



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

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

ANA CAROLINA MONTEIRO GONÇALVES AGRA
*“Produção de estampas utilizando a técnica aplique para o
desenvolvimento de uma coleção de vestidos infantis”*

A comissão examinadora, composta pelos membros abaixo, sob a presidência do primeiro, considera a aluna **ANA CAROLINA MONTEIRO GONÇALVES AGRA**
APROVADA

Caruaru, 23 de outubro de 2012.

Professora Andréa Fernanda de Santana Costa

Professora Juliana Emerenciano

Professora Virginia de Souza Barboza

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
ANA CAROLINA AGRA

**Produção de estampas, utilizando a técnica de aplique, para o
desenvolvimento de uma coleção de vestidos infantis**

Caruaru 2012
Ana Carolina Agra

Produção de estampas, utilizando a técnica de aplique, para o desenvolvimento de uma coleção de vestidos infantis

Trabalho apresentado por Ana Carolina Agra, como requisito para obtenção do título de Bacharel em Design desenvolvido sob orientação da Prof^a. Andréa Fernanda de Santana Costa.

Caruaru 2012

Dedicatória

A todas as crianças, por idade ou por criatividade, pelos sonhos, pelas histórias infantis e pelas fantasias. Aos meus primos mais novos por me manterem sempre atenta as novidades e detalhes sobre a forma como aproveitam cada fase de sua infância.

À minha vózinha linda, Lucy (*in memoriam*), que me ensinou, durante minha infância, a bordar, costurar roupinhas de boneca e manusear a máquina de costura, e que durante minha faculdade me ajudou, até a metade do curso, nas cadeiras práticas de moda.

Agradecimentos

Agradeço a toda minha família, pela força e união. Ao meu vózinho Adolfo, que me dá a alegria da convivência no dia-a-dia, meus tios pelo carinho, meus dezoito primos por serem todos especiais á sua maneira em minha vida, a minha vózinha Lucy (*in memoriam*) pelos anos de convivência e aprendizados diários, que influenciaram na escolha da minha profissão. Ao meu irmão, único e especial, pela compainha nas travessuras e a minha mãe, a mulher mais forte do mundo, que nem sabe, mas é minha grande referência, obrigada pela dedicação e amor.

À minha avó Graça(*in memoriam*), pelas histórias contadas na infância, que com certeza, influenciaram na construção da minha criatividade. Ao meu pai, pelo apoio durante os anos revezados entre Recife e Caruaru, a Débora, Pedro e toda sua família que me acolheram durante o ano que morei em Caruaru.

A todos os meus amigos, do colégio, da faculdade, da van e do trabalho. Em especial á todos da turma 2011.2, Igor Gominho, Rapha J., Rafa Sarinho e Kelly, por serem estrelinhas na minha vida.

Ao pessoal da Babilônia, pela indescritível experiência e aprendizado, especialmente as amigas, Marília, Juh, Pati, Helena e Virgínia, a melhor chefe!

A todos os professores do CAA pela dedicação aos alunos e a faculdade, em especial a minha professora e orientadora Andrea Costa, que sempre me incentivou durante a monografia e outros trabalhos acadêmicos.

“[...] Por fim, ela se imaginou como uma mulher já adulta, que iria manter, mesmo nos seus anos de velhice, dentro do coração, o simples amor por sua infância; e como ela poderia contar aos seus filhos, que ouviriam a história com olhos brilhantes, todas as suas aventuras no país das maravilhas e assim mais uma vez, sentiria as emoções que sentiu, sentiria a tristeza em momentos tristes do conto, e sentiria prazer nas sua simples maneira de alegria, lembrando de sua própria infância e os felizes dias de verão.[...]”

(Alice's Adventures in Wonderland – Lewis Carroll - 1898 – P.210; Tradução livre)

Resumo

O vestuário infantil passou por diversas mudanças no decorrer da história da moda. Acompanhando, primeiramente, as transformações do vestir dos adultos, é a partir da construção social da infância que o público ganha atenção especial também na forma do vestir. Após anos de estudos quanto a necessidades da faixa etária, a roupa infantil, ganha na atualidade, uma atenção especial, por ter a criança se tornado um consumidor potencial de produtos de moda. Atender o desejo dos pequenos e ao mesmo tempo dos pais, tornou-se então, um novo nicho de mercado. A criação e a produção de novos produtos, para um público tão específico e exigente, tem sido desafiador para os designers. Temas, cores, texturas e principalmente materiais diferenciados, vem sendo estudados, então, para a elaboração de produtos que cativem emocionalmente crianças e adultos. Uma das formas de criar um vínculo emocional entre o produto e o consumidor, é a produção de objetos por meio artesanal, que com o auxílio de técnicas de pesquisa, criação e montagem estudadas pelos profissionais, conferem ao vestuário características próprias. Mais que apenas cativar os consumidores, a roupa confere a criança o poder imaginativo de fazer parte do mundo imaginário, servindo como uma fantasia.

Palavras-chave:

Vestuário infantil - Design têxtil - Customização textil

Sumário

Lista de Figuras-----P.9

Lista de Quadros-----P.12

Introdução-----P.13

Objetivos-----P.14

Objetivo Geral-----P.14

Objetivos Específicos-----P.14

Capítulo 01: Vestuário-----P.15

1.1. história do vestuário e evolução têxtil-----P.15

1.2. Moda e vestuário-----P.20

1.3. Categorias do vestuário-----P.21

Capítulo 02: Vestuário Infantil-----P.24

2.1.Construção social da infância e a evolução do vestuário infantil----P.24

2.2 Evolução do Vestuário Infantil-----P.25

2.3.Projetando moda para crianças - A interação da criança com o vestuário-----P.27

2.4. Roupas criativas, infância divertida-----P.28

Capítulo 03: Materiais Têxteis-----P.30

3.1.Tecidos planos com base em algodão-----P.31

3.2.Tecidos, Cores e Temas-----P.32

3.3.Design de superfície têxtil-----P.33

3.4. Design têxtil e o vestuário infantil-----P.34

3.5.Técnicas de estamparia-----P. 35

3.6.Customização de Têxteis-----P.37

3.7.Técnica de **Aplique**-----P.39

Capítulo 04: Metodologia Científica-----P.41

Método de abordagem-----P.41

Métodos de procedimento-----P.41

Capítulo 05: Metodologia Projetual-----P.42

5.1. Público alvo e pesquisa de mercado-----P.42

Capítulo 06: Resultados e discussão-----P.44

6.1.Pesquisa de campo-----P.44

6.1.1 Lojas de marca própria-----P.44

6.1.2. Lojas de departamento-----P.47

6.1.3. Lojas revendedoras de marcas especializadas em vestuário infantil-----P.50

6.2. Desenvolvimento Projetual-----P.53

6.2.1. *Briefing* do projeto-----P.53

6.2.2. Característica da coleção-----P.54

6.3.*Briefing* imagético e textual-----P.55

6.4. Matéria prima utilizada para o teste de lavagem-----P.57

6.5. Coquis e especificações das peças-----P.60

Considerações finais-----P.74

Referências Bibliográficas-----P.75

Lista de Figuras

Figura 01: Tipos de ligamento dos tecido planos **P.32**

(Fonte: Udale, 2009, p. 100)

Figura 02: estamparia digital **P.36**

Fonte: <http://hojediadeirma.blogspot.com.br/2009/04/estudio-zero.html>

Figura 03: projeto gráfico, tela revelada e estampa aplicada ao tecido (processo serigráfico) **P. 37**

Fonte: arquivo da autora

Figura 04: utilização do papel termo colante **P.40**

Fonte: arquivo pessoal da autora

Figura 05: Capa do Briefing **P.55**

Fonte: desenvolvido pela autora

Figura 06: Público-Alvo **P.55**

Fonte: desenvolvido pela autora

Figura 07: Tabela de conceitos e inspirações **P.56**

Fonte: desenvolvido pela autora

Figura 08: Análise de Similares **P.56**

Fonte: desenvolvido pela autora

Figura 09: Painel de inspirações **P.57**

Fonte: desenvolvido pela autora

Figura 10: Cartela de cores **P.57**

Fonte: desenvolvido pela autora

Figura 11: Amostras dos tecidos utilizados para os testes de lavagem **P.58**

Fonte: Arquivo pessoal da autora

Figura 12: Amostra colorida costurada a *off-white* e mosaico de cores **P.59**

Fonte: Arquivo pessoal da autora

Figura 13: simulação do processo de lavagem doméstica do mosaico de cores **P.59**

Fonte: Arquivo pessoal da autora

Figura 14: Amostras apresentando os efeitos do teste de lavagem **P. 60**

Fonte: desenvolvido pela autora

Figura 15: Modelo 01 '*Alice's Dream*' **P.61**

Fonte: desenvolvido pela autora

Figura 16: Modelo 01 '*Alice's dream*' **P.63**

Fonte: Arquivo pessoal da autora

Figura 17: Modelo 02 '*Cat's Smile*' **P.64**

Fonte: desenvolvido pela autora

Figura 18: Modelo 02 '*Cat's Smile*' **P.65**

Fonte: Arquivo pessoal da autora

Figura 19: Modelo 03 '*Flamingo's Criquet*' **P.66**

Fonte: desenvolvido pela autora

Figura 20: Modelo 03 '*Flamingo's Criquet*' **P.67**

Fonte: Arquivo pessoal da autora

Figura 21: Modelo 04 '*Late Rabbit*' **P.68**

Fonte: desenvolvido pela autora

Figura 22: Modelo 04 '*Late Rabbit*' **P.69**

Fonte: Arquivo pessoal da autora

Figura 23: Modelo 05 '*Queen's Game*' **P.70**

Fonte: desenvolvido pela autora

Figura 24: Modelo 05 '*Queen's Game*' **P.71**

Fonte: Arquivo pessoal da autora

Figura 25: Modelo 06 '*Tea Time*' **P.72**

Fonte: desenvolvido pela autora

Figura 26: Modelo 06 '*Tea Time*' **P.74**

Fonte: Arquivo pessoal da autora

Lista de Quadros

Quadro de pesquisa 01: resultados da pesquisa de mercado na loja 01
p.44

Fonte: desenvolvida pelo autor, 2012.

Quadro de resultados parciais 01: quadro de imagens da pesquisa de mercado na loja 01 **p.45**

Fonte: desenvolvido pelo autor, 2012.

Quadro de pesquisa 02: resultados da pesquisa de mercado na loja 02
p.45

Fonte: desenvolvida pelo autor, 2012.

Quadro de resultados parciais 02: quadro de imagens da pesquisa de mercado na loja 02 **p.46**

Fonte: desenvolvido pelo autor, 2012.

Quadro de pesquisa 03: resultados da pesquisa de mercado na loja 03
p.47

Fonte: desenvolvida pelo autor, 2012.

Quadro de resultados parciais 03: quadro de imagens da pesquisa de mercado na loja 03 **p.47**

Fonte: desenvolvido pelo autor, 2012.

Quadro de pesquisa 04: resultados da pesquisa de mercado na loja 04
p.48

Fonte: desenvolvida pelo autor, 2012.

Quadro de resultados parciais 04: quadro de imagens da pesquisa de mercado na loja 04 **p.49**

Fonte: desenvolvido pelo autor, 2012.

Quadro de pesquisa 05: resultados da pesquisa de mercado na loja 05
p.49

Fonte: desenvolvida pelo autor, 2012.

Quadro de resultados parciais 05: quadro de imagens da pesquisa de mercado na loja 05 **p.50**

Fonte: desenvolvido pelo autor, 2012.

Quadro de pesquisa 06: resultados da pesquisa de mercado na loja 06
p.51

Fonte: desenvolvida pelo autor, 2012.

Quadro de resultados parciais 06: quadro de imagens da pesquisa de mercado na loja 06 **p.51**

Fonte: desenvolvido pelo autor, 2012.

Quadro de pesquisa 07: resultados da pesquisa de mercado na loja 07
p.52

Fonte: desenvolvida pelo autor, 2012.

Quadro de resultados parciais 07: quadro de imagens da pesquisa de
mercado na loja 07 **p.52**

Fonte: desenvolvido pelo autor, 2012.

Introdução

Segundo Feghali (2006), o público infantil vem exercendo um papel cada dia mais importante no mercado têxtil e de vestuário, sendo responsável inclusive, pela escolha de compras dentro do seio familiar. O crescimento da venda de vestuário no país, de acordo com a autora, foi de 4% em 10 anos, sendo um dos setores mais competitivos no Brasil. A partir da concorrência de mercado, se faz necessário um estudo mais aprofundado com relação às necessidades específicas deste público alvo.

Crianças precisam de roupas leves, com tecidos respiráveis, de modelagem solta que as permitam correr e exercer as atividades cotidianas de sua faixa etária. A escolha do material têxtil com que será confeccionado o vestuário infantil é uma parte delicada do projeto, pois este estará em contato direto com a pele, sendo possível ocorrência de alergias e irritações. Os tecidos fabricados com fibras naturais são os mais indicados, por possuírem menos componentes químicos em sua composição e permitirem a passagem de ar pelas suas tramas.

A escolha do tema e das cores está diretamente relacionada com o campo imaginário do público alvo e tem como função criar uma relação de satisfação entre o usuário e o artefato. Permitir à criança a se vestir como seu herói favorito ou como princesa é importante para o desenvolvimento criativo da mesma.

De acordo com Rùthschilling (2008), Rubim (2005) e Udale (2009), no mercado atual de vestuário, há uma tendência para a customização e individualização não só da peça, mas também do tecido. A técnica manual de interferência no mesmo agrega valor ao produto final, em função do maior tempo necessário para ser confeccionado e pelos conhecimentos técnicos exigidos do criador (artista), que deve estar fundamentado nos conhecimentos relacionados à seleção e escolhas das matérias prima e das técnicas de customização. Ainda que exista esse nicho de consumo, bordados e aplicações ainda são pouco utilizados como solução.

A imaginação da criança, associada à temática que ela reconheça, e unida com um processo manual de execução pode resultar em produtos criativos, adequados ao público alvo e com valor emocional agregado.

Objetivos

Objetivo específico

Produzir uma coleção de vestuário infantil feminino utilizando tecidos de fibra natural e a técnica de **aplique**.

Objetivos específicos

- Identificar necessidades específicas do público feminino infantil;
- Buscar matérias-primas adequadas ao público feminino infantil;
- Utilizar referências do imaginário do público infantil feminino, na concepção da coleção.

Capítulo 01

VESTUÁRIO

1.1 História do vestuário e a evolução têxtil

O vestuário surgiu no período pré-histórico e as peles retiradas dos animais caçados era a principal matéria prima utilizada na produção das vestes, que tinham como a principal finalidade a proteção do corpo contra as intempéries. A evolução e o hábito de cobrir o corpo auxiliaram o desenvolvimento e utilização de novos artefatos para facilitar a produção da roupa; surgindo as primeiras agulhas de mão produzidas com de osso animais que, facilitavam o ajuste da pele ao corpo e assim, realizavam-se as variações de modelo de acordo com o biótipo e necessidades de cada usuário (SANTOS, 2008).

De acordo com Braga (2009), quando o homem começa a apresentar um novo comportamento de fixar-se em uma região, habitando um único local, começa a aparecer indícios de um processo de estruturação familiar e a necessidade do provimento de alimentos de origem animal e vegetal em nível doméstico. O linho era um dos vegetais colhidos para ser utilizado na alimentação, entretanto as fibras do linho eram descartadas como um subproduto e utilizadas no processo de feltragem¹. Posteriormente esse material de origem vegetal começou a ser tecido, estruturando uma superfície têxtil que passou a ser utilizada no vestuário. Esse material têxtil apresentava características que também modifica a estética das roupas, uma vez que a mudança de matéria prima, re-configura completamente o ajuste da peça ao corpo.

Com o desenvolvimento na produção têxtil, as fibras de algodão, linho e lã, tornaram-se as principais matérias-prima utilizadas para a produção dos tecidos e conseqüentemente nas vestimentas durante muitos séculos. Havendo, no entanto, variações na textura, na cor, na forma, no peso e no modelo de acordo com a cultura e clima da região.

¹ Técnica que permite com que a lã seja agrupada, formando uma espécie de tecido. (Braga, 2009,p.100)

Na Grécia, o clima quente e litorâneo, as pessoas utilizavam uma vestimenta modelada o tecido na forma de um retângulo, vestimenta denominada de quínton, que era modelada formando drapeados elaborados e marcantes. Essa característica também se apresenta presente no vestuário romano onde eram utilizadas as togas bastante volumosas e que apontavam a classe social (BRAGA, 2009).

A ostentação e a temática oriental, presentes no vestuário bizantino, se difundiram por toda a civilização ocidental. Possuir esse tipo de vestuário significava poder e boa situação financeira. Tendo em vista que os bordados faziam parte dessa construção social, quanto mais presentes, na roupa, mais influente era quem a vestia.

Após a queda do império romano, em parte por causa de invasões bárbaras, inicia-se um êxodo urbano, desenvolvendo uma nova forma de economia: os feudos. Com a queda do comércio durante a alta Idade Média confere ao vestuário da época um caráter simples e priorizando as atividades da vida campestre.

A relação entre o senhor feudal e os vassalos também estava presente nas roupas, pois, a evidência dos nichos sociais também era percebida a partir dos tecidos, cores e bordados que eles usavam. Enquanto que a modelagem da vestimenta era a mesma para todos. Esse mesmo estilo de vestir-se perdurou até a baixa idade média, durante as Cruzadas, época em que o vestuário apresentava uma unicidade na forma de se vestir por toda a Europa. Aos poucos, devido à decadência econômica dos feudos, os centros urbanos vão sendo desenvolvidos. O comércio e a vida cultural, deixada de lado durante os feudos, são retomados. A vestimenta ganha características orientais e apesar da unicidade pela ligação entre povos, decorrido das Guerras Santas, monarquias diferentes criam características próprias a suas vestimentas e ornamentos (BRAGA, 2009).

Com o final da Idade Média e o início do Renascimento o conceito de moda começa a ser formado, a indumentária deixa de ser algo hereditário, ganhando a personalidade de quem a vestia. Segundo Polini (2007), os principais fatores pelos quais o termo **moda** surge durante o renascimento são as próprias características do momento. O questionamento a deus, o fortalecimento da burguesia, a prosperidade econômica, o desenvolvimento da tecnologia e o mais

importante para o surgimento do fenômeno: o individualismo (LIPOVESTSKY, 1989).

A percepção de poder ser aquilo que se quer ser, pode ser vista a partir do momento em que mulheres da burguesia imitam as mulheres que pertencem à nobreza. Sendo observado que a moda dessa época tornou-se piramidal, sendo o início da propagação de moda pelo atual termo trickle-down², o estilo vigente era ditado pelas altas camadas da nobreza para as novas camadas sociais. Essa característica fará com que exista um anseio pela novidade, por aquilo que irá diferenciar que é o **eu** dentro da sociedade (TREPTOW, 2007).

Durante a baixa idade média, eram as clientes que criavam seus trajes, cabendo a artesãos, que não recebiam o reconhecimento pela peça, a confecção dos mesmos. Treptow (2003), afirma que em 1850, mesmo sem uma quebra no estilo dos trajes, há uma mudança nesse hábito, quando o costureiro Charles Fréderick worth abre a primeira Maison de moda em Paris.

Segundo a mesma autora o costureiro era aceito como artista e suas criações eram consideradas **roupas para a nobreza**. Seu processo produtivo era o de alta costura, onde o modelo era confeccionado com base o corpo de uma mulher com o biótipo parecido com o da cliente, assim, caso o vestido fosse adquirido seria necessário poucos ajustes.

Ainda de acordo com Treptow(2003), o primeiro registro de lançamento de coleções está ligado as Maisons. Os costureiros realizavam eventos, aonde a modelo, que participava do processo de confecção da peça servindo como manequim, desfilavam peças produzidas para uma determinada estação climática do ano. As clientes eram convidadas a assistir o desfile e poderiam encomendar peças ali apresentadas.

Com o início dessa nova fase da moda, a produção do vestuário varia de acordo com a rapidez das novas coleções, sendo as tendências passageiras. Essa característica é o que de fato consolida o aparecimento da moda como a conhecemos atualmente. O século XX caracteriza essa mudança efetiva, sendo as coleções efêmeras e a mudança de hábitos no

² De acordo com Treptow (2003), o movimento de moda denominado como trickle-down, inicia nas camadas formadoras de tendência, mais influentes, e espalha-se através da mídia pelas demais camadas sociais.

que diz respeito a se vestir muito rápido, sendo os estilos divididos por décadas.

Houve, entretanto, épocas consideradas como **marco** para a moda. Durante o período da primeira guerra, com os homens no campo de batalha, as mulheres tiveram que exercer papéis sociais nunca antes realizados por elas. As mulheres necessitavam de roupas práticas que lhe conferisse mobilidade, como consequência, espartilhos deixam de ser utilizados e as saias encurtam até a canela, fazendo-se necessário a utilização de meias mais claras, da cor da pele. O fim da guerra chegou, mas a emancipação, não total, mas considerável da mulher foi estampada no vestuário, que se torna mais prático e confortável. A década de 20 é caracterizada pelo androginismo (BRAGA, 2009).

Durante a década de 30 houve a grande crise financeira nos Estados Unidos. Seguindo a característica de acompanhar a economia, a moda torna-se mais séria, a cintura volta ao lugar e o ombro é marcado (POLLINI, 2007).

A segunda Guerra mundial foi talvez o maior marco de mudanças no vestuário. O vestuário, sempre visto como futilidade foi a característica que serviu como ponto de afirmação de identidade. Na França, considerada como capital da moda, a escassez de matéria prima fez surgir várias tendências de reutilização de materiais, bem como o surgimento de produtos têxteis a base de elementos sintéticos. A mulher, mais uma vez obrigada a assumir o papel de mão de obra, utiliza-se pela primeira vez na história da calça comprida (VEILON, 2004).

Os anos 50 foram marcados pelo início, nos Estados Unidos, do vestuário *ready to wear*. Esse tipo de produção, entretanto, foi consolidado pela França com o nome de *prêt-à-porter*. O modelo, que utilizamos até os dias atuais, trata-se da produção em série de roupas. Para se adequar a variação do público consumidor se fez necessária a criação de tabelas de medidas, que permitissem ao vestuário ser classificado por tamanhos convencionados. Assim é iniciado o uso da modelagem plana. A juventude, sendo o grande foco do mercado e o crescimento do cinema americano, faz surgir um novo ícone da moda: a calça jeans (POLLINI, 2007).

Na década de 60 é marcada pelo surgimento da minissaia e o ideal de beleza idealizado pelo rosto quase infantil de Twiggy a década de 70 é

marcada pela negação da vaidade. O movimento anti-moda, foi iniciado pelos Híppies, negavam a preocupação estética a favor da igualdade entre os homens e o amor livre. O ato de negar, entretanto, fez surgir um novo estilo, caracterizado pela utilização de peças de brechós e a customização de peças antigas. Outro movimento marcante também ocorre nesta década, o Punk. A forma como negavam a moda e a sociedade burguesa, faz uma mudança no campo cultural, iniciando o aparecimento de várias bandas do mesmo estilo. Quanto a moda, influência muito mais os valores de produção do que a estética vigente, negada pela maioria por ser considerada agressiva (POLLINI,2007).

A década de 80, negando os valores pregados pelos anti-moda, prega a valorização dos bens materiais e o sucesso no trabalho como realização pessoal. Em voga disso os ombros foram o destaque do vestuário, criando uma estética austera e séria. Em contra ponto o surgimento das boates fazem com que surja um estilo com cores fortes, neon, misturas de estampas e valorização do físico.

Na década de 90 a moda se torna mais sombria e simplificada. "A globalização, a revolução tecnológica e a difusão da internet transformaram o cotidiano das pessoas em todo o mundo e trouxeram a promessa de uma nova era [...]" (POLLINI, 2007, p.80).

O final do século XX trouxe os múltiplos estilos como característicos, não existindo uma tendência universal. A moda atualmente é formada por várias releituras do passado, características culturais e a valorização do estilo próprio. Ao invés de um único estilo, as marcas optam por dividir a coleção em estilos variados, fazendo com que o público alvo consiga se identificar e idealizar sua própria personalidade pelas roupas.

O consumo se tornou algo complexo, por envolver desejos e sonhos dos consumidores espelhados naquilo que irão consumir. O consumo em si, torna-se uma realização pessoal, se tornando fonte de alegria para o consumidor atual (SOARES, 2008).

1.2 Moda e vestuário

Com o aparecimento da moda, iniciou-se um processo de significados embutidos em cada peça de roupa. Quem vestia uma peça era classificada como em moda conseguia prestígio social e era considerado nobre. Segundo

Lipovetsky (1989, p.32), "a moda começa definir o poder social dos signos ínfimos, o espantoso dispositivo de distinção social conferido ao porte de novidades sutis".

Apesar de não ser a única forma de representação da moda, o vestuário é o principal modo de comunicação da mesma. É através do vestir que o homem consegue passar aquilo que deseja ser e espelhar isso á sociedade. Conquistou o direito de se expressar de maneira livre e direta (LIPOVETSKY, 1989).

E por isso que, apesar da moda estar inserida em cada objeto criado, nas músicas e na forma de se comportar de um determinado momento histórico, o vestuário vai se destacar, pelo movimento que obtém quando vestido. A indumentária é o discurso da moda, esta, por sua vez, atua no campo das idéias, na cultura (SANT'ANNA, 2009)

O discurso pretendido pelo individuo é renovado a cada dia, cada vez que este muda de roupa. A transformação corpórea está ligada aos desejos, sonhos, a afirmação de quem é o eu e a que grupo social pertenco ou quero pertencer. O vestuário é responsável por essa comunicação é a fala e signos de quem a usa.

A constituição dos signos do vestuário combina formas desdobradas em linhas, direções e volumes; cores e texturas; trabalham arranjos de pontos (costura), contrastes e simetrias ou assimetrias;comprimentos e larguras oferecendo ao usuário uma gama de indícios variados para a leitura de sua simbologia mimética. Contudo, a mais surpreendente das potencialidades significacionais do vestuário encontra-se na sua propriedade de movimento e tatilidade, ou seja, sua relação de plenitude com o corpo que vivifica o traje, dando-lhe movimento ao mesmo tempo que se impregna de sensação de bem estar... (SANT'ANNA, 2009, p. 80)

1.3 Categorias do vestuário

O vestuário é, de modo geral, dividido em três partes: masculino, feminino e Infantil. Sendo o último dividido ainda em infantil feminino e infantil masculino. Essa divisão é realizada pelo gênero cabendo a costumes sociais definir qual signo pertence a cada um.

O vestuário feminino e masculino sempre possuiu distinções, mais acentuadas ou não dependendo da sociedade. Durante muitos anos os integrantes, homens e mulheres, da nobreza utilizaram roupas elaboradas e cheias de volume, tudo para passar a idéia de que eram superiores e não precisavam trabalhar. Após a revolução francesa houve uma modificação no vestuário, que se tornou para ambos os sexos mais simples. Após esse primeiro momento, as roupas femininas voltaram a ganhar volume, enquanto as masculinas continuaram mais simples.

Será preciso esperar a grande renúncia do século XIX para que a moda masculina se obscureça diante da feminina. Os novos cânones da elegância masculina, a discrição, a sobriedade, a rejeição das cores e da ornamentação, a partir daí farão a moda e seus artifícios uma prerrogativa feminina (LIPOVEVETSKY,1989, p.55).

Durante essa época o vestuário masculino se tornou extremamente simples, enquanto o feminino era exagerado e ostensivo. Tal diferença se dava entre outros motivos aos novos valores da burguesia. "O homem, estando destinado ao trabalho, ostentava valores sérios em sua própria vestimenta e fazia então, uso da sua esposa para o jogo de ostentação" (POLLINI, 2007, p.30).

A vestimenta feminina tornou-se cada vez mais trabalhada, dificultando os movimentos. A mulher tornou-se um adereço do marido, acompanhando-o a eventos para ostentar como ele era poderoso. Era, portanto, um ser não trabalhador, que levava a vida em casa apenas em função de sua beleza (POLLINI, 2007).

O século XX é palco para diversas revoluções e novos hábitos. O vestuário feminino também muda, deixando para trás se não

completamente boa parte dos elementos que dificultavam sua movimentação. Ao invés de espartilho surgiu o sutiã e a cinta liga (POLLINI, 2007).

Foi durante a segunda guerra que surgiu o vestuário feminino mais parecido com o atual. A falta de matéria prima, a dificuldade de locomoção em cidades atingidas e a necessidade da participação da mulher no mercado de trabalho, foram os grandes fatores de mudança. A calça, então, foi liberada para ser usada durante o expediente de trabalho. A mulher ainda teve que enfrentar várias mudanças sociais para conquistar seu espaço dentro do mercado de trabalho e a liberdade de poder se utilizar de qual vestuário desejasse (POLLINI, 2004).

Durante o período de guerra também o vestuário infantil é modificado. A escassez de matéria prima fazia com que muitas vezes as mães desfizessem roupas de uso próprio para confeccionar roupas para seus filhos. Os meninos utilizavam shorts e meninas vestidos, ambos acima dos joelhos. Durante o inverno, não havendo como confeccionar vestes mais compridas, apenas eram incluídos cachecóis, luvas e meias ao vestuário anterior (VEILLON, 2004).

O vestuário infantil, de ambos os sexos, foram modificados de acordo com todas as características citadas anteriormente. Isso ocorre pela falta de reconhecimento da infância como uma fase da vida que possui necessidades próprias. As crianças eram vestidas como adultos em miniatura, sendo as peças, em alguns casos apenas ajustadas ao seu tamanho.

A veste feminina infantil, acompanhou todos os estilos vigentes para mulheres, as anquinhas³, a crinolina⁴ e o espartilho⁵, fazem parte desse repertório, causando por vezes deformação no corpo em desenvolvimento. Só após o reconhecimento da criança como ser em desenvolvimento, começa a ser produzidas vestes que não interfiram no seu crescimento.

³ “[...]Complicados babados colocados sob as saias para enfatizar a parte de trás.” Pollini (2007, pag.41)

⁴ Armação feita de arcos de aço, para armar saias, que conferia ao vestuário feminino uma característica perfeitamente rodada.(POLLINI, 2007, pag.42)

⁵ Peça do vestuário feminino surgiu para sustentação dos seios. Posteriormente com o início da utilização de ilhoses, para amarração, e barbatana de baleia, estruturação, começou a ser utilizada para afinar a cintura. Por vezes, não raramente, causava má formação e insuficiência respiratória a suas usuárias. .(POLLINI, 2007, pag.45)

Capítulo 02

VESTUÁRIO INFANTIL

2.1 Construção social da infância e a evolução do vestuário infantil

Segundo Barbosa (2010), o conceito atual de infância é relativamente nova, sendo iniciado o processo de construção social da fase apenas no século XVIII. Esse pensamento, entretanto, só é consolidado durante o século dezanove.

Durante muitos séculos na história, a criança era tratada com descaso, não havendo a preocupação com o seu bem-estar. “Na antiguidade a prática de infanticídio e do abandono era comum em todas as classes sociais” (BARBOSA, 2010, P.29). O destino da criança no império romano dependia do patriarca familiar. Este possuía o direito de rejeitar a criança caso esta fosse uma menina ou possuísse algum defeito físico. Os rejeitados ficavam desamparados e caso sobrevivessem seu futuro seria nos prostíbulos ou servindo como escravos.

Ainda citando Barbosa, no ápice da idade média a criança ainda não era vista como um ser em desenvolvimento nem com características psicológicas específica. Eram tratadas como adultos em miniatura. A partir de 5 á 7 anos, quando não necessitavam totalmente da campainha da mãe ou da ama, as crianças eram iniciadas na **grande comunidade dos homens**. Exercia os ofícios referentes à sua classe social e participava de todas as atividades realizadas pelos adultos.

Foi apenas no final do século XVII que se chega o mais perto do entendimento da fase da vida que atualmente chamamos infância. Os Pensadores iluministas passaram a defender a criança como um ser com desejos e características diferentes dos adultos. “[...] passou, a partir de então, a ter um outro mundo prescrito como adequado a elas, mas, espacial e socialmente determinado pelo adulto” (GONÇALVES E FILHO, 2007, p.2). Tais espaços, normas e regras, serviam para que a criança fosse preparada para, posteriormente, participar do mundo dos adultos.

Essa construção social do amor a criança, foi idealizada pelos pensadores da época, como Jean-Jacques Rousseau, Denis Diderrot e Voltaire, que, visando realizar uma modificação na sociedade, pregaram que

o amor maternal e a integração da família era essencial. Durante o romantismo, século XIX, a criança foi exaltada como um ser de extrema sabedoria e sensibilidade.

O início século XX trouxe mudanças efetivas para o vestuário infantil. Com a influência na escassez de material durante a segunda guerra mundial, as vestes se tornam mais confortáveis quanto a modelagem. As meninas utilizavam vestidos acima do joelho, soltos e com mangas bufantes. Os meninos, calção do tipo dos escoteiros. Essa tendência entretanto vai paulatinamente sendo modificada. No final do século XX, mesmo em sociedades com um forte apreço ao sentimento de infância, as vestes vão se tornando mais parecidas com as vestes adultas. De acordo com Barbosa (2007, p.4) essa tendência se faz presente por causa do **apogeu da adolescência**, que ganha destaque em relação à infância.

2.2 Evolução do Vestuário Infantil

A moda, como evento social e cultural, varia de acordo com as modificações dos hábitos. Logo, em cada fase do entendimento da infância houve uma forma diferente de vestir o novo ser. As roupas expressavam diretamente o que os adultos pensavam e esperavam das crianças.

Antes do entendimento da criança com características específicas, havia o hábito de enfaixar todo o corpo do recém nascido. Tal prática era realizada para que o corpo do bebê permanecesse aquecido, porém, totalmente imobilizado, a fim de que a coluna vertebral fosse protegida, evitando que ela partisse. Momentos de movimento só eram permitidos durante a troca de roupas.

Uma vez libertadas das faixas, as crianças, tanto meninas como meninos dos 4 aos 7 anos, passaram a usar vestidos infantis – semelhantes aos adultos, em tamanho reduzido – nas cores marrom, vermelha ou preta (GONÇALVES FILHO, 2007).

Ainda de acordo com Gonçalves e Filho, por volta de 1762, Jean Jacques Rousseau, mudou completamente as características do vestuário infantil vigente na época, ao combater a moda que não dava liberdade as

crianças. Apoiado por médicos, educadores e filósofos, realiza uma a favor das modelagens mais folgadas, sem exageros, de cores claras e tecidos leves.

Com inspiração no pensamento iluminista, os anos seguintes foram marcados por certos vestuários considerados ícones. Aproximadamente ao ano de 1850 foi lançada a moda da roupa estilo marinheiro para ambos os sexos. Tal temática se dá pela popularidade da marinha inglesa da época e a esperança dos pais de possuírem um filho dentro de, no futuro, pertencerem a ela. Para os meninos a veste era composta por:

Calça branca, casaco azul marinho com gola quadrada, trabalhada com galões paralelos, num espaçamento de dois a três centímetros, terminando na ponta da frente, em forma de gravatá e uma boina arrematada com um pompom (SIMON, 1999, pág. 65).

Para as meninas, segundo o mesmo autor, era realizada uma pequena alteração, saias plissadas, e o acabamento com duplo abotoamento ao decote quadrado. Outro ponto marcante da moda infantil foi quando referências literárias começaram a influir na maneira de vestir. Em 1865, Lewis Carroll, influenciado pelas idéias iluministas sobre a infância, lança seu livro **Alice no país das maravilhas**, cuja heroína era uma menina dotada de espírito aventureiro e inteligência, se utilizava de um traje simples, que facilitava seus movimentos em suas aventuras. Do mesmo modo em 1885 o livro **O Pequeno Lord Fauntleroy**, do francês Hogsdoin Burnett, é ícone de moda para os meninos exemplares da sociedade, se vestindo de casacas de veludo e bermudas (SIMON, 1999).

Durante a primeira guerra mundial, houve uma simplificação considerável no vestuário infantil, sendo os trajes mais elaborados, deixados de lado para serem utilizados apenas nos dias de domingo e em solenidades (GONÇALVES E FILHO, 2007). Essas características perduraram até a segunda guerra mundial, quando até as roupas de domingo foram substituídas por roupas mais simples, em decorrência da falta de materiais para a costura. As revistas femininas da época, instruíam as mães a abrirem mão de uma roupa própria, uma cortina ou uma colcha, para

fazerem roupas para seus filhos, evitando assim que eles sofressem com o frio. Dessa forma, características referentes a utilização de retalho para a produção de vestuário ganharam força, o aplique e o patchworking, ganharam vários adeptos, sendo vistos cada vez mais pelas ruas (VEILLON, 2004).

Após a segunda guerra mundial, com o crescente nível de riqueza das classes mais populares, os pais queriam vestir melhor seus filhos, passando a ser comum, novamente, roupas mais elaboradas, com a utilização de rendas, anáguas e veludos, caracterizando a vestimenta da década de 50. Nos anos de 1960, aos poucos, as roupas extravagantes e que dificultavam a movimentação, foram sendo substituídas por roupas mais resistentes, confortáveis e práticas. O jeans surgiu nesta época, sendo adotado tanto por menina como por meninos, reforçando a casualidade da moda vigente (GONÇALVES E FILHO, 2007).

Ainda segundo Gonçalves e Filho (2007) Durante o século o vestuário infantil sofreu grandes alterações, trajes justos, com sobreposições e ajustados ao corpo foram paulatinamente substituídos por trajes simples, que permitem as crianças a brincarem e exercerem atividades de sua faixa etária. Além disso, as próprias conquistaram o direito a escolher aquilo que querem vestir, sendo a diferença do vestuário entre classes sociais sendo abrandadas, ao menos no que se diz respeito a roupas do dia-a-dia. “[...] Hoje o vestuário infantil está mais lúdico e existe uma preocupação com o bem estar e a saúde da criança. A roupa esta de acordo com a idade e a criança se veste de acordo com as tendências e seu desejo. [...]” (GONÇALVES E FILHO, 2007, pag. 4) Uma das grandes preocupações com relação ao vestuário infantil são os materiais que o compõe, uma vez que este está diretamente em contato com a pele, podendo causar alergia e desconforto.

2.3. Projetando moda para crianças - A interação da criança com o vestuário

“[...] No mercado atual o vestuário infantil está ganhando um espaço considerável, ele contribui para a economia global e movimenta milhões de peças anualmente, hoje a criança tem seu lugar reservado dentro da sociedade, e é natural que a sua indumentária se ajuste a essa

realidade.[...]” Gonçalves e Filho (2007, p.3). Atualmente a criança é considerada como um consumidor em potencial, escolhendo aquilo que deseja possuir, a pesar da compra final ainda ser realizada pelos pais, sendo necessário, ao projetar suas vestes, entender as novas necessidades do público.

Mais que somente consumir a criança, principalmente as meninas, estimuladas pela vaidade feminina defendida pelas mídias, tendem a buscar roupas e acessórios de moda que possuam seus heróis. Personagens de desenhos animados e contos, então, enchem as roupas de imaginação, uma vez que estimulará o usuário a estar em contato com o universo fantasioso em que habita tal figura (BARBOSA E SOUZA, 2011, p. 2). Tem-se, então, a construção identitária pela roupa, no momento em que sua história preferida interage com o vestuário, permitindo que seja exposta tal preferência. A imagem estampada ou bordada exerce a função de uma fantasia, dando a liberdade de tomar a identidade do personagem.

Uma vez observado que existe um contingente para determinado usuário, e decidi-se projetar especificamente para ele, deve-se iniciar uma pesquisa sobre como se comporta e quais suas principais necessidades e desejos. Com as crianças esta característica não é descartada. Estudar as tendências para o público específico, constatar possíveis matérias primas, cores e técnicas de montagem, torna-se primordial para a aceitação do produto no mercado e mais que isso, a satisfação do usuário ao utilizar um vestuário construído especialmente para ele.

2.4. Roupas criativas, infância divertida

Segundo Gonçalves e Filho (2009) Mais que satisfazer os desejos infantis como consumidor, o designer deve-se preocupar em idealizar roupas que incentivem a infância criativa, de modo a que, mesmo dentro da sociedade de consumo atual, que visa a vendagem da peça como principal fator em desenvolvimento de produtos, exista uma preocupação em desenvolver o senso criativo da criança, estimulando-a através do uso de elementos do seu repertório ligado ao universo lúdico.

De acordo com Barbosa e Souza (2010) Personagens de desenho animado e de contos de fadas habitam o vestuário infantil como forma de atrair o olhar da criança sob o produto que se deseja vender. Entretanto,

mais que apenas o consumo, a utilização de ícones na construção de estampas estimula a criatividade infantil, levando a criança, assim que vestida com seu personagem, ao mundo imaginário em que o mesmo habita, estimulando a criatividade. Dessa forma a roupa inspirada no personagem e história que o cerca, funciona para a criança como uma fantasia, tornando-o possível interagir com o enredo.

Para Langdon e Pollehn (2010) é fundamental que se crie roupas criativas e coloridas para todas as ocasiões em que a criança estará envolvida, uma vez que a infância é a principal fase de estímulo a criatividade é curta, em termos de anos, sendo logo substituída pela adolescência, superestimulada na sociedade atual. Parte fundamental da construção do vestuário, as cores e temas ajudam na interação entre imaginação e roupas, sendo o ponto de partida para a criação das peças.

Capítulo 03

MATERIAIS TÊXTEIS

Usualmente conhecidos como **tecidos** os materiais têxteis possuem diversas variações quanto à matéria prima, tipo de entrelaçamento, tipos de pigmentação etc. Enquanto cada característica do produto têxtil é pensado e elaborado pelo designer têxtil, cabe ao designer de moda, reconhecer e avaliar cada elemento dentro de um projeto de vestuário, adequando as qualidades do da matéria prima as necessidades do usuário final da peça. Os tecidos são a matéria-prima do designer de moda. É através dos tecidos que as idéias dos designer serão transformadas em produtos de vestuário [...] (TREPTOW, 2005, p. 115).

Em relação a sua composição, os materiais têxteis podem ser categorizados, de maneira simples, em naturais, artificiais e sintéticos. Cada tipo de fibra possui suas próprias características e, conseqüentemente, sua própria usabilidade para diferentes tipos de produto (UDALE, 2009).

Segundo a autora acima citada os tecidos ditos como **artificiais** são compostos, simultaneamente, por fibras celulósicas e não celulósicas. A celulose é extraída de plantas e por meio de processos químicos, dão origem a uma matéria prima semelhante, em alguns aspectos como toque, a materiais compostos por fibras naturais. Esse tipo de fibra mista foi desenvolvido e amplamente produzido pela França durante a segunda guerra mundial, como forma de substituir os tecidos naturais, escassos no período de ocupação Alemã (VEILON, 2005).

As fibras sintéticas são fibras inteiramente compostas por elementos químicos. Segundo Udale (2005), o primeiro material registrado com essa composição foi a poliamida, comumente conhecida como náilon e foi desenvolvido aproximadamente em 1939, pelos Estados Unidos. Materiais desta natureza possuem propriedades semelhantes, como má absorção, o que dificulta seu tingimento e o faz com que ele seque mais rápido que outros tecidos, possuem pouca resistência ao calor, o que permite que sejam fácil,ente preguados e são pouco respiráveis, o que os torna, de

certo modo, menos confortável que os tecidos naturais. O fato de serem compostos por materiais não naturais e não serem respiráveis torna-o não recomendável para a construção de vestuário infantil, por risco a alergia e má ventilação da pele.

As fibras naturais são derivadas de fontes orgânicas, podendo ser estas de fontes de origem vegetal, por exemplo, o algodão, animal, peles e mineral, retirado do amianto. O produto têxtil mais conhecido desta fibra é o algodão, que uma vez transformado em fio e entrelaçado, formando o tecido plano, é largamente utilizado na confecção de roupas, acessórios decorativos, bolsas entre outra variedade de objetos. Essa matéria prima, por ser de origem natural e possuir a característica de deixar a pele respirar, absorvendo a umidade e secando facilmente, o torna ideal para projetos infantis, uma vez que permitirá a criança exercer suas atividades recreativas de forma confortável (UDALE, 2005; TREPTOWN, 2005).

3.1 Tecidos planos com base em algodão

Como visto anteriormente, a fibra de algodão é utilizada principalmente para a construção de materiais têxteis chamados de planos, sendo confeccionado pelo entrelaçamento de fios. "Um tecido tramado é feito de fios dispostos paralelamente ao sentido do comprimento do tecido, conhecidos como fios de urdume, por entre os quais passam os fios de trama no sentido da largura do tecido" (UDALE, 2005, P.102). A característica de produção confere ao tecido boa resistência e durabilidade. No entanto o tipo de ligamento utilizado para a confecção do tecido é o que definirá suas características estéticas e o caimento do tecido na peça. Quanto ao tipo de ligamento existem três básicos: tafetá, sarja e cetim. O que varia entre eles é a forma que o urdume e trançado com a trama.

O ligamento mais comumente encontrado como tecido de **algodão** no mercado revendedor de materiais têxteis recebem o nome comercial de popelines e tricolines, sendo construído pelo ligamento mais simples, o tafetá. Neste tipo de ligamento fio de urdume passa uma vez por baixo e outra por cima do fio da trama, compondo um tecido resistente e menos propenso a desfiar.



Figura 01- Tipos de ligamento dos tecido planos (UDALE, 2009, p.100)

Por ser um tecido com base em algodão, podendo ser encontrado com até 100% no mercado popular da cidade do Recife, o que é ideal para o vestuário infantil, por evitar possíveis alergias a componentes sintéticos e por sua característica de resistência e de pouca tendência a desfiar, o tricoline/popeline, foi observado como ideal para projetos infantis.

3.2 Tecidos, Cores e Temas

Segundo Udale (2009), a cor é um elemento fundamental na construção do vestuário, sendo associado a ele desde seu momento de concepção. Ela está diretamente relacionada com o sucesso da coleção uma vez que é o primeiro elemento que chama a atenção do cliente. Para escolher uma tabela de cores, para determinada coleção ou peça, deve-se levar em consideração a estação do ano em que será apresentada, seu público alvo e a temática da mesma, uma vez que essa muitas vezes define o estilo de todo o conjunto de peças.

Ainda segundo Udale (2009), o designer deve conhecer princípios de psicologia e a linguagem das cores, relacionadas a elementos culturais e a representação significativa das mesmas. O autor dá o exemplo das cores quentes estarem relacionadas a temporada de verão e que o branco, na cultura japonesa significa o luto e a morte.

De acordo com Langdon e Pollehn (2010), o vestuário infantil, permite o uso simultâneo de cores fortes e inusitadas, criando peças com um maior apelo lúdico. Elas dão como exemplo a mistura de roxo com marrom, que é uma mistura pouco usual, mas que permite a criação de vestidos femininos inusitados. Segundo as autoras, a escolha da temática é fundamental para a escolha dos outros elementos da coleção, incluindo as cores, que seguem o estilo do mesmo.

Os temas abordados pelo vestuário moderno, como já citado anteriormente, por Barbosa e Souza (2010), personagens e contos, são utilizados como base. Para a criação de elementos inusitados, entretanto, deve-se ter como tema o enredo que circunda o ícone infantil, porém buscando elementos inovadores e até mesmo objetos do cotidiano, desde que estes, sejam vistos sob um novo olhar, dando a aparência lúdica ao mesmo.

De acordo com Renfrew e Renfrew (2009) e Udale (2009), a escolha da temática se dá através do estudo de tendências de estilo, que será específica quanto a estação e público alvo. Estes então, são adaptados e dissecados a fim de definir se será utilizado estampas, quais as melhores cores para traduzir as ideias, e quais elementos que traduzem o espírito das tendências e conseqüentemente do tema. Todos estes elementos, entretanto, estarão relacionados à forma como o usuário final está relacionado ao vestuário, por isso é fundamental um estudo primário do mercado, a fim de conhecê-lo e então, projetar produtos com os quais ele está familiarizado e ao mesmo tempo encontrar uma lacuna pouco abordada a fim de surpreendê-lo com inovações.

3.3 Design de superfície têxtil

Segundo Rüttschilling (2008) O design de superfície têxtil é uma área específica dentro do design de superfície, que trata da superfície dos tecidos. É um ponto de intersecção entre o design de superfície e o design têxtil.

Enquanto o designer têxtil deve-se preocupar com o tipo de fibra, fios e ligamento do tecido é responsabilidade do designer de superfície têxtil, o tipo de acabamento que será aplicado ao tecido para evitar o

desbotamento do tingimento, ou qual tipo de estamparia será utilizada para representar a padronagem desejada no tecido, malharia etc.

A área têxtil é a maior área do design de superfície, tanto pela quantidade de tecidos, não tecidos e malharias existentes e suas formas de estamparia como pelas técnicas de embelezamento⁶ referentes a tingimento e customização dos mesmo.

Depois de fabricado, um tecido pode ser aprimorado ou alterado com a aplicação de vários tipos de tratamento de superfície, como padronagem, cor e textura e técnicas que incluem estamparia, ponto, manipulação do tecido, aplicação de contas/pedrarias e ornamentação (UDALE, 2009, p.104).

A autora acima citada subdividiu o design de superfície da seguinte forma: estampa, referente as técnicas de impressão (manuais e maquinarias) e bordado e manipulação do tecido, referente a técnicas de customização dos têxteis. No projeto utilizei suas subdivisões de modo a estudar as possíveis técnicas de modificação do têxtil até escolher uma única técnica mais adequada ao projeto infantil, para a criação de peças que se adequassem ao mercado, mas que ao mesmo tempo, fossem únicas e criativas não só na estática, mas na montagem da peça.

3.4 Design têxtil e o vestuário infantil

O design têxtil é a área do design relacionada ao projeto de têxteis. Abrange desde a definição de sua matéria prima aos acabamentos realizados após a confecção do produto, variando de acordo com o público alvo que se deseja satisfazer. Saber exatamente quem irá utilizar o produto é fundamental, pois isso é que irá guiar todo o projeto.

A veste acompanha o seu usuário em todas as suas atividades diárias, estando em contato direto com a pele. Utilizar o material têxtil

⁶ O termo “embelezamento” foi utilizado por Rütchilling no livro ‘design de superfície’ (2009) para se referir as técnicas de interferência estética na superfície dos têxteis. É uma tradução literal do termo “*emblemment*” utilizado por autores de linguagem inglesa para descrever as técnicas artesanais de interferência na superfície têxtil.

adequado torna-se fundamental para o conforto do usuário, facilitando suas tarefas e permitindo o prazer no vestir. “Os produtos utilizados no dia-a-dia, de uma maneira geral, estão cada vez mais complexos, em termos de características e funcionalidade. No vestuário infantil este fato não é diferente – as diversas formas e tipos de tecido – podem proporcionar, ou não, benefícios ao seu usuário” (GONÇALVES E FILHO, 2007).

Quando aplicado a o vestuário infantil, a importância da escolha do material adequado se torna essencial. A maior sensibilidade da pele, com a possibilidade de uma reação alérgica, por exemplo, e as atividades específicas da faixa etária, como brincadeiras que envolvam alguma atividade física, na qual o vestuário deve proporcionar conforto térmico e absorver o suor.

3.5 Técnicas de estamparia

Segundo Udale (2009) a estamparia é o processo pelo qual o desenho de superfície é impresso no tecido já tramado. Existem diversas formas de estamparia, algumas técnicas mais possíveis de aplicação em série e outros, com características artesanais, sendo aplicadas apenas como forma de criar um produto quase que exclusivo, atendendo ao público que busca o diferente dentro do mercado de moda em série.

Caso o objetivo seja o de estampar grandes metragens de tecidos, a melhor opção é utilizar técnicas de estamparia mecânica. Dentre essas, podemos citar duas como sendo as mais utilizadas, por permitirem uma maior tiragem de tecido estampados por hora: Estampa cilíndrica e a estamparia digital.

A estamparia cilíndrica “consiste em uma máquina que trabalha com cilindros de cobre cuja superfície é gravada com os desenhos e depois é cromada” (AFONSO, 1985, p. 15). Deve haver um cilindro para cada cor que se deseja aplicar á superfície, oito é o número máximo de cores permitidas numa estampa. E o tecido a ser estampado, passa entre os rolos impressos, contendo corantes específicos para o tipo de fibra constituinte do tecido (UDALE, 2009; AFONSO, 1985).

Novamente o mesmo autor, a estamparia digital se utiliza da tecnologia de jato de tinta, criada para as impressões gráficas, para estampar o projeto de superfície diretamente sobre o tecido, tornando o

desenho idêntico ao projeto realizado no computador. O fato de não ter de passar o desenho para rolos ou telas, permite que o designer possa realizar projetos elaborados, sem restrições quando ao número de cores e permitindo a criação de desenhos tridimensionais. Ao invés de corantes a técnica se utiliza de pigmentos, sendo estes, mais resistentes a lavagem e a luz, e em geral mais baratos. Esta técnica é relativamente nova e cresce no mercado devido à facilidade de ser aplicada e a qualidade do produto obtido.



Figura 02 - estamparia digital

Fonte: <http://hojediadeirma.blogspot.com.br/2009/04/estudio-zero.html>

Com relação a técnicas de estamparia artesanal, estas são comumente utilizadas para a aplicação de estamparias localizadas, como no caso de silks em camisetas e *t-shirts*⁷. Podemos citar três técnicas mais utilizadas: A pintura a mão, no qual o desenho é feito a mão livre sobre o tecido, através de pinceis e esponjas, dando a técnica traços característico. A xilogravura, no qual o desenho é esculpido em um material sólido, formando um positivo, e que após a aplicação de uma camada de tinta sobre o molde é pressionado contra o tecido, imprimindo-o, sendo uma das mais antigas formas de estamparia. Para a aplicação da serigrafia é

⁷ Termo da língua inglesa adotada para se referir a camisetas de modelagem tradicional com estampas localizadas (UDALE, 2009, P.165).

necessário uma tela de poliéster esticado, no qual o desenho é revelado de forma a deixar vazada apenas a parte com o desenho que se deseja estampar, após esse processo a tela é posicionada no local da roupa, tecido ou molde onde se deseja estampar, coloca-se a tinta sobre a tela e a espalha, da maneira uniforme, com um rodo. A tinta irá passar apenas pela parte da tela que não estava obstruída, estampando o desenho que anteriormente havia sido revelado. Para cada cor que se deseja ter na estampa, será necessária a revelação de uma nova tela.



Figura 03 - projeto gráfico, tela revelada e estampa aplicada ao tecido (processo serigráfico) – Fonte própria.

3.6 Customização de Têxteis

O mercado de moda sofreu alterações ao longo de toda a história do vestuário, mudando não só esteticamente, mas se adaptando as diferentes formas de produção de peças e de consumo. O mercado passou de a produção doméstica de roupas e frequentes visitas a casas de moda, para a exaltação de peças vendidas em grandes quantidades por lojas especializadas em varejo, sem qualquer exaltação pessoal de identidade, tentando dessa forma, ser absorvida pela maior quantidade de consumidores ávidos pelas novidades da temporada vigente.

Segundo Garcia (2000 *apud* TREPTONW,2005 p. 203), o desejo do consumidor atual de moda é pela individualização, esta como forma de expressão da identidade pessoal do usuário para a sociedade. A customização de peças de vestuário se tornou uma prática comumente

difundida como forma de diferenciação, num mercado amplamente abastecido com peças ao estilo *ready to wear*. “Cabe salientar que a conjuntura do mercado atual tende para a customização e o crescente aumento de opções de escolha” (RUTHELLING, 2008, p. 57).

O entendimento das novas necessidades dos usuários, observando seus desejos, deve ser a impulsão para a criação de produtos que se adéquem as essas necessidades, “cada vez mais, a exclusividade é valorizada pelos clientes” (RENFREW E RENFREW, 2010, p. 33). Entendemos dessa forma que a customização, quanto a atividade manual, pode ser aplicada não só pelo usuário, ao modificar suas roupas, mas também pelo designer, como forma de modificar a matéria prima de modo a transformá-la de algo comumente encontrado no mercado a algo único, com identidade própria, satisfazendo o usuário.

Ao considerarmos o vestuário, que tem como matéria prima os materiais têxteis, a customização pode ser realizada diretamente sob o tecido, que já compõe a roupa ou mesmo antes da peça ser montada, no molde recortado. A modificação da superfície pode se dar de maneira concentrada, formando desenhos localizados, ou espalhadas sob toda a superfície da peça (UDALE, 2009).

Sendo uma das características da customização, se dar por meio manuais de artesanato, podemos considerar todo o tipo de bordado, e mesmo algumas técnicas de estamparia, as técnicas manuais citadas anteriormente, como possíveis formas de modificação dos têxteis. Ao selecionar uma técnica a ser estudada e aplicada ao projeto, foi observado primeiramente de forma empírica, buscando projetos na internet e em feiras de artesanato e mais tarde, em livros de design de superfície, que, de maneira geral, os bordados e aplicações são ainda pouco utilizados no meio do Design.” É interessante observar como os bordados ainda são pouco explorados em soluções mais contemporâneas. Entendo que podem ser melhor aproveitados caso sejam vistos de uma maneira nova e surpreendente” (RUBIM, 2010, p. 50).

Segundo Udale (2009), desenhos complexos e interessantes, podem ser obtidos quando utilizamos a técnica de aplique como forma decorativa sob o tecido base da roupa. Ainda segundo o mesmo autor, no meio têxtil essa técnica é conhecida pela aplicação de pedaços de tecido, que podem

ser recortadas de forma a formarem diferentes desenhos, sob um tecido base. Além desta característica marcante, podem ainda serem aplicados a peça, de forma a complementar o desenho, contas, medalhas, fitas e todo o tipo de aviamentos, o que torna o resultado final interessante e cheio de detalhes.

3.7 Técnica de Aplique

Segundo a autora Terry (2009) a palavra aplique significa, de maneira simples, "Aplicar". Dentro desse contexto existem diversas formas e técnicas de passar toda a criatividade para o tecido.

[...] você não pode só aplicar qualquer tipo de tecido que você possa imaginar, em qualquer outro tipo de tecido, como pode incorporar aviamentos, fitas vintagê no seu projeto (TERRY, 2009, p.12).

Segundo a autora acima citada, a técnica de aplique é tão antiga quando a ação de costurar. Desde a invenção da linha e da agulha, com a junção de dois pedaços de tecido, buscava-se uma maneira de decorar a roupa, agregando significados a mesma. A evidência mais antiga que conhecemos atualmente da utilização da técnica aplique, é um retalho de couro bordado com pedras, encontrado no Egito, datando de 980 a. C. Entretanto existem evidências históricas mais antigas que esta sobre a utilização da técnica.

Ainda segundo Terry (2009), o aplique foi utilizado por diferentes civilizações, como se a técnica fosse algo quase que intuitivo surgido da necessidade de ornamentação e decoração. As técnicas básicas eram as mesmas, só se modificando, muitas vezes, o estilo de desenho e as representações, estas estando diretamente ligadas a cultura e os costumes de cada povo. Com o início das cruzadas a técnica se espalhou por toda a Europa, se tornando uma prática comum. Mais tarde, vestidos altamente trabalhados e bordados com pedras e fios de ouro eram utilizados como

diferenciação entre nobres damas das demais da sociedade, sendo destaque na Inglaterra e na França.

Com o passar dos anos, o aplique foi aperfeiçoado, agregando características técnicas de diferentes culturas, passando na atualidade, a ser aplicado de uma única forma em todo o mundo, com apenas algumas pequenas alterações em termos de acabamento. Segundo Langdon e Pollehn (2010), Terry (2009) e Bell (2010) o material fundamental para o aplique moderno é o Paper-backed fusible webbing: papel adesivo termocolante. A função deste material é não permitir que o tecido a ser aplicado desfie e fixá-lo sobre o tecido base da peça. Dependendo do tipo de cola usada, não é necessário nenhum tipo de costura de acabamento, sendo a cola, suficiente para a aplicação. O material é simples de se usar e garante a qualidade da peça, permitindo a criação de produtos inovadores quanto ao design de superfície.



Figura 04 – utilização do papel termo colante (Fonte: arquivo pessoal.)

Mesmo a técnica de aplique sendo utilizada em todo o tipo de vestuário e decorações, sua utilização no universo infantil, permite uma maior liberdade durante o processo de criação, especialmente se for utilizado para o vestuário feminino infantil. Isso porque segundo, Langdon e Pollehn (2010) o público infante, possui características lúdicas quanto ao tema, as cores e os materiais, permitindo que cria a partir da técnica aplique, poder explorar a técnica em cada mínimo detalhe, dando vida aos

personagens explorados e construindo a identidade da mesma, que começa, antes dos meninos, a escolher o que ira vestir.

Capítulo 04

METODOLOGIA CIENTÍFICA

Método de abordagem

De acordo com Lakatos (2004) o método indutivo é caracterizado pela repetição de alguma característica pessoal que se repete em vários casos, se tornando dessa forma uma verdade universal. Utilizando-me deste método, pretendo estudar características específicas do vestuário infantil feminina, cor, temática e componente têxtil, estudá-las compará-las entre si e então chegar a um ponto de interseção entre elas, observando a porcentagem média que cada característica se repete. O resultado da pesquisa servirá de base para a execução do projeto proposto.

Métodos de procedimento

O método histórico, que busca conhecer o passado para compreender o presente, será fundamental para interpretar a evolução do vestuário infantil, bem como a construção social da infância no decorrer da história a fim de entender como se deu o vestuário atual e quais características históricas continuam a exercer influencia na cultura acerca dessa vestimenta.

O método comparativo servirá dentro da pesquisa de mercado, aonde os resultados obtidos serão comparados para atingir um ponto de interseção.

Capítulo 05

METODOLOGIA PROJETUAL

5.1 Público alvo e pesquisa de mercado

Meninas que gostam de contos de fadas, que tenham contato com literatura, filmem e figuram de histórias infantis e que se identifiquem com a personagem de tal forma a querer ser igual a este. O público alvo de certa forma engloba também os pais, que tendo influenciado as referências das meninas, conhecem a história e podem reconhecer e apontar elementos referentes a inspiração para as usuárias.

Faixa etária: meninas que tenham a idade entre 6 e 10 anos.

A pesquisa de campo é a etapa onde o pesquisador observa as temáticas, cores, detalhes de aviamentos e composição dos tecidos utilizados na produção das peças de vestuário infantil feminino, o público alvo no caso do estudo são meninas que estão na faixa etária entre 6 a 10 anos e as peças de roupas que foram produzidas para eventos casuais como: passeio ao parque ou ao *shopping*, cinema, festinhas, dentre outros passeios informais.

A pesquisa foi realizada na primeira quinzena do mês de março de 2012, período em que as lojas estavam em uma fase transição de suas coleções, do verão para inverno. A pesquisa foi realizada em lojas de departamento, lojas de marca própria e lojas de revenda de marcas especializadas em vestuário infantil. Esses três tipos de comércio se diferenciam pela concepção do produto e a maneira como ela é colocada à disposição dos consumidores e/ou usuários. Ao todo foram pesquisadas sete lojas localizadas na cidade do Recife, Pernambuco - Brasil. Cinco das lojas estão localizadas em um grande *shopping* da cidade sendo que, três das lojas comercializam vestuário de marca própria e as outras duas desse *shopping* e as situadas no centro da cidade são multimarcas.

Capítulo 06

RESULTADOS E DISCUSSÃO

6.1 Pesquisa de campo

6.1.1 Lojas de marca própria

Todos os pontos comerciais visitados na pesquisa possuem coleções elaboradas nos padrões da marca e geralmente apresentando um único tema por estação. São referentes a estas lojas as imagens quadro de pesquisa 01, quadro de resultados parciais 01, quadro de pesquisa 02, quadro de resultado parciais 02, quadro de pesquisa 03 e quadro de resultado 03.

Loja 01:

Quadro de pesquisa 01

Cores	Temas	Composição	Breve descrição das peças
Rosa (<i>Pink</i> e claro)	Lúdicos	90% das peças pesquisadas eram de tecido composto por 100% algodão.	A coleção era composta por peças com modelagem feminina sendo a principal cor presente na coleção o rosa e o branco. As estampas tinham uma característica lúdica forte, com detalhes em cores variados, dando a coleção uma característica colorida, a pesar das cores base repetidas.
Branco	Formas geométricas	Algumas vestes apresentavam um tecido diferenciado no corpo da peça, por exemplo o voal. E possuíam forro composto 100% algodão.	
	Representação do mascote da marca		

Fonte: desenvolvido pela autora

Painel das peças e cores :



Quadro de resultados parciais 01 (Fonte: desenvolvido pela autora)

Loja 02 :

Quadro de pesquisa 02

Cores (cor base da peças)	Temas	Composição	Breve descrição das peças
Rosa (Pink e claro)	Lúdicos	A maioria das peças pesquisadas eram de tecido composto por 100% algodão.	A coleção apresentava um forte apelo ao tropical, com estampas lúdicas super coloridas e com contraste de cores. Apresentava algumas aplicações nas peças.
Bege	Tropicais	As peças de tecido diferenciado, como voal, possuíam forro composto 100% algodão.	

Fonte: desenvolvido pela autora

Painel das peças e cores:



Quadro de resultados parciais 02 (Fonte: desenvolvido pela autora)

Loja 03:

Quadro de pesquisa 03

Cores	Temas	Composição	Breve descrição das peças
Branco	Lúdicos	Todas as peças são confeccionadas com tecido 100% algodão	Composta por elementos lúdicos da fantasia infantil, ou do repertório lúdico dos pais, as peças tem um forte apelo pelo design, pela peças diferentes. As peças quase não possuem um tom base, por causa da estamparia corrida, mas quando há uma cor base, esta é o branco, por ser uma cor neutra e harmonizar o colorido dos elementos estampados.
	Personagens de filmes/histórias infantis		
	Tropical		

Fonte: desenvolvido pela autora

dentro dos padrões definidos pelo estilista da marca. Com as peças pilotos⁹ em mãos, o estilista, juntamente com o comprador de seu setor, vai definir que peças formaram uma coleção no interior das lojas da marca **x**.

Com relação a pesquisa, foram visitadas duas grandes lojas de departamento, localizadas em shoppings.

Loja 04:

Quadro de pesquisa 04

Cores	Temas	Composição	Breve descrição das peças
Rosa (Pink e claro)	ilustrações de meninas e princesas.	A maioria das peças pesquisadas eram de tecido composto por 100% algodão.	A coleção era composta por peças femininas, priorizando a aplicação de aviamentos e recortes que interagiam de forma
Branco	Temas super femininos	Quanto a peça era composta por tecido misto, sua composição era de 96% algodão 4 % poliester	harmônica com as estampas localizadas. Praticamente todas as peças possuíam estampas localizadas.

Fonte: desenvolvido pelo autor

⁹ Peça piloto serve como protótipo, sendo a primeira peça de determinado modelo a ser montada dentro da confecção. É a partir de sua confecção que se torna possível a definição de modelagem, montagem tempo de produção, estamparia e todos os outros detalhes de um projeto. Todas as alterações necessárias de um projeto devem ser feitas durante esta etapa. (nota da autora)

Painel das peças e cores:



Quadro de resultados parciais 04 (Fonte: desenvolvido pela autora)

Loja 05:

Quadro de pesquisa 01

Cores	Temas	Composição	Breve descrição das peças
Cinza	<i>college</i>	A maioria das peças pesquisadas eram de tecido composto por 100% algodão.	A coleção já apresentava características marcantes invernais. Blusas de modelagens em sua maioria ampla contendo, entretanto, um leve acinturado.
Branco	<i>Folk</i>	Quanto a peça era composta por tecido misto, sua composição era de 96% algodão 4 % poliéster	Pode ser observado a composição de detalhes numa peça básica, como a aplicação de um laço, broches e botões.

Fonte: desenvolvido pela autora

Painel das peças e cores:



Quadro de resultados parciais 05 (Fonte: desenvolvido pela autora)

6.1.3. Lojas revendedoras de marcas especializadas em vestuário infantil

O responsável pela compra de mercadoria avalia a coleção de diversas marcas especializadas no público alvo em comum do ponto de vendas e, levando em consideração as características típicas de cada marca, monta uma coleção, na seção da loja, o mais harmoniosamente possível. A pesquisa foi realizada em duas lojas com sede própria.

Loja 06:

Quadro de pesquisa 06

Cores	Temas	Composição	Breve descrição das peças
Cinza	Não há um tema exato para a coleção.	90% das peças pesquisadas eram de tecido composto por 100% algodão.	A coleção á venda na loja demonstra o período de transição entre as coleções de verão e inverno. Predominando os novos padrões e cores do inverno. As peças possuem características
Branco			
Azul (em três tons)	Entretanto na pesquisa os padrões	Algumas vestes apresentavam um tecido diferenciado no corpo da peça,	

	<p><i>Liberty</i>¹⁰ e o xadrez.</p>	<p>por exemplo o voal. E possuíam forro composto 100% algodão.</p>	<p>ligadas ao feminino e destacasse o uso de diferentes tipos de aplicação, como broches e laços.</p>
--	--	--	---

Fonte: desenvolvido pela autora

Painel das peças e cores:



Quadro de resultados parciais 06 (Fonte: desenvolvido pela autora)

¹⁰ Padrão de estamparia com desenho de pequenas flores.(nota da autora)

Loja 07:

Quadro de pesquisa 07

Cores	Temas	Composição	Breve descrição das peças
Preto	Lúdicos	A maioria das peças pesquisadas eram de tecido composto por 100% algodão.	A unicidade da coleção se dá, principalmente, pela modelagem feminina presente em quase todas as peças e a presença de elementos aplicados a peça, como laços, fitas, botões e broches.
Branco	Lenços	Quanto a peça era composta por tecido misto, sua composição era de 96% algodão 4 % poliéster	Dentro da temática lúdica são inclusos elementos da natureza, como animais e plantas, elementos do cotidiano representados por relógios, bolsas e colares e ainda elementos de viagem como a torre eifel.
Bege			
Azul			

Fonte: desenvolvido pela autora

Painel das peças e cores:



Quadro de resultados parciais 07 (Fonte: desenvolvido pela autora)

6.2 DESENVOLVIMENTO PROJETUAL

6.2.1 Briefing do projeto

O briefing é a parte do projeto que especifica todos os detalhes relevantes na etapa de criação dos produtos. Dentro deste, devem estar contidos elementos gráficos e textos que dêem informações sobre o público alvo e o quais suas expectativas a cerca do objeto em desenvolvimento. Com relação a projetos de moda, segundo Pires (2003, p.64), *briefing* é o documento “que concentre de modo claro e sintético o conceito da coleção que comunique as cores, os materiais, as texturas, as linhas, os volumes e outras informações importantes”.

O briefing deve conter ainda “[...]interpretação das tendências de mercado gerando uma fonte de inspiração para a equipe de criação. A leitura estética do briefing tem por objetivo comunicar aos envolvidos no processo quais os conceitos irão nortear a coleção[...]” (TREPTOW, 2005, p. 109) O referido estudo tem como base o público alvo, sendo este o norteador de como a tendência de moda deve ser trabalhada e moldada.

Conhecer a fundo para quem se está criando é um fator essencial para se definir o tema da coleção e como serão os produtos. Ao definir o público alvo, o cliente ideal, deve-se pensar em “como eles usam a moda para definir a si próprios?” (RENFREW, REFREW; 2009, p. 05). Saber quem são, quais seus programas favoritos, Qual livro está lendo, qual o último filme que viu no cinema e qual passeio preferido, São questões relevantes para o desenvolvimento de produtos com unicidade e usabilidade. Quando observar no cabide aquilo que é ou que deseja ser, o usuário fará imediatamente uma releitura de si próprio, obtendo o produto como forma de realização pessoal e afirmação de identidade (SOARES, 2009).

Considerado coleção como “ um conjunto de roupas, acessório ou produtos concebidos e fabricados para venda de aos lojistas ou diretamente aos clientes” (RENFREW, REFREW; 2009, p. 15). o tema escolhido a fim de manter a unicidade entre os produtos e inspirar a criação dos mesmos, deve ser escolhido e desenvolvido de modo a ter como base a/as tendências atuais de moda para determinada estação/evento editadas para se adequar

ao público alvo e desta maneira atingir de forma direta os desejos dos mesmos.

Após o estudo do quais elementos compõem o *briefing* e como ele é montado, foi optado por criar um briefing dirigido para o projeto composto por linguagem verbal e imagética, ou seja, o texto e as imagens de inspiração correlacionadas sobre a temática, público alvo, cartela de cores, etc.

6.2.2. Característica da coleção

Tema: Wonderland's Dream Romance

Palavras-chave: 'Alice no País das Maravilhas', feminino, multicolorido, divertido, lúdico

Características: Romantismo artesanal + lúdico multicolorido

Temáticas, elementos românticos e femininos se harmonizando com ícones lúdicos e cores fortes, dando as peças um estilo moderno e alegre.

Inspirações: a principal inspiração é a história de 'Alice no país das Maravilhas', tendo como foco não só a personagem principal da história, bem como outros personagens e passagens marcantes da história.

A ideia é que cada estampa criada, lembre uma passagem do livro, para que a coleção, sendo apresentada em ordem, conte a história ao mesmo tempo que separadamente remeta diretamente a história.

Modelagem - Foi definida uma modelagem básica, um vestido trapézio em A, sem manga, sem gola o comprimento $\frac{3}{4}$, abaixo do joelho. Primeiro sendo desenvolvido em papel madeira, com a metodologia da autora Sonia Duarte, no livro 'Modelagem industrial brasileira' (2010). Tendo vista que são peças artesanais o encaixe foi feito de maneira a aproveitar melhor o tecido, evitando desperdícios, para que não elevasse o custo da peça.

6.3. Briefing imagético e textual



Figura 05- Capa do *Briefing* (Fonte: desenvolvido pela autora)



Figura 06 - Público-Alvo (Fonte: desenvolvido pela autora)



Figura 07- Tabela de conceitos e inspirações (Fonte: desenvolvido pela autora)



Figura 08 - Análise de similares (Fonte: desenvolvido pela autora)

6.4. MATÉRIA PRIMA UTILIZADA PARA OS TESTES DE LAVAGEM

A compra do material foi feita numa loja especializada em tecidos do centro da cidade de Recife (PE). Uma vez que a matéria prima já havia sido definida no estudo do público alvo, sendo o tecido composto por 100% de algodão, esta etapa constituiu em visitar as principais lojas fornecedoras e constatar em qual a composição do tecido estava correta, qual possuía todas as cores da cartela e qual o menor preço, a fim de garantir o lucro numa possível revenda da peça. Nas três lojas visitadas apenas uma se encaixava em todos os requisitos, sendo o tecido vendido a R\$12,00 o metro.

Sendo a cartela composta em sua maioria por cores vibrantes e sendo a técnica aplique definida pela mistura de vários retalhos de tecido que formam um desenho, misturando as cores, foi observada a necessidade de realizar um teste de lavagem, ou solidez de tingimento, a fim de constatar possíveis manchas pelo desbotamento da cor durante a lavagem da peça.

Para a realização do teste foi utilizada a metodologia citada por Treptow (2005, pag. 125): "O teste de solidez de tingimento é feito costurando-se um pedaço do tecido em teste a um tecido branco e realizando a lavagem da amostra [...]" sendo substituído a amostra de tecido branco, pelo *off-white*, que é o tom usado no projeto.

Todas as amostras foram cortadas num tamanho padrão de 10x10 cm, sendo utilizada a tesoura de picote, a fim de evitar o desfiar do tecido durante o seu manuseio (TREPTOW, 2007).



Figura 11- amostras dos tecidos utilizados para os testes de lavagem (Fonte: Arquivo pessoal)

Após o corte, cada amostra colorida foi costurada a uma *off-white* e, para simular o comportamento do tingimento em uma peça composta por várias cores, foi costurado um mosaico com todas as cores da cartela, simulando assim a lavagem da peça já confeccionada.



Figura 12- amostra colorida costurada a *off-white* e mosaico de cores
Fonte: Arquivo pessoal da autora

As amostras foram lavadas de forma a simular uma lavagem doméstica **á mão**, sendo adicionado sabão em pó. As amostras ficaram submersas na solução um tempo médio de seis horas. Após este tempo foram enxaguadas utilizando água corrente e estendidas, á sombra para secar.



Figura 13- simulação do processo de lavagem doméstica do mosaico de cores.
(Fonte: Arquivo pessoal)

Após a secagem completa, foram passadas a ferro e fotografadas, a fim de registrar possíveis alterações na cor. Para facilitar a comparação entre as amostras antes e depois da lavagem foi montado um mainel com

as amostras **antes** e **depois** posicionadas lado-a-lado. Não sendo observada nenhuma alteração na cor dos tecidos, ou mancha devido ao contato com outras cores.

Antes da lavagem Depois da lavagem



Figura 14- amostras apresentando os efeitos do teste de lavagem (Fonte: desenvolvido pela autora)

6.5. CROQUIS E ESPECIFICAÇÕES DAS PEÇAS



Figura 15 - modelo 01 'Alice's Dream' (Fonte: desenvolvido pela autora)

Com base nos testes de lavagem para as amostras de tecidos utilizadas neste trabalho, foi escolhido como matéria prima o tricoline 100%, de largura 1,40 cm e gramatura 120 gm², sendo todos comprados do mesmo fornecedor, revendido pelas lojas Jurandir Pires, localizada no centro comercial da cidade do Recife. Observando que o tecido utilizado como fundo para as imagens foi escolhido de modo a contrastar e destacar as cores e detalhes das aplicações.

Entretanto, antes da confecção das peças, foi observado que não haveria migração entre os corantes dos tecidos utilizados por estes terem sido testados de acordo com a metodologia de Treptow em seu livro 'Inventando moda - Planejamento de coleção' (2005, pag. 125) o teste foi aplicado nos tecidos que seriam utilizados para confecção da peça e também das aplicações. Para o desenvolvimento desta peça especificamente, foram observadas as imagens de Alice em algumas edições de livros e vídeos,

como mostra a figura acima - número da figura e toda o desenho e modelagem da aplicação foi construída com base nas coleções identificadas na pesquisa de campo.

Salientando as características estéticas da face do personagem, e mantendo as cores do vestuário da mesma, observada como a mesma em todas as ilustrações encontradas da mesma. Apresentação da primeira imagem sob o tema escolhida sendo a representação da figura da personagem principal da história base da coleção, Alice. Elementos característicos da imagem representativa da mesma foram estudados, com base em imagens referentes a história, sendo observado e retratado a boca saliente, o cabelo esvoaçante na cor amarela e a fita no cabelo.

Apesar de usar elementos que permitem o observador compreender o elemento representado na peça, os traços de desenho da autora é bastante presente na customização da peça, representando um estilo pessoal, da mesma, que utilizou retalhos para a produção do vestuário apresentado na Figura abaixo, número z, ganhando força pela utilização do o aplique e o *patchwork*, sendo estas técnicas de customização de têxteis, bastante exploradas durante a segunda guerra, durante a escassez de matéria prima, como forma de inovar o vestuário como apresenta Veillon (2004, p.145). A peça final foi confeccionada no tamanho, 10 anos, sendo este tamanho escolhido por ser a medida média do público alvo, seguindo a tabela de medidas e metodologia de construção de modelagem da autora Duarte(2010).

Para realizar a gradação da peça para tamanhos maiores ou menores, será necessária a um estudo de escala e proporção para a modelagem e para a aplicação.



Figura 16 - modelo 01 'Alice's dream' (Fonte: Arquivo pessoal)



Figura 17 - modelo 02 'Cat's Smile' (Fonte: desenvolvido pela autora)

Ao pesquisar imagens referentes as aventuras de Alice no país das maravilhas, existem alguns personagens que se destacam no enredo, além da personagem principal, dentre eles os que foram considerados como que se destacam pela autora foram o gato e o coelho branco. Estes foram assimilados com imagens de animais que aparecem como estampa localizada em peças da pesquisa de mercado. Segundo Renfrew (2010), o uso de personagens é comum na construção do vestuário infantil, como forma de chamar a atenção dos jovens consumidores, que reconhecem o mesmo. O croqui acima se refere especificamente ao gato, que aparece em momentos de grande dificuldade de Alice, sempre pronto para ajuda-la. Para que o personagem pudesse ser identificado pelo observador e usuário e atraísse sua atenção, foram observadas características que marcantes que o fazem se destacar.

A capacidade de ir se dissolvendo, deixando apenas algumas partes visíveis, e ao sorriso em forma de meia-lua, sempre presente em todas as representações do gato, foram os elementos escolhidos como ponto forte

para representa-lo. A cauda foi representada com espaços faltando, para aplicar a ideia de ele está a desaparecer do vestido e logo a única coisa que veremos dele é o sorriso. As cores que foram utilizadas para representa-lo, foram adaptadas á cartela de cores a fim de manter a unicidade que deve estar presente em coleções, por meio da tabela de cores proposta por Refrew (2010).

O uso de aviamentos como o grilô e botões, serve como forma de inserir novos detalhes ao produto agregando valor, reforçando o caráter artesanal do produto, ponto forte de toda a coleção, pela característica da técnica aplicada aos tecidos como forma de construção da estamparia localizada. Na peça abaixo, especificamente, foram inclusos de maneira a deixar a peça com um caráter lúdico, o grilô, por aparecer entre um recorte de tecidos, quando geralmente é utilizado na barra, ou gola e os botões por representarem os olhos do personagem, dando ao mesmo uma conotação de boneco de tecido, em que essa característica é comum.



Figura 18 - modelo 02 'Cat's Smile' (Fonte: Arquivo pessoal)



Figura 19- modelo 03 'Flamingo's Criquet' (Fonte: desenvolvido pela autora)

Ao invés de ter como inspiração um personagem, que se destaca, a peça ilustrada pela autora, trás como base para a sua criação um momento específico da narrativa. O momento retratado é o capítulo do livro e filmes, em que Alice é convidada pela rainha de copas á uma partida de criquet, acostumada á participar de jogos e conhecendo este em específico, a personagem aceita em participar, sendo surpreendida, no entanto, pelo uso de flamingos ao invés de tacos.

O episódio se torna marcante por esta característica e pelo fato de que a menina não consegue lidar com seu flamingo, sempre perdendo a oportunidade de atingir a bola. O flamingo foi escolhido como símbolo retrativo, por aparecer na pesquisa de mercado e análise de similares, sendo um elemento presente nas coleções de verão com o inserido no tema tropical. Por se tratar de uma coleção de verão, o elemento pode ser utilizado para traduzir a estação. A forma como foram colocados na peça, um de frente para o outro, formando um coração, dá a conotação de lúdica e ao mesmo tempo feminina proposta dentro das especificidades da coleção, dando unicidade quanto ao estilo á coleção condição especificada

como fundamental para a criação de uma coleção eficiente propostas por Refrew (2010) e Treptow (2005).

O detalhe da gola Peter pan, que parece também um coração invertido, foi aplicado ao modelo para demonstrar como aplicações criativa podem atuar como mudança da peça, sem que, entretanto seja alterado a modelagem, assim como sugere a autora Jerry (2009). O estilo romântico da falsa gola foi escolhido para harmonizar com o todo o resto da peça. As pérolas aplicadas tbm a gola e a asa dos flamingos, foram utilizadas a fim de compor um falso Poá, uma vez que a proposta da coleção seria de realizar peças apenas com tecidos lisos, de forma a dar destaque as aplicações. Com a aplicação de contas, também característico da técnica aplique, é possível variar a superfície do próprio tecido, como também sugere Jerry(2009).



Figura 20- modelo 03 'Flamingo's Criquet' (Fonte: Arquivo pessoal)



Figura 21 - modelo 04 'Late Rabbit' (Fonte: desenvolvido pela autora)

O croqui acima, referente ao quarto modelo da coleção, teve como inspiração o personagem do coelho branco, sendo escolhido para ser representado pelos mesmos motivos do personagem do gato no segundo modelo. O coelho é o responsável por Alice ter ido parar no país das maravilhas e é em busca dele que ela é atraída para as mais diversas aventuras. Ao escolher este personagem como elemento a ser reproduzido na peça, foram realizadas várias pesquisas imagéticas, na busca de uma forma a representa-lo de maneira criativa, fugindo das formar obvias. A opção escolhida, foi então, representar um negativo do coelho branco, como se fosse uma sombra, projetada no fundo branco.

Ele é, então, representado como se tocasse trompete para remeter a uma ilustração do livro original de carrol, vestido de arauto da rainha de copas, carrega o estandarte com o símbolo do naipe. O coração é também o elemento de repetição em todas as estampas, sendo utilizado como elemento de unificação, mas principalmente como marca do estilo pessoal da autora, citado por Treptow (2005) e Refrew (2010), como um dos principais elementos que devem ser pensado pelo designer de moda, a fim

de mostrar seu estilo próprio e garantir um posterior reconhecimento do mesmo em outras coleções montadas pelo mesmo.

A barra trabalhada do vestido, foi a forma encontrada para modificar o modelo do vestido sem alterar a modelagem.



Figura 22 - modelo 04 'Late Rabbit' (Fonte: Arquivo pessoal)



Figura 23 - modelo 05 'Queen's Game' (Fonte: desenvolvido pela autora)

Inspirado nas cartas de baralho, presentes no livros e filmes, sobre as aventuras de Alice, como subordinados da rainha de copas, as cartas são um elemento que dentro do contexto da coleção remete a narrativa e ao mesmo tempo se trata de um objeto inusitado em aplicações, expressando na peça final, imagem abaixo, características lúdicas, sendo esta característica estática uma proposta da coleção. Assim como no terceiro, 'Flamingo's Criquet', a aplicação em formato de gola Peter Pan, do croqui acima, serviu como uma forma de modificar o modelo sem alterar a modelagem, enfatizando a função estética da aplicação para a variação do modelo, assim como afirma a autora Jerry (2009).

A cor clara do fundo da peça foi escolhida para destacar as cores fortes das cartas e da gola, evidenciando as aplicações como ponto central da peça. Observa-se que as cores tanto da base como das aplicações encontram-se dentro da cartela de cores, encaixando a peça dentro da linguagem visual da coleção, que segundo Refrew (2010) e Treptow (2005), deve existir em peças que compõe uma mesma coleção.



Figura 24 - modelo 05 'Queen's Game' (Fonte: Arquivo pessoal)



Figura 25- modelo 06 'Tea Time' (Fonte: desenvolvido pela autora)

O sexto modelo da coleção, assim como as demais peças, foi inspirada em um trecho do livro original de Lewis Carroll e em reproduções contemporâneas da história. O momento retratado no croqui acima, especificamente, se trata do momento em que Alice encontra com o chapeleiro maluco e seus amigos e é convidada pelos mesmos a se juntar a eles, na mesa de chá.

Buscando dar a unicidade a coleção, como citado anteriormente, proposto por treptown (2005) e Refrew (2010), que foi composta, principalmente por estampas retratando personagens principais e objetos referentes a história, foram escolhidos objetos presentes na mesa do chá para representar o momento, assim como no quinto modelo, em que as cartas foram retratadas, como forma de expor o conteúdo lúdico da coleção. A fumaça, representação imagética de que existe algo quente, o chá, dentro da xícara é incluída na estampa como forma apoio ao lúdico, ao divertido.

A cor escura da peça foi escolhida para dar destaque aos elementos bordados, especialmente a fumaça, que foi composta por voal, tecido de fibra artificial, composta principalmente por poliéster, com a característica

de ser levemente transparente, para passar a ideia de vaporosidade. Assim como nas demais peças, pela base da peça ser de cor escura, foi confirmado pelo método de lavagem exposto pela autora Treptow (2005), evitando desta forma a possível migração de pigmento, do tricolore azul marinho para os tons mais claros. Observamos na peça abaixo a utilização não só de sobreposição de tecidos para compor a imagem da estampa mas também a utilização de aviamentos para compor a estampa, assim como sugere a autora Jerry (2009), em seu livro '*appliqué your way*'.

A fita de gorgorão e o grilô foram escolhidos, por terem sido observados dentro da pesquisa de mercado como aviamentos comuns em roupas e objetos de decoração no universo de produtos infantis. O que diferencia os aviamentos utilizados na coleção dos comumente vistos, entretanto, são as cores em que foram aplicados. Em tons vibrantes, em contraste entre si, divergindo dos comuns tons pastéis. Apesar desta diferenciação, todos os aviamentos se encaixam na tabela de cores.



Figura 26- modelo 06 'Tea Time' (Fonte: Arquivo pessoal)

Considerações finais

Como visto anteriormente, dentro do referencial teórico, ficou evidente, durante o projeto, a importância dentro do campo de criação de produtos de moda, uma pesquisa prévia quanto ao público alvo que se destina o produto, bem como a realização de análise de similares, não como forma de limitar a criatividade, mas sim de observar, dentro do que já existe no mercado novas possibilidades de produtos, tanto focando em "lacunas", referentes aquilo que ainda não existe no mercado, mas que o público almeja consumir, como para se identificar produtos que são bem aceitos no mercado, sem que haja uma saturação, desta forma criando produtos que serão bem aceitos pelos consumidores.

O principal resultado obtido com o projeto, entretanto, foi observar como o estudo da matéria prima e de técnicas manuais de construção do vestuário, interação na criação e produção de produtos diferenciados repletos de valor emocional, capaz não só de chamar a atenção do consumidor, que se identificará com o produto, mas fazer com que ele reconheça nos símbolos representados pelos bordados a história que se quer passar pela coleção. A roupa funciona dessa forma como uma expressão de identidade, a partir do momento que será escolhida pelo que o usuário quer passar a quem o observa, mas também como uma fantasia, sendo o ponto de ligação de quem a veste, com a história que serviu de base para a criação da peça. Por se tratar de uma coleção infantil, os resultados obtidos, quanto ao quesito da roupa como fantasia imaginativa, é potencializado, podendo ser observado como uma nova forma de abordar o desenvolvimento de vestuário infante.

A forma de construção das estampas, apesar de não se tratar de uma técnica nova, podendo ser observada inclusive em feiras de artesanatos, apresenta uma nova possibilidade ao design, como forma de correlação entre o artesanal e as técnicas criativas ensinadas pelas instituições de ensino e aplicadas na etapa criativa de diversos produtos. A customização têxtil é apresentada, então, como forma de valorizar o produto têxtil, seja pelo meio de estamparias artesanais ou manufaturadas.

Referências

AFONSO, Esmeralda Tomaz. **Beneficiamento de Artigos Têxteis**; Minas Gerais Oficinas Gráficas da Imprensa Universitária Federal de Viçosa, 1985.

BARBOSA, Rita Claudia Aguiar; SOUZA, Walkiria Guedes de; **Vestuário e infância entre as adequações e as determinações sociais** – artigo publicado no Encuentro latinoamericano de Diseño. Actas de Diseño. Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo: 2007 – disponível em: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/encuentro2007/02_auuspicios_publicaciones/actas_diseno/articulos_pdf/A100.pdf

BRAGA, João; **História da moda**; São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2009

DUARTE, Sonia; **Modelagem industrial brasileira**; São Paulo: Editora Cleo Rodrigues, 2010

FEGHALI, Marta Kasznar; **As engrenagens da moda**; Rio de Janeiro, Editora Senac Rio, 2006

GONÇALVES, Eliana e FILHO, José Alfredo Beirão; **Aspectos Ergonômicos: Evolução do vestuário infantil** – artigo publicado no Encuentro latinoamericano de Diseño. Actas de Diseño. Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo: 2007 – disponível em : http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/encuentro2007/02_auuspicios_publicaciones/actas_diseno/articulos_pdf/A6017.pdf

TERRY, Kayte; **Appliqué your way**; San Francisco, Califórnia, Chronicle Books LLC, 2009

LAKATOS, Eva Maria. MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia científica**.4 ed. São Paulo: Atlas, 2004

LANGDON, Nancy J.S e Pollehn, Sabine; **Sewing cloths kids Love: sewing patterns and instructions for boys and girls outfits**; San Fransisco, Califórnia, Creative publishing internacional, Inc., 2010.

LIPOVETSKY, Gilles; **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**; Tradução: Maria Lucia Machado. São Paulo: Editora Companhia da letras, 1989.

POLLINI, Denise; **Breve história da moda**; São Paulo: Editora Claridade, 2007

RENFREW, Elinor e RENFREW Colin; **Desenvolvendo uma coleção**; Tradução: Daniela Fetzer. Porto Alegre: Editora Bookman, 2009

RUBIM, Renata; **Desenhando a superfície**; São Paulo: Edições Rosari, 2010

RÜTHSCHILLING, Evelise Anicet; **Design de Superfície**; Porto Alegre: Ed da UFRGS, 2008

SANT'ANNA, Mara Rúbia; **Teoria de moda: Sociedade, Imagem e consumo**; São Paulo: Editora Estação das letras e cores, 2009

SOARES, Maria Regina Soares; **Moda e consumo: inventando sentidos e produzindo felicidade**, 2009

TREPTOW, Doris; **Inventando moda – Planejamento de coleção**; Santa Catarina: Editora Emporio do livro, 2007

UDALE, Jenny; **Fundamentos do design de moda: tecidos e moda**; Tradução: Edson Furmankiewicz. Porto Alegre : Editora Bookman, 2009

VEILLON, **Dominique**; **Moda e guerra: um retrato da França ocupada**; Tradução: André Telles. Rio de Janeiro: Editora Jorge Zahar, 2004

