,00mL por 1,70mA para sublimação de todas as peças e a prensa térmica de sublimação de 40cmL por 60cmA para aplicação de pedrarias nas peças

---

<sup>6</sup> Endomorfo é um biotipo onde a pessoa tem muita facilidade de acumular gordura corporal (MENEGUCCI; CARVALHO; LÓ, 2017)

de sublimação. Quando as prensas térmicas estão em funcionamento, dois funcionários operam a prensa maior e um funcionário aplica pedrarias na prensa menor. No setor de criação de moda encontrasse uma mesa para modelagens, manequim de tecido, máquina de costura e estoque de aviamentos, sendo responsável por esse setor a Estilista da empresa.

O primeiro andar é dividido em cinco setores, sendo eles: Escritório do RH, sala de criação, expedição, copa, e estoque de peças. No escritório do RH trabalha a profissional do RH e o Diretor da empresa com atendimento ao cliente. No setor de Criação localizasse a plotter e três computadores para duas designers e a estilista. Na expedição três funcionários trabalham etiquetando, dobrando e embalando a mercadoria. Os funcionários da expedição são os mesmos responsáveis pelo estoque das peças. No segundo andar fica a estamperia de silk screen onde trabalham 3 funcionários silkando e um funcionário com aerografia e pintura manual. Ao todo a empresa possui treze funcionários.

### 3.2 AS NECESSIDADES DA EMPRESA

Durante a adaptação da empresa à nova técnica de estamperia algumas dificuldades foram enfrentadas e atitudes foram tomadas para solucionar os problemas encontrados. Os equipamentos necessários para a sublimação são de investimento alto e para não elevar o preço com o qual os clientes já estavam acostumados algumas medidas foram necessárias para diminuir o custo do processo.

A estampa pronta precisa estar em formatos de arquivos digitais jpg ou PDF para inserir no *software* da impressora. Devido a tinta utilizada na impressora ter um alto custo, não era possível fazer a impressão do jpg em formato retangular ocupando toda a área do papel e foi proposta pela estilista colocar a estampa dentro da modelagem digitalizada no computador para diminuir a área de impressão, reduzindo então a quantidade de tinta utilizada na impressão, por causa dessa medida houve a necessidade de passar para os designers que a estampa precisava ter mais cuidado com o encaixe na modelagem para que nenhum elemento da estampa ficasse de fora.

Quando se trata de sublimação as empresas normalmente precisam escolher uma de duas opções: sublimar a peça aberta (tecido cortado com a modelagem sem

a costura) ou a peça fechada (peça toda costurada e pronta para uso). A sublimação da peça aberta tem como benefício evitar muitos erros que podem ocorrer no processo da estamparia. Que erros são esses? São erros que normalmente tem grande probabilidade de acontecer na sublimação da peça pronta, sendo o vinco que a peça pode adquirir depois que sai da prensa, partes geralmente próximas à costura não recebe a estampa da mesma forma que o restante da peça. No caso da *Pier Sun Clothes* é inviável sublimar a peça aberta por causa do estoque dos produtos, A empresa trabalha com clientes de diferentes regiões e como as estampas mais vendáveis são regionais muitas estampas só vendem para determinados lugares, por exemplo: Uma estampa de casarios só vende em Salvador e Olinda, pois são os lugares mais conhecidos que possuem casarios coloridos. Se a empresa fizesse um estoque por estampa e resolvesse ter 10 peças de cada tamanho com uma estampa de Salvador esse estoque iria ficar sempre cheio porque a peça do estoque só poderia ser vendida em Salvador e então se um cliente da Paraíba quisesse fazer um pedido seria necessário produzir mais peças estampadas para a Paraíba, já trabalhando com o estoque apenas com peças brancas, sempre haverá peças disponíveis para qualquer cliente otimizando o prazo de entrega e evitando acúmulo de mercadoria no estoque.

Uma observação extremamente relevante foi feita durante a sublimação das primeiras estampas, o processo de sublimação requer a utilização de tecidos de poliéster ou poliamida que suportam o calor da prensa e absorvem toda a tinta deixando a estampa com bastante nitidez, porém foi notado que na sublimação havia uma margem de encolhimento de até 2cm que foi acrescentada na modelagem para compensar. Além de o encolhimento estar relacionado com o calor e com o elastano presente em alguns tecidos foi constatado que estampas de cores mais escuras proporcionava um encolhimento maior que estampas de cores claras e então foi necessário acrescentar no briefing de estampas que evitasse utilizar cores muito escuras como o preto, azul marinho, vinho, tons de marrons muito escuros, tons de verde muito escuros e qualquer cor que fosse muito próxima do preto.

De acordo com que já foi mencionado sobre a possibilidade de falha decorrente da sublimação de uma peça fechada para evitar falhas nas proximidades do viés da

gola das peças e da cava foi estabelecido que as estampas deveriam ter a parte de cima um pouco mais claras que o restante da estampa. Todas as informações desta seção foram retiradas da entrevista realizada com o diretor da *Pier Sun Clothes*, Valtecio Pedro em anexo A.

Para que fique mais claro sobre o funcionamento da sublimação é necessário entender um pouco mais do processo, quais limitações e vantagens que esta técnica pode proporcionar. Na seção a seguir será explanado um pouco mais sobre esta técnica.

## 4 SUBLIMAÇÃO TÊXTIL

A sublimação também conhecida como termoimpressão, surgiu na França em 1980, é uma técnica de estampa digital que tem se popularizado cada vez mais devido a sua facilidade, rapidez, qualidade e baixo custo comparada a outras técnicas de estampa. Essa técnica utiliza altas temperaturas para transferir o corante do papel para o tecido. (PEZZOLO, 2009)

As estamparias de grande porte utilizam cilindros para facilitar a transferência de tinta, contudo a empresa abordada neste trabalho utiliza de um processo de sublimação tradicional com prensa térmica, então apesar do conceito do processo ser o mesmo, esta técnica não utiliza cilindros e sim uma prensa. O processo de sublimação começa na impressão da estampa escolhida, normalmente utiliza-se a *Plotter*, que é uma impressora destinada a imprimir imagens em grandes dimensões e com alta resolução.

A sublimação é um processo químico que passa o pigmento do estado sólido para o gasoso. Primeiramente começa-se a impressão da imagem a ser estampada usando um plotter com tintas especiais para sublimação. O papel utilizado deve ser o papel transfer, que não absorve toda a tinta para posteriormente transferir a imagem para o tecido. Um detalhe importante é que a impressão deve sempre sair da impressora espelhada para que depois de sublimar esteja na posição correta. Tendo o papel impresso é hora de coloca-lo sobre o tecido e levar para a prensa onde as moléculas de tinta irão evaporar e fixar no poliéster. A temperatura mínima que a prensa precisa ter para fazer uma transferência completa é de 160°C, trabalhar com uma temperatura inferior poderá comprometer a qualidade da estampa, apresentando falhas na cor, manchas e diferença de tonalidades. (CENTRAL DA SUBLIMAÇÃO, 2017)

A sublimação permite que o designer ou ilustrador tenha liberdade pra usar quantas cores desejar, trabalhar com texturas e manter imagens em alta definição, além de excluir a necessidade da utilização de rapport (PEZZOLO, 2007). Outro ponto interessante é que no processo de sublimação não existe gravação de matrizes, o que poupa bastante tempo de produção, o papel pode ser reciclado tornando o processo de baixo impacto ambiental como afirma Yamane (2015):

*A estampa digital veio para ficar em nosso atual mercado têxtil. Com maquinários cada vez mais velozes, ela é a melhor alternativa para unir rapidez e quantidades menores de produção em alta definição, qualidade e inúmeras opções de estampas e cores. É também ecologicamente correta, pois utiliza bem menos recursos naturais para o processo de estampa. Ela vem ao encontro de uma das maiores necessidades do mercado atual: sustentabilidade. Oferece ao cliente inúmeras possibilidades de efeitos, cores vivas, impressões fotográficas e tamanhos de repetições, pois não tem limites para expor a criatividade. Permite que o cliente tenha uma maior variedade de estampas em menor quantidade, tendo uma maior oferta de produto ao cliente. (YAMANE, 2015. p. 25).*

A Pier Sun Clothes tem um período de vendas sazonal, a melhor época de vendas é o verão. Todas as estampas são criadas pensando na primavera/verão, mesmo no inverno ainda é possível vender as mesmas estampas nas praias, tendo em vista que o Brasil é um país tropical e sempre é possível encontrar turistas nas praias.

A coleção da Empresa tem o nome de Brasilidades e sempre busca retratar cultura, fauna e flora brasileira segue abaixo o release da coleção.

## 5 PESQUISA DE TENDÊNCIAS

### 5.1 IMPORTÂNCIA DA PESQUISA DE TENDÊNCIAS

Para que as estampas sejam assertivas foi necessária uma pesquisa de tendências de cores, texturas e estampas que vem tomando força no mercado. Foram consideradas tendências de moda de 2018 a 2020. Realizamos a pesquisa de tendências em blogs e sites de moda.

De acordo com Jones (2011) o setor de moda feminina é responsável pelo maior número de vendas do mundo, contudo a mudança rápida de tendências faz com que roupas estampadas se tornem muito datadas, podendo durar mais ou menos tempo no mercado. Para manter uma estampa por mais tempo no mercado é necessário que haja uma pesquisa de tendências, Udale (2009) explica a importância dessa pesquisa:

*A previsão de tendências é uma grande indústria que influencia muitas áreas do design, especialmente as de moda e tecidos. Uma agência de análise de tendências foca um mercado específico e tenta prever o que vai acontecer futuramente neste setor, seja na próxima estação ou daqui a muitos anos. (UDALE, 2009. p. 120).*

Na impossibilidade de contratar uma agência de análise de tendências muitos designers, estilistas e empresas optam por realizar suas próprias pesquisas se baseando em sites, blogs, revistas, redes sociais, cultura entre outros. Como afirma Chataignier (2009) a influência sociocultural, etnia, costumes e tradições pode definir tendências de estampas, logo é preciso ficar atento a essas informações para conseguir extrair aquilo que condiz com o público alvo em questão.

Sendo foco deste trabalho o desenvolvimento de estampas para o verão, foi elaborada uma pesquisa que abrangesse tendências de 2018 a 2020 considerando que houvessem poucas variações de tendências nesse período. A pesquisa foi realizada utilizando blogs, sites, como referência, além de observação de tendências em desfiles de moda e por meio de entrevista feita com o diretor da *Pier Sun Clothes* que se encontra no anexo A.

### 5.1.1 Tendências 2018

Segundo blog do SEBRAE<sup>7</sup> uma das tendências de estampas para 2018 é o tropicalismo, principalmente no verão, essa tendência traz folhagens, coqueiros, paisagens e aves. Com relação às cores, tons vibrantes como vermelho, laranja e amarelo são presentes na moda de 2018. Uma das técnicas que ganham força é aquarela e traços manuais. Outra forte tendência é a presença de formas geométricas mesclando com flores e paisagens. Ainda podemos observar que algumas marcas como a Farm Rio e a Água de coco trazem tendências tropicais e regionais, como casarios por exemplo.

No SPFW N43 (2017) aconteceu o desfile de Fabiana Milazzo que trouxe estampas que retratam a favela do rio de janeiro junto com o Cristo Redentor e as paisagens do Rio como mostra na figura 4.



Figura 4 – Desfile de Fabiana Milazzo no SPFW N43

Foto da esquerda: Marcelo Soubhia / FOTOSITE. Foto da direita: Zé Takahashi/ FOTOSITE

---

<sup>7</sup> Acesso em 03/12/2019

Podemos observar que brasilidade tem sido um tema cada vez mais tratado nas passarelas, trazendo atenção para questões sociais e culturais do nosso país. Em 2018 pudemos ver várias referências regionais retratadas em estampas nas vitrines de diversas marcas. Além da temática tropical e brasilidades podemos observar que cores primárias estiveram em foco, trazendo um aspecto mais colorido e alegre, de acordo com as tendências mencionadas acima foi elaborado um *Mood Board*<sup>8</sup> com as tendências de moda têxtil de 2018.



Figura 5 – Painel de tendências de 2018.

Autoria: própria

### 5.1.2 Tendências 2019

Em setembro de 2018 aconteceu a semana de moda de Milão referente a primavera/verão 2019 e o desfile da Moschino trouxe peças que parecem ter saído do croqui direto para a passarela, os traços manuais de marcadores de texto deram um ar cômico e elegante mostrando que desenhos à mão é uma tendência de 2019. Na figura 6 podemos observar um dos modelos do desfile da Moschino.

<sup>8</sup> Nome em inglês para painel de tendências



**Figura 6 – Um dos modelos da Moschino que desfilaram na semana de moda em Milão**

**Foto: ©Imaxtree**

Nicole Phelps, diretora da Vogue Runway, fez uma crítica ao desfile da Moschino descrevendo-o em poucas palavras:

*Os looks eram de uma safra dos anos 80: alfaiates de alta costura com grandes arcos na cintura; blusas e saias para pouf; e vestidos extravagantes, todos em branco, com rabiscos e pontos do tipo Marcador Mágico, que sugerem cor e padrão. (PHELPS, 2018).*

Técnicas de ilustrações manuais saíram da passarela e chegaram nas lojas. No Brasil podemos ver estampas tropicais ilustrado de forma que lembre desenhos e rabiscos como podemos observar na figura 6. O tema brasilidade já vinha ganhando força em 2018, mas em 2019 houve um apelo mais regional. O SPFW N48 trouxe o desfile de Amapô, que mostrou o Nordeste como tema principal do desfile, pudemos observar referências claras de personagens do folclore brasileiro como caboclo de lança, vaqueiro; também vemos referências a xilogravura, casarios, e técnicas de pintura a mão. Todas essas tendências estão expostas na figura 7.





**Figura 8 – modelo do desfile de Dolce&Gabbana primavera/verão 2020**

**Foto: Fashion Gone Rogue**

Cores como amarelo, vermelho, azul, verde e laranja apareceram em vários desfiles trazendo a tendência do monocromático. Outra tendência é a técnica de pintura manual que continua nas passarelas e nas vitrines. Por meio de um *mood board* (figura 9) podemos compreender melhor as tendências de 2020.



**Figura 9 – Painel de tendências de 2020.**

**Autoria: própria**

Todas as tendências tratadas nesta sessão serviram de complemento para elaboração das estampas deste projeto, visto que o briefing passado pela empresa tem prioridade, muitas das tendências expostas neste trabalho não estraram no painel de inspiração, todavia é importante trazer as tendências para a realidade da empresa e adaptar para aplicar no mercado.

## **6 A COLEÇÃO**

### **6.1 RELEASE**

É tempo de olhar para dentro, de valorizar o que é nosso. Navegar entre mares em direção ao Sol, sentir o canto pulsante dos animais e as cores vibrantes de nossas flores e admirar a cultura do nosso lugar. Vamos sentir, conectar, respeitar e amar a natureza!

Nossa Coleção traz por meio dos tecidos a leveza da natureza, em uma mistura única de cores e texturas que caracterizam o nosso país. Estampas em folhagens, paisagens, animais tropicais, elementos folclóricos e arquitetura Colonial nos levando a valorizar a cultura nacional.

### **6.2 ESTAMPAS JÁ EXISTENTES**

As estampas da Pier Sun Clothes variam entre temáticas do conceito Brasilidades. As estampas tratam sobre fauna, flora, cultura e arquitetura. Dentre todas as Estampas que a empresa possui foram escolhidas apenas algumas para demonstrar a linguagem gráfica que a marca trabalha. Logo abaixo estão algumas das estampas da coleção Brasilidades.



**Figura 10 – Estampa Farol e Elevador com fitas e Estampa Quadro da cultura Nordestina (da esquerda para a direita)**

**Autoria: Pier Sun Clothes**



**Figura 11 – Estampa Casaríos coqueiro pôr do sol marinho e estampa casarios pôr do sol nuvens roxas (da esquerda para a direita)**

**Autoria: Pier Sun Clothes**

## 7 BRIEFING DA EMPRESA

A *Pier Sun Clothes* solicitou a criação de quatro estampas que representassem a cultura brasileira, mais especificamente estampas que valorizassem o carnaval de Recife e Olinda. As estampas deveriam representar o frevo, os casarios de Olinda, o maracatu<sup>9</sup> e o Homem da Meia Noite<sup>10</sup>. O briefing passado pela empresa traz informações sobre referências, paletas de cores, tendências e elementos que precisam estar representados em cada estampa.

Uma preocupação da empresa é com a versatilidade de cada estampa, como a empresa tem uma grande variedade de produtos, com tamanhos e modelagens completamente diferente é necessário que a estampa possa se adequar a maior quantidade aplicações possíveis.

### 7.1 ESTAMPA CABOCLO DE LANÇA

A estampa em questão deve representar o caboclo de lança, ícone mais famoso do Maracatu rural, apesar de o maracatu nação ser o mais presente na região metropolitana do Recife foi escolhido pela empresa trabalhar com o caboclo de lança, por ser um personagem que chama muita atenção pelos seus adornos, se tornou muito mais conhecido e admirado que o Maracatu nação, este ponto influencia diretamente nas vendas de produtos com essa temática, logo a empresa escolheu representar o caboclo de lança por causa do retorno financeiro.<sup>11</sup>

#### 7.1.1 Critérios

Desenvolver estampa com cores vibrantes seguindo a medida de Altura 1,00m X Largura 1,00m para aplicação em blusa e 1,45m X 1,00m para aplicação em kaftas e vestidos curtos.

---

<sup>9</sup> É uma manifestação folclórica tendo origem no estado de Pernambuco, existem dois tipos de Maracatu: Maracatu nação e Maracatu rural, o caboclo de lança é um personagem do maracatu rural que tem mais destaque na zona da mata. (MARACATU.ORG.BR, 2009)

<sup>10</sup> Homem da Meia Noite é um bloco carnavalesco da cidade de Olinda, marcado pelo boneco gigante que abre o desfile do Bloco.

<sup>11</sup> Texto baseado nos dados da entrevista em anexo A.

A estampa deve conter elementos da roupa do caboclo de lança. O rosto do caboclo não pode ser o centro da estampa. A estampa deve ter muito brilho.

### 7.1.2 Paleta de cores

A paleta deve partir de elementos presentes na cultura brasileira. Cores que representam frevo, carnaval, Olinda, com tons vivos e expressivos. Segue abaixo sugestão de paleta de cores.

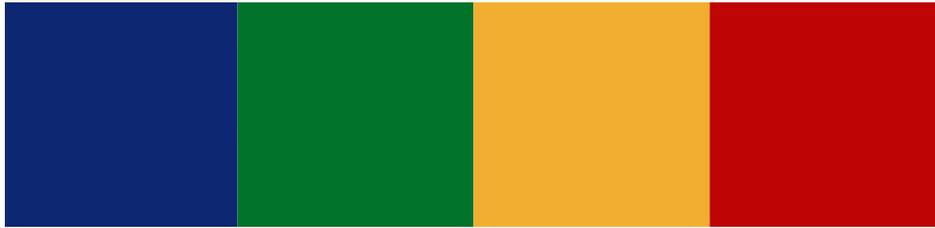


Figura 12 – Paleta de cores caboclo de lança

### 7.1.3 Brainstorm



Figura 13 – Brainstorm caboclo de lança

## 7.2 ESTAMPA DO HOMEM DA MEIA NOITE

A estampa em questão deve representar o Homem da meia noite, principal boneco gigante do carnaval de Olinda. Um dos eventos que torna o carnaval de Olinda único são os famosos bonecos de Olinda que homenageiam grandes ícones da história e da cultura brasileira. De todos os bonecos, o Homem da meia noite é o mais importante e mais aguardado. Ele sai exatamente à meia noite desfilando pelas ruas de Olinda. O carnaval de Olinda é muitas vezes associado aos bonecos gigantes e todo o mercado sobre o homem da meia noite é facilmente comercializado, por isso a solicitação da estampa.

### 7.2.1 Critérios

Desenvolver estampa com cenário noturno seguindo a medida de Altura 1,00m X Largura 1,00m para aplicação em blusa.

A estampa deve conter o homem da meia noite como personagem principal da estampa, o Homem da meia noite deve ser representado juntamente com os casarios de Olinda.

### 7.2.2 Paleta de cores

A paleta foi deve ser baseada nas cores do traje do Homem da meia noite. Os casarios devem ser coloridos com cores alegres. Segue abaixo sugestão de paleta de cores.

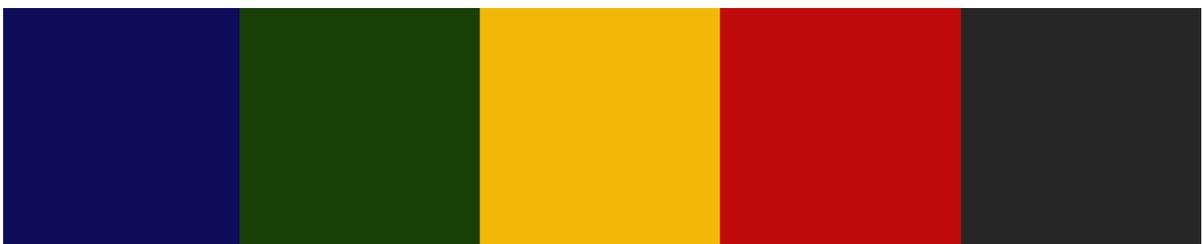


Figura 14 – Paleta de cores Homem da meia noite



aquarela para um resultado suave e harmonioso. Evitar a criação de um rapport muito repetitivo.

### 7.3.2 Paleta de cores

A paleta deve ser baseada nas cores dos casarios de Olinda. Segue abaixo sugestão de paleta de cores.

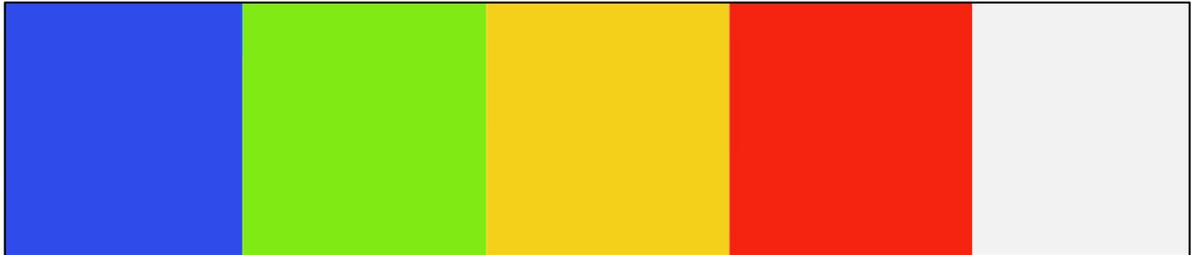


Figura 16 – Paleta de cores Casarios de Olinda

### 7.3.3 Brainstorm



Figura 17 – Brainstorm Casarios de Olinda

## 7.4 ESTAMPA DO FREVO

A estampa em questão deve representar o frevo, dança típica do carnaval do Recife que transpira alegria e folia. Um dos ritmos carnavalescos mais famosos do Brasil com uma paleta de cores primárias e secundárias a estampa deve transmitir a magia do frevo.

### 7.4.1 Critérios

Desenvolver estampa com cores vibrantes seguindo a medida de Altura 1,00m X Largura 1,00m para aplicação em Blusas e kaftas. A técnica a ser usada pode ser aquarela e pintura digital para um resultado suave e harmonioso. Para que a estampa fique regional e carregada de cultura a estampa deve conter elementos da xilogravura junto com sombrinhas de frevo de forma harmoniosa.

### 7.4.2 Paleta de cores

A paleta deve ser baseada nas cores do frevo. Segue abaixo sugestão de paleta de cores.

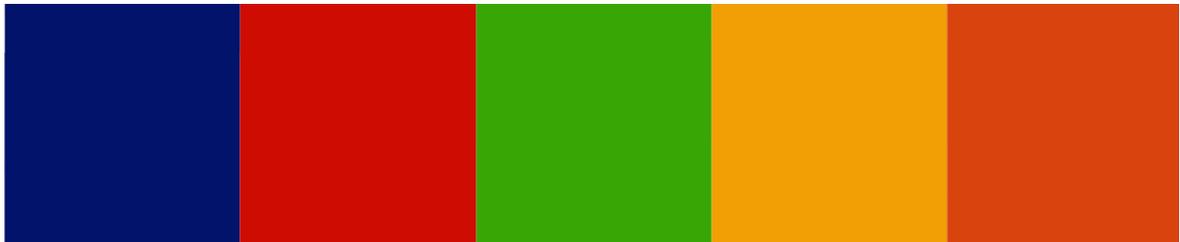


Figura 18 – Paleta de cores Frevo

### 7.4.3 Brainstorm



Figura 19 – Brainstorm Frevo

## 8 PROCESSO CRIATIVO DAS ESTAMPAS

De acordo com orientações passadas através do briefing deu-se início a criação das estampas. Antes de começar a produzir a estampa foi necessário gerar algumas alternativas e depois da produção das estampas algumas alterações foram solicitadas. Todas essas informações estão descritas nos tópicos a seguir.

### 8.1 ESTAMPA CABOBLO DE LANÇA

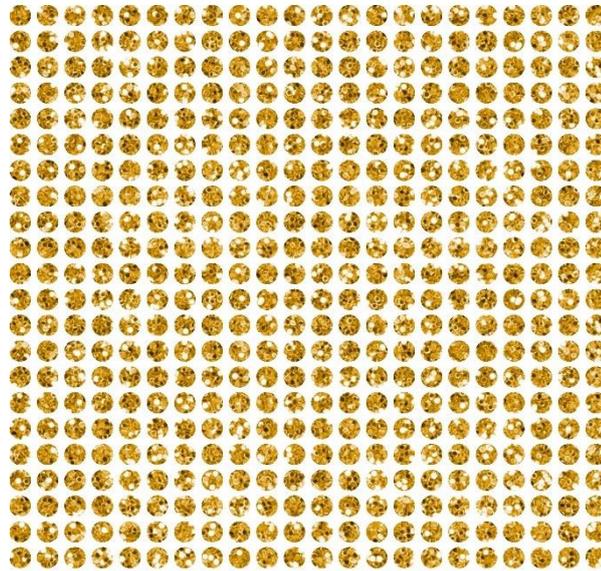
Dado a necessidade de trabalhar com imagens para a composição da estampa a mesma foi elaborada nos programas Adobe Photoshop e Adobe Illustrator, sendo o último utilizado apenas para transferir vetores para a plataforma do Photoshop. Estes vetores foram utilizados como filtro que será explicado mais adiante no texto.

Foi discutido com a estilista quais atributos mais relevantes que seriam colocados na estampa, além das cores passadas no briefing. A ideia seria que a estampa tivesse muito brilho já que as lantejoulas do caboclo de lança dão bastante brilho. Porém durante a criação da estampa foi notado que a lantejola em si replicada muitas vezes não daria o resultado desejado pois o brilho não parecia com o natural. No lugar de lantejoulas foi pensado em glitter. Mesmo em imagens estáticas é possível ver muito brilho no glitter. Segue abaixo imagem utilizada.



Figura 20 – Glitter utilizado

A ideia foi criar vários círculos iguais e inserir dentro dos círculos a imagem do glitter. Depois modificar as cores no Adobe Photoshop e criar grupos.



**Figura 21 – Repetição de círculos contendo a imagem de glitter**

**Autoria: Própria**

A seleção de formas que separaram os grupos de cores da gola do caboclo, foram retiradas de várias imagens para compor uma estampa única da roupa do caboclo.



**Figura 22 – Origem dos elementos para a gola do Caboclo de lança**

**Autoria: Própria**

A peruca do caboclo foi feita utilizando imagens de pompom de líderes de torcida replicada. Na barra foram colocadas franjas e lantejoulas distorcidas no Adobe Photoshop.



Figura 23 – Painel de elementos do caboclo de lança

Autoria: Própria

O plano de fundo foi feito com formas geométricas com sobreposição de duas camadas de filtros. Os filtros foram mandalas retiradas do Banco de imagens Freepik.

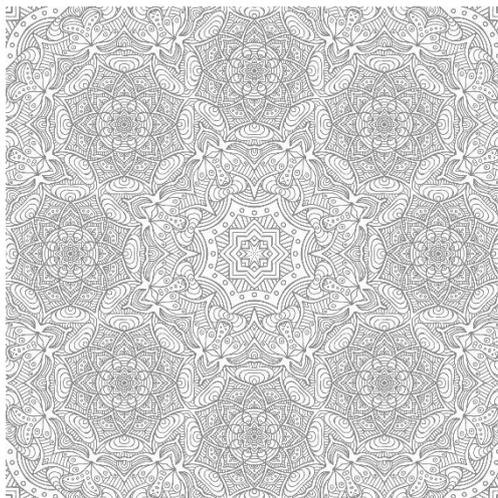


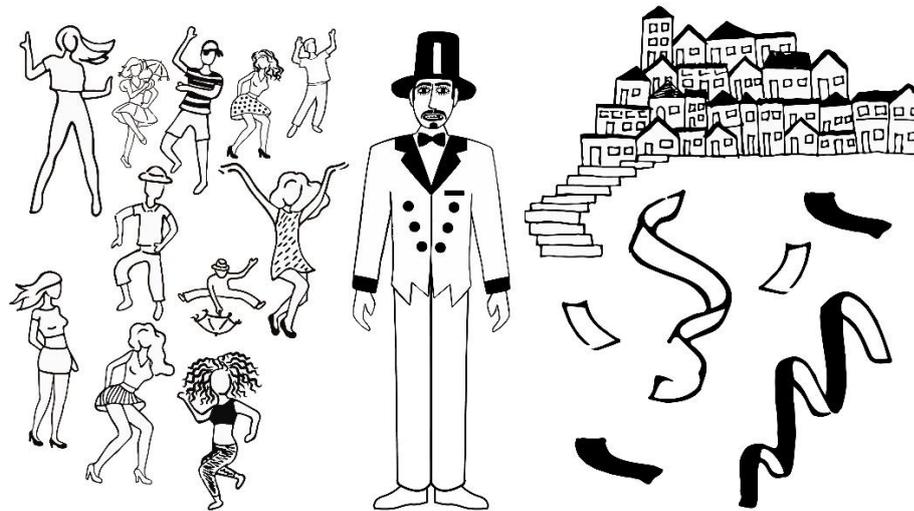
Figura 24 – Mandalas utilizadas como filtros

Fonte: Freepik

## 8.2 ESTAMPA HOMEM DA MEIA NOITE

No desenvolvimento desta estampa houve a criação de desenhos manuais que foram transferidos para o computador, vetorizados e coloridos com a ajuda dos Softwares Photoshop e Illustrator da Adobe. Os desenhos foram desenvolvidos pela autora deste trabalho utilizando canetas nanquim e papel ofício.

De acordo com exigências do briefing foram desenhados algumas casas, foliões e homem da meia noite contidos na figura 25.



**Figura 25 – Desenhos feitos com caneta e vetorizados no ilustrator**

**Autoria: Própria**

Com os desenhos vetorizados foi construída a estrutura base da estampa. Houve acréscimo de vetores de representação do sol e nuvens compondo um cenário.



**Figura 26 – Base da estampa homem da meia noite**

**Autoria: Própria**

A pedido da empresa foi colocado um plano de fundo cinza e os objetos do cenário foram coloridos no computador.

### 8.3 ESTAMPA DOS CASARIOS DE OLINDA

Para a criação dessa estampa foram desenhados casaríos com arquitetura colonial com o auxílio de uma mesa digitalizadora na plataforma do Illustrator. Depois de desenhados, os casaríos foram impressos para colorir manualmente. Os casarios foram coloridos com aquarela, digitalizados e manipulados no photoshop para se adequar à paleta de cores desejada.

A montagem foi feita no Photoshop simulando um rapport, apesar da criação do rapport ser interessante para esse caso foi mencionado pelo diretor da empresa que se houvesse repetição que fosse feita manualmente para que cada parte da estampa fosse única, evitando uma sequencia previsível. Segue abaixo fotos do processo.



**Figura 27 – Casarios desenhados com a mesa digitalizadora**

**Autoria: própria**



**Figura 28 – Casarios impressos e pintados com aquarela**

**Autoria: Própria**

## 8.4 ESTAMPA SOMBRINHAS DE FREVO

Para a criação dessa estampa foi necessário coletar vários ícones em xilogravura que foram utilizados para colocar nas sombrinhas de frevo. Foi definido pela autora deste trabalho que cada cor da sombrinha de frevo receberia uma temática diferente. O verde recebeu xilogravuras que representam a vegetação do nordeste e xilogravuras sobre o carnaval, o azul recebeu ícones sobre o carnaval como as

máscaras, o vermelho recebeu aves em xilogravura com ícones carnavalescos, o amarelo recebeu xilogravuras de alimentos típicos do nordeste e ícones do marcatu. Segue abaixo sombrinha com os elementos xilográficos em suas respectivas cores.



**Figura 29 – Parte da sombrinha criada pela autora deste trabalho**

**Autoria: Própria**

As sombrinhas foram dispostas na estampa inspiradas no “céu de sombrinhas” da rua das piscinas naturais em porto de galinhas como mostra na figura 30.



**Figura 30 – Rua das piscinas naturais em Porto de Galinhas**

**Fonte: NE10**

Para dar mais movimento à estampa as sombrinhas foram dispostas de forma que estivessem flutuando.

## 9 RESULTADO

### 9.1 ESTAMPAS



Figura 31 – Estampa Caboclo de Lança

Autoria: Própria



**Figura 32 – Estampa Homem da Meia Noite**

**Autoria: Própria**



**Figura 33 – Estampa Casarios**

**Autoria: Própria**



Figura 34 – Estampa Sombrinhas de Frevo

Autoria: Própria

## 9.2 APLICAÇÃO

Para melhor compreensão do resultado final foi realizada uma simulação das estampas em *mockups* criados no Adobe Photoshop.



Figura 35 – Mockup de apresentação das estampas

Autoria: Própria



**Figura 36 – Apresentação com produtos da empresa**

**Autoria: Própria**

### 9.3 PRODUÇÃO

Após a aprovação das estampas a fábrica começou a produção das peças que foram encomendadas por alguns clientes. Segue abaixo fotos do processo de fabricação de uma das peças.



**Figura 37 – O papel sublimático é colocado sob a peça branca e levado para a prensa**

**Foto: A autora**



**Figura 38 – Peças sublimadas recém-saídas da prensa**

**Foto: A autora**

## 10 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente projeto teve como objetivo a elaboração de estampas para a *Pier Sun Clothes*. A temática para a elaboração das estampas foi o carnaval de Recife e Olinda. O público-alvo a que as estampas estão direcionadas são turistas, mulheres entre 25 e 40 anos que valoriza a cultura de cada lugar que visitam querendo levar consigo uma parte da cultura local estampada em peças de roupas leves, com cores alegres e vivas. Para tanto, a criação delimitou-se nos gostos deste público descrito no briefing passado pela empresa. Foram extraídos elementos como cores, texturas, e temáticas das tendências de verão dos anos 2018 a 2020.

O resultado deste trabalho é um grupo de quatro estampas que retratam o carnaval de Olinda e Recife. Cada estampa apresenta um tema destaque do Carnaval, são eles: Caboclo de Lança, Homem da Meia Noite, casarios de Olinda e o frevo.

Visto que a percepção visual relacionada a fatores estéticos e emocionais está diretamente ligada ao design de superfície, acredita-se que este projeto atingiu os objetivos propostos, de forma a atender as necessidades da empresa, através de estampas que retratam a cultura e a identidade da região, além de demonstrar ao decorrer do projeto, a importância da utilização das técnicas do design para o desenvolvimento de estampas comerciais que atendam as expectativas do cliente.

## REFERÊNCIAS

- Amorim, Maria Alice (2014), Patrimônios Vivos de Pernambuco; 2. ed. rev. e amp – Recife: FUNDARPE
- CENTRAL DA SUBLIMAÇÃO. O que é sublimação. 2017. Disponível em: <centraldasublimacao.com.br/o-que-e-sublimacao/>. Acesso em: 10 nov. 2019.
- CHATAIGNIER, Gilda. fio a fio: tecidos, moda e linguagem. São Paulo: Estação das Letras, 2009. 168 p.
- FARINA, modesto; PEREZ, Clotilde; BASTOS, dorinho. psicodinâmica das cores em comunicação. 5. ed. São Paulo: Blucher, 2086. 173 p.
- GOMES, Winston Pinheiro Claro. História da Tecelagem. 2010. Disponível em: <portaleducacao.com.br/conteudo/artigos/educacao/historia-da-tecelagem/56619>. Acesso em: 15 nov. 2019.
- JONES, Sue Jenkyn. **Fashion design**: manual do estilista. Tradução Iara Bideerman. 3ed. São Paulo: Cosac Naify, 2011. 272 p
- JORDAN, Patrick W. How to make brilliant stuff that people love. West Sussex: John Wiley & Sons Inc., 2002.
- MARACATU.ORG.BR. O Maracatu: outros tipos de maracatu. 2009. Disponível em: <maracatu.org.br/o-maracatu/outros-tipos-de-maracatu/>. Acesso em: 17 nov. 2019.
- MENEGUCCI, Mestre Franciele; CARVALHO, Doutora Bernadete; LÔ, Bacharel M. Vanessa. o estudo dos biótipos através da modelagem plana. In: COLÓQUIO DE MODA, 13., 2017, São Paulo. O estudo dos biótipos através da modelagem plana. São Paulo: UNESP, 2017, p. 1-10.
- PANROTAS, Portal (Comp.). Turismo responde por 8,1% do PIB Brasil; Veja dados globais. 2019. Disponível em: <https://www.panrotas.com.br/mercado/economia-e-politica/2019/03/turismo-responde-por-81-do-pib-brasil-veja-dados-globais\_162774.html>. Acesso em: 19 out. 2019.

PEZZOLO, Dinah Bueno. Tecidos: História, Tramas, Tipos e Usos. 2. ed. São Paulo: Senac, 2009. 328 p.

REVISTA ENTREMEIOS: revista de estudos do discurso, Pouso Alegre (MG), v. 13, jul. 2016. semestral. ISSN 21793514.

SANTOS, Flavio Anthero dos. **O design como diferencial competitivo**: o processo de design desenvolvido sob o enfoque da qualidade e da gestão estratégica. Santa Catarina: Editora da Universidade do Vale do Itajaí, 2000.

SANTOS, Flavio Anthero dos. **Aplicação do método aberto (MD3E) em projetos ergonômicos de produtos**. 2011. Disponível em:

<<http://www.revistas.udesc.br/index.php/hfd/article/view/2879/2115>>. Acesso em: 26 nov. 2019.

SEBRAE. Tendências: Estampas 2018. 2017. Disponível em: <[blog.sebrae-sc.com.br/tendencias-estampas-2018/](http://blog.sebrae-sc.com.br/tendencias-estampas-2018/)>. Acesso em: 3 dez. 2019.

SILVA, Tânia Cristina do Ramo; PATRÍCIO, Fabiana dos Santos. Design de superfície têxtil: além da imagem estampada. **Entremeios** [Revista de Estudos do Discurso], Seção Estudos, Programa de Pós-graduação em Ciências da Linguagem (PPGCL), Universidade do Vale do Sapucaí, Pouso Alegre (MG), vol. 13, p. 15-32, jul. - dez. 2016. DOI: <http://dx.doi.org/10.20337/ISSN2179-3514revistaENTREMEIOSvol13pagina15a32>

UDALE, jenny. Tecidos e moda. São Paulo: bookman, 2009. 176 p. 2 v.

YAMANE, Laura Ayako. Estamparia Têxtil. 2008. 124f. Dissertação (Doutorado) – Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo – ECA-USP. São Paulo: ECA-USP, 2008.

YAMANE, L. A. ; YAMANE, Laura Ayako . DA ARTE A ESTAMPARIA. ITT Press , v. 1, p. 23-24, 2015.

YAMANE, Laura Ayako ; CARVALHO, M. J. . Vida dedicada as Estampas. ITT Press , v. 1, p. 1, 2015.

## ANEXOS A – TRANSCRIÇÃO DA ENTREVISTA

### ENTREVISTA

**Nome: Valtecio Pedro de Sousa. Idade: 39 anos. Formação: Marketing. Diretor da *Pier Sun Clothes* .**

**Pq – Pesquisador**

**En - Entrevistado**

**Pq –** Como começou a história da *Pier Sun*?

**En –** A empresa surgiu no ano 2000, em 2001 ela migrou para o ramo de confecções, em 2008 surgiu uma nova marca que foi a Algodoeiro, iniciou como Brasil Arte, surgiu uma nova marca Algodoeiro, ficaram duas marcas e depois surgiu uma outra marca que substituiu a Brasil Arte. A *Pier Sun* veio para substituir a Brasil Arte em 2016.

**Pq –** Me fale um pouco mais sobre a *Pier Sun Clothes*, como funciona, porque você resolveu criar a *Pier Sun*?

**En –** A *Pier Sun* assim como a Algodoeiro são marcas que vendem em atacado, nós temos representantes espalhados por algumas regiões do nordeste que vendem nosso produto para os lojistas, aqui na fábrica nós cuidamos de toda a produção das peças. Já sobre o motivo da criação da *Pier Sun*, foi uma oportunidade de mercado, uma forma de atender melhor o público, o cliente da Algodoeiro não compra os produtos *Pier Sun* então houve uma necessidade de criar uma nova marca.

**Pq –** Você poderia nos mostrar algumas diferenças do público da Algodoeiro para o da *Pier Sun*?

**En –** A algodoeiro trabalha com algodão natural e tingimentos manuais, é uma pegada mais ecológica, quem compra Algodoeiro é um cliente que quer conforto e se identifica com o conceito do algodão natural, é um produto Sustentável por esse motivo o público Algodoeiro tem um poder de compra maior e valoriza o produto, já o público *Pier Sun* é o turista que quer levar souvenir pra toda a família sempre que visita algum lugar. É um produto mais acessível que o da Algodoeiro e tem um conceito mais de souvenir.

**Pq –** Com que Tecidos você trabalha na *Pier Sun Clothes*?

**Em** – A gente trabalha com malha, malha Atenas, malha de algodão colorido, mescla, e já trabalhou com outros.

**Pq** – Como foi definido o público Alvo da *Pier Sun Clothes*?

**En** – A Empresa fez uma pesquisa de campo, com entrevista nas praias e de acordo com o que os lojistas nos apresentaram o público da *Pier Sun* é em grande parte mulheres entre 25 e 40 anos de aproximadamente 1,70m de altura que tem o tipo físico bem robusto, quadril largo, busto grande. Inclusive por causa desse tipo físico tivemos que aumentar a modelagem porque as peças não estavam cabendo segundo nossos representantes. Geralmente as mulheres que compram dos nossos representantes de Natal, Maragogi são mulheres do sul do país, já na Bahia são mulheres de lá mesmo, muitas mulheres negras que tem o corpo bem avantajado como já falei antes.

**Pq** – Onde seu Produto é vendido?

**En** – É comercializado em lojas de souvenir e artesanato no nordeste, onde essas lojas elas podem ser tanto beira mar quanto em centros turísticos, pontos turísticos do Nordeste, aeroportos, centros de artesanato espalhados pelo Nordeste.

**Pq** – Que tipo de produto é vendido ao redor do seu?

**En** – Artesanato de madeira, barro, chaveiros, redes, tudo aquilo que é feito manual.

**Pq** – Quais classes sociais predominantes no seu público alvo?

**En** – As classes são normalmente B e C.

**Pq** – Quais critérios os clientes tem para comprar seu produto?

**En** – Ele busca qualidade, conforto, ele busca o design diferente, qualidade na estampa.

**Pq** – Na sua opinião qual fator que seu cliente mais valoriza em uma peça sublimática?

**En** – Ele valoriza na sublimação total a continuidade dos desenhos em gola, manga, na barra do vestido. Ele valoriza o design da estampa associado à peça ser completamente sublimada.

**Pq** – Com quais processos de estamparia você já trabalhou?

**En** – Trabalhamos ainda com diversos processos tanto tingimento manual com corantes vegetais, tingimento aerógrafo, o próprio silk screen também.

**Pq** – Porque acrescentar o processo de sublimação? Porque neste momento?

**En** – O processo de sublimação foi implantado na empresa em 2018, através de uma oportunidade enxergada no mercado onde se visualizou um potencial em cima desse produto.

**Pq** – Explique como funciona o processo de Sublimação.

**En** – O processo de sublimação total que é o que nós fazemos aqui na empresa funciona a partir da impressão da estampa na plotter, essa estampa ela desce para a prensa de sublimação onde ela vai ser sublimada a peça já costurada, é feito uma sublimação total. Não é uma sublimação de rolo industrial, ela é uma sublimação total da peça já pronta, já costurada diretamente do papel transferindo para a prensa.

**Pq** – Como foi o processo da escolha de tecidos para a sublimação?

**En** – Todo tecido de sublimação ele precisa ser 100% poliéster, no nosso caso o que a gente buscou era a qualidade do tecido, o toque, o conforto, a leveza, a suavidade do tecido para que ele pudesse ter uma aplicação da sublimação que pudesse garantir a melhor qualidade possível

**Pq** – Como é o processo de fabricação das peças de sublimação?

**En** – O processo desde o corte, costura e toda a parte de sublimação, toda parte produtiva é feita pela empresa.

**Pq** – Quais turistas tem mais acesso ao seu produto? Brasileiros ou Estrangeiros?

**En** – Brasileiros.

**Pq** – Como funcionam as vendas?

**En** – As vendas acontecem por meio de representantes espalhados nas localidades dos pontos turísticos do Nordeste.

**Pq** – Quais temáticas são mais atraentes ao seu consumidor

**En** – São estampas que retratam a cultura do lugar, frevo, carnaval, casarios, tudo que retrata a cultura de cada região de cada ponto turístico.

**Pq** – Entre estampas regionais e estampas que abrangem grande parte do Brasil, quais são mais aceitas pelos seus clientes?

**En** – O que é mais aceito é estampa regional, aquilo que retrata a cultura do local. Tudo que retrata as belezas naturais do país como um todo é vendável mas não tanto quanto as estampas regionais.

**Pq** – Quais tipos de estampas que conquistam o seu cliente?

**En** – Estampas com temas regionais e de lugares específico

**Pq** – Qual período do ano é mais favorável à venda de produtos?

**En** – No verão, de dezembro ao carnaval.

**Pq** – Quais técnicas de ilustrações tem despertado interesse no seu público?

**En** – Aquarela e pintura manual.

**Pq** – Qual o processo da estampa da tela do computador até a prateleira do lojista?

**En** – A estampa é criada, pensada, elaborada, depois de desenvolvida ela é aprovada, depois da aprovação ela entra no processo de impressão, depois vai para o processo de sublimação depois que ela é sublimada já está pronta para ser embalada e enviada para o representante que irá distribuir as peças de acordo com pedido feito pelos lojistas.

**Pq** – Para você o valor de investimento necessário para trabalhar com sublimação de qualidade é compatível com o retorno das vendas?

**En** – Olha, seria compatível se nós não estivéssemos atravessando um momento de crise, tanto no setor de turismo quanto em todo o país, seria viável o investimento, hoje não investiria novamente.

**Pq** – Quais as vantagens de trabalhar com sublimação?

**En** – A vantagem é que não tem um consumo de água na produção, o espaço é menor dentro da empresa e ele requer um estoque de peças menor, por se tratar de um produto que é uma única cor, a cor branca.

**Pq** – Nos seus últimos cinco anos de experiência na área o que você tem a dizer do mercado do turismo?

**En** – O turismo vem passando por várias mutações inclusive hoje o turista não tem o mesmo poder aquisitivo de cinco anos atrás, ele vem passando por transformações. As pessoas querem viajar, as pessoas querem estar nos lugares, porém a sua condição hoje, monetariamente falando, ela é meio difícil. Então aquele produto que se vendia normalmente que é um produto mais bem elaborado, mais caro, um produto com uma qualidade muito boa, hoje ele vem sofrendo algumas dificuldades, que se caracteriza um pouco com a nossa empresa. Então eu não posso dizer que ele está em declínio, mas aquele turista que tinha um poder de compra.

## ANEXOS B – RANKING DE VENDAS

PLANILHA RANKING VENDAS - PRODUTOS SUBLIMAÇÃO																
De AGOSTO/2018 a 15/FEVEREIRO/2019																
RANKING	ESTAMPAS	PRODUTOS														TOTAL ESTAMPAS
		BLUSA	REGATA	CAMISA	BODY	KÁFTAS	VEST. CURTO REGATA	VEST. CURTO MANGAS	VEST. LONGO REGATA	VEST. LONGO MANGAS	SAÍDA CURTA REGATA	SAÍDA LONG. BOTÃO	SAÍDA LONGA AMARRAÇÃO	BLUSA INF.	CAM. INF.	
1ª	SM 17	Coqueiro tribal	10	8	70	15	119	150	86	200	126	43	8	8		843
2ª	SM 36	Filtro dos sonhos aquerela	75	74			116	115	67	162	78	22				709
3ª	SM 18	Folhagem onça	11	11	14		6	58	25	143	80		8		356	
4ª	SM 37	Casal de araras aquerela	58	18		12	63	47	30	48	52		20		348	
5ª	SM 28	Sombriñas de frevo	85		57	52	25	58	31						308	
6ª	SM 02	Coqueiro degradé far	33	54	16	12	31	28	16	27	16	12	28	18	291	
7ª	SM 16	Araras na floresta						29	71	101	75				276	
8ª	SM 13	Cactos	128	77		24									229	
9ª	SM 15	Filtro sos sonhos mandalas	35	30				23	47	38	45				218	
10ª	SM 04	Coqueiro preto c/ amarelo	35	12	38		6	27	10	40	16	20			204	
11ª	SM 03	Coqueiro listras azuis	20	22	22		12	25	17	16	10	12	26	18	200	
12ª	SM 12	Cocá	77	31	71	4									183	
13ª	SM 42	Jangada beira mar	80	20	72										172	
14ª	SM 09	Filtro dos sonhos lateral penas	123	46											169	
15ª	SM 19	Casal de araras	10				29	51	15	19	15	8	20		167	
16ª	SM 53	Azul tuvano folhagem	16			8	12	26	26	28	44				160	
17ª	SM 43	Casarios pôr sdo sol nuvens rowas					6	29	40	39	39				153	
18ª	SM 05	Folhagem flamingo	79	48		20									147	
19ª	SM 11	Bandeira de Pernambuco	95	10	24	12									141	
20ª	SM 50	Jangada vermelha	70	44	12	15									141	
21ª	SM 25	Coqueiro faixa de mar					20	33	24	22	26		8		133	
22ª	SM 31	Quadro da cultura nordestina	57		64	12									133	
23ª	SM 55	Folha flamingo				31	6	37	16	8	28				126	
24ª	SM 27	Cabodo de lança	40	10			21	31	20						122	
25ª	SM 65	Fitas	21	20	37		6	8	8	8	8				116	
26ª	SM 08	Arara vermelha	68	35											103	
27ª	SM 38	Farol e elevador c/ fitas		22	10		6	27	8	19	8				100	
28ª	SM 44	Mapa de Porto de Galinhas	20	10	8			27	35						100	
29ª	SM 29	Casarios fitas colorido	30		62										92	
30ª	SM 48	Kite surf		42	26							23			91	
31ª	SM 21	Casario coqueiro pôr do sol marinho					6	8	8	28	40				90	
32ª	SM 23	Rosa coqueiro							7	46	22	12			87	
33ª	SM 47	Dromedários	13	22	13	16						22			86	
34ª	SM 20	Corais fundo so mar								34	44				78	
35ª	SM 54	Tucano flor de hibisco	38	32		8									78	
36ª	SM 57	Corais c/ jangadas	20	22	10			20		6					76	
37ª	SM 45	Bandeira c/ nomes	50		24										74	
38ª	SM 63	Folhas de bananeiras					17				22	20	8		67	
39ª	SM 06	Coqueiro preto c/ azul	7		30			15		12					64	
40ª	SM 22	Elevador com fitas		12	49										61	
41ª	SM 39	Mercado Modelo			26			19		11					56	
42ª	SM 69	Negra com flores		12			6	8	8	8	8				50	
43ª	SM 59	Hotel Tambau	24		12	12									48	
44ª	SM 30	Casarios fitas preto e branco		16	30										46	
45ª	SM 62	Morro do Careca		22	1							22			45	
46ª	SM 26	Olinda ilustrada				40									40	
47ª	SM 33	Forte de Recife aquerela	10		28										38	
48ª	SM 10	Borboleta	22			4									26	
49ª	SM 32	Ladeira com negra		26											26	
50ª	SM 35	Forte dos reis Magos aquerela			13					12					25	
51ª	SM 67	Folhas de bananeiras douradas									12		10		22	
52ª	SM 34	Forte de Salvador aquerela			21										21	
53ª	SM 40	Elevador Lacerda dia		20											20	
54ª	SM 68	Canoa Quebrada meia-lua		8	12										20	
55ª	SM 56	Galés e jangadas de Maragogi		10			6								16	
56ª	SM 49	Farol de Ponta Verde	6								7				13	
57ª	SM 52	Praia do Francês	6					6							12	
58ª	SM 58	Piscinas naturais central	12												12	
59ª	SM 41	Elevador Lacerda noite			8										8	
60ª	SM 01	Coqueiro degradé tons de azul	6												6	
61ª	SM 07	X													0	
62ª	SM 14	Máscara de carnaval													0	
63ª	SM 24	X													0	
64ª	SM 46	Frutas tropicais													0	
65ª	SM 51	Pedra Furada													0	
66ª	SM 60	X													0	
67ª	SM 61	Praia do Gunga													0	
68ª	SM 64	Colar Penas													0	
69ª	SM 66	Salvador ilustrada													0	
70ª	SM 70	Pavão													0	
<b>TOTAL PEÇAS</b>			1490	846	880	297	519	905	615	1075	787	230	130	70	0	0
<b>TOTAL:</b>																<b>7844</b>