



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO  
CENTRO ACADÊMICO DO AGRESTE  
NÚCLEO DE DESIGN E COMUNICAÇÃO  
CURSO DE DESIGN

FLAVIA DE OLIVEIRA CAVALCANTE

**DESIGN DE SUPERFÍCIE DE ESTAMPAS DE VERÃO: Percepção do universo  
infantil**

Caruaru  
2019

FLAVIA DE OLIVEIRA CAVALCANTE

**DESIGN DE SUPERFÍCIE DE ESTAMPAS DE VERÃO: Percepção do universo infantil**

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

**Área de concentração:** Design de Moda.

**Orientadora:** Prof<sup>a</sup>. Ph.D. Geni Pereira dos Santos.

Caruaru  
2019

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

C376d Cavalcante, Flavia de Oliveira.  
Design de superfície de estampas de verão: percepção do universo infantil. / Flavia de  
Oliveira Cavalcante. – 2019.  
62 f. il. : 30 cm.

Orientadora: Geni Pereira dos Santos.  
Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso) – Universidade Federal de  
Pernambuco, CAA, Design, 2019.  
Inclui Referências.

1. Estampas. 2. Verão. 3. Percepção em crianças. I. Santos, Geni Pereira dos  
(Orientadora). II. Título.

CDD 740 (23. ed.)

UFPE (CAA 2019-185)

FLAVIA DE OLIVEIRA CAVALCANTE

**DESIGN DE SUPERFÍCIE DE ESTAMPAS DE VERÃO: Percepção do universo infantil**

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

Aprovada em: 11/07/2019.

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Ph.D. Geni Pereira dos Santos (Orientadora)  
Universidade Federal de Pernambuco

---

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Nara Rocha (Examinadora Interna)  
Universidade Federal de Pernambuco

---

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Teresa Lopes (Examinadora Interna)  
Universidade Federal de Pernambuco

Dedico este trabalho a minha mãe Maria José, a minhas irmãs e meu filho. Amo muito vocês.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradecimento primeiramente à instituição e todos os docentes que fizeram com que eu concluísse essa jornada. Por muitas dificuldades passamos e muitas vezes nos deparamos com obstáculos advindos de um sistema precário que ronda o nosso governo e agrava ao acesso a uma boa educação. Porém com muita luta estou aqui e com a força de familiares e amigos. Superamos, chegamos, estamos aqui. Quanta gratidão e quanto sentimento de recompensa e superação.

Prefiro manter em poucas palavras e reforçar **MUITO OBRIGADA!**

## RESUMO

Este trabalho tem como objetivo a criação do conjunto de temáticas de estampas para o perfil infantil. O estudo baseia-se no método de Bruno Munari na ação criativa da moda e do design de superfície. Na coleção das estampas a junção entre formas e elementos das temáticas do verão e do esporte, apresenta-se adequado para despertar o interesse do público infantil. No percurso do projeto foi considerada a opinião de algumas crianças na seleção das alternativas de temáticas do design de superfície. Foi observado que o designer tem um grande desafio no reconhecimento do interesse do público alvo no processo de criação, no qual é valorizado o desenvolvimento da criatividade, e principalmente, as técnicas de design e inovações. A coleção foi formada por 10 estampas diferentes, numa variedade de cores representadas no padrão de repetição e formas relacionadas com a temática de moda dos elementos representativos da praia e do verão.

**Palavras-chave:** Design de superfície. Percepção infantil. Temática do verão.

## **ABSTRACT**

This work aims to create a series of children's prints, based on creative appropriation of fashion and surface design. By presenting in the collection of prints the junction between forms and elements of summer and sport, in order to arouse children's interest in the theme. In addition, several freehand sketches were developed in order to gather opinions from this audience from the images created. The designer has a great challenge in the creation process, where the development of creativity values, mainly, the techniques and innovations. The collection consists of 10 racing prints that were created through the repeating pattern with a variety of colors and shapes related to the beach / summer fashion.

**Keywords:** Surface design. Summer stamp collection. Children's perception.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Conjunto surf infantil .....	13
Figura 2 - Conjunto surf infantil .....	14
Figura 3 - Estampas floridas .....	19
Figura 4 - Estampas floridas .....	20
Figura 5 - Estampas diversas em crianças .....	20
Figura 6 - Conjunto Brandilli, beach coleção 2015 .....	21
Figura 7 - Estampas tropicais .....	21
Figura 8 - Conjunto Brandilli, entrando na onda, coleção 2015 .....	22
Figura 9 - Conjunto Brandilli, entrando na onda, coleção 2015 .....	23
Figura 10 - Revestimento cerâmico coleção traços com estampa contínua ....	24
Figura 11 - Entrelaçamento de fios .....	27
Figura 12 - Entrelaçamento da malha de trama .....	27
Figura 13 - Tapeçaria .....	27
Figura 14 - Renda .....	28
Figura 15 - Técnica Batik .....	30
Figura 16 - Imagem do módulo .....	31
Figura 17 - Fórmica com textura de madeira .....	31
Figura 18 - Balanço .....	32
Figura 19 - Tradução de gêneros artísticos - criação de novas estampas .....	33
Figura 20 - Assemblagem de Marilyn Monroe .....	33
Figura 21 - Estampa rosas .....	34
Figura 22 - Processo de estampa corrida em quadro .....	35
Figura 23 - Termo-impressão .....	36
Figura 24 - Estampa corrida de cilindro .....	36
Figura 25 - Estampa corrida de sublimação .....	37
Figura 26 - Estamparia digital .....	38
Figura 27 - Processo de estamparia digital .....	38
Figura 28 - Elementos da praia .....	42
Figura 29 - Praia .....	42
Figura 30 - Diversas .....	43
Figura 31 - Diversas .....	43
Figura 32 - Desenho à mão livre diversos .....	44

Figura 33 -	Desenho à mão livre melancia .....	44
Figura 34 -	Desenho à mão livre bola .....	44
Figura 35 -	Desenho à mão livre coqueiros .....	45
Figura 36 -	Desenho à mão livre picolé .....	45
Figura 37 -	Desenho à mão livre barco .....	45
Figura 38 -	Bola .....	46
Figura 39 -	Coqueiros .....	46
Figura 40 -	Barco .....	47
Figura 41 -	Picolé .....	47
Figura 42 -	Vela de barco .....	47
Figura 43 -	Prancha .....	48
Figura 44 -	Chinelos .....	48
Figura 45 -	Âncora .....	48
Figura 46 -	Prancha tubarão .....	49
Figura 47 -	Onda .....	49
Figura 48 -	Processo de criação 1 .....	50
Figura 49 -	Processo de criação 2 .....	50
Figura 50 -	Estampa 1 .....	51
Figura 51 -	Estampa 2 .....	51
Figura 52 -	Estampa 3 .....	52
Figura 53 -	Estampa 4 .....	52
Figura 54 -	Estampa 5 .....	52
Figura 55 -	Estampa 6 .....	53
Figura 56 -	Estampa 7 .....	53
Figura 57 -	Estampa 8 .....	53
Figura 58 -	Estampa 9 .....	54
Figura 59 -	Estampa 10 .....	54
Figura 60 -	Estampa 11 .....	55
Figura 61 -	Modelo 1 .....	55
Figura 62 -	Modelo 2 .....	56
Figura 63 -	Modelo 3 .....	56
Figura 64 -	Modelo 4 .....	56
Figura 65 -	Modelo 5 .....	57
Figura 66 -	Modelo 6 .....	57

Figura 67 -	Modelo 7 .....	57
Figura 68 -	Modelo 8 .....	58
Figura 69 -	Modelo 9 .....	58
Figura 70 -	Modelo 10 .....	58

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>12</b>
1.2	OBJETIVOS .....	15
1.2.1	Objetivo geral .....	15
<b>1.2.2</b>	<b>Objetivos específicos</b> .....	<b>15</b>
<b>2</b>	<b>REFERENCIAL TEÓRICO</b> .....	<b>16</b>
2.1	UNIVERSO INFANTIL .....	16
2.2	PERCEPÇÃO INFANTIL .....	17
2.3	MODA PRAIA .....	18
<b>2.3.1</b>	<b>O público infantil</b> .....	<b>22</b>
2.4	DESIGN DE SUPERFÍCIE .....	23
<b>2.4.1</b>	<b>Áreas de atuação</b> .....	<b>26</b>
<b>2.4.2</b>	<b>Fundamentos do design de superfície</b> .....	<b>28</b>
2.5	ESTAMPARIA .....	29
<b>2.5.1</b>	<b>Taxonomia em design de estamparia</b> .....	<b>30</b>
<b>2.5.2</b>	<b>Processos de estamparia corrida</b> .....	<b>34</b>
<b>3</b>	<b>METODOLOGIA</b> .....	<b>39</b>
3.1	PESQUISA PROJETUAL .....	39
<b>4</b>	<b>CRIAÇÃO E DESENVOLVIMENTO</b> .....	<b>41</b>
4.1	CRIAÇÃO .....	41
<b>4.1.1</b>	<b>Inspiração</b> .....	<b>41</b>
<b>4.1.2</b>	<b>Elementos utilizados na criação</b> .....	<b>43</b>
4.2	DESENVOLVIMENTO E DETALHAMENTO DAS PEÇAS .....	46
<b>4.2.1</b>	<b>Aplicação</b> .....	<b>49</b>
<b>4.2.2</b>	<b>Geração de alternativas</b> .....	<b>51</b>
<b>4.2.3</b>	<b>Ajuste</b> .....	<b>55</b>
<b>5</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>59</b>
	<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>60</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Com a variedade de possibilidades durante a criação de uma estampa, é possível criar elementos do universo infantil que sejam transmitidos de forma lúdica. Seivewright (2009, p. 130) afirma que “a estampa é parte fundamental tanto no design de uma única peça, quanto do de uma coleção inteira”.

A moda evolui de acordo com as mudanças históricas da sociedade. Cada período histórico é marcado também pelos diferentes estilos, estampas e cores das vestimentas (WAIZBORT, 2008).

Conforme Piaget (1968-1948), o conhecimento exige uma ação do sujeito sobre o objeto a ser conhecido. Para conhecermos um objeto “é necessário que o incorporemos aos nossos esquemas de ação, retirando deles informações e conferindo-lhes significado” (CUNHA, 1999, p. 99).

Inicialmente, não havia diferença entre o tipo de roupa dos adultos e das crianças, os modelos eram apenas adaptados ao corpo das crianças. Isso acontecia porque a sociedade via as crianças como uma espécie de “miniaturas dos adultos” e estas acabavam por serem tratadas também como adultas.

A partir da evolução histórica da sociedade, juntamente com estudos da área de psicologia, as crianças passaram a ser vistas realmente como crianças. Diante disso, gradativamente, as mudanças começaram a ocorrer, o tratamento passou a ser diferenciado, os brinquedos também, e conseqüentemente, as roupas começaram a ficar diferentes.

Atualmente observa-se que, as crianças têm tido maior poder de escolha, mas ainda se submetem a influência na decisão dos pais. Há algumas décadas atrás os pais escolhiam as roupas e acessórios dos filhos de acordo com o padrão cultural que estabelece temáticas infantis e dos gêneros masculino e feminino. Hoje, as crianças tornaram-se mais críticas, possuem certa autonomia e já expressam seus gostos no momento da compra. E diante dessas mudanças, o perfil infantil tem sido um dos segmentos que mais cresce no mercado brasileiro de confecções, com taxa de 14% ao ano (CLÉCIUS e LEROY, 2012 apud MEDITSCH, 2013).

O mercado da moda tem investido mais no consumo infantil. Coleções temáticas específicas para esse público são lançadas periodicamente de acordo com as estações. Macieira e Ribeiro (2007), apontam que em uma coleção de moda, as estampas possuem um papel fundamental, pois além de traduzirem em imagens o

conceito da coleção, elas podem valorizar e diferenciar modelagens e peças do vestuário, atribuindo valor ao produto final, pois além do apelo estético, são capazes de sugerir valores impalpáveis associados à marca.

Porém, observa-se que nem sempre as coleções representam a identidade do público infantil. Quando se trata da moda praia, pudemos perceber que as estampas, geralmente, mostram paisagens, ou utilizam símbolos/palavras que de acordo com a faixa etária da criança e também com suas vivências, não têm muito significado para este público, como mostram as figuras 1 e 2. Isso porque nessa fase a criança associa a praia à sua vivência, às cores mais vivas, e elementos mais básicos.

Figura 1 - Conjunto surf infantil



Fonte: <https://www.modalove.com.br/conjunto-kids-infantil-juvenil-2-pcs-surf-branco-pirata-kids>> Acesso em: 14 de maio de 2019.

Figura 2 - Conjunto surf infantil



Fonte: <https://www.cantinhodeamor.com.br/produto/280962/conjunto-infantil-camiseta-com-bermuda-tactel-tmx-ref-1126>. Acesso em: 14 de maio 2019.

Atualmente, no Brasil, o surf está em alta, este esporte é considerado como radical principalmente pela dificuldade dos movimentos que são executados pelos surfistas em cima de suas pranchas de surf. É praticado normalmente nos oceanos. Por ser um esporte radical, praticado na praia, é mais comum de se ver, uma vez que os encontramos em um país tropical, as crianças têm mais contato com a praia. As empresas que vendem roupas e acessórios de surf passaram a investir mais em conteúdos para o público infantil. E essas mudanças fazem com que alguns aspectos sejam repensados (como tamanhos, cores, imagens) quando se fala da criação de estampas e do consumo do público infantil.

A forma como escolhemos as coisas nem sempre é tão lógica quanto se imagina. Segundo Sgarioni o que realmente influencia a escolha do produto é a emoção, pois a tomada de decisões do ser humano está ligada diretamente com a capacidade que ele tem de sentir. Fogg (2013) explica que, comercialmente, as estampas têm grande poder de influência na decisão de compra do consumidor final.

Desta forma, é possível perceber que o público infantil, por ainda estar em uma fase de formação das opiniões, acaba por se tornar ainda mais complexo. E com isso, o processo de criação de estampas deve ser minucioso e necessita de um conhecimento mais específico sobre o público-alvo, para que sejam escolhidos os

símbolos e cores que mais se adaptam ao perfil infantil. Conforme afirma a designer de superfície Renata Rubim (2005, p. 11):

Num mercado onde a concorrência é cada vez mais forte e competitiva – consequência da produção em série e da inexistência de diferenciação dos produtos -, é preciso fazer mais. Acredito que o design será um fator decisivo no cenário globalizado, e através dele, poderemos agregar valor, desencadeando um processo de estímulos visuais que irão personalizar um produto ou uma empresa.

A partir desse pensamento, em que o design de superfície passa a fazer parte da moda como uma forma de agregar valor e distinguir as peças no mercado, foi pensada uma coleção de estampas baseada na praia com uma ênfase no surf. Isso porque é um esporte que tem ganhado mais adeptos no público infantil.

A coleção foi pensada de forma em que se fosse possível unir elementos atuais com os mais reais possíveis como pranchas, ancoras, navios, ondas do mar... nos quais as crianças pudessem se identificar e ter vontade de usar as roupas das estampas criadas.

Para isso, foi necessário elaborar objetivos a fim de alcançar a meta deste trabalho de monografia da melhor forma possível.

## 1.2 OBJETIVOS

### 1.2.1 Objetivo geral

O objetivo geral deste trabalho é elaborar o design de superfície inspirado na ideia de concepção da criança, mais especificamente como elas vêem os elementos temáticos relacionados a representação do verão e da praia.

### 1.2.2 Objetivos específicos

Para isso, os seguintes objetivos específicos são necessários:

- a) Entender quais são os principais elementos simbólicos que representam o verão na concepção da criança;
- b) Elaborar o design de dez estampas para o universo infantil, inspirado nos elementos mais representativos do verão a partir do olhar da criança.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 UNIVERSO INFANTIL

O conceito da infância e a visão da sociedade a respeito das crianças só veio ter início no final do século XIV. Antes disso, as crianças eram vistas e tratadas como adultos. Contudo, só no século XIX é que a “infância se constitui como uma categoria socialmente construída. Em cada período da história da humanidade a sociedade privilegia mais uma idade do que outra. A infância teria sido valorizada no século XXI” (BARBOSA e QUEDES, 2007, p. 2).

Na obra *História social da criança e da família* historiador Philippe Aries (1983) foi um dos primeiros a escrever um livro em que se relata as idades da vida (infância, adolescência e juventude) como partes do processo do desenvolvimento do ser humano. Neste estudo, Aries indica que a percepção e o sentimento da infância só começaram a ser compreendidos e a ter alguma importância na Idade Média. Nesta fase a criança passa a ser percebida e aceita na sociedade.

O reconhecimento social da infância e da adolescência passa a ser aprendido no século XVIII. Em uma sociedade com uma estrutura familiar que tinha a figura paterna como referência e autoridade. Assim, se evidencia que sendo a criança vista como sujeito histórico-social, a realidade e as mudanças são resultado de cada momento histórico (AMID, 2013, p. 2).

Deste modo, é possível compreender o processo pelo qual a sociedade passou até que as crianças pudessem ser vistas como crianças de verdade (e não como mini adultos) tratadas como tal, porém para chegar até ter a autonomia que hoje têm, muitas coisas aconteceram.

Em relação as mudanças que se referem a adequação de roupas para crianças, percebe-se que a evolução aconteceu de forma lenta. Ainda no século XVII as roupas usadas pelas crianças eram muito semelhantes as dos adultos. “Garotinhos de calções e gibões, garotinhas de vestido longo com gola alta e avental em ponta, com gorros enfeitados com penachos” (BOUCHER, 2010, p. 250).

De acordo com Kern (2006) as roupas das meninas, a partir do século XVIII, passou a ser mais diferente, cheia de babados, com detalhes mais românticos que remetiam aos contos de fadas.

## 2.2 PERCEPÇÃO INFANTIL

De acordo com Piaget (1978) existem quatro períodos que definem de forma mais significativa o desenvolvimento das estruturas cognitivas. Estes períodos estão ligados diretamente ao desenvolvimento da afetividade e socialização da criança e sua percepção sobre o mundo. São eles: inteligência sensório-motora (até os 2 anos), inteligência simbólica ou pré-operatória (dos 2 aos 7-8 anos), inteligência operatória concreta (dos 7-8 aos 11-12 anos) e a inteligência formal (a partir dos 12 anos).

O estado da inteligência infantil que neste trabalho tem mais influência é o da inteligência simbólica ou pré-operatória, pois é a fase em que a criança vai começar a compreender o mundo externo. De acordo com Cavicchia (2010) este período é o que faz a transição entre a inteligência sensório-motora e a representativa.

A primeira etapa dessa reconstrução [...] é dominada pela representação simbólica. A criança não pensa, no sentido estrito desse termo, mas ela vê mentalmente o que evoca. O mundo para ela se organiza em categorias lógicas gerais, mas distribui-se em elementos particulares, individuais, em relação com sua experiência pessoal (CAVICCHIA, 2010, p. 10).

Deste modo, compreende-se então que nesta fase a percepção da criança sobre as coisas e o mundo de uma forma geral dependem do que ela vê e de sua experiência cotidiana. Essa representação simbólica é uma forma de imitar as coisas que a criança vê diariamente e adaptá-las à sua percepção. Os símbolos acabam por se tornar uma forma de associação, é o pensamento que se evoca mentalmente.

A inteligência tem acesso, então, ao nível da representação, pela interiorização da imitação (que, por sua vez, é favorecida pela instalação da função simbólica). A criança tem acesso, dessa forma, à linguagem e ao pensamento. Ela pode elaborar, igualmente, imagens que lhe permitem, de certa forma, transportar o mundo para sua cabeça (CAVICCHIA, 2010, p. 11).

Sendo assim, é possível afirmar que neste nível de inteligência a imaginação e criação simbólica são fatores de grande importância. É através deles que a criança registra mentalmente o que percebe do mundo externo.

Entre 2 e 5 anos, aproximadamente, a criança adquire a linguagem e forma, de alguma maneira, um sistema de imagens. Entretanto, a palavra não tem ainda, para ela, o valor de um conceito; ela avoca

uma realidade particular ou seu correspondente imagístico. Tendo que reconstruir o mundo no plano representativo, ela o reconstrói a partir de si mesma. O egocentrismo intelectual está no auge no decurso dessa etapa. A dominação do pensamento por imagens encerra a criança em si mesma (CAVICCHIA, 2010, p. 11).

Deste modo, compreende-se como as imagens e símbolos são importantes para o desenvolvimento e percepção do mundo infantil. Ao criar imagens que possam ser identificadas com mais facilidade e associadas ao mundo real, as crianças passam a compreender e perceber melhor o mundo que as rodeia. E é este o foco da criação das estampas. Para que fosse criada a coleção, as imagens e símbolos da praia ou que a remetessem tornaram-se essenciais.

### 2.3 MODA PRAIA

De acordo com Simmel (1989), quanto mais agitada é uma época, mais rapidamente suas modas são modificadas. Isso acontece porque a moda acompanha os acontecimentos históricos e evolução da sociedade. Deste modo, percebe-se como a moda se torna um depósito dos mais variados elementos fugazes, efêmeros e transitórios da vida: “ela evidencia a passagem rápida do presente para o passado, enfatizando o presente e a mudança que o caracteriza” (WAIZBORT, 2008, p. 12).

De acordo com Lipovetsky (1989) a moda é um fenômeno que possui certa complexidade e sua dinâmica é de natureza efêmera e sazonal. Está sempre à procura de coisas novas que possam seduzir e distinguir as pessoas que a “usam”. Vai além da indústria de vestuário, por ser um bem de consumo, pode causar impacto e influenciar de formas variadas a sociedade.

Segundo Raquel Maia (2013, p. 26) “a moda da indústria é voltada para o consumo, que é um processo sociocultural, estabelecendo hierarquias de gosto, de gênero, de materiais, de classe, de escolhas etc. por ser própria do sistema capitalista”.

Desta forma, percebe-se que a moda, enquanto indústria de produção têxtil, ao criar as novas tendências, leva em consideração diversos fatores, como os socioculturais, as preferências e diferenças nos estilos, gêneros e qualidade dos materiais de acordo com o público-alvo. As crianças, geralmente não observam boa parte desses aspectos, mas os pais levam em conta esses fatores. Neste

enquadramento, a indústria para se adequar a este público, cria tendências e estampas mais inovadoras que chamem a atenção infantil.

Dentro da indústria da moda há uma série de segmentos e áreas de produção. A moda praia está entre esses segmentos, pois trata-se de um setor especializado na confecção de roupas de banho entre outros artigos que são apropriados ao ambiente da praia e da piscina. A moda praia tem crescido no mercado conforme os avanços e desenvolvimentos tecnológicos das técnicas, tecidos, aviamentos, entre outros aspectos.

No Brasil, o clima tropical e o vasto litoral aliado à valorização da praia como espaço de lazer e práticas esportivas contribuíram para o surgimento de inúmeras marcas especializadas na produção e comercialização de moda praia. Algumas delas, como Água de Coco, *Blue Man*, Lenny, Movimento e Salinas, tornaram-se referência nacional e até internacional no segmento, destacando-se tanto em termos de costura e acabamentos quanto na criação de modelagens e design de estamparia (MAIA, 2013, p. 27-28).

Figura 3 - Estampas floridas



Fonte: <<https://revistacrescer.globo.com/Crianças/Moda/noticia/2018/02/moda-como-usar-estampas-floridas-e-tropicais-nas-criancas.html>> Acesso em: 20 de fevereiro de 2019.

Figura 4 - Estampas floridas



Fonte: <https://revistacrescer.globo.com/Crianças/Moda/noticia/2018/02/moda-como-usar-estampas-floridas-e-tropicais-nas-criancas.html>. Acesso em: 20 de fevereiro 2019.

Figura 5 - estampas diversas em crianças



Fonte: <https://revistacrescer.globo.com/Crianças/Moda/noticia/2018/02/moda-como-usar-estampas-floridas-e-tropicais-nas-criancas.html>. Acesso em: 23 de fevereiro 2019.

Figura 6 - Conjunto Brandilli, beach coleção 2015



Fonte: <http://www.brandili.com.br/category/por-colecao/alto-verao/>

Figura 7 - Estampas tropicais



Fonte: <https://revistacrescer.globo.com/Crianças/Moda/noticia/2018/02/moda-como-usar-estampas-floridas-e-tropicais-nas-criancas.html>. Acesso em: 20 de fevereiro 2019.

Como é possível observar nas figuras acima, a utilização de estampas mais coloridas e que remetem ao ambiente tropical passam a virar moda no vestuário infantil, roupas mais folgadas, com estampas maiores e detalhes.

### 2.3.1 O público infantil

Um aspecto que tem mudado conforme o passar dos anos é a exigência e critérios dos consumidores, e quando se trata do público infantil a escolha torna-se ainda mais complexa. Isso se dá porque o público infantil tem uma maior dificuldade para entender e expressar as suas vontades e motivações. Além disso, ainda existe o fato de que por serem crianças, normalmente os pais acabam por interferir em suas escolhas, o que passa então a ser uma escolha conjunta da família.

Conforme Bennett e Lachowetz (2004) afirmam, o mercado dos produtos de esportes de ação (como o surf, skate, bicicross, wakeboard, entre outros) passa a investir cada vez mais no público infantil e juvenil, pois é perceptível que essa geração consome, de forma significativa, mais que qualquer outra anterior. Essa afirmação fica ainda mais clara ao observar como o marketing das empresas de esportes tem criado campanhas de publicidade para esse público.

As crianças de hoje nascem dentro da cultura consumista e crescem modelando-se segundo seus padrões e suas normas. A mídia se utiliza de determinados meios para atingir seus objetivos, tendo como foco principal induzir o sujeito ao consumo. Sua finalidade é criar numerosos contingentes de consumidores cativos, sendo que as crianças são alvo preferencial (BICK et al, 2013, p. 2).

Figura 8 - Conjunto Brandilli, entrando na onda, coleção 2015



Fonte: <http://www.blogmodainfantil.com.br/tendencia-de-moda-infantil-primavera-2015-entrando-na-onda-do-surf/>. Acesso em: 20 de fevereiro 2019.

Figura 9 - Conjunto Brandilli, entrando na onda, coleção 2015



Fonte: <http://www.blogmodainfantil.com.br/tendencia-de-moda-infantil-primavera-2015-entrando-na-onda-do-surf/>. Acesso em: 20 de fevereiro 2019.

Pode-se perceber a partir das figuras acima que as estampas têm sido mais diferenciadas, que a publicidade tem mais detalhes e atenção para que se chame mais o público pretendido.

## 2.4 DESIGN DE SUPERFÍCIE

Antes de conceituar o Design de Superfície, faz-se necessário compreender o que é o Design. De acordo com Löbach (2001), o design pode significar um planejamento, invenção, ideia, projeto ou um plano com o objetivo de solucionar um problema específico. Que neste projeto seria a pouca variedade de estampas infantis no tema praia e quais seriam as preferências das crianças na escolha das estampas. Deste modo, é possível afirmar que o design é um meio em que se pode projetar novas formas com a intenção de solucionar questões, transformar, ou mesmo melhorar algo que já existe.

O design é dividido em diversas áreas e especialidades, como o design de produtos, embalagens, moda, interiores, gráfico, entre muitos outros. Este projeto tem como foco o estudo da linguagem visual do design de superfície, mais especificamente o têxtil criado para desenvolver estampas em peças de vestuário da moda praia infantil.

O design de superfície, que em inglês chama-se *Surface Design*, foi um termo criado pela Fundação da *Surface Design Association* (SDA) no ano de 1977. Só em 1987 é que o termo Design de Superfície (DS) foi introduzido no Brasil pela designer têxtil, Renata Rubim. Apesar de ser uma tradução literal da palavra na língua inglesa, o DS propõe novos significados dentro do design brasileiro.

De acordo com a SDA (apud RÜTHSCHILLING, 2008, p. 13).

O design de superfície abrange coloração, padronagem e estruturas de fibras e tecidos. Isto envolve a exploração criativa de processos como tingimento, pintura, estamperia, bordado, embelezamento, *quilting*, tecelagem, tricô, feltro e confecção de papeis.

No Brasil, esse conceito foi readaptado no ano de 1989. Neste conceito é proposta a expansão do campo de atuação e passa a estender-se a todas as superfícies, de quaisquer materiais, concretos e virtuais. Como afirma Rubim (2004), o conceito de design de superfície no Brasil inclui desenhos e cores que se aplicam em superfícies, também em tecidos e papéis – em todas as suas variedades, seja nas cerâmicas, (figura 10), plásticos, emborrachados, qualquer grafismo que possa vir a ser aplicado em alguma peça gráfica ou mesmo ilustração.

Figura 10 - Revestimento cerâmico coleção traços com estampa contínua



Fonte: <http://www.vetrodesigner.com.br/2016/produto/revestimento-ceramico-decorado-caminhos/> Acesso em: 20 de fevereiro de 2019.

Segundo R uthschilling (2008), as superfícies são elementos delimitados das formas, e estas sempre serviram de suportes para a expressão simbólica humana. Ainda de acordo com a autora, o Design de Superfície,   uma maneira que se encontrou de desenvolver, de forma criativa uma variedade de solu es para situa es relacionadas com a superfície sob aspectos mais direcionados a algum tipo de objetivo utilizando técnicas que possam se desenvolver em processos de produ o e mercado.

Embora a origem da expressão Design de Superfície restringisse seu campo de atua o ao design têxtil, no Brasil adota-se essa nomenclatura para especificar projetos de design para superfícies de maneira ampla (R UTHCHILLING, 2008, p. 148).

Deste modo,   possível afirmar, que apesar do termo não ter surgido no Brasil, existe um significado mais amplo do Design de Superfície aqui. Isso porque ele pode ser aplicado em uma diversidade muito maior de objetos e texturas.

Shwartz (2008, p. 27) afirma que:

O design de superfície   uma atividade projetual que atribui características perceptivas expressivas   superfície dos objetos, concretos ou virtuais pela configura o de sua aparência, principalmente por meio de texturas visuais, táteis e relevo, com o objetivo de reforçar ou minimizar as intera es sensório-cognitivas entre o objeto e o sujeito.

Percebe-se então que o design de superfície tem o objetivo de causar um impacto, seja visual ou tátil de acordo com a necessidade do cliente ou público-alvo. Porém, essa não   a única utilidade do DS, de acordo com R uthschilling (2008, p. 23):

Design de Superfície   uma atividade criativa e técnica que se ocupa com a cria o e desenvolvimento de qualidades est ticas, funcionais e estruturais, projetadas especificamente para constitui o e/ou tratamento de superfícies, adequadas ao contexto sócio-cultural e às diferentes necessidades e processos.

O Design de Superfície utiliza então técnicas e processos que projetam sensa es, sejam visuais ou táteis específicas de acordo com os objetivos pretendidos. Os processos variam de acordo com a necessidade, técnicas e também conforme o perfil do público.

### 2.4.1 Áreas de atuação

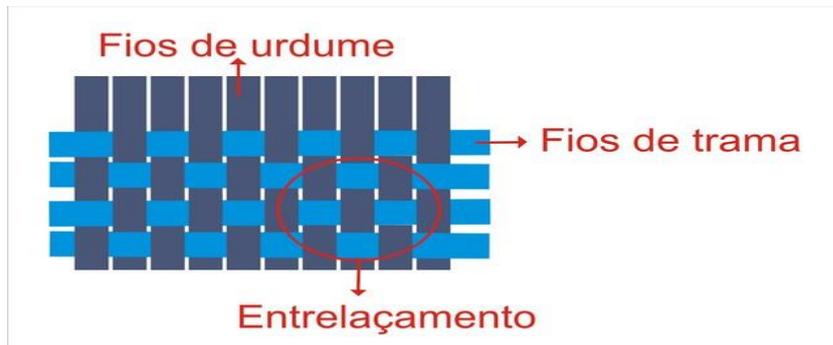
O Design de superfície pode ser dividido em algumas áreas de atuação. Entre as principais e mais aplicadas temos: o setor da cerâmica, o setor têxtil e de moda, e o setor de arquitetura e design de interiores.

De acordo com Souza e Held (2014) ao falar do DS aplicado ao setor de cerâmica, pode-se afirmar que este tem adquirido características muito importantes no que se refere à identidade e também nacionalidade do Brasil. Isso ocorre tanto no processo quanto na produção de trabalhos que utilizam como base ou inspiração alguns elementos da cultura brasileira para a construção de projetos e peças exclusivas em cerâmica.

Pode-se dizer que o Design Cerâmico se apresenta como um grande expoente e como um dos principais ramos de aplicação e desenvolvimento do Design de Superfície no Brasil. Ainda que o mesmo conte com escassos designers que tentem fazer de suas criações peças que remetam diretamente à brasilidade e à cultura nacional do país, o ramo tem se tornado um dos principais focos com relação ao Design de Superfície e conquistado cada vez mais espaço em território nacional, graças a diversas empresas do setor de cerâmica e revestimentos que, em parceria conjunta com os diversos trabalhos de alguns designers, tem mostrado cada vez mais um resultado satisfatório em relação à inserção de produtos típicos e exclusivos do Brasil no que diz respeito ao Design Cerâmico em si (SOUZA e HELD, 2014, p. 70).

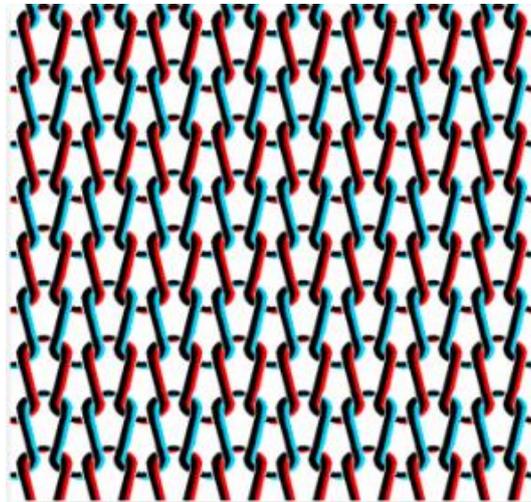
O setor têxtil e de moda é um dos principais quando se refere à variedade de possibilidades de aplicações do DS. É uma vasta gama de produtos que tem por sua essência as fibras. O setor têxtil e de moda engloba todos os tipos de tecidos e não tecidos que são criados de acordo com uma variedade de métodos de entrelaçamento de fios, como a tecelagem, (figura 02), malharia, (figura 03), tapeçaria, rendas, entre outros. E também de acordo com as suas formas de acabamento, como a tintura, estamparia, bordados, entre outros tipos de finalização.

Figura 11 - Entrelaçamento de fios



Fonte: <https://blogsigbofashion.com/2015/05/18/fio-do-tecido/>. Acesso em: 20 de fevereiro de 2019.

Figura 12 - Entrelaçamento da malha de trama



Fonte: <http://carmelocomercial.com/formacao-de-tecido-de-malha/>. Acesso em: 20 de fevereiro de 2019.

Figura 13 - Tapeçaria



Fonte: <http://www.tapecariacazati.com.br/>. Acesso em: 20 de fevereiro 2019.

Figura 14 - Renda



Fonte: <http://bravotex.blogspot.com/2012/04/renda-renda-renda.html>. Acesso em: 20 de fevereiro 2019.

Dentro deste setor, “uma das principais vertentes de aplicações e desenvolvimentos de novas tecnologias a partir do Design de Superfície é o setor de estamperia em si” (SOUZA e HELD, 2014, p. 70).

Quanto ao setor de arquitetura e design de interiores, pode-se afirmar que o Design de Superfície se encontra ligado à este setor principalmente por meio da aplicação de revestimentos cerâmicos, da textura e também aplicação de cores nas paredes e até mesmo no desenvolvimento e utilização de objetos para decorar o interior dos ambientes projetados.

Sendo assim, é possível afirmar que o Design de Superfície possui áreas distintas, mas que ao mesmo tempo podem se entrelaçar e ampliar ainda mais as atuações e aplicações. Como exemplo, no setor de arquitetura e design de interiores podem ter usadas peças do setor da cerâmica, bem como estampas do setor têxtil.

#### **2.4.2 Fundamentos do design de superfície**

Para que seja criado e desenvolvido um design de superfície, o designer necessita conhecer as técnicas, ter um olhar mais atencioso a todos os aspectos que podem vir a ser algum tipo de inspiração, bem como ter o domínio em programas e *softwares* para finalizar as estampas. Além desses fatores, deve-se levar em conta que existe uma variedade de materiais e processos de fabricação e também que pode haver limitações com relação à tecnologia, equipamentos e recursos.

De acordo com Rüttschilling (2008) no processo de criação de uma estampa existem elementos fundamentais, que são os elementos visuais básicos (figuras, preenchimento e ritmo).

## 2.5 ESTAMPARIA

A criação de estampas pelo homem foi motivada pela necessidade de colorir e decorar seu meio ambiente (PEZZOLO, 2007). Então, o que define o êxito do projeto da estampa, no caso, é a criação dos elementos visuais e o modo como se arranjam sobre o fundo onde é aplicado ou em sua continuidade. Não somente isso, o projeto de estampa também se ocupa da interatividade do desenho com o observador, podendo estar presente nesse tipo de processo estudos que envolvem outros materiais.

Esse formato acarreta um contexto de significados, no caso de uma história que pode ser contada por inúmeros elementos que se apresentam, ou se repetem em um todo ou apresenta harmonia entre formas que não se destacam perante o todo.

Araújo e Castro (1984) acreditam que a técnica de estamparia é a que mais se aproxima com as artes. Isso porque é uma atividade que tem relação com o estudo e compreensão das cores, formas, harmonia, geometria e percepção.

Da mesma forma como se ocupa de problemas referentes à utilização de tintas, processos de impressão, tecidos, caimento, usabilidade e resistência do material, o Design de Superfície para estampas também observa as características estéticas dos produtos (OLIVEIRA, 2012, p. 23).

Oliveira complementa o pensamento de Araújo e Castro no sentido da importância da técnica da estamparia, de modo a mostrar que a estampa é quase uma arte, mas que também tem outras questões de relevância que precisam ser observadas.

Ainda hoje se usa métodos antigos, não só em comunidades sem acesso à tecnologia, como em ateliês que desejam reproduzir estas antigas técnicas, como batik e pintura à mão, por razões artísticas ou de estilo. A verdade é que, ainda hoje, as técnicas primitivas ainda fazem sucesso e conferem um charme especial, como alternativa à produção massificada.

Figura 15 - Técnica Batik



Fonte: <https://pt.dreamstime.com/fotos-de-stock-royalty-free-batik-da-pintura-image27186668>. Acesso em: 19 de março de 2019.

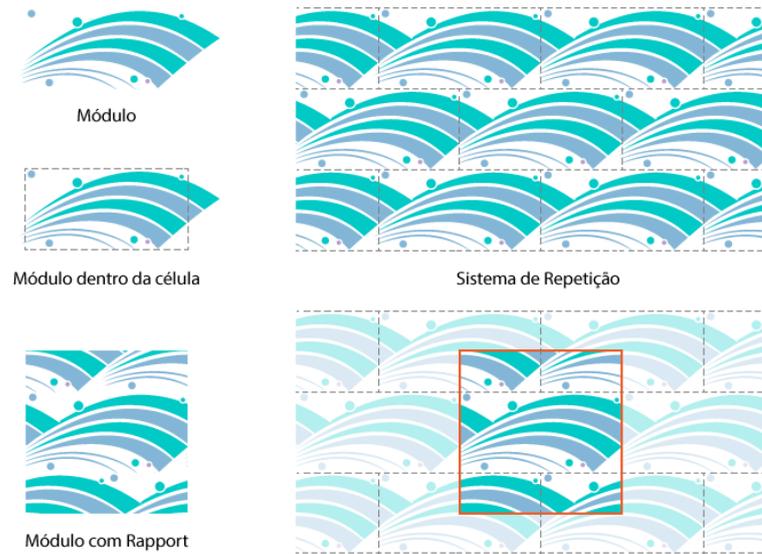
## 2.5.1 Taxonomia em design de estamparia

De acordo com Fatinel e Ruthschelling (2006), quanto ao processo de criação (em que além de utilizar o método de Munari, também se buscou inspiração nestas autoras), existem as seguintes taxonomias: desenho livre, simulação, apropriação, tradução de gêneros artísticos, colagem e técnicas artesanais. Porém, essas classificações não abrangem os padrões que surgiram através de técnicas de entrelaçamento têxtil como tecelagem, malharia e jacquard.

### 2.5.1.1 Desenho livre

Ruthschilling (2006) afirma que para dar início ao projeto de estampa, o designer utiliza técnicas de desenho a partir do uso de papel e lápis, ou algum *software* de edição gráfica. Através disto ele cria uma imagem ou um módulo, que é a unidade da padronagem. O módulo possui todos os elementos do desenho estruturados de uma forma organizada preestabelecida de modo que, quando encaixados formam um padrão contínuo.

Figura 16 - Imagem do módulo



Fonte: <http://ricardoartur.com.br/padronagem/tag/padronagem/>. Acesso em 18 de março de 2018.

### 2.5.1.2 Simulação

Nesta taxonomia o designer imita um material de forma intencional. O modo mais utilizado para esta “imitação” é a digitalização do material original. A partir disto, em um software de design de superfície é criado o padrão com base nas repetições, o que cria uma simulação ilusória. Geralmente essa simulação só é percebida após o toque ou uma observação mais minuciosa, um exemplo é a fórmica com textura de granito.

Figura 17 - Fórmica com textura de madeira



Fonte: <http://www.archiexpo.com/pt/prod/formica/product-4204-1712348>. Acesso em 15 de dezembro 2018.

### 2.5.1.3 Apropriação

O processo de criação ocorre com base em um produto que já existe. O designer utiliza o produto já existente como referência para desenvolver um novo desenho. “Remete a um desenho original, mas que foi trabalhado e reconstruído para outra finalidade e com um novo padrão estético” (FANTINEL e RUTHSCHILLING, 2006, p. 4).

Figura 18 - Balanço



Fonte: <http://wp.clicrbs.com.br/missaocasa/2015/05/23/exposicao-coletivos-criativos-abre-hoje-e-propoe-a-apropriacao-do-espaco-por-meio-do-design/?topo=77>. Acesso em: 15 de dezembro 2018.

### 2.5.1.4 Tradução de gêneros artísticos

É baseada em trabalhos realizados de outras áreas da arte (fotografia, pintura, gravura...) e novos padrões são criados para então serem desenvolvidas novas estampas.

Figura 19 - Tradução de gêneros artísticos - criação de novas estampas



Fonte: <https://aliensdesign.com.br/blog/design/apropriacao-cultural-homenagem-ou-opressao/>  
Acesso em 15 de dezembro 2018.

### 2.5.1.5 Colagem – assemblagem

É uma mistura de diversos elementos que podem ter até outros tipos de proposta conceitual, mas que de acordo com designer, são reagrupados e forma-se então uma nova estampa. Conforme Fantinel e Ruthschilling (2006) essa colagem pode ser feita a partir da união de elementos concretos com digitais e elementos pinçados de fragmentos reais com elementos criados pelo designer.

Figura 20 - Assemblagem de Marilyn Monroe



Fonte: <http://pccjazz.org/marilyn-monroe-digital-art/102-best-mm-in-art-images-on-pinterest-marilyn-monroe-digital-art/> Acesso em 15 de dezembro 2018.

### 2.5.1.6 Técnicas artesanais

De acordo com Fantinel e Ruthschilling (2006, p. 4):

O design de superfície é criado a partir da digitalização de superfícies criadas a partir de técnicas artesanais tais como pintura à mão, monotipia, *batik*, *tie-dye*, carimbo, estêncil, marmorizado, dentre outras. As imagens obtidas alimentam o software apropriado e o designer atua aprimorando a continuidade da imagem para que o tecido impresso industrialmente, mantenha a ilusão de ter sido feito artesanalmente.

Esta técnica produz de forma mecânica as estampas, porém têm a aparência de um produto artesanal já que são criadas a partir das técnicas artesanais.

Figura 21 - Estampa rosas



Fonte: <https://www.elo7.com.br/lista/estampa-artesanal>. Acesso em: 15 de dezembro 2018.

### 2.5.2 Processos de estamperia corrida

Toda estampa corrida, independente da técnica, precisa ter um rapport. O rapport é um padrão de repetição com encaixes perfeitos. No rapport cria-se um módulo, geralmente um quadrado que pode ser repetido infinitas vezes e em todas se encaixará perfeitamente, o segredo do Rapport está no encaixe entre os módulos. Existem inúmeras técnicas para o desenvolvimento de estampas corridas:

### a) Estampa corrida em quadro

São realizadas utilizando quadro com telas de serigrafia ou *silk-screen*, com medida de 1,50 x 0,80m onde são aplicadas manualmente ou por máquinas através dos quadros (telas).Essas telas constituídas de molduras e uma gase ou tecido, onde eram fixadas nas molduras.

Figura 22 - Processo de estampa corrida em quadro



Fonte: <https://cursosdesilkscreen.com.br/estampa-localizada-e-estampa-corrida-saiba-qual-a-diferenca-e-os-tipos-existent-na-serigrafia-textil/>  
<https://metapix.com.br/artigo/2014/05/26/o-que-e-rapport>. Acesso em: 15 de dezembro 2018.

### b) Estampa corrida de cilindro

Processo semelhante ao processo de quadro. Porém, neste são utilizados cilindros metálicos perfurados com os desenhos da estampa. Para cada cor é feito um cilindro. A tinta é colocada dentro do cilindro e uma máquina gira os cilindros aplicando a tinta ao tecido como numa gráfica. É o processo mais moderno de estamparia corrida. Seu custo de preparo é pouco mais alto que o de quadro, porém o tempo de produção é muito mais rápido. Também existe limite de oito cores.

Para se gravar um cilindro, o processo pode ser digital usando gravadoras a laser, cera ou manual utilizando fotolitos. A estamparia de cilindros geralmente é utilizada quando a quantidade de tecido a ser estampada é muito grande e com prazo para a sua execução.

Em 1962, um novo processo combinando o antigo sistema a rolos e o sistema de quadros, chamado de cilindro rotativo, foi desenvolvido e passou a dominar as técnicas de impressão têxtil (PEZZOLO, 2009).

Figura 23 - Termo-impressão



Fonte: [menteladina.blogspot.com](http://menteladina.blogspot.com). Acesso em: 15 de dezembro 2018.

Figura 24 - Estampa corrida de cilindro



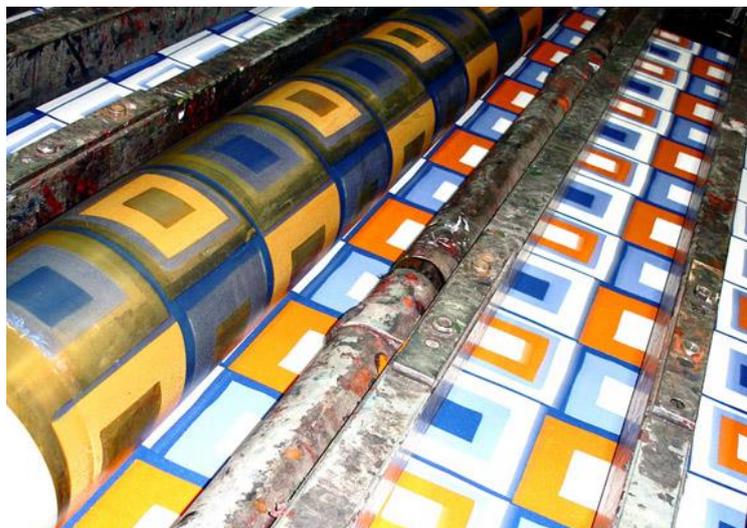
Fonte: <http://estampamais.wordpress.com>. Acesso em: 15 de dezembro 2018.

### c) Estampa corrida de sublimação

É um processo que funciona com cilindros metálicos perfurados, a diferença do processo de estampa de cilindro comum é que os cilindros são alimentados com tinta sublimática e a máquina aplica a tinta a um rolo de papel que na mesma hora vai aplicando por processo de prensa térmica no tecido. A tinta sublimática é uma tinta

que reage diretamente com a fibra dos tecidos de poliéster e poliamida e funciona como uma espécie de tingimento localizado. Limita-se ao uso de até oito cores e apenas aos tecidos de poliéster e poliamida.

Figura 25 - Estampa corrida de sublimação



Fonte: <http://aaapucio.com.br/curso-estamparia-o-surface-design-na-area-textil/> Acesso em: 15 de dezembro 2018.

#### d) Estamparia digital

Esse processo dispensa a fabricação de quadros e cilindros, além de possibilitar a produção em pequena escala, sendo possível estampar um único metro se necessário, contra os 600 metros mínimos pedidos para os outros processos de estamparia corrida. Nesse processo de estamparia é usada uma máquina semelhante a uma impressora gigante que imprime diretamente no tecido um desenho digital. Do computador para o tecido.

Sua aparência após estampada é a de quadricromia. Suas cores são formadas pelos pixels em jatos de tinta e podem ser estampados praticamente todos os tipos de desenhos que se desejar, os de qualquer padronagem que conhecemos em estamparia e inclusive ou principalmente os formados por fotos e/ou ilustrações com todas as cores possíveis.

Por todas as possibilidades é o processo mais lento e por isso usado para desenhos difíceis, com inúmeras cores, desenhos fotográficos, exclusivos ou de pouca quantidade. Sua qualidade é excelente e seu toque é somente o do tecido, como os do processo transfer.

Figura 26 - Estamparia digital



Fonte [http://menteladina.blogspot.com.br/2016\\_01\\_01](http://menteladina.blogspot.com.br/2016_01_01). Acesso em: 15 de dezembro 2018.

Figura 27 - Processo de estamparia digital



Fonte: [http://menteladina.blogspot.com.br/2016\\_01\\_01](http://menteladina.blogspot.com.br/2016_01_01). O processo escolhido nesse projeto foi o de estamparia digital. Isso porque foi considerado o mais prático e adequado para o tempo e objetivo do trabalho.

O processo escolhido nesse projeto foi o de estamparia digital. Isso porque foi considerado o mais prático e adequado para o tempo e objetivo do trabalho. Apesar de ser um processo lento, tem um acabamento de melhor qualidade, principalmente nos detalhes das estampas.

### 3 METODOLOGIA

O presente trabalho foi elaborado inicialmente através de um levantamento bibliográfico. Segundo Gil (2002), a Pesquisa Bibliográfica, desenvolve-se a partir de um material que já está elaborado, geralmente constituídos por boletins, jornais, revistas, livros pesquisas, monografias, tese, material cartográfico etc. Sua finalidade é colocar o pesquisador em contato direto com tudo o que foi escrito, dito ou formado sobre determinado assunto.

Conforme Lakatos (1991), essa pesquisa documental caracteriza-se pela coleta de dados restritos a documentos, que podem ser escritos ou não, constituindo as fontes primárias. A pesquisa também possui base qualitativa de acordo com o perfil escolhido como alvo do projeto e apresenta caráter exploratório no âmbito do design de superfície no que diz respeito a estampa de roupa infantil.

#### 3.1 PESQUISA PROJETUAL

Será desenvolvida uma coleção de estampas corridas, a partir de elementos que representam o universo do surf, analisando as técnicas e formas que melhor se enquadrem na formação deste universo conforme a opinião infantil.

O processo de design é um conjunto de operações necessárias, que se apresentam em uma ordem lógica e conseqüentemente chega-se, de forma confiável e segura, à solução de um problema (MUNARI, 2000).

De acordo com Munari (2000) o método de design é chamado de sistema de primeira geração, que é composto pelas seguintes etapas: a) compreensão e definição do problema; b) coleta de informações; c) análise das informações encontradas; d) desenvolvimento de alternativas; e) avaliação de alternativas; f) teste e experimentação. Munari complementa este método e o divide em 12 etapas: problema; definição do problema; componentes do problema; coleta de dados; análise dos dados; criatividade; materiais/tecnologias; experimentação; modelo; verificação; desenho de construção e solução.

O método de Munari foi adequado neste trabalho para o design de superfície para o universo infantil. Isso porque este método se torna aplicável ao objetivo de criar uma coleção de estampas, de forma em que todas as etapas auxiliem para que sejam criadas as estampas. Das 12 etapas de Munari, foram utilizadas: problema, definição

do problema, coleta de dados, análise dos dados, criatividade, materiais/tecnologias, experimentação, modelo, verificação e solução. Pois percebeu-se que estas eram as etapas essenciais para se chegar ao objetivo final. Foi criada a metodologia projetual para o desenvolvimento da estampa através de uma pesquisa analítica em que foi feita uma análise, sendo avaliada através da realização da pesquisa experimental a qual permite selecionar a melhor solução para as estampas.

Este trabalho de monografia divide-se em três capítulos. O primeiro buscou compreender o universo infantil e as mudanças deste ao longo da história. Destaca-se como as crianças eram vistas pela sociedade e a percepção infantil segundo Piaget e Cavicchia. No segundo capítulo procura-se entender os conceitos, fundamentos e aplicação de design de superfície, a taxonomia em Design de Superfície de estampas, alguns tipos de processo de estampa e alguns fatores que influenciam na escolha do produto. Em seguida, no terceiro capítulo, após ter um embasamento teórico e ter observado peças de coleções de marcas ativas no mercado da moda praia/surf infantil, foi dado início ao processo de criação das estampas. Testes foram feitos e apresentados ao público-alvo (crianças), que opinou de forma significativa na escolha e seleção das estampas. Posteriormente, já com novas observações feitas, as peças foram ajustadas, outras substituídas por novas para então se chegar à coleção final. Foi percebido que a metodologia utilizada foi essencial para o desenvolvimento da coleção. Ao analisar o resultado final, percebemos que o objetivo foi alcançado, uma vez que o público infantil entrevistado aprovou as estampas.

## **4 CRIAÇÃO E DESENVOLVIMENTO**

### **4.1 CRIAÇÃO**

De acordo com a metodologia de Munari, na fase dos 12 passos, a seguir das análises, é iniciado o processo de criatividade em que as ideias surgem e as estampas iniciais começam a ganhar forma. Desenhos passam para o papel, mesmo que de forma inicial, para que as ideias sejam vistas.

Ao compreender as teorias de Piaget sobre a percepção simbólica das crianças e a construção dos seus tipos de inteligência, foi possível então criar estampas com um perfil mais específico. No mundo infantil as cores ganham mais atenção e imagens com formas de desenhos feitos à mão livre aproximam a criança, pois é algo que ela já está mais familiarizada.

Atividades de esportes radicais normalmente encantam as crianças pelo sentimento de aventura e diversão que transmitem. O público infantil se identifica mais rapidamente aos esportes uma vez que já são inseridos em atividades esportivas. O surf tem um destaque pois o Brasil é um país tropical e em momentos de lazer é comum que as crianças tenham contato com a praia, o mar e, conseqüentemente, atividades esportivas relacionadas.

#### **4.1.1 Inspiração**

Para criar as estampas foram pesquisadas diversas formas de imagens que tinham como referência a praia, esportes e objetos ou outras coisas que pudessem remeter à atividades de lazer na praia. Esta é a quarta fase da metodologia das 12 fases de Munari, a seguir segue a criação. Algumas das principais imagens que ajudaram no processo de inspiração são as seguintes:

Figura 28 - Elementos da praia



Fonte: Google Imagem.

Figura 29 - Praia



Fonte: Google Acadêmico

A partir dessas imagens, traços, combinações e cores, foi possível então obter inspiração para criar uma variedade de desenhos que de acordo com as combinações e repetições deram origem a algumas estampas.

#### 4.1.2 Elementos utilizados na criação

Inicialmente foi utilizada a técnica de desenho livre. Com o uso do papel e lápis, foram criados diversos desenhos à mão livre, com base nas inspirações. Desenhos coloridos com imagens de brinquedos utilizados na praia e coisas que nos fazem lembrar desse ambiente, como: o sol, mar, ondas, coqueiros, guarda-sol, chinelos, sorvete, entre outros. Foi utilizado também o método de apropriação (da taxonomia de Fantinel e Ruthschilling) em que a partir das imagens pesquisadas e utilizadas como inspiração, foram recriados desenhos com base em objetos e estampas já existentes.

Figura 30 - Diversas



Fonte: A Autora, 2019.

Figura 31 - Diversas



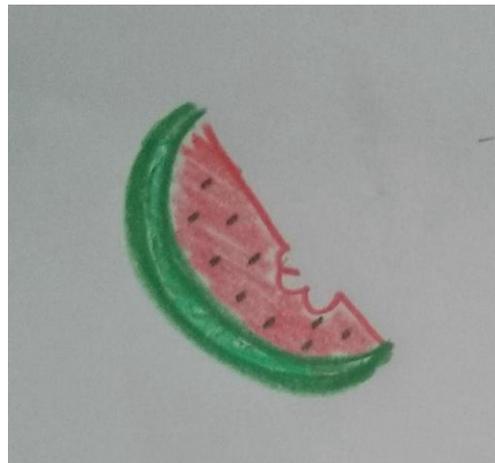
Fonte: A Autora, 2019.

Figura 32 - Desenho à mão livre diversos



Fonte: A Autora, 2019.

Figura 33 - Desenho à mão livre melancia



Fonte: A Autora, 2019.

Figura 34 - Desenho à mão livre bola



Fonte: A Autora, 2019.

Figura 35 - Desenho à mão livre coqueiros



Fonte: A Autora, 2019.

Figura 36 - Desenho à mão livre picolé



Fonte: A Autora, 2019.

Figura 37 - Desenho à mão livre barco



Fonte: A Autora, 2019.

## 4.2 DESENVOLVIMENTO E DETALHAMENTO DAS PEÇAS

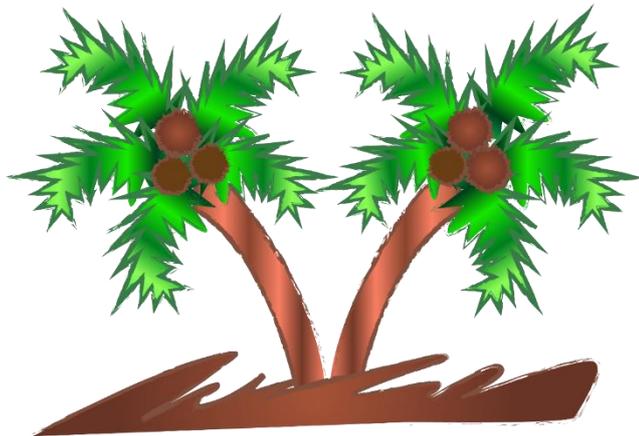
Após desenvolver as imagens em forma de desenhos à mão livre, as imagens foram digitalizadas e tratadas em softwares específicos de edição de imagem. O tipo de estampa escolhido durante o processo foi de estampa digital. Depois de digitalizadas e tratadas, as imagens passaram então a fazer parte do início da coleção que ainda estava a ser desenvolvida com base em toda pesquisa feita.

Figura 38 - Bola



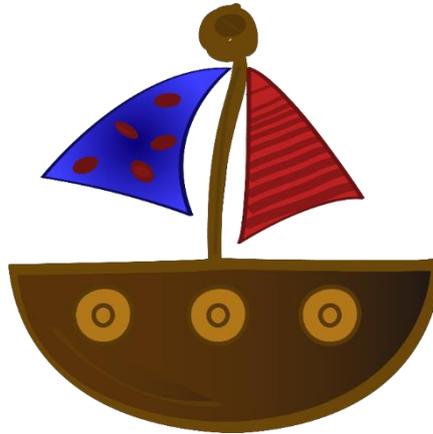
Fonte: A Autora, 2019.

Figura 39 - Coqueiros



Fonte: A Autora, 2019.

Figura 40 - Barco



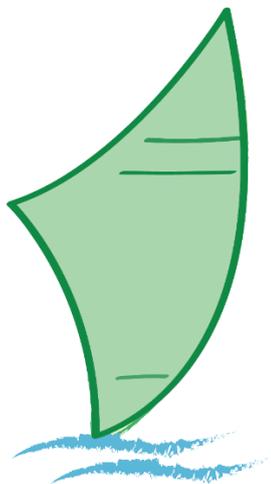
Fonte: A Autora, 2019.

Figura 41 - Picolé



Fonte: A Autora, 2019.

Figura 42 - Vela de barco



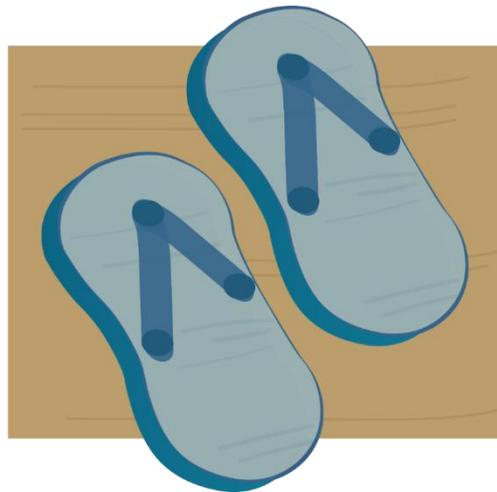
Fonte: A Autora, 2019.

Figura 43 - Prancha



Fonte: A Autora, 2019.

Figura 44 - Chinelos



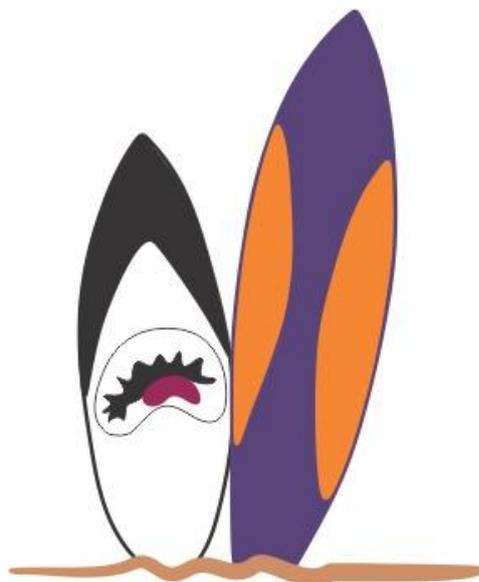
Fonte: A Autora, 2019.

Figura 45 - Âncora



Fonte: A Autora, 2019.

Figura 46 - Prancha tubarão



Fonte: A Autora, 2019.

Figura 47 - Onda



Fonte: A Autora, 2019.

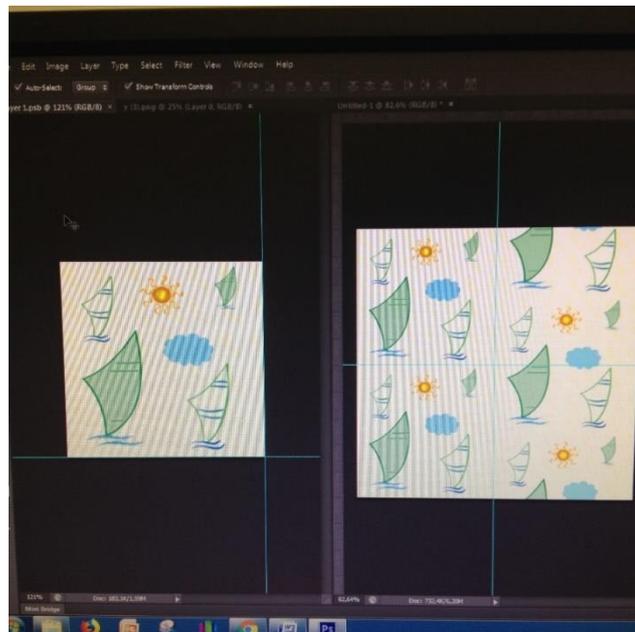
#### 4.2.1 Aplicação

Com todas as imagens criadas e já em software de edição foi iniciado o processo de criação da estampa, as imagens foram posicionadas de modo mais pertinente, as cores utilizadas foram escolhidas para ter harmonia e passar o sentido mais infantil e ao mesmo tempo remeter à praia e desportos relacionados.

O padrão de repetição foi utilizado para que então fosse possível criar a padronagem da estampa digital, foram projetadas algumas estampas com variedade nas cores, desenhos e temas, mas todos relacionados à moda praia infantil. Buscou-

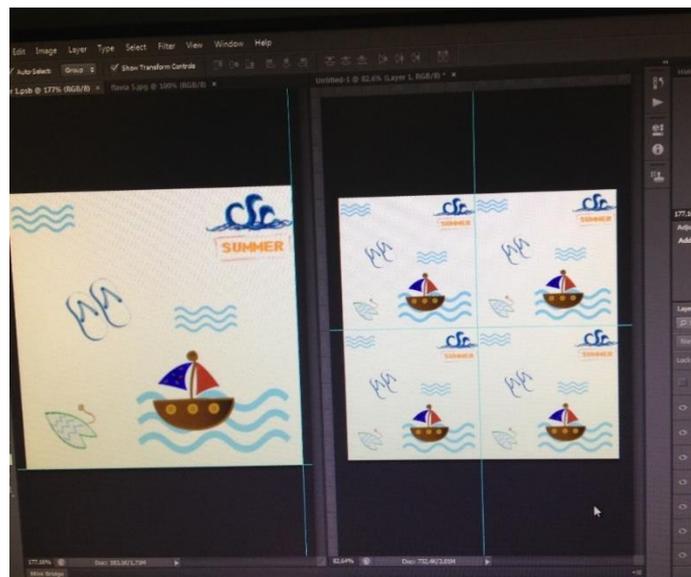
se permanecer com traços e imagens mais simples que pudessem mostrar um pouco de simplicidade para que as crianças pudessem se identificar mais facilmente com essas formas e cores, associando ao seu mundo interno e externo.

Figura 48 - Processo de criação 1



Fonte: A Autora, 2019.

Figura 49 - Processo de criação 2



Fonte: A Autora, 2019.

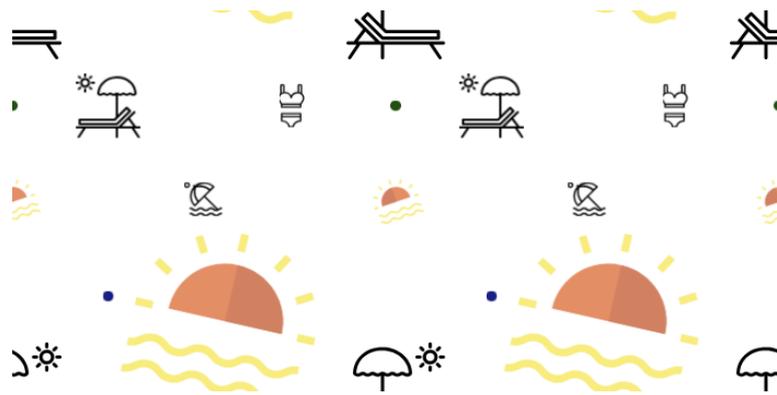


Figura 52 - Estampa 3



Fonte: A Autora, 2019.

Figura 53 - Estampa 4



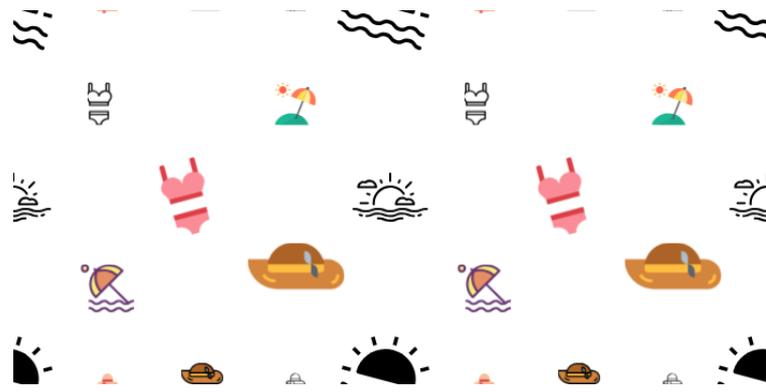
Fonte: A Autora, 2019.

Figura 54 - Estampa 5



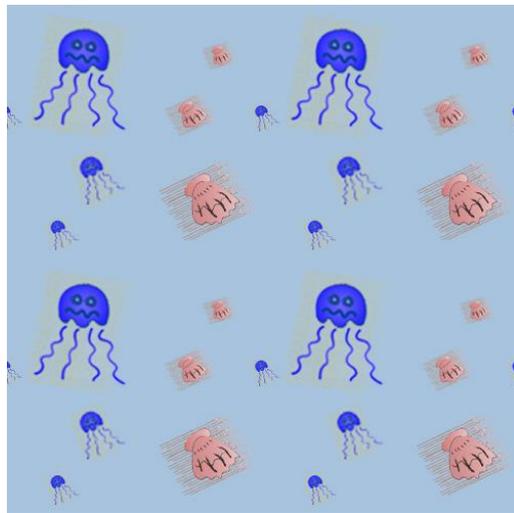
Fonte: A Autora, 2019.

Figura 55 - Estampa 6



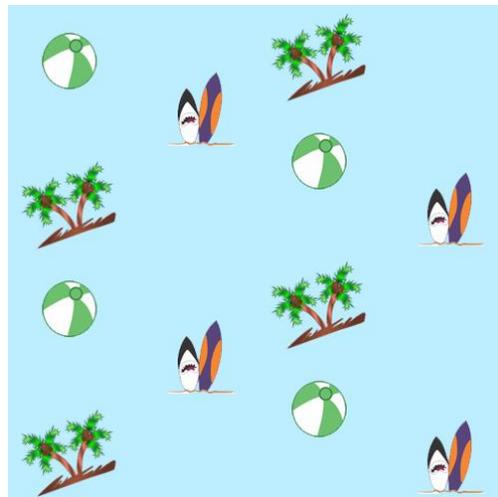
Fonte: A Autora, 2019.

Figura 56 - Estampa 7



Fonte: A Autora, 2019.

Figura 57 - Estampa 8



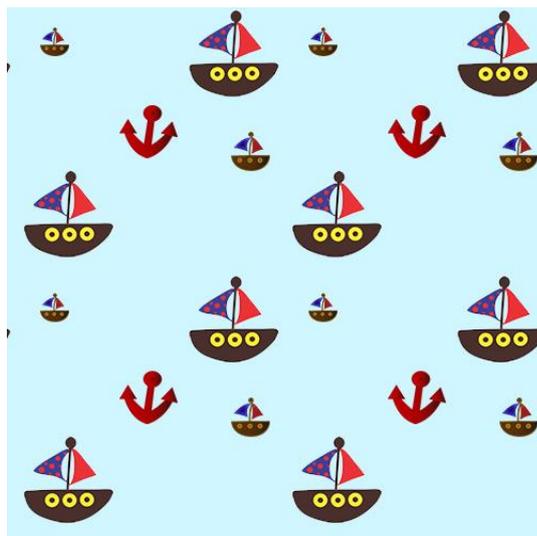
Fonte: A Autora, 2019.

Figura 58 - Estampa 9



Fonte: A Autora, 2019.

Figura 59 - Estampa 10



Fonte: A Autora, 2019.

Figura 60 - Estampa 11



Fonte: A Autora, 2019.

#### 4.2.3 Ajuste

A seguir da criação das estampas digitais, foram impressos os modelos e apresentados ao público-alvo para observar então a reação e escolha deles de acordo com as estampas mostradas.

Conforme a aprovação e observações feitas ao apresentar as estampas, foram criadas mais algumas estampas novas e feitos ajustes para que se adequassem ao perfil das crianças, totalizando 10 estampas nesta etapa. Tentou-se reajustar as estampas de modo que fosse possível serem utilizadas por qualquer tipo de criança sem distinção de sexo.

Figura 61 - Modelo 1



Fonte: A Autora, 2019.

Figura 62 - Modelo 2



Fonte: A Autora, 2019.

Figura 63 - Modelo 3



Fonte: A Autora, 2019.

Figura 64 - Modelo 4



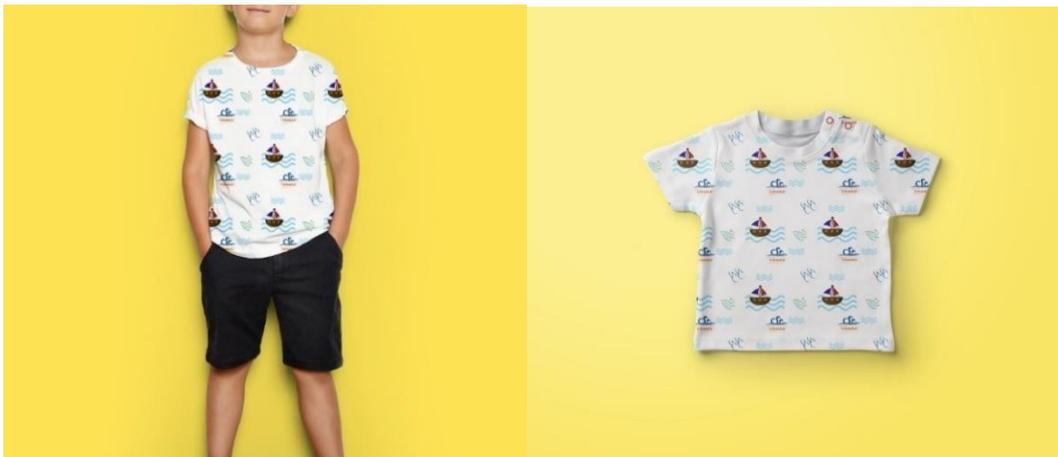
Fonte: A Autora, 2019.

Figura 65 - Modelo 5



Fonte: A Autora, 2019.

Figura 66 - Modelo 6



Fonte: A Autora, 2019.

Figura 67 - Modelo 7



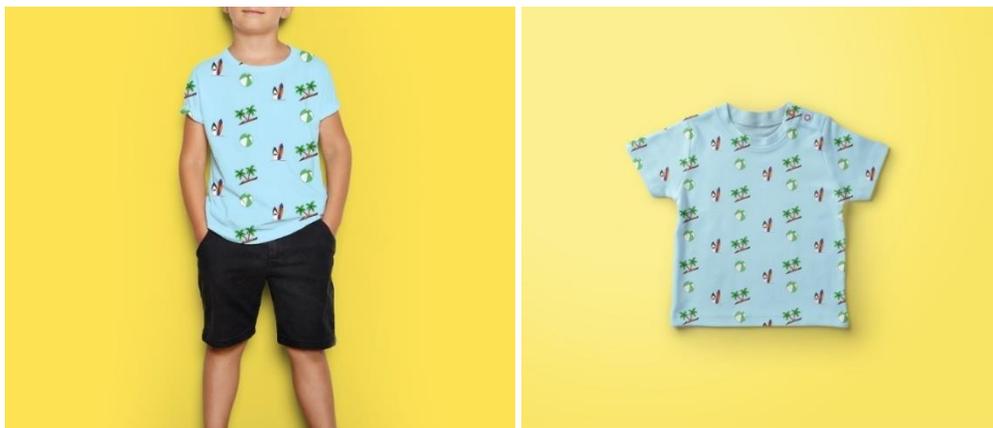
Fonte: A Autora, 2019.

Figura 68 - Modelo 8



Fonte: A Autora, 2019.

Figura 69 - Modelo 9



Fonte: A Autora, 2019.

Figura 70 - Modelo 10



Fonte: A Autora, 2019.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O design de superfície é uma das áreas mais recentes do Design, no Brasil esse termo passou a ser conhecido e utilizado no ano de 1987 pela designer têxtil Renata Rubim. O design de superfície no Brasil possui certa amplitude em seus significados quando comparado com a designação da *Surface Design Association* (SDA). A área do design de superfície que foi escolhida no desenvolvimento do projeto foi a têxtil, com o objetivo de criar estampas direcionadas ao surf na moda infantil masculina.

A moda infantil tem ganhado cada vez mais espaço no mercado de consumo. Isso acontece porque o público, mesmo infantil, tem se tornado mais exigente. As crianças da sociedade atual têm mais voz e opinião própria, o que faz com que o mercado passe a investir mais em produtos para o consumo desse público. Isso foi possível perceber durante o processo de teste das estampas.

Ao perceber a variedade de possibilidades de criações de estampas para o público-infantil, foi possível ver que o setor têxtil voltado para moda praia tem possibilidades de ampliar seu leque de opções com relação a este público. Podem investir mais na criação das coleções. Uma vez que têm ganhado mais espaço no mercado, passaram a ser estudadas as características do público infantil.

A percepção infantil é muito diferente da percepção dos adultos, a criança entre os 2 e 7 anos começa a ter a sua inteligência simbólica ou pré-operatória, como afirma Piaget. Nesta fase existe uma alteração na forma como a criança vê o mundo e o registra em sua mente, os símbolos passam a ter uma importância crucial para que elas consigam assimilar o que acontece e foi a partir dessas observações que foram criadas as estampas deste projeto. E foi a partir desse conceito que se baseou a criação da coleção, apesar de não ser a percepção das crianças, a base de inspiração foi o universo infantil e a forma como ele pode ser percebido por este público a partir das estampas.

Foi possível perceber que as crianças se identificaram melhor com as peças que tinham mais cores e desenhos que elas reconheciam com mais facilidade e identificavam como sendo do ambiente litoral das praias. Isso foi observado durante o processo de amostragem e geração de alternativas das peças, bem como na validação final da coleção.

## REFERÊNCIAS

ARAÚJO, M. de; CASTRO, E. M. M. **Manual de Engenharia Têxtil**. Vol. II, Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 1984.

ARIÉS, P. **História social da criança e da família**. 2<sup>a</sup>.ed. Rio de Janeiro: Companhia das Letras, 1986.

BARBOSA, R. C. A.; QUEDES, V. **Vestuário e infância: entre a adequação e as determinações sociais**, 2007. Disponível em < [https://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/encuentro2007/02\\_auspicios\\_publicaciones/actas\\_diseno/articulos\\_pdf/A100.pdf](https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/encuentro2007/02_auspicios_publicaciones/actas_diseno/articulos_pdf/A100.pdf)>. Acesso em: 20 ago 2019.

BENNETT, G.; LACHOWETZ, T. Marketing to Lifestyles Action Sports and Generation Y. **Sport Marketing Quarterly**.13,239-243. Fitness Information Technology, Inc. 2004.

BICK, V. T.; CLARO, L. M. P.; ROSA, J. F. da; PEREIRA, L. L. As influências da mídia no desenvolvimento infantil. **Rev. Psicologia em Foco**. Frederico Westphalen v. 5, n. 5, p. 101-115, Jul. 2013.

BOUCHER, François. **Historia do vestuário no Ocidente**. Cosac Naify, São Paulo, 2010.

CANTINHO DE AMOR. Disponível em: <https://www.cantinhodeamor.com.br/produto/280962/conjunto-infantil-camiseta-com-bermuda-tactel-tmx-ref-1126>. Acesso em: 20 ago 2019.

CAVICCHIA, D. C. **O desenvolvimento da criança nos primeiros anos de vida**. Dez./2010. Disponível em: < <https://acervodigital.unesp.br/handle/123456789/224?mode=full> >. Acesso em: 20 ago 2019.

CHATAIGNIER, G. **Fio a fio: tecidos, moda e linguagem**. São Paulo: Estação das Letras, 2006.

CUNHA, S. R. V. da. **Cor, som e movimento: a expressão plástica, musical e dramática no cotidiano da criança**. Porto Alegre: Mediação, 1999.

DONDIS, D. A. **Sintaxe da linguagem visual** / Donis A. Dondis; tradução Jefferson Luiz Camargo. 3 ed. São Paulo: Martins fontes, 2007, -(coleção a).

FANTINEL, P.; RUTHSCHILLING, E. A. **Taxonomia em design de estamparia**, 2006. Disponível em: < <https://pt.scribd.com/document/75336904/Taxionomia-Em-Design-de-Est-Amp-Aria>>. Acesso em: 20 ago 2019.

FOGG, M. **Tudo sobre moda**. Rio de Janeiro: Sextante, 2013.

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

KERN, M. T. **História da moda infantil no século XX**: Revista do globo. 2006. 76f. Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso de Design de Moda) - Centro Universitário Feevale. Novo Hamburgo, 2006.

LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**/Marina de Andrade Marconi, Eva Maria Lakatos. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2003.

LIPOVETSKY, G. **O império do efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

LÖBACH, B. **Design Industrial**: bases para a configuração dos produtos industriais. São Paulo: Blucher, 2001.

MACIEIRA, C.; RIBEIRO, J. P. (Orgs). **Na rua**: pós-grafite, moda e vestígios. Belo Horizonte, 2007.

MAIA, R. C. **Imagens tropicais no design de estamparia têxtil da moda praia no Brasil**: uma articulação com o mito fundador. Dissertação – Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, 2013.

MEDITSCH, C. J. **Design de superfície**: apropriação criativa de tecnologia em estampas de roupas infantis. Dissertação – Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Rio Grande do Sul, 2013.

MUNARI, B. **Design e comunicação visual**: contribuição para uma metodologia didática/ Bruno Munari; tradução Daniel Santana. São Paulo: Martins fontes, 1997.

PEDROSA, I. **O universo da Cor**. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2008.160 p.

PEZZOLO, D. B. **Tecidos**: histórias, tramas, tipos e usos. São Paulo: Editora Senac, São Paulo, 2007.

PIAGET, J. **A formação do símbolo na criança**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

RUBIM, R. **Desenhando a Superfície**. São Paulo: Edições Rosari, 2005.

RÜTHSCHILLING, E. A. **Design de superfície**. Porto Alegre: Ed. Da UFRGS, 2008.

SCHWARTZ, A. R. D. **Design de superfície**: por uma visão projetual geométrica e tridimensional. Dissertação – Universidade Estadual Paulista, 2008.

SEIVEWRIGHT, S. **Fundamentos de design de moda**: pesquisa e design. Porto Alegre: Bookman, 2009.

SIMMEL, G. **Filosofia de la moda, Cultura feminina y otros ensaios**. México, Espasa Calpe, pp. 109-43, 1961.

SOUZA, M. M. de; HELD, M. S. B. de. **Aplicações e potencialidade por meio do design de superfície no Brasil**. VII World Congress on Communication and Arts. April 20 - 23, 2014, Vila Real, Portugal.

WAIZBORT, L. Georg Simmel sobre a moda – uma aula. IARA – **Revista de Moda, Cultura e Arte** – São Paulo - v. 1 n. 1, abr./ago. 2008.