UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE ARTES, CIÊNCIAS E HUMANIDADES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM TÊXTIL E MODA

TÂNIA CRISTINA DO RAMO SILVA

**Linguagem visual de estamparias têxteis: análise comparativa de aspectos
semânticos, simbólicos, sintáticos e plásticos em padronagens gráficas
de tecidos para vestuário de usuárias das classes sociais média e alta**

São Paulo

2017

TÂNIA CRISTINA DO RAMO SILVA

Linguagem visual de estamparias têxteis: análise comparativa de aspectos semânticos, simbólicos, sintáticos e plásticos em padronagens gráficas de tecidos para vestuário de usuárias das classes sociais média e alta

Dissertação apresentada à Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo para obtenção do título de Mestre em Ciências do Programa de Pós-graduação em Têxtil e Moda.

Versão corrigida contendo as alterações solicitadas pela comissão julgadora em 28 de setembro de 2017. A versão original encontra-se em acervo reservado na Biblioteca da EACH/USP e na Biblioteca digital de Teses e Dissertações da USP (BDTD), de acordo com a Resolução CoPGr 6018, de 13 de outubro de 2011.

Área de Concentração: Projeto de Têxtil e Moda.

Orientador: Dr. Luís Claudio Portugal do Nascimento

São Paulo

2017

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

CATALOGAÇÃO-NA-PUBLICAÇÃO

(Universidade de São Paulo. Escola de Artes, Ciências e Humanidades. Biblioteca)

Silva, Tânia Cristina do Ramo

Linguagem visual de estamparias têxteis : análise comparativa de aspectos semânticos, simbólicos, sintáticos e plásticos em padronagens gráficas de têxteis para vestuário de usuários das classes média e alta / Tânia Cristina do Ramo Silva ; orientador, Luís Claudio Portugal do Nascimento. – 2017

267 f. : il

Dissertação (Mestrado em Ciências) - Programa de Pós-Graduação em Têxtil e Moda, Escola de Artes, Ciências e Humanidades, Universidade de São Paulo
Versão corrigida

1. Moda. 2. Design. 3. Estamparia. 4. Mulheres. 5. Classe alta. 6. Classe média. I. Nascimento, Luís Claudio Portugal do, orient. II. Título.

CDD 22.ed. – 391

Nome: Silva, Tânia Cristina do Ramo.

Título: Linguagem visual de estamparias têxteis: análise comparativa de aspectos semânticos, simbólicos, sintáticos e plásticos em padronagens gráficas de tecidos para vestuário de usuárias das classes sociais média e alta.

Dissertação apresentada à Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo para obtenção do título de Mestre em Ciências do Programa de Pós-graduação em Têxtil e Moda.

Área de Concentração: Projeto Têxtil e Moda.

Aprovada em: 28/09/2017

Banca examinadora

Prof. Dr. Maria Sílvia Barros de Held
Instituição: Universidade de São Paulo (EACH)

Prof. Dr. Maria Alice Paula Santos
Instituição: Universidade de Guarapuava (UNIGUA)

Prof. Dr. Antônio Busnardo Filho
Instituição: Universidade Guarulhos (UnG)

*A minha amada Mãe, Maria José da Silva,
que me educou, incentivou, apoiou
e sempre esteve ao meu lado. Uma
verdadeira guerreira, meu eterno
agradecimento.*

Agradecimentos

Agradeço a todos aqueles que, de diferentes maneiras, contribuíram para a realização deste trabalho e, de modo especial:

Ao meu amado marido, Ivan Alves, que acompanhou cada momento deste desafio com tolerância, incentivos e apoio durante a minha ausência.

Ao meu queridíssimo orientador e amigo, Luís Cláudio Portugal pelo grande apoio e encorajamento, simpatia e presteza no auxílio às atividades e andamento para conclusão dessa dissertação, sempre com generosidade em compartilhar seus conhecimentos.

A minha amiga Mariana pelo espírito de hombridade, que me acompanhou durante esta jornada, com estímulos, encorajamento e apoio.

A todos os professores que contribuíram para que a pesquisa fosse realizada, em especial a Profa. Dra. Maria Silvia Barros de Held, participante de minha banca de qualificação e também da minha banca de defesa, cujas contribuições foram essenciais para enriquecer a pesquisa.

Também aos demais idealizadores, coordenadores e funcionários da EACH/USP, pelo incentivo ao estudo e pesquisas na área de ciências sociais focada em moda.

E, finalmente, a Deus, por sempre me conceder sabedoria nas escolhas, coragem para acreditar e força para não desistir. E ainda pela oportunidade e pelo privilégio que me foi dado em compartilhar tamanha experiência.

“Que as palavras que falo não sejam ouvidas como prece, nem repetidas com fervor, apenas respeitadas como a única coisa que resta a um homem inundado de sentimentos, pois metade de mim é o que ouço a outra metade é o que calo.”

Oswaldo Montenegro

RESUMO

SILVA, Tânia Cristina do Ramo. **Linguagem visual de estamparias têxteis**: análise comparativa de aspectos semânticos, simbólicos, sintáticos e plásticos em padronagens gráficas de tecidos para vestuário de usuárias das classes sociais média e alta. 2017. 267 f. Dissertação (Mestrado em Ciências, Programa Têxtil e Moda) – Escola de Artes, Ciências e Humanidades, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2017. Versão corrigida.

Esta pesquisa objetivou identificar padrões formais, plásticos, sintáticos, semânticos e simbólicos eventualmente mais característicos de estamparias têxteis voltadas ao vestuário de usuárias das classes sociais média e alta. O estudo, de natureza mista, quantitativa e qualitativa, apresentou caráter essencialmente fenomenológico, buscando percepções de usuárias e especialistas (designers), ao comparar padronagens de estamparias gráficas utilizadas por mulheres das classes sociais média e alta. Do ponto metodológico, a pesquisa foi dividida em três estágios principais. Em um primeiro estágio foram selecionadas quatrocentas amostras de imagens de estampas voltadas para usuárias das classes média e alta, sendo duzentas amostras de cada classe. Estes dois grupos de duzentas amostras foram, então, reduzidos, aleatoriamente, a dois grupos de vinte amostras. Cada amostra, a partir deste ponto, foi minuciosamente isolada e abstraída do desenho da roupa, da pessoa que a estivesse trajando e de seu entorno, evitando-se variáveis contaminantes. No segundo estágio, as vinte amostras, já isoladas e abstraídas, foram individualmente apresentadas a especialistas (designers), com objetivo de estimulá-los a verbalizar categorias conceituais que pudessem ser utilizadas como norteadoras de um diferencial semântico a ser elaborado no terceiro estágio. Por fim, no terceiro estágio, sete amostras de cada um dos dois grupos foram reunidas, aleatoriamente, e apresentadas a dois grupos de respondentes (especialistas e usuárias) de maneira a atribuírem valores numéricos de “1” a “5” quanto a dez parâmetros (bipolarizados) induzidos a partir das análises obtidas dos dados oferecidos por especialistas no segundo estágio. Participaram do terceiro e último estágio 55 respondentes, sendo seis designers e 49 usuárias. Os resultados deste estudo foram, então, estratificados em vários quadros, entre os quais: amostras apenas da classe média, com respostas de especialistas e de usuárias; amostras apenas da classe alta, com respostas de especialistas e de usuárias; amostras da classe média e da classe alta, com respostas apenas de especialistas; amostras da classe média e da classe alta, com respostas apenas de usuárias; e amostras da classe média e da classe alta, com respostas da média de especialistas e usuárias. O cruzamento geral destas várias estratificações revelou singular e pouco antecipada convergência das respostas de especialistas e de usuárias sobre padrões de estampas têxteis atribuídos às classes média e alta. Notou-se, por exemplo, coincidências acentuadas nas respostas nas categorias “simbólico/literal”, “cromático/acromático”, “sofisticado/rústico”, “linear/aleatório”, “clássico/moderno” e “geométrico/orgânico”, entre amostras de padronagens têxteis voltadas às usuárias das classes média e alta. Divergências discretas foram, entretanto, observadas nas categorias “equilibrado/desequilibrado”, “simetria/assimetria”, “comum/incomum” e “figurativo/abstrato”. Este estudo conclui que variações qualitativas no vestuário das classes média e alta estariam, portanto, localizadas menos no âmbito das características formais, semânticas, simbólicas e estéticas das padronagens têxteis, residindo, muito possivelmente, sobretudo, na qualidade da impressão, acabamento, coloração, fiação, tecelagem, costura e em minúcias de seus desenhos apenas perceptíveis pela proximidade física e tátil dos referidos tecidos e peças de vestuário.

Palavras-chave: Estamparia têxtil. Design de superfície. Design de moda. Desenho têxtil. Classes média e alta.

ABSTRACT

SILVA, Tânia Cristina do Ramo. **Visual language in graphic textile design: comparative analysis of semantic, symbolic, syntactic and formal aspects of graphic patterns in clothing fabric for female middle and upper class users.** 2017. 267 f. Dissertation (Master of Science, Textile and Fashion Program) - School of Arts, Sciences and Humanities, University of São Paulo, São Paulo, 2017. Corrected version.

This research aimed to identify formal, syntactic, esthetic, semantic, and symbolic patterns possibly more closely associated with textile designs geared to the clothing of female middle and upper class users. The study, of a mixed nature, combined both the quantitative and qualitative approaches. It was of an essentially phenomenological character, searching for the perceptions of both users and design specialists, as they compared graphic design patterns utilized in the clothing of middle and upper class women. From a methodological standpoint, the study was divided into three main stages. In the first stage, 400 samples of photographs of textile design geared to female middle and upper class users, 200 corresponding to each group, were randomly selected from a variety of sources. Out of these two groups, another selection was then randomly conducted as well, narrowing both groups down to 20 samples each. Each textile sample, at this point, was thoroughly isolated and taken from the actual design of the clothing, from the person who might be wearing it and from its surroundings, therefore avoiding contaminant variables. In the second stage, those 20 samples, already isolated and taken out of their surroundings, were individually shown to textile and fashion design specialists, aiming to stimulate them to verbalize conceptual categories that could be utilized to guide the elaboration of a semantic differential in the third stage. Finally, in the third stage, seven samples from each of these two groups were randomly ordered and displayed to two groups of participants (design specialists and users). They were asked to grade them with numeric values from “1” through “5” regarding ten parameters (bipolarized) which were previously developed based on data provided by design specialists during the second stage. In this final stage, 55 respondents took part, six of which were design specialists and 49 of which were users. The results of this research were then stratified and displayed into various tables and charts, amongst which were: exclusively middle-class samples, featuring answers of both design specialists and users; exclusively upper-class samples, featuring answers of both design specialists and users; samples of both middle and upper class, featuring answers exclusively of design specialists; samples of both middle and upper class, featuring answers exclusively of users; and, finally, samples of both middle and upper class, featuring combined answers of design specialists and users. Cross-referencing of the various data stratifications revealed a unique and little-anticipated convergence of answers from both design specialists and users regarding textile graphic patterns linked to either middle or upper class clothing. Significant, coinciding patterns of responses were noted in conceptual categories such as “symbolic/literal”, “chromatic/achromatic”, “sophisticated/rustic”, “linear/random”, “classic/contemporary” and “geometric/organic”, among samples of graphic textile patterns associated with middle- and upper-class female users. Discrete divergences were identified, however, in categories such as “balanced/unbalanced”, “symmetrical/asymmetrical”, “plain/rare” and “figurative/abstract”. This study, then, reached the conclusion that qualitative variations in graphic design patterns in clothing of middle- and upper-class female users might, therefore, occur less in the realm of the studied formal, semantic, symbolic and aesthetic graphic textile patterns, as they seem to most likely reside, above all, in the printing quality, finishing, coloring, threading, weaving, sewing and in minute drawing details of the actual graphic textile patterns which can only be ascertained and appreciated by means of physical and tactile proximity to these graphic patterns and the actual clothing itself.

Key-words: Textile design. Surface design. Fashion design. Middle and upper class.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Gruta de Rodésia.....	39
Figura 2 – Carimbos de madeira colombiano.....	40
Figura 3 – Roupas listradas, uniformes utilizados nos campos de concentração.....	41
Figura 4 – Ilustração 1890 – vestido estampado com flores.....	43
Figura 5 – Mrs. J.P. Morgan (1905-06) – Óleo Sobre Tela – John Singer Sargent ..	46
Figura 6 – Die Tänzerin (the dancer), 1916 – Óleo sobre tela – Gustav Klimt	46
Figura 7 – Revista <i>Les Modes</i> , vestido de gala estampado, 1902, Maggy Rouff.....	47
Figura 8 – <i>Les demoiselles d'Avignon</i> – 1907, Pablo Picasso.....	49
Figura 9 – Sônia Delaunay.....	51
Figura 10 – Estampas de Sônia Delaunay.....	51
Figura 11 – Andy Warhol.....	52
Figura 12 – Pablo Picasso.....	52
Figura 13 – Elsa Schiaparelli.....	54
Figura 14 – Vestido <i>Lobster</i> , 1937 (Vestido Lagosta).....	54
Figura 15 – Casaco de Pauline Trigère com estampa quadriculada.....	56
Figura 16 – Dorian Leigh em <i>Swimwear</i> por Joset Walker.....	57
Figura 17 – Vestido África – Christian Dior.....	58
Figura 18 – Horrockses, vestidos de uso diário.....	59
Figura 19 – Vestido Horrockses, 1940.....	60
Figura 20 – Marilyn Monroe, Audrey Hapburn e Briget Bardou, celebridades 1950..	61
Figura 21 – Marilyn Monroe, 1951 – Estampas de poás (bolas).....	61
Figura 22 – Jackie Kennedy, 1960.....	63
Figura 23 – Vestido floral, Emanuel Ungaro, 1960.....	64
Figura 24 – Roupas listradas, minissaia – André Courrèges.....	65
Figura 25 – Andy Warhol, Campbell's Tomato Soup 1962.....	67
Figura 26 – Vestido Soup Campbell, 1962 – Andy Worhol.....	68
Figura 27 – Zebras, versão preto e branco, Victor Vasarrelly.....	69
Figura 28 – Grace Coddington, estampa <i>Op Art</i> , 1965.....	69
Figura 29 – Vestido e Casaco, Valentino.....	70
Figura 30 – Vestido <i>Double D</i> , Foale & Tuffin, Jenny Boyd, 1966.....	71
Figura 31 – Vestidos de Betsey Johnson para Paraphernalia, 1965.....	71
Figura 32 – Vestido Mondrian, 1965 – Por Yves Saint Laurent.....	72

Figura 33 – Vestido Matisse por Yves Saint Laurent.....	72
Figura 34 – Os cáftãs estampados, multicoloridos e esfuziantes de Emílio Pucci....	73
Figura 35 – Roupas em malha com desenho em Ziguezague, 1970.....	74
Figura 36 – Macacão com estampa orgânica, 1967, Ossie Clark.....	75
Figura 37 – Vestido com estampa orgânica, Zandra Rhodes, 1969/70.....	77
Figura 38 – Estilo Punk, 1970.....	78
Figura 39 – Casaco, coleção Bruxas, 1983/84, Viviane Westwood.....	79
Figura 40 – Vestidos estampados, Kenzo, 1981.....	80
Figura 41 – Desfile Donna Karan, 2014/15.....	81
Figura 42 – Grupo de hip-hop <i>Salt’n’pepa</i>	82
Figura 43 – Gianni Versace, vestido inspirado em bandeiras, 1991.....	83
Figura 44 – Vestido floral, Jean Paul Gautier, 2006.....	83
Figura 45 – <i>Smile</i> , estampa localizada.....	84
Figura 46 – Ensaio Vogue, Xadrez Tartan “Grunge and Glory”, Por Steven Meisen, com Naomi Campbell e Kriste McMeamy, 1992.....	85
Figura 47 – Vestido estampado, John Galliano, 2007.....	87
Figura 48 – Desfile Dries Van Noten, 2006.....	87
Figura 49 – Plato’s Atlantis, Alexandre McQueen, 2010.....	88
Figura 50 – Michele Obama, por Alexander McQueen, 2011.....	89
Figura 51 – Conceito Punk, desfile 2010.....	90
Figura 52 – Estampas com padrão linear, Prada, 2012.....	91
Figura 53 – Designer de estampas e estilista Mary Katrantzou.....	92
Figura 54 – Estampa com estudo de silhueta, Mary Katrantzou.....	93
Figura 55 – Representação da tríade de Pierce.....	98
Figura 56 – Estampas numéricas.....	111
Figura 57 – Estampa listrada, Marc Jacobs, 2012.....	113
Figura 58 – Estampas Xadrez Burberry, padronagem criada e patenteada desde 1924.....	114
Figura 59 – Estampa de estrelas, Dolce & Gabbana, 2011.....	115
Figura 60 – Estampas com desenhos de frutas.....	117
Figura 61 – Anitta, show em Minas Gerais.....	119
Figura 62 – Estampa Sakura, Armani Privé, com flores de cerejeira, homenagem ao Japão.....	119
Figura 63 – Estampa com desenho de pimenta, Dolce & Gabbana, 2011.....	121

Figura 64 – Vestido com desenho de folha de bananeira, Dolce & Gabbana, 2017.....	121
Figura 65 – Estampas de <i>animal-print</i>	122
Figura 66 – Estampa lúdica com desenhos de gatos.....	125
Figura 67 – Estampa lúdica com desenho de coruja e outros elementos plásticos.....	126
Figura 68 – Estampa com desenho de pavão estilizado.....	126
Figura 69 – Plato's Atlantis, Alexandre Macqueen, 2010.....	127
Figura 70 – Estampa lúdica com desenhos de Unicórnios - Antix®.....	129
Figura 71 – Alusão ao Holocausto.....	130
Figura 72 – Estampa figurativa, desenhos do cotidiano escravo inspirado na obra de Debret.....	131
Figura 73 – Camiseta, Forever 21®.....	132
Figura 74 – <i>White is the new black</i> Fonte.....	133
Figura 75 – Camiseta, Asus®.....	134
Figura 76 – Blusa, Urban Outfitters®.....	134
Figura 77 – Harmonia por analogia, Christian Lacroix, 2002.....	135
Figura 78 – Harmonia Complementar.....	135
Figura 79 – Escala acromática, Kate Perry.....	136
Figura 80 – Escala neutra simbolizando a paz.....	137
Figura 81 – Harmonia Tríade.....	138
Figura 82 – Ponto – é a menor unidade visual.....	143
Figura 83 – Tensão e respiro.....	146
Figura 84 – Contraste por proporção e analogia de cor e tensão e respiro.....	147
Figura 85 – Estampas com grandes repetições, Adriana Barra, 2015.....	148
Figura 86 – Módulo com <i>rapport</i> é a menor unidade de um padrão.....	149
Figura 87 – <i>Rapport</i> com ritmo linear, repetição de um módulo em rotação.....	150
Figura 88 – Tipos de <i>Rapport</i>	151
Figura 89 – Estampa localizada – sublimação.....	153
Figura 90 – Manipulação de imagem, representação de madeira.....	157
Figura 91 – Imagens técnicas - estampas produzidas no computador.....	159
Figura 92 – Imagens técnicas - estampas produzidas no computador.....	159
Figura 93 – Imagens de perfis de usuárias <i>Facebook</i> – classe alta.....	205
Figura 94 – Kate Middleton, estampa de poás.....	206
Figura 95 – Paola Oliveira, estampa listrada.....	206

Figura 96 – Imagens de usuárias, sites/coluna social – classe alta.....	207
Figura 97 – Imagens de usuários em sites – classe alta.....	208
Figura 98 – Imagens de usuárias, sites/coluna social – classe alta.....	208
Figura 99 – Perfis de usuárias <i>Facebook</i> – Classe média.....	209
Figura 100 – Perfis de usuárias <i>Facebook</i> – Classe média.....	210
Figura 101 – Perfis de usuárias <i>Facebook</i> – Classe média.....	211
Figura 102a – Amostras de imagens em estamparias para o subproblema 1.....	213
Figura 102b – Amostras de imagens em estamparias para o subproblema 1.....	214
Figura 102c – Amostras de imagens em estamparias para o subproblema 1.....	215
Figura 103a – Amostras de imagens em estamparias para o subproblema 2.....	216
Figura 103b – Amostras de imagens em estamparias para o subproblema 2.....	217
Figura 103c – Amostras de imagens em estamparias para o subproblema 2.....	218
Figura 104 – Grupo A – estampas classe alta (subproblema 2).....	225
Figura 105 – Grupo B – estampas classe média (subproblema 1).....	225

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Tabulação de dados das seções quantitativas – questionário 3.....	198
Tabela 2 – Síntese de dados obtidos em revistas de moda (Propagandas).....	204
Tabela 3 – resumo de dados obtidos em perfis de usuárias do <i>Facebook</i> e sites de coluna social (subproblemas 1 e 2).....	211
Tabela 4 – Análise simples das imagens levantadas no ciclo 1 e 2.....	219
Tabela 5 – Compilação de dados concernentes ao grupo A e grupo B (usuárias).	222
Tabela 6 – Compilação de dados concernentes ao grupo A e grupo B (designers).....	223
Tabela 7 – Definição de categorias para o diferencial semântico.....	225
Tabela 8 – Cálculo de média ponderada.....	234
Tabela 9 – Exemplo de cálculo das categorias conceituais.....	234
Tabela 10 – Média ponderada concernentes as classes sociais média e alta.....	237

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Unidade significativa.....	103
Quadro 2 – Mensagem.....	104
Quadro 3 – Cronograma	167
Quadro 4 – Estrutura metodológica da pesquisa.....	168
Quadro 5 – Estimativa dados coletados.....	169
Quadro 6 – Ciclo 0: metodologia (quanti-qualitativa) de levantamento de dados...	172
Quadro 7 – Questionário 1 Estrutura do questionário voltado aos profissionais Da área.....	173
Quadro 8 – Questionário 2: estrutura do questionário semiestruturado – usuárias.	174
Quadro 9 – Questionário 3: semiestruturado com imagens para usuárias.....	175
Quadro 10 – Ciclo 1: referente ao levantamento de amostras visuais: (subproblema 1 e subproblema 2).....	182
Quadro 11 – Ciclo 2: Processo de indução das categorias (qualitativo).....	185
Quadro 12 – Ciclo 3: verificação de recepção com usuárias (quantitativo).....	188
Quadro 13 – Observação sistemática: revista Elle.....	201
Quadro 14 – Observação sistemática: revista Uma.....	202
Quadro 15 – Observação sistemática: revista Estilo de vida (<i>instyle</i>).....	202
Quadro 16 – Observação sistemática: Revista Harpers Bazaar Brasil.....	203
Quadro 17 – Seleção de imagens em estamparias para o ciclo 3 – classe média..	220
Quadro 18 – Seleção de imagens em estamparias para o ciclo 3 – Classe alta.....	221

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1	Resultado geral em estilos de desenhos em estampas (usuárias).....	196
Gráfico 2	Percepções em aspectos plásticos em estamparias (usuárias).....	197
Gráfico 3	Grupo A: amostra 1 (classe alta).....	226
Gráfico 4	Grupo A: amostra 4 (classe alta).....	227
Gráfico 5	Grupo A: amostra 6 (classe alta).....	227
Gráfico 6	Grupo A: amostra 8 (classe alta).....	228
Gráfico 7	Grupo A: amostra 9 (classe alta).....	229
Gráfico 8	Grupo A: amostra 10 (classe média).....	229
Gráfico 9	Grupo A: amostra 11 (classe média).....	230
Gráfico 10	Grupo B: amostra 2 (classe média).....	230
Gráfico 11	Grupo B: amostra 3 (classe média).....	231
Gráfico 12	Grupo B: amostra 5 (classe média).....	231
Gráfico 13	Grupo B: amostra 7 (classe média).....	232
Gráfico 14	Grupo B: amostra 12 (classe média).....	232
Gráfico 15	Grupo B: amostra 13 (classe média).....	233
Gráfico 16	Grupo B: amostra 14 (classe média).....	233
Gráfico 17	– Respostas específicas da classe média e alta (designers).....	239
Gráfico 18	– Respostas específicas da classe média e alta (usuárias).....	240
Gráfico 19	– Respostas específicas da classe alta entre usuárias e designers.....	241
Gráfico 20	– Respostas específicas da classe média entre usuárias e designers..	242
Gráfico 21	– Síntese final entre as respostas específicas da classe média e classe alta concernentes as usuárias e designers.....	243
Gráfico 22	– Síntese final entre a classe social média e classe social alta.....	244

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO AO ESTUDO.....	21
1.1 CARACTERIZAÇÃO GERAL DA PESQUISA.....	24
1.2 OBJETO DA PESQUISA	24
1.3 PROBLEMA FUNDAMENTAL.....	24
1.4 OBJETIVO GERAL E ESPECÍFICO	25
1.4.1 Objetivo geral.....	25
1.4.2.1 Subproblema 1.....	25
1.4.2.2 Subproblema 2.....	25
1.4.2.3 Subproblema 3.....	26
1.5 JUSTIFICATIVA DA PESQUISA.....	26
1.6 DEFINIÇÕES DA PESQUISA.....	26
1.7 PRESSUPOSIÇÕES.....	27
1.8 DELIMITAÇÕES DA PESQUISA.....	28
1.8.1 Definição das classes sociais.....	28
1.8.2 Delimitação das vestimentas.....	29
1.8.3 Delimitação de valores estéticos e outros.....	30
2 QUADRO REFERENCIAL TEÓRICO.....	31
2.1 INTRODUÇÃO A EVOLUÇÃO DA ESTAMPA: SINCRONIZANDO PADRÕES NA SOCIEDADE.....	31
2.1.1 Segmentando padrões na sociedade.....	32
2.1.2 Estratificando a imagem (estampada) e a moda.....	36
2.2 ESTAMPARIAS TÊXTEIS: EXPRESSÕES, ESTILOS, TIPOS E PROCESSOS.....	38
2.2.1 A estampa no século XX: arte e estilização das formas.....	45
2.2.2 Décadas de 1900 a 1914.....	47
2.2.3 Década de 1920.....	51
2.2.4 Década de 1930.....	53
2.2.5 Década de 1940.....	55
2.2.6 Década de 1950.....	60
2.2.7 Década de 1960.....	62
2.2.8 Década de 1970.....	75
2.2.9 Década de 1980.....	79

2.2.10	Década de 1990.....	83
2.2.11	A estampa nos anos 2000.....	86
2.2.12	A estamparia contemporânea.....	93
2.3	INTRODUÇÃO AO ESTUDO.....	94
2.3.1	Semântica: signifiante e significado à imagem estampada.....	94
2.3.2	Imagem e linguagem.....	99
2.3.3	Linguagem de moda e a imagem.....	104
2.4	O MUNDO DAS ESTAMPAS TÊXTEIS: ESTILOS E SIGNIFICADOS.....	110
2.4.1	Estampas numéricas.....	111
2.4.2	Estampas figurativas – geométricas.....	112
2.4.3	Estampas figurativas – orgânicas.....	115
2.4.4	Estampas figurativas: da pele ao <i>animal-print</i>	122
2.4.5	Estampas lúdicas.....	123
2.4.6	Insetos estampados.....	127
2.4.7	Figuras sobrenaturais.....	128
2.5	REPRESENTAÇÕES SIMBÓLICAS: ESTAMPAS POLÊMICAS.....	129
2.6	SIMBOLOGIA CROMÁTICA.....	134
2.7	MÉTODOS DE ESTAMPARIA TÊXTIL.....	138
2.8	FUNDAMENTOS DO DESIGN GRÁFICO E A SUPERFÍCIE ESTAMPADA....	140
2.8.1	O ponto.....	143
2.8.2	Textura.....	143
2.8.3	Harmonia e equilíbrio.....	144
2.8.4	Ritmo.....	145
2.8.5	Tensão e respiro.....	145
2.8.6	Contraste e proporção.....	145
2.9	FUNDAMENTOS DO DESENHO EM SUPERFÍCIES GRÁFICAS TÊXTEIS...	147
2.9.1	Definição moderna: Design de superfície.....	154
2.10	IMAGEM ALÉM DA IMAGEM ESTAMPADA.....	155
3	MÉTODO DE PESQUISA.....	161
3.1	CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO DA PESQUISA.....	164
3.1.1	Cronograma geral efetivo do programa de mestrado e da pesquisa.....	167
3.1.2	Quadro sinótico: estrutura geral da pesquisa.....	168
3.1.3	Estimativa do volume de dados coletados em relação ao planejado.....	169
3.1.4	Considerações acerca do problema fundamental.....	170

3.1.4.1 Pergunta fundamental norteadora.....	170
3.1.4.2 subproblema 1.....	171
3.1.4.3 subproblema 2.....	171
3.1.4.4 subproblema 3.....	171
3.2 CRONOGRAMA DA PESQUISA: DIVISÃO EM CICLOS.....	171
3.2.1 Coleta de dados ciclo 0: subproblema 1 e 2.....	172
3.2.1.1 Roteiro norteador de entrevistas.....	172
3.2.2 Técnicas de tratamento: questionários – subproblemas 1 e 2.....	177
3.2.3 Coleta de amostras: subproblemas 1 e 2.....	178
3.2.3.1 Seleção das fontes de dados.....	179
3.2.3.2 Seleção dos profissionais (designers).....	179
3.2.3.3 Seleção da rede social.....	180
3.2.3.4 Seleção das revistas de moda.....	180
3.2.3.5 Seleção das lojas virtuais.....	180
3.3 CICLO 1: LEVANTAMENTO DE INFORMAÇÕES E IMAGENS	
(SUBPROBLEMAS 1 E 2).....	182
3.3.1 Técnicas de tratamento: seleção das amostras (subproblemas 1 e 2)...	182
3.3.2 Indagações exploratórias referentes aos subproblemas 1 e 2.....	183
3.3.2.1 Em relação aos aspectos semânticos.....	183
3.3.2.2 Em relação aos aspectos simbólicos.....	183
3.3.2.3 Em relação aos aspectos plásticos.....	183
3.3.2.4 Em relação aos aspectos estéticos.....	184
3.3.2.5 Em relação aos aspectos técnicos.....	184
3.4 CONSIDERAÇÕES SOBRE O CICLO 2.....	184
3.4.1 Roteiro norteador de entrevistas e grupo focal.....	185
3.4.2 Técnicas de tratamento: grupo focal para os subproblemas 1 e 2.....	186
3.4.3 Indagações exploratórias: grupo focal para os subproblemas 1 e 2.....	186
3.4.3.1 Em relação aos aspectos semânticos.....	186
3.4.3.2 Em relação aos aspectos simbólicos.....	187
3.4.3.3 Em relação aos aspectos plásticos.....	187
3.4.3.4 Em relação aos aspectos estéticos.....	187
3.4.4 Cotejamento das categorias conceituais.....	187

3.5 CONSIDERAÇÕES SOBRE O CICLO 3: DIFERENCIAL SEMÂNTICO – SUBPROBLEMA 3.....	188
3.5.1 Roteiro norteador do questionário: diferencial semântico.....	188
3.5.2 Técnicas de tratamento voltados ao subproblema 3.....	188
3.5.3 Indagações exploratórias referentes ao ciclo 3 (subproblema 3).....	189
3.5.3.1 Em relação aos aspectos semânticos.....	189
3.5.3.2 Em relação aos aspectos simbólicos.....	189
3.5.3.3 Em relação aos aspectos plásticos.....	189
3.5.3.4 Em relação aos aspectos estéticos.....	190
4 RESULTADOS.....	191
4.1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS SOBRE OS RESULTADOS.....	191
4.1.1 Ciclo 0: resultados correspondentes aos subproblemas 1 e 2.....	192
4.1.1.1 Questionário 1: profissionais da área (designers).....	192
4.1.2 Questionários 2 e 3 voltados as usuárias: subproblemas 1 e 2.....	194
4.1.2.1 Aspectos observados: semânticos, simbólicos e plásticos.....	196
4.2 CICLO 1: IMAGENS EM ESTAMPARIA PARA OS SUBPROBLEMAS 1 E 2..	199
4.2.1 Resultados: revistas de moda, classe média e classe alta.....	199
4.2.2 Resultados: rede social /coluna social (subproblema 2).....	204
4.2.2.1 Aspectos observados: semânticos, simbólicos e plásticos.....	205
4.2.3 Resultados: rede social (Facebook) concernentes ao subproblema 1..	209
4.2.3.1 Aspectos observados: semânticos, simbólicos e plásticos.....	209
4.2.4 Resultados: lojas virtuais concernentes ao subproblema 1 e 2.....	212
4.2.5 Resultado final das imagens levantadas no ciclo 1.....	218
4.3 CICLO 2: SELEÇÃO DAS IMAGENS EM ESTAMPARIA (GRUPO FOCAL E ENTREVISTAS.....	220
4.3.1 Ciclo 2: síntese e compilação de expressões, termos e metáforas mais notáveis identificados nas observações das respondentes.....	221
4.3.2 Resumo das associações dos entrevistados.....	224
4.4 CICLO 3: RESULTADOS OBTIDOS PARA O SUBPROBLEMA 3.....	224
4.4.1 Gráficos concernentes a resultados do grupo A (classe social alta).....	226
4.4.2 Gráficos concernentes a resultados do grupo B (classe social média).230	230
4.4.3 Média ponderada das categorias indutivas.....	234
5 CONCLUSÃO.....	245
REFERÊNCIAS.....	249

1 INTRODUÇÃO AO ESTUDO

Desde os primórdios da humanidade o setor têxtil já se manifestava culturalmente e artisticamente criando uma exata ligação entre a imagem, a roupa e o sujeito. Neste compasso, a literatura em linguagem visual de estamparias têxteis sugere a necessidade de investigações acerca de questões mais aprofundadas em criações visuais destinadas a padronagens gráficas têxteis em vestuário feminino. As estampas têm o poder de ilustrar a história da moda. São as mais variadas composições imagéticas voltadas a um determinado público, trazendo informações de época, desenhando padrões representativos do cenário sociocultural, em que as questões sociais são abordadas no campo visual com provocações delineadas com emoção, por meio de figuras/desenhos simbólicos ou não.

A imagem se tornou importante com o passar do tempo e é impossível retroceder. Torna-se necessário compreender o que as imagens dizem, pois assim como uma estampa – que é uma imagem impressa –, elas trazem composições que dependem não só de entendimento histórico, mas também do entendimento simbólico e bagagem cultural do indivíduo, visto que, essas imagens também podem representar a identidade do sujeito. As imagens trazem o passado e o futuro numa concepção de presente, como algo novo em busca de inspiração em todo momento, assinam e resgatam histórias, de idas e vindas das artes e das modas.

O estudo em estamparias têxteis vem crescendo no mundo da moda, porém as pesquisas geram as mesmas concepções voltadas à origem e ao estudo normativo em design de superfície e suas concentrações. O presente estudo não é uma investigação estética das estampas e suas tendências dentro da moda; o objetivo foi analisar de maneira descritiva-normativa dentro da área da semântica, ou seja, analisar as questões de sintaxe visual na composição criativa da imagem, simbologias e aspectos semânticos, em que se classifica o fenômeno da moda em roupas estampadas. A pesquisa não ilumina encontrar sintagmas de psicologia ou uma sociologia da imagem, mas apenas reações das usuárias e sua relação com suas vestimentas, buscando entender os aspectos do fenômeno da moda em estampas.

Diante de tanta informação aferida por meio da tecnologia e das novas mídias, seria possível o indivíduo identificar, facilmente, o meio em que vive? Ou todos os fatos são perceptíveis à sua volta? O que se pode entender acerca dos objetos que é consumido? Quais aspectos relevantes são utilizados para abraçar um determinado produto? É interessante observar que a sociedade está imersa em um mundo exposto a tecnologia de informação que abarca conceitos atrelados a imagens, objetos, estímulos, concomitante as políticas, economia, moda e educação.

Os indivíduos são orientados por imagens a todo instante e para todos os processos imagéticos há um procedimento criativo. Assim é possível reconhecer por meio da interpretação visual, focando nas cores, nas formas, na composição dos elementos sintáticos, em que a percepção é o fenômeno principal que envolvem aspectos voltados à criatividade, à sensibilidade e à expressão.

Quando uma roupa é estampada por meio de técnicas simples ou mais sofisticadas, pode-se observar que para cada sujeito existe uma representação em todos os aspectos que envolvem várias formas de arte, seja ela em linguagem diacrônica ou sincrônica, e o principal aspecto é a representação de uma ideia por meio de símbolos, linhas, formas, cores e composição dos elementos visuais. Leva-se em conta que tudo persiste na imagem, visto que 90% das pessoas são visuais.

Todo artista, seja ele visual ou não possui características importantes para definir seu projeto, não utilizando apenas da dimensão técnica, mas também artística, abordando conceitos de criatividade, imaginação, harmonizando elementos visuais.

As roupas estampadas possuem características estéticas voltadas ao simbolismo, que envolvem parâmetros significativos para o seu desenvolvimento, muitas vezes com design arrojado, trazendo informações lineares ou aleatórias sobre um determinado período, trazendo novos conceitos, por meio da sua composição visual, expressividade das formas e cores, porém sempre fundamentadas em estilos de vida e nas tendências de moda.

Desta forma, a imagem está relacionada à vida das pessoas, como em um livro, uma poesia, uma roupa estampada ou um comercial de televisão, são provocações

imagéticas que trazem significados para as formas compositivas, externando pensamentos e emoções, trazendo desde o bom gosto a sensibilidade.

A moda pode ser considerada uma maneira expressiva e natural no campo antropológico, pois pode revelar o comportamento humano, por meio das formas, cores e imagens, trazendo ritmos imagéticos. É uma linguagem única, elaborada por meio de elementos diversos. Assim, ao examinar o papel das estampas como representações simbólicas nas classes sociais, observou-se que ela vai além da expressão estética, mas também externar sentimentos e a relação do indivíduo perante a sociedade.

Quando se fala em estampa, é necessário interpretar/entender suas composições. Em primeiro lugar vem a formação da imagem, e a imagem por vezes carrega atributos de um fenômeno novo que acontece por conta da globalização e da modernidade. Em segundo lugar a imagem está conectada ao mundo moderno, é um produto da sociedade tecnológica, pois se houver censura da imagem seria como condenar a modernidade. E em um terceiro momento a imagem também é um veículo que representa as várias transposições do mundo real e imaginário, quebrando tabus, afetos, forças irracionais e instintivas, mas ainda se dissemina de modo incontrolado, trazendo preocupações a todo sistema de ideias organizadas.

A moda estabelece relações entre o mundo pessoal e a sociedade, entre eles existe diálogo construtivo e ininterrupto. Assim como a Arte, ela estabelece relações entre o indivíduo e o mundo exterior, construindo diálogos construtivos e ininterruptos. Quando se escolhe uma roupa, busca-se associações que representem sua identidade, é algo que transmite significado, traz reflexões acerca da realidade e do sentimento de quem a veste.

Esta pesquisa constitui-se de uma investigação comparativa de reconhecimento no campo do design de superfície, estamparias têxteis, em que analisa imagens criadas para estamparias de moda, no que diz respeito às percepções, buscando identificar aspectos semânticos, simbólicos, plásticos e sintáticos em padronagens gráficas de estampa de tecidos para vestuário feminino. Além de analisar as particularidades de uma estampa destinada as classes sociais média e alta,

na cidade de São Paulo, por meio de uma investigação qualitativa e quantitativa de caráter semântico, baseada em pesquisa de exploração do campo visual descritiva do ponto de vista de usuárias e suas preferências visuais, para identificar características mais notáveis em imagens de estamparia e sua relação com suas roupas estampadas. E assim contribuir e instruir profissionais da área de moda e indústria têxtil a construir estampas exclusivas, conforme a identidade do consumidor. Em outras palavras, buscar-se-á identificar as ações comunicacionais visuais do design de superfície têxtil, a partir do processo de criação sob relato dos profissionais da área.

O resultado desta pesquisa buscará disponibilizar material bibliográfico e sublinhar novas percepções acerca dos diversos segmentos de moda dentro das tendências e, com isso contribuir e instruir novos designers e a indústria têxtil a desenvolver imagens com estampas exclusivas conforme a necessidade não só do mercado de moda, mais sim das usuárias.

1.1 CARACTERIZAÇÃO GERAL DA PESQUISA

1.2 OBJETO DA PESQUISA

Possíveis distinções de aspectos semânticos, sintáticos, simbólicos e plásticos de estampas gráficas têxteis em vestuários femininos voltados para usuárias da classe média e alta.

1.3 PROBLEMA FUNDAMENTAL

Que se pode depreender de uma investigação comparativa de reconhecimento que busque identificar aspectos semânticos, sintáticos, simbólicos e plásticos de padronagens gráficas de estamparias de tecidos para vestuário feminino que possam ser percebidos como características das classes sociais média e alta na cidade de São Paulo, a partir da observação sistemática em lojas virtuais, redes

sociais, sites/blogs, revistas de moda, vitrines e da percepção de usuárias, especialistas teóricos e designers?

1.4 OBJETIVO GERAL E ESPECÍFICO

1.4.1 Objetivo geral

Identificar aspectos semânticos, sintáticos, simbólicos e plásticos em padronagens gráficas de estamparias em tecidos para vestuário feminino que possam ser mais comumente destinadas a usuárias das classes sociais média e alta na cidade de São Paulo.

1.4.2 Objetivo específico

1.3.2.1 Subproblema 1

Identificar características mais notáveis nas diferentes composições visuais em estampas têxteis e suas características no desenvolvimento criativo, levando em consideração aspectos semânticos, de sintaxe e simbólicos mais perceptíveis em uma composição em estamparias gráficas têxteis, assinalar elementos no *rapport* como harmonia, ritmo, cores, tensão, equilíbrio e estilos de desenhos, segundo a perspectiva de usuárias da classe média e designers/especialista de estamparia têxtil.

1.4.2.2 Subproblema 2

Identificar características mais notáveis nas diferentes composições visuais em estampas têxteis e suas características no desenvolvimento criativo, levando em consideração aspectos semânticos, de sintaxe e simbólicos mais perceptíveis em uma composição em estamparias gráficas têxteis, assinalar do elementos no *rapport* como harmonia, ritmo, cores, tensão, equilíbrio e estilos de desenhos, segundo a perspectiva de usuárias da classe alta e designers/especialistas de estamparia têxtil.

1.4.2.3 Subproblema 3

Identificar características mais notáveis nas diferentes composições visuais em estampas têxteis e suas características no desenvolvimento criativo, levando em consideração aspectos semânticos, de sintaxe e simbólicos mais perceptíveis em uma composição em estamparias gráficas têxteis, assinalar elementos no *rapport* como harmonia, ritmo, cores, tensão, equilíbrio e estilos de desenhos, segundo a observação da pesquisadora sob a perspectiva de dados coletados e novas variações de usuárias e especialistas.

O resultado desta pesquisa buscará disponibilizar material bibliográfico e sublinhar novas percepções acerca dos diversos segmentos de moda dentro das tendências, e com isso contribuir e instruir novos designers e a indústria têxtil a desenvolver imagens com estampas exclusivas conforme a necessidade do mercado, porém respeitando a identidade do consumidor, segundo a perspectiva de usuárias e designers de moda.

1.5 JUSTIFICATIVA DA PESQUISA

O impulso original desta pesquisa surgiu por meio de apresentações ministradas no curso Técnico de Modelagem de Vestuário no componente de Desenho têxtil – estamparia, em que os educandos “sempre” questionavam a questão de definições do público-alvo, destacando se existiria um tipo de desenho mais voltado para uma classe ou outra. Assim surgiu a questão fundamental para a pesquisa e se existia diferença para determinadas classes sociais.

1.6 DEFINIÇÕES DA PESQUISA

A pesquisa possui caráter exploratório e descritivo, pois busca familiarização com o fenômeno estudado¹. A análise debruça-se em uma investigação comparativa que procura identificar aspectos semânticos, sintáticos, simbólicos e plásticos mais perceptivos em padronagens gráficas de estamparia em tecidos para vestuário

¹ FIGUEIREDO, 2009, p. 93

feminino destinadas a mulheres entre 20 e 50 anos (faixa etária selecionada por serem consumidoras mais assíduas) que possam ser percebidos como as mais frequentemente características das classes sociais média e alta na cidade de São Paulo.

O objetivo é verificar as particularidades semânticas, simbólicas, sintáticas e plásticas em desenhos de estamparia têxtil de moda produzidos para o público feminino voltados para as classes social média e alta, e deste modo identificar características mais notáveis nas diferentes composições têxteis em estamparias, destacando o estilo dos desenhos e suas questões simbólicas, elementos plásticos utilizados (linhas, formas e cores), sintáticos e formação visual do desenho como a disposição dos elementos compositivos. A pesquisa norteia também a opinião das usuárias e especialistas conforme problematização em que apreende responder a questão fundamental. Assim, não foi necessário a elaboração de hipótese, visto que se restringe a definição de objetivos para orientar a busca de informações sob o tema proposto, como orienta Cervo; Bervian, Da Silva (2007).

A comparação é a técnica científica aplicável sempre que houver dois ou mais termos com as mesmas propriedades gerais ou características particulares. Da comparação, importa abstrair as semelhanças e destacar as diferenças. (CERVO; BERVIAN, DA SILVA; p. 32)

1.7 PRESSUPOSIÇÕES

Esta pesquisa baseou-se na pressuposição de que existe pouco conhecimento a respeito de imagens em estamparia têxtil e nas definições de percepções mais notáveis, significativas e de preferências relacionadas as usuárias e ao processo criativo diante dos profissionais de design têxtil. Pressupõem-se que haverá diferenças, em termos de sintaxe visual, estilo de estampas, produção, valor simbólico, tecidos, influências tecnológicas, cores mais específicas ou ainda modelos de roupas que identifiquem a melhor disposição do desenho.

Partindo do princípio de que a imagem estampada é um veículo de representação, o sujeito pode utilizar essa imagem para representar sua identidade ou dar significados; ainda se pressupõe que antes de classificar uma imagem faz-se necessário o reconhecimento de elementos que compõem essas representações para

expressar sua personalidade e que, talvez, formem conceitos e valores simbólicos referentes ao objeto – roupa estampada.

A imagem estampada pode ser um estado de abstração que apresenta discursos que buscam dar definição a realidade. A palavra representação quer dizer representar algo; também concerne fazer presente ou trazer uma ideia por intermédio de um objeto, agregando valor simbólico a imagem que se representa. A imagem define características, muitas vezes perceptíveis, e varia com as preferências conforme a bagagem cultural ou nível de conhecimento do sujeito, ou ainda pode ser totalmente subjetivo.

1.8 DELIMITAÇÕES DA PESQUISA

1.8.1 Definição das classes sociais

O estudo investigou aspectos mais frequentes em estamparias, destacando o estudo da semântica, simbologias, plasticidade em composição visual, preferências das usuárias, avaliações, apropriações do objeto referente a imagens em roupas estampadas criadas para um determinado público-alvo – classe social média e alta.

Segundo Eco (2012, p. 21) “A classe social é um objeto de estudo, ainda que algumas pessoas possam objetar que só se conhece o indivíduo ou médias estatísticas e não classes sociais propriamente ditas”. Sendo assim, não foram inseridos valores (numéricos) de renda para definição das classes sociais analisadas, visto que o objeto não necessita necessariamente ter um sentido físico.

Esse estudo não visa uma pesquisa quantitativa que busca a distinção e segmentação das classes sócias como classifica a ABEP² e o CCEB³, mais sim percepções fenomenológicas acerca das usuárias, designers e da autora.

² ABEP – Associação brasileira de empresas de pesquisa

³ CCEB – critério de classificação econômica Brasil

A ABEP ressalta que a CCEB é um instrumento que busca segmentar a economia por meio do levantamento de particularidades domiciliares e analisar a quantidade de bens de conforto e nível escolar do chefe de família, atribuindo uma soma de pontos para classificar e distinguir a população. Assim, descriminam-se as faixas correspondentes a pontuação do critério e estratos de classificação econômica definidos por A1, A2, B1, B2, C1, C2, D e E. Entretanto, será inserido na pesquisa alguns dados por meio de questionários estimulado com múltipla escolha e entrevistas semiestruturadas, gerando dados, para melhor compreensão dos parâmetros visuais analisados e obtenção de resultados mais expressivos.

A definição das classes sociais a serem estudadas, que a princípio seria a classe social A e C, foi modificada depois da entrevista com Dr. José Afonso Mazzon – Professor e Pesquisador da Faculdade de Economia e Administração da Universidade de São Paulo (FEA/SP). Muitas questões foram abordadas para definir a classe social mais adequada a pesquisa e foi definido que para melhor interpretação e compreensão seria mais adequado classificar em classe média e alta, visando melhor compreensão das imagens analisadas. Conforme Mazzon: “É preferível qualificar este projeto como classe média e classe alta, pois não haverá parâmetro numeral, assim as análises procurarão identificar aspectos comparativos de forma mais genérica entre as classes mencionadas”.

1.8.2 Delimitação das vestimentas

As vestimentas analisadas e observadas foram somente vestidos, saias e blusas com estampas têxteis raportadas, ou seja, com repetição do desenho ao longo da peça. Os tecidos em malha e/ou tecido plano (com ou sem elastano), tecidos com desenhos estampados beneficiados com uma camada ou mais de tinta. Ainda, a questão de produção, quando possível identificar, e o tipo de técnica de estampagem, digital, manual ou métodos analógicos (convencionais informatizados). Vestimentas com imagens de estampas localizadas (estampas sem repetição), assim como, também tecidos em *jacquard* (padronagens produzidos por meio de entrelaçamento de fios em tecelagem ou malharia) e roupas com bordados não foram selecionadas para pesquisa. As lojas virtuais também obtiveram critérios; não foram analisadas

vestimentas com o segmento em *haute couture*⁴ (alta costura), mais somente o prêt-à-porter (pronto para vestir).

1.8.3 Delimitação de valores estéticos e outros

A definição das estampas analisadas partiu de análises perceptivas, evitando-se juízos estéticos e de gostos. As considerações e os parâmetros foram abordados de maneira estritamente descritiva.

As usuárias das classes mencionadas não foram avaliadas quanto à questão do chamado de *ethos*⁵ cultural, mas, somente, em termos do status social em que a usuária se define ou se classifica, visto que a pesquisa não se baseou em dados quantitativos de estratificação social, tal como a renda familiar ou outros parâmetros de classificação de classes sociais.

⁴ Haute Couture – Alta-costura é a moda exclusiva, feita à mão, com materiais de altíssima qualidade. Fonte: <<http://ffw.uol.com.br/noticias/moda/alta-costura-o-que-e-quanto-custa-quem-faz-e-quem-compra/>>

⁵ A palavra *ethos* é de origem grega e tem significado que aborda o caráter, a moral, o *hábitus* ou crenças que determinam um grupo ou nação. Na esfera da sociologia e antropologia é denominada por costumes e os traços de comportamentos que distinguem um povo. Esses parâmetros não foram abordados na pesquisa. (PORTAL EDUCAÇÃO, 2015)

2 QUADRO REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 INTRODUÇÃO A EVOLUÇÃO DA ESTAMPA: SINCRONIZANDO PADRÕES NA SOCIEDADE

“A moda é o espelho da história”
Luís XIV

A estamparia é responsável por adornar uma superfície de tecido ou qualquer outro produto, trazendo assinaturas impressionantes de designers, evocando épocas fascinantes, ilustradas por padrões próprios do cenário sociocultural. De uma estação a outra, seus padrões reverberam composições em cores, ritmos, formas, destacando suas configurações, não levando em conta se está bem delineada ou não.

Segundo Barthes (2005), pesquisas científicas sobre a indumentária surgiram por volta de 1860, com trabalhos eruditos de arquivistas. A roupa era tratada como uma soma de peças que retratava um acontecimento histórico, era como datar o aparecimento e a origem circunstancial da época. No século XV, a moda era considerada importante, principalmente na França, prospectando grande relevância na filosofia, em que autores buscavam esclarecimentos antropológicos e sociais referentes à moda. Porém, até o início do século XIX, não houve análise da indumentária e suas relações com o social, comportamental, simbologias e até mesmo questões ligadas a percepção, então não poderia haver história da moda. Enfim, a história dos trajes tem a sensibilidade do romantismo, visto que foi criada para favorecer aos artistas, pintores de época e colocações ligadas ao teatro, em que destacava-se o figurino e as cores.

As estampas podem esclarecer muitas fases do comportamento humano, e alguns momentos são inconfundíveis, não somente pelas composições imagéticas de grande valor pictórico, demonstrado em obras de Arte, todavia com elementos representativos que muitas vezes carregam significados impressionantes. Os padrões em desenhos, mais conhecidos, tanto clássicos quanto comuns, são: florais, listras, *animal-print*, figurativos e abstratos, xadrezes, *cashmeres*, *tweeds*, espinha-de-peixe, risca-de-giz e poás (bolinhas).

As estampas no estilo *animal-print* são as mais antigas, tendo uma grande relação com as necessidades do homem ligadas a natureza. No entanto, a princípio, a estampa nem foi tão utilizada como estilos de desenho e sim a pele do animal, utilizada para suprir uma das primeiras necessidades do homem como proteção das intempéries (frio e calor). Embora haja relatos de que a primeira estampa seria a pintura corporal que protegia a pele dos insetos e logo em seguida surgiu a ideia das peles de animais para cobrir o corpo.

2.1.1 Segmentando padrões na sociedade

Desde os primórdios, os homens procuram reconhecimento uns dos outros, a comunicação e o entrosamento era por meio da linguagem corporal e depois a linguagem verbal; abandonaram o nomadismo para viver em grupos e depois começaram a se estruturar, por meio de organizações sociais, assim se construíram as primeiras vilas e cidades. A estrutura e característica básica dessa organização social era a desigualdade. Enfim, encontrar uma definição para a classificação social é bem intrincado, pois o termo não gera o consenso nem mesmo entre os pesquisadores da área. Embora muitos estejam de acordo em que as classes sociais se definem particularmente em grandes grupos que existe desigualdade econômica, opressão política, dominação cultural, privilégios políticos e ainda a preconceito e discriminação cultural, concomitantemente. (BRASILESCOLA, 2017)

A realidade social possui duas vertentes, um lado expressa a divisão objetivista, que visa entender a realidade objetiva e inacessível, baseada em valores numéricos para estabelecer distribuições que agregam estatísticas, valores econômicos, expressões quantificadas entre um grande número de indivíduos, por meio de indicadores objetivos. Por outro lado, existe a divisão que busca decodificar significações sobre operações cognitivas, em que os agentes produzem e compreendem. Visa a realidade, por meio de representações do sujeito, e que desenvolvem e aperfeiçoam a realidade de um mundo social idealizado pela vontade e representação. E segundo filósofos objetivistas (como Durkheim) existe uma realidade social independente do conhecimento e dos anseios individuais, estabelecendo a ciência, de maneira lógica, sobre uma quebra com representações comuns do mundo social. Já os subjetivistas, diminuem a realidade que é cúmplice

as representações produzidas pelo sujeito, tomam por artifício, de maneira bastante lógica, porém exercitam o conhecimento do mundo social, projetando o produto de estruturas mentais, linguísticas. (PINHEIRO, 2017)

[...] agentes que ocupam posições vizinhas nesse espaço... estão sujeitos aos mesmos fatores condicionantes; conseqüentemente eles têm toda a chance de desenvolver as mesmas disposições e interesses e de produzir as mesmas práticas e representações. Aqueles que ocupam posições semelhantes têm toda a chance de desenvolver o mesmo *habitus* [...] (BOURDIEU, P. 1987. p.5 apud SILVA, V. p. 31)

A discussão discorre de fatores que infinitamente existem desde a antiguidade, de modo que, considerando a o antagonismo entre de fatores objetivos e subjetivos, para a formação das classes sociais, (apresentados por Durkheim) de que a realidade só pode ser conhecida usando instrumentos lógicos de classificação, visto que é preciso fazer recortes para obter curvas e gerar uma determina posição. Porém, sublinha-se aqui, que não se pode estabelecer um ponto que seja objetivista ou subjetivista. De acordo com Bourdieu, seria necessário a imposição das duas categorias para se chegar em um consenso de classe social, seria necessário muitos relatórios, visto que o subjetivista abeira questões intelectuais de consciência, que estabelece parâmetros subjetivos, gerando linguagens diferentes para as classificações, destacando o capital cultural ou *habitus* e não somente dados numéricos, visto que a educação, a herança familiar e as consciências podem gerar um sujeito que pode se classificar em um patamar social diferente do outro por meio do conhecimento e do empirismo. (PINHEIRO, 2017 p.107)

O *habitus* adquirido na família (está) no princípio da recepção e assimilação da mensagem escolar, e (...) o *habitus* adquirido na escola (está) no princípio da recepção e do grau de assimilação das mensagens produzidas e difundidas pela indústria cultural e mais geralmente de toda mensagem erudita ou semierudita." (BOURDIEU, P. et al. 1975. p.54 apud SILVA.V. 2016 p. 30)

O capital cultural abarca o conceito de cultura educacional, em que se estabelece a detenção do poder simbólico, que produz e adere significados. Como no campo da arte, em que a duelo simbólico é para determinar o que é erudito ou popular e estético, bonito ou feio, gerando códigos de aceitação social. (SILVA.V. 2017 p. 25)

Filósofos como Max Weber, Karl Marx e Friedrich Engels discutem a questão da classe social no que diz respeito às lutas e organização, estratificação social e relações de produção, e concernem que em toda sociedade, seja ela pré-capitalista

ou capitalista, sempre haverá uma classe dominante que, de maneira direta ou indireta, influencia o controle do Estado. Enfim, uma classe dominada, que reporta a estrutura social ordenada pela classe dominadora, permanecendo assim ciclo de opressão.

Camargo (2016) ressalta que por conta do capitalismo industrial e com a chegada da modernidade, o termo classe social é confundido com estrato social. Autores como Weber, exploram que a estratificação das classes sociais é a distribuição de valores sociais como riqueza, prestígio, educação, etc. Embora a sociedade seja dividida em classes, além de todas as estratificações, ainda admite a separação por meio de agrupamentos análogos; negros, brancos, católicos, protestantes, homem, mulher, pobres, ricos, etc. Este tipo de separação produz muitas concepções contrárias e rumores sociais, que muitos autores discorrem dessas ideias de analogias como divisão social.

Para Kamakura e Mazzon (2011), o estrato socioeconômico enfatiza que o *status* é geralmente utilizado em pesquisa social, que são utilizados aspectos ligados à educação e à renda como causa e efeito do *status* ocupacional. A educação prepara o sujeito para as ocupações mais distintas nas sociedades modernas, assim o *status* profissional é denominado pela renda, em que as principais diferenças entre os indivíduos são constantemente identificadas no lugar que ocupam na hierarquia social. Por outro lado, Bourdieu (2007) ressalta que não se pode resumir uma análise social pelo montante de dinheiro de um sujeito ou por seu diploma universitário, mas sim por meio da inter-relação de todos os fatores considerados importantes nos campos sociais, em que cada indivíduo participa num determinado momento e no espaço. Neste contexto, a classe social necessita ser classificada por um arranjo de conceitos. A estratificação pode variar em questões econômicas, educacionais, poder de compra, etc. Enfim, o comportamento, também, está ligado a valores sociais. E assim, a personalidade define o que somos e como reagimos aos estímulos econômicos, ambientais e políticos, trazendo informações sobre as experiências e conhecimentos de maneira ordenada e coerente, sobre aspectos importantes para a definição do estilo de vida ou *habitus*, como diz Bourdieu.

A desigualdade social pode ser analisada em vários aspectos, em diferentes perspectivas, de acordo com um campo específico de conhecimento. Em suma, em uma sociedade organizada não é o bastante ter consciência social, para que haja a ordem, mas é necessário que haja a existência social para determinar a consciência, ou seja um depende do outro para que o indivíduo possa sobreviver. (CAMARGO, 2016)

Nesta perspectiva, Bourdieu (2007) ressalta que é necessário levar a sério a noção de estrutura social, e pressupõe que cada classe social está conectada a algum meio de prática profissional ou de condições materiais de experiência, visto que ela é afetada por relações que unem partes constitutivas da estrutura social. Ele afirma que as propriedades de posição e as situações podem ser definidas por meio da posição no sistema de relações de produção. Contudo, a situação de classes possui variação, em geral pequenas.

Por fim, Bourdieu (2007) explica que as preferências culturais dos sujeitos são classificadas por meio da difusão do capital cultural instigado na escola e passado de geração em geração (família), efetuadas por meio de aprendizado antecipado ou tardio. Por obrigações positivas de valores, exercidas por diversos fatores, seja ele cognitivo ou empírico, garantindo ao sujeito competência para seguir o arranjo estético adjunto a uma origem social. Em outras palavras, as práticas culturais incitadas por duas instâncias apontam como dito no senso comum, como gosto legítimo burguês, de classe média ou popular.

O mundo social pode ser concebido como um espaço multidimensional construído empiricamente pela identificação dos principais fatores de diferenciação que são responsáveis por diferenças observadas num dado universo social ou, em outras palavras, pela descoberta dos poderes ou formas de capital que podem vir a atuar, como azes num jogo de cartas neste universo específico que é a luta (ou competição) pela apropriação de bens escassos... os poderes sociais fundamentais são: em primeiro lugar o capital econômico, em suas diversas formas; em segundo lugar o capital cultural, ou melhor, o capital informacional também em suas diversas formas; em terceiro lugar, duas formas de capital que estão altamente correlacionadas: o capital social, que consiste de recursos baseados em contatos e participação em grupos e o capital simbólico que é a forma que os diferentes tipos de capital toma uma vez percebidos e reconhecidos como legítimos." (BOURDIEU, 1983 p. 4 *apud* SILVA, V. 2017 p.25)

2.1.2 Estratificando a imagem (estampada) e a moda

A moda é uma forma específica de mudança social, independentemente de qualquer objeto particular; antes de tudo é um mecanismo social caracterizado por um intervalo de tempo particularmente breve e por mudanças mais ou menos ditadas pelo capricho, que lhe permitem afetar esperas muito diversas da vida coletiva. (Gilles Lipovetsky)

A moda é a arte técnica do vestuário, e a palavra provém do latim *modus*, em francês *mode*, que significa, maneira, costume, estilo, hábito, etc. Esses são alguns dos muitos sinônimos para representar a palavra moda. A etimologia ainda permite a variável que evolui para questões do gosto, do meio social ou região. Embora também se refira aos mais diversos estilos de vestuários que prevalecem na sociedade em uma determinada época histórica.

O conceito de moda surgiu em meados do século XV, assim como as novas artes do renascimento europeu. O termo “moda” propôs questões não só estéticas, mas também econômicas para o novo mundo capitalista, como representação de *status* e poder. Antes do grande surgimento da moda, as vestimentas eram praticamente singulares para todos, e a variação das vestes surgiram para diferenciar os indivíduos segundo sua classe social. Tal fenômeno já vinha acontecendo desde a idade Média e, no século XVIII, tecidos e cores foram proibidos, pois passaram a ser destinados apenas a nobres e eclesiásticos. Enfim, a moda nasce juntamente com a nova classe social, a burguesia. Embora essa classe não fosse nobre, era rica e podia custear seus prazeres e imitar o estilo nobre da época. Dessa forma novos estilos foram criados para diferenciar essas classes (nobres e burgueses). Com a Revolução Industrial no século XVIII a produção aumentou e a economia alcançou a todos. O consumo passou a ser a grande fonte de renda para o crescimento da economia e a moda chegou para os mais humildes.

Pode a moda criar definições que podem ressaltar aspectos voltados as classes sociais? Existe a suposição entre estudiosos que afirmam que a moda carrega pontos que compõem as camadas sociais, embora busque por inferências ou referências para compor essas definições, podendo também criar simulacros com falsas alusões por meio da imagem observada.

No final da Idade Média, no século XV, deu-se início à falsidade indumentária, em que a roupa era um simulacro e desde este século até Idade a Moderna, a roupa sofreu transgressão social até sua aceitação completa, inclusive a estampa. Neste período, o status social e cultural da vestimenta sofreu uma rápida transformação, um exemplo disto foi a roupa listrada, que partiu do conceito diabólico para a impureza e em seguida a transgressão. Já nos séculos XVI e XVIII, as roupas listradas tiveram ascensão social e deixaram de ser ofensivas, para então fazer parte da alta sociedade aristocrática. Embora ainda fossem classificadas em sua composição, as listras verticais eram designadas para os aristocratas e as horizontais para os servos, fazendo a estratificação das classes por meio da imagem estampada. Nos dias atuais as estampas de listras não desapareceram, mas não fazem distinção de classes sociais, estão ligadas somente à estética e todo o simbolismo que existiu submergiu.

De fato, a efemeridade da moda vem sustentando as relações em vários aspectos da sociedade, além de ser um combustível funcional que regula as relações econômicas e sociais, sendo um fator primordial para as relações capitalistas, e um dispositivo inovador e formador de identidades e estereótipos que movimenta os sentidos das relações sociais.

A moda exhibe um fator de organização e construção de sentido na sociedade pós-moderna e contemporânea e faz relação com a arte, que está sempre em busca de novas formas de representações artísticas que modificam o mundo. A moda vem concomitante a este processo. “A moda é formação essencialmente sócio histórica, circunscrita a um tipo de sociedade” (LIPOVETSKY, 1989 p.23), ou seja, a moda caminha junto à cultura da qual representa, e é um fator social que aborda períodos históricos, culturais ou ideologia de vida.

O *habitus* é o termo que Bourdieu explica como um dos provocadores de gosto de classe, trazendo informações pertinentes ao mercado de consumo, ou seja, o *life style* (estilo de vida). Neste contexto, a moda está totalmente ligada ao consumo e induz o indivíduo como uma marionete envolvida pela beleza de um conjunto de arranjos com objetos e imagens, ou melhor, de informações que ele deseja ou julga serem necessárias ou funcionais. Em resumo, esse *habitus* é um princípio que unifica e gera todas as práticas, porém não sendo livre de qualquer estruturação, concebendo

vários parâmetros, como a bagagem cultural do indivíduo, que importante na formação da identidade. (BOURDIEU, 2015, p.3).

Afinal, conforme Boudieu (1983), para cada posição social existe um gosto específico, e este gosto não é aleatório e incontrolável, não é autodeterminado. O gosto também sofre imposições aos imperativos da vida em sociedade. Ressalta, em outra instância, que a estrutura de uma sociedade estratificada é dividida em grupos ou classes de status, que possuem um conjunto de informações que resultam em uma totalidade.

Sendo o vestuário uma das formas mais visíveis voltadas ao consumo, ele desempenha um papel relevante na formação social da identidade de moda dentro da sociedade. O vestuário é um excelente campo para investigação do comportamento e de como o sujeito entende determinada esfera da cultura de moda para seu próprio uso, destacando-se normas de aparência da qual se considera apropriadas para várias ocasiões ou períodos. A moda demonstra alternativas ricas, pois possui evidências que distinguem o status social e o gênero, mantendo sempre fronteiras entre o valor útil e valor simbólico. “As roupas, como artefatos, “criam” comportamentos por sua capacidade de impor identidades sociais e permitem que as pessoas afirmem identidade sociais latentes.” (CRANE, 1993 p. 22)

2.2 ESTAMPARIAS TÊXTEIS: EXPRESSÕES, ESTILOS, TIPOS E PROCESSOS

As primeiras expressões estampadas e descritas como desenhos em superfície foram descobertas no período Paleolítico da Pré-História (de 5.000.000 a 25.000 anos a.C.), como os grafismos encontrados na gruta de Rodésia (figura 1), na África, com mais de 40.000 anos. As figuras mais definidas surgem no Mesolítico da Pré-História (25.000 a 10.000 a.C.), nas paredes das cavernas, utilizando o barro como pigmento, assim a argila misturada a outras substâncias tornou-se uma aliada para a produção das mais diferentes gamas de cores e matizes. (RÜTHSCHILLING, 2008, p.14 e PEZZOLO, 2007)

Figura 1: Gruta de Rodésia

Fonte: <https://erinas.net/2014/04/13/africa-do-sul-a-rota-jardim-3/>

As estampas surgiram antes da era cristã e foram produzidas na Índia, considerada o berço da estamparia, seguida pela Indonésia, e a partir daí chegou aos países do Mediterrâneo. A concepção da estampa está amplamente ligada ao adorno pessoal, visto que muito antes de qualquer referência visual os homens já pintavam seus corpos com pigmentos minerais. Pode-se afirmar que o corpo foi a primeira tela de pintura utilizada para estampar, seguida pelo couro, até se chegar ao tecido.

Assim como as estampas, também as pinturas corporais possuem significados. Além de transmitirem beleza e expressão simbólica, representavam também distinção de classe social, cerimônias e rituais religiosos ou proteção espiritual. Essas pinturas eram executadas com as mãos, dedos, palitos, rolos ou espátulas. (PEZZOLO, 2007, p. 183)

Nos séculos V a.C. e IV a.C. os egípcios já dominavam as técnicas de estamparia têxtil utilizando substâncias ácidas e corantes naturais. No fim do século XV, os desenhos mais comuns eram os motivos de elefantes e cavalos. Os cavalos possuíam simbologias e representavam algo comum no imaginário coletivo. Os tecidos eram estampados em algodão e em tecidos finos transparentes que foram trazidos por Vasco da Gama da Índia para a Europa e eram exclusivos das altas classes sociais. É importante ressaltar que esse material chegava na Europa somente por meio de trocas pela Rota da Seda.

Durante o século XVI, no sudoeste da Ásia, as estampas eram produzidas em tecidos de algodão com uma técnica conhecida como *Batik*⁶. Na Itália, outras técnicas eram utilizadas, como o rolo ou bloco de madeira gravados (figura 2). As estampas começaram a ser adaptadas ao mercado europeu e as gravuras europeias eram usadas como modelo para tinturas indianas. Assim, técnicas foram difundidas, criando-se novos estilos que eram misturadas figuras clássicas com motivos de flores estilizadas⁷ e sem profundidade, caules ondulantes e toda botânica decorativa da época, utilizando-se com elegância das formas e cores. (PEZZOLO, 2007, p.184-185)

Figura 2: carimbos de madeira colombiano

Fonte: A autora (2016)

Na Europa do século XVII ainda não era possível produzir desenhos bem definidos e não se conseguia ir além dos tecidos pintados sem a preocupação com o contorno definido, técnica profissional característica da Índia, por meio da técnica de cera quente, a conhecida pintura com reserva. Mesmo com a Revolução Industrial acontecendo, o processo têxtil ainda vinha engatinhando com as inovações em tecnologias analógicas.

⁶ Batik - significa “desenhando à mão” no idioma da Indonésia, técnica peculiar que consiste em reservar uma parte do desenho com cera de origem animal, assim certos pontos do desenho ficam ocultos, e quando a cera é retirada com água quente os efeitos aparecem.

⁷ Estilização - o termo refere-se a um conjunto de formas artísticas e convenções que são utilizados pelos designers para criar efeitos próprios e reconhecíveis. Esses efeitos não são naturais ou espontâneos, mas representam a ideia convencional da imagem ou adaptação de uma forma. (EDWARDS, 2012, p.104)

A Revolução Industrial ocorreu inicialmente na Inglaterra em meados de 1760 e foi até 1840 e caracterizou-se por ser um processo radical de transformação social e econômica. Afinal, o poder político que antes pertencia à aristocracia passou aos fabricantes capitalistas, comerciantes e até para a classe operária. O poder aquisitivo cresceu, assim como as investigações científicas aplicadas aos processos de matérias-primas industriais.

Nos séculos XVI ao XVIII, as listras (figura 3) eram associadas a uma variedade de significados negativos. Representavam pessoas que eram tituladas pela sociedade como impuras, com algum tipo de doença contagiosa, entre outros. Também eram configuradas de significados pela contraposição de cores, tendo sido associadas a momentos de transgressão e rebeldia. Mas, com o passar do tempo, as listras ascenderam na sociedade, deixando de ser ofensivas para ser aristocráticas. Ainda assim, é importante ressaltar que as listras verticais eram para os aristocratas e as horizontais para os servos. O desenho de listra continuará a sofrer mudanças em seu significado, e desta maneira é possível findar que este desenho não desaparecerá da moda tão facilmente e que seus conceitos continuarão a se modificar. (SIGBOL, 2016)

Figura 3: roupas listradas, uniformes utilizados nos campos de concentração

Fonte: <https://blogsigbolfashion.com/2015/03/27/a-historia-das-listras/>

Nas civilizações antigas, as peles eram usadas por reis, nobres e figuras religiosas e era símbolo de status e poder. As estampas de animais passaram a representar status no século XVIII, por trazerem o universo exótico da África e de seus animais selvagens, e viraram sinônimo de ousadia e luxo. As novas texturas passaram a representar a classe aristocrática e eram exclusivos das altas classes sociais, porém havia interesse das outras classes em adquirir os artefatos têxteis estampados. As técnicas de estamparia têxteis sempre foram segredos industriais e esses segredos de criação e produção foram aos poucos sendo divulgados, começando a ser experimentados em praticamente todo o mundo.

Um estilo de desenho muito famoso e conhecido em estamparia foi o *Toile de Jouy*, influenciado por Christophe-Philippe Oberkampf em *jouy-em-josas*, disseminou-se na França na década de 1760. O estilo enfatizava a representação de pessoas em cenas do cotidiano da época, destacando a antiguidade clássica, as posições políticas e a vida campestre. Essas estampas eram produzidas em cilindros de maneira delicada e eram usadas inicialmente em cortinas de verão substituindo as pesadas tapeçarias de inverno. Hoje em dia são utilizadas como inspiração para vestuário e causaram grande indignação na sociedade em 2016⁸, pois podem trazer sentimentos de preconceitos de toda espécie (racismo, homofobia, machismo, etc.).

Esse tipo de imagens – *Toile de Jouy* – podem se transformar em motivos clichês, mas por outro lado podem apropriar-se de um monumento famoso ou uma tradição. Um exemplo disso são as estampas florais (hibiscos) das camisas havaianas e o motivo *Paisley* à Índia, ambos associados a uma identidade nacional. (EDWARDS, 2012 p. 52-238)

É importante destacar na história da estamparia o motivo *Paisley* que foi inserido na Europa no início do século XVII e é notável até os dias atuais. Seu desenho se assemelha a uma vírgula e hoje é universalmente conhecido, sendo geralmente acompanhado por outros motivos, como florais abundantes, muitas vezes estilizados, mas mesmo assim sendo prontamente reconhecidos pelas formas que caracterizam esse design.

⁸ Ver capítulo: Representações simbólicas: estampas polêmicas, página 129

As estampas florais surgiram no século XVIII e esse estilo de desenho é um simulacro, em que novos traços são inseridos na composição como raminhos, cestos, buquês, folhas, grinaldas, guirlandas, etc., destacando leveza, sinuosidade, movimento, repetição e flexibilidade nas formas, além da composição ser geralmente aleatória, com equilíbrio e harmonia das cores, formando padrões têxteis mais universais. São utilizadas até os dias atuais praticamente em todas as culturas, sendo um tipo de estilo indispensável nas tendências de moda, afinal foi um dos motivos mais usados por Maria Antonieta no século XVIII. As flores desfrutam das preferências da moda em diferentes lugares e possuem grande valor simbólico. (EDWARDS, 2012, p.58)

Em 1875, em Londres, é fundada a indústria têxtil *Liberty*, destinada a produção de tecidos para a decoração e para o vestuário. Popularizou-se pelo estilo de desenhos mini florais ou motivos muito pequenos, uma característica das estampas mais comercializadas no oriente e no ocidente no século XIX. Motivos com características mitológicas também eram temas frequentes e os tecidos mais utilizados eram a seda e o adamascado.

Figura 4: Ilustração 1890 – vestido estampado com flores

Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/301952349988496641/>

A Era Vitoriana no século XIX foi a era das flores com ramificações, buquês, guirlandas e composições mistas (figura 4). Neste período as influências de tendências eram cruzadas em diferentes estilos. Dos estilos representados destacavam-se as frutas,

que evocavam fartura e abundância, e a figura do pavão e das borboletas por transmitirem a ideia de transformação, cuja simbologia era identificável a algumas mulheres.

Outros desenhos foram surgindo como os de formas geométricas, além de várias linhas dispostas em ângulos variados que proporcionam figuras diferenciadas, como triângulos, polígonos, diamantes, treliças, ondas, círculos e elipses, e quando produzidas em arranjos ou modificando suas formas proporcionam ilusões óticas. Esses elementos gráficos e plásticos são a base para criar composições em estamparia têxtil.

A flor demudou-se com o passar do tempo, muitas novas identidades surgiram, e a identidade perdeu-se no processo. Foi possível a criação de novos padrões desiguais a partir de ajustes entre vários elementos com a combinação de cores diferentes e outros elementos plásticos, que foram desenvolvidos a partir de processos químicos de tingimento, dando origem a alguns tecidos com cores saturadas e instigantes. Ainda que suas concepções simbólicas tenham diminuído, as flores continuam muito influentes no design têxtil.

A partir do século XIX, por conta da Revolução Industrial, os motivos passaram por transformações que permanecem até os dias atuais, emitindo e perdendo significados. Novos conceitos de desenho foram acrescentados à cartela de estilos em estamparia, exemplo disso são as aves. Sua simbologia agrega novos significados e sua representação pode ser real ou estilizada, sendo possível imprimir em tecidos todos os tipos e espécies. Além das aves, as listras agora são linhas retas horizontais e verticais, ou cruzadas, dando origem aos xadrezes.

As técnicas também foram aperfeiçoadas no século XVIII e carimbos de metal foram criados para imitar e substituir a técnica do *Batik*, trazendo inovações como o cilindro de rolo de cobre – patenteado pelo escocês Thomas Bell – que consistia em esculpir em baixo-relevo o cilindro para estampar tecidos. A partir daí esse método se difundiu para outros países da Europa. (CHATAIGNIER, 2006, p. 84)

A estampa proporcionou grandes representações na moda, mesmo quando sua produção com novas tecnologias ligadas à computação gráfica e à globalização das imagens permitem a liberdade e a possibilidade de novos arranjos, variando e mesclando estilos, criando simulacros, novas simbologias, junções de conceitos, formas estilizadas, abstrações ou reconfiguração das formas. O desenvolvimento de novos estudos em pigmentos (cores), surgidas graças à química de tingimento, dando origem a estampas com cores mais vibrantes e estimulantes.

2.2.1 A estampa no século XX: arte e estilização das formas

A Arte foi a maneira que homem encontrou de transmitir a imagem da moda. Na classe aristocrática, artistas eram contratados para pintar telas por encomenda e dessa forma a classe alta demonstrava seu poder aquisitivo e sublimava sua imagem de poder. As roupas eram representadas em quadros, juntamente com adornos ao corpo, móveis e decoração. Desta forma, por meio desses registros foi possível compreender e disseminar um pouco o fenômeno da estampa na moda. Um exemplo são as obras de John Singer Sargent (figura 5) e Gustav Klimt (figura 6). Nas obras de Gustav as estampas harmonizam um *revival* de emoções que alimentam a criação do vestuário, e nas de Singer o caimento e leveza dos tecidos demonstram o brilho e a elegância da aristocracia.

A estilização das formas aconteceu no século XX e sua maior inspiração ocorreu por meio das artes, através de sua evolução marcada por muitos movimentos como *Art Nouveau*, Cubismo, Futurismo, Dadaísmo, Surrealismo, Construtivismo e *Art Deco*. Foi uma junção de movimentos e influências caracterizadas por novas concepções artísticas, novas visões e mudanças de comportamento. Este século permitiu a liberdade quase ilimitada de desenvolvimento, que devido à variedade de formas, cores e novos arranjos, foi chamada de Naturalismo, variando desde cópias fiéis de flores específicas, estilizadas ou completamente abstratas. (EDWARDS, 2012, p.76)

Figura 5: Mrs. J.P. Morgan (1905-06)
óleo Sobre Tela – John Singer Sargent

Fonte: <https://www.pubhist.com/w24344>

Figura 6: Die Tänzerin (the dancer),
1916 – Óleo sobre tela – Gustav Klimt

Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/149674387592983699/>

Os modernistas do século XX, de 1920 a 1960, buscavam novas inspirações que não fossem clássicas. Em termos têxteis, a proposta foi disseminada a partir de formas geométricas, com criações em padronagens têxteis destacando arranjos que traziam configurações ópticas. A moda, por sua vez, passa por transformações sociais e culturais deixando o legado de futilidade, atingindo novas questões que abrangem a sociedade em seus vários aspectos, determinando caráter, identidade e classe social. (SVENDSEN, 2010)

Esse foi o momento da democratização da moda, principalmente pela difusão através dos meios de comunicação de massa (figura 7), televisão, revistas, jornais e internet. Outro fator que difundia a moda para todos foi a industrialização de roupas, em que a exclusividade deixou de ser no início o *prêt-à-porter* (França) ou *ready to wear*⁹ (Estados Unidos), passando de uma breve escala para uma grande escala conhecida como *fast-fashion*¹⁰ nos dias atuais que seria a produção em grande escala,

⁹ Com a produção das roupas em escala industrial, ficou mais rápido, fácil e barato. Nasce então o *Ready to wear* – Estados Unidos e *Prêt-à-porter* – França, significa pronto para vestir, o termo utilizado para definir a roupa.

¹⁰ *Fast fashion* – produção rápida, pronta de fábrica e de tamanho padronizado. Fonte disponível em: < <http://glossario.usefashion.com/Verbetes.aspx?IDVerbete=1160> > Acesso em: jan.2017.

fenômeno típico da moda em que a produção se tornou cada vez mais rápida. Em todos os lugares do mundo, tornou-se possível a multiplicidade de vestimentas, de acordo com o próprio gosto; cada um podia decidir sobre sua aparência como em nenhuma outra fase da história. (MOUTINHO; VALENÇA; 2000, p.10)

Figura 7: Revista *Les Modes*, vestido de gala estampado, 1902, Maggy Rouff

Fonte: BLACKMAN, 2012, p.22

No século XX a principal característica mais evidente da moda foi a simplicidade, pois no período entre guerras a escassez de materiais foi intensa por conta da indústria bélica. Era o exemplo do nylon, que era usado na produção de paraquedas. Por conta disso, as pessoas passaram a usar roupas sem muito aviamentos ou adornos, que se tornaram mais maleáveis e com modelagem mais simples e funcional. A partir desse instante começa a se estabelecer uma nova relação entre o corpo e as roupas.

2.2.2 Décadas de 1900 a 1914

O período de 1900 a 1914 foi conhecido na França como *La Belle Époque* (A Bela Época), e se diferenciava pelo bem viver, pela demonstração da ostentação, do luxo e da extravagância da classe alta. Costureiros tornaram-se famosos, como Paul Poiret e Mariano Fortuny, que buscaram a simplicidade das vestes greco-romanas para novas composições. Assim se deu o início do esboço de amplos períodos no mundo da moda.

Os vestidos ornamentados passaram a fazer parte do guarda-roupa das mulheres, além de roupas apropriadas para cada ocasião. A tendência de cores já fazia a cabeça das usuárias de moda e os tons preferidos nas produções eram rosa, azul-claro ou lilás, enfeitadas com bordados em tecidos como o crepe da China, o *chiffon*, a musseline de seda, além do tule. Os modelos mais atraentes com decotes profundos eram os confeccionados em cetim com bordados e motivos florais, com pequenos ramalhetes de fitas, ou até mesmo pintados à mão.

Os artistas e artesãos da época foram de suma importância para a evolução da moda. A Arte no século XX foi responsável por algumas mudanças, como a estilização das formas em que os desenhos de estampas foram influenciados por estilos artísticos de *Art Nouveau*, *Art Déco*¹¹ e Barroco¹², criando novos padrões, porém muitos estilos perderam sua identidade original por conta dessas intervenções visuais.

A *Art Nouveau* foi o primeiro movimento voltado exclusivamente para o design industrial, tendo influenciado várias áreas. Foi fonte de inspiração para o vestuário da época e influenciou a estamparia têxtil de moda pelo estilo marcado por formas decorativas, curvilíneas, sinuosas e representativas. Foi a arte do decorativo e do ornamental, mas sem fugir do tradicional.

A *Art Déco* não foi considerada de extrema importância para a formação do design contemporâneo, pois ela não segue as linhas curvilíneas e adotou um design mais geométrico, com influência de Frank Lloyd Wright. Os trabalhos não têm a inquietação com a funcionalidade e a simplicidade da forma. Eram geralmente trabalhos excessivos.

¹¹ Art déco – “O período conhecido como *Art déco*, no século XX, que prevaleceu do início da década de 1920 até a década 1930, tem uma ressonância especialista história do desenho abstrato. É caracterizado, pela amálgama eclético de um design moderno, elegante e refinado, que foi influenciado por uma ampla gama de fontes, entre elas, a chamada arte primitiva da África, do Egito Antigo e das Américas do Sul e Central, bem como as imagens contemporâneas formadas a partir da tecnologia e da arquitetura. Cubismo e Futurismo também foram influências ao longo dessa década tão rica para o design. (EDWARDS, 2012, p.154).

¹² O Barroco é o estilo artístico do século XVII associado à decoração exuberante, complexa e expansiva.

O Cubismo foi o movimento que repercutiu e foi a fonte para o design gráfico. Um exemplo foi a Pintura *Les Femmes d'Alger*, as senhoritas de Avignon, (figura 8) de Picasso. Ele desconstruiu a concepção ilusória da terceira dimensão, reinventou a superfície da tela e reforçou os contornos da imagem, destacando a estilização das figuras e propondo dessa forma um novo ponto de vista por meio da concepção geométrica. A inspiração veio do estilo pós-impressionista de Paul Cézanne, que foi o precursor do geometrismo das formas, ele dizia que as formas naturais deveriam ser tratadas em termos de cilindro, esfera e cone. Já o construtivismo foi importante para a moda, pois influenciou muito a ordem do design, para ajustar o caos atribuído aos dadaístas e surrealistas.

Figura 8: *Les Femmes d'Alger* – 1907, Pablo Picasso

Fonte: <http://www.monasterolo-psicologotorino.it/larte-di-rinnovarsi-secondo-pablo-picasso/>

Todas essas influências do cubismo e da *Art Decô*, com suas formas geométricas e o conceito de simplicidade, trouxeram inovações imagéticas para a construção de estampas voltadas para a moda. Os arabescos e as formas sinuosas da *Art Nouveau* trouxeram a abstração e a ornamentação dos elementos em uma composição de moda. Já o estilo de desenhos abstratos faz parte das novas interferências tecnológicas em que montagens e a manipulação de imagens com efeitos gráficos são verdadeiras produções artísticas para o desenho têxtil. Porém, as imagens manipuladas são muito subjetivas e o indivíduo necessita de referências simbólicas para percepção e formação de um conceito. (EDWARDS, 2012, p. 146)

No século XX surgiram outras técnicas conhecidas como impressão por quadros ou serigrafia (o quadro de poliéster e o *transfer*). Na década de 1950 esse processo foi automatizado e se popularizou na década de 1980. Todas as técnicas ainda são utilizadas nos dias atuais de acordo com o tipo de trabalho – artesanal ou industrial.

Hoje a moda contemporânea possui marcas prestigiadas que expõem suas apostas para as temporadas de frio e calor com padronagens que se deslocam desde as modernas formas geométricas às paisagens bucólicas que aclamam a natureza. Um exemplo das novas imagens de moda é a jovem estilista *Mary Katrantzou*.¹³

O desenho abstrato se difundiu e passou a ser muito utilizado a partir do século XXI, entrando na categoria de contemporaneidade por sua inventividade e composições arrojadas, variando de naturais abstratas, extremamente estilizadas, ou até mesmo imprevistas.

As cores geralmente dependem da tendência de moda, assim como a busca por desenhos estimulantes e originais continua a cada nova coleção. Depois das flores, os temas mais notórios foram os famosos *animal-print*, como as peles de bichos (onça, zebra, tigre, girafa, vaca, girafa, elefante, golfinho, cavalo, ovelha, coelho, etc); aves no geral, insetos (joanina, grilo, formiga, baratas, etc), seja em representações realistas, estilizadas, mitológicas, abstratas ou idealizadas. (EDWARDS, 2012, p. 146)

A moda é a “eterna ocorrência do novo”, como delineou Walter Benjamin. Assim é necessário se envolver com ela para obter entendimento adequado, compreender sua função no mundo moderno, porém é impossível afirmar que seus fundamentos sejam uma resposta universal para a resolução de alguns problemas, mas a moda é capaz de trazer algumas respostas pertinentes ao comportamento humano.

¹³ Ver página 91 – Mary Katrantzou

2.2.3 Década de 1920

A década de 1920 foi marcada pela prosperidade e liberdade, animada pelo som das *jazz-bands* e pelo charme das mulheres conhecidas como melindrosas, que eram mulheres à frente do seu tempo, consideradas “moderninhas”, que frequentavam salões, fumavam, e suas vestes traduziam seu comportamento, seu espírito de liberdade e o culto ao movimento do corpo (GARCIA, 2016).

A Arte nunca deixou de fazer parte da moda, são manifestações que caminham concomitantes. Em 1923, a artista russa Sônia Delaunay (1885-1979) buscou combinar arte e moda. Destacou-se na estamparia têxtil, e na arte como pintora. Brilhou também como figurinista, designer de interiores e cenógrafa. Delaunay (figura 9) também explorou questões relacionadas ao movimento do corpo. Foi uma das mais importantes artistas da época.

Figura 9: Sônia Delaunay

Fonte:
<https://br.pinterest.com/pin/472526185881249404/>

Figura 10: estampas – Sônia Delaunay

Fonte:
<https://br.pinterest.com/pin/502714377129899294/>

Delaunay acreditava que a arte deveria ser incorporada à moda. Sua concepção reverberava a roupa como uma tela de pintura para os desenhos têxteis simultâneos. Explorou a estética abstrata com linhas e formas geométricas (figura 10) sobre a perspectiva de composições dinâmicas com motivos geométricos, trabalhando com

estudos acerca do uso da cor, as cores em contrastes, e desenvolveu a teoria da simultaneidade. Geralmente usava as cores primárias (magenta, ciano e amarelo), e também tons terrosos. Suas composições tinham misturas de materiais. Esse tipo de concepção foi crescendo com o passar do tempo e era possível observar nas roupas e acessórios a introdução das artes na vida cotidiana. (PACCE, 2016)

Assim como Delaunay e a estilista Gabrielle Bonheur Chanel (1883-1971), mais conhecida Coco Chanel, teve grande relevância para a história da moda, não somente em conceitos de modelagem, mas na concepção antropológica da moda. Ela foi a responsável por quebrar paradigmas impostos pela sociedade, reverberando a liberdade feminina por meio das roupas. Um desses paradigmas foi a crença sobre a estampa listrada. Ela criou uma coleção náutica inspirada nos uniformes de trabalhadores da marinha vestindo malha azul e camisas brancas listradas. Logo depois a camisa bretã foi adotada por quase toda sociedade.

Artistas como Andy Warhol (1928-1987) (figura 11) e Pablo Picasso (1881-1973) (figura 12) fizeram da camisa listrada sua identidade popularizando-a entre o público masculino.

Figura 11: Andy Warhol

Fonte: <http://universoretro.com.br/breve-historia-das-listras-no-decorrer-das-decadas/>

Figura 12: Pablo Picasso

Fonte: <http://universoretro.com.br/breve-historia-das-listras-no-decorrer-das-decadas/>

As imagens em roupas não apareciam somente na forma de impressões, mas também em bordados, rendas, tricô, *tie-die*, etc. Os padrões se tornaram populares, como

os suéteres no estilo *Fair Isle*, que é um tipo de padronagem em malhas de tricô com estilo folclórico, em que a imagem prevista era composta de formas geométricas multicoloridas. (UDALE, 2009)

A técnica de estamparia de disseminou e tornou-se uma das formas de representação mais simbólicas e expressivas da Arte chamada Moda. As novas tecnologias foram se adequando à sociedade e à economia, aos gostos e aos sujeitos. A evolução já não estava mais nas técnicas de produção, mas sim na criatividade e na arte de estampar significados. Por fim, conclui-se que neste período os estilos mais influentes foram os motivos geométricos e os florais e florais orientais. (BLACKMAN, 2012, p. 85 -136)

2.2.4 Década de 1930

Na década de 1930, as mudanças na moda não foram muito significativas. As silhuetas mudaram pouco, porém esta década foi caracterizada por diferentes texturas em tecidos que faziam a cabeça dos usuários de moda e daqueles que queriam fazer parte desse mundo *fashion*. Trazia uma nova percepção de moda em tecidos estilosos, como os *Lisieres Fleuries* – um tipo de tecido furadinho. Nesta época deu-se início a produção em escala maior de vestuário, que eram peças prontas vendidas em boutiques, porém ainda não chegava ao nível de venda de *prêt-à-porter*.

A designer de moda Elsa Schiaparelli (1890-1973) ficou conhecida como uma das figuras mais relevantes da moda no período das Guerras Mundiais. Em 1935, criou peças coloridas denominando um estilo de estampas por meio do corte perfeito, ela foi a precursora em desenvolver coleções temáticas. Em 1937, Schiaparelli (figura 13) inspirou-se em imagens surrealistas, juntamente como o artista Salvador Dalí, em que desenvolveu a estampa para o vestido *Tears dress* (*vestido de lágrimas*), evocando a simulação de carne animal rasgada em forma de lágrimas, e o vestido *Lobster*¹⁴ (figura 14) com estampa localizada pintada à mão por Dalí. O conceito do surrealismo é a valorização da fantasia e da loucura, em que buscava entender o mundo real por trás do real, por meio das reações automáticas, em que o artista se deixa levar pelo impulso. Fundamentado pelas ideias de Sigmund Freud, é a arte

¹⁴ Lagosta em português

voltada para o inconsciente, o mundo da intuição e dos sonhos. Salvador Dalí é o artista mais conhecido deste movimento usando um permanente estilo acadêmico. (BLACKMAN, 2012, p. 127-129)

Figura 13: Elsa Schiaparelli

Fonte: <https://www.1stdibs.com/introspective-magazine/elsa-schiaparelli-book-review/>

Figura 14: Vestido *Lobster*, 1937 – (Vestido Lagosta)

Fonte: <http://vivaoretro.blogspot.com.br/2013/09/dicionario-retro-elsa-schiaparelli.htm>

A partir da década de 1930 muitos nomes de designers começaram a surgir no mundo da moda, seja destacando-se em estamparia ou colaborando de maneira significativa para a moda e suas evoluções em modelagem, técnicas, design, tecidos e imagem.

Madeleine Vionnet (1876 – 1975) foi uma das mais importantes criadoras em *moulage* (“modelar diretamente no corpo”), trazendo grandes contribuições com estilo inovador, em que costumava criar seus modelos diretamente no manequim. Suas principais contribuições para a técnica de moda foram o drapeado e o corte enviesado. Os principais tecidos utilizados eram o crepe, a gabardine e o cetim e em 1938 o *tweed*, que é um tecido texturizado, que passou a ser simulado na estamparia tempos depois. Algumas características das roupas eram evidentes e os motivos florais e quadriculado apareciam nas coleções de moda, não somente em impressões, mas também em bordados, rendas e em vestuários como saias amplas no estilo camponesa, principalmente na Alemanha.

2.2.5 Década de 1940

Em 1940, a segunda Guerra Mundial já havia se manifestado na Europa. Paris estava ocupada pelas tropas alemãs e muitas *maisons (ateliês)* de alta-costura já haviam sido fechadas e mudaram para outros países. Uma das metas da Alemanha era destruir a cultura da moda francesa, porém sem êxito. Nesta época houve a limitação do uso de tecidos, assim, principalmente as mulheres praticavam a sustentabilidade sem perceber, visto que reformavam suas roupas com materiais alternativos como a viscose, o raíom e tecidos de fibra sintética. A criatividade em tecidos, texturas e formas não pararam mesmo com a falta de recursos por conta da guerra.

Claire McCardell (1905-1958) era uma estilista americana cujo segmento de moda baseava-se no *ready-to-wear (pronto para vestir)*. Suas criações eram roupas casuais e sofisticadas, com design funcional para a mulher que trabalhava, usava justaposição de texturas com tecidos listrados e lisos.

A estilista Pauline Trigère (1908 – 2002) é considerada uma designer da classe do *prêt-à-porter*. Ficou conhecida em 1949 quando ganhou o primeiro de seus três prêmios *Coty*¹⁵. O trabalho de Trigère baseia-se na alfaiataria criativa, principalmente

¹⁵ Os prêmios *Coty American Fashion Critics Awards* foram anunciados pela primeira vez em janeiro de 1942 pela cosmética e perfumaria Coty Inc. Para promover e celebrar a moda americana e incentivar o design durante a Segunda Guerra Mundial. Eles foram concebidos e criados pelo vice-presidente executivo da Coty Inc., Jean Despres, fundador da The Fragrance Foundation e FiFi Awards e Grover Whalen (membro do Comitê do prefeito da cidade de Nova York e presidente da Feira Mundial de Nova

no desenvolvimento de casacos. Produziu um casaco (figura 15) com tecido em xadrez, mangas dólman, cortado em cruz, com apenas uma costura central nas costas, para garantir melhor movimento na peça. (BLACKMAN, 2012, p. 206)

Figura 15: Casaco de Pauline Trigère com estampa quadriculada

BLACKMAN, 2012, p. 206

O estilo *animal-print* sempre esteve presente na moda, porém não é comum dizer que está na moda pois é um estilo que parece ser obrigatório nas coleções, mesmo que de maneira tímida ele sempre aparece. Depois da sua aparição no final da década de 1930, tornou-se popular com o cinema e disseminou-se nas décadas de 1950, 1960 e 1970. Em 1936 a casa francesa *Busvine* criou um vestido com pele de animal (leopardo). A estampa de animal disseminou-se no universo da moda e ganhou novas formas aplicadas em acessórios, bolsas, tiaras, sapatos e até mesmo em objetos de decoração. (CÂMARA, 2016)

Na década de 40, o estilo de desenho *animal print* começou a aparecer com mais frequência nas coleções de moda, porém a pele de animal ainda era mais utilizada do que a impressão do desenho em tecidos. Da mesma maneira foi o estilo étnico que

lorque de 1939). O publicista da moda Eleanor Lambert foi designado para promover e produzir os prêmios. Os prêmios foram concedidos unicamente aos designers com sede na América. Até a sua descontinuação em 1985, o Coty Award foi considerado um dos mais prestigiados prêmios no campo da moda. Os prêmios foram desenhados por Malvina Hoffman.

Disponível em: <http://www.nytimes.com/1985/06/14/style/coty-fashion-awards-discontinued.html>
Acesso em: dez.2016

despontou, nesta década, com a estilista Joset Walker (1902-1999) que ficou famosa por utilizar tecidos com desenhos étnicos em seus trabalhos como figurinista para Hollywood e Broadway. Walker era uma designer de moda formada na Escola de Belas Artes de Nova York e logo despontou com seu talento e visão de moda. Foi designer de figurino para RKO Picture (rádio *Keith orpheum*) com pseudônimo de Josette de Lima. Seu estilo combinava o toque francês com a simplicidade americana, tinha a concepção da praticidade, por esse fato, tornou-se um dos nomes mais famosos por desenvolver roupas casuais femininas. Seu nome foi auge na década de 1940, por suas roupas populares, que incluía em suas coleções *minidress* (minivestido) para a praia, *jumpers* (macacão), saias fluidas e leves, além do uso de estamparia com desenhos de listras falsas de leopardo e zebra (figura 16) para roupas impermeáveis e roupões longos de praia.

Figura 16: Dorian Leigh em *Swimwear* por Joset Walker

Fonte: <http://www.gettyimages.com/detail/news-photo/dorian-leigh-in-swimwear-by-joset-walker-news-photo/526758440#dorian-leigh-in-swimwear-by-joset-walker-picture-id526758440>

No estilo *New Look*, criado por Christian Dior (1905-1957) em 1947, a saia era ampla de comprimento mídi. Sua coleção era chamada de “Linha Corola” – eram saias pregueadas, franzidas, drapeadas e enviesadas, geralmente forradas de tule para

ficarem bem armadas. Fazia simbologia com as corolas das flores e a maneira como se abriam. Os tecidos eram os mais variados, com estampas e bordados florais. Dior em 1940 foi o primeiro estilista a usar estampa de animal impresso em tecido, e não a pele, como era de costume. A estampa foi usada em um vestido (figura 17) apresentado para sua coleção primavera-verão chamado “África”.

Figura 17: vestido África – Christian Dior

Fonte: <http://www.formaes.com.br/vida-de-mae-2/muito-alem-da-estampa-de-oncinha/>

O *boom* em estamparias no final da década de 1940 foi com a Fashion Horrockses. A Horrockses foi uma empresa que surgiu na moda por conta das suas estampas coloridas com muitos motivos que iam de florais a frutas e ainda composições que misturavam elementos, orgânicos, geométricos, figurativos, abstratos, etc., formando novos estilos. A empresa nasceu em 1790, porém foi entre 1940 e 1956 que suas estampas criativas, modernas, caprichosas e harmoniosas fizeram sucesso. Foram criadas por jovens designers e artistas como Alastair Morton, Pat Albeck, Terrance Conran e Graham Sutherland. Os vestidos estampados (figura 18) em tecidos de algodão passaram a fazer sucesso, eram confortáveis, chiques e elegantes com o estilo de modelagem com saia godê, a silhueta adaptada lembrava os vestidos *New look* de Dior, com acabamento impecável, tornou-se peça fundamental para o verão.

A exposição é absolutamente deslumbrante, cada vestido parece tão fresco e moderno como no dia em que foi feito. Os vestidos prestam homenagem ao *New Look* da Dior, com saias completas e cintura minúscula, e as

estampas são tudo sobre diversão - rosas gigantes, lagostas, dançarinas e até mesmo um vestido com rabanetes e ovos cozidos! (LETICE, 2016)

A marca Horrockses foi muito divulgada em revistas, ilustrações e em catálogos de moda e os vestidos foram mais amplamente divulgados quando a princesa Margaret usou um vestido da marca para alimentar uma girafa na África em 1956.

Figura 18: horrockses, vestidos de uso diário

Fonte: JENNA, 2016

“Os vestidos tinham alta qualidade e eram pronto-a-vestir, as estampas foram fundamentais para o crescimento da marca com design inovador.” (JENNA, 2016)

Ao final dos anos 1940, o vestido estampado floral (figura 19) era a peça fundamental no guarda-roupa da mulher inglesa de classe média e isso manteve-se ao longo dos anos 1950. Essas peças representavam o cotidiano e haviam roupas para cada ocasião. Porém, a marca desapareceu no mercado na década de 1980. (BLACKMAN, 2012, p. 199)

Figura 19: Vestido Horrockses, 1940

Fonte: <https://uk.pinterest.com/pin/418975571553830654/>

2.2.6 Década de 1950

Os desenhos em estamparia começaram a se tornar mais influentes na década de 1950 e as estampas que mais disseminaram foram os poás (bolas), xadrezes, listras e florais de todos os tamanhos, combinações que iam além da estamparia de tecidos, mas em todo o guarda-roupa. Esses estilos eram utilizados em tecidos como o *jaquard*, o desenho feito por meio da tecelagem, fios coloridos entrelaçados formando um desenho.

O cinema foi uma grande influência e inspiração para novas criações de moda, além de produzir estilos de vida. A moda possui influência social e atinge aspectos que conduzem o indivíduo a novos comportamentos por meio da imitação. As mulheres copiavam ou imitavam as celebridades da época, buscavam assimilar a beleza do corpo, cabelo, maquiagem e vestimentas. Artistas como Grace Kelly e Audrey Hepburn simbolizavam a jovialidade, outras atrizes como Rita Hayworth e Ava Gardner representavam a sensualidade e o estilo fatal (figura 20). Entretanto, as grandes celebridades dessa época foram as atrizes Marilyn Monroe e Brigitte Bardot, em que o destaque era a beleza antagônica simbolizando estilos com sensualidade e ingenuidade, uma mistura de estilos que provocavam cobiça

nas mulheres. As estampas de bolinhas foram disseminadas nos anos 50 e ficou conhecida também como poás, muito utilizada em composições no estio *Pin-ups*, em que ofereceu representação ao lado sexy e divertido da mulher, foi muito utilizado pela celebridade Marilyn Monroe.

Figura 20: Marilyn Monroe, Audrey Hapburn e Briget Bardou, celebridades 1950

Fonte: <https://tatamartinssouares.wordpress.com/2013/07/13/>

O cinema dos anos 1950 e 1960 ajudaram a disseminar os estilos de estamparias, principalmente o *animal-print* transformando-o em símbolos de elegância e sofisticação. Isso perdurou até a década de 1970.

Figura 21 – Marilyn Monroe, 1951 – Estampas de poás (bolas)

Fonte: <http://cineclassico-pabloaluisio.blogspot.com.br/2015/03/marilyn-monroe-e-o-verao.html>

Em 1946, as roupas de banho ganharam destaque com estampas clássicas. O biquíni (figura 21) foi lançado como roupa de banho e recebeu esse nome por causa do atol de Bikini, no Pacífico, em que os Estados Unidos realizaram testes com a bomba atômica. O estilo muito comum nesta década foi o poá (bola). (BLACKMAN, 2012, p. 103)

Em 1958 a cultura adolescente *underground* e a música passaram a ser símbolos de representação social e os estilos musicais passaram a transparecer na maneira de vestir, existindo um para cada estilo musical como o jazz, *folk* ou rock'n'roll.

As vestimentas mais utilizadas eram suéteres largos e desalinhados, saias listradas, meias-calças pretas, colares compridos de contas e *dufflecoats* - casacos de lã com comprimento até o quadril ou joelho, com botões de madeira unidos por cordões - que eram uma peça típica do guarda-roupa dos contestadores, mesclando os estilos *beatnik*¹⁶, *folk* e *boho*. O jeans tornou-se uniforme da juventude e seu significado era de rebeldia, variando entre o conformismo, o *cross-dressing*, o vestuário unissex e erótico e a roupa básica do dia a dia, tornando-se item da alta moda. A ação do movimento origina-se no âmago do descontentamento da juventude, e como não poderia ser diferente, parte de um grupo de jovens que subvertem o padrão literário enferrujado estabelecido, tendo em vista uma esfera de magnitude antes não alcançada.

2.2.7 Década de 1960

Na década de 1960, a moda era equilibrada pelo *establishment*, tanto na criatividade quanto na comercialização, e os estilistas buscavam desafiar os limites estéticos por meio da alta-costura. O *establishment*¹⁷ é a ordem ideológica, econômica, política e legal que constitui uma sociedade ou um estado. Na década de 1950, a recuperação econômica estava em pleno curso na Europa e Reino Unido. O governo investiu em

¹⁶ Beatnik foi um movimento literário que teve origem nos Estados Unidos, na década de 50, originou-se no âmago do descontentamento da juventude com o padrão literário estabelecido, tendo em vista grandes evoluções já alcançadas.

¹⁷ Dicionário Hauaiss da língua portuguesa: 200; coincidem com a definição exemplificada em Dicionário de usos do Português do Brasil: 2002.

cursos de educação continuada de arte e design formando grandes especialistas, desafiando o *establishment* e contribuindo para áreas artísticas. (FOLHAUOL, 2016)

Na década de 1960, as grandes celebridades também eram influenciadoras de moda como a primeira dama Jackeline Kennedy que apareceu vestindo um casaco de pele de leopardo (figura 22) criado por Oleg Cassini (1913 – 2006) estilista francês, dando início a uma busca por imitações de peles e estampas com desenho de *animal print*, um ícone de estilo e luxo na época.

Figura 22 – Jackie Kennedy, 1960

Fonte: <http://www.formaes.com.br/vida-de-mae-2/muito-alem-da-estampa-de-oncinha/>

O estilista francês Emanuel Ungaro (n.1933), foi um grande representante da estamparia na década de 60, sua formação foi com o estilista Cristóbal Balenciaga, em que aprendeu seu ofício. No ano 1965 criou sua própria marca e se diferenciou pelas misturas de estilos de estampas (figura 23), florais, geométricos, etc., pelos tons em cores vivas e ainda pelos drapeados em suas peças. Seu estilo despojado com estampas alegres agradou às fãs da moda e ficou no auge até meados do final da década de 90. Porém, com a mudança de estilistas a marca caiu em declínio e assim permanece até os dias atuais.

Figura 23: vestido floral, Emanuel Ungaro, 1960

Fonte: <https://ru.pinterest.com/pin/262264378277413961/>

Paris transformou-se na capital da moda, porém os Estados Unidos e a Inglaterra caminhavam independentemente como suas produções industriais, influenciando anos depois a Europa. A nova década afirmava grandes mudanças no comportamento, iniciada com o sucesso do rock'n'roll, e as celebridades da música influenciavam grandemente de maneira simbólica.

Esta década foi marcada pelo despontamento de estilistas consolidados do mercado, que estavam reagindo ao mercado e novos talentos surgiram ditando novos estilos de vida, misturando informações imagéticas em estamparias, criando modelagens conceituais.

A nova geração de estilistas reagiu divertindo-se com as cores do arco-íris e com estampas curvilíneas influenciadas pela iconografia psicodélica ou inspirando-se em trajes étnicos não ocidentais, como a coleção africana de Yves Saint Laurent. Estilistas tão diferentes entre si como Emiliano Pucci, Valentino, Zandra Rhodes e Bill Gibb, entre outros, tentaram abraçar a estética *hippie*, só que o “faça você mesmo”, essencial ao estilo, era muito difícil de ser incorporado em uma peça assinada: [...]. (BLACKMAN, 2012, p. 217)

A década de 1960 foi um período de revoluções, uma explosão de juventude em todos os aspectos, influenciados pela ideia de liberdade. Assim o capitalismo começou a ser instaurado na sociedade de consumo vigente. Aspectos sociais entre classes

começaram a influenciar na moda, como a moda das ruas, a contracultura e o pacifismo do final desta década. Nesse patamar, a moda seguiu com transformações radicais em todos os sentidos, em que a forma de vestir se tornava cada vez mais ligada ao comportamento, passando a representar a identidade do indivíduo por meio da vestimenta.

O estilista André Courrèges (1923 – 2016) marcou época e estética, com sua visão de modernidade, projetou a minissaia (figura 24), junto a estilista inglesa Mary Quant que também exigiu o título de criação. Sua influência na estética futurista traz ilusões a corrida espacial e a chegada do homem à lua e até hoje sua coleção *Space Age* de 1964 ainda é referência nos dias atuais. (PACCE, 2016)

Figura 24: roupas listradas, minissaia – André Courrèges

Fonte: http://irenebrination.typepad.com/irenebrination_notes_on_a/2016/01/page/3/

No período da guerra o poliéster entrou em cena e logo depois se tornou a técnica mais comum para a estamparia em tecidos por meio do *transfer*, que é a técnica de impressão indireta no tecido. Sua composição trouxe facilidade para os estilistas desenvolverem roupas. Paco Rabanne, Pierre Cardin, André Courrèges e Emanuel Ungaro mergulharam na onda do poliéster e produziram desenho no estilo *Op Art* com motivos gráficos que traziam a concepção de volume e movimento, cuja proposta era confundir a visão sobre o poder hipnótico das estampas. (NASENTRELINHAS, 2016)

Mary Quant (n.1934) é uma empresária e designer de vanguarda que apesar de não ter muito conhecimento na área de moda, conseguiu mesclar o estilo da subcultura moderna com uniformes escolares do período Eduardiano e roupas usadas para danças pelas garotas.

A cultura popular passou a fazer parte das tendências de moda, sendo regenerada pelos meios de comunicação e linguagens artísticas como a música, o teatro e o cinema. Essa revolução tornou-se mais visível por conta dos jovens que se manifestavam por meio da roupa, e não queriam compartilhar dos mesmos estilos propostos pelos mais velhos, pois as roupas originavam simbologias, não somente na representação da estampa, mas também no *shape* (forma em português), no corte e na composição das cores. Os estilistas da época, gostavam de usar estilos que expressassem o espírito jovem e irreverente da época e que construíssem novos conceitos. (BLACKMAN, 2012, p. 216)

Vestidos soltos de algodão, estampados com poás ou motivos divertidos, e costumes bem cortados com calças que seguiam as últimas tendências da moda eram itens disputados pela clientela descolada de Londres e pelos frequentadores da nova boutique *uber-trendy* de Nova Iorque, a *Paraphernalia*. (BLACKMAN, 2012, p. 230)

As novas tendências vinham das ruas e em 1964 Timothy Leary articulou o aforismo *turn on, tune in and drop out* – *se liga, sintoniza e desencana* – que se tornou o mantra da contracultura hippie na costa oeste dos Estados Unidos. A arte ainda tinha influência na moda, com grande repercussão imagética dentro do estilo psicodélico da droga, da música e da cultura comum difundida na cidade San Francisco. O *slogan* da época era gastar pouco, e o vestuário mais comum eram xales antigos, uniformes vintage e peças de brechó, além de roupas com barrados com composições inspiradas em motivos/desenhos indígenas (étnicos) americanos e técnicas mistas com *tie-dye*, bordados, crochês, sinos e miçangas exóticas, com aroma *patchouli*. (BLACKMAN, 2012, p. 217-218)

O estilo artístico *Pop Art* deu influência a novas concepções voltadas a moda, proporcionando uma visão mais ampla das influências artísticas, embora esse movimento não tenha características muito lógicas, pois cada artista tinha suas ideologias e conceitos acerca das artes. O termo surgiu em 1954 na Inglaterra e Estados Unidos, usado pela primeira vez pelo crítico inglês Lawrence Alloway

e repercutiu na década de 1960. A base dos trabalhos da *Pop Art* envolvia a cultura popular, tendo como objetivo romper as barreiras entre a cultura de elite e a cultura de massa. Os artistas ponderavam, com ironia, a crítica ao excesso de consumismo que evolvia a sociedade, buscando estéticas para produtos massificados, derivados dos meios de comunicação. (INFOESCOLA, 2016)

O artista mais conhecido da *Pop Art*, foi Andy Warhol (1928 – 1987), que buscou eliminar suas obras dos valores e das técnicas tradicionais. Ele trabalhou com processos impessoais, como a serigrafia. Por meio desta técnica Warhol representou a impessoalidade do objeto produzido em massa para o consumo, como as garrafas da Coca-Cola e as latas de sopa Campbell (figura 25), esta última sua obra mais conhecida. Warhol descreveu que o estilo desta década era como *jet-set chique-hippie-paquistanês-indiano-internacional*, por tanta exploração visual em imagens de estamparias.

Figura 25: Andy Warhol, Campbell's Tomato Soup 1962

Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/416160821792618662/>

Outro movimento que favoreceu as novas concepções visuais na moda foi a *Op Art*, teve indícios na década de 1930, mas ficou conhecida somente na década de 1960, concomitante nos Estados Unidos e na Europa. O termo foi apresentado pela primeira vez por volta de 1965 na revista *Time*, o termo vem do inglês *optical art*, arte ótica,

que apresenta o conceito de menor expressão e mais visualização, simbolizando um mundo de transformações efêmeras que podem sofrer alterações.

Nos anos sessenta, Warhol começou a imprimir seus desenhos de arte sobre os vestidos de papel que estavam na época tornando-se uma novidade. Essas peças de vestuários captaram a própria essência de estilo de via consumista quando abordaram a ideia de descarte de bens de consumo. (LOBOPOPART, 2016)

Andy Warhol delineava sua arte com ídolos populares do cinema e da música, como Marlon Brando, Elvis Presley, Elizabeth Taylor, Michael Jackson e Marilyn Monroe. Suas obras provocavam sentimentos de crítica à moderna sociedade de consumo, à elevação artificial entre cultura de elite e cultura de massa, e à sofisticação elitista do bom gosto tradicional. Proporcionou inspirações para moda, trazendo estampas (figura 26) inspiradas em seus trabalhos. (MALHEIROS, 2016)

Figura 26: vestido Soup Campbell, 1962 – Andy Worhol

Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/71002131595880615/>

O precursor deste estilo foi Victor Vasarely e seus primeiros resultados gráficos do período de obras que se enquadra neste movimento foram as “zebras” (figura 27), produzidas nos anos 1930, mas que passou a ser difundida somente nos anos 1960. Sua construção possui rigor em estudos orgânicos e geométricos, porém a maioria dos desenhos são geométricos abstratos, transmitindo sensações visuais espontâneas e de percepção, originando movimentos, clarões, vibrações ou deformações.

Figura 27: zebras, versão preto e branco, Victor Vasarely

Fonte: <http://www.tvsinopse.kinghost.net/art/v/vasarely.htm>

A *Op Art* influenciou a moda no final da década de 60, trazendo inspirações em estampas (figura 28) e *shapes* (formas), utilizando-se de estudos em geometria, formas e cores vibrantes, provocando ilusão ótica no receptor.

Figura 28: Grace Coddington, estampa *Op Art*, 1965

Fonte: <http://www.dmoda.it/2012/09/17/swinging-sixties-again-tendenze-ai-2012-2013/>

Valentino Garavani (n.1932), considerado o rei chique, é um estilista italiano conhecido por desenvolver criações de moda luxuosas (figura 29). Estimado no mundo da moda e adorado pelas celebridades, foi ele quem demudou a história da alta-costura com suas criações ousadas.

Figura 29: vestido e Casaco, Valentino

Fonte: BLACKMAN, 2012, p. 246

Após seu sucesso em 1962, Valentino passou a vestir celebridades como Jacqueline Kennedy, Princesa Margaret, Elizabeth Taylor, Audrey Hepburn, Begum Aga Khan, Verunschik e Gloria Guinness, que além de clientes, eram amigas íntimas do estilista.

A década de 1960 foi o turbilhão de informações imagéticas, onde aconteceu a mistura de símbolos, criando e recriando vários estilos. Andy Warhol descreveu o visual explorado por muitos estilistas ao longo da década de 1960 e início de 1970 como "jet-set chique-hippie-paquistanês-indiano-internacional" (BLACKMAN, 2012, p. 251)

Foale & Tuffin foi uma marca criada por duas amigas, Marion Foale e Sally Tuffin, na década de 1960, chegando ao fim da parceria em 1972. Suas contribuições de figuras foram importantes para história da moda. Os minivestidos, como o vestido *Double D* (figura 30), eram coloridos e inspirados em terninhos e calças, ajustados conforme as tendências de moda. Além disso, suas coleções tinham peças-chave da moda popular.

Figura 30: vestido Double D, Foale & Tuffin, Jenny Boyd, 1966

Fonte: <<http://luxsure.com/blog/2009/11/16/foale-and-tuffin-made-in-england/>>

Figura 31 – vestidos de Betsey Johnson para Paraphernalia, 1965

Fonte: BLACKMAN, 2012, p. 238

As estampas geométricas nos vestidos refletem a influência da *Pop Art* na moda. Uma das que mais investiu em estamparia neste estilo foi a designer americana Betsey Johnson (1942), ela utilizava estamparia (figura 31) para dar agitação a suas criações. Conhecida pela sua maneira pessoal de ver as coisas, Betsey passava suas percepções muito particulares a seus desenhos, muitas vezes considerados desequilibrados e demasiadamente femininos. Ela foi muito importante nas produções para a *Paraphernalia*.

Yves Saint Laurent (1936 – 2008) foi outro grande estilista, que teve grande relevância para moda, pois sua modelagem ousada tem referência pictórica, com estilo visual suave, como um retorno nostálgico ao Período Vitoriano devotado à *Art Nouveau* dos anos 1920. Ele também colaborou, influenciando na estamparia, com vestidos, com ideias inovadoras inspiradas em obras de arte como o vestido tubinho com desenhos do pintor Mondrian (figura 32) e com formas orgânicas inspiradas nos desenhos de Matisse (figura 33) com desenhos psicodélicos, utilizando a arte como inspiração criativa para desenvolvimento de suas coleções de moda.

Figura 32 – vestido Mondrian, 1965
Por Yves Saint Laurent

Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/35817759516664557/>

Figura 33 – vestido Matisse, 1981
Por Yves Saint Laurent

Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/392728029990060078>

Em 1967 o estilo *Flower Power* (*força das flores*), lema utilizado pelos hippies, filosofia dos anos 1960/70, celebrava a ideologia da não-violência e a aversão à Guerra do Vietnã. Este estilo tornou-se muito popular e simbolizava o verão do amor. “A flor é eterna no mundo da moda por incorporar noções de beleza, força, vitalidade e gênero.” (CHAMBERLAYNE, 2016)

A estamparia começou a despontar fortemente na década de 1960 com o estilista Emílio Pucci (1914-1992), que era apaixonado por cores, formas e estilos, foi considerado o “Príncipe das estampas”. Pucci foi emblema do estilo exótico, afinal suas criações eram multicoloridas e suas composições despojadas com motivos geométricos. Suas inspirações vinham das culturas orientais, africanas e da natureza, em que transbordava o sentimento transgressor dos anos 60, trazendo o estilo psicodélico (figura 34) que evocava viagens alucinógenas. Ele trabalhava de maneira criativa e técnica, utilizando-se não só dos simbolismos dos elementos como também fazia um estudo de cores e proporções maximizadas. (NAS ENTRELINHAS, 2016)

Figura 34: cáftãs estampados, multicoloridos e esfuziantes de Emílio Pucci

Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/2462974768354401/>

A exuberância da linguagem da estampa de Pucci era um fator que deixava a moda mais despojada. Mesmo com inúmeras mudanças na indústria têxtil seus experimentos em texturas visuais transformaram as antigas visões em novas composições imagéticas têxteis, que romperam com as comportadas estampas em xadrezes e poás em preto e branco.

Outra marca que deu novos ares as estamparias foi a Missoni, fundada em 1950 na Itália, criada por Ottavio Missoni (1921 – 2013) e Rosita Missoni (1953 – 2013). Em 1958 apareceram as primeiras peças e em meados de 1960 a marca começava a apontar no mundo imagético das superfícies têxteis, trazendo motivos com linhas em diagonais coloridas (figura 35). Seus tecidos em malha com o padrão em ziguezague distinto se tornaram base para uma marca de sucesso. Em 1996 passou a ser liderada pelos três filhos do casal, Vítório, Angela e Luca. Seus padrões transformaram o mundo da moda tornando-se símbolo de um estilo de vida.

Figura 35: roupas em malha com desenho em Ziguezague, Missoni

Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/307933693255780861/>

Nesta década, muitos artistas e estilistas contribuíram para a moda, em que desenvolveram tecidos com superfícies têxteis. Missoni marcou com suas célebres malhas coloridas com motivos em ziguezague, foi a raiz do tricô na região do Lombardia dos anos 1950.

O designer britânico Ossie Clark (1942 – 1996) trouxe novas concepções imagéticas para a estamparia apresentando criações com estampas criativas, misturando elementos de estilo alternativos, assim como os modelos de suas roupas (figura 36). Sua companheira Celia Birtwell (n.1941) desenhava e produzia estampas têxteis com motivos florais delicados, como padrões líricos, trazendo a simbologia da inocência e da pureza. A mistura de elementos geométricos e orgânicos e a modelagem das roupas em tecidos *chiffon* proporcionavam a sensação de romantismo, esse estilo foi caracterizado por hippie ou *boho*. (THEREDLIST, 2016).

Figura 36: macacão com estampa orgânica, 1967, Ossie Clark

Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/283726845244610571/>

2.2.8 Década de 1970

Nos anos 70 a moda continuou a usar referências do Período Vitoriano, com estampas com motivos florais e arabescos, muitas vezes imitando tapeçaria, a uma glamorosa interpretação do estilo dos anos 1940. Porém, agora o público era predominantemente de jovens e adolescentes, público este que desprezava a sociedade de consumo. Neste período houve o crescimento do mercado do jeans e da roupa esportiva, que se tornaram popular entre os adolescentes sob influência de celebridades como Elvis Presley e James Dean, por exemplo.

Os anos 70 foi o momento de quebra de paradigmas; cabelos compridos, calças jeans usadas igualmente por ambos os sexos e uma fusão de gêneros, já que a linguagem unissex finalmente passa a ser aceita na sociedade. Peça fundamental do *workwear*¹⁸ é o macacão que foi adotada por meio do uso comum e não por meio da alta moda.

¹⁸ *Workwear* – roupa de trabalho

O tênis cano alto e a minissaia tornaram-se o uniforme das subculturas. (BLACKMAN, 2012, p. 262)

O desenho psicodélico, tão presente nessa década, refere-se ao movimento artístico da contracultura da década de 60, em que estados alterados de consciência eram cogitados nas obras de arte e de design da época. Estas incluíam capas de discos e artes gráficas, bem como tecidos, cerâmicas e qualquer outro tipo de objeto que pudesse ser ornamentado por desenhos aplicados em superfície.

O culto ao corpo proporcionou novos valores e significados à roupa esportiva e ao surgimento de novas tecnologias em tecidos especiais para prática de esportes. Esse estilo foi denominado *sportwear*¹⁹ caracterizado também pela designer Joset Walker. Essa foi maior tendência de moda na metade do século XX, tornando-se um estilo de vida, como a mania da boa forma. Porém tornou-se burlesco com excesso de acessórios, faixas de cabeça, polainas e *collant*.

O estilo *sportwear* introduziu uma mudança radical na moda nos anos 1980, quando o estilo de música *hip-hop* passou a influenciar a moda de maneira grandiosa. Passaram-se a copiar as roupas, bonés com emblemas de times, estampas ou bordados representando camisetas dos jogadores. Algumas marcas cresceram explorando este estilo jovial e divertido como a Tommy Hilfiger. (BLACKMAN, 2012, p. 286)

As estampas orgânicas ganharam espaço e alguns estilistas produziram muitas imagens, como Zandra Rhodes (n.1940). A estilista diplomada em estamparia têxtil lançou marca própria em 1969, tornando-se conhecida por suas criações brilhantes de cores vivas e vestidos (figura 37) em *chiffon*. Suas produções imagéticas traziam linhas sinuosas, rabiscados abstratos e linhas paralelas remetendo ao xadrez, além de ziguezagues que pareciam desenhados a mão, concepções muito orgânicas. Considerada dramática, glamorosa e extrovertida, tal personalidade transparece em seus desenhos arrojados e de composições impetuosas e bem femininas, e o uso

¹⁹ *Sportwear* – roupa esportiva

impetuoso da cor deu às suas vestes uma qualidade atemporal que se tornaram inconfundíveis. (RHOLDES, 2016)

Figura 37: vestido com estampa orgânica, Zandra Rhodes, 1969/70

Fonte: <https://br.pinterest.com/pi/528961918708625240/>

Segundo Blackman (2012 p. 286), os anos 1970 foram marcados pelo movimento Punk, o último estilo autêntico de cultura underground e o primeiro a admitir igualdade de gênero no vestir das mulheres, provocando os ideais de beleza feminina e proporcionando a liberdade de escolha e de aparência.

Viviane Westwood (n.1941) ficou conhecida pelo estilo chamado “fim do mundo” por trabalhar com materiais pouco peculiares como estopas, retalhos e trapos. A superfície mais utilizada em tecidos foi o xadrez. A estilista concebeu a cultura urbana e anárquica desta década de modo que depois do movimento punk a representação vestível não foi mais a mesma. As influências das ruas passaram a fazer parte de muitas produções de moda e além da roupa (figura 38), o corpo passou a representá-las com tatuagens, *piercings* e cabelos, cujas cores e cortes tomaram novas dimensões e causaram impacto. (MOUTINHO; VALENÇA; 2000, p. 246)

A elegância mais planejada dos new romantic, o melodrama dark dos góticos, o anonimato deliberado dos ravers, o estilo hippie revisitado dos new age travellers, e até mesmo o look atrevido e ingênuo dos vestidinhos grunge não conseguiram chocar depois do punk. O legado de Westwood foi o de

transformar o estilo das ruas da alta moda, como Jean Paul Gaultier e Marc Jacobs, em cujos trabalhos essa influência é evidente. (BLACKMAN, 2012, p.219)

Figura 38: estilo Punk , 1970

Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/119838040061044462>

A estilista Rei Kawakubo (n.1942) foi muito importante para a história da moda, ela fundou por volta de 1969 a marca *Comme des garçons (CDG)* – *como garotos* - reconhecida pelo rigor conceitual. Suas roupas buscavam novas definições de padrões para o vestuário feminino ocidental e oriental. Ela utilizava em suas coleções materiais grosseiros, muitas vezes rasgados, amassados, e materiais que representavam aspereza enrolados ao corpo. Disseminou-se na década de 1980 e hoje é uma marca que modificou seu conceito em formas, adicionando estampas e mais sofisticação em suas composições, porém sem perder sua essência.

Na década de 1970 o Brasil ainda estava em regime militar e muitas questões políticas e econômicas estavam sendo abordadas. Ainda assim foi um período de amplo consumismo com aumento da produção industrial, inclusive no vestuário. O momento contava também com repressões da classe artística e imprensa, trazendo movimentos de revolta por parte da esquerda brasileira, com focos de resistência e luta. A televisão brasileira afirma-se destacando a novela *Dancing Days* e *Água Viva* que, naquele

momento, ditava a moda. A mulher brasileira copiava o que era apresentado na televisão. Nesta época as mulheres em geral buscam roupas mais práticas. Vestia-se de tudo, tanto peças estampadas quando peças em *color-block* (bloco de cor); desde terninhos a vestidos e túnicas estampadas. A influência hippie perdurou e serviu de inspiração para novas criações, os estilos indiano e camponês também foram inspirações para roupas no Brasil. (MOUTINHO; VALENÇA; 2000, p. 270-276)

2.2.9 Década de 1980

A estamparia teve um grande crescimento nesta década com o surgimento do termo impressão na França, que é o método que utiliza altas temperaturas (calor) e pressão para transferência da imagem para outra superfície. Esta técnica permite a reprodução fiel de desenhos, com cores e maior riqueza de detalhes além do maior aproveitamento em insumos têxteis. Houve grandes mudanças na Revolução Industrial com o surgimento de novas tecnologias e pesquisas químicas na área química-têxtil, garantindo novos corantes sintéticos a partir de 1856, trazendo novas formas de estampar com variedade de texturas e cores. No fim do século XX foram desenvolvidos outros processos de impressão gráfica têxtil digital direta ou indireta com jato de tinta.

Figura 39: casaco, coleção Bruxas, 1983/84, Viviane Westwood

Fonte: <http://br.pinterest.com/pin/26529085283457957>

A estilista Viviane Westwood apresentou em 1982 sobreposições de peças e adornos que traziam amarrações, saias sobre *leggings* e camisas compridas. A arte ainda tinha muita influência nas tendências de moda e motivos eram extraídos das obras de arte, além de estampas geométricas inspiradas na arte indígena (figura 39) americana. (BLACKMAN, 2012, p. 292)

Kenzo Takada (1939) foi o primeiro japonês a se estabelecer em Paris. A marca nasceu em 1988 e sua essência se baseia na originalidade e diversidade cultural. Sua concepção sobre o vestuário é muito particular e ele inovou com seu talento para combinar cores, estampas e padrões. Takada busca utilizar padrões (figura 40) diferentes em sua composição, muitas vezes com motivos aleatórios, apresentando os mais diversos estilos, desde o figurativo aos abstratos, além de listras e combinações com desenhos em inspirações orientais. Seu estilo exuberante trouxe um sentido alegre que promoveu diversão para a alta moda. “É um mestre em misturar estampas e em fazer sobreposições. Usa coloridos vivos e, nos anos 70, produziu blusas, túnicas, batas, minivestidos, calças largas e roupas de veludo estampados em estilo japonês.” (MOUTINHO; VALENÇA; 2000, p. 242)

Figura 40: vestidos estampados, Kenzo, 1981

Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/478859372849778959/>

A moda mostrou-se preocupada com a transformação de estilos, foi a época das tribos urbanas – que os sociólogos chamam subculturas”²⁰ ou “sub-sociedade” –, das misturas de cores e modelagens com combinações um tanto intrigantes, e ainda do surgimento do termo “antimoda”. Este termo se refere à representação por meio do comportamento através da vestimenta, a busca é estar fora dos padrões das tendências de moda. Um exemplo são as novas formas de composição, como ombreiras *oversized*, que na época simbolizavam a ousadia, além de tecidos rústicos, tanto pesados quanto leves, faziam parte desta tendência.

[...] Antimoda, especialmente onde o corpo é permanentemente customizado, é o mais intimidante, e assim a mais forte arma com que a sociedade pode proteger-se contra a mudança. Antimoda é uma cápsula do tempo onde uma geração vive para a próxima, uma máquina desenhada para simbolicamente defender e destruir mudanças. ” (POLHEMUS apud NETO, 2016 p.4)

Donna Karan (n.1948) é uma designer americana muito influente da atualidade. Karan buscou a praticidade na modelagem das roupas para simplificar a vida da mulher que trabalha. Karan geralmente não se utiliza de padrões em suas coleções, embora quando os utiliza, os tons são mais sóbrios, com cores neutras, como o ocre, terracota e desenhos como étnico ou geométrico (figura 41).

Figura 41: desfile Donna Karan, 2014/15

Fonte: <http://www.rendasepaetes.com/2013/09/os-preferidos-nyfw.html>

²⁰ O termo subcultura foi criado pelo sociólogo francês Michel Maffesoli, 1985. Fonte disponível em: <http://www.todamateria.com.br/tribos-urbanas/>

Entre 1987 a 1989 a moda foi marcada pela influência musical do *hip-hop* e mistura de estilos, como os grupos *Salt'n'Pega* (figura 42), *B Boys* e *Flygirl*, transcrevendo esse estilo de roupas com modelagens mais amplas e corte menos estruturados ao corpo. A roupa com influência do hip-hop faz alusão ao conforto e a liberdade corporal.

Figura 42: grupo de hip-hop Salt'n'pepa

Fonte: <http://procrastination.com.br/cinema/os-melhores-easter-eggs-em-deadpool>

Gianni Versace (1946 – 1997) era um estilista italiano cuja marca que carrega seu nome foi fundada em 1978. O estilista foi sinônimo de talento, ambição e polêmica, e seu nome remete ao glamour escandaloso, à sensualidade atrevida, à riqueza e à ousadia. Também nos traz majestosos vestidos, estampas rebuscadas e muito decote e fendas. Versace era fascinado pela moda, criava padrões arrojados, tinha fácil estímulo a criatividade, sendo estimulado por diferentes vistas, sons, gostos, aromas e ideias. Em uma visita à sua boutique em São Francisco, Versace ficou fascinado pelas bandeiras que voavam na entrada do Hotel *Farimont*, algumas estações mais tarde as bandeiras demudaram em um padrão em estamparia (figura 43).

Jean Paul Gaultier (n.1952) fundou em 1976 a marca que leva o seu nome. Seus trabalhos foram irreverentes até o início da década de 1980, tendo sido apelidado de *enfant terrible*, que significa criança terrível em francês. Conforme entrevista a Marie Claire (abr.2017), seu estilo é irreverente até nos dias atuais, um estilo que

compreende a mulher de maneira extraordinária; sua passarela inunda brilho e glamour (figura 44).

Figura 43: Gianni Versace, vestido inspirado em bandeiras, 1991

Fonte: <http://theavant-gardist.com/synchronizing-patterns/>

Figura 44: vestido floral, Jean Paul Gautier, 2006

Fonte: <https://br.pinterest.com/angelinawang06/flower-flower/>

No Brasil, assim como na década de 1970, a transformação de comportamento foi mais visível do que as mudanças nos estilos das roupas. Porém, como o crescimento das lojas de departamento aglomeradas em shoppings, tornou-se fácil a compra de roupas para ostentar, a moda era usar roupas com etiqueta considerada de marca (valor simbólico agregado ao produto). O jeans ainda estava em alta e as roupas eram ajustadas ao corpo. Roupas estampadas com o estilo *animal-print*, que haviam desaparecido desde a década de 1960, começaram a despontar novamente.

2.2.10 Década de 1990

Com a aproximação do século XXI, a visão de mundo do indivíduo se modificava. Com a globalização doenças se proliferavam, fatores sociopolíticos viraram questões de guerra e alguns países se tornam grandes potências econômicas. Enquanto isso, o Brasil sofria com a inflação desenfreada.

Nesta década, a moda foi articulada com a tecnologia têxtil *High-tech* (*alta tecnologia*) e com misturas de tendências, afinal a moda é um campo de exploração em todas as áreas visuais em design. As composições para *prêt-à-porter* tornaram-se fundamentais e muito parecidas e os modelos de alta-costura passam a ser cada vez mais exclusivos da classe alta. As inspirações eram resgates de modelos das décadas passadas. Assim, a simplicidade e a praticidade tornaram-se ainda mais acentuadas, e foi adotado mais o estado de espírito do que as tendências, tornando a moda plural. A sensualidade se destaca e as roupas esportivas são mais estudadas para melhor rendimento dos atletas. (MOUTINHO; VALENÇA; 2000, p. 284-285)

Por volta de 1994, as estampas localizadas possuíam *slogans* e eram a forma mais aberta e democrática de protesto e de representação expressiva por meio do vestuário. Foi uma época marcada por novas tecnologias e o crescimento espantoso de dispositivos tais como *iPods*, *discmans*, videogames, *Palmtops*, *Tamagotchis* (bichinhos virtuais), celulares analógicos, *Game Boys*, etc., com inspirações étnicas para tribos urbanas mais sofisticadas. O estilo *new age*, são peças todas em branco, foi uma das coleções mais marcantes deste período, que fez referência à cultura *Clubber* da *acid house*. (PAXININE, 2016)

Figura 45: *Smile*, estampa localizada

Fonte: <https://www.trendencias.com/tendencias/el-smiley-mas-acido-esta-de-moda>

Clubber um estilo de música eletrônica subvertente da *Acid House*, é a mistura de elementos da *house music* com som pesado e fundos graves de sintetizador. Esta teve sua primeira aparição nos anos 80 em um trabalho chamado *Acid Taxx*. Porém tornou-se popular nos anos 1990. O termo *acid* deriva do consumo de várias drogas de festa (LSD e *Ecstasy*), representada pelo símbolo do *Smile* (figura 45). Embora esse movimento era exclusivamente um fenômeno de Chicago, logo se difundiu no ocidente e muita gente até hoje não sabe de seu significado.

Marc Jacobs (n.1963), designer de moda, e o estilo *Grunge* (figura 46), nasceram em Nova Iorque. O estilista teve grande relevância para o mundo da moda e em 1987 tornou-se o mais jovem designer de moda da América. Em 1993 criou uma coleção de estilo *Grunge* para Perry Ellis, mas foi demitido por conta da repercussão gerada pela imprensa em relação à coleção.

Figura 46: ensaio Vogue, Xadrez Tartan “Grunge and Glory”, Por Steven Meisen, com Naomi Campbell e Kriste McMeamy, 1992

Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/360639882643648686>

O xadrez é uma das tendências que volta com força na década de 1990 e o segmento das tribos continuam dividindo classes e comportamentos. Alguns padrões estabelecem um atrelamento contíguo com a nacionalidade ou com a cultura de uma sociedade. O xadrez é um estilo muito antigo e usado no mundo todo, pois existem vários estilos de desenhos, podendo ser em tecelagem ou estamparias. Algumas

versões surgiram na Escócia do século XVIII, determinando o clã ao qual um grupo pertencia. O desenho mais comum de xadrez dessa década foi o *Buffalo Check* geralmente por contraste por saturação em vermelho e preto. Embora o xadrez seja carregado de histórias e simbologias, muitas dessas informações se perderam na sociedade contemporânea. O xadrez ainda é o queridinho de algumas marcas nas estações mais frias, geralmente produzido em tons mais escuros.

A moda em 1993 tornou-se referência de estilo de vida e comportamento ainda permanecia sendo influenciado por meio da música, da arte e da própria moda. As bandas e estrelas da música vinham cada vez com mais força visual e comportamento.

2.2.11 A estampa nos anos 2000

Em 2005, as estampas de animais de John Galliano foram inspiradas por Dior; esse estilo voltou para ficar de vez em todas as estações. Antigamente esse estilo aparecia somente no inverno, com cores similares ao original, porém, Galliano mudou toda concepção tradicional da cor, suas estampas de animais foram apresentadas com matizes alegres, trazendo uma paleta de cores análogas (figura 47), combinando com outros acessórios trazendo em voga seu estilo irreverente. Nesta década artistas da música e celebridades passaram definitivamente a inspirar e ditar moda e múltiplos estilos de vida. Gwen Stefani, Britney Spears e Madona são alguns desses exemplos.

Figura 47: vestido estampado, John Galliano, 2007

Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/4864591972246661/>

Figura 48: desfile Dries Van Noten, 2006

Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/404549979013247361>

Alexander McQueen (1969 – 2010) foi um estilista britânico com influência na moda contemporânea. Destacou-se pela sua ousadia, trazendo uma nova visão da moda ao público. Sua coleção de maior repercussão foi a *Burberry Prorsum* de 2015. O *trenchcoat*, agora oferecido em ampla paleta de cores e com diferentes tipos de couro, é exposto lado-a-lado com o xadrez, reconhecido globalmente como símbolo típico da marca de luxo inglesa. (BLACKMAN, 2012, p. 364)

Figura 49: Plato's Atlantis, Alexandre McQueen, 2010

Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/423619908681z92138/>

Em 2010 o estilista Alexandre McQueen desenvolveu a coleção *Plato's Atlantis* (figura 49) em estampa digital. Foi a consagração da estampa digital, pois esse tipo de técnica ainda estava em processo de desenvolvimento. Surgiu também, ainda que timidamente, o conceito da estampa com sentimento pesado, que simboliza a criação transcendendo o produto, ou seja, a modelagem da peça e a estampa são desenvolvidas concomitantemente, pensando no molde e na posição da imagem na roupa para o corte, apresentando uma série de estudos de cores, de turquesa aos verdes e marrons.

O estilista MacQueen fez estudos de corte, que dominou seis métodos, desde os padrões do século XVI à alfaiataria aguçada que se tornou sua assinatura. Suas criações possuem natureza romântica, poder emocional e energia aflitiva em sua concepção de ajuntamento de elementos antagonistas, como a fragilidade e a forma, a tradição e a modernidade, a fluidez e a severidade como o vestido usado por Michele Obama (figura 50).

Figura 50: Michele Obama, por Alexander McQueen, 2011

Fonte: <http://www.today.com/slideshow/michelle-obamas-style-2011-30008801>

A moda por muito tempo foi considerada superficial ou uma expressão de manipulação social que visava sustentar o consumo de maneira artificial ainda não

tinha conseguido se livrar dessa reputação, porém, alcançou grandes conquistas e hoje é uma linguagem artística que pode transmitir valores importantes, por meio da imagem ou conceitos ocultos em suas criações.

Para simbolizar as subidas e descidas da moda, Viviane Westwood trouxe toda sua irreverência para os anos 2000 com roupas com estampas localizadas (figura 51). Assim, a moda por vezes é objeto de pesquisa que reverbera reflexões acerca da história, da economia e da tecnologia, demuda sua linguagem, que é efêmera ao tempo e à imagem estampada, tornando-se fundamental para as representações de expressão, não somente social, mas também destacando a identidade do indivíduo.

Figura 51: conceito Punk, desfile 2010

Fonte: <http://pensaremoda.blogspot.com.br/2010/08/vivienne-westwood-mae-do-conceito-punk.html>

A casa Prada foi fundada em 1913, por Miuccia, e no início só desenhava acessórios, mas logo se expandiu migrando para o vestuário. A Prada conquistou prestígio com a classe aristocrata internacional e clientes da classe alta. Em 1919 foi nomeada a fornecedora oficial da Casa Real Italiana. Em 1988 lançou uma coleção de *ready-to-wear* (pronto a vestir) no segmento feminino, estreando com sucesso na semana de moda de Milão. Suas coleções se caracterizam por linhas limpas e cores básicas acentuando a simplicidade e o luxo. A Prada possui uma infinidade de estilos

de estampas, não seguindo um padrão único, porém o padrão mais utilizado é o geométrico com *rapport* linear. A marca é simplesmente influenciadora de tendências para que muitos estilistas se inspirem em suas coleções, principalmente as pequenas marcas. (ALTARTA, 2016)

A marca Prada se tornou um ícone na moda de estética majestosa e sofisticada, sua concepção de moda produz uma narrativa de ideias mistas que são delineadas ideias retiradas do empirismo cotidiano. Suas peças possuem o valor da qualidade e do valor simbólico agregado ao produto, que reverbera o domínio histórico do artesanato. Assim, seus padrões em estampas sempre surpreendem. Em 2012 os padrões foram os lineares geométricos (figura 52), florais não muito grandes ou um estilo totalmente novo como o figurativo estilizado inspirado no estilo *Artsy*. Esta coleção foi muito criativa e colorida, saindo da linha de conforto das estampas clássicas, além de haver planejamento nas roupas para caimento perfeito. (PEDROSA, 2016)

Figura 52: estampas com padrão linear, Prada, 2012

Fonte: www.pensefashion.com.br/2013/03/go-geometric/

A grande novidade em estamparia é a designer de moda grega Mary Katrantzou (n.1983). Ela é a mais jovem estilista da atualidade (figura 53), conhecida por seu estilo muito perspicaz no tratamento das imagens com impressões hiper-realistas e paradisíacas. Seu estilo é único na composição imagética, pois busca uma conexão,

muito subjetiva. Utiliza-se da poética têxtil em que trabalha a estampa com sentimento pensado, assim como McQueen, que também utiliza o estudo da imagem e a modelagem da roupa, assim a vestimenta possui informação de moda e características pensadas no modelo da roupa e a impressão da imagem. Além do estudo de cores e elementos que deixam a estampa muito mais importante do que a própria vestimenta. Sua concepção de moda é a inovação por meio da linguagem visual. (BOYES, 2016)

Figura 53: designer de estampas e estilista Mary Katrantzou

Fonte: <http://www.hollywoodreporter.com/news/mary-katrantzou-teams-up-adidas-696804>

Conforme Gram (2016), as estampas atuais são simples, que o desenhista redesenha elementos que se repetem, ou desenha motivos e joga em uma superfície têxtil, porém Katrantzou é diferente, ela delinea, projeta o tecido estampado ao redor da silhueta da mulher (figura 54), sendo um diferencial do design. Os críticos de moda relatam que suas coleções são intoxicantes, divertidas e criadas com muita imaginação. Katrantzou diz:

Eu sinto que é muito interessante construir algo em torno da figura de uma mulher que lisonjeia sua silhueta e às vezes o faz de maneira muito discreta através da ilusão da impressão. Mas às vezes faz isso simultaneamente com padrões e silhueta. Esse é um ponto de diferença no meu trabalho. (GRAM, 2016)

O mais impressionante é que com pouca idade e não ser uma estilista por formação, em 2013 na temporada outono/inverno ela foi considerada “mestre da estampa digital” e “colorista por natureza”. Foi convidada a assinar parcerias de marcas como *Topshop*, em que trouxe o prêt-à-porter mais elaborado. A *Longchamp*, que apresentou acessórios (bolsas) com as impressões sofisticadas. E Ainda a Adidas que proporcionou novos voos à criatividade da designer. Ela destacou: " Quando a Adidas fez o primeiro contato comigo, eu realmente levei um tempo para pensar o que eu poderia oferecer de inovador ... ". (DICKINSON, 2017)

Figura 54: estampa com estudo de silhueta, Mary Katrantzou

Fonte: <http://digitaltextiles.net/updates/mary-katrantzou-digital-fashion-collection/attachment/mary-katrantzou-fall-digital-print-dress/#main>

2.2.12 A estamparia contemporânea

As estampas mais contemporâneas possuem imagens típicas e se resumem em um monte de motivos que já se tornaram clichês como florais, *tie-dye*, listras e arranjos com misturas de vários estilos. Embora cada um desses tenha seu significado específico, a moda e sua efemeridade trouxe a desvalorização dos sentidos visuais, trazendo até composições de valor contrário a sociedade, como estampas de folha

de maconha, apologia política, de gênero ou qualquer outra informação completamente aleatória.

Motivos novos vão surgindo, como *ikat*, que antes era feito por sistema de tingimento com fios tecidos e amarrados, sendo agora simulados em estamparia. Assim como o *shibori*, que é outro método de tingimento em tecido feito com amarrações, costura, dobras, torção ou compressão e que hoje em dia também é muito representado em estamparia. As novas composições trazem um sentimento pensado sobre a estampa, ou seja, a estampa é analisada a partir da modelagem.

2.3 INTRODUÇÃO AO ESTUDO

Este capítulo busca analisar a semântica da imagem estampada, relacionando os elementos da linguagem visual a linguagem de Saussure. Em suma, tenta estabelecer conexões entre parâmetros da linguagem da comunicação visual com as composições de imagens estampadas em roupas e o conceito de linguagem (significante, significado e signo). A abordagem consistirá de uma análise do ponto de vista da significação e da percepção por meio de bibliografia selecionada, porém não estabelece prazer estético da imagem.

2.3.1 Semântica: significante e significado à imagem estampada

A semântica surgiu no século XX e consiste em analisar e interpretar os signos. De maneira geral, é entendida como a ciência do significado e atua na dimensão em meio aos signos e os objetos que denotam. É a condução denotada do signo em si entre duas séries de objetos que se correlacionam. Sendo assim, é o processo e modo de aferir o sentido, destacando sob quais categorias um signo é aplicável a um determinado objeto ou a uma ocasião. Morris (2016) destaca que a dimensão semântica de um signo existe se houver regras semânticas que motivem a aplicabilidade em si mesma a adequadas situações e determinadas condições.

Essa ideia de formar uma ciência dos signos, que é conhecida como semiologia ou semiótica, visa estudar os diferentes tipos de signos que o sujeito interpreta,

interagindo com a tipologia, englobando diversas categorias de signos e destacando leis de funcionamento. Os grandes precursores do estudo da Linguística foram o suíço Ferdinando de Saussure (1857–1913), na Europa, e o cientista Charles Sanders Pierce (1839 –1914), nos Estados Unidos.

Para explicar melhor as questões de significante e significado é necessário compreender o conceito de signo, que é um conceito muito antigo e constitui algo já percebido, como as formas, os sons, o calor, e que é atribuída uma significação. A linguagem para muitos autores é uma categoria de signos, ou de símbolos, que é uma forma de comunicação entre os homens. “A linguística não é uma parte menos privilegiada da ciência dos signos: semiologia é que é parte da linguística; mais precisamente, a parte que se encarregaria das grandes unidades significantes do discurso. (BARTHES, 2005, p. 13)

No que diz respeito ao signo linguístico, Saussure explica que os termos implicados são ambos psíquicos e estão vinculados a uma associação, não unindo uma coisa e uma palavra, mas um conceito a uma imagem acústica, indo além das percepções do som e de uma representação do mundo dos sentidos, visando plenamente o psíquico. Saussure ainda ressalta que as palavras só contraem essa evolução se forem comparadas em oposição umas às outras e comumente em pares, e se essas oposições são defendidas o sentido é único, pois o signo linguístico possui duas vias, e são elementos que se conectam e necessitam um do outro. Saussure ocasionou o princípio da dupla articulação:

Do ponto de vista estrutural, um signo é constituído pela junção de um significante (a forma) com um significado (conceito, na linguagem de Saussure). Trata-se, naturalmente, de realidades analíticas, operatórias. (BARTHES, 2005, p. 37)

Os componentes do signo descritos por Barthes são o plano de “expressão”, que é eferente ao significante, e o plano de “conteúdo”, referente ao significado. É a mesma concepção de Saussure quando coloca o “conceito = conteúdo” como significado, e a “imagem acústica = expressão” como significante e tanto um como outro sofrem uma conexão arbitrária.

A palavra “arbitrário” requer também uma observação. Não deve dar a ideia de que o significante dependa da livre escolha do que fala (...); queremos dizer que o significante é imotivado, isto é, arbitrário em relação ao significado, com o qual não tem nenhum laço natural na realidade. (SAUSSURE, 1970, p. 83)

Por mais que concerne simplificar o signo arbitrário, é necessário cautela, pois o signo pode parecer a favor daquele que fala, podendo dar livre-arbítrio para outras significações. A língua e o pensamento são inseparáveis, para explicar, Saussure utilizou como metáfora uma folha de papel que quando rasgada, ambos os lados da folha são afetados, e é na relação desse sistema que os signos adquirem seu valor, e tanto o verso quanto o anverso da folha, podendo ser ampliada ou reduzida, que diz respeito à significação.

O filósofo alemão Gottlob Frege escreveu um artigo *Über Sinn und Bedeutung* 1892, que se refere ao artigo “Sobre o sentido e a referência” (1978) que ele destaca o sinal ou nome próprio como a união de uma referência (a coisas por ele designadas) e um sentido (o “modo de apresentação” do objeto)

A conexão regular entre o sinal, seu sentido e sua referência é de tal modo que ao sinal corresponde um sentido determinado e ao sentido, por sua vez, corresponde uma referência determinada, enquanto que a uma referência (a um objeto) não deve pertencer apenas um único sinal. (FREGE, 1978, p. 63)

O princípio da arbitrariedade do signo gera discussões que causam agitação sobre o que é arbitrário no signo linguístico, entrando em contradição entre o sentido e a referência, pois o sentido de uma palavra é seu emprego e o referente é o objeto particular a que a palavra corresponde no caso concreto da circunstância ou do uso. De fato, no início os signos poderiam representar sua própria essência, mas com as manipulações, novas tecnologias e o uso constante das imagens, teriam perdido seu caráter simulador e se demudado num signo que apenas faça alusão a alguma ou outra coisa, sem ter relação com o significado anterior. Essa relação está explícita, Saussure diz: “esses dois elementos estão intimamente unidos e um reclama o outro”. (SAUSSURE, 1970, p. 80)

Para alguns autores a relação entre significado e significante não é arbitrária, pois quando Saussure exclui a análise do mundo exterior, automaticamente exclui a possibilidade de arbitrariedade. Pois o signo linguístico está fora e não pode ser modificado pela realidade, já que sua compreensão está na relação significante e significado. Saussure ainda explica a significação e não o signo linguístico, pois

a arbitrariedade só permanece quando existe relação com fato ou com o objeto material e não intervém na constituição própria do signo. (BENVENISTE, 1991, p. 57 apud RODRIGUES, 2016)

Entretanto Frege (1978) afirma que o signo é arbitrário segundo a coisa designada e o laço entre o significante e o significado é necessário, pois une os componentes do signo e não pode ser tomada ao próprio signo, mas sim o total resultante dessa associação. Muitos fatores podem explicar a composição do signo, e em questão do signo semiológico diz que ele é como seu exemplo, mas diluído em suas substâncias. Esses têm uma substância de expressão que ilumina sua significação, são objetos funcionais, de uso do cotidiano e derivados pela sociedade.

Saussure diz que a língua, em relação ao sistema de signos, dá-se diferentemente a significação, visto que o signo é marcado pela distinção entre instituições psíquicas que constituem um signo. Para Saussure, o signo seria um sinal que toma o lugar de qualquer fato que é reconhecido pela experiência. Afirma ainda que os sujeitos são autores dos significados que expressamos. E que a língua é utilizada para produzir significados fazendo uso de regras pré-estabelecidas de sistemas de significado e da cultura a qual pertencemos. (PONTES, 2016, p. 8)

Já Frege (1978), ao contrário, considera em suas concepções o mundo real e explica que em suas considerações a referência de um nome próprio é o próprio objeto e o indivíduo que o designa e essa representação é totalmente subjetiva, porém o sentido não é tão subjetivo quanto a representação, mas que também não é o próprio elemento em si. A conexão entre as partes é arbitrária, podendo ser alterada ou deformada pelo emissor ou receptor. (RODRIGUES, 2016)

Quando se fala em semiologia não se pode deixar de mencionar a semiótica que é a ciência que estuda os signos e as leis que regem sua geração, transmissão e interpretação. Seu objeto compreende todos os meios de comunicação desde a linguagem verbal a não-verbal. Pierce é o precursor desta definição que fala que o signo é algo que significa algo para alguém devido a uma ou qualquer relação com o objeto. O signo apresenta uma face triangular; o representante, o objeto denotado e o interpretante, diferente de Saussure que expõe somente dois componentes (figura

55). Estes três componentes possuem dinâmica mediante ao processo semiótico, pois a significação depende do contexto da sua aparição tal como da expectativa do seu receptor. Em suma, os signos podem ser múltiplos e variados, segundo Pierce, possuem uma estrutura comum que liga o significante ao referente e ao significado. (JOLY, 2016, p. 31-32)

Figura 55: representação da tríade de Pierce

Fonte: <http://pepsic.bvsalud.org/img/revistas/cc/v10/10a07f2>

A semântica da imagem, estabelece relações com os fenômenos considerados casuais, embora podem ser pensadas e finalizados por meio da significação, visto que a imagem pode demudar o psiquismo, mas também de alguma maneira dar significado a eles e ainda favorece a sociologia ou fisiologia da informação visual.

Não se pode separar a imagem da linguagem, pois elas caminham concomitante e ambas necessitam de um significante e um significado. Assim como a palavra, a imagem é a maneira de dizer ou de se expressar de imediato alguma coisa. Muitas vezes a informação é posta de maneira que vai direto ao sentido, pois os códigos desses sistemas podem ser antagônicos ao senso comum e por vezes a configuração da ideia inicial é apenas uma fatia que traz outras significações de uma realidade pressuposta da coisa dita ou representada. (BARTHES, 2005, p.197)

Nesta perspectiva, Pierce se baliza em três tipos de signo; o ícone, o indício e o símbolo. Diz-se do ícone, que obedece a classe dos signos, cujo significante possui uma conexão em analogia com o aquilo que ele representa, necessitando

de um referente, assim como diz Frege, que todo objeto necessita de um contexto, destacando o sentido e a referência. Um bom exemplo seria uma fotografia ou um desenho figurativo como uma estampa, ou seja, uma imagem que simule a coisa ou objeto proposto. Embora a analogia possa não ser totalmente visual, ela traz o registro de sensações por meio de sons e odores, que também são considerados ícones.

O indício traz a concepção do signo que mantém uma relação causal de continuidade física com aquilo que representam. Um tanto mais complexo, pois é necessário observação de dois elementos, como a nuvem para a chuva, a dor para o choro, a pegada na areia, etc. E por fim, o símbolo é o que mantém uma relação referente de combinação e ainda questões subjetivas são incorporadas na interpretação final.

São muitas discussões sobre o signo e ainda mais sobre o signo linguístico, sendo assim é necessário acreditar que uma teoria semântica não pode abstrair das substâncias as quais os signos assinalam, pois, todas coisas transmitem referências. Sem essas suposições, não seria possível esclarecer a significação linguística dos eventos e fenômenos. O signo, também pode ser definido com um símbolo que indica ou identifica algo, percebido ou concebido, diferente de um sinal, que seria um signo utilizado para instigar ou indicar uma dada reação e quem o assiste.

2.3.2 Imagem e linguagem

Há certas imagens que trazem provocações e muitas vezes não mensuram algo intelectual, mas afloram pensamentos emocionais. Essas imagens são mensagens que visam o conhecimento, o empirismo ou a bagagem cultural do indivíduo. A mensagem poder ser um agrupamento de signos e símbolos que criam uma realidade sintética e se preocupam cada vez mais com a pesquisa da imagem moderna evocando a comunicação por meio da significação.

A língua falada debela muitas informações análogas mesmo na composição e nos sons, destacando simbolismos. Dessa forma, em todo sistema aprovado com combinações é necessário esse equilíbrio. Assim como na palavra, na imagem a relação que une o significado e o significante é uma ação imotivada.

Barthes e Durand discorrem sobre o termo “Civilização das imagens” e a interpreta de maneira simples; a sociedade moderna necessita da imagem, pois a maioria das pessoas imagéticas e consomem por meio das imagens. Eles ressaltam ainda que é necessário compreender como a imagem pode ser usada para comunicar e que não se pode ficar apático diante das informações visuais da comunicação contemporânea.

Afirmamos que estamos hoje em uma civilização da imagem, supomos fatalmente que as civilizações anteriores praticam pouco a comunicação icônica: ora, embora não disponhamos de nenhuma síntese sobre a questão, podemos perguntar se não temos tendência a conhecer nas civilizações passadas, esquecendo que a imagem participava profundamente da vida cotidiana do homem de outrora (vitrais, pinturas, almanaques, livros ilustrados). (BARTHES, 2005)

Com a tecnologia de informação a imagem tornou-se o maior comunicante entre os homens, pois a sociedade é composta por imagens que transmitem mensagens a todo instante. Embora seja invasivo o número de imagens postadas nas redes virtuais, não se sabe quase nada sobre as composições imagéticas repassadas. O que as imagens transmitem? O que significam? Quem e o que comunicam? Muitos autores, como Barthes, Pontes e Durand, diz que a imagem é hoje um elemento fundamental da sociedade moderna, ela já faz parte do homem, toca o homem, traz signos aos homens e fazem reverberar a luz dos seus pensamentos.

A sociedade vive um momento onde a informação e a comunicação não encontram limites. Nessa realidade destacamos um papel cada vez maior de influência das imagens no cotidiano. Outdoors, blogs, a internet, as campanhas publicitárias, em especial no campo da moda, a mídia de uma forma geral divulga imagens constantes de todo e qualquer tema ou notícia no momento exato do seu acontecimento. O sujeito é cada vez mais invadido por imagens que o influenciam de forma múltipla e contraditória. (PONTES, 2016, p. 1)

Quando falamos em imagem não se pode deixar de explorar o imaginário, que é um tema muito explorado nos dias atuais. O imaginário, embora tratado pela filosofia moderna e psicologia, é uma realidade da psicologia vinculada à imaginação, e muitas vezes em oposição ao que é real, embora a realidade concreta possa gerar novos conceitos em imaginação. Na verdade, o imaginário é onde encontramos esclarecimentos que a ciência não consegue explicar, um exemplo disso são os mitos.

A imagem pode se desenvolver dentro de uma descrição infinita e uma contemplação inesgotável. Incapaz de permanecer bloqueada no enunciado claro de um silogismo, ela propõe uma “realidade velada” enquanto a lógica aristotélica exige “clareza e diferença”. (DURAND, 2004, p.10)

Para Pierce a imagem possui boa representação visual, porém não corresponde a todos os tipos de ícones, embora muitos teóricos debatam quando falam de signo icônico. Pierce ainda fala que a imagem em si não é o ícone, mas é um signo icônico. Já para Barthes a imagem é sinônimo de representação. Segundo ele a imagem é algo heterogêneo, ou seja, composto por pares diferentes, podendo conter analogias, assim como dizem Pierce e Saussure. Eles destacam que a imagem sempre necessitará de outras composições para deixar claro o seu signo. Em suma, é a relação/interação que produz o sentido, embora seja necessário observar de maneira sistemática para que se possa compreender melhor.

Sobre a imagem, Pierce, teve papel fundamental no discurso. Ele diz que a imagem é uma subcategoria do ícone, embora o ícone pertença a classe dos signos, cujo significante possui uma relação por semelhança com aquilo que ele simula. Pierce destaca também os diferentes tipos de analogias possíveis de se agregar e diferentes tipos de ícones que ora são a própria imagem, o diagrama ou o símbolo. Frege também afirma que a linguagem necessita de um sentido e uma referência; assim, a imagem não é diferente, a categoria da imagem ajunta ícones que são relativos uns aos outros por meio da analogia qualitativa entre o significante e o referente. Barthes (2005) ressalta que a imagem, na língua, é um nome comum dado a metáfora (símbolo), sendo que o símbolo é a figura superficial mais utilizada, mas disseminada e analisada; no dicionário é atribuída como imagem.

As imagens tornam-se então uma forma de ler a moda e, principalmente, suas representações. A moda caminha colada na imagem, sendo inegável, portanto, a importância e força das imagens no que diz respeito à disseminação e compreensão da moda. (PONTES, 2016, p. 10)

A imagem estampada em um vestuário, foto ou pintura, traz qualidades formais do seu referente, que é possível observar as formas, cores e proporções que permitem o seu reconhecimento. Já o símbolo seria um ícone que trabalha a partir de um paralelismo qualitativo; embora seja uma figura retórica que possui uma concepção mais subjetiva. Destaca-se ainda que a eloquência visual diz respeito a todos os tipos de linguagens, tanto verbais como não verbais. Para Barthes, os símbolos apresentam métodos

genéricos em que a imagem consiste em empregar uma palavra a uma ou outra coisa que pode ser paralela a outra, um termo específico com relação analógica ou de comparação, que se destaca a forma ou qualidades específicas.

Para entender um pouco sobre a imagem, dois conceitos básicos da comunicação foram analisados no que diz respeito ao emissor e o receptor. Tudo começa com o emissor que é o primeiro fator a ser analisado, mas afinal quem é o emissor? Este sujeito é quem produz a mensagem (designer), focando nos elementos básicos da comunicação para taxiar informações pertinentes ao produto do qual se deseja expor, no entanto, em relação a estamparia, a imagem segue padrões específicos, ditados por tendências de moda e técnicas do designer. O autor cria ou reproduz o desenho, esses motivos são arranjos organizados em harmonia por signos elaborados, sob a orientação do(a) estilista e reverbera também a bagagem cultural de quem o constrói. O emissor é um fator principal, pois é nele que tudo começa tendo grande participação na função comunicante, afinal a imagem é um ícone comunicante, como relata Pierce.

Já o receptor é o segundo fator importante, pois é quem recebe a mensagem, a informação chega, por meio da comunicação de massa e em produtos de design. O receptor é todo sujeito que possui poder aquisitivo e faz parte do consumo capitalista, usuários e consumidores de modas que compram produtos por meio das informações recebidas. Quem recebe a mensagem busca relações, geralmente, pessoais que ressaltam suas necessidades físicas, de gosto pessoal, estéticas e por vezes funcionais. Segundo Barthes, o sujeito em uma sociedade moderna se expressa por meio de imagens, inclusive existem aplicativos que só trabalham com imagens como é o caso do “Instagram”, por exemplo, e a imagem fala por si, muitas vezes as imagens também podem vir acompanhadas de textos como na propaganda.

Segundo Barthes (2005), o quadro abaixo caracteriza de maneira provisória a unidade significante, a estrutura é representada de maneira metafórica.

Quadro 1 – unidade significante

Apoio	Morfema	
Olhar	Duração	
	Termos da oposição	
	Curto	Longo

Fonte: extraído de Barthes, 2008 p. 61

É necessário estabelecer as unidades significantes delimitando partes da estampa em fatias, separando os elementos visuais, ou seja, cada motivo pode ser representado de maneira individual, projetando significados distintos. Em seguida deve-se realizar comparações com as unidades significantes entre si para dar um sentido. Em relação a linguagem, a imagem estampada muitas vezes carrega significados e necessita de suportes para sua significação, diferente da língua que não necessita de apoio de significação, pois nela tudo significa, a palavra é o próprio sentido.

A mensagem pode também ser uma imagem, e quando se lê uma imagem é possível entender o que ela transmite por meio dos significantes e significados. Porém, necessita de associações que sugerem significações, e é subjetiva, pois essas associações têm bases culturais. Em outras palavras a explicação é simples, porém relativa; a primeira percepção de uma mensagem é busca por elementos significativos, que o receptor busca informações para compor as ideias, porém é pobre e vaga, mas não é inexistente, as imagens buscam conexões e lógicas, ora possuem sentido imediato, ora não é possível identificar rapidamente, podendo ser analisada de maneira diacrônica. A segunda percepção de uma mensagem é por associação de conotação, implica em segundos sentidos particulares relacionados a cultura e disposições, subjetividade relacionadas ao sonho, sono, elegância e infância. É uma imagem difusa por ser resultado de arranjos e não é permissível que haja confusão, pois está assegurada por associações de culturas fluídas. A terceira mensagem é declarada ou dita como referencial, é a marca ou o próprio produto, trazem

a comunicação franca e direta, estratégias perceptíveis da comunicação de massa. (quadro 2)

Quadro 2 – Mensagem

1º mensagem	Sentido	Vago, porém não é nulo.	Não tem sentido imediato, diacrônica.
2º mensagem		Associação por conotação.	Subjetiva e particular por combinações e não pode ser confundida.
3º mensagem		Declarada e direta	Comunicação franca e direta dada as táticas perceptíveis da comunicação de massa

Fonte: Barthes, 2008

Segundo Barthes (2005), a mensagem possui três dimensões que traduzem de maneira simultânea seus significados, ou seja, sua leitura é feita de maneira equivalente, lidas e recebidas ao mesmo tempo, com o propósito de fazer assimilações imediatas entre a mensagem um, dois e três, porém é necessário que a imagem tenha eficiência para que o produto se destaque dos demais. O processo é nomeado como metonímia que corresponde a conexão indevida entre o produto e a imagem que ele está associado tirando proveito do desejo simbólico. O poder deste conceito é colossal, pois conecta o desejo ao sentido, valorizando o produto. (BARTHES, 2005, p. 110)

Hoje a sociedade se comunica por imagens e signos, fazendo da linguagem articulada um instrumento do intelecto, da razão discursiva e abstrata; em contrapartida temos a imagem que é um veículo natural que transmite afeto, mitos, simbologias, ela faz o indivíduo sonhar, tornando-se até irracional, trazendo do mais grosseiro ao sagrado. Em análise, a imagem e a fala dividem papéis arbitrários, visto que o poder afetivo da imagem ainda é desconhecido e subjetivo.

2.3.3 Linguagem de moda e a imagem

“A moda é um sistema de signos não-verbal de comunicação.”
(LURIE, 1997, p. 21)

O vestir é um campo elevado da experiência estética que permite a apropriação de componentes que trazem uma infinidade de signos que remontam à visão

do sujeito em seu cotidiano. Na moda é diferente, incentivadora, escolhe, considera e traz novos significados, a ação do parecer é um ato moralidade e igualitário, em que o sujeito busca a distinção entre seus componentes.

Para Barthes o vestuário além de influenciador de identidade traz a imagem concebida como significante, muitas vezes, particular de um significado geral que representa a exterioridade, destacando costumes, época, país e classe social ora seguindo a história do significante, destacando a evolução das silhuetas, ora a do significado, reinos e nações e ora em paralela cronologia. Isso tudo demonstra o quanto a moda ou a produção do vestuário é independente, efêmera e cíclica, pois ela produz o seu próprio ritmo. Em análise do imaginário, a moda dispõe de um número finito de formas arquetípicas, assim as relações entre significante e significado indumentário não podem ser dados como simples e linear, e sim um agrupamento de informações. A imagem da moda é balizada no plano diacrônico, complexa e progressivo. (BARTHES, 2005, p. 263)

Para Sant'anna (2014), a moda e o vestuário são coisas diferentes, embora fazem a mesma relação no vestir. Ele explica que a roupa é uma fatia integrante da cultura, visto que a vestimenta proporciona a disseminação da moda destacando o campo da linguagem visual, do imaginário, dos significantes.

Dessa forma, as roupas por serem signos que carregam em si uma série de significados atrelados à beleza, à juventude, à feminilidade, ou masculinidade, à riqueza e distinção social ou à marginalidade, à alegria ou tristeza etc., imprimem ao seu portador uma escolha diária de posicionamento no conjunto maior das teias de significados compostos como cultura. A apropriação desse signo permite desde a exaltação dele próprio à sua contestação irônica. (SANT'ANNA, 2014, p. 76)

A roupa representa a identidade do sujeito e por meio delas é possível observar uma série de expressões variando em sua excentricidade convencional. As vestimentas apresentam sinais de naturezas inferiores ou físicas. Traz, também, analogia entre gostos dos indivíduos, mesmo não pertencendo a mesma classe social, intelectual ou estética. Portanto, o vestuário apresenta afinidade e certa magia simbólica e esses conceitos que estão ligados a criação de roupas, além dos acessórios também trazerem questões de metáfora, como as estrelas, cruzes, coroas, sendo símbolos atuais que representam o poder feminino. (LURIE, 1997, p. 30-45)

Na mesma linha de pensamento, Edward (2012) ressalta que as roupas de um sujeito podem identificar muitos aspectos trazendo informações sobre sua nacionalidade, cultura e até questões religiosas, como as vestes eclesiásticas que possuem uma grande variedade de cores simbólicas de acordo com a época, ritual ou festividade. Aliás, a indumentária na história era representada socialmente nas classes abastadas, assim, é possível observar que não só a classe social é reduzida a uma imagem, isenta de ideologia, mas também as classes ociosas, embora nunca estivesse relacionada com o trabalho feito por quem a usava, assim toda a questão de funcionalidade do vestuário foi omissa por décadas.

As roupas podem representar culturas em todas as épocas, são os acessórios pessoais que representam expressões visuais da individualidade, independência e liberdade de escolha, ou sinais de concordância e dependência. Ao ceder a autonomia individual em nome de um grupo, a roupa também pode explicar o indivíduo, assim como a língua falada, as roupas comumente oferecem alguma informação, diz Alison Lurie:

A oposição indumentária/traje, aliás, só pode servir do ponto de vista sociológico: caracterizando fortemente a indumentária como instituição e separando essa instituição dos atos concretos e individuais por meio dos quais, por assim dizer, ela se realiza, somos levados a buscar e a depreender os componentes sociais da indumentária, tais como faixas etárias, sexos, classes, graus de cultura, localizações; por outro lado, o traje permanece como fato empírico, essencialmente submetido a uma abordagem fenomenológica: o grau de desalinho ou de sujeira de uma roupa usada, por exemplo, é um fato que diz respeito ao traje, não tem valor sociológico, a não ser que o desalinho e a sujeira funcionem como signos intencionais (numa indumentária de cena); inversamente, um fato aparentemente pouco importante, como a marca diferencial do vestuário das mulheres casadas e solteiras em determinada sociedade, é um fato de indumentária: tem forte valor social. (BARTHES, 2005, p. 269-270)

Segundo Barthes (2005), a moda possui um sistema, porém este sistema não incita uma afirmação absoluta, mas diz que esse sistema segue a linha ora da moral, ora da estética e está completamente ligada ao sistema capitalista e tecnocrata, que é apenas um dos elementos. Ainda fala sobre a relação com a publicidade que possui um objetivo, embora ocupe uma posição ambígua por conta de questões capitalistas, afinal, é nesse sistema de consumo que ela se desenvolve. A moda nasce no comércio e volta para o comércio, sua definição possui um processo, e assim vai se definindo, ou seja, o signo supera sua origem e seu fim, como em uma campanha publicitária, com misturas maniqueístas, destacando a tolerância em imagens

conformista, poéticas, superficiais, profundas, sendo uma questão dialética. (BARTHES, 2005, p. 101)

A moda geralmente é criada para produzir conceitos vestíveis, embora possa vir acompanhada de outro movimento, não somente artístico. No início ela foi introduzida na sociedade para representar ostentação e status social, ainda hoje também, mais do nunca, ela é utilizada para representar, por meio do valor simbólico do produto agregado, e para comunicar. Ora a moda é um episódio sofisticado criado por especialistas, ora é uma simples reprodução de um traje, sem nenhuma razão especial. Em suma, em uma coleção de moda são reunidos vários aspectos relativos a arte, comunicação e estilo de vida; em geral para produzir uma boa composição imagética, seja de uma roupa ou de um desenho para estamparia outros aspectos também são importantes como sociológicos, econômicos e estéticos, ligados a fundamentos da arte.

Segundo George Simmel (2015), o sujeito imita um ao outro e cria uma nova composição imagética da roupa representando mais de sua personalidade. A imagem da roupa reflete exatamente essa questão, pode-se mencionar o status e algumas vezes a utilidade funcional. É interessante observar que Barthes resume de maneira básica o que é copiado, e o que copia. A moda representa os costumes de uma época, é reflexo dessa época e assim se desenvolvem novos conceitos com referência na imagem.

A moda é uma rede de estereótipos coerentes que conduzem a vida social de cópia em cópia. Assim diz que moda é um circuito indutivo que retorna sempre para o início com novas perceptivas e infinitas comparações. Dentro de limites impostos pela economia, as roupas são compradas, usadas e descartadas exatamente como as palavras, porque satisfazem necessidades e expressam ideias e anseios. (LURIE, 1997, p. 27)

Alison Lurie (1997) observa que se existir uma gramática da roupa os estudiosos terão que lidar com os disfarces e mentiras proporcionados por elas, além de outras questões relacionadas a linguísticas e semiologia; questões essas como o status social, ambiguidade, auto ilusão, má interpretação, funcionalidade e sarcasmo. Pois

quando se avalia uma roupa deve-se levar em conta todos os atributos físicos (altura, peso, postura, classe social, raça e tipo étnico e traços de expressão facial) do sujeito, visto que toda pessoa possui características diferentes. Barthes (2005) observa que parece justo balizar por analogia o vestuário como uma realidade institucional, basicamente social, que seja independente do indivíduo, como uma exceção metódica, normativa, em que o indivíduo exclui sua própria roupa, em comparação com a língua em Saussure.

Em contrapartida, Svendsen (2010) afirma que as roupas “não” são uma linguagem, e discorda da maioria dos autores. Ele ressalta que a vestimenta comunica alguma coisa, mas argumenta que nem tudo que comunica pode ser considerado como linguagem, pois não possui gramática e nem vocabulário. Svendsen ressalta ainda que a moda não pode ser como a linguagem verbal que traz significados muito estáveis, ao contrário, na moda que os significados são instáveis, mediante uma metodologia estruturalista. Neste sentido a roupa configura-se mais com a arte visual e a música, evitando a linguagem normal.

As roupas podem ser consideradas semanticamente codificadas, mas trata-se de um código com uma semântica extremamente tênue e instável, sem quaisquer regras realmente invioláveis. As palavras também mudam de significado de acordo com o tempo e o lugar, mas linguagem verbal é muito estável, ao passo que a semântica do vestuário está em constante mudança. (SVENDSEN, 2010, p. 79)

Quando Barthes fala que existe uma realidade individual do ato de vestir-se, é possível se for relacionado com o ato de colocar a roupa; já o ato de vestir-se com estilo apresenta um outro significado, pois aí entram questões de gosto pessoal; quando se coloca uma roupa há um ensejo para simular nossa identidade e atrair atenção, ou até mesmo seduzir, assim como escolhemos palavras para expressar o que sentimos ou explicar alguma coisa.

De fato, o ato de se vestir ilumina o individualismo, porém, questões ligadas a cultura de massa trazem novas argumentações que visam não ser tão individual. O estilo pode ser individual, mas a moda é uma questão capitalista que visa o lucro, e o estilo é uma maneira, meio que tímida, de fugir dessas contradições impostas pela moda. Um bom exemplo é a moda dos anos 1980 e 1990 que existiam tribos ou grupos que se vestiam praticamente iguais, além do estilo de vida e comportamento que demonstravam

as quais delas pertenciam. Nos dias atuais, século XXI, as pessoas dizem ser diferentes e cada um com seu estilo, mas na verdade isso é bem contraditório, afinal se alguém quer fazer parte de um grupo, precisa de alguma forma seguir regras e padrões e a roupa é a primeira questão a ser julgada como representação de um determinado grupo. Simmel enfatiza que a moda possui dois elementos opostos para seu funcionamento, ora a moda permite que os indivíduos se mostrem como si próprios, ora mostrando o indivíduo como membros de um grupo.

Como mencionado por Svendsen (2010), as roupas são subjetivas e semanticamente instáveis, pois o seu significado está conectado diretamente a algum conceito, muitas vezes individual. É fato que as modas das subculturas traduzem significados mais definidos do que a moda *fast-fashion*²¹, ou seja, a moda padrão de produção criada para o consumo de massa “talvez” não possua conceito e qualidade tão firmes como as modas atemporais.

Em suma, pode-se dizer que trabalhos focados na produção de roupas não são avaliados como sistema, e sim como uma estrutura da qual apresentam elementos vazios de valores próprios, mas que possuem significantes por estarem interligados por um conjunto de normas coletivas. A moda não pode ser classificada como um sistema específico estruturado ou articulado como a *Gestalt*, por exemplo, na linguagem visual, que é definida por correlações normativas, que em um momento justifica, obriga, proíbe ou tolera, ou seja, regula a disposição das peças capturando um valor.

Em um mundo globalizado pelas ações midiáticas, os sujeitos recebem muitas informações e influências culturais de tal forma que as identidades se tornam efêmeras e múltiplas, assim como relaciona a moda por Lipovetsky (1989). No que diz respeito a moda, as novas identidades também são de múltiplas referências, efêmeras trazendo ao sujeito novas composições em vestuário e estilo próprio. (PONTES, 2016)

A identidade é, portanto, formada na interação do sujeito com a sociedade, num diálogo contínuo com o mundo. Nessa relação o sujeito se projeta e internaliza imagens e símbolos que irão constituir sua identidade numa

²¹ *Fast fashion* – (moda rápida) significa um padrão de produção e consumo de produtos que são fabricados, consumidos e descartados rapidamente. Fonte: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/fast-fashion-ganha-destaque-no-varejo-de-moda,ef695d27e8fdd410vgnvcm1000003b74010arcrd/> Acesso: Mar/2017

relação dinâmica e constante. Podemos dizer que a sociedade contemporânea, globalizada, está imersa numa percepção de tempo própria, deturpada e veloz, onde a tecnologia permite que comunicação entre “mundos” distantes aconteça em tempo real fazendo assim a ligação entre pessoas e lugares distantes. (PONTES, 2016)

2.4 O MUNDO DAS ESTAMPAS TÊXTEIS: ESTILOS E SIGNIFICADOS

O universo se movimenta em ciclos eternos e regulares e muitos desses fatos intrigam a humanidade com as evoluções, guerras e tecnologias. E tudo que existe simbolizava algo e produzia significados. Os seres humanos eram reflexos desses ciclos, afinal a sociedade é efêmera, que se destaca o curso da vida e da natureza na terra. Com isso, a moda caminha com a humanidade, criando e recriando para satisfazer os desejos, não só pessoais do sujeito, mas acompanhando a evolução da sociedade em num contexto geral.

A estampa se demuda a cada estação, novas percepções são produzidas pela vida cotidiana e essas composições possuem muitos elementos oferecendo um vasto conjunto de representações significativas que derivam do uso prático ou cerimonial, da mitologia, ou da simples associação da forma ou da cor, fazendo menção da função-signo.

Os desenhos em estamparia geralmente são divididos em categorias fundamentais para seu entendimento. Edwards (2012) os dividiu em quatro categorias simples e amplas; florais, abstratos, figurativos e geométricos, destacando influências e estilos, passando pela geografia, tecnologia, economia, história das invenções, moda e símbolos, além de outras artes e tendências de design associadas ao período da produção.

As imagens em estamparias possuem vários estilos que se apropriam das formas naturais (orgânicas) e geométricas, destacando formas estilizadas e figurativas que imitam as formas reais, um motivo pode ser escolhido por ensejos que extrapolam as aparências. É importante estudar o contexto para situar a composição da imagem e compreender todos os significados previstos pelo designer.

Ora toda significação (com mais razão, toda linguagem) implica uma estrutura muito precisa; não podemos nos contentar em dizer que uma coisa “significa”, sem entrar numa técnica do sentido, ou seja, numa semântica, que é talvez – como dissemos alhures – muito mais típica que os próprios significados (de resto, gosta-se muito de fazer em significação, mas nunca em significantes e significados isso seria uma grande proeza). Em suma recorrer ao signo sem levar o recurso até a estrutura que o constitui é ir longe demais ou não avançar o suficiente. (BARTHES, 2005, p. 68)

2.4.1 Estampas numéricas

As estampas impressas com números (figura 56) geralmente são localizadas, ou seja, na frente ou atrás da vestimenta, muito comum em camisetas de times de futebol ou seguindo alguma tendência de moda. E para explicar um pouco sobre os números o grande matemático Pitágoras (580-500 a.C.) destacou os números um, dois, três e quatro, que interpretou o dinamismo dos números pares e ímpares como reflexo da ideia dualista do universo comumente de duas forças opostas. A sequência um, dois, três é símbolo universal do processo da criação; unidade, dualidade, multiplicidade. Muitas culturas atribuem profundo significado a certos números e seus múltiplos.

Figura 56: estampas numéricas

Fonte: <http://mariacertinha.com.br/aliexpress/aliexpress-camiseta-com-numero>

O zero simboliza o infinito, ausência de qualidade ou quantidade, simboliza o círculo do nascimento, morte e renascimento. O número um simboliza também a unidade do caos primordial, que concentra o potencial de toda a existência, para os gregos é a entidade perfeita. O dois é o número da parceria e do equilíbrio, mas também das

dualidades cósmicas como o céu e a terra, espírito e matéria, dia e noite, fogo e água, direita e esquerda e bem e mal. O número três simboliza, em geral, a completude perfeita e se revela em diversos trios sagrados, por exemplo, a Santíssima Trindade Pai, Filho e Espírito Santo que é o dogma dos católicos. O quatro é o número da terra, referente às quatro direções; norte, sul, leste, oeste, ou aos quatro elementos; terra, água, fogo e ar, ou ainda as fases da vida: infância, juventude, maturidade e velhice. O número quatro também simboliza equilíbrio, igualdade, confiança e o bom senso. O número cinco representa o corpo humano, cabeça e membros. O seis é a trindade dupla, é associado ao poder divino da criação, e também está presente no mágico selo de Salomão, a estrela de seis pontas, que é formada a partir de dois triângulos. O número sete geralmente é visto no ocidente como o número da sorte. E quando separados, representa a união do céu, número três, com a terra, número quatro, que também é considerado perfeito nas tradições clássicas. O número oito simboliza amplitude, formado por dois zeros, representa o infinito, o caminho sem começo ou fim, em suma a perfeição. No oriente, múltiplos de oito remetem à fortuna. O número treze e o quatorze são considerados símbolos de azar no ocidente, mas também podem ser símbolos de generosidade. (FONTANA, 2012, p. 12)

Os objetos comuns são símbolos importantes para o desenvolvimento humano. Um exemplo é o círculo que traz a questão do sintético, do novo, da renovação, do recomeço e inovação e dos ciclos sazonais e anuais; pois suas pontas se encontram a cada final ou início, em uma simbologia entre a interação do céu e a terra.

2.4.2 Estampas figurativas: geométricas

O estilo composto por formas geométricas surgiu no século XIX e tem funcionado para compor expressões imagéticas durante séculos sendo mais comuns criações em estamparias têxteis. Estão sempre na moda, variando seu próprio estilo e consistem em uma composição com *rapport*²², ou pela ornamentação em uma estampa

²² Repetição é o mesmo que *repeat* em inglês e *rapport* em francês. A noção de “repetição” no contexto do design de superfície é a colocação dos módulos nos dois sentidos, comprimento e largura, de modo contínuo, configurando o padrão. (RÜTHSCHILLING, 2008, p. 67).

localizada com arranjos com outros estilos de desenhos para estamparia. (EDWARDS, 2012, p. 105)

O desenho geométrico mais famoso é a listra (figura 57) que se compõe tanto na horizontal quanto na vertical, fazendo parte de combinações básicas do design têxtil de moda. Muitas vezes, assim como outros desenhos, produzem arranjos com outros estilos, sendo estilizados. As listras também podem ser transformadas em xadrezes e outros tipos de quadriculados. (EDWARDS, 2012, p.184-186)

Figura 57: estampa listrada, Marc Jacobs, 2012

Fonte: <http://wp.clicrbs.com.br/gfashion/tag/marc-jacobs/?topo=84,2,18,,,84>

A listra é o desenho que possui muitas histórias e significação semântica criada pela sociedade. A listra foi considerada pela igreja imoral na Idade Média, pois tudo que confundia a visão ou suscitava os olhos, principalmente tudo o que continha cores vivas, era configurado como demoníaco. Outra curiosidade das listras é que em determinada época elas eram produzidas apenas em tecelagem para roupa íntima, pois, estas vestes tocavam as partes sujas do corpo, tais vestes eram ainda produzidas em cores de tons apagados ou neutros, ou seja, cores falhadas, desbotadas, suscitando um bloqueio da sujeira. Também foi utilizada por muito tempo em pijamas como proteção espiritual contra pesadelos e maus espíritos.

Outra variação das listras são os xadrezes (figura 58), estes surgiram no século XIX, são listras horizontais, verticais e diagonais que cruzam, com cores diferentes, emergindo novos desenhos. O mais conhecido são os *tartans*, cujo desenho é formado por linhas na horizontal e vertical, em uma sequência muito particular de quadrados com linhas cruzadas; Esse estilo, antigamente, era somente produzido em tecelagem, hoje já pode ser reproduzido também em estamparia. Na cultura escocesa tem representação especial, pois a maneira de tecer e misturar as linhas coloridas simbolizam diferentes clãs. (EDWARDS, 2012, p. 196)

Figura 58: xadrez *Burberry*, padronagem criada e patenteada desde 1924

Fonte: <http://www.elainspira.com.br/a-historia-por-tras-da-estampa-xadrez/>

As figuras geométricas têm o poder de se demudarem e trazerem novos conceitos em forças, como triângulos sobrepostos de diversas maneiras formando uma estrela, que além de ser lúdica, com conceito divertido, também possui simbologias literais.

As imagens que possuem estrelas (figura 59) estão classificadas como figurativa geométrica e traduzem significados em muitas culturas exercendo influência na vida do ser humano representando as mais variadas sensações, como anjos, fontes de vida ou divindade, ou seja, a conexão entre a dimensão divina e a humana. No geral, as estrelas são símbolos de renovação e representadas por várias estrelas, ou em composição de galáxias com redemoinhos. Assim como as estrelas, a galáxia e os planetas carregam dados pertinentes com assimilação aos deuses e divindades.

Por outro lado, nos dias atuais, representa o lúdico, desviando do seu significante original, trazendo um conceito popular do divertido e de liberdade.

Figura 59: estampa de estrelas, Dolce & Gabbana, 2011

Fonte: <http://www.justlia.com.br/2011/10/como-usar-estampa-de-estrelas-star-print/>

2.4.3 Estampas figurativas: orgânicas

A maioria das culturas criam padrões que distinguem as formas com apoio na natureza, mas a familiaridade com uma série de variações permite apontar e identificar seguramente estilos como formas abstratas, geométricas e figurativas naturais. Fontana (2012) diz que a natureza sempre concebeu os desejos dos usuários em paisagens distantes, essas imagens aludem a solidão ou isolamento do ser ou do ego. A natureza também simboliza refúgio e até mesmo paraíso sendo que as montanhas são consideradas pontes espirituais entre o céu e a terra. A realidade mundana traz situações particulares originadas do inconsciente revelando nos sonhos as agonias do indivíduo. Os desenhos mais utilizados são o céu, principalmente o noturno, as nuvens e o horizonte.

Todos os objetos possuem significados mesmo que rebuscados de novas interpretações modernas. Um exemplo é a roda que representa o ciclo da vida; o sino que alerta a vigilância e atenção; a balança que está relacionada a justiça, pesos

e medidas; a ancora que é muito utilizada em estamparias, e traz o simbolismo de esperança em tempos de atribulação; e as coroas e diademas que estão na moda e simbolizavam o poder celestial atribuído pelos deuses e hoje trazem a questão do “empoderamento” feminino. (EDWARDS, 2012, p. 135-151)

As estampas trazem influências cruzadas em diferentes períodos e estilos. Embora as formas geométricas (quadrados, polígonos, diamantes, treliças, círculos e retângulos) possam ter qualidades simbólicas, servem de moldura para outras imagens, elas tiveram sincronia com movimentos artísticos e suas combinações são as mais diversificadas como ilusões ópticas, dando harmonia ao tecido. (EDWARDS, 2012, p. 126)

O estilo *Toile de Jouy*, tela ou painel em francês, surgiu no século XVIII na Inglaterra e na França e são representações pictóricas de cenas do cotidiano ou pessoas, da antiguidade clássica, relacionadas a questões sociais, políticas e da vida campestre. (EDWARDS, 2010, p. 218)

O estilo Paisley foi introduzido na Europa na primeira metade do século XVII e se popularizou sendo bastante utilizado no século XIX. Esse estilo era conhecido também por *Boteh* e por isso existem muitas considerações acerca da sua origem. Uma delas é de origem oriental, e sua forma estilizada remete a uma pinha e há indícios de que esse desenho seja proveniente da antiga Babilônia. A outra é que sua forma provém de uma lágrima, sendo usada para caracterizar o crescimento do broto da tamareira. Já o *Paisley* é de origem indiana, porém seu nome deu-se particularmente por conta da cidade escocesa chamada *Paisley*, sua forma está associada a fruta pera em forma de vírgula. A simbologia desse desenho está relacionada à árvore da vida, e o seu broto é utilizado como símbolo de fertilidade. Este desenho se popularizou por meio de xales vindos da Caxemira, na Índia, estimulando a reprodução de cópias na Europa. O *Paisley* passou a ser estilizado com o passar do tempo, criando arranjos florais, com linhas curvilíneas, sinuosas ou altamente estilizadas. (EDWARDS, 2012, p. 114-116)

Muitas estampas, principalmente as de águas, reservam significados interessantes, trazem a simbologia da liberdade, mas também evocam a profundidade insondável

e as ondas evocam a força da paixão e persistência das coisas por conta das idas e vindas. Porém, são pouco utilizadas nas estamparias atuais. São consideradas estampas orgânicas.

Muitas árvores possuem significados diferentes derivados de suas crenças. Algumas possuem representação complexas, em aspecto universal, transmitem crescimento, decadência e regeneração. As árvores estão divididas em dois grupos, as que dão frutos e as que não dão. A primeira são as que dão frutos e os perdem, sendo sintéticas em sua composição, representam o ciclo da vida. A segunda são as que não dão frutos e as folhas representam a energia, a afinco, a fortaleza e vida longa.

As frutas (figura 60) são representações da sociedade moderna, porém suas simulações perderam o sentido original, um exemplo é o abacaxi que originalmente representava a hospitalidade e boas vindas, a uva trazia a representação do vinho que Cristo comparou ao seu sangue na última ceia e sua ressurreição, mas também evocava a liberdade grega de Baco.

Figura 60: estampas com desenhos de frutas. As frutas aparecem separadamente e também misturadas entre si ou entre folhas.

Fonte: <https://theblondepepperdotcom3.wordpress.com/tag/salada-de-frutas/>

Conforme Edwards (2012), as estampas de frutas são frequentes desde o século XVIII e até os dias atuais transmitem a simbologia clássica, ou seja, expressam fartura,

abundância e sorte. Esses elementos também representam o reinício por conta das sementes que remetem a continuidade da vida. As imagens com representação de frutas remetem a ideia de frutífero, estando ligadas a bondade e produtividade da terra.

A maçã carrega o valor simbólico histórico e religioso do fruto proibido, tem ligação com o pecado original, além de representar riqueza ou generosa e a doce palavra de Deus. Porém, existem agregações negativas referente a fruta, um exemplo disso é associação ao fruto proibido da árvore da sabedoria, citada no livro de Gênesis. A fruta não foi especificada na Bíblia, mas dá entender que seria a maçã. Já as frutas vermelhas apresentam associação ao sangue e a vida. E é interessante destacar que na tradição Cristã estas frutas indicam remorso, um exemplo simbólico é de que Judas traiu Jesus.

Já o limão faz combinação do doce com o azedo e apresenta flores formosas e frágeis, sua casca é rugosa e grossa fazendo alusão a fidelidade frente as instabilidades do amor. De fato, muitos desses símbolos possuem características singulares e quando em conjunto trazem novos conceitos. (FONTANA, 2012, p. 52)

As imagens simbólicas possuem diferentes domínios, são acontecimentos e visualizações de fenômenos, podem transmitir conceitos aleatórios dependendo do conhecimento cognitivo ou empírico que pode ser algo mais tradicional, inesperado, criativo ou sensual. Também podem trazer metáforas, uma vez que existe comparação em dois termos, (explica e implícita), estimulando a imaginação, como nas imagens surrealista na arte como os quadros do pintor Salvador Dali (1904 –1989)

As frutas também estão conectadas a sexualidade, pois faz a alusão a vida por conta da semente, porém a banana é diferente. Afinal, a fruta morre após dar frutos sem semente, o que a torna símbolo da futilidade mundana para os budistas. Em resumo, em senso comum, esta fruta é associada à sexualidade masculina (figura 61).

Figura 61: Anitta, *show* em Minas Gerais

Fonte: <http://revistaquem.globo.com/QUEM-News/noticia/2015/10/anitta-sensualiza-com-calcinha-com-estampa-de-banana.html>

A flor (figura 62) é um símbolo antigo e universal, porém inerte, representando o nascimento e o ciclo essencial. As flores agregam muitas simbologias e significados e delongam de cultura para cultura. Foram muito representativas no que diz respeito à cura e em rituais sagrados, quando abertas simbolizam a glória, a beleza, a juventude, a paz e o espírito da primavera, declarando todo o esplendor feminino.

Figura 62: Estampa Sakura, Armani Privé, com flores de cerejeira, homenagem ao Japão

Fonte: <http://www.jb.com.br/estilo-iesa/noticias/2011/07/10/alta-costura-vai-para-as-ruas/>

As flores possuem uma emblemática especial, está ligada a simbologia vegetal, possuem raízes antigas e trazem a ideia entre o mundo natural e a humanidade. Esse estilo de representação real ou estilizada surgiu no século XVIII e até hoje é muito utilizada. A flor representa a beleza da alma, da pureza, do amor e da fertilidade, da criação, da natureza, da infância, da juventude, da harmonia e, por fim, da perfeição espiritual do ciclo da vida. Muitas vezes, os significados das flores estão adjuntos a sua forma ou cor, um exemplo são as flores que possuem três pétalas que remetem a Santíssima Trindade. As flores amarelas trazem a concepção do símbolo solar enquanto as vermelhas estão ligadas ao sangue e ao amor. (EDWARDS, 2012, p. 58)

As estampas florais formam padrões têxteis que são as mais universais que existem. Elas vêm sendo amplamente utilizadas por muitos séculos e pela maioria das culturas. Sua derivação aparece em raminhos, cestos, buquês, grinaldas, guirlandas, etc. são flexíveis nas formas, e sua distribuição para uma composição é perfeita. Determinadas flores deleitam-se das tendências da moda, são atemporais e derivam em formas conforme o tempo e o lugar e, por vezes, são utilizadas devido a seu valor simbólico. (EDWARDS, 2012, p. 58)

A rosa é a flor mais utilizada em composições de estampas, variando em proporção e cores. Representa o centro cósmico, o coração místico, também é geradora de simbologia na era Cristã, pois possui dualidade em sua composição trazendo a perda da inocência por conta dos espinhos (defloração) e a maciez e delicadeza de suas pétalas. As cores das rosas também possuem significações, como por exemplo, as brancas que remetem à perfeição, pureza e inocência, entrando em contraste com as vermelhas que trazem à simbologia da paixão, fazendo alusão a deusa Afrodite, e seus espinhos representam as dores do amor. A flor de cerejeira é o símbolo nacional do Japão e representa a casta dos samurais. Sua leveza com beleza breve também representa a natureza efêmera do guerreiro. Assim como os vegetais e legumes, que também possuem representações simbólicas, como a pimenta (figura 63), que está associada a proteção para afastar o mau olhado e espíritos malignos. As folhas (figura 64) também são elementos figurativos importantes e sempre aparecem em estamparias, tem simbologia da felicidade e prosperidade na Ásia.

Figura 63: estampa com desenho de pimenta – Dolce & Gabbana, 2011

Fonte:
<http://revista.vogue.globo.com/moda/news/frutas-e-legumes-inspiram-pecas-e-estampas-da-moschino-e-dolce-gabbana/>

Figura 64: vestido com desenho de folha de bananeira, Dolce & Gabbana, 2017

Fonte:
<http://www.childsplayclothing.co.uk/dolce-gabbana-girls-green-banana-leaf-chiffon-dress.html>

Na cultura Medieval e no Renascimento as flores contemplam significados globais e morais, demonstrados perfeitamente no mundo das artes, em que a representação eclesiástica é suprema e observa-se santos com flores simbolizando suas virtudes. Mesmo com tanta inquietação e incerteza, o desenho têxtil pode proporcionar diversas interpretações simbólicas, ou não, e o imaginário coletivo produz suas próprias interferências.

Existem outras flores que têm grande significado para a estamparia como a violeta que traz a simbologia da humildade além de representar a sabedoria. Já o lírio é uma flor de significado pleno, o branco denota pureza e virgindade e está ligada à flor da Virgem Maria. A margarida está associada ao sol e remete a proteção contra feitiçarias. A flor de lótus ou lírio d'água simboliza a metodologia de criação e de elevação espiritual, metáfora do ciclo da vida, ou seja, o caminho percorrido entre a ignorância e a iluminação da mente. O cravo é outra representação muito frequente em estamparias e se destaca pela representação da pureza e da paixão. A orquídea é a flor da elegância, transmite a beleza e o amor feminino associado a fertilidade,

além de proteger contra a esterilidade. O girassol simboliza a tradição e a devoção, alude também a fecundidade e ao potencial de renovação. (EDWARDS, 2012, p. 47)

A composição floral geralmente vem acompanhada de folhas e esse estilo de desenho no século XVIII era bem comum em muitas culturas, com os mais diversos simbolismos. Em geral, quando os elementos compositivos entre flores e folhas são agrupados representam ação coletiva e firmeza de propósito, afinal uma única folha pode representar felicidade.

2.4.4 Estampas figurativas: da pele ao *animal-print*

Os animais são criaturas com simbologia poderosa, remetem às características como agilidade, velocidade, lentidão, astúcia, persistência, artimanha, cuidado, entre outras. O reino animal pode ser considerado espelho da humanidade. (EDWARDS, 2012)

O *animal-print* (figura 65) remete à feminilidade da mulher, fazendo alusão ao seu temperamento, como a onça que representa a realeza, poder, fertilidade e ainda a sabedoria secreta. O tigre também é uma pele muito representativa nas roupas femininas cujo simbolismo está associado a solidão, mistério, além de representar ferocidade e valentia.

Figura 65: estampas de *animal-print*

Fonte: <http://www.bicofinoesaltoalto.com.br/2015/03/solte-suas-feras/>

Os animais são figuras centrais no simbolismo e figuram a imaginação humana desde os primeiros registros encontrados em cavernas, como por exemplo as da caverna de *Chavet-Pont-d'Arc*, de aproximadamente 34 mil anos, no sudeste da França. Nas civilizações antigas, usar pele de animal era símbolo de *status* e poder, privilégio de nobres, reis e clero.

2.4.5 Estampas lúdicas

O lúdico é uma nova categoria em estamperia que engloba várias formas em desenhos remetendo ao divertido, engraçado e recreativo, os mais comuns são os figurativos, porém de uma maneira criativa, nessa categoria esses desenhos são mais fofos e estilizados. O objetivo é transformar a imagem comum em divertimento, interagindo com outros elementos, ela está presente em todas as atividades que despertam o deleite.

Os animais podem também ser representados de maneira lúdica ou em sua representação original. Alguns deles são mais sublimes e representam a divindade, sagacidade, companheirismo e lealdade, como o elefante. O cavalo evoca rapidez, força, nobreza e energia nas culturas do Velho Mundo²³. O cervo simboliza a fertilidade e o renascimento, era a encarnação de uma deidade celta, além de simbolizar a humildade. Já os cavalos tinham a simbologia que representava uma criatura das trevas com poderes mágicos como mensageiro da morte, deus das águas, a força matriz, uma criatura sobre o corcel e no imaginário coletivo simboliza a força em muitas culturas. No design têxtil, esses animais são mostrados de maneiras diversas: alguns domados e representados em ambientes rurais, outros associados à velocidade e à força independente. (FONTANA, 2012, p. 98)

O porco era considerado o símbolo da fertilidade para os egípcios, porém em outras culturas ele é símbolo da sujeira e impureza. No Xamanismo o urso representa seres

²³ É um termo generalizado e relativamente recente que define o mundo conhecido pelos europeus até ao século XV, ou seja, a Eurásia e África: os continentes europeu, africano, asiático e os quatro arquipélagos da Macaronésia. É um termo usado geralmente em oposição a Novo Mundo (que inclui as Américas). A Eurásia e África recebem o nome de Velho Mundo por que foi neste lugar que surgiram as mais antigas civilizações de que se tem conhecimento. Fonte: <https://www.clubedosvinhos.com.br/velho-mundo-e-novo-mundo-quais-diferencas/>

aparentados aos humanos por caminharem de pé e como espíritos guardiões com poderes mágicos, são símbolos da criação.

A vaca dependendo da tradição tem muito simbolismo; no Egito Antigo, por exemplo, simbolizava a deusa da fertilidade, do amor sexual, da música e da dança, assim como mãe divina simbólica do faraó. Porém, alguns animais mesmo sendo representados como lúdico, possuem simbologia arbitrária como o lobo que é símbolo de ferocidade, e logo representa o símbolo do mal, do inimigo de Cristo. Outro exemplo é a raposa que é astuta e representa as armadilhas e falsa devoção do príncipe das trevas. (FONTANA, 2012, p. 65-67)

Os seres marítimos compartilham em grande medida o simbolismo relacionado à água. A água está relacionada a rituais de limpeza e purificação espiritual e é um dos símbolos mais antigos do cristianismo. O peixe é um dos desenhos muito utilizados para estampa infantil, seus simbolismos exprimem vida longa na tradição chinesa, e também remetem a perseverança e a coragem por nadarem sempre contra a correnteza. O caranguejo simboliza irregularidade, pois caminha de lado e o golfinho simboliza o mensageiro do mundo espiritual segundo tradições indígenas, mas para os gregos está ligado ao amor, à salvação e ao renascer espiritual. (FONTANA, 2012, p. 71-72)

Ainda dentro dos considerados lúdicos, os cães e gatos são os animais mais próximos e companheiros dos seres humanos. Esses desenhos são muito usados em estamparias, tanto infantil, quanto para adultos. Os gatos (figura 66) possuem simbologia contraditória, ao mesmo tempo em que apreciam a presença humana, são independentes e, em geral, possuem vida misteriosa fora de casa, sobretudo a noite, são suspeitos de flertar com entidades malignas e demônios. Os cachorros possuem percepção aguçada e simbolizam lealdade e solidariedade. Em outras culturas os desenhos de lebres e coelhos estão ligados à esperteza e a velocidade, são considerados símbolo da astúcia e da artimanha, além da fertilidade sendo associados à promiscuidade.

Figura 66: estampa lúdica com desenhos de gatos

Fonte: <http://www.vinculobasic.com.br/blog/2012/07/como-usar-estampas-de-bichinhos/>

Os pássaros são símbolos representativos que vão do antigo ao moderno, são criaturas mediadores entre o céu e a terra, criaturas híbridas que se misturam com aves e seres humanos. Tecidos com estampas de pássaros existem desde a era egípcia, como motivos decorativos. As representações de aves podem ser figurativas naturais ou estilizadas. A capacidade de voar simboliza a ligação entre o céu e a terra, representa também anjos e formas de existência mais elevadas. A ave fênix simboliza a ressurreição e o renascimento, porém é pouco utilizada em estamparias. Já a cegonha, na cultura grega, simboliza o nascimento. Na Europa, quando a cegonha faz ninho no telhado das casas, simboliza sorte. O pássaro sabiá simboliza resistência por seu comportamento audaz.

A coruja (figura 67) é um animal que simboliza mistério e misticismo, está ligada ao sobrenatural e a poderes ocultos. Em algumas tradições, simboliza a sabedoria e a profecia, entretanto, em outras culturas, esta ave de hábitos noturnos pode simbolizar mau agouro, azar, escuridão espiritual, morte, trevas e bruxaria. Para os aborígenes australianos a coruja representa a alma das mulheres, talvez por esse motivo a mulher tenha verdadeira afeição pelas estampas desse animal. (FONTANA, 2012, p. 90)

As estampas com pavão (figura 68) surgiram no século XVIII e historicamente têm ligação com o símbolo do sol. Na mitologia grega clássica era consagrado à deusa Hera, esposa de Zeus. Na cultura moderna é símbolo de vaidade e orgulho, dependendo da cultura desempenha papéis emblemáticos e simbólicos. A representação de suas penas foi muito utilizada no final do século XIX, na Europa, sendo associada ao movimento estético – esteticismo, que desenvolveu o culto a beleza na arte e no design, sendo uma alegoria ornamental. (FONTANA, 2012, p. 74-96)

Figura 67: estampa lúdica com desenho de coruja e outros elementos plásticos

Fonte:
<http://www.mulherbeleza.com.br/roupas/roupas-com-estampa-de-coruja/>

Figura 68: estampa com desenho de pavão estilizado

Fonte:
<http://www.andressalara.com/2014/02/inspiracao-do-dia-estampa-de-pavao.html>

Já as estampas de tigre, serpentes ou répteis possuem significado complexo. Esses animais são muito conhecidos e presentes no mundo todo com uma grande abundância de formas, inspiraram mais cultos e mistérios sagrados do que qualquer outra criatura. Geralmente sua representação nas roupas é sua pele e não sua figura. As cobras possuem aspectos negativos pois simbolizam as forças da terra e do mudo inferior, poderes sinistros e ocultos, porém também possuem aspectos positivos com relação à troca de pele que é considerada por muitas tradições como rejuvenescimento milagroso ou, literalmente, a morte seguida do renascimento. Assim, atribuem-se as serpentes poderes de transformação, cura e magia

extraordinária. Outro animal que possui significado lúdico é o sapo que é associado à abundância e a fertilidade.

2.4.6 Insetos estampados

A estampa de insetos está associada a regeneração, ao nascimento e a ressurreição, se demuda de uma larva para uma criatura alada. Entre tantos significados, o inseto mais comum na estamparia é a borboleta (figura 69) que traz consigo o símbolo da transformação, mas também traz um lado negativo que é o da inconstância e da efemeridade da natureza. Em outras tradições, o ciclo da vida é aparentemente milagroso, representa a jornada da alma pela vida, morte e renascimento, porém está ligada ao simbolismo de atos errantes e fazem delas símbolos inconsistentes, de superficialidade e vaidade.

Figura 69: “Plato’s Atlantis”, Alexandre Macqueen, 2010

Fonte: <http://www.wicked-halo.com/2009/11/platos-atlantis.html>

A mariposa é outro inseto representado em estamparia, porém com muito menos frequência que a libélula e a borboleta. É um inseto comumente de hábitos noturnos, simboliza a imortalidade, o renascer, bem como a força destruidora da paixão. Tanto a mariposa quanto a borboleta morrem lentamente podendo simbolizar a agonia e o sofrimento por amor e já foi símbolo da castidade. Assim como as borboletas

as mariposas também possuem várias cores e remetem a significados. A libélula é outra criatura alada que possui grande simbologia de renovação e rapidez.

2.4.7 Figuras sobrenaturais

Os mitos vão do antigo ao moderno e Gilbert Durand pondera que o mito é uma maneira que os cientistas utilizavam para explicar o que a ciência não conseguia explicar. Entre séculos XVII e XIX era muito comum criar mitos e inventar histórias, muitos temas e imagens mitológicas acabaram virando estampas estilizadas no futuro.

A estampa segundo Edwards (2012) foi a maneira um tanto controversa de representação, existem dúvidas sobre sua subjetividade e a mitologia retratada sempre foi utilizada de maneira ornamental em vez de simbólica. Edwards ainda afirma que é necessário um estudo muito apurado de muitas culturas, em grande parte, para compreender o contexto da imagem e a intensão do uso.

As figuras sobrenaturais são representações das forças primitivas do universo e simbolizam a ordem e a desordem cósmica. Uma figura importante e de grande representação nos dias atuais são as sereias que são provenientes da cultura e tradição nórdica. Sua primeira representação era de uma figura com cabeça e peito de mulher e corpo de pássaro, mas a versão mais conhecida é a metade mulher e metade peixe. A sereia representa os perigos e riscos da navegação marítima, são seres sedutores e maléficos que seduzem os navegadores para a morte, devorando-os, “talvez” essas representações sejam o motivo pelas quais as jovens se simpatizam tanto com esta figura. As sereias ainda representam as criações do inconsciente, as armadilhas da paixão, o desejo e a sedução, atraindo e revelando os instintos mais primitivos do ser humano.

Outra estampa mitológica, que faz muito sucesso nos dias atuais é o unicórnio (figura 70) é a figura mais comum entre os jovens e adolescentes, representados por um cavalo branco com um chifre torcido e o casco fendido como o do cervo. Sua simbologia é associada a castidade, pureza e feminilidade. Hoje sua representação está associada aos movimentos LGBT ou LGBTTT – Lésbicas, Gays, Bissexuais,

Travestis, Transexuais e Transgêneros, que consistem em diferentes tipos de orientações sexuais –, assim como o arco-íris.

Figura 70: estampa lúdica com desenhos de Unicórnios - Antix®

Fonte: <http://criaturadamoda.blogspot.com.br/2012/03/estampa-aquarelada.html>

2.5 REPRESENTAÇÕES SIMBÓLICAS: ESTAMPAS POLÊMICAS

O desenho de estamparia em uma superfície têxtil busca junções que possam ser percebidas pelo usuário. Estes elementos plásticos para formação da estampa podem ser centrais e são portadores de significados, sendo a primeira percepção que inicia o ciclo que é sincrônico ou diacrônico. Quando isto acontece é o momento em que o objeto apresenta o gosto e as preferências individuais voltadas às questões técnicas e subjetivas.

A estampa por ser subjetiva e carregar muitos elementos, trazendo muitos simbolismos que podem ser positivos ou negativos. Um exemplo disso foi a repercussão causada pelo pijama infantil produzido pela marca espanhola Zara® que teve que ser retirado das lojas por fazer alusão ao holocausto (figura 71). O simbolismo veio por conta das listras azuis e da estrela de Davi amarela, localizada na altura do peito, no lado esquerdo. “A camiseta tem uma grande estrela de seis pontas no lado superior esquerdo, lugar exato em que os nazistas forçavam os judeus a usar a Estrela de Davi”, escreveu o jornal israelense *Haaretz*. O jornal ressaltou

ainda que a vestimenta é uma espécie de lembrança triste de um período sombrio da história universal. Infelizmente a imagem repercutiu nas redes sociais em associação com o uniforme que os judeus usaram nos campos de concentração antes de serem torturados e mortos durante a Segunda Guerra Mundial.

Figura 71: alusão ao Holocausto

Fonte: <http://exame.abril.com.br/marketing/zara-pede-desculpas-por-camiseta-que-lembra-o-holocausto/>

No mesmo ano, a marca brasileira Maria Filó® também se envolveu em polêmica por conta de uma estampa que chocou as redes sociais e o seu público. A marca produziu uma estampa que trazia um desenho figurativo *Toile de Jouy* que representava cenas do cotidiano, em que escravas negras serviam mulheres brancas, inspirado na obra do artista pintor Jean-Baptiste Debret (figura 72). É interessante observar que este tipo de imagem sempre foi concebida pela sociedade e quando um indivíduo observa de uma maneira mais simbólica, os conceitos aparecem e geram polêmicas.

Figura 72: estampa figurativa, desenhos do cotidiano escravo inspirado na obra de Debret

Fonte: <http://veja.abril.com.br/entretenimento/maria-filo-pede-desculpas-por-blusa-com-estampa-de-escravos/>

A simbologia existe, porém, a interpretação negativa partiu de uma internauta de 29 anos, do Rio de Janeiro. Ela disse em depoimento que ficou chocada com a estampa, pois para ela retratava a escravidão e causou constrangimento entre os consumidores e revolta na internet.

Hoje, fui procurar umas blusinhas bacanas para comprar e entrei na loja da Maria Filó. Entrei e ninguém me cumprimentou ou falou qualquer coisa comigo, minutos depois, entrou uma mulher branca, prontamente recebida com um: "Boa tarde! Se precisar de algo é só falar". Até aí, nenhuma novidade, só mais um dia normal na vida de um negro. Começo a olhar as roupas e me pergunto: Confere? É uma estampa de escravas entre palmeiras. É uma escrava com um filho nas costas servindo uma branca? Perguntei à vendedora se aquela estampa tinha alguma razão de ser ou se era só uma estampa racista mesmo. Ela, me dirigindo à palavra pela primeira vez, não soube responder. Entrei no site da marca, com a esperança de que houvesse algum sentido naquilo, mas só encontrei uma marca que não satisfeita em representar somente mulheres brancas achou que esse Toile de Jouy de escravas seria de muito bom gosto. (FACEBOOK, 2016)

Alguns internautas ressaltaram que é dever do cidadão denunciar atitudes preconceituosas para levar à igualdade social e que sendo a moda um veículo de disseminação, uma peça com significados sombrios como a escravidão não pode ser vendida. A moda é um veículo de comunicação e representação, e por meio dela é possível trazer respeito, capacitar as mulheres e ainda posicionar em diversas questões. Embora a história da escravidão tenha sido contada de diversas maneiras distorcidas, uma estampa pode dizer muito sobre um povo. A marca, em sua defesa,

respondeu aos comentários pedindo desculpas pela estampa e relatou que na verdade a estampa seria uma homenagem ao pintor Jean-Baptiste Debret que esteve no Brasil no século XIX, junto à missão Artística Francesa.

Gostaríamos de fazer um esclarecimento. A estampa em questão buscou inspiração na obra de Debret. Em nenhum momento tivemos a intenção de ofender. Pedimos sinceras desculpas e informamos que já estamos tomando as devidas providências para que a estampa seja retirada das lojas. (Resposta da marca Maria Filó)

A marca *fast-fashion* Forever 21® também entrou na lista das significações mal vistas, porém desta vez não foi através de imagens, mas pela semântica da palavra em uma camiseta (figura 73), em que o significante não deu muito certo na formação de uma mensagem. A princípio a ideia era para ser engraçada, a frase “*Don’t say maybe if you want to say no*” pode ser traduzida para o português como “Não diga talvez se você quer dizer não”. A mensagem incitava ao estupro e ainda sugeriria que as vítimas de estupro eram culpadas, segundo os internautas.

Figura 73: camiseta, Forever 21®

Fonte: http://www.huffpostbrasil.com/2016/03/16/estampa-de-camiseta-masculina-da-forever-21-provoca-polemica-na_a_21687969/?utm_hp_ref=br-moda

A marca ZARA® tem tido grande repercussão em diversos aspectos em suas criações de moda. Embora a marca não tenha a intenção de denotar tal significado inverso, algumas de suas criações tem falhado no conceito simbologia ou representação ou até no significante da formação de frases para estampas localizadas. Afinal todo sujeito possui uma base de informação que muitas vezes podem ser contrárias às sensações de significações propostas pelos estilistas e designers. Outra estampa da marca que trouxe polêmica foi uma blusa (figura 74), a marca tentou fazer uma brincadeira com as tendências de moda, com a expressão “White is *the new black*”, em português o “branco é o novo preto”, porém foi considerada racista. Na verdade,

esta expressão é muito comum nos bastidores da moda, é quando se usa uma coisa no lugar de outra, para dizer que está na moda, em outras palavras, remete a uma troca de formas, cores ou tecidos que estava muito forte em uma estação e toma o lugar do outro na próxima estação.

Figura 74: white is the new black

Fonte: <http://tresbcomunicacion.tumblr.com/post/141540935134/la-camiseta-de-forever-21-que-fomenta-la/embed>

No mundo da moda é necessário cuidado com a imagem, pois ela está agregada a valores extremos e subjetivos. Julgamentos controversos ao que foi criado estão sujeitos a questionamentos pelos usuários. Outro exemplo é a camiseta (figura 75) da marca Asus®, que estava escrito a palavra *slave* (escravo) e sua propaganda de marketing foi divulgada por um modelo negro trazendo a concepção de racismo. O produto foi retirado das lojas, a marca se desculpou dizendo: “Foi estúpido da nossa parte”.

A escrita é linguagem e necessita de cuidados, pois as junções de palavras geram conceitos que muitas vezes são muito particulares, podendo serem bem vistos ou não pela sociedade. Foi o que aconteceu com a marca Urban Outfitters® em 2010 ao criar uma camiseta (figura 76) com os dizeres “*eat less*” (coma menos). A estampa repercutiu de maneira negativa, pois fazia a alusão a anorexia. Porém a marca não deu muita importância para as repercussões e posteriormente criou outras camisetas com mensagens que também causaram confusões.

Figura 75: camiseta, Asus®

Fonte:
<http://tresbcomunicacion.tumblr.com/post/141540935134/la-camiseta-de-forever-21-que-fomenta-la/embed>

Figura 76: blusa, Urban Outfitters®

Fonte:
<http://tresbcomunicacion.tumblr.com/post/141540935134/la-camiseta-de-forever-21-que-fomenta-la/embed>

2.6 SIMBOLOGIA CROMÁTICA

Quando um designer produz um padrão, ele precisa pensar não somente na concepção das configurações, mas também nos elementos buscando novos signos. As cores também são de suma importância na estamparia para a definição das formas. As cores e os padrões se ajustam entre si para comunicar ideias e emoções humanas, retratando questões subjetivas, por meio de imagens, para o mundo exterior. Por fim, a cor é a chave que complementa a decoração dos tecidos estampados. Porém é necessário conhecimento em harmonia de cores, para fazer arranjos combinatórios entre as cores tais como; escala por analogias (figura 77), harmonias complementares (figura 78), harmonia tríade e escalas monocromáticas e neutras para compor uma boa composição visual em estamparia.

As cores na estamparia são de fundamental importância, não somente pelo valor de perceptivo e subjetivo, mais também na questão em técnicas de estampagem, pois a posição das cores na gravação de um cilindro ou quadro é fundamental para a clareza e finalização do desenho. Na máquina de estampar a posição das cores dos cilindros são relevantes, sendo o cor que convenhamos chamar de preto sempre será o último, pois assim, não temos muitas passadas da cor no tecido, assim não migrando (expandindo) para as outras cores.

Figura 77: harmonia por analogia, Christian Lacroix, 2002

Fonte:
<https://br.pinterest.com/pin/106116134943537690/x>

Figura 78: harmonia Complementar

Fonte:
<http://www.doctorojiplatico.com/2014/04/lucia-giacani-killing-time.html>

A tendência de cores tem influência na moda e é subjetiva, possui influência psicológica e valor simbólico agregado à expressão do estilo. A cor, assim como as formas, também é utilizada para simular ou imitar a natureza; para simular conotações políticas, religiosas, militares, ou ainda surpreender com contrastes e combinações inusitadas.

A cor tem conexão com a retina dos olhos e com as informações apresentadas, também é um veículo de comunicação trazendo questões simbólicas através das tradições culturais, por exemplo em rituais funerários normalmente se utiliza a ausência de cor que chamamos de cor preta. Em outros momentos históricos, como na pré-história, a cor denominada ocre (cor que representa a terra) representava esperança de vida após a morte, mas também aparecia em vestimentas de eclesiásticos cristãos e hoje em dia possui novas concepções em logos modernos, no cinema, na arte e na moda. (FONTANA, 2012, p. 115)

O preto, seria a mistura de todas as cores primárias, ou seja, ausência de luz, em uma concepção técnica o preto não é considerado cor, porém no senso comum convenhamos chamar de cor. Esta cor (figura 79) em um contexto geral simboliza as forças negativas, a corrupção, o pecado e o grande nada. Todo matiz possui uma

determinada simbologia, embora modifique o seu significado mediante o veículo utilizado. Por exemplo, no cinema, a ausência de cor (preto) remete ao medo, escuridão, mal e trevas, sedução, mistério; já na moda, o preto simboliza luxo, riqueza, tradição, etc. Assim como outras cores que também mudam seu significado mediante sua finalidade e para onde é destinada. A cor também pode estar associada a outros elementos que unidos remetem novos significados, um exemplo, é o gato preto que traz a simbologia das bruxas malignas e má sorte.

Figura 79: escala acromática, Kate Perry

Fonte: <http://fatoscelebridades.blogspot.com.br/2015/07/katy-perry-posa-de-lingerie-para-revista-vogue-japonesa.html>

Segundo Lurie (1997), o matiz é o primeiro aspecto a ser percebido em um produto, objeto ou superfície e é ele que causa o maior impacto visual. Psicólogos relatam que o simples fato de observar cores diferentes altera a pressão sanguínea, a pulsação e o ritmo respiratório. A cor da roupa também está associada ao tom de voz em uma fala, pois ela altera o significado do que é dito por meio de outras informações adicionadas ao vestuário como adornos, tecido e estilo.

A cor na moda traduz de uma maneira bem simples e nada científica o estado de ânimo de um indivíduo ou grupo. Então, todas as cores possuem significados muitas vezes subjetivos; o branco (figura 80), por exemplo, é a junção de todas as cores no espectro. Dependendo da cultura pode simbolizar a pureza, a lua, o feminino e a paz. Um bom exemplo é o vestido de noiva que na cultura cristã reverbera a simbologia da virgindade, dos anjos e da pureza espiritual. Embora em contrapartida também seja a cor dos fantasmas e da morte.

Figura 80: escala neutra simbolizando a paz

Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/337629303288818292/>

Segundo especialistas, o cinza é acromático, pois não possui matiz, é uma composição de variação entre o branco e o preto. Na moda, refere-se à neutralidade, elegância, sofisticação e ausência de emoção; também está associado a perda, depressão, isolamento ou solidão. Porém, é uma composição neutra e não possui características subjetivas para estimular, tranquilizar ou qualquer outra carga emotiva, possui característica como sendo enfadonha e sem movimento.

Outra harmonia muito utilizada na moda são as complementares diretas no círculo cromático, divididas em duplas que acarretam contrastes de cores inusitadas e bem interessantes. Essas combinações são possíveis por meio da percepção e conhecimento de combinações de cores.

Outras harmonias também são comuns para uma composição de moda, como a harmonia tríade (figura 81), a tetra, derivadas e ainda a escala monocromática, além dos tons neutros que são as combinações que trazem harmonia nas mais diversas composições.

Figura 81: Harmonia Tríade

Fonte: <http://semanier.com/tag/complementar-dividida>

2.7 MÉTODOS DE ESTAMPARIA TÊXTIL

“Estampar é imprimir sentimentos”
Tânia Ramo

A estampa é um conjunto de metodologias e técnicas que permitem transferir imagens para superfícies de produtos. Quando se projeta estampas no design de superfície para tecidos de moda, trabalha-se reunindo muitas informações e fatores de várias ordens; criativa, tendências de moda ou não, perfil do consumidor, mercado, processos industriais de estampagem disponíveis, relação custo-benefício, incluindo conformidade com pressupostos sustentáveis. Assim, existem três tipos de processos para se projetar uma estampa; para o que ela se destina? Como será estampada? E qual o tipo de processo de impressão? Enfim, são muitas informações que compõem o processo:

- A estampa manual é a mais antiga e simples de se produzir; é a impressão artesanal, com produção limitada. Sua matriz pode ser um módulo (carimbos, rolos, etc.) e estêncil – desenhos aplicados em carimbos e estêncil de materiais diversos.

- Estamparia convencional ²⁴ é o tipo de processo que se denomina informatizado, pois necessita de suporte tecnológico em *softwares* específicos de desenho pelo método de separação de cores, para gravação de cor por cor. O desenho é reportado primeiro e em seguida estudado para fazer a separação de cores que pode ser em vetor (CorelDraw®) ou por canais (Photoshop®), podendo ser utilizada na impressão direta ou indireta pelos métodos de estampa digital, serigrafia ou *transfer*. Sua matriz pode ser quadros, cilindros e impressoras.
- Estamparia digital é o método mais rápido, e hoje em dia é considerado mais limpo e com uma qualidade excepcional na imagem; não necessita de separação de cores; porém para ser produzida necessita de suporte tecnológico em Photoshop® ou CorelDraw®; para criar as estampas. Entretanto, é possível imprimir de forma direta ou indireta. Sua matriz é a impressora ou prensa térmica.

A impressão é o meio essencial que disseminou a cultura e o conhecimento, tornando-se imprescindível para as atividades da civilização que conhecemos. Estampar é a forma de reproduzir uma figura ou escrita sobre superfícies (tecido, metal, papel, cerâmica ou qualquer outra superfície possível de receber uma ou mais camadas de tinta) por meio de molde, matriz ou impressão. Existem muitas técnicas referentes ao design de superfície, visto que o design de superfície está relacionado a vários setores com segmentos totalmente diferentes. O processo de estampa compõe o uso de corantes e seus auxiliares como a aplicação de espessantes²⁵ (naturais e seus derivados ou sintéticos) adequados, de modo a garantir a deposição da quantidade de matriz desejada. “Estamparia pode ser considerada um tingimento²⁶ local, que permite formar desenhos com uma ou mais cores, neste caso, inclusive com possibilidade de diferentes intensidades”. (GOMES, 2007, p. 15)

²⁴ Maneira como é conhecida dentro das indústrias têxteis

²⁵ “Espessantes são um dos componentes das pastas e espessantes mãe são substâncias hidrocoloides, o que quer dizer que desenvolvem a sua viscosidade em meio aquoso. Tiveram também que acompanhar a evolução da estampa”. (GOMES, 2007, p. 135)

²⁶ Tingimento é o processo químico relacionado a alteração da cor original da superfície têxtil, como mergulhar em tinta.

Para estampar um produto é necessário entender o processo mais viável para cada material utilizado como suporte, visto que a impressão faz parte de várias áreas. Assim, o que diferencia o processo de impressão é o material utilizado para cada base adequada, para cada finalidade. Cada método de impressão segue sistemas de produção particulares e o mesmo ocorre com as nomenclaturas e formas. Os métodos de impressão/estampagem são divididos em dois grupos e os mais conhecidos são:

- Impressão direta é aquela em que há o contato direto da matriz de impressão com o suporte (tipografia, flexografia, rotogravura e a fotogravura (serigrafia), sendo esta última a mais utilizada na produção e processo têxteis.
- Impressão indireta é aquela que utiliza um suporte entre a matriz de impressão e o suporte final – como por exemplo as técnicas de *offset*, *letterset*, *transfer* ou sublimação, essa última mais utilizada na produção e em processos têxteis.

2.8 FUNDAMENTOS DO DESIGN GRÁFICO E A SUPERFÍCIE ESTAMPADA

“A linguagem é também uma faculdade de conceitualização, de organização do mundo, é, portanto muito mais que a simples comunicação.” (BARTHES, 2005, p. 96)

A sintaxe da linguagem visual indica as categorias, os tipos e os grupos, e apresenta unidades elementares mínimas básicas de composição visual, estando sujeita a vários arranjos que podem ser complexos. Morris (2016) destaca que a sintática estuda a maneira como os signos de várias classes podem se combinar de modo a gerar novos signos. Esse fenômeno também acontece na criação da composição imagética em estampas têxteis, em que os elementos podem ser modificados, perdendo o sentido original da palavra para a imagem. A sintaxe da imagem pode abstrair o sentido original das palavras contidas em uma composição, afinal é um conjunto de informações, buscando novos conceitos, e que analisa a significação dos signos e seus respectivos usos e efeitos, além de estudar os aspectos formais entre signos.

A análise conceitual da sintaxe da linguagem visual está conectada aos sistemas de signos como a gramática está para a linguagem natural de comunicação verbal. Embora na linguagem visual não baste só conhecer o significado das palavras,

é necessário dominar as questões de composição sintática da composição, pois os signos se demudam e se tornam mais complexos. É necessário também conhecer as leis da sintaxe visual, que também é uma linguagem, assim como o conhecimento das regras que harmonizam e produzem arranjos dos seus elementos compositivos.

Em todos os estímulos visuais e em todos os graus de inteligência visual, o significado pode oferecer conhecimentos, não semente representacionais na comunicação de tempo e nos símbolos, mas também abrangendo a linguagem. Imaginar é a capacidade de expressão de modo que o pensamento desenvolva novas imagens com a mente. Qualquer episódio visual é uma configuração com substância, mas esses valores possuem influência dessas partes tão indispensáveis como cor, tom, textura, dimensão, proporção e as relações compositivas com o significado. (DONDIS, 2007, p. 22)

As estampas são criadas por meio dos símbolos que remetem atuações ou composições de elementos, estado de espírito e formas. Suas significações vão desde os mais sublimes detalhes representacionais até os inteiramente abstratos, esses são tão subjetivos que a informação se torna identificável. Na estamparia é preciso que o olhar seja sincrético para observar as mais variadas composições de imagens.

O desenho de estamparia, assim como a criação de uma propaganda, passa por conceitos similares, utilizando o processo visual em sua forma mais simples de composição produzindo, assim, forças visuais para que o receptor interprete a informação. No entanto, em um desenho têxtil existem questões de tendências de moda e a questão que envolve o público-alvo, pois são produzidas para fins comerciais de moda.

A composição é o meio interpretativo de rever o olhar partindo para um novo conceito de reinterpretação de uma mensagem visual por parte do receptor. O significado se encontra tanto no emissor quanto no receptor da mensagem. A imagem estampada é criada por um conjugado de informações técnicas e tem sua finalidade que é a produção e representação de um desenho para estampar um tipo de superfície, tecido plano ou malha, podendo variar em sua composição.

O design de superfície não se limita à inserção de desenhos, cores e texturas sobre um substrato, cuja função principal seria apenas conferir qualidades à superfície além da parte externa dos corpos e objetos, ou relacionada à repetição e combinação de módulos em estampa contínua. (RÜTTHSCHILLING, 2008, p. 43)

A estampa têxtil é um braço vinculado à moda e assim procura inovações criativas em estudos imagéticos para valorizar a estética simbólica da imagem estampada. É a partir desses estudos e tendências de moda que se define o público-alvo para o objeto-signo e então compor a imagem estampada.

O processo construtivo da imagem resulta em repertório original, não só pessoal (bagagem cultural), mas também de técnicas e conceitos de moda. O sujeito cria uma imagem em potencial por meio de vivências, aprendizados e experiências, assim, entramos no campo da composição imagética para a estampa, reverberando conceitos, estilos e novas formas de representação da forma para imagem estampada.

Para produzir uma superfície para tecidos é necessário seguir parâmetros e técnicas de produção, além de itens da linguagem visual como harmonia, ritmo, cores, ênfase, disposição de elementos, contornos, formas, texturas e técnicas de *rapport*. Além disso, a composição visual de uma imagem é um conjugado de figuras ou motivos não interrompidos que se relacionam com conceitos da sintaxe visual. Um exemplo tensão e respiro – alternância visual – entre as formas, utilizando-se da *Gestalt* como um fundamento necessário à composição aplicando a figura e fundo como recurso de percepção.

Os dados visuais têm três níveis distintos e individuais: *input* visual, que consiste de miríades de sistemas de *símbolos*; material visual *representacional*, que identificamos no meio ambiente e podemos reproduzir através do desenho, pintura, da escultura e do cinema; e a estrutura *abstrata*, a forma de tudo aquilo que vemos, seja natural ou resultado de uma composição intencional. (DONDIS, 2007, p. 20)

Os elementos básicos da comunicação visual são o ponto, a linha, a forma, a direção, o tom, o matiz, a textura, a proporção, a dimensão e o movimento. A sintaxe visual objetiva os elementos superfície, equilíbrio, ritmo, tensão, agrupamento, figura e fundo (positivo e negativo). Esses elementos visuais são manuseados com evidência pelas práticas de comunicação visual, de maneira direta ao objetivo da mensagem. Instituído o conteúdo básico daquilo que observamos e seu número é reduzido.

Em suma, em uma composição é impossível demudar qualquer elemento do sistema sem que comprometa a composição como um todo. (DONDIS, 2007)

2.8.1 O ponto

O ponto é a menor unidade visual (figura 82), pois ele é o identificador e marcador de espaço. Vários pontos em sequência formam uma linha. A linha seria o articulador fluido incansável da forma, com ela chega-se em uma forma. A forma possui características que vão da mais básica (geométricas) as mais infinitas variações (estilizadas, figurativas) até as abstratas. O tom representa a ausência ou presença de luz. A cor é matiz cromática de valor expressivo e emocional.

Figura 82: Ponto é a menor unidade visual. Esta estampa foi criada com pontos, com princípio de formação de linhas, em que concebemos as formas.

Fonte: a autora (2012)

2.8.2 Textura

A textura varia em sua apresentação podendo ser óptica ou tátil. A proporção é um elemento de suma importância na criação de uma estampa e é a medida ou tamanho de cada módulo/motivo a serem distribuídos na estampa. A direção e o movimento são importantes, pois por meio deles é possível dar direção e frequência ao motivo/módulo. A partir da manipulação desses elementos, é possível desenvolver

uma estampa, visto que o procedimento de composição é a maneira terminante na solução dos problemas visuais. (DONDIS, 2007, p. 23)

Os fundamentos sintáticos da linguagem visual são fundamentais utilizados na adequação da imagem proposta em uma composição visual, embora não exista regras absolutas que expressem o sucesso de um desenho construído para ser uma estampa, pois o grau de compreensão é subjetivo e irá acontecer em termos de significado para cada interpretante. São muitos critérios que envolvem o significado na forma visual e, por sua vez, estão relacionados ao processo de entendimento e percepção humana, além do repertório visual e cultural.

As estampas são criadas por meio dos símbolos que remetem a performances ou composição de elementos, estados de espírito e formas. Suas definições concebem as mais sublimes expressões representacionais até os inteiramente abstratos, esses estão muito distantes da informação identificável e é necessário investigar para compreender o que representam. Na estamparia é preciso que o olhar seja sincrético para observar as mais variadas composições, mesmo quando relacionadas à arte de enxergar o mundo por meio das imagens estampadas, além de ter uma visão global do conjunto, sem diferenciação. Todo desenho de estamparia têxtil necessita conter sintaxe visual; equilíbrio, tensão, ritmo, contraste, harmonia, proporção e dimensão. Estas condições ocasionam um trabalho com harmonia visual.

2.8.3 Harmonia e equilíbrio

A harmonia é a aplicação dos elementos compositivos que possuem concordância entre partes (similaridade e semelhança) de maneira aleatória ou linear produzindo a sensação visual de unidade e continuidade. O equilíbrio é um dos elementos visuais compositivos mais importantes. Sua relevância está na distribuição, ou seja, no valor de importância visual baseado entre dois pesos.

2.8.4 Ritmo

O ritmo é representado por formas em sequência ou linearidade, como estampas listradas na vertical ou horizontal. Essas linhas proporcionam a sensação de longitude

ou movimento provocando impacto visual ou sensação visual de emagrecimento. O ritmo consiste em uma repetição linear de motivos geralmente iguais que se repetem ao longo do desenho. É um dos recursos que contém mais força visual, esse conceito é obtido por meio da cor, da forma e posição dos motivos, configuração do espaço entre os desenhos ou módulos. A apresentação do ritmo envolve sequências simétricas, assimétricas, crescente, decrescente e multidirecionais.

2.8.5 Tensão e respiro

Tensão e respiro (figura 83) geralmente são utilizados para estampas mais criativas e que exigem um nível de conhecimento em composição visual como harmonia, equilíbrio e distribuição de motivos e cores para compor o *rappor*t, que é composto de maneira mais complexa, ou seja, sem muitas repetições de módulos ou motivos. A harmonia visual deste tipo de estampa é produzida no fechamento das arestas e a característica deste desenho é de grandes motivos, medidas e proporções. O mais interessante é não deixar o desenho com marcações que é uma maneira de não localizar a repetição do módulo tão facilmente.

A tensão simboliza momentos de agitação ou um conflito na percepção inicial pelo receptor, buscando a composição e linearidade da imagem. O respiro são os espaços destacados entre os elementos de maior preenchimento, esses elementos muitas vezes são motivos que não se repetem. As cores utilizadas também podem causar tensão na composição da imagem estampada. A gradação é um tipo de repetição utilizada em um desenho mais complexo, em que o padrão se repete em uma sequência menor de maneira aleatória.

2.8.6 Contraste e proporção

O contraste (figura 83) significa distinção, estabelece uma relação em que distingue um elemento do outro, na comunicação pode ser determinado por formas, cores, tipografias, etc. Está associado ao *input* visual do receptor no espaço ou no tempo. Contraste por proporção acontece entre as formas em que ocorre a variação de tamanhos, possui a característica de contraponto em duas formas diferentes ou iguais, dividindo o foco de atenção por meio da visão humana. O contraste por cor

pode ser determinado por analogia, complemento e temperatura entre cores ou por saturação.

A proporção (figura 83) é de suma importância na disposição dos elementos compositivos, afinal para expressar a distinção entre as partes é necessário designar a maior proporção a ele destinada. A proporção e a escala dependem do tamanho da repetição do desenho proposto, lembrando que o tamanho depende do quadro ou cilindro. A manipulação de tamanho e espaço entre as partes pode gerar contraste de justaposição por meio dos desenhos/motivos.

Figura 83: tensão e respiro. A estampa apresenta respiros entre os motivos, proporcionando harmonia visual. O desenho é um floral misturado com frutas, estilizado, pois não concerne à realidade em formas originais e cores.

Fonte: Acervo autora (2011)

A estampa abaixo (figura 84) proporciona desconforto visual, pois as linhas quebradas e diagonais evocam tensão visual. O respiro entre as formas é mínimo trazendo uma concepção de folhagem fechada, mesmo que seja figurativo estilizado, é possível compreender a forma proposta pelo designer.

Figura 84: contraste por proporção e analogia de cor e tensão e respiro

Fonte: a autora (2007)

2.9 FUNDAMENTOS DO DESENHO EM SUPERFÍCIES GRÁFICAS TÊXTEIS

Conforme RÜTTHSCHILLING (2008), todas as áreas do design, com maior ou menor apelo visual, utilizam recursos da linguagem visual para expressar-se, trabalham com o mesmo material compositivo, mas possuem propostas, objetivos e metodologias diferentes. A sintaxe visual do design de superfície identifica funções de elementos visuais que podem se revelar de diferentes maneiras, visto que em algumas estampas os elementos visuais manifestam-se de maneira intensa e clara, e em outras simplesmente não aparecem.

O desenho de superfície têxtil possui nomenclaturas que necessitam de interpretação por parte dos usuários, como estilos de desenhos. A repetição dos elementos plásticos é um ponto fundamental na composição têxtil, embora existam arranjos especiais de imagens estilizadas que são marcas registradas de designers de moda.

Conforme Edwards (2012), a repetição de pequenos motivos demonstra como um padrão que pode ser considerado delicado, singelo e romântico atua com outros ornamentos. Assim como as repetições de pequenos ornamentos, existem as grandes repetições, um exemplo disto é a designer Adriana Barra que possui uma maneira

muito particular de composição visual em estamparia; suas estampas são grandes, ocupando mais de um metro em *rapport*, com motivos muitas vezes geométricos com conexões florais (figura 85).

Em geral, compreendendo formas isolados sobre todo o tecido, repetições de pequenas figuras podem ser tanto organizadas como aparentemente aleatórias. O uso de flores estilizadas, folhagens e formas geométricas é particularmente característico dessa abordagem para o design têxtil. (EDWARDS, 2012, p.110)

Figura 85: estampas com grandes repetições, Adriana Barra, 2015

Fonte: <http://vogue.globo.com/lifestyle/noticia/2015/08/adriana-barra-promove-happy-hour-em-clima-oriental.html>

As figuras e repetições podem proporcionar diversas composições em arranjos de imagens, podendo ser de maneira ordenada. As composições mais antigas trazem a concepção tradicional e clássica do design têxtil. As estampas possuem uma grande variedade de formas e proporções, mas, no geral, possuem regras baseadas na linguagem visual, reverberando as questões de análise da imagem, em que a proporção dos terços ou áurea sempre está presente, mesmo de forma involuntária.

O desenho de grandes elementos também costuma utilizar áreas que espelham os motivos, tanto no sentido vertical ou horizontal. As estampas podem ser naturalistas ou geométricas, empregar elementos como ilhas ou apresentar motivos principais unidos por trilhas de figuras: a figura central serve como parâmetro para proporção de tamanhos. Esse tipo de desenho aplica-se particularmente a tapeçarias, cortinas ou vestidos, em que há uma grande quantidade de tecido para mostra-lo com êxito. (EDWARDS, 2012, p. 112)

A estampa está totalmente ligada à questão da repetição conhecida como *rappor*t, que é uma palavra de origem francesa que significa “relação” entre as partes, uma relação de concordância dentro de um processo de comunicação onde todos os lados se completam formando uma repetição em blocos.

Repetição é o mesmo que *repeat* em inglês e *rappor*t em francês. A noção de “repetição” no contexto do design de superfície é a colocação dos módulos nos dois sentidos, comprimento e largura, de modo contínuo, configurando o padrão. (RÜTHSCHILLING, 2008, p. 67)

O módulo (figura 86) é a menor unidade de um padrão (padronagem) que sozinho harmoniza variações de padrões e refreia todos os elementos visuais que fazem parte do desenho formando um *rappor*t, que quer dizer repetição em francês, e consiste na disposição dos módulos de maneira contínua que permite configurar um padrão. Assim como na comunicação visual que a menor unidade é o ponto, na estampa é o módulo.

Módulo é a unidade da padronagem, isto é, a menor área que inclui todos os elementos visuais que constituem o desenho. A composição visual dá-se em dois níveis: depende da organização dos elementos ou motivo dentro do módulo e de sua articulação entre os módulos, gerando o padrão, de acordo com a estrutura de repetição, ou *rappor*t. (RÜTHSCHILLING, 2008, p. 64)

Figura 86: módulo com *rappor*t é a menor unidade de um padrão

Fonte: Acervo autora (2011)

Uma estampa possui cadência composta por um módulo (figura 87), podendo ou não estar raportado, possui mais força visual do que os outros elementos compositivos. Essa força visual é concebida por meio da configuração, destacando o arranjo, matiz, harmonia, contrastes, tensão, ritmo, proporção entre formas, dentre outros aspectos conferidos aos elementos no espaço.

Figura 87: *rapport* com ritmo linear, repetição de um módulo em rotação²⁷

Fonte: Acervo autora (2011)

A repetição modular (figura 88) possibilita realizar o encaixe dos módulos, que acontece por continuidade e contiguidade. A continuidade se refere à sequência ordenada e ininterrupta de elementos visuais dispostos sobre uma superfície, garantindo o efeito de propagação. Já a contiguidade compreende harmonia visual ao redor dos módulos, proporcionando o estado de união visual, de maneira que, quando repetidos lado a lado e horizontal e verticalmente, os módulos formem um padrão. O sucesso é verificado na medida em que a imagem do módulo desaparece, dando lugar à percepção da imagem contínua, revelando outras relações entre figura e fundo, novos sentidos e ritmos. (RÜTHSCHILLING, 2008, p. 64-65)

Existem várias disposições de para formação de *rapport*, o mais conhecido é o sistema linear (alinhado), pois são estruturas que mantém o alinhamento entre as partes, ou seja, o desenho não se modifica quando se descola do ponto de origem. É de suma importância compreender o processo de deslocamento a partir do ponto de origem para que ocorra o encaixe entre as partes, e assim encaixar com a zona

²⁷ Essa força visual é concebida por meio da configuração, destacando o arranjo, matiz, proporção entre as formas, dentre outros aspectos conferidos aos elementos no espaço.

de adaptação entre a grade e o módulo. No sistema linear ainda ocorrem as variações: linear, translocação, rotação, reflexão, não-alinhados e progressivo.

- Translação - o módulo mantém sua direção, os motivos podem variar o módulo modificando o sistema.
- Rotação - os motivos deslocam-se de maneira radial, girando o módulo a 30° e a 90° ao redor de um ponto.
- Reflexão - acontece o espelhamento dos motivos – podendo ocorrer na vertical ou horizontal.

Figura 88: tipos de *rapport*

Fonte: Metapix (2016)²⁸

Os não-alinhados têm como característica a probabilidade de deslocamentos das partes, sendo estes metade ou não do desenho. Esta função é controlada pelo designer por meio de ferramentas tecnológicas. Os módulos deste tipo quando feito manualmente ocasionando em erros nas arestas do desenho. O desenhista determina as medidas e/ou porcentagens para o deslocamento da origem; o mais comum é o deslocamento de 50% (cinquenta por cento) ou saltado na metade, este deslocamento proporciona visualmente o efeito conhecido como “tijolinho”.

²⁸ Figura 88 – Imagem disponível em: <https://metapix.com.br/artigo/2014/05/26/o-que-e-rapport/>
Acesso: jan.2016

Na estamparia, cada parte do desenho é conhecido como “motivo ou figuras”, esses elementos apresentam-se em formas (exemplo flor) ou conjuntos de formas – leis da percepção (exemplo flores e borboletas), estão conectados com a tensão e alternâncias visual, ou seja, na maioria das composições apresentam variações de tamanhos (proporção), rotação e até pequenas alterações formais.

Os elementos mais utilizados na criação de uma estampa são grafismos, texturas e desenhos representativos que se denominam no campo do design de moda como “estilo” e varia conforme a tendência de moda. O plano de fundo de uma estampa pode ser representado por textura visual ou simplesmente liso.

Um *rapport* é construído por meio da repetição do elemento ritmo que promove entrelaçamento entre as partes causando impacto visual, seria o tratamento visual de propagação que cobre a superfície, permitindo que o receptor capte o sentido de continuidade (propagação e efeito) e antiguidade (harmonia visual entre as partes).

O desenvolvimento da composição do layout para um desenho de estamparia está amplamente relacionado com o *grid*. Os espaços precisam ser bem definidos, como na comunicação, e temos grades compostas, modulares, divisão de colunas e formatação de elementos. O *grid* na estamparia é bem parecido, existem as composições de motivos (desenhos) e módulo (menor unidade do desenho), ou seja, a concepção do *rapport* pode ser formalizado pelo tamanho, visto que se for um desenho pequeno não é necessário fazer um *rapport* no tamanho de 64,166 cm, mais um recorte de seus múltiplos.

O desenho de estamparia têxtil não necessita ser uma superfície contínua (*pattern*), mas também pode ser representada de forma localizada (figura 89). Ressalta-se que a cor também é de suma importância e traz movimento, equilíbrio e harmonia, dando representação de tratamento de superfície. As superfícies são objetos capazes de receber uma impressão de textura, relevo, revestir ou cobrir, variando de um papel, um tecido, cerâmica ou uma superfície tridimensional.

Figura 89: estampa localizada – sublimação

Fonte: a autora (2014)

As composições produzidas para estampar tecidos são espontâneas, fluidas e pictóricas, que podem ser inspiradas de modo criativo e inovador no design contemporâneo. O avanço da tecnologia permite interferências e propriedades com escopos funcionais, estéticos, ilustrativos, educativos, informativos, etc. A proposta do designer deve sempre estar voltada para as facilidades que devem se aproximar das produções e processos fabris (chão de fábrica).

Para criar um *rapport* é necessário conhecimento em medidas, estilos de desenhos e composição de elementos. Entretanto, a disposição dos elementos que compõem um layout para fechar as laterais de um *rapport* é de suma importância, visto que dessa composição é o fechamento que dá o equilíbrio, proporcionando impacto visual evitando erros de marcações indesejadas, motivos perdidos ou estampa cortada.

Freitas (2011) ressalta que não existe formas prontas para a produção de uma estampa, o que delonga e determina o modo de execução do projeto são as bases de pesquisa e informações sobre o projeto. Essas informações traçam um panorama do que se aspira fazer conforme as necessidades expostas pelo cliente, informando conceitos e objetivos que auxiliam no processo criativo do designer. Um mesmo projeto pode ser executado de diversas maneiras. “ [...] os meios de ação de processo são determinados pelas forças direcionadoras: as limitações estéticas, técnicas, cronológicas e financeiras. Essas forças, ao mesmo tempo, impõem limitações e propõem inovações. ” (FREITAS, 2011, p. 28)

O processo criativo é um conjunto de ideias e considerações causadas por forças internas e exigências externas, visto que parte de questões fundamentais relevantes a todos envolvidos no desenvolvimento. Também é levado em consideração questões advindas do momento histórico-cultural, econômicas e valores da sociedade. Assim, entende-se que o conceito de criatividade não pode ser considerado um lapso criativo, pois o processo abandona qualquer tipo de percepção criativa como fruto de uma inspiração instantânea.

O ato de projetar para o design se refere à metodologia de trabalho, na qual existem certos procedimentos de conduta que devem ser levados em conta para que o projeto seja desenvolvido de maneira coerente diante dos eventuais obstáculos técnicos e mercadológicas. (FREITAS, 2011, p. 28)

2.9.1 Definição moderna: Design de superfície

No Brasil, o Design de Superfície têxtil ou *Surface Design* é um termo praticamente novo que teve grandes repercussões no século XXI, principalmente nos anos 1980, porém muitos ainda o conheciam como estampa têxtil e o método mais utilizado era o *Silkscreen*. Conforme Rubim, esta denominação é vastamente conhecida nos Estados Unidos, a *Surface Design Association* (SDA), Associação de artistas têxteis americanos, foi fundada em 1977 nos Estados Unidos e foi a precursora da nomenclatura original *surface design*, expressão literal em português para *design de superfície*, adotada pela designer gaúcha Renata Rubim na década de 1980.

A missão da Associação de Design de Superfície desde 1977 é promover a conscientização e apreciação da arte e design inspirados em têxteis através de benefícios apoiados pelos membros, incluindo publicações, exposições e conferências. (Tradução autora – www surfacedesign.org, 2017)

O design de superfície é uma categoria de produtos especializados em impressão em superfícies e por isso existe a *Surface Design Association*, que cuida de todas as definições previstas para o design de superfície em todo e qualquer material impresso, além de exercer pesquisas criativas, eventos e congressos relacionados à exploração têxtil. No Brasil, a expressão é mais abrangente e muito utilizada em diversos projetos de superfícies, sem nenhum tipo de conexão a um resguardo específico. Quase tudo é design e design de superfície.

2.10 IMAGEM ALÉM DA IMAGEM ESTAMPADA

“Imaginação é a capacidade de fazer e decifrar imagens”

(FLUSSER, 2002, p. 7)

A imagem é de suma importância para a sociedade moderna e se tornou sinônimo de representação visual. Porém, quando uma imagem é produzida, será que ela ainda possui sentidos originais? Como os sentidos chegam até elas? Será que elas utilizam uma linguagem específica? Quais os principais elementos para sua composição, qual a sua linguagem e o que ela evoca e em que medida a imagem é diferente da linguagem verbal?

Segundo Barthes, a imagem tornou-se símbolo de representação visual para a sociedade. Nos dias atuais, tudo é imagem, a representação nos meios sociais são pura imagem. Embora a imagem seja um veículo tratado pela massa, ela não veio para simplificar e sim trazer questões complexas, como a imagem do cinema. Um exemplo é sua representação como simulacro, segundo o dicionário Aurélio, diz-se “da cópia ou representação, imperfeita, grosseira e falsificada, provém da simulação que é o ato ou efeito de simular, disfarce ou fingimento”. Assim, a imagem, pode trazer falsidade em sua representação, visto que o indivíduo pode representar ser o que não é, disfarçando sua verdadeira identidade ou até mesmo a classe social.

A imagem representa a ausência do real contextualizada por simbolismos. São imagens que vão além das imagens, transmitindo sensações, desejos e conceitos. A superfície por si mesma transforma-se por meio da imagem e, quando tratamos de tecidos, estamos lidando com um conjunto de informações. A moda está conectada à emergência das novas composições conectadas à simulação do real, porém de uma forma mais flexível às percepções estéticas.

O aspecto simbólico adequa e valoriza os produtos harmonizando a identidade que vai ser analisada pelo sujeito consumidor como equiparando com sua identidade ou não. Produtos apreendidos como símbolos servem para que o indivíduo produza significados que causem reações almejadas em outras pessoas.

As concepções das novas imagens deram início à civilização da imagem, assim surgiu a sociedade que é totalmente imagética, pois, quase tudo é representado por meio de imagens, sendo elas projetadas, impressas ou por meio da linguagem. Barthes (2005) supõe que a civilização de imagens vem do passado, visto que as imagens provêm da vida cotidiana do homem. Ele ressalta ainda que a imagem corresponde ao universo moderno, que ainda não está compreendida e corre o risco de ser falseada, visto que a ela não funciona sem um objeto original e não existe sem a linguagem, pois assim poderia se chamar de comunicação e logo icônica. (BARTHES, 2005, p. 79)

O sucesso de tal expressão apenas resume de modo natural a vívida consciência que temos (às raias da evidência) do caráter de algum modo *pânico* da imagem em nossa sociedade. Mas para toda evidência, esta convida de imediato, se não a dúvida, pelo menos a limitações. (BARTHES, 2005, p. 77)

A imagem estampada vem agregando estudos característicos sobre o valor estético simbólico e cultural; o processo construtivo da imagem resulta em um repertório original e pessoal (bagagem cultural), a imagem de memória, em que o real pode não ser igual para todos os sujeitos. É uma representação singular de composições simbólicas de um processo semântico.

Para Barthes (2005), as imagens são formas que representam a mediação entre o homem e o mundo, acompanham as transformações dos indivíduos durante sua trajetória na sociedade e se configuram a partir dos rumos da história e da organização de determinados grupos. O autor destaca, ainda, que as imagens são códigos que revelam fatos em ocorrências sendo supridos por cenas. Assim, Flusser (2002) esclarece que a imagem tradicional é um devaneio e que existem graus de abstração em sua formação até chegar ao fenômeno concreto, ele ressalta ainda que enquanto as imagens tradicionais fantasiam o mundo, as imagens técnicas buscam conceitos imaginários de imagens que idealizam o mundo e essa condição das imagens técnicas é decisiva para serem decifradas.

Entendemos que as superfícies estabelecem um modo de comunicação que envolve percepção dos sentidos, não só por meio do raciocínio lógico e conceitual, mas também por tudo que representa a comunicação das sensações. A relação entre as superfícies e o público acontece na interação das qualidades sensoriais que as superfícies oferecem (texturas, cores, grafismos, formas entre outras qualidades). (FREITAS, 2011, p. 1)

A percepção está ligada a sensações que remetem a sensibilidade ou a intuição que, por sua vez, envolve e também reverbera ao campo das ideias e da intuição intelectual. Assim, as novas tecnologias favorecem transformações no conceito da imagem estampada. Os recursos de formação de imagens se caracterizam, por vários meios, formando novos conceitos ou poéticas da imagem, como a manipulação da imagem, ou seja, a composição de elementos entre objeto e a necessidade de significação, dando sentido ao produto, reflexões acerca de sua representação, simulação e realidade como na figura 90, que tenta representar madeira. Destaca-se ainda a presença ou não do real e do hiper-real que são novos conceitos que estão intrincados às novas visões da imagem. As categorias atuais da sociedade, política e arte, serão meras defasagens e o próprio instinto vital, a disposição existencial, irá adquirir um tom novo e exótico para nós. (FLUSSER, 2008)

Figura 90: manipulação de imagem, representação de madeira

Fonte: a autora (2011)

O sujeito cria uma imagem potencial entre vivências e experiências. Assim, entramos no campo da composição imagética, reverberando conceitos, estilos e novas formas de representação para a imagem estampada. “Qualquer acção, qualquer imagem é, de certo modo, criadora de realidade. Temos por vezes tendência para considerar a arte como um sistema de significações substituível por outros, pela linguagem ou pela técnica, por exemplo”. (FRANSCATEL, 1983, p. 64)

É necessário que o ser humano busque apreender o verdadeiro sentido que as superfícies concebem, Flusser destaca que “[...] as linhas são discursos de pontos, e que cada ponto é um símbolo de algo que existe lá fora no mundo (um conceito). As linhas, portanto, representam o mundo ao projetá-lo em uma série de sucessões.” Entretanto, as superfícies representam conceitos, seja ele reconhecido ou não pelo receptor, assim a condição de leitura em linhas é complexa para uma imagem estampada. (FLUSSER, 2008, p. 102)

Na condição do *input*, a imagem é circular e determina mais a condição indicada para o reconhecimento de uma estampa, pois a visualização de uma estampa é um todo, avaliando cores, texturas, motivos e formas. Existem diferenças entre um texto linear e uma superfície desenhada. Os textos não traduzem o mundo abertamente sob imagens fragmentadas, exigem ordem linear para captar a mensagem. Para reconhecer a imagem é necessário fazer um *scanning*, ou seja, observar a superfície para poder apreender seu contexto. Assim, Flusser reverbera esse sentimento quando ressalta que a imagem diacroniza a sincronidade da qual envolve a questão da experiência visual, mas destaca o valor do sentimento e organização das ideias por meio da percepção, do olhar divagando o conceito imagético em ciclos, e sua fórmula determina o significado da imagem em um contexto ilusionista das analogias irreversíveis. (FLUSSER, 2002, p. 8-10)

As imagens podem se expressar como desejos, experiências, questionamentos, vivências e remorsos, que estão presentes no subconsciente, muitas vezes sentimentos ou vazios que utilizamos para complementar as imagens. Nesta mesma linha de pensamento, Durand (2004), remete-nos à crítica historicista, que não deixou de recair aos conceitos das ciências, da literatura (a gramatologia, a semântica, a fonologia, etc.), visto que, a análise “poética” da imagem se perde na pluralidade antropológica, que é “monoteísta”, pois é uma estrutura abstrata. Como a sociedade é imagética, pode-se dizer que as obras são repercutidas de imagens simbólicas, tendo incidência biográfica de seu tempo, em que ocorre a liberação criadora, “a poética-da-obra”; revelando sobre o autor e seu tempo.

As imagens técnicas são consideradas superfícies que apeteçam simular algo que se depara no espaço e no tempo, elas são elaboradas por meio dos equipamentos

tecnológicos e as novas imagens representam essa forma de expressão, corresponde não só a uma imagem tradicional, mas também à complexidade da questão da imagem, afinal, a imagem pode ser projetada, refletida e representada por meio das linguagens, do som, da sinestesia e da linguagem visual. Abaixo (figuras 91 e 92) estampas criadas digitalmente, com efeitos, junções de elementos e filtros criados em computador.

Figura 91: imagens técnicas - Estampas produzidas no computador

Fonte: Acervo autora (2011)

Figura 92: imagens técnicas - Estampas produzidas no computador

Fonte: Acervo autora (2011)

A imagem pode ser tratada como um signo vinculado à percepção, cognição, simbologias, comportamento e modos de produção que conduzem a exibição. A priori, a imagem pode ser uma representação que é estudada e interpretada, assim toda a representação é um signo, porém nem todo signo é uma representação. Toda imagem elaborada tem o objetivo de transmitir ou ressaltar uma informação de alguma espécie. A priori, o receptor necessita compreender seus aspectos convencionais, icônicos e arbitrários. Existem diversas maneiras de representação do signo, alguns atuam por semelhança, similaridade, por norma ou convenção, ou arbitrariamente. (COUCHOT, 2015).

A imagem numérica pode também isolar as informações de imagens reais. Visto que a imagem real é absoluta, rica e contida em detalhes, mesmo em uma primeira abordagem não é possível fazer uma leitura perfeita, ela é superficial em conhecimentos prévios e as simulações permitem dar uma impressão razoável para aspectos não observáveis. As imagens são domínios, consideradas fenômenos visuais.

Freyre (2009) ressalta que a moda é uma manifestação subjetiva do gosto, porém é influenciada por outros adventos, simulando aspectos particulares dentro uma composição e outra. As ciências que estudam o comportamento e os modos afirmam que os sujeitos são influenciados por informações de moda, provocando novas composições em modos de pensar, de sentir, de crer, de imaginar, e, assim, subjetivar sobre as demais modas, destacando maneiras pessoais e gerais de indivíduos e grupos seguirem modas concretas. A linguagem da moda é complexa e não se consegue distinguir um estilo interior ou propriamente individual, pois a moda passa por mudanças intrínsecas à sociedade, do modo de ser, sentir e pensar.

Ela é imitação de um modelo dado e satisfaz assim a necessidade de apoio social, conduz o indivíduo ao trilho que todos percorrem, fornece um universal, que faz do comportamento de cada indivíduo um simples exemplo. E satisfaz igualmente a necessidade de distinção, a tendência para a diferenciação, para mudar e se separar. E este último aspecto consegue-o, por um lado, pela mudança dos conteúdos, que marca individualmente a moda de hoje em face da de ontem e da de amanhã, consegue-o ainda de modo mais enérgico, já que as modas são sempre modas de classe, porque as modas da classe superior se distinguem das da inferior e são abandonadas no instante em que esta última delas se começa a apropriar. Por isso, a moda nada mais é do que uma forma particular entre muitas formas de vida, graças à qual a tendência para a igualização social se une à tendência para a diferença e a diversidade individuais num agir unitário. (SIMMEL, 2015)

3 MÉTODO DE PESQUISA

Esta pesquisa foi constituída por uma investigação quanti-qualitativa de caráter fundamentalmente fenomenológico, pois busca familiarização com o objeto estudado. Para alcançar o objetivo central foi necessário recorrer a um conjunto de métodos, ou seja, através de uma comparação que busque identificar aspectos semânticos, sintáticos, plásticos e simbólicos mais perceptíveis em padronagens gráficas de estamparia em tecidos para vestuário feminino coletados de mulheres entre 20 e 50 anos, que possam ser percebidos como as características mais frequentes das classes sociais média e alta, na cidade de São Paulo.

O processo partiu da percepção das usuárias e profissionais da área (designers) em relação a imagens estampadas em vestuários femininos, produzidas para as classes sociais média e alta, justificando assim o estudo do fenômeno relacionado aos subproblemas 1 e 2. Já no subproblema 3 também ocorreu investigação qualitativa, por meio de questionário (diferencial semântico) que buscou quantificar os aspectos coletados em observações sistemáticas sobre as roupas estampadas, visto que o estudo se debruçou sobre um objeto perceptivo e definido de maneira que seja reconhecível igualmente pelas usuárias, designers e teóricos da área.

Marconi e Lakatos (2005) abordam as formas de conhecimento popular e científico, possuem conexões e afirmam que o conhecimento popular possui características que envolve a superficialidade, destacando o anseio valorativo, falível, aleatório, sensitivo, reflexivo, subjetivo e assistemático. Porém eles ressaltam ainda que a diferença entre os conhecimentos está no processo e nos instrumentos do conhecer, muito mais do que na veracidade ou na natureza do objeto de estudo. Figueiredo (2009) complementa que a construção do conhecimento científico exige criatividade, disciplina, organização e modéstia e ainda deve apresentar um caminho racional para a pesquisa que possa ser trilhado por outras pessoas, ou seja, repetido.

A investigação científica se inicia quando se desvela os conhecimentos existentes, assim, por meio do conhecimento é possível estabelecer uma relação entre o sujeito e o objeto, ainda que essa relação seja baseada no conhecido “senso comum”, que é aquele adquirido pela própria pessoa na sua relação com o meio social, obtido pelo

modo, método e instrumentos utilizados pela sua obtenção. (CERVO; BERVIAN; DA SILVA, 2007, p. 27)

Conforme ECO (2012), por meio de vários métodos é possível a observação de evidências em diferentes contextos para a contestação do fenômeno, sem se considerar a lógica da amostragem, porém as amostras de cada subproblema devem ser selecionadas de forma a prever que o resultado deva ser semelhante ou contrastante. Desta maneira, a investigação nesta pesquisa foi utilizada, além de observações exploratórias, entrevistas semiestruturadas e estruturadas, entrevista em grupo focal e questionário estruturado em diferencial semântico.

O questionário semiestruturado é um instrumento de coleta de dados que constitui uma série de perguntas que devem ser respondidas por escrito. Essa estrutura pode ser fechada (categorias diferenciadas), aberta (sem categorias diferenciadas), de alternativas, de escalas, ou de alternativas qualitativas em que envolvem respostas baseadas em conceitos. (MARCONI; LAKATOS; 1999, p. 100)

A observação é considerada científica quando é planejada sistematicamente. É a técnica de investigação social que possibilita níveis diversos de conexão no grupo observado, podendo não serem estruturadas em procedimentos de recolha da informação. Quem define os objetivos é o investigador, é ele quem estabelece a investigação, as particularidades ligadas aos fenômenos ou grupos, reduzindo as abstrações menos notáveis. E é natural quando o observador, na medida em que as circunstâncias o permitam, divide as atividades, as ocasiões, os interesses e os afetos de um grupo de pessoas ou de uma comunidade a ser investigado, “[...] utiliza os sentidos na obtenção de determinados aspectos da realidade. Consiste de ver, ouvir e examinar fatos ou fenômenos. (MARCONI; LAKATOS, 1999, p. 90)

A entrevista semiestruturada é um conjunto de questões predefinidas pelo pesquisador que permitem obter dados que não se encontram em fontes documentais e as informações podem ser mais precisas e permitirem o planejamento da pesquisa, porém não define a forma como a entrevista irá decorrer, visto que não existe uma ordem determinada de questões e nem uma definição de como o entrevistado irá responder. “Encontro entre duas pessoas, a fim de que uma delas obtenha

informações a respeito de um determinado assunto” (MARCONI; LAKATOS, 1999, p. 94).

Grupo focal é um instrumento de pesquisa ou de avaliação qualitativa, considerado muito eficiente para coletar dados, de maneira indireta, por meio das interações grupais ao se debater um assunto sugerido pelo pesquisador. Adota como artifício uma posição intermediária entre a observação do participante e a entrevista sistemática de profundidade. O método implica também como um recurso para a composição das percepções, costumes e representações sociais de grupos. O mais importante nesta técnica é a interação que se estabelece entre os participantes. Nesta técnica deve-se conceber um mediador do debate para facilitar a discussão e para que não se torne uma entrevista em grupo, mas dar destaque aos processos psicossociais que emergem para formar opiniões sobre um determinado tema.

O “diferencial semântico” (DS), é um questionário com escalas graduais semânticas entre binômios de qualidades subjetivas e opostas em que é avaliada a percepção subjetiva-técnica. Este método foi criado por Osgood, Suci e Tannenbaun ao perceberem a necessidade de avaliar afetividade, opiniões, percepções, imagem social, preferências e interesses das pessoas. A escala implica explicitamente por quantificadores (exprimem o grau da resposta-significado), sendo o centro, a origem e o ponto neutro. (GONDIM, 2017)

O método de ponderação de categorias conceituais tenta atingir a maximização da concretização de princípios, sem necessitar impugnar à anulação de um deles. Este método destaca o atributo da média ponderada que desvia o peso de cada informação em relação ao cálculo, seja ele um valor atribuído, seja uma quantidade. Os cálculos que envolvem um determinado número final como média podem ser efetuados por meio dos critérios de média simples ou média ponderada. Na utilização da média simples, a ocorrência dos valores possui a mesma importância; no caso da média ponderada, são atribuídos aos valores importâncias diferentes. Na média simples os valores são somados e divididos pela quantidade de termos adicionados, já a média ponderada é calculada por meio do somatório das multiplicações entre valores e pesos divididos pelo somatório dos pesos.

3.1 CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO DA PESQUISA

Com o objetivo de sintetizar e visualizar o conjunto de informações inerentes à estrutura metodológica da pesquisa, elaborou-se um quadro sinótico cuja descrição explicativa encontra-se no quadro de cronograma ²⁹ e no quadro sinótico ³⁰. O cronograma de trabalho foi dividido em períodos de quatro meses para cada seção, consistindo de sete etapas, dividida em três ciclos de análise, totalizando 24 meses e meio para o encerramento da pesquisa.

1ª etapa: março/abril/maio/junho de 2015

- Disciplinas obrigatórias do mestrado e disciplina oferecida de interesse da pesquisa, conforme sugestão do orientador.
- Início da revisão bibliográfica abrangente para situar o problema da pesquisa na literatura correlata, clássica e atual, do campo do conhecimento de design e moda.

2ª etapa: julho/agosto/setembro/outubro de 2015

- Disciplina oferecida de interesse.
- Finalização da revisão bibliográfica abrangente para situar o problema da pesquisa na literatura indicada, clássica e atual, do campo de conhecimento de design de superfície e de moda.
- Preparação dos métodos a serem utilizados na pesquisa qualitativa; preparação da pesquisa em profundidade ao tema proposto, questionário semiestruturado a ser aplicado aos usuários selecionados, mapeamento geográfico da região definida para a pesquisa e para a seleção dos consumidores de interesse da pesquisa. Início dos contatos e obtenção das permissões dos consumidores para início da coleta de dados. Início da coleta de dados com a realização de entrevistas semiestruturadas com os consumidores de moda selecionados.

²⁹ Quadro 3 - Cronograma geral efetivo do programa de mestrado e da pesquisa página 169

³⁰ Quadro sinótico Estrutura metodológica da pesquisa página 170

3ª etapa: novembro/dezembro de 2015 e janeiro/fevereiro de 2016

- Identificação de dados como usuários selecionados para participação na pesquisa; preparação do protocolo de pesquisa; preparação da documentação (capítulos 1, 2, 3 e 4 da dissertação de mestrado) para a qualificação.
- Entrega de documentação para qualificação em maio de 2016.
- Finalização de parte da coleta de dados do primeiro ciclo com a realização de questionários (semiestruturados e estimulados), junto a usuárias selecionadas, observação sistemática direta de propagandas, revistas e internet (sites – coluna social/blogs, lojas virtuais e redes sociais).
- Início das análises dos dados coletados referentes à resolução de cada subproblema que irão compor a dissertação.

4ª etapa: março/abril/maio/junho de 2016

- Entrega de documento para qualificação.
- Qualificação.
- Início do segundo ciclo – grupo focal com usuárias/entrevistas com designers e teóricos da área.
- Sistematização das análises resultantes dos subproblemas 1 e 2 buscando apreender padrões com recortes para buscar associação e análises resultantes finais mais amplas, abrangentes e aprofundadas, em grau ainda mais elevado de abstração para, assim, compor os outros capítulos.
- Formatação e complemento com as demais seções necessárias e revisão final da redação e gramática da tese.

5ª etapas: julho/ agosto/ setembro/outubro de 2016

- Continuação de coleta de dados com a realização de entrevistas e grupo focal com usuárias.

6ª etapa: novembro/dezembro de 2016 e janeiro/fevereiro de 2017

- Continuação – entrevistas com designers e teóricos da área.

7ª etapa: março/maio/junho/julho/agosto de 2017

- Início do ciclo 3 – elaboração do questionário diferencial semântico com usuárias e designers buscando sistematização das análises resultantes dos subproblemas 1, 2 e 3, buscando apreender padrões de maneira comparativa.
- Correção e revisão do texto.
- Entrega final da dissertação de mestrado em junho de 2017. Banca de defesa de mestrado em data a ser definida.

3.1.1 Cronograma geral efetivo do programa de mestrado e da pesquisa

Quadro 3 – cronograma

		1º ano (2015)												2º ano (2016)												1º ano (2017)							
Processo divididos em meses – dois anos e meio		janeiro	fevereiro	março	abril	maio	junho	julho	agosto	setembro	outubro	novembro	dezembro	janeiro	fevereiro	março	abril	maio	junho	julho	agosto	setembro	outubro	novembro	dezembro	janeiro	fevereiro	março	abril	maio	junho	julho	agosto
Disciplinas do mestrado obrigatória – FAU – AUP5892																																	
Disciplina eletivas – ECA – CAP5826 e Each – TXM5022																																	
Disciplina obrigatória – Each – TXM5001 – filosofia da Ciência																																	
Disciplina eletiva – Each – TXM5017 - têxteis Técnicoszz																																	
Ciclo 0	Ciclo preliminar de aproximação com o objeto estudado																																
	Usuárias selecionadas (subproblema 1 – classe média) – questionário semiestruturado																																
	Usuárias selecionadas (subproblema 2 – classe alta) – questionário semiestruturado																																
	Profissionais da área (subproblema 1 – classe média e subproblema 2 – classe alta) – questionário emiestruturado																																
Ciclo 1	Revistas (subproblema 2 – classe alta) – buscas na literatura – digitalização e fotografias																																
	Revistas (subproblema 1 – classe média) – buscas na literatura – digitalização e fotografias																																
	Usuárias (subproblema 1 – classe média) – observação direta – vitrines (fotografias)																																
	Usuárias (subproblema 2 – classe alta) – observação direta – vitrines (fotografias)																																
	Lojas virtuais – (subproblema 1 – classe média) – internet com observação sistemática																																
	Lojas virtuais – (subproblema 2 – classe alta) – internet com observação sistemática																																
	Rede social <i>Facebook</i> , <i>blogs</i> e <i>sites</i> de coluna social (subproblema 1 – classe média) – buscas na internet																																
	Rede social <i>Facebook</i> , <i>blogs</i> e <i>sites</i> de coluna social (subproblema 2 – classe alta) – buscas na internet																																
	Revisão de dados, revisão ortográfica e gramática																																
	Levantamento e separação de imagens coletadas (400 imagens – 200 subproblema 1 e 200 subproblema 2 separação de 10% para o ciclo 2																																
	Qualificação																																
Ciclo 2	Ciclo 2 – Indução das categorias com especialistas e usuárias																																
	Triagem, separação de dados brutos coletados, separação pertinência e classificação dos subproblemas 1 e 2																																
	Ajuste e recorte da seleção de 10% imagens levantadas no ciclo 1 – subproblema 1 e subproblema 2																																
	Análises de dados produzidas a partir dos subproblemas 1 e 2																																
	Grupo focal – usuárias (apresentação dos 10% das imagens)																																
	Entrevistas profissionais da área e teóricos – (apresentação dos 10% das imagens)																																
	Revisão da literatura e fundamentação teórica																																
Ciclo 3	Ciclo 3 – Verificação de recepção com usuárias																																
	Usuárias e profissionais – Questionário – Diferencial semântico																																
	Indexação em busca da identificação de padrões abstratos de associação que iluminem as questões levantadas pelos subproblemas da pesquisa com o diferencial semântico																																
	Revisão de dados, revisão ortográfica e gramática																																
	Revisão do orientador																																
	Depósito final da dissertação de mestrado																																

Fonte: a autora (2017)

3.1.2 Quadro sinótico: estrutura geral da pesquisa

Quadro 4 – estrutura metodológica da pesquisa

Fonte: a autora (2017)

3.1.3 Estimativa do volume de dados coletados em relação ao planejado

Quadro 5 – Estimativa dados coletados

Resumo de dados coletados		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	Ciclo de aproximação com o objeto investigado	100%										
	Profissionais da área (subproblema 1 e 2)	100%										
	Usuárias (subproblema 1 – classe média) questionários semiestruturados	100%										
	Usuárias (subproblema 2 – classe alta) questionários semiestruturados	100%										
Ciclo 1	Ciclo 1 – levantamento de amostras (subproblema 1 e subproblema 2)	100%										
	Redes sociais Facebook, blogs e sites de coluna social (subproblema 1 – classe média) buscas na internet	100%										
	Redes sociais Facebook, blogs e sites de coluna social (subproblema 2 – classe alta) buscas na internet	100%										
	Revistas (subproblema 1 – classe média) buscas na literatura – digitalização)	100%										
	Revistas (subproblema 2 – classe alta) buscas na literatura – digitalização)	100%										
	Vitrines (subproblema 1 – classe média) observação direta (fotografias)	100%										
	Vitrines (subproblema 2 – classe alta) observação direta (fotografias)	100%										
	Lojas virtuais – (subproblema 1 – classe média) buscas na internet – observação sistemática	100%										
	Lojas virtuais – (subproblema 2 – classe alta) buscas na internet – observação sistemática	100%										
Ciclo 2	Ciclo 2 – Indução das categorias com especialistas e usuárias	100%										
	Grupo focal – usuárias (apresentação de 10% das imagens referentes a cada subproblema)	100%										
	Entrevistas profissionais da área (apresentação de 10% das imagens referentes a cada subproblema)	100%										
Ciclo 3	Usuárias – Questionário – Diferencial semântico (apresentação de 3,5% das imagens – 7 imagens para cada subproblema)	90%										

Fonte: a autora (2017)

Coletados

3.1.4 Considerações acerca do problema fundamental

O impulso original desta pesquisa surgiu por meio de aulas ministradas no curso Técnico de Modelagem de Vestuário (Etec³¹ Tiquatira), no componente de Desenho têxtil – estamparia, em que os educandos “sempre” questionavam a questão de definições do público-alvo, destacando o estilo de desenho mais utilizado por uma determinada classe, tipos de tecidos, a produção mais indicada, as cores das estampas, etc. Desta forma, surgiu a questão fundamental para a pesquisa e se existia diferença para determinadas classes sociais.

O enunciado completo introduz o enfoque, recorte e amarração do problema, porém não muito aprofundado. O estudo partiu de indagações e questionamentos pertinentes em estudos em estamparia gráfica têxtil e concerne os aspectos semânticos, sintáticos, plásticos e simbólicos, mais perceptíveis em padronagens gráficas de estamparia de tecidos para vestuário feminino, em que também se percebe, frequentemente, características das classes sociais média e alta, na cidade de São Paulo, a partir de observação sistemática em vitrines (*in loco*), percepção de usuárias, lojas virtuais, sites (coluna social e redes sociais), revistas de moda, profissionais da área (designers) e teóricos da área.

Conforme o problema foi definido, buscou-se estudar se haveria outros contornos que pudessem vislumbrar pesquisas paralelas, porém distintas, para melhor viabilizar o resultado final, conjurando amarrações. Foram identificados dois subproblemas e um terceiro para comparação das visões díspares levantadas. Os subproblemas foram investigados e analisados separadamente, de maneira concomitante, divididos em 3 ciclos, de modo a facilitar a resolução do problema original.

3.1.4.1 Pergunta fundamental norteadora

O que se pode depreender de uma investigação comparativa de reconhecimento que busque identificar aspectos semânticos, plásticos e simbólicos, que sejam mais perceptíveis em padronagens gráficas em estamparia de tecidos para vestuário feminino que possam ser percebidos mais frequentemente como características

³¹ Escola técnica estadual

da classe social alta e da classe social média, na cidade de São Paulo, a partir da observação sistemática em vitrines (*in loco*), percepção de usuárias, lojas virtuais, sites (coluna social e redes sociais), revistas de moda, designers e teóricos da área?

3.1.4.1 Subproblema 1

O que se pode depreender de uma investigação comparativa de reconhecimento que busque identificar aspectos semânticos, sintáticos, plásticos e simbólicos, que sejam mais perceptíveis em padronagens gráficas em estamparia de tecidos para vestuário feminino que possam ser percebidos mais frequentemente como características da classe social média, na cidade de São Paulo, a partir da observação sistemática em vitrines (*in loco*), percepção de usuárias, lojas virtuais, sites (coluna social e redes sociais), revistas de moda, designers e teóricos da área?

3.1.4.2 Subproblema 2

O que se pode depreender de uma investigação comparativa de reconhecimento que busque identificar aspectos semânticos, sintáticos, plásticos e simbólicos, que sejam mais perceptíveis em padronagens gráficas em estamparia de tecidos para vestuário feminino que possam ser percebidos mais frequentemente como características da classe social alta, na cidade de São Paulo, a partir da observação sistemática em ambientes públicos, vitrines (*in loco*), percepção de usuárias, lojas virtuais, sites (coluna social e redes sociais), revistas de moda, designers e teóricos da área?

3.1.4.3 Subproblema 3

O Que se pode depreender do cotejamento das análises resultante dos subproblemas 1, 2 e 3?

3.2 CRONOGRAMA DA PESQUISA: DIVISÃO EM CICLOS

Para melhor compilação dos dados, os subproblemas 1, 2 e 3 foram divididos em 3 (três) ciclos. A princípio um ciclo base de aproximação com o objeto a ser pesquisado, ciclo zero, com questionários semiestruturados, em que se abarcou questões abertas e fechadas para os subproblemas 1 e 2. Já o ciclo 1 (um) abrangeu as coletas de

amostras para os subproblemas 1 e 2, a proposta era capturar imagens de maneira simultânea para compor as análises, porém fazendo as abstrações necessárias de dados referentes a classe social alta e classe social média. Já o ciclo 2 (dois) abrange a produção de categorias com as usuárias e profissionais da área para os subproblemas 1 e 2. O ciclo 3 (três) abrange a formação de peso das categorias levantadas durante os ciclos 1 e 2, informações alçadas para o subproblema 3, por meio de cotejamento entre os subproblemas, verificando as respectivas informações em disparidades sobre o problema investigado, fazendo as devidas abstrações, quando necessário.

3.2.1 Coleta de dados ciclo 0 – subproblema 1 e 2

O ciclo zero trouxe uma aproximação com o objeto estudado (quadro 6), buscou averiguar a relação perceptiva da usuária com a vestimenta estampada e ainda a visão de desenvolvimento e composição em sintaxe visual além da utilização dos elementos plásticos para a produção de imagens voltadas para estamparia. Além de verificar questões como valor simbólico, o desenvolvimento do estudo apoiou-se no método exploratório de estudo do fenômeno, com questionários semiestruturados com questões abertas e fechadas. Também foi produzido um questionário estruturado com imagens que foi levantado valores numéricos para dar mais autenticidade aos dados.

Quadro 6 – Ciclo 0: metodologia (quanti-qualitativa), aproximação com objeto estudado levantamento de dados subproblema 1 e subproblema 2

Fontes de dados	Coleta de dados
Usuárias	Questionário 1 – semiestruturado (quantitativo-qualitativo) Questionário 2 – estimulado - usuárias (quantitativo)
Designers e especialistas	Questionário semiestruturado (qualitativo)

Fonte: a autora (2016)

3.2.1.1 Roteiro norteador de entrevistas

Os questionários foram produzidos no *Google docs* com informações pertinentes a obtenção de dados, questionário 1 – semiestruturado profissionais da área

(designers) (quadro 7); questionário 2 – semiestruturado (quadro 8) e questionário 3 – estimulado com imagens para usuárias (quadro 9).

Quadro 7 – Questionário 1: semiestruturado voltado aos profissionais da área

Nome do profissional:
Idade:
E-mail:
1- Quantos anos atua na área de design de superfície?
2- Para você o que é design de estampa?
3- Existiriam disposições de motivos mais utilizadas na composição do <i>rapport</i> ?
4- Você conhece tipos de <i>rapport</i> e qual o tipo de <i>rapport</i> você mais utiliza?
5- Qual a diferença entre módulo e <i>rapport</i> ?
6- Você utiliza a sintaxe visual ou normas das leis da comunicação para a composição do <i>rapport</i> ?
7- Existiriam Influências tecnológicas para a produção de uma estampa?
8- Para qual público ou classe social você desenvolve mais estampas?
9- Existiriam cores que representam mais a classe social média ou alta?
10- Existiriam aspectos perceptivos possíveis de identificar em estampas para uma determinada classe social? Quais?

Fonte: a autora (2016)

O questionário semiestruturado para usuárias (quadro 8) e o questionário imagético estimulado (quadro 9), em um primeiro momento, foram dispostos via e-mail, após as usuárias serem selecionadas. Em seguida, o questionário foi disponibilizado em rede social – *Facebook* - para quem pudesse ou quisesse responder, ressaltando que para participar havia a limitação da faixa etária mínima que era de mulheres entre 20 e 50 anos de idade.

Quadro 8 – Questionário 2: estrutura do questionário semiestruturado – usuárias

Nome da entrevistada:	
Idade:	
E-mail:	
1-	Qual a classe social que você pertence? () – Alta () – Média
2-	Você compra roupas estampadas e qual o tipo de roupa você costuma comprar com estampas?
3-	Qual o estilo de estampas que você mais se identifica? () A- Florais () B - <i>Animal Print</i> () C- Históricas (futebol, copa do mundo...) () D- Geométricas () E- Étnicas () F- Abstratas () G – Outras_____
4-	Existiriam aspectos em uma estampa que lhe chama mais atenção? Quais?
5-	As cores influenciam na escolha de uma estampa? Por quê?
6-	Você sabe o que é um <i>rapport</i> ?
7-	Você acredita que as estampas são destinadas para uma determinada classe social? Por que?
8-	Existiria valor simbólico de produto para uma roupa estampada? Por quê?
9-	Você acredita que exista diferença em uma estampa destinada para a classe alta ou classe média? Por quê?
10-	Você acredita que exista diferença em uma estampa destinada para a classe alta ou classe média? Por quê?
11-	Existiriam materiais para a produção de uma estampa que sejam mais identificados para a produção de uma estampa voltada para classe alta ou média?
12-	As estampas possuem valor simbólico como objeto de consumo? Por que?
13-	Existiriam estilos de estampas que identifiquem mais a classe social alta ou média?
14-	Existiriam estampas destinadas a uma determinada classe social alta ou média? Se sim, indique indícios.

Fonte: a autora (2016)

A seleção de imagens para o questionário estimulado (Quadro 9) foi sistemática e indutiva, buscando informações que complementassem o questionário anterior.

Quadro 9 – Questionário 3 semiestruturado com imagens para usuárias

Nome da usuária: Idade: Profissão:	
1- Você pertence a qual classe social? () alta () média
Jogo de estampa 1 1- Qual estampa você mais se identifica no jogo de estampas 1? () Estampa 1 () Estampa 2 () Estampa 3 2- O que chamou mais atenção na estampa escolhida no jogo de estampas 1?
Jogo de estampa 2 3- Qual estampa você mais se identifica no jogo de estampas 2? () Estampa 1 () Estampa 2 () Estampa 3 4- O que chamou mais atenção na estampa escolhida no jogo de estampas 2?
Jogo de estampa 3 5- Qual estampa você mais se identifica no jogo de estampas 3? () Estampa 1 () Estampa 2 () Estampa 3 6- O que chamou mais atenção na estampa escolhida no jogo de estampas 3?

<p>m Renda Off White</p>	<p>Jogo de estampa 4</p> <p>7- Qual estampa você mais se identifica no jogo de estampas 4?</p> <p>() Estampa 1 () Estampa 2 () Estampa 3</p> <p>8- O que chamou mais atenção na estampa escolhida no jogo de estampas 4?</p>
<p>Jogo de estampa 5</p> <p>9- Qual estampa você mais se identifica no jogo de estampas 5?</p> <p>() Estampa 1 () Estampa 2 () Estampa 3 () Estampa 4</p> <p>10- O que chamou mais atenção na estampa escolhida no jogo de estampas 5?</p>
<p>Jogo de estampa 6</p> <p>11- Qual estampa você mais se identifica no jogo de estampas 6?</p> <p>() Estampa 1 () Estampa 2 () Estampa 3 () Estampa 4</p> <p>12- O que chamou mais atenção na estampa escolhida no jogo de estampas 6?</p>
<p>Jogo de estampa 7</p> <p>13- Qual estampa você mais se identifica no jogo de estampas 7?</p> <p>() Estampa 1 () Estampa 2 () Estampa 3 () Estampa 4</p> <p>14- O que chamou mais atenção na estampa escolhida no jogo de estampas 7?</p>

<p>Jogo de estampa 8</p> <p>15- Qual estampa você mais se identifica no jogo de estampas 8?</p> <p>() Estampa 1 () Estampa 2 () Estampa 3 () Estampa 4</p> <p>16- O que chamou mais atenção na estampa escolhida no jogo de estampas 8?</p>
<p>Jogo de estampa 9</p> <p>17- Qual estampa você mais se identifica no jogo de estampas 9?</p> <p>() Estampa 1 () Estampa 2 () Estampa 3 () Estampa 4</p> <p>18- O que chamou mais atenção na estampa escolhida no jogo de estampas 9?</p>
<p>Jogo de estampa 10</p> <p>19- Qual estampa você mais se identifica no jogo de estampas 10?</p> <p>() Estampa 1 () Estampa 2 () Estampa 3 () Estampa 4</p> <p>20 O que chamou mais atenção na estampa escolhida no jogo de estampas 10?</p>
<p>Fonte: imagens www.google.com.br (2015/2016)</p>	

3.2.2 Técnicas de tratamento: questionários – subproblemas 1 e 2

A análise associativa de sistematização de dados brutos coletados junto as usuárias de classe média e classe alta em vestimentas com estamparias têxteis, além da visão dos profissionais da área, buscou identificar, indutivamente, se existem laços com a linguagem da sintaxe visual (elementos plásticos), aspectos simbólicos e estilos de desenhos voltados para as classes sociais. A análise partiu de abstrações associadas a percepção visual mais notáveis nas duas categorias.

Nos questionários 2 e 3 foi possível observar as percepções das usuárias e para sistematizar os dados brutos levantados nos questionários foram produzidas tabelas para compilação e análise. A coleta de dados iniciou-se em setembro de 2015 e foi finalizada em julho de 2017, os dados foram transcritos integralmente, a partir de observações sistemáticas e descritivas, gerando categorias conceituais que abrigaram os fragmentos de passagens significativas. Esses fragmentos também foram observados no questionário 3 – estimulado por meio de imagens (usuárias), neste questionário buscou-se percepções acerca das formas, estilos de desenhos e cores nas roupas estampadas.

Os questionários semiestruturados foram produzidos no *Google Docs* e postados no *Facebook*, e para os profissionais da área foi enviado via e-mail. No total, dez designers foram alcançados com formulário de questionário semiestruturado. As usuárias que responderam ao questionário semiestruturado foram um total de 45, e no questionário estimulado com imagens foram 60 usuárias. Houve empenho para apreender e interpretar as relações entre as usuárias, profissionais da área, em meio às observações da autora.

3.2.3 Coleta de amostras: subproblemas 1 e 2

O desenvolvimento do estudo se apoiou no método de coleta de dados por meio da observação sistemática – trata-se de uma observação direta estruturada, planejada e discreta em que corresponde também a recursos técnicos. A coleta de dados foi a partir do estudo descritivo e se deu por observação sistemática em revistas de moda (selecionadas), sites/blogs de coluna social, rede social, lojas virtuais de roupas, vitrines (*in loco*), na cidade de São Paulo. Será essencial realizar a observação sistemática, visto que é preciso observar as vestimentas das usuárias para coletar referências para análise de estilos (desenhos), composição de elementos e cores.

As pesquisas descritivas têm como principal objetivo a descrição das características de determinada população ou fenômeno, ou então o estabelecimento de relações entre variáveis obtidas por meio da utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados, tais como o questionário e a observação sistemática. Essas pesquisas são juntamente com as exploratórias as que habitualmente são realizadas pelos pesquisadores sociais preocupados com a atuação prática. (FIGUEIREDO, 2009, p. 94)

Nesta mesma perspectiva houve desenvolvimento de um questionário semiestruturado para profissionais da área (designers), disposto por questões individuais para destrinchar melhor os aspectos da pesquisa que tem caráter quantitativo e qualitativo, o que significa um conjunto de técnicas interpretativas de dados, em que a figura central foram as usuárias de classe média e alta acerca das imagens de estampa já existentes. Para as usuárias das classes sociais mencionadas, foram elaborados dois questionários; um semiestruturado e outro estimulado com imagens, pois este método possibilita identificar as variáveis. (CERVO; BERVIAN; DA SILVA, 2007, p. 51)

Conforme Figueiredo (2009), a pesquisa qualitativa está relacionada a contradição de averiguar e compreender, de maneira estatística, alguns fenômenos que estão ligados a percepção e a subjetividade. Está relacionada a verificação que envolve significados das analogias humanas, pois suas ações são influenciadas por questões emocionais diante das do cotidiano, comparação destacando as diferenças e abstraindo as semelhanças.

3.2.3.1 Seleção das fontes de dados

Para definição dos objetos de análise, a priori definiu-se a rede social Facebook e sites aleatórios de mídia social para exploração dos subproblemas 1 e 2. As revistas de moda, lojas virtuais de moda e profissionais da área (designers) foram definidas de maneira simultânea. O estudo concentrou-se, em um primeiro momento, na elaboração dos questionários para as usuárias e profissionais da área, observação em locais públicos e profissionais da área. Em seguida, a pesquisa partiu para o levantamento de imagens para dar sequência ao segundo ciclo, por meio de revistas de moda, lojas virtuais selecionadas, fotografias no *Facebook*, sites de coluna social, blogs e vitrines de loja de moda.

3.2.3.2 Seleção dos profissionais (designers)

Os profissionais foram selecionados com base em sua experiência profissional, foi feito contato via e-mail e ligação telefônica. No geral, dez profissionais foram selecionados para responderem ao questionário.

3.2.3.3 Seleção da rede social

Dentre as diversas plataformas de mídias sociais digitais, optou-se em desenvolver a pesquisa somente pela rede social *Facebook*, por ser a mais popular entre as plataformas conhecidas. Esta plataforma foi utilizada para levantamento de dados, captura de imagens referentes ao público de classe social média (subproblema 1) e classe social alta (subproblema 2). Os perfis de usuários no Facebook foram selecionados de maneira aleatória. Sites e blogs de coluna social voltado a classe alta também foram analisados para expansão da pesquisa em levantamento de dados.

3.2.3.4 Seleção das revistas de moda

As revistas de moda foram selecionadas aleatoriamente, que se buscou informações pertinentes aos aspectos mais notáveis que pudessem identificar e verificar as propagandas de moda que contivessem estamparias gráficas têxteis, referente as classes sociais alta e média, estilos (desenhos) de estampas, modelos de roupa e cores mais frequentes. A definição partiu por meio de parâmetros de moda, como *prêt-à-porter* (pronto para vestir) e *fast fashion*, para ambas as classes. Foram escolhidas seis revistas *Cosmopolitan*, *Estilo de Vida InStyle*, *UMA*, *Elle Brasil*, *Harper's Bazaar Brasil* e *L'Officiel Brasil*. As edições analisadas foram:

- *Cosmopolitan*. Ed. 499, ano 43, nº 4. São Paulo: Editora Abril, abril, 2015.
- *Estilo de vida InStyle*. Ed. 150, ano12. São Paulo: Editora Abril, março, 2015.
- *Elle Brasil*. Edição 323, ano 27. São Paulo: Editora Abril, abril, 2015.
- *Happers Bazaar*. Ano 48. São Paulo: Carta Editorial Brasil, outubro, 2015.
- *L'OfficieL Brasil*. Edição nº 35. São Paulo: Escala Jalou, outubro, 2015.
- *Uma*. Edição 140. São Paulo: Editora Online, 2015.

3.2.3.5 Seleção das lojas virtuais

A seleção das lojas virtuais de moda atentou-se para uma observação sistemática, avaliação visual, dentro do contexto *fast fashion* e *prêt-à-porter*. A priori, foram selecionadas (aleatoriamente) várias marcas e analisadas somente blusas, saias e vestidos, notando também a disponibilidade de peças estampadas oferecidas e ainda sendo diferenciadas em estilos, cores e modelos, permeando o valor simbólico agregado ao produto.

Para apreender qual o público de cada marca/loja virtual referente a cada subproblema, foi feita uma análise a partir de matérias/reportagens em sites de coluna social, influenciadoras de mídia digital e blogs, sites de moda e estilos, que se referem às marcas mais adquiridas por determinados grupos das classes sociais. Realizou-se, também, leitura dos perfis de cada marca que mencionam as particularidades que determinam a qual público alvo se destina a marca pesquisada, além de informações pertinentes a história e prestígio da marca, focando no seu contexto e visão de mercado, abstraindo informações que não abasteciam a pesquisa.

As marcas selecionadas para classe média foram: Luigi Bertolli, Totem, Oqvestir (multimarcas), Amaro, Ellus, Fórum, Hering, Renner, C&A, Khelf, Siberian, Miroa, Mulher do padre, Riachuelo, Simulassão, Barred's, Bonprix, Mandoras, Dafiti (Dominica Solazzo, Cocci, Charry, Modaris, FiveBlu, Mercatto, Dimy, Charry).

Para a classe alta foram selecionadas: *Animale*, *Farfetch* (Andrea Marques, *Shoulder*, Maria Valentina, Alcaçuz, Le lis Blanc, Mob, Cariana Duek, Brand, Coucou, Gia, Cocci, Cris Barros, Isolda, Patrícia Vieira, Apartamento 03, Fábula Etoiles, Fillity, Mary Katranzou, Reinaldo Lourenço, Saint Laurent, Stella McCartney, Valentino, Chanel, Versace, Zibba, Mixed, Lucas Magalhães, *Artsy* Brasil, Corporeum, Emilio Pucci, Valentine Gauthier, Moschino, Spezzato, Peter Pilotto, Blue Man, Kenzo, Olympia Letan, Roberto Cavalli, MSGM, Balmain, *Opening Ceremony*, Maria Filó, *Priting*, Philipp Plein e MiuMiu) e Farm, Antix.

Foi identificada nas amostras os perfis na modalidade *e-commerce* que apresentaram todos os produtos selecionados para a pesquisa, roupas com imagens estampadas com *rapport*, em vestidos, blusas e saias. Foi observado o tipo de tecido estampado e ainda identificado a técnica de estampagem, quando possível. Além da qualidade do produto e informações pertinentes em sua história e informações contidas em sites também foram observadas para determinar a qual classe social o público-alvo pertencente. Ressaltando que essas imagens foram avaliadas em um contexto geral entre levantamento de dados em lojas virtuais, rede social, site/blogs de coluna social, vitrines de lojas e revistas de moda, gerando um total de 400 imagens.

3.3 CICLO 1: LEVANTAMENTO DE INFORMAÇÕES E IMAGENS (SUBPROBLEMAS 1 E 2)

O ciclo 1 abrange o levantamento de dados para os subproblemas 1 e 2, refere-se a busca e seleção de imagens para a composição visual pertinentes em estamparias gráficas têxteis conforme fonte de dados selecionadas (Quadro 10), projetando um acervo de 400 imagens com desenhos de estampas têxteis, sendo 200 para classe média e 200 para classe alta que foram analisadas.

Quadro 10 – Ciclo 1: referente ao levantamento de amostras visuais (subproblema 1 e subproblema 2)

Redes sociais	
Rede social – Facebook	Imagens, observação direta e sistemática
Sites de coluna social	Imagens, observação direta e sistemática
Revistas de moda	
Revistas de moda (selecionadas)	Propagandas de moda, observação direta (fotografias)
Vitrines (selecionadas)	Fotografias, observação direta (fotografias)
Lojas virtuais	
Lojas virtuais (selecionadas)	Imagens, observação direta e sistemática
Levantamento geral de imagens	
Seleção de imagens capturadas: Lojas virtuais Revistas de moda Vitrines Rede social – Facebook Sites de coluna social	200 imagens classe alta 200 imagens classe média Recorte de 5 cm x 5 cm para compilação
400 imagens levantadas no geral entre todas as fontes de dados analisadas	

Fonte: a autora (2016)

3.3.1 Técnicas de tratamento: seleção das amostras (subproblemas 1 e 2)

As imagens adquiridas e selecionadas nas fontes lojas virtuais, revistas de moda, sites de coluna social, rede social (Facebook) e vitrines (*in loco*), somaram um total de 400 imagens de roupas com estampas, sendo 200 para a o subproblema 1 e 200 para

o subproblema 2. A seleção da estampa foi por estilo de roupa (vestido, saias e blusas) que contivessem estampas raportadas e mais área de desenho para o tratamento com recorte. Para melhor captura do desenho nas revistas de moda, foram analisadas propagandas de moda, por meio de observação sistemática e descritiva (copiadas via *scanner*).

3.3.2 Indagações exploratórias referentes aos subproblemas 1 e 2

As indagações exploratórias abrangem os subproblemas 1 e 2 tendo em vista que as questões abordadas foram relacionadas as classes sociais média e alta. Assim, foi pertinente utilizar os mesmos parâmetros de avaliação para os subproblemas 1 e 2 já mencionados. Os aspectos explorados na pesquisa foram demasiadamente sendo confirmados durante a pesquisa, transcrevendo sua importância para o fenômeno estudado. A seguir alguns possíveis exemplos de indagações exploratórias referentes aos aspectos observados durante a pesquisa.

3.3.2.1 Em relação aos aspectos semânticos

Com relação as percepções e apropriações, haverá aspectos mais notáveis na composição de estamparias têxteis voltadas a classe média e classe alta?

Qual seria a sua primeira percepção visual em uma roupa estampada?

3.3.2.2 Em relação aos aspectos simbólicos

O fenômeno em aspectos simbólicos estaria presente na composição em estamparias voltadas a classe média e classe alta, segundo a visão das usuárias e para profissionais da área (designers)?

Em uma estampa têxtil é possível em sua composição obter significado simbólico?

3.3.2.3 Em relação aos aspectos plásticos

Segundo a opinião das usuárias, a questão plástica existiria cores mais específicas em uma estampa voltada para classe média e para classe alta?

Haverá diferença, em termos de sintaxe visual (composição em elementos plásticos), que busque identificar a produção dos traços, linhas e formas para estampas voltadas para classe média e para classe alta, na visão dos profissionais da área (designers)?

Na visão das usuárias, os modelos de roupas são relevantes para a escolha de uma estampa?

Existiria um elemento plástico que seja mais perceptível em uma estampa?

3.3.2.4 Em relação aos aspectos estéticos

Existiriam estilos, desenhos em estamparias, que identifiquem a classe média, segundo as percepções das usuárias e especialistas da área?

3.3.2.5 Em relação aos aspectos técnicos

Existiriam questões técnicas de composição visual voltada para estamparia para as classes média e alta?

3.4 CONSIDERAÇÕES SOBRE O CICLO 2

O ciclo 2 abrange dados obtidos nos subproblemas 1 e 2, obtidos no ciclo 1, que se trata da seleção de 400 imagens voltadas para as classes sociais média e alta. As amostras foram definidas com numerações aleatórias, sendo modificadas várias vezes de maneira imparcial, para não haver preferências ou contaminações visuais dos participantes. Em seguida, foram produzidas uma seleção de 10% das amostras de cada subproblema, ou seja, 20 imagens do subproblema 1 e subproblema 2, para o grupo focal e entrevistas semiestruturadas em profundidade com especialistas da área e designers. Essas imagens foram definidas aleatoriamente, impulsionadas por alunos do curso técnico em Comunicação Visual da Etec de Vila Formosa que, a pedido do professor, deveriam escolher números de 1 a 200 para o subproblema 1 e em seguida para o subproblema 2, explicando a situação, porém sem acesso as imagens. Assim, a pesquisa ficaria mais autêntica e sem preferências visuais do pesquisador. A seleção das imagens para o ciclo 2 foram totalmente aleatórias, e que buscou-se roupas estampadas dentro das delimitações da pesquisa. (quadro 11)

O grupo focal – entrevista semiestruturada em profundidade - foi feito com apoio de áudio e apresentação das imagens já selecionadas, com usuárias (grupo focal)

e (profissionais de designers) com 20 imagens de estampas para o subproblema 1 e 20 imagens de estampas para o subproblema 2, com recortes de 5 cm x 5 cm.

Quadro 11 – Ciclo 2: processo de indução das categorias (qualitativo)

Fontes de dados	Coleta de dados
Levantamento de dados – imagens ciclo 1	Grupo de alunos – seleção de 40 amostras 20 imagens subproblema 1 20 imagens subproblema 2
Usuárias	Grupo focal - questionário estimulado com imagens
Designers e especialistas	Questionário estimulado com 10% das imagens já selecionadas

Fonte: a autora (2016)

3.4.1 Roteiro norteador de entrevistas e grupo focal

Para dar início as entrevistas com o grupo focal (10 usuárias) e profissionais da área (10 designers) explicou-se o objetivo da pesquisa, porém as imagens em estamparias foram apresentadas como grupo A (equivalente à classe social alta) e grupo B (equivalente à classe social média). As imagens foram apresentadas em recortes para não ocorrer preferências de gosto pessoal. As entrevistas ocorreram em sessão fechada, que durou por volta de 53 minutos cada uma entre a mediação e a discussão entre os participantes. Ao final houve a explicação dos grupos apresentados e algumas variáveis pertinentes às observações surgiram, por exemplo, como seria a roupa daquela imagem e o valor agregado ao produto. Ao final foi apresentado as usuárias todas as imagens sem recortes e a opinião de algumas mudaram quando viram a roupa pronta.

Durante a entrevista houve mediação e facilitação mediante o tema proposto para as usuárias e designers, com o propósito de provocar, em poucas palavras, as percepções mais notáveis nas imagens apresentadas e mencionar os mais variados aspectos observados, dentre eles:

- Cores mais perceptíveis
- Estilo de desenho mais perceptível
- Traços mais notáveis
- Simbologias perceptíveis

- Semântica da imagem
- Comprariam a determinada estampa e por que?
- Existiria algum aspecto que lhe incomoda na estampa?

3.4.2 Técnicas de tratamento: grupo focal para os subproblemas 1 e 2

A sistematização dos dados brutos coletados aferiu-se mediante a percepção das usuárias e profissionais da área em relação ao estilo de desenho, questões plásticas como cores, formas, equilíbrio e texturas, buscando identificar grandes abstrações, indutivamente, de forma que as semelhanças fossem descartadas.

Entrevistas semiestruturadas em profundidade junto ao grupo focal e designers foram transcritas e produziu-se uma planilha com os dados mais relevantes. Nestas ocasiões foram levantados dados que aconteceu observações de padrões em estamparias gerando, assim, dados em categorias semânticas para a composição para o diferencial semântico.

3.4.3 Indagações exploratórias: grupo focal para os subproblemas 1 e 2

O ciclo 3 abrange as indagações exploratórias acerca do subproblema 3, cujo levantamento de dados cruzados, pertinentes as imagens em estamparias do grupo (A) classe social alta e grupo (B) classe social média, em que observou-se categorias conceituais semânticas, plásticas e simbólicas nas imagens para desenvolver o diferencial semântico.

3.4.3.1 Em relação aos aspectos semânticos

Existiriam dessemelhanças entre o grupo A e o grupo B?

Existiram simulacros nas imagens estampadas no grupo A ou no grupo B?

Existiria algum aspecto que torna a estampa única no grupo A ou no grupo B?

Na visão das usuárias, os modelos de roupas são relevantes para escolha de uma estampa?

Qual seria a primeira percepção visual em uma roupa estampada?

3.4.3.2 Em relação aos aspectos simbólicos

Existiriam conceitos simbólicos mais perceptíveis presentes na composição em estamparias no grupo A e no grupo B?

3.4.3.3 Em relação aos aspectos plásticos

Segundo a opinião das usuárias, com relação a questão plástica e formação da sintaxe visual, existiriam cores mais específicas no grupo A e no grupo B?

Haverá diferenças, em termos de sintaxe visual (composição em elementos plásticos), que busquem identificar a produção dos traços, linhas e formas para estampas no grupo A e no grupo B, na visão dos profissionais da área (designers)?

Na visão dos participantes, os modelos de roupas são relevantes para escolha de uma estampa?

Existiria algum elemento plástico mais perceptível como a primeira percepção visual em uma estampa para as usuárias e profissionais e especialistas da área?

3.4.3.4 Em relação aos aspectos estéticos

Existiriam aspectos estéticos presentes em estamparias têxteis no grupo A e no grupo B?

Existiria algum estilo de desenho em roupas estampadas que poderia influenciar na aquisição da roupa?

Haverá diferença, em termos de sintaxe visual (composição), que busque identificar equilíbrio, ênfase ou ritmo, mais específico nas estampas do grupo A ou grupo B?

Existiria um elemento plástico mais perceptível em uma estampa?

3.4.4 Cotejamento das categorias conceituais

Depois das entrevistas com o grupo focal e profissionais da área, foi feito o cotejamento e transcrição de dados para uma planilha, em que foi sistematizado e selecionada as dez categorias conceituais mais mencionadas e interpretadas pela pesquisadora, deste modo, selecionando as sete imagens para a composição do diferencial semântico.

3.5 CONSIDERAÇÕES SOBRE O CICLO 3: DIFERENCIAL SEMÂNTICO – SUBPROBLEMA 3

O ciclo 3 compreende o cotejamento entre os subproblemas 1 e 2, determinando o levantamento de dados para o subproblema 3, a partir do resultado dos ciclos 1 e 2, em que as amostras foram selecionadas e dispostas em um questionário de análise semântica, destacando categorias conceituais, com objetivo de construir e validar uma escala de análise subjetiva, identificando desvios de padrões, podendo variar conforme a percepção do avaliador (quadro 12).

Quadro 12 – Ciclo 3: verificação de recepção com usuárias (quantitativo)

Fontes de dados	Coleta de dados
Usuárias	Questionário diferencial semântico
Designers e especialistas	Questionário diferencial semântico

Fonte: a autora (2017)

3.5.1 Roteiro norteador do questionário: diferencial semântico

O questionário foi desenvolvido por meio da relação de dados transcritos nas entrevistas de grupo focal (usuárias) e com os especialistas e profissionais da área. Foi produzido no *Google docs*, com as mesmas imagens utilizadas no ciclo 2, porém as imagens selecionadas foram as que mais apresentaram aspectos mencionados pelos participantes, ou seja, sete imagens voltadas a classe média e sete imagens voltadas a classe alta. As estampas foram classificadas pelos participantes com adjetivos, utilizando semântica, gerando, assim, categorias conceituais para compor o questionário “diferencial semântico”.

3.5.2 Técnicas de tratamento voltados ao subproblema 3

A sistematização dos dados brutos coletados aferiu-se mediante a percepção semântica das usuárias e profissionais da área em relação ao estilo de desenhos. Além de questões plásticas como cores, formas e texturas, buscou-se ainda identificar questões acerca da sintaxe visual, por meio de grandes abstrações, de maneira indutiva. O questionário – escala de diferencial semântico – alcançou 55 respondentes

entre usuárias e designers que avaliaram 14 imagens, sendo sete para classe média e sete para classe alta, com uma escala com dez categorias de 5 pontos variando os conceitos entre cada representação imagética, utilizando uma escala cujos extremos indicam os parâmetros relacionados a cada sensação ou percepção correspondente aos respondentes. (FONTENOT et al., 2005 apud MATSUKUMA; HERNANDEZ, 2017)

As notas máximas dos itens foram calculadas e médias devem ser priorizadas. Para alcançar as médias de cada quesito escolhido para a escala foi feito uma planilha para calcular a média ponderada, que utiliza a média simples, ou média aritmética, ou seja, somando todos os valores e dividindo pela quantidade de termos adicionados. A média ponderada foi calculada por meio da soma de todos os valores multiplicando pelos pesos e dividindo pela soma dos pesos.

3.5.3 Indagações exploratórias referentes ao ciclo 3 (subproblema 3)

As indagações exploratórias acerca do subproblema 3 no ciclo 3 abrange o levantamento de informações de dados cruzados, no diferencial semântico, houve a ponderação de valores numéricos expressos em escala de cinco pesos.

3.5.3.1 Em relação aos aspectos semânticos

Existiriam dissemelhanças nos quesitos abordados no diferencial semântico entre o grupo A e o grupo B?

Que características semânticas foram mais relevantes no grupo A e no grupo B?

3.5.3.2 Em relação aos aspectos simbólicos

Os quesitos “simbólico x literal” abordados no diferencial apresentaram alguma dissemelhança na composição em estamparias no grupo A e no grupo B?

3.5.3.3 Em relação aos aspectos plásticos

Os quesitos referentes a elementos plásticos abordados no diferencial semântico apresentaram algumas dissemelhanças na composição em estamparias no grupo A e no grupo B?

3.5.3.4 Em relação aos aspectos estéticos

Os quesitos referentes a elementos estéticos abordados no diferencial semântico apresentaram alguma dissemelhança na composição em estamparias no grupo A e no grupo B?

4 RESULTADOS

4.1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS SOBRE OS RESULTADOS

Esta pesquisa teve como objeto investigar vestimentas com estampas gráficas têxteis, cuja questão fundamental ocupou-se em descobrir o que se pode depreender de uma investigação quanti-qualitativa acerca de aspectos semânticos, simbólicos, sintáticos e plásticos na perspectiva de usuárias das classes social média e alta, além de profissionais da área (designers), bem como observações sistemáticas produzidas pela pesquisadora em vitrines (*in loco*), lojas virtuais, sites de coluna social, rede social e revistas de moda.

Os três subproblemas desta pesquisa foram extraídos da pergunta fundamental, assim o subproblema 1 e o subproblema 2 possuem os mesmos parâmetros de análise e puderam ser pesquisados de maneira concomitante, sistematizando a análise dos dados necessários para execução do estudo. Já o subproblema 3 necessitou de dados obtidos dos subproblemas 1 e 2 para que as comparações entre as categorias pudessem ser compreendidas. Para melhor execução do estudo, a pesquisa foi dividida em quatro ciclos tendo como objetivo simplificar as tarefas de cada subproblema.

O ciclo zero abrange a aproximação com tema, que foi apresentado o subproblema 1, que determina as perspectivas sobre a visão das usuárias e designers com relação a classe média e o subproblema 2 que expõe as perspectivas sobre a visão das usuárias e designers com relação a classe alta.

O ciclo 1 determina o levantamento de 400 amostras visuais, relativas a 200 para o subproblema 1 e 200 para o subproblema 2, em lojas virtuais, sites/blogs de coluna social, rede social (*Facebook*), revistas de moda (suporte de captura, *scanner*) e observação em vitrines de lojas (fotografias). Ao final expõe a seleção de 10% das imagens em estamparias têxteis para o ciclo 2, ou seja, 30 imagens para o subproblema 1 e 20 imagens para o subproblema 2.

O ciclo 2 apresenta as considerações obtidas nas entrevistas semiestruturadas em profundidade com o grupo focal e profissionais da área (designers), a respeito das imagens selecionadas no ciclo 1, ou seja, 20 imagens para o subproblema 1, relativas a classe social média (grupo B), e 20 imagens para o subproblema 2, relativas a classe social alta (grupo A).

O ciclo 3 expõe dados obtidos no ciclo 2 acerca das percepções das usuárias e profissionais da área. Foi produzido um questionário – diferencial semântico – que perpetuou uma escala semântica com graduação produzida com adjetivos opostos em relação as imagens em estamparias apresentadas.

4.1.1 Ciclo 0: resultados correspondentes aos subproblemas 1 e 2

Este ciclo corresponde tanto ao subproblema 1 quanto para ao subproblema 2, visto que foi uma aproximação com o objeto de estudo, que trouxe informações pertinentes a composição, criação, produção em estamparias têxteis, valor simbólico e questões sociais. Estes dados, como mencionado no capítulo 3: métodos de pesquisa deste trabalho, foram obtidos por meio de questionários semiestruturados para designers e usuárias.

4.1.1.1 Questionário 1: profissionais da área (designers)

Neste método foram alcançados 10 especialistas, profissionais da área, cujos dados foram transcritos e analisados, sendo possível, assim, observar os aspectos da pesquisa. Observou-se que existe conexão entre os desenhos de estamparia têxtil e o design gráfico, pois harmoniza o arranjo entre elementos de sintaxe visual e elementos plásticos, afirmações de designers. Além de propor a condução de informações verbais objetivas, por meio de técnicas visuais que possam ser lidas e apreendidas corretamente pelo receptor. Porém, nem todos os profissionais usam como base as leis da comunicação. Em relação aos aspectos plásticos, as cores são fundamentais na composição da estampa, e cada classe social tem suas limitações em valores plásticos, conforme questionário, designer Daniela Brum (2016):

A classe média aceita mais as cores fortes, as misturas, ela se permite mais. A classe alta é mais tradicional, busca cores menos saturadas, ou quando a cor é forte, é cor única, onde se trabalha as cores, nos recorte e modelagens, não tanto na estampa em si, já as estampas, não usam muitas

cores, seguem pelas harmonias análogas, tríades. Eu diria que a classe média usa mais os contrastes e a classe alta as harmonias. (QUESTIONÁRIO 1, 2016)

Em relação à composição sintática, 50% dos respondentes não utilizam ou desconhecem as normas de composição visual mediante as leis da comunicação, porém o restante ressalta que se apropriam dos conceitos da comunicação para elencar a harmonia visual do desenho, conforme a designer Martina veigas:

É importante que o designer de superfícies profissional trabalhe com a mestra das normas de comunicação visual em seus trabalhos, pois isso demonstra seu domínio sobre sua área de atuação e sua excelência. Visualmente, tais normas auxiliam na compreensão estética dos desenhos projetados às superfícies.” (QUESTIONÁRIO 1, 2016)

Na percepção dos designers, pode-se observar que a criação de uma estampa depende da experiência profissional, um olhar mais apurado sobre as instâncias a que o desenho quer atingir, que o valor pode existir independente da classe social. Porém alguns acreditam que possam existir parâmetros que definam um desenho para uma determinada classe social, além do valor simbólico que “talvez” esteja agregado ao produto, principalmente quando se trata da classe alta. Conforme questionário, a designer Aymê Okasaki afirma que existe valor simbólico, pois ressalta que, assim como os elementos estéticos, as estampas podem ser criação acerca de significações e emitir mensagens a seus interlocutores. Conforme Evelise Anicet Ruthschilling: “As estampas emitem mensagens subjetivas e subliminares, portanto quando uma pessoa compra uma roupa por causa da estampa é porque se estabeleceu uma troca simbólica entre consumidor e estampa.” (QUESTIONÁRIO 1, 2016)

O aspecto produtivo se destacou pela produção em estamparia digital para classe alta, os respondentes mencionaram este tipo de maquinário, além de tecidos mais tecnológicos que delineiam essa pequena diferença entre as classes. Enfim, conforme a especialista Lilian Maus:

Os custos do processo implicam também no valor final do produto, por isso, às vezes um produto acaba se dirigindo mais a um nicho que outro de mercado, mas procuro sempre utilizar matéria-prima que garantam qualidade e durabilidade do produto. (QUESTIONÁRIO 1, 2016)

Quanto à conotação semântica em relação a estamparias, alguns designers evitaram dar sua opinião, as respostas foram bem diversificadas, alguns ressaltam que existem aspectos muito bem delineados para cada tipo de classe, destacando a produção,

questões de tendências de moda, mercado de moda, gosto, etc. Neste contexto ressalta-se a opinião do designer Marco Andreoli:

A princípio não, para responder melhor preciso entender sua definição do que é “classe social alta ou média”. De qualquer maneira a ideia de uma estética (estampas) orientada para classes sociais é muito complicada num mundo onde o acesso a informação permeia todos direta ou indiretamente. Se estiver falando sobre consumo de produto estampado a resposta também é complicada porque não é só a estampa (como desenho desejoso) no produto que conduz a percepção de valor, entram outros componentes como marca, preço, design, etc. Numa verificação do perfil de consumidor pelo poder aquisitivo a exclusividade seria um dos índices de decisão de compra, o que faria com que um produto estampado exclusivo tivesse apelo maior de venda, mas ainda acho que o composto decisório tem outros componentes como marca e preço (para ilustrar isso a marca Hermes estaria nesse seguimento de luxo). (QUESTIONÁRIO 1, 2016)

4.1.2 Questionários 2 e 3 voltados as usuárias: subproblemas 1 e 2

Conforme Freitas (2011) o design de superfície/estamparia têxtil é um design de interconexões que é sem dúvida uma expansão do corpo, sempre em busca de novas conexões e inovações. Visando trabalhar a superfície, proporcionando não apenas um material de apoio para projeção e acabamentos nobres mais frequentes, esses materiais aferem à superfície um aditivo comunicativo com o exterior e interior do objeto, adequada para comunicar informações com base nos signos que possam ser mais notáveis por meio da percepção adotando novos significantes, tais como cores, texturas, formas, estilos e grafismos. Assim, a percepção das usuárias está relacionada à imagem e ao vestuário, ressaltando diversos fatores sociais que permeiam nessa relação de consumo. Embora a questão seja estudar as percepções, é impossível não ponderar sobre o *ethos* cultural e a questão baseada na representação de estilos de vida.

O questionário 2 foi elaborado para obter dados referentes as percepções das usuárias em questões técnicas em desenhos de estamparias. Questões que buscaram informações sobre as primeiras percepções e estilos em desenhos de estamparias gráficas têxteis. No geral, obteve-se 45 respostas e todas foram analisadas sistematicamente por meio de associação de dados, que se procurou identificar, indutivamente, padrões abstratos de associação que originaram categorias conceituais mais significativas.

O questionário 3, trouxe percepções mais pertinentes as usuárias, que se destacou a importância das cores, modelo das roupas e o desenho da estampa como primeiro impacto na composição visual da estampa. A questão sintática não foi um aspecto muito mencionado pelas respondentes dentre as classes sociais mencionadas.

Assim, pode-se entender que as imagens idealizam interpretações nos indivíduos, destacando questões de gosto, estilo e definição de formas, por meio do seu repertório visual, estabelece a conexão entre o sujeito e a silhueta³² escolhida, assim como texturas. Hoje existem muitos segmentos de moda e muitos lançamentos de coleções, assim o indivíduo necessita uma certa afinidade com o produto, não se menciona funcionalidade do objeto, mas sim necessidade de desejos. (FREITAS, 2011)

Deste modo, Bourdieu (2007) ressalta que a sociologia tenta justapor sua interpretação para realizar análises singulares que permitem ou que confirmem relações de percepção do gosto. Ele reforça que para cada posição social existe um gosto imaginável e que o gosto não é casual e incontrolável, para ele também não é uma autodeterminação e não perpetua as imposições e aos imperativos da vida em sociedade, ainda que a estratificação no espaço social obedeça a estilos de vida. Entretanto as regras descritas por Bourdieu podem lidar com desvios simbólicos que estão conectadas a condições de existência. Isso significa que as condições demudam com o passar do tempo sendo ou não com os adventos propostos pela própria sociedade.

Estas reflexões acerca da questão social e autodeterminação estão amplamente conectadas as tendências que propiciam, de alguma maneira a alienação visual, pois obedecem a estilos de vida, trazendo imposições que podem vir, ora de cima para baixo, ora de baixo para cima, embora este último seja muito raramente. E ainda ilumina a questão do gosto pessoal, visto que nos dias atuais, o indivíduo se autodetermina diferente, buscando a imagem da moda como um fator que representa sua identidade.

³² Silhueta aqui se refere à forma utilizada para a construção da peça da roupa, buscando uma conexão com os mais diversos modelos de roupas.

4.1.2.1 Aspectos observados: semânticos, simbólicos e plásticos

Em questões técnicas de composição foi observado que as usuárias não abrangem conhecimentos técnicos como elementos da linguagem visual em especial, *rapport*, que é a repetição do desenho nas roupas. Poucas mencionaram entender o que significa a palavra e as que sabiam o significado julgaram ser importante na composição do desenho. Todas as usuárias da classe alta se referiram a cor como um dos elementos fundamentais na composição imagética em estamparia, julgaram ser importante num conjunto visual de produto de moda. É possível compreender as disparidades em percepções individuais de um sujeito: “O que observo nas estampas é a simetria delas! Por exemplo, deve ter uma estampa simétrica dos dois lados, frente e costas, a estampa deve se unir!” (USUÁRIA 27, 2015)

Gráfico 1 – Resultado geral em estilos de desenhos em estampas (usuárias)

Fonte: a autora (2016)

Conforme questionário 3, foi observado (gráfico 1) os estilos de desenho em estampas mais mencionados e utilizados pelas usuárias, no geral, foram florais (54%), étnicos 26%, abstratos (19%) e *animal print* (16%), nas classes mencionadas. Entretanto, para a classe social média, o floral e étnico foram os mais mencionados, já para a classe alta os florais e abstratos foram os mais mencionados. Os florais são elementos figurativos da natureza e muitas vezes são estilizados para estamparia ou utilizados como fotografia estampada de maneira digital, possui grande simbologia nas culturas orientais e ocidentais. As cores são de suma importância para a composição de uma estampa, afinal, ela é o primeiro aspecto observado. Para você, as cores influenciam na escolha de uma estampa? Por quê? “Sim. Porque é o primeiro impacto visual.” (USUÁRIA 4, 2016)

As cores além, de serem o primeiro impacto visual a ser observado (gráfico 2), também produzem ênfase no contexto geral da composição trazendo informações sobre os elementos dispostos. “[...] as cores podem ressaltar determinados elementos e formas em uma estampa e conseguem promover uma harmonia visual que influencia da escolha de determinado produto estampado.” (USUÁRIA 7, 2016)

Gráfico 2 – Percepções em aspectos plásticos em estamparias (usuárias)

Fonte: a autora (2016)

As estampas têxteis, assim como qualquer objeto, abrangem conceitos ligados ao *status* social e, conforme Bourdieu (2007), o *ethos* cultural tende a configurar identidades pessoais e coletivas. Uma forma coerente que exprime práticas cotidianas e as formas de consumo que envolvem escolhas particulares e identitárias ligadas aos costumes e comportamentos do indivíduo. Neste contexto, destaca-se o poder simbólico que busca compreender a realidade e o sentido do mundo, em que os símbolos são instrumentos de conhecimento e comunicação que contribuem fundamentalmente para a reprodução de ordem social.

A criação de desenhos em estamparias têxteis compõe elementos sintáticos e que não são muito perceptíveis para as usuárias, pois está associada a aspectos técnicos de composição e os aspectos plásticos são os mais percebidos de maneira caracterizada como senso comum. Na tabela 1, é possível notar fatores que caracterizam as percepções das usuárias, demonstrando que 3,8% observam

as cores das estampas, em seguida vem os desenhos (estilos) 3,3% e por fim 2,8% os modelos de roupas. Porém, de alguma maneira essas percepções são instanciais e simultâneas de maneira rápida e eficiente. A média ponderada dos valores deu-se pela soma dos valores de respostas em cada estampa no jogo de estampas em seguida dividido pelo número de respondentes.

Tabela 1 – Tabulação de dados das seções quantitativas (questionário 3)

Amostras	Desenho	Cor	Modelo	Outro	Estampas				Estilo mais notável
					1	2	3	4	
Jogo de estampas 1	23	22	13	2	7	14	39	-	Étnico
Jogo de estampas 2	12	33	14	1	5	31	24	-	Étnico
Jogo de estampas 3	21	28	11	-	6	40	14	-	Lúdico
Jogo de estampas 4	17	16	27	-	19	33	8	-	Floral
Jogo de estampas 5	25	19	16	-	27	25	3	5	Floral
Jogo de estampas 6	22	25	13	-	8	21	23	8	Floral
Jogo de estampas 7	23	21	16	-	2	15	29	14	Floral
Jogo de estampas 8	22	17	19	2	36	14	5	5	Floral
Jogo de estampas 9	15	28	17	-	9	16	13	22	Floral
Jogo de estampas 10	21	18	21	-	11	19	22	8	Geométrico
Total	201	227	167	5					
Média	3,3	3,8	2,8	0,1					
60 usuárias									

Fonte: a autora (2016)

Em questionamento sobre o valor simbólico no vestuário estampado, na classe alta praticamente todos os entrevistados acreditam existir valor simbólico agregado ao objeto, relatando informações pertinentes a questões de bagagem cultural. Porém, na classe média alguns não acreditam ou não sabem o significado de valor simbólico. A questão em potencial foi: Existiria valor simbólico de produto para uma roupa estampada? Por quê?

Sim. A arte de uma estampa pode ter um papel que vai além da importância do recorte de uma roupa ou do seu estilo. A arte da estampa transmite uma informação que irá refletir a proposta da marca, que fará com que uma peça tenha um valor diferenciado da concorrência, fornecendo a personalidade da coleção, deixando-a mais atraente e agregando valor ao produto. (USUÁRIA 15, 2015)

Sim, pois uma estampa consagrada e estabelecida no mercado deixa de possuir apenas seu valor de produção e margem de lucro, e passa a adquirir

valor simbólico, e às vezes histórico, dentro da estética do design de superfícies. (USUÁRIA 7, 2015)

Bourdieu (2007) explica que a comparação só pode ser feita efetivamente entre estruturas equivalentes ou entre partes estruturalmente análogas. Assim, a moda se estrutura de maneira social abarcando diferentes contextos sociais indo do mais alta ao mais baixo versando os valores, apresentando, entretanto, propriedades estruturalmente equivalentes em valor simbólico que busca representar as diferenças existentes em nível das características objetivas e em particular e principalmente as econômicas das classes que as compõem.

4.2 CICLO 1: IMAGENS EM ESTAMPARIA PARA OS SUBPROBLEMAS 1 E 2

A seleção das imagens levantadas foi a partir das capturadas em revistas de moda já mencionadas, Facebook, sites e blogs de coluna social e vitrines de lojas de moda, sendo que 70% das imagens capturadas foram das lojas virtuais. Assim foi possível analisar e observar as semelhanças e dissemelhanças entre as estampas destinadas para cada classe e ainda compor o volume de 400 imagens para o próximo ciclo.

4.2.1 Resultados: revistas de moda, classe média e classe alta

(aspectos observados pela pesquisadora)

A observação sistemática foi composta pela análise de propagandas que apresentassem roupas estampadas em especial – vestidos, blusas e saias. As revistas selecionadas foram: ELLE Brasil. Edição 323, ano 27. São Paulo: Editora Abril, abril, 2015; Harpers Bazaar Brasil. Ano 48. São Paulo: Carta Editorial Brasil, outubro, 2015; UMA. Edição 140. São Paulo: Editora *Online*, 2015; Cosmopolitan. Ed. 499, ano 43, nº 4. São Paulo: Editora Abril, abril, 2015. Em resumo, as estampas apresentadas em revistas de moda são as primeiras aparições para as consumidoras de moda.

O gosto é algo pessoal e intransferível e é determinante por toda a vida, assim como fala Hall sobre a identidade, cuja sua formação pode vir de maneira tradicional por

meio de herança e de costumes adquiridos através da família ou da sociedade. Também é, entre muitas questões, discutido na teoria social como um dos fatores dominantes para formatar um estilo de vida. O gosto na moda também pode declinar por ser influenciado por novas propostas (tendências de moda). É importante ressaltar que numa sociedade moderna, os gostos demudam conforme as novidades impostas por diversos veículos de informação. Nesse estudo, procurou-se não abordar a estética do gosto “feio” e “bonito”, embora se entenda que é um fator subjetivo e que de alguma maneira influencia na questão de escolhas visuais. Porém, tal parâmetro não foi abordado na escolha em questão e sim aspectos mais perceptíveis e técnicos em imagens estampadas, como a composição sintática, estilos de desenhos, questões simbólicas, formas, cores, etc.

O fenômeno da imagem vem sendo muito estudado e por meio delas é possível apreender muitos conceitos individuais, através da significação e dos símbolos das quais elas representam. A leitura da imagem não é linear, não ocupa a mesma posição no espaço e tempo; ela designa uma fase de evolução, pode ser dinâmica e pode também ter uma variação no tempo, mas também consiste em um estado momentâneo e estático de maneira sincrônica, mas também diacrônica, assim como Flusser (2008) explica o sistema das imagens.

Algumas variáveis como cores, modelagem da roupa, estilo de estampas e entendimento das questões pertinentes ao problema se apresentam como possíveis (ou atributo) do indivíduo pesquisado. A análise exploratória de dados (Tabela 1) informa os aspectos mais notáveis em uma estampa como no jogo de estampas dois, três e nove em que a cor foi o elemento mais notável. Entretanto, os modelos das roupas e o estilo da estampa apresentados no questionário eram completamente diferentes, com aspectos muito distintos um do outro.

O ciclo de moda é passageiro e pode desaparecer completamente ou voltar conforme as tendências de mercado, e as revistas são o meio *off-line* ainda mais utilizado para apresentar as novidades. Conforme análise de observação sistemática em revistas de moda selecionadas (quadro 13) foram identificados vários estilos de estampas em propagandas de moda. Contudo, não foi possível identificar se uma revista seria mais

voltada para uma determinada classe social. Observou-se ainda que maioria das estampas são apresentações de tendências de moda e muitas propagandas não competem a realidade de classe social, são apenas inspirações e informações de apresentação. As revistas apresentam propagandas com intenções de estilo, porém propagandas de roupas geralmente voltadas à classe alta, surgindo o gotejamento de tendências.

Quadro 13 – Observação sistemática: revista Elle

Fonte: ELLE Brasil. Edição 323, ano 27. São Paulo: Editora Abril, abril, 2015

Observou-se na revista Elle que as estampas apresentam cores mais sóbrias e insaturadas, com harmonias análogas e insaturadas. Os estilos mais identificados foram os florais, misturadas de estilos e listrados. Isso traz uma concepção já vista em outros momentos da pesquisa, destacando o estilo floral e listrado que são considerados estilos clássicos.

A revista Uma foi a revista que trouxe características mais diversificadas em formas, apresentando desenhos geométricos, florais e abstratos. As cores encontradas nas propagandas com estampas foram as harmonias complementares e análogas geralmente em seu estado saturado (quadro 14). Os tamanhos das estampas variam em proporção, indo de pequenos á médios, podendo haver desenhos grandes também. Entretanto, esta hipótese provavelmente está relacionada às tendências de moda.

Quadro 14 – Observação sistemática: revista Uma

Fonte: UMA. Edição 140. São Paulo: Editora On line, 2015

A revista Estilo de vida (quadro 15) apresenta estilos de desenhos tendenciosos e que talvez não estejam nas próximas estações, eram desenhos étnicos, *animal print* e floral, embora o último seja um estilo atemporal, que não sofre com o ciclo do produto de moda, são estampas de moda denominadas clássicas que podem perdurar por mais tempo.

Quadro 15 – Observação sistemática: revista Estilo de vida (*inStyle*)

Fonte: Estilo de vida/ *inStyle*. Ed. 150, ano 12. São Paulo: Editora Abril, março, 2015

A revista *Happer's Bazzar* foi a revista que mais se sobressaiu para uma seleção de classe social, pois as propagandas de moda (quadro 16) apresentaram marcas de roupas de classe alta como Gucci® e Dolce & Gabbana®.

Quadro 16 – Observação sistemática: Revista Harper's Bazaar Brasil

Fonte: Harper's Bazaar Brasil. Ano 48. São Paulo: Carta Editorial Brasil, outubro, 2015

A ciência se interessa pelas imagens para registrar e ilustrar os fenômenos de estudo, para isso recorre a formas de representação como o desenho e a fotografia, até a imagem em movimento, cinema, faz parte das novas transformações. A imagem por sua vez constrói representação e no caso da simulação, a imagem não é construída a partir do fato, porém tenta antecipá-lo.

As imagens das revistas são para descrever ou informar as tendências de moda, a partir de estudos de estilos de vida, porém é interessante observar que são as grandes marcas que ditam a moda, como no processo de gotejamento de informações. Assim as classes mais baixas copiam as informações transcritas e transmite para classes mais baixas.

Tabela 2 – Síntese de dados obtidos em revistas de moda (propagandas)

Revista	Estampas	Tecido	Propaganda
Cosmopolitan	Geométrica Floral <i>Animal-print</i>	Tecido plano	Quintess Dudalina Mabel Magalhães Letege
Estilo de vida	Floral Étnica <i>Animal-print</i>	Malha e tecido plano	Riachuelo Lunender Dzarm Carmem Steffens Dudalina
Uma	Étnica Lúdica Geométrica Abstrata	Malha e tecido plano	Juliana Jabour Lila Ka Riachuelo
Elle Brasil	Floral Étnica Abstrata Cashmere (boho) Geométrico	Tecido plano	Lez a Lez Le lis blanc Farm Valentino Juliana Jabour A.Cult Zara
Happers Bazaar.	Abstrata Floral Geométrica	Tecido plano	Dolce & Gabbana Gucci Dudalina
L'official Brasil	Floral Étnico Folhagem Geométrico Patchwork	Tecido plano	Hering Canal Adriana Degreas Tigresse Zara Lenny Niemeyer

Fonte: a autora (2016)

4.2.2 Resultados: rede social /coluna social (subproblema 2)

(aspectos observados pela pesquisadora)

A observação sistemática foi composta pela análise dos perfis de usuárias no *Facebook* (figura 93) que expõem roupas estampadas em especial vestidos, blusas e saias. Destacam-se também os tecidos, estilos dos desenhos e cores. A investigação teve início com a busca de dados sobre os perfis de classe alta, visto que seria mais complexo alcançar este público, pois as usuárias sentiam receio de falar seus nomes ao se declararem classe alta, tal efeito foi relatado em várias conversas informais na rede social. Partiu-se então para novas tentativas com sites buscando informações de mulheres pertencentes à classe alta, ou seja, pessoas famosas com alto poder aquisitivo e transposição na mídia, conforme as delimitações

da pesquisa. Desta maneira foi alcançado mais imagens e o relato em alguns blogs foram essências para captação das imagens e ainda para seleção das lojas virtuais.

Figura 93: imagens de perfis de usuárias *Facebook* – classe alta

Fonte: www.facebook.com.br

4.2.2.1 Aspectos observados: semânticos, simbólicos e plásticos

(aspectos observados pela pesquisadora)

Percebeu-se nas fotografias de perfis em rede social e em sites/blogs de coluna social que as formas de roupas mais frequentes eram vestidos, blusas, saias e calças. As silhuetas mais frequentes foram a retangular e o triângulo, com linha trapézio para não evidenciar muito o corpo. Em relação ao estilo de desenhos destacam-se os florais, *animal print*, abstratos, lúdicos e geométricos.

Os aspectos semânticos em seu sentido conotativo foram destacados em concepções mais atemporais, ou seja, em estampas mais clássicas, pois não há uma grande preocupação se a estampa é sazonal, assim a estampa não perderá sua eficácia e novidade nas próximas temporadas. O valor simbólico, para a classe alta, está relacionado à marca do produto, geralmente a usuária tem uma relação emocional com a marca. Estampas atemporais são acrônicas e não demudam com a passagem do tempo; as mais conhecidas são as listras - verticais/horizontais (figura 95), e poás (figura 94). As estampas clássicas são desenhos que aparecem em todas as

estações, independente da coleção, pois visa um público mais tradicional e conservador.

Figura 94: Kate Middleton, estampa de poás

Fonte:
<http://fhitsfriends.com.br/blogdathati/2016/11/04/queridinha-da-moda-bolinhas/>

Figura 95: Paola oliveira, estampa listrada

Fonte:
<https://br.pinterest.com/pin/429319776955079014/>

Para a classe alta, a estampa *animal print* era antigamente usada por mulheres mais maduras, o termo popular “peruas”, demonstrando extravagância e volúpia. Nos dias atuais, essas questões perderam-se no tempo e praticamente todas as mulheres usam o estilo de desenho. As estampas de bicho mais comuns na classe alta são onça, porém em algumas coleções/tendências outros tipos de animais são cogitados como a vaca, o jacaré, a girafa, etc. Os aspectos plásticos mais notáveis e relevantes encontrados nas observações foram na representação de cores, que são sóbrias e basicamente nos tons originais do animal (figura 96) com harmonia análoga ou monocromática, em escalas de tendências de moda, partem do real para o abstrato, misturando elementos para as representações das peles. Observou-se também a proporção dos motivos na estampa que variam do médio ao pequeno, variando sua forma na vestimenta, embora seja mais vista em camisas, saias e vestidos, mas

também é encontrada em outras modelagens de roupas, como macacões curtos e calças.

Figura 96: imagens de usuárias, sites/coluna social – classe alta

Fonte:<
http://www.purepeople.com.br/noticia/fashion-rio-confira-o-estilo-das-celebridades-na-semana-de-moda-verao-2014_a4219/18>

Fonte:
 <<http://revistaquem.globo.com/Moda/noticia/2014/06/tendencia-outonoinverno-famosos-apostam-em-looks-de-oncinha.html>>

Outro estilo de desenho mais frequente entre as usuárias da classe alta são as estampas florais representadas em vestidos longos. Esse estilo apresenta muitas opções; florais médios, pequenos (*liberty*) ou muito grandes, como os da estilista Adriana Barra. Em questões plásticas, destacam-se pelas cores análogas, contrastes ou trazendo o lúdico que transforma esses desenhos para uma realidade muito pessoal do artista. Alguns desses desenhos também buscam a realidade simbólica do elemento, e conforme Fontana (2012), a flor (figura 97 e figura 98) um símbolo antigo e comum, representa a formosura da alma, do amor e da fertilidade. Embora possua muitos significados e demudem de cultura para cultura. Entretanto essas significações não perduram até os dias atuais; a flor é simplesmente uma flor.

Figura 97: imagens de usuários em sites – classe alta

Fonte: http://caras.uol.com.br/fashion/aprenda-usar-vestido-floral-com-famosas-como-paolla-oliveira-e-bianca-bin#.Vv_JH_krKM9

Fonte: <http://www.elasnotapetevermelho.com.br/novo/retrosspectiva-2013-elas-amam-estampa-floral/>

Figura 98: imagens de usuárias, sites/coluna social – classe alta

Fonte: < <http://lisamis.com.br/inspiracao-estampas-florais-para-nova-estacao/> >

4.2.3 Resultados: rede social (Facebook) concernentes ao subproblema 1

O levantamento das imagens para o subproblema 1 (classe média) deu-se de maneira simultânea juntamente com a busca de dados para o subproblema 2 (classe alta), felizmente a busca de dados foi mais ampla e com mais facilidade em arrecadação de dados, visto que os perfis estavam abertos para consultas.

4.2.3.1 Aspectos observados: semânticos, simbólicos e plásticos (aspectos observados pela pesquisadora)

Percebeu-se nas fotografias de perfis na rede social que as formas de roupas mais frequentes foram vestidos, blusas e saias. As silhuetas mais frequentes foram retangulares, triângulos e ampulhetas, formatos de corpos mais comuns entre as brasileiras. Em relação ao estilo de desenhos destacaram-se florais, *animal print*, geométricos e misturas de desenhos, *patchwork*. As estampas florais são de proporção média a grande, com cores contrastantes de tons e por complemento, ou seja, cores contrastantes como azul e vermelho ou matizes vibrantes (figura 99 e figura 100) com tons mais apagados.

Figura 99: perfis de usuárias *Facebook* – classe média

Fonte: www.facebook.com.br (2015)

Figura 100: perfis de usuárias *Facebook* – Classe média

Fonte: www.facebook.com.br (2015)

O aspecto simbólico para esta estampa *animal print*, traz a questão do “empoderamento” da mulher, conforme Fontana (2012). Os animais são criaturas com conceitos simbólicos poderosos, trazendo características que remetem a presteza, astúcia, persistência, esperteza, entre outras. Para a classe média essa estampa apresenta ludicidade e agrega mais abstrações, visto que o desenho busca uma relação menos original, com traços mais simples e de forma vetorizada. Os animais mais frequentes são o tigre e a onça. Assim como na classe alta, dependendo da estação, aparecem outros tipos de animais como girafa, vaca, jacaré, etc., porém de maneira mais caricata. As cores são representadas conforme as tendências de moda, ou seja, a representação pode variar do vibrante ao natural (figura 101), com escala monocromática ou por harmonia análoga. Diferente da classe alta, essas estampas na classe média não apresentam muitas misturas de desenhos. Quanto à sintática, os desenhos variam de proporção em motivos que vão do médio ao pequeno e podem chegar a uma grande amplitude, variando sua forma na vestimenta. Embora seja mais vista em camisas, saias e vestidos, na classe média também é encontrada em outras modelagens de roupas, como em calças *legging*, por exemplo.

Figura 101: perfis de usuárias *Facebook* – classe média

Fonte: www.facebook.com.br (2015-2016)

Tabela 3 – Resumo de dados obtidos em perfis de usuárias do *Facebook* e sites de coluna social (subproblemas 1 e 2)

usuárias	Estampas	roupas	cores	composição	Observações
Classe alta	floral <i>animal-print</i> lúdico geométrico étnico <i>patchwork</i>	vestidos blusas saias	- harmonias análogas - preto e branco - harmonia complementar	desenhos com equilíbrio oculto, traço mais delineado, proporções médias e pequenas e próximas a uma fotografia	cores sóbrias e insaturadas. Harmonias por analogia, contrastes.
Classe média	<i>animal-print</i> <i>patchwork</i> abstrata floral	vestidos blusas saias macacões	- harmonias derivadas - harmonia tríade - contraste quente e frio	desenhos com equilíbrio simétrico ou desequilibrados com grandes proporções, caricatos	cores vibrantes e saturadas. Harmonia por contraste e análogas

Fonte: a autora (2016)

4.2.4 Resultados: lojas virtuais concernentes ao subproblema 1 e 2

A observação sistemática composta pelas análises das imagens dos sites de lojas virtuais foi realizada entre as marcas que continham mais informações sobre o público alvo e em que fosse possível identificar aspectos relevantes as classes sociais média (figura 102a, 102b e 102c) e alta (figura 103a, 103b e 103c) pesquisadas, ou seja, com um volume grande de imagens em estampas à medida em que o site proporcionasse mais escolhas em roupas estampadas. As lojas virtuais foram analisadas perante informações disponíveis pelas mesmas, informando o público-alvo e as características das usuárias, tornando possível fazer a distinção e segmentar as classes.

As imagens levantadas foram analisadas em estilos mais notáveis, cores, traços e composição imagética. Assim, foi possível verificar quais tipos de estampas é oferecida pelo mercado as determinadas classe social, sendo possível ainda analisar a porcentagem de cada tipo estampa disponível.

Figura 102a: amostras de imagens em estamparias para o subproblema 1

Fonte: a autora (2016)

Figura 102b: amostras de imagens em estamparias para o subproblema 1

Fonte: a autora (2016)

Figura 102c– amostras de imagens em estamparias para o subproblema 1

Fonte: a autora (2016)

Figura 103a – amostras de imagens em estamparias para o subproblema 2

Fonte: a autora (2016)

Figura 103b – amostras de imagens em estamparias para o subproblema 2

Fonte: a autora (2016)

Figura 103c – amostras de imagens em estamparias para o subproblema 2

Fonte: a autora (2016)

4.2.5 Resultado final das imagens levantadas no ciclo 1 (aspectos analisados pela pesquisadora)

O resultado final do levantamento de dados resultou em 400 imagens, desenhos de roupas estampadas, tratadas com recorte de 5 cm x 5 cm em abstração. Conforme informado anteriormente no capítulo 3.3, as imagens selecionadas e avaliadas foram levantadas de lojas virtuais.

Observou-se que nas amostras de imagens levantadas todos os estilos de desenhos foram encontrados, porém os mais notáveis para a classe alta foram os florais com 38,5% das imagens, os abstratos com 22,5% e os lúdicos com 14,5%. Os resultados são compatíveis com os dados obtidos no questionário 2 (usuárias), porém foi possível observar uma pequena diferença em relação ao estilo geométrico que foi um dos mais citados nos questionários e, no entanto, apareceu em apenas com 13,5% nas lojas virtuais investigadas na pesquisa. Os estilos de desenhos (quadro 15) mais notáveis para classe média foram florais (46,5%), abstratos (13%) e geométricos (11%). É interessante observar que as primeiras duas categorias de estilos, florais e abstratos, foram iguais tanto para a classe média quanto para classe alta. Os florais são sem dúvida o carro chefe das estamparias têxteis. Quanto às cores, nas duas classes investigadas em alguns momentos apresentam harmonias mais claras/apagadas ou vividas. É conveniente ressaltar que as cores na classe média, são reduzidas; os traços são mais robustos e sem muito acabamento. O arranjo de motivos, quando não são lineares, apresenta aleatoriedade sem muito equilíbrio na composição. Na classe alta geralmente o número de cores é elevado, e as imagens possuem características de fotografia. Os traços são delineados e geralmente apresentam equilíbrio oculto na composição. Contudo, as diferenças apresentadas entre as classe são mínimas, inclusive alguns desenhos poderiam ser confundidos com desenhos voltados para a classe alta.

Tabela 4 – Síntese das imagens levantadas no ciclo 1 e 2

Lojas virtuais classe alta			Lojas virtuais classe média		
Estilos de desenhos	Nº em estampas		Estilos de desenhos	Nº em estampas	
Florais	77	38,5%	Florais	93	46,5%
Geométricos	27	13,5%	Geométricos	22	11%
<i>Animal print</i>	6	3%	<i>Animal print</i>	23	11,5%
Abstratos	45	22,5%	Abstratos	26	13%
Lúdicos	29	14,5%	Lúdicos	16	8%
Étnicos	17	8,5%	Étnicos	20	10%
Total	200	100%	Total	200	100%

Fonte: a autora (2017)

4.3 CICLO 2: SELEÇÃO DAS IMAGENS EM ESTAMPARIA (GRUPO FOCAL E ENTREVISTAS)

As (imagens) estampas selecionadas para dar continuidade a pesquisa foram escolhidas randomicamente por alunos da Etec de Vila Formosa, foi pedido que escolhessem números de 1 a 200, aleatoriamente, para o grupo A – classe alta (quadro 17) e respectivamente para o grupo B – classe média (quadro 18)

Quadro 17 – Seleção de imagens em estamparias para o ciclo 2 (classe média)

Ordem de seleção das estampas: subproblema 1 (classe média)									
1		5		9		13		17
	amostra 66		amostra 20		amostra 171		amostra 36		amostra 21
2		6		10		14		18
	amostra 162		amostra 199		amostra 30		amostra 14		amostra 200
3		7		11		15		19
	amostra 15		amostra 13		amostra 86		amostra 07		amostra 55
4		8		12		16		20
	amostra 17		amostra 28		amostra 43		amostra 22		amostra 69

Fonte: a autora (2016)

Quadro 18 – Seleção de imagens em estamparias para o ciclo 3 (classe alta)

Ordem de Seleção das estampas: subproblema 2 (classe alta)									
1		5		9		13		17
	amostra 101		amostra 01		amostra 47		amostra 99		amostra 108
2		6		10		14		18
	amostra 153		amostra 27		amostra 60		amostra 88		amostra 102
3		7		11		15		19
	amostra 48		amostra 42		amostra 66		amostra 08		amostra 13
4		8		12		16		20
	amostra 24		amostra 45		amostra 05		amostra 70		amostra 133

Fonte: a autora (2016)

4.3.1 Ciclo 2: síntese e compilação de expressões, termos e metáforas mais notáveis identificados nas observações das respondentes

Conforme dados abaixo (tabela 5 e tabela 6) as categorias foram selecionadas de maneira aleatória, mediante informações mais concretas propostas pelos respondentes, trazendo adjetivos as amostras analisadas. A pesquisa mostrou que existe muitas significações para uma imagem, esses significados demonstram o nível de percepção visual e ainda o conhecimento específico ou não das usuárias e designers.

Tabela 5 – Compilação de dados concernentes ao grupo A e grupo B (usuárias)

Seção	Amostra	Categorias conceituais
Seção 1	101	Colorida, indígena, natureza, apagada, chapada, povão, desordem, simetria, literal, rústica, simbólica, tradicional, clássica, incomum, contemporânea, assimetria, figurativa, flexível, comum, sofisticada, linear e cromática
Seção 2	153	Cordas, surreal, simbólica, diferente mas clássica, estranha, natureza, cores escuras, orgânica, confusa, aleatória e fechada.
Seção 3	48	Parece ter qualidade, verão, natureza, saturado, elementos grandes, simbólica, natureza, folhagem e escura.
Seção 4	24	Parece um sapinho, figurativa, vitória-régia, discreta, sofisticada, simplicidade, linear, delicada, elegante e dá uma outra visão de espaço.
Seção 5	01	Grande, linhas sinuosas, assimétrico, grande proporção, horizontal, inclinado, aleatório e sem ritmo.
Seção 6	27	Parece CD, <i>chic</i> , rústica, roupa para noite, preto, dourado, aleatória, linear, continua, moderna e diferente.
Seção 7	42	Figurativa, decoração, lúdico e sofisticada.
Seção 8	45	Vibrante, sofisticado, rústico, barrado, folhagem, união, harmonia, orgânico e ordem.
Seção 9	47	Geométrico, desordem, cores contrastes e rústico.
Seção 10	60	Praiana, colorida, policromia, digital, transparência e diferente.
Seção 11	66	Figurativa, contos, sem ritmo, delicada, colorida e lúdica.
Seção 12	05	Figurativa, textura, orgânica, simbólica, divertida, aleatória, equilíbrio oculto, delicada, coração, harmonia, comum, contém Gestalt, sofisticada, ordem e assimétrica.
Seção 13	99	Saturada, harmonia, sofisticada, ponto e acromática.
Seção 14	88	Figurativa, orgânico, linear, clássica e acromática.
Seção 15	08	Bagunça, orgânico, abstrata, dobras, desordem e heterogênea.
Seção 16	70	Delicada, figurativa, apagada e pouco vibrante.
Seção 17	108	Natureza, rústica, cromática, simples, comum e aleatória.
Seção 18	102	Figurativa, padrão, escura, simbólica, simples e lúdica.
Seção 19	13	Antiga, mórbido, profundo, colorida, contrastes, retrô, volume, harmonia e simetria.
Seção 20	133	Grafismo, moderna, sofisticada, diferente, arrojada e colorida.
Grupo B	Amostra	Classe média
Seção 21	28	Figurativa, colorida, simbólica, contrastes, grande e comum.
Seção 22	162	Figurativa, simulacro, agressiva, textura e aleatória.
Seção 23	15	Delicada, neutra, contraste, traço gráfico e vitoriana.
Seção 24	17	Suave, repetição, orgânica, cromática, simples, antiga e linear.
Seção 25	20	Antiga, desconectada, geométrica, irregular e diferente.
Seção 26	199	Figurativo, delicado, minuciosa e sofisticada.
Seção 27	13	Confusa, abstrata e colorida.
Seção 28	66	Figurativa, floral, contrastes de cores
Seção 29	171	Figurativo, animal e cores análogas.
Seção 30	22	Velho, figurativo e básico.
Seção 31	30	Psicodélico, velho Indiano, estilo e curvas.
Seção 32	69	Manchado, desgastado, figurativo e velho.
Seção 33	43	Volume e geométrico.
Seção 34	36	Figurativo, contrastes e manchado.
Seção 35	14	Linear, simples, geométrica, <i>Op Art</i> e colorido.
Seção 36	07	Listrado, geométrico, apagado e repetição.
Seção 37	22	Delicada, lúdica e figurativa.
Seção 38	21	Figurativo, apagada, abstrata, linear e orgânica.
Seção 39	200	Leve, apagada, manchado, literal e desordem
Seção 40	55	Figurativo, apagado e rústico.

Fonte: a autora (2016)

Tabela 6 – Compilação de dados concernentes ao grupo A e grupo B – (designers)

Grupo A	Amostra	Categorias conceituais
Seção 1	101	Tribal, orgânico, neutralidade, mistura de elementos, linear, contraste, simetria, harmonia, recorte e ordem.
Seção 2	153	Contraste, acromático, saturação, tridimensional, feminino, figurativo, assimétrico e simbólico.
Seção 3	48	Figurativo, natural, sóbrio, antigo, limitado, realista, contraste, colorido.
Seção 4	24	<i>Rapport</i> , geométrico, figurativo e contraste.
Seção 5	01	Geométrico, aleatório, movimento, curva, recorte, orgânico, neutro, simbologia, assimétrico e tradicional.
Seção 6	27	Misturado, textura, brilhante, fosco, quente e moderno.
Seção 7	42	Natureza, figurativo, profundidade, conexão, complementar e quente.
Seção 8	45	Figurativo, rústico, ilustrado, tropical, movimento e estático.
Seção 9	47	Futurista, moderno, simbólico, geométrico, união e cromático.
Seção 10	60	Multicolorido, pensada, equilíbrio, psicodélico, sobreposição, harmonia e assimetria.
Seção 11	66	Lúdico, ilustração, colorido e assimétrico.
Seção 12	05	Romântico, desigual, tradicional, harmonia, delicado, simbólico, contraste, acromático, agressivo, aleatório e diagonal.
Seção 13	99	Indígena, simbólico, moderno, ritmo, refletido, aleatório e contraste.
Seção 14	88	Geométrico, confusa, simbólico, agrupado, acromático e moderno.
Seção 15	08	Abstrato, fluido, natural, orgânico, geométrico, estranho e cromático.
Seção 16	70	Lúdico, dinâmico, campestre, colorido, cromático, plano e figurativo.
Seção 17	108	Mistura, figurativo, equilíbrio, assimetria, cores neutras e contraste.
Seção 18	102	Figurativo, lúdico, axial, cromático, <i>rapport</i> e linear.
Seção 19	13	Velho, antigo, cromático, básico, figurativo e simbólico.
Seção 20	133	Traço livre, urbano, contornos, cromático, ilustrativo, sofisticado e assimétrico.
Grupo B	Amostra	Categorias conceituais
Seção 21	28	Antigo, clássico, natureza, impressionista, forçada, cromática e comum.
Seção 22	162	Superficial, desarmonia e cores análogas.
Seção 23	15	Étnico, simples, diferente, moderno, simbólico e orgânico.
Seção 24	17	Tradicional, fechado, modular e orgânico.
Seção 25	20	Indiano, britânico, clássico, simbólico, orgânico, cromático, equilíbrio e seriado.
Seção 26	199	Quebrado, linear, geométrico, ritmo, recorte, urbano e alto contraste.
Seção 27	13	Velho, antigo, simbólico, contraste, volume, figurativo e profundidade.
Seção 28	66	Oriental, simbólico, cromático, confusa, equilíbrio, assimétrico e orgânico.
Seção 29	171	Fusão, figurativo e seriado.
Seção 30	22	Figurativo, indiano, sinuoso, velho, básico, simbólico e cromático.
Seção 31	30	Cromático, vibrante, equilíbrio, brega, desconectada, aleatório, lógica, diagonal e axial.
Seção 32	69	Étnico, tradicional, variedade, contraste, volume, textura, geométrico e orgânico.
Seção 33	43	Clássico, claro/escuro, equilíbrio e contraste.
Seção 34	36	3D, manchado, contraste e figurativo.
Seção 35	14	Indígena, linhas retas, retrô, sobreposições e contrastes.
Seção 36	07	Natural, clássico, trançado, sofisticado, cromático, agrupamento e assimétrico.
Seção 37	22	Figurativo, ritmo, ênfase, modular, escuro e cromático.
Seção 38	21	Natureza, figurativo, simbólico, pálido, apagada, aleatório, linear e cromático.
Seção 39	200	Figurativo, confuso, psicodélico, estranho, pálido, cromático, aleatório e assimétrico.
Seção 40	55	Figurativo, desarmonia, estilizado, textura e análogo.

Fonte: a autora (2017)

4.3.2 Resumo das associações dos entrevistados

Grupo A – traço mais delicado e diferente, os desenhos são mais elaborados, mais próximos ou parecidos como uma fotografia. Equilíbrio sintático oculto, simetria e assimetria, organização e arranjos das formas em composição mais aleatórias, porém muito bem-dispostas. Cores mais sóbrias e mais ricas em variações de tons.

Grupo B – estampas mais simples na elaboração do desenho, visto que é menos acabado e com finalização mais simples. As cores primárias estão mais presentes, utilizando muitos contrastes, organização em *rapport* linear e aleatório. As formas figurativas não são muito definidas, com característica de vetor.

4.4 CICLO 3: RESULTADOS OBTIDOS PARA O SUBPROBLEMA 3

Neste ciclo foi utilizado o método do diferencial semântico, em que o respondente proporciona informações acerca de si mesmo e é útil para obter informações de certa magnitude e com indivíduos separados, evitando assim, contaminações intrapessoais. O diferencial semântico (DS) foi produzido por meio de categorias conceituais para avaliar imagens em estamparias têxteis, destacando a percepção semântica, criando uma variável, conforme o grupo avaliado. Esses conceitos foram expressos em dez imagens (selecionadas), com dez propostas em escalas semânticas com escalas graduais, por meio dos quais os sujeitos avaliam o conceito que mais se aproxima das suas percepções, tendo em cada extremo dois adjetivos opostos. As imagens em estampas foram apresentadas com as vestimentas e disponibilizadas para avaliação e abaixo foram colocadas as escalas semânticas de zero a cinco, pertinentes aos aspectos levantados no ciclo 1 e ciclo 2.

As imagens foram escolhidas aleatoriamente, pois como foram colocadas por seções e os conceitos transcritos, não houve particularidades ou contaminações visuais na escolha, visto que quando as informações foram transcritas do áudio não se fez o uso da imagem para tal processo. A sistematização e transcrição de dados foram feitas em tabelas, com separação de categorias e aproximação de valores qualitativos

entre as imagens, em que se proporcionou a seleção de categorias conceituais para o diferencial semântico (tabela 7)

Tabela 7 – Definição de categorias para o diferencial semântico

	2	1	0	1	2	
equilibrado						desequilibrado
simétrico						assimétrico
clássico						moderno
cromático						acromático
linear						aleatório
comum						incomum
simbólico						literal
figurativo						abstrato
sofisticado						rústico
geométrico						orgânico

Valores

Fonte: a autora (2017)

As imagens em estamparias para os subproblemas 1 e 2, equivalentes ao grupo B e grupo A, foram escolhidas e preparadas para o questionário (figura 104 e figura 105) –diferencial semântico – em que foi disposto em uma escala gradual semântica adjetivos subjetivos e opostos proporcionando uma avaliação subjetiva-técnica.

Figura 104: Grupo A – estampas classe alta (subproblema 2)

Fonte: a autora (2016)

Figura 105: Grupo B – estampas classe média (subproblema 1)

Fonte: a autora (2016)

Os resultados pertinentes ao subproblema 3 no ciclo 3 tiveram características homogêneas, que foi preservado certos predicados conforme implica a pesquisa, abstraindo elementos que compusessem semelhanças. O objetivo desse método foi entender as percepções e opiniões, em relação às imagens em estamparias apresentadas, obtendo dados para comparações. Esta técnica dimensiona de maneira que o avaliador não tem envolvimento com o resultado obtido e se limita a transcrever as percepções dos participantes da pesquisa, permite também a reflexão e compreensão acerca das criações em estampas produzidas para a moda.

4.4.1 Gráficos concernentes a resultados do grupo A (classe social alta)

Os gráficos abaixo apresentam cotejamento final entre as máximas observadas no grupo A (classe alta) e no grupo B (classe média) indicando valores máximos obtidos após a tabulação das respostas dos respondentes. Os resultados observados nos gráficos apresentaram desvio padrão elevado, em que determinadas categorias como simetria/assimetria (gráfico 3 e gráfico 4) e figurativo/abstrato (gráfico 7 e gráfico 9) servem como exemplificação para demonstrar que não existe uma regra de composição que seja padrão para um desenho para estamparia têxtil, independente da classe social, visto que ora uma estampa pode ser mais figurativa, abstrata, simétrica ou assimétrica, e isso vai depender totalmente da proposta.

Gráfico 3 – Grupo A: amostra 1 (classe alta)

Fonte: a autora (2017)

O gráfico 4 apresenta desvio padrão elevado em equilíbrio/desequilíbrio, cromático/acromático e em estilo de desenho geométrico/orgânico. Conforme profissionais, esta imagem remete ao futurismo, ao moderno, traz sensações simbólicas, união entre os elementos e cromático.

Gráfico 4 – Grupo A: amostra 4 (classe alta)

	2	1	0	1	2	
equilibrado	13					desequilibrado
simétrico					21	assimétrico
clássico			20			moderno
cromático	28					acromático
linear					25	aleatório
comum			25			incomum
simbólico				22		literal
figurativo					33	abstrato
sofisticado		21				rústico
geométrico	49					orgânico

Fonte: a autora (2017)

O gráfico 5 apresenta desvio padrão elevado em simetria/assimetria, aleatório/linear e em estilo de desenho geométrico/orgânico. O desenho apresenta linearidade com pontos de tensão e respiro entre os motivos, é figurativo, embora as usuárias não conseguiram definir os círculos apresentados, destacando o ponto neutro. Embora o desenho apresente uma concepção moderna em elementos e produção visual, pois traz a produção digital como impressão, as participantes concluíram que esta categoria apresentou a média neutra.

Gráfico 5 – Grupo A: amostra 6 (classe alta)

	2	1	0	1	2	
equilibrado				21		desequilibrado
simétrico					42	assimétrico
clássico			18			moderno
cromático				16		acromático
linear					17	aleatório
comum				16		incomum
simbólico		20				literal
figurativo			19			abstrato
sofisticado				21		rústico
geométrico	35					orgânico

Fonte: a autora (2017)

O gráfico 6 apresenta desvio padrão elevado em simetria/assimetria, simbólico/literal, linear/aleatório e figurativo/abstrato. Este estilo de desenho apresenta composição baseado nas leis da Gestalt, em que os corações vermelhos são pouco notados, além do desenho de *animal print* como textura, que também não foi observado pela maioria dos participantes. É interessante observar que esta imagem apresentou no critério geométrico/abstrato a média neutra, porém se analisar, o desenho não apresenta geometria e sim traços orgânicos.

Gráfico 6 – Grupo A: amostra 8 (classe alta)

Fonte: a autora (2017)

O gráfico 7 apresenta um desvio padrão elevado em várias categorias. Embora o desenho seja cromático, nas observações das usuárias a graduação média foi neutra. Este desenho possui traço espontâneo, inusitado, dentro da arte contemporânea e por isso está dentro da estética etimológica do sofisticado, que é um adjetivo na língua portuguesa utilizado para considerar algo de bom gosto e com muito esmero ou por possuir grande complexidade e requinte. Interessante ressaltar que as respondentes usuárias consideram este desenho clássico, porém o desenho não apresenta características dentro das concepções da estética clássica.

Gráfico 7 – Grupo A: amostra 9 (classe alta)

Fonte: a autora (2017)

O gráfico 8 apresenta desvio padrão elevado em várias categorias. A estampa apresenta simbolismo e traz profundidade na composição das cores e possui harmonias por temperatura e análogas. Na visão da autora o desenho é sofisticado pela complexidade de proporções entre os elementos, porém nas observações das usuárias a graduação média foi neutra. Ressalta-se que os especialistas trouxeram a ideia de retro, algo inspirado nos anos 70.

Gráfico 8 – Grupo A: amostra 10 (classe média)

Fonte: a autora (2017)

No gráfico 9 a estampa apresenta desvio padrão elevado em quase todas as categorias, exceto na categoria comum/incomum e segundo a visão das usuárias é uma categoria neutra. Os desvios são interessantes, pois trazem percepções acerca das temáticas em produção de desenhos. Este desenho possui traço mais duro

e linear, trazendo a concepção de continuidade, e conforme usuárias e profissionais as categorias percebidas no desenho foram confirmadas.

Gráfico 9 – Grupo A: amostra 11 (classe alta)

Fonte: a autora (2017)

4.4.2 Gráficos concernentes a resultados do grupo B (classe social média)

No gráfico 10 as estampas também apresentaram desvio padrão elevado em várias categorias como simetria/assimetria, linear/aleatório e figurativo/abstrato. Embora o desenho traga representações simbólicas e orgânicas, nas observações das usuárias nas duas categorias a graduação foi neutra. As flores têm representação orgânicas com formas curvas e dispostas de maneira aleatória.

Gráfico 10 – Grupo B - amostra 2 (classe média)

Fonte: a autora (2017)

O gráfico 11 apresenta desvio padrão elevado nas categorias clássico/moderno, cromático/acromático e figurativo/abstrato. Embora o desenho traga representações simbólicas e orgânicas, nas observações das usuárias nas duas categorias a graduação média foi neutra. O etilo do desenho é floral, porém suas linhas são mal-acabadas dificultando a percepção dos elementos.

Gráfico 11 – Grupo B: amostra 3 (classe média)

Fonte: a autora (2017)

No gráfico 12 o desenho proporciona desvio padrão elevado nas categorias equilíbrio/desequilíbrio, simetria/assimetria, linear/aleatório, simbólico/literal e figurativo/abstrato. Embora o desenho traga linhas orgânicas e curvas sinuosas nas observações das usuárias a graduação foi neutra.

Gráfico 12 – Grupo B - amostra 5 (classe média)

Fonte: a autora (2017)

O gráfico 13 foi a estampa que menos apresentou desvio padrão elevado, exibiu somente nas categorias cromático/acromático, linear/aleatório e figurativo/abstrato. Embora o desenho possua concepções simbólicas, nas observações das usuárias a graduação foi neutra.

Gráfico 13 – Grupo B - amostra 7 (classe média)

	2	1	0	1	2	
equilibrado				19		desequilibrado
simétrico				19		assimétrico
clássico		16				moderno
cromático	22					acromático
linear					23	aleatório
comum		20				incomum
simbólico			15			literal
figurativo	33					abstrato
sofisticado			17			rústico
geométrico				22		orgânico

Fonte: a autora (2017)

O gráfico 14 exibe um desenho com desvio padrão elevado em várias categorias. Esta estampa, assim como a amostra 11 da classe alta, apresentou muitos extremos em suas categorias semânticas. Embora o desenho traga linhas orgânicas e curvas, nas observações das usuárias a graduação média foi neutra.

Gráfico 14 – Grupo B - amostra 12 (classe média)

	2	1	0	1	2	
equilibrado	38					desequilibrado
simétrico	35					assimétrico
clássico			14			moderno
cromático				14		acromático
linear	31					aleatório
comum			18			incomum
simbólico	24					literal
figurativo				20		abstrato
sofisticado			22			rústico
geométrico			15			orgânico

Fonte: a autora (2017)

O gráfico 15 proporciona amostra de um desenho de estilo abstrato, com linhas orgânicas, de padrão linear e simétrico. Apresentou neutralidade em apenas uma categoria, linear/aleatório, na visão das usuárias, embora, na visão da autora, seja um padrão totalmente linear e simétrico. Nas outras categorias apresentou desvio padrão elevado e o destaque ficou para acromático que foi o único quesito contrário na posição do gráfico, ainda que a estampa seja monocromática.

Gráfico 15 – Grupo B – amostra 13 (classe média)

Fonte: a autora (2017)

O gráfico 16 apresenta desvio padrão elevado em praticamente todas as categorias do diferencial, passeando entre os extremos. É uma estampa com estilo de desenho com linhas, verticais, diagonais e horizontais, traçando um perfil geométrico e linear. A estampa não obteve nenhuma categoria com destaque neutro.

Gráfico 16 – Grupo B - amostra 14 (classe média)

Fonte: a autora (2017)

4.4.3 Média ponderada das categorias indutivas

Após mapeamento das categorias em gráficos traçando as máximas, cada amostra de estampa foi separada por categorias conceituais e transcritas em tabelas, sistematizando os dados, assim foi possível aplicar a média ponderada para cada quesito das classes mencionadas. O objetivo era chegar em um resultado (tabela 9) que indicasse a média em cada categoria entre a classe alta e a classe média de acordo com o número de respondentes.

Tabela 8 – Cálculo de média ponderada

Exemplo:						
Atributo	Valor total de cada estampa x peso					Número de respondentes
B1- amostra 2	108x5=108	69x4=276	79x3=237	62x2=124	67x1=67	55x7= 385
	Soma dos valores já multiplicados pelos pesos					Divisão pelos respondentes
						1244/385
	540+276+237+124+67=1244					Média ponderada 3,2%

Fonte: a autora (2017)

Tabela 9 – Exemplo de cálculo das categorias conceituais

Categorias conceituais induzidas - equilíbrio/desequilíbrio							
Grupo A		5	4	3	2	1	Total
A1	Amostra 1	12	9	14	14	6	55
A2	Amostra 4	13	12	10	11	9	55
A3	Amostra 6	5	5	9	21	15	55
A4	Amostra 8	3	10	17	11	14	55
A5	Amostra 9	10	4	8	12	21	55
A6	Amostra 10	27	14	10	1	3	55
A7	Amostra 11	44	8	2	1	0	55
Total		114	62	70	71	68	385
		570	248	210	142	68	1238
						Média	3,2

Fonte: a autora (2017)

O cálculo utilizado para a média foi somar o total de cada categoria conceitual por coluna, multiplicado pela ponderação que é equivalente ao peso, depois esses valores são somados em cada coluna e temos um número, que foi finalmente dividido pelo

número de respondentes já multiplicado pelo número de estampas analisadas. (tabela 8)

Os dados foram apurados e transcritos para uma tabela principal (tabela 10) demonstrando as médias ponderadas das sete amostras de estampas da classe média comparadas as médias das sete amostras do grupo (A) entre as sete amostras do grupo (B), desvinculando as usuárias e designers no conjunto das 55 respondentes, onde foi possível observar as diferenças entre os grupos analisados, foram avaliadas as respostas das designers e usuárias separadamente e em seguida o grupo geral das respondentes.

A média ponderada no geral teve variação entre (2,5%) a (3,8%) sendo a menor na categoria comum/incomum no conjunto das usuárias e no conjunto geral das respondentes. A média (3,8%) apareceu na categoria equilibrado/desequilibrado na classe média em todos os grupos analisados, destacando que o equilíbrio nas composições em estamparias para classe média é mais evidente, visto que, segundo entrevistados (designers) mencionaram que o equilíbrio é oculto nas imagens em estamparia para a classe alta. Embora apresente igualdade nas respostas, a variação final foi de 0,6%, destacando a classe média mais equilibrada.

Já na categoria clássico/moderno a média também foi de 3,8%, porém este dado apareceu apenas na classe média no grupo de designers, ou seja, na visão das designers as estampas para classe média apresenta estilo mais clássico em suas composições em relação à classe alta. Na visão das usuárias apresentou neutralidade com o valor de 3,4% para as duas classes, ou seja, as imagens não clássicas e nem modernas.

Na categoria simetria/assimetria também demonstrou avaliações mais elevadas para a classe média 3,7% na visão das designers 3,5% na visão das usuárias em relação à classe alta que foi de 2,7% na visão das designers, assim como 2,8% na visão das usuárias, ou seja, as estampas para a classe média são mais simétricas do que assimétricas.

Na categoria cromática/acromática a classe alta apresentou mais cores vivas e mais variedades em tons, na visão das designers houve média de 3,6% em relação a classe média que foi de 3,4%. Quanto às usuárias, o resultado não foi diferente, por mais que seja em menor proporção a classe alta apresentou 3,3% e a classe média 3,2%. Embora seja importante ressaltar que segundo as usuárias, nos questionários, as cores descritas para a classe alta eram mais sóbrias, porém com muita harmonia. A classe média possui cores mais saturadas, porém parecem desbotadas.

A categoria linear/aleatório corresponde à disposição dos elementos na superfície, em que a composição apresenta uma linha. Segundo as designers, apresenta ser mais linear com 3,3% e na classe média e mais aleatório na classe alta com 3,2%. Porém as usuárias acreditam ser mais linear na classe alta do que na média. Embora no conjunto geral a classe média tenha apresentado linearidade maior de 3,3% do que a classe alta 2,8%.

A categoria comum/incomum descreve aquele que pertence a muitos, algo trivial, normal ou habitual, assim todos os grupos analisados destacaram que os desenhos em estamparias, são comuns e não trazem novidades, no grupo das designers apresentou média de 3,6% na classe média e mais incomum com 2,5% na classe alta. E da mesma maneira no grupo das usuárias com média de 3,3% para o comum para classe média de 2,7% para classe alta.

Na categoria simbólica representa tudo o que não é concreto, porém faz relação com o imaginário. Na concepção das designers os desenhos apresentam ser mais simbólico com 3,3% para a classe média, em contrapartida para as usuárias os desenhos apresentam mais simbolismo na classe alta com 3,5% o mesmo resultado foi encontrado no grupo geral.

Na categoria figurativo/abstrato representa formas que podem ser reconhecidas na natureza humana, em contrapartida o abstrato que traz a concepção do que não é reconhecível em formas. As designers classificaram as estampas como figurativo quanto abstrato com média de 3,5%. Para as usuárias as estampas são mais

figurativas para a classe média, assim como na avaliação do grupo geral com média de 3,6%.

A categoria sofisticado/rústico, esta categoria está conectada a qualidades que reverberam ao rebuscado, a originalidade, ao requinte, ao fino e ao bom gosto. O rústico representa algo sem acabamento, grosseiro ou que aparenta simplicidade. Segundo as designers os desenhos são mais sofisticados na classe média com 3,7% e para as usuárias apresentou neutralidade nas duas classes sociais, ou seja, é tanto rústico quanto sofisticado.

E por fim a categoria geométrico/orgânico, esses desenhos é relativo a geometria, os traços são rigorosos, e linhas retas, formando desenhos de círculos, quadrados, etc. Diferentemente do orgânico que está ligado a processo, costume e a natureza. Os resultados desta categoria foi o que mais apresentou igualdade, visto que as categorias das usuárias e o grupo geral apresentaram os mesmos resultados para a classe média 3,4%, ou seja, mais geométrico que na classe alta, porém no grupo das designers os desenhos são mais geométricos na classe alta com 3,4%.

Tabela 10 – Média ponderada concernentes as classes sociais média e alta

Categoria Conceituais	Média ponderada designers		Média ponderada usuárias		Média ponderada usuárias e designers	
	Classe média	Classe alta	Classe média	Classe alta	Classe média	Classe alta
equilibrado/desequilibrado	3,8	3,2	3,8	3,2	3,8	3,2
simetria/assimetria	3,7	2,7	3,5	2,8	3,5	2,8
clássico/moderno	3,8	3,2	3,4	3,4	3,5	3,3
cromático/acromático	3,4	3,6	3,2	3,3	3,2	3,3
linear/aleatório	3,3	3,2	2,9	3,1	3,3	3,1
comum/incomum	3,6	2,5	3,3	2,7	3,4	2,6
simbólico/literal	3,3	3,2	3,2	3,5	3,4	3,5
figurativo/abstrato	3,5	3,5	3,2	3,0	3,6	3,1
sofisticado/rústico	3,7	3,1	3,2	3,2	3,1	3,2
geométrico/orgânico	3,2	3,4	3,4	3,3	3,4	3,3

Fonte: a autora (2017)

Os gráficos a seguir apresentam dados entre as médias ponderadas das sete amostras de estampas da classe média e classe alta comparadas as médias das 7 amostras no grupo de 50 usuárias.

Com os resultados das tabelas foram gerados seis gráficos (gráficos 17,18,19, 20, 21 e 22) que resultou em uma curva para cada classe investigada, em que demonstrou que os aspectos encontrados e comparados são sutis e pouco delineados em cada categoria investigada. As linhas demonstram inclinações mediante as respostas das participantes. Por exemplo no gráfico 17, que na categoria equilíbrio/desequilíbrio apresentou igualdade de 0,6% entre as classes sociais analisadas, sob a perspectiva das designers e usuárias. Trazendo a sintaxe visual de equilíbrio oculto para a classe alta e mais simétrico para classe média.

Na categoria sofisticado/rústico entre as designers, a contestação foi 0,1%, ou seja, praticamente não existe diferença nesse conceito. Porém existe uma variação de 0,6% na percepção das designers, concepção técnica que difere uma classe da outra. E o cromático/acromático a diferença é de 0,2% no grupo das designers (gráfico 17) e entre as usuárias foi de 0,1%. Os resultados apresentou na categoria figurativo/abstrato igualdade para as duas classes na visão das designers. Para as usuárias a variação foi de 0,2%.

A percepção das usuárias trouxe composições pouco delineadas, assim como para as designers. Na categoria simetria/assimetria 0,7%, ou seja, uma diferença de apenas 0,3% de inclinação entre as classes.

O clássico/moderno apresentou uma variação de 0,4%, no entanto a curva na percepção das usuárias (gráfico 18) resultou em 0,0% (gráfico 17), desta forma a observação dos designers se sustenta de que a composição semântica entre as categorias apresentam um pequeno distanciamento em concepções históricas e de entendimento cultural.

Na categoria simbólico/literal a diferença compete a 0,1% na visão geral entre as designers e usuárias, ou seja, parâmetros mínimos, porém dados relevantes para

entender um pouco sobre as estamparias. Na categoria (gráfico 17) conceitual comum/incomum, na visão geral, a alteração foi de 0,8%, sendo uma das maiores inclinações entre as classes, em seguida a categoria simetria/assimetria, no geral, a variação ocorreu em 1,0%, ou seja, os desenhos são mais simétricos na classe média do que na classe alta.

Gráfico 17 – síntese agregada entre os resultados das categorias da classe média e alta entre as designers, demonstrando as curvas apuradas

Fonte: a autora (2017)

A curva encontrada delineia que, em relação a classe alta, tanto as usuárias quanto as designers são bem próximas, somente na categoria figurativo/abstrato apresentou 0,5% de diferença entre as classes, o restante se comparado a média foi de 0,2%

e quase todas as categorias, apresentando neutralidade somente na categoria equilibrado/desequilibrado.

Gráfico 18 – síntese agregada entre os resultados das categorias da classe alta e média entre as usuárias, demonstrando as curvas apuradas

Fonte: a autora (2017)

No gráfico 18 a categoria geométrico/orgânico, na visão das usuárias, a síntese agregada foi de 0,1%. Quanto a categoria comum/incomum apresentou 0,8% de distanciamento. E o figurativo/abstrato apresentou 0,5% de distanciamento entre as classes observadas pela usuárias.

A curva no gráfico 19, apresenta a compilação da classe alta entre usuárias e designers, o resultado dissemelhantes dentre as categorias são: simetria/assimetria que apresentaram distanciamento de 0,1%, e a categoria clássico/moderno e comum/incomum o desvio foi 0,2% e somente na categoria equilibrado/desequilibrado apresentou neutralidade entre as variações da classe alta entre as usuárias e designers. As categorias cromático/acromático e simbólico/literal foi de 0,3%. O figurativo/abstrato foi maior variação dentre todas as categorias de 0,5%.

Gráfico 19 – síntese estratificada entre os resultados das categorias da classe alta entre as designers e as usuárias, demonstrando as curvas apuradas

Fonte: a autora (2017)

A curva no gráfico 20, apresenta a compilação da classe média entre usuárias e designers, o resultado dentro as categorias conceituais são bem próximas, porém com mais distancias entre as classes. Algumas categorias como: figurativo/abstrato e sofisticado/rústico, apresentaram distanciamento de 0,5%, e a categoria clássico/moderno e linear/aleatório o desvio foi 0,4% e somente na categoria equilibrado/desequilibrado apresentou uma margem de 0,5% de diferença entre as classes, o restante a média foi de 0,2% em quase todas as categorias, apresentando neutralidade somente na categoria equilibrado/desequilibrado.

Gráfico 20 – síntese estratificada entre os resultados das categorias da classe média entre as designers e as usuárias, demonstrando as curvas apuradas

Fonte: a autora (2017)

Gráfico 21 – Síntese final entre as respostas específicas da classe média e classe alta concernentes as usuárias e designers

Fonte: a autora (2017)

Gráfico 22 – Síntese final agregada entre a classe social média e classe social alta

Fonte: a autora (2017)

5 CONCLUSÃO

Com base no arranjo de análises elaborado no capítulo 4 e na síntese de gráficos apresentados na seção anterior, pode-se dar embasamentos para a conclusão deste trabalho. Esta investigação é sobre as comparações em estamparias têxteis voltadas as classes sociais média e alta, que possibilitou refletir e apreender as percepções das usuárias e profissionais da área em estamparias gráficas têxteis, além de observações sistemáticas da pesquisadora.

Com a análise dos diversos agentes envolvidos, cujas visões foram apresentadas no subproblema 1 (classe média) e subproblema 2 (classe alta), bem como a comparação entre os dois subproblemas apresentado no subproblema 3 (cotejamento), o quadro de análise de pesquisa parece estar completo permitindo um afastamento para entender a dinâmica e fazer apreciações mais abrangentes que compõem esta seção de conclusões.

Consequentemente o raciocínio acerca dos resultados é de que a moda se tornou pluralista e atua em um compasso tão veloz que corre o risco de declínio, em que tudo se torna efêmero, tornando-se impossível disseminar novos estilos para determinados públicos. Por outro lado, não é uma concepção maliciosa dos dados apurados, isso demonstra que a moda está se tornando mais democratizada, sem divisões perceptíveis na criação de estampas têxteis, pois as criações estão praticamente análogas para todos os tipos de classes.

As estampas têxteis de moda fazem parte do cotidiano das usuárias e estão presentes no dia a dia, mas muitas vezes a contribuição do designer têxtil é corriqueira e passa despercebida; a maioria das pessoas não sabem o que faz um designer têxtil e qual sua participação na evolução e desenvolvimento na área de moda. Um designer têxtil possui habilidades que abrangem conhecimentos e técnicas específicos, além de compreender processos necessários de impressão têxtil. Estes artistas apresentam também a capacidade de decodificar as inspirações de design, avaliar as tendências de moda, público-alvo e as reivindicações de diferentes segmentos do mercado. O processo ou projeto de criação para uma estampa têxtil possui bases que não

podem desconsideradas, pois o processo criativo é dinâmico e está sempre se renovando, demudando, proporcionando novas visões e conexões entre as mais variadas áreas. Não existe uma fórmula pronta ou perfeita, apenas uma tendência de projeto que acontece por meio das mediações multidirecionais.

Os elementos sintáticos estão presente na criação das estampas têxteis, mesmo que criada de maneira subjetiva ou dedutiva. Embora nem todos os profissionais não tenham o conhecimento ou faça uso das regras de sintaxe visual, os desenhos apresentam importâncias consideráveis, visto que os estilos são delineados de maneira imposta por tendências, porém a construção depende do designer, do seu conhecimento em composição dos elementos formais e estética. Geralmente os desenhos apresentam equilíbrio, simetria, tensão, harmonia, repetição, harmonia de cores, etc., estes elementos plásticos bem combinados proporcionam uma estampa mais atrativa.

Os arranjos apresentaram que as estampas são equilibradas nas duas classes analisadas, ou seja, na categoria equilibrado/desequilibrado apresentou resultados muito próximo de 3,8% para classe média e 3,2% para classe alta, gerando 0,6% de diferença entre as classes, destacando que a classe média possui desenhos mais equilibrados do que a classe alta, isto se confirma na categoria linear/aleatório, pois demonstra que os desenhos da classe média são mais lineares com 3,3% contra os da classe alta 3,1%, porém isto não significa que os desenhos da classe alta sejam desequilibrados, pois segundo o conceito das regras de comunicação as estampas são extremamente equilibradas, pois seu equilíbrio é oculto demonstrando que as estampas são planejadas.

É Interessante observar que assim como a palavra, a estampa têxtil acrescenta valores e pode trazer percepções e revelar costumes, e isso faz parte da era moderna, em que os costumes não se perderam e classificações antigas ainda perduram, mesmo que muito singelas, como os uniformes listrados, que traziam essa questão de separação, como nos presidiários, ou nos uniformes que os judeus que eram obrigados a usarem no campo de concentração e uma versão mais lúdica de *Walt Disney* “os irmãos metralha”.

Quanto ao valor estético foi possível observar que a subjetividade existe e é impossível separar questões como o bonito e o feio, pois a aversão as preferências dos outros está relacionada ao “gosto”, afinal as prioridades de cada indivíduo são despontadas por meio das práticas de consumo, são objetos de condicionamentos integrados a uma classe ou fração de classe, como a moda que é um objeto de desejo, como fala Bourdieu. Essas preferências estão amplamente ligadas a questão particular, ao aprendizado e a estilos de vida dos sujeitos. Abalizando parâmetros entre sujeitos, mesmo que estejam fora do campo social instituído das semelhanças, que fatalmente propagam diferenças.

As observações dentre as 400 imagens nortearam a visão de que os desenhos, são importantes para as usuárias, pois nas duas classes o estilo floral são unânimes nas escolhas e na produção de roupas para classe média (46,5%) e classe alta (38,5%), embora as flores tenham grandes simbologias com variação de apenas de 0,1% entre as classes, demonstrou que a classe alta apresenta mais simbologia do que a classe média. Porém, esta categoria não teve grande destaque nas observações nos grupos avaliados. Já os desenhos abstratos são preferidos pela classe alta com 22% versus 13% das preferências da classe média. Simbologias e significados de desenhos não são questões pertinentes as usuárias, mas podem apresentar questões ligadas a estudos de estilos de vida.

O cruzamento geral destas estratificações delineiam curvas pouco acentuadas, revelou singular e pouco antecipada convergências entre as análises de dados atribuídos às classes média e alta sobre padrões de estamparias têxteis. Notou-se coincidências acentuadas nas respostas das categorias conceituais simbólico/literal, cromático/acromático, sofisticado/rústico, linear/aleatório, clássico/moderno e geométrico/abstrato entre amostras de padronagens têxteis em roupas voltadas às classes média e alta. Apresentou também variações discretas, como por exemplo, na classe média a categoria figurativo/abstrato foi de 3,6% e para a classe média é 3,1% para a classe alta, configurando uma variante discreta de 0,5%. Também apresentou diferença tímida na categoria equilibrado/desequilibrado de 0,6% entre as classes, sendo 3,8% para classe média e 3,2% para classe alta, assim como a categoria simetria/assimetria que apresentou 3,5% para classe média e 2,8% para

classe alta, configurando 0,7%. A categoria comum/incomum apresentou a maior variação no conjunto geral categorias analisadas 0,8% em que apresentou 3,4% para classe média e 2,6% classe alta. Estes parâmetros revelam que uma estampa pode ser considerada apenas um desenho impresso em uma superfície têxtil e que não apresenta concepções simbólicas ou semânticas. Por outro lado, pode possuir apego subjetivo com a usuária, em que se destaca a cor, o traço delineado, o estilo de desenho e por fim o modelo da roupa. Foi possível notar que a percepção desses elementos é de maneira simultânea e célere, em questão de segundos define-se os parâmetros de atenção.

Por fim, este estudo finaliza que variações qualitativas no vestuário contendo estamparias têxteis das classes média e alta estariam, portanto, localizadas menos no âmbito das características formais, semânticas, simbólicas e estéticas das padronagens têxteis, mas sim residindo, muito possivelmente, sobretudo na condição da impressão, acabamento, do processo de impressão, de coloração, tecelagem, costura, questões de relação sinestésicas e de minúcias de seus desenhos apenas perceptíveis pela proximidade física e tátil dos referidos tecidos e peças de vestuário.

REFERÊNCIAS

1STDIBS. Disponível em: <<https://www.1stdibs.com/introspective-magazine/elsa-schiaparelli-book-review/>> Acesso em: dez.2016

ABEP. Associação Brasileira de Empresas – **Critério de classificação econômica Brasil 2014**. Disponível em: <www.abep.org.br> Acesso em: dez.2016

ABRA. Disponível em: <<http://www.abra.com.br/oficinas/10-como-combinar-as-cores-harmonia>>

ACCPUBLISHINGGROUP. **Foale and Tuffin**. Disponível em: <<https://www.accpublishinggroup.com/us/store/pv9781851496068/foale-and-tuffin/iain-r-webb/>> Acesso: nov.2016

ACEO. **Pesquisa inédita revela os hábitos de consumo da classe C**. Disponível em: <<http://www.aceo.com.br/noticias/pesquisa-inedita-revela-os-habitos-de-consumo-da-classe-c>> Acesso em: dez.2016

ADRIANA BARRA. Disponível em: <www.adrianabarra.com.br> Acesso em: 2015/2016

ALEXANDERMQUEEN. **Biography**. Disponível em: <<http://www.alexandermcqueen.com/experience/us/biography/>> Acesso: dez.2016

ALMANAQUE. **Anos 60**. Disponível em: <<http://almanaque.folha.uol.com.br/anos60.htm>> Acesso: dez.2016

AMANHAEUTECONTO. **O primeiro desfile de Jeremy Scott pra Moschino traz McDonald's e Bob Esponja**. < <http://www.amanhaeuteconto.com.br/o-primeiro-desfile-de-jeremy-scott-pra-moschino-traz-mcdonalds-e-bob-esponja/>> Acesso: ago.2016

ALTARTA. Disponível em: <http://pt.altarta.com/03_31/a-historia-da-marca-prada/> Acesso em: dez.2016

AMARO. Disponível em:<www.amaro.com.br> Acesso em: 2015/2016

ANDRESSALARA. Disponível em: <<http://www.andressalara.com/2014/02/inspiracao-do-dia-estampa-de-pavao.html>> Acesso em: dez.2016

ANIMALE. Disponível em:<www.animale.com.br> Acesso em: 2015/2016

ANNARODITI. Disponível em: <https://annaroditi.wordpress.com/2012/03/08/193/>> > Acesso: dez.2016

ANTIX. Disponível em: <www.antixstore.com.br> Acesso em: 2015/2016

AUDACES. **Criação falando de criação**. Disponível: <

<http://www.audaces.com/br/criacao/falando-de-criacao/2014/01/31/moda-no-brasil-possui-diversas-fontes-de-inspiracao-2>> Acesso: nov.2016

_____. **Os diferentes tipos de estampas.** Disponível em: <http://www.audaces.com/entenda-os-diferentes-tipos-de-estampas/>< Acesso: nov/2016

BARTHES, Roland. **Imagem e moda.** Inéditos vol.3. São Paulo: Martins fontes, 2005.

_____. Elementos da Semiologia. 16ª Ed. São Paulo: Cultrix, 2006.

BAUDRILLARD, Jean. **O sistema dos Objetos.** São Paulo: Perspectiva, 2009.

BICOFINOESALTOALTO. Disponível em: <http://www.bicofinoesaltoalto.com.br/2015/03/solte-suas-feras/>> Acesso em: dez.2016

BIOGRAPHY. **Marc-jacobs.** Disponível em: <http://www.biography.com/people/marc-jacobs-594096#synopsis>> Acesso: dez.2016

_____. **Vivianne Westwood.** Disponível em: <http://www.biography.com/people/vivienne-westwood-20624587#synopsis>> Acesso: dez.2016

_____. **Missoni.** Disponível em: <http://www.biography.com/people/vittorio-missoni-21095693#leadership-of-missoni>> Acesso: dez.2016

BLOGCOLETTEHQ. **Andre Courreges.** Disponível em: <https://blog.colettehq.com/inspiration/andre-courreges-master-of-mod>> Acesso: dez.2016

BLOGSIGBOLFASHION. Disponível em: <https://blogsigbolfashion.com/2015/03/27/a-historia-das-listras/>> Acesso em: dez.2016

BOAVISTASERVICOS. **Pesquisa hábitos classe C.** Disponível em: <http://www.boavistaservicos.com.br/wp-content/uploads/2015/01/pesquisa-habitos-classec-jan15.pdf>> Acesso em: nov.2016

BONPRIX. Disponível em: <https://www.bonprix.com.br/categoria/moda-feminina-casacos-e-jaquetas-2/>> Acesso em: abr.2016

BOURDIEU, Pierre. **A economia das Trocas Simbólicas.** Col. Estudos São Paulo: Perspectiva, 2007.

_____. **Gosto de classe e estilo de vida.** In: ORTIZ, R. Pierre Bourdieu. São Paulo: Ática, 1983. p. 82-121.

_____. **Simulação e Simulacros.** Portugal: Relógio d'água, 1981.

BONSIEPE, G. **Design, Cultura e Sociedade**. São Paulo: Blucher, 2011.

BOWLES, M.; ISAAC, C. **Diseño y estampación textil digital**. Barcelona: Blume, 2009.

BOYES, Megan. **Mary Katrantzou**. Disponível em: <http://www.vogue.co.uk/article/mary-katrantzou> > Acesso: nov.2016

BRASILESCOLA. **Classe Social**. Disponível em: <http://brasilescola.uol.com.br/sociologia/classe-social.htm> > Acesso: jan.2017

BRIGGS-GOOD, Amanda. **Design de estamparia têxtil**. Porto Alegre: Boockman, 2014.

BUENO, Francisco da Silveira. **Minidicionário Escolar da Língua Portuguesa Silveira Bueno**. São Paulo: DCI, 2010.

CALDAS, Waldenyr. **Utopia do Gosto**. São Paulo: Brasiliense, 2009.

CALANCA, Daniela. **História social da moda**. Trad. Renato Ambrósio. São Paulo: SENAC, 2008.

CÂMARA, Carla. **A moda e o animal print**. Disponível em: <http://partystyle.com.br/amodaeanimalprint/> > Acesso: abr.2016

CAMARGO, Orson. **Classe Social: Brasil Escola**. Disponível em <http://brasilescola.uol.com.br/sociologia/classe-social.htm> >. Acesso em: mar.2017

CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A.; SILVA, R. **Metodologia científica**. 6ª Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

CLIVER, Edwards. **Como compreender design têxtil: guia prático par entender estampas e padronagens**. São Paulo: Editora Senac, 2012.

CLUBEDOSVINHOS. Disponível em: <https://www.clubedosvinhos.com.br/velho-mundo-e-novo-mundo-quais-diferencas/> > Acesso em: nov.2016

CHATAIGNIER, Gilda. **Fio a fio: tecidos, moda e linguagem**. 3ª Ed. São Paulo: Estação das letras e cores, 2006. (Pg. 71 – 94)

_____. **Biographies Prada** Disponível em: <http://www.catwalkyourself.com/fashion-biographies/prada/> > Acesso em: dez.2016

CATWALKYOURSELF. **Biographies Valentino**. Disponível em: <http://www.catwalkyourself.com/fashion-biographies/valentino/> > Acesso: set.2016

CAVALERA. Disponível em: www.cavalera.com.br > Acesso em: 2015/2016

C&A. Disponível em: www.cea.com.br > Acesso em: 2015/2016

CHAMBERLAYNE, Connie. **Moda feminina**. Tradução Isabela de Martini. Disponível em: <https://www.farfetch.com/br/editorial/moda-feminina-flower-power.aspx>> Acesso em: dez.2017

CHATADEGALOCHA. **As listras**. Disponível em:<
<http://chatadegalochoa.com/2012/08/as-listras-e-os-129-anos-do-mito-chanel/> >
Acesso em: dez.2016

CHILDSPLAYCLOTHING. Disponível em:<<http://www.childsplayclothing.co.uk/dolce-gabbana-girls-green-banana-leaf-chiffon-dress.html>> Acesso em: dez.2016

CINECLASSICO. Disponível em: <http://cineclassico-pabloaluisio.blogspot.com.br/2015/03/marilyn-monroe-e-o-verao.html>> Acesso em: Dez.2016

COLCCI. Disponível em: <www.colcci.com.br> Acesso em: 2015/2016

CONCEITO DE. **Conceito de estilo**. Disponível:
<<http://conceito.de/estilo#ixzz4ZjjqLOux>> Acesso: nov.2016

COUCHOT, Edmond. **Da representação a simulação**: evolução das técnicas e das artes da figuração. Disponível em: <
http://www.nomads.usp.br/documentos/textos/cultura_digital/couchot/couchot.htm>
Acesso em> mar. 2015

CRANE, Diana. **A moda e seu papel social**: Classe, gênero e identidade das roupas. São Paulo: Senac, 2006.

CRIATURADAMODA. Disponível em:<
<http://criaturadamoda.blogspot.com.br/2012/03/estampa-aquarelada.html>> Acesso em: dez.2016

CUNHA, Renato. Issey Miyake investe na tecnologia têxtil para criar tecidos inovadores. Disponível em: <<http://www.stylourbano.com.br/issey-miyake-investe-na-tecnologia-textil-para-criar-tecidos-inovadores/>> Acesso em: dez.2016

DAFITI. Disponível em: <www.dafiti.com.br> Acesso em: 2015/2016

DAZEDDIGITAL. **Comme des garçons**. Disponível em:
<http://www.dazeddigital.com/fashion/gallery/20980/0/comme-des-garcons-in-georgia>> Acesso: dez.2016

DEARO, Guilherme. As lojas preferidas de cada classe social em 8 categorias: **estudo do Ibope Inteligência mostra as marcas do varejo preferidas, em diversas categorias, pelas classes A, B e C**. Disponível em: <
<http://exame.abril.com.br/marketing/as-lojas-preferidas-de-cada-classe-social-em-8-categorias>> Acesso em: dez.2016

DIARIOGAUCHO. Disponível em: <<http://diariogauchoclicrbs.com.br/rs/dia-a-dia/noticia/2016/10/marca-de-roupa-brasileira-cria-blusa-com-estampa-de-escravos-e-causa-revolta-7785868.html>> Acesso em: ago.2016

DICIONARIODESIMBOLOS. **Borboleta**. Disponível em: <<https://www.dicionariodesimbolos.com.br/borboleta/>> Acesso em: dez.2016

_____. **Flor**. Disponível: <<https://www.dicionariodesimbolos.com.br/flor/>> Acesso em: dez.2016

_____. **Folha**. Disponível em: <<https://www.dicionariodesimbolos.com.br/folha/>> Acesso em: jan.2017

_____. **Libélula**. Disponível em: <<https://www.dicionariodesimbolos.com.br/libelula/>> Acesso em: jan.2017

_____. **Mariposa**. Disponível em: <<https://www.dicionariodesimbolos.com.br/mariposa/>> Acesso em: jan.2017

DICKINSON, NEIDE. **As estampas digitais de Mary Katrantzou**. Disponível em: <http://estilosasefashionistas.blogspot.com.br/2014/06/as-estampas-digitais-de-mary-katrantzou.html> acesso em: jul, 2017)

DIGITALTEXTILES.NET. Disponível em: <<http://digitaltextiles.net/updates/mary-katrantzou-digital-fashion-collection/attachment/mary-katrantzou-fall-digital-print-dress/#main>>

DISPLAYMODE. **Dries Van Noten**. Disponível em: http://displaymode.net/coming-soon_dries-van-noten/ > Acesso: dez.2016

DOCTOROJIPLATICO. Disponível em: <<http://www.doctorojiplatico.com/2014/04/lucia-giacani-killing-time.html>> Acesso em: dez.2016

DONDIS, A. Dondis. **Sintaxe da Linguagem Visual**. 3ª Ed. – São Paulo: Martins Fontes, 2007.

DUARTE, VÂNIA M. DO N. **Pesquisas**: exploratória, descritiva e explicativa. Disponível em: <<http://monografias.brasilecola.uol.com.br/regras-abnt/pesquisas-exploratoria-descritiva-explicativa.htm>> Acesso em: nov.2015

DUDALINA. Disponível em: <www.dudalina.com.br> Acesso em: 2015/2016

DMODA. Disponível em:<<http://www.dmoda.it/2012/09/17/swinging-sixties-again-tendenze-ai-2012-2013/>> Acesso em: dez.2016

DZARM. Disponível em: <www.dzarm.com.br> Acesso em: 2015/2016

DURAND, Gilbert. **O imaginário**: ensaios acerca das ciências e da filosofia da imagem. Rio de Janeiro. Difel, 2004.

ECO, Umberto. **Como se faz uma tese**. São Paulo: Perspectiva, 2012. 24ª Ed.

EGOGLOBO. Disponível em: <<http://ego.globo.com/moda/noticia/2013/09/com-160m-carolina-dieckmann-e-fa-de-vestidos-longos-saiba-como-usar.html>> Acesso em: nov. 2015

ELASNOTAPETEVERMELHO. **Estampa floral**. Disponível em: <<http://www.elasnotapetevermelho.com.br/novo/retrospectiva-2013-elas-amam-estampa-floral/>> Acesso em: nov. 2015

ELLUS. Disponível em: <www.ellus.com.br> Acesso em: 2015/2016

EMPORIODAESTAMPA. **Sublimação**. Disponível em: <<http://www.emporiodastampa.com.br/materias/materia-sobre-sublimacao.php>> Acesso: fev.2015

ENTRETENIMENTO. Disponível em: <<http://entretenimento.r7.com/blogs/gustavo-sarti/pode-usar-vestido-e-sapato-com-estampa-animal-print-%E2%80%93-pergunta-da-semana-04052012/>> Acesso em: nov. 2015

EUROCHANNEL. **Biografia de Jean Paul Gaultier**. Disponível em: <<http://www.eurochannel.com/pt/Uma-biografia-de-Jean-Paul-Gaultier.html>> Acesso: dez.2016

FACEBOOK. Disponível em: <www.facebook.com.br> Acesso: 2015

FARFETCH. Disponível em: <www.farfetch.com> Acesso em: 2015/2016

FASHIONENCYCLOPEDIA. Disponível em: <<http://www.fashionencyclopedia.com/Ma-Mu/Mccardell-CLAIRE>> Acesso em: dez/2016

FATOSCELEBRIDADES. Disponível em: <<http://fatoscelebridades.blogspot.com.br/2015/07/katy-perry-posa-de-lingerie-para-revista-vogue-japonesa.html>> Acesso em: dez.2016

FERASSO, Marcos, **Comportamento do consumidor de 2000**. Artigo baseado na obra de Engel, Blackwell e Miniard: Comportamento do Consumidor, de 2000. Fonte disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/marketing/a-personalidade-valores-e-estilo-de-vida-no-processo-de-compra/1048/>> Acesso em: jan.2017

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. Mini Aurélio: **dicionário da língua portuguesa**. 6º Ed. rev. Atual. Curitiba: Positivo, 2006. (p.740)

FREEMAN, Muriel. **Joset Walkers design for living dooris now a window**. Disponível em: <<http://www.nytimes.com/1974/03/31/archives/joset-walkers-design-for-living-door-is-now-a-window.html>> Acesso: dez.2016

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Miniaurélio**: Dicionário da Língua Portuguesa. 6ª Ed. Rev. Atual. Curitiba: Positivo, 2006. (p. 380; 740)

FIGUEIREDO, Nélia M. Almeida de. **Método e metodologia na pesquisa científica**. 3ª Ed. São Caetano do Sul, São Paulo: Yendis Editora, 2009.

FHITSFRIENDS. **Queridinha da moda bolinha**. Disponível em: <<http://fhitsfriends.com.br/blogdathati/2016/11/04/queridinha-da-moda-bolinhas/>> Acesso em: dez.2016

FOLHA.UOL. **Andy Warhol**. Disponível em:<<http://www1.folha.uol.com.br/folha/livrariadafolha/805834-andy-warhol-o-genio-do-pop-revira-bastidores-da-vida-do-artista-charada.shtml>> Acesso em: dez.2016

_____. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/newyorktimes/ny1104201104.htm>> Acesso em: set.2016

FORMAES. **Muito além da estampa**. Disponível em: <http://www.formaes.com.br/vida-de-mae-2/muito-alem-da-estampa-de-oncinha/>> Acesso: dez.2016

FORUMSTHEFASHIONSPOT. **Emanuel Ungaro**. Disponível em:<<http://forums.thefashionspot.com/f116/1933-emanuel-ungaro-59428.html>> Acesso: set.2016

FORUM. Disponível em: <www.forum.com.br> Acesso em: 2015/2016

FLUSSER, Vilém. **O universo das Imagens técnicas**. São Paulo: Annablume, 2008.

_____, **Filosofia da caixa preta**: Ensaios para uma futura filosofia da fotografia. São Paulo: Relume Dumará, 2002.

FONTANA, David. **A linguagem dos símbolos**: a história e os significados ocultos em um guia completo e ilustrado. São Paulo: Publifolha, 2012.

FRASER, Tom. BANKS, Adam. **O essencial da cor no design**. São Paulo: Senac, 2011.

FRANSCATEL, Pierre. **A imagem, a visão e a imaginação**. Lisboa: Edições 70, 1983.

FREGE, G. **Sobre sentido e a referência**. In: *Lógica e Filosofia da Linguagem*. São Paulo: Cultrix/USP, 1978, pp. 59-86.

FREITAS, Renata Oliveira Teixeira de. **Design de superfície**: ações comunicacionais táteis nos processos de criação. São Paulo: Blucher, 2011.

FREYRE, Gilberto. **Modos de homem e modas de mulher**. 2ª Ed. Revisada. São Paulo: Global, 2009.

GALLERIST. Disponível em: <www.gallerist.com.br> Acesso em: abr.2015

GARCIA. **Anos 20**. Disponível em: <<http://almanaque.folha.uol.com.br/anos20.htm>> Acesso em: dez.2016

GETTYIMAGES. Disponível em: <http://www.gettyimages.com/detail/news-photo/dorian-leigh-in-swimwear-by-joset-walker-news-photo/526758440#dorian-leigh-in-swimwear-by-joset-walker-picture-id526758440>> Acesso em: dez.2016

GLOSSARIO.USEFASHION. Disponível em: <<http://glossario.usefashion.com/Verbetes.aspx?IDVerbete=1160>> Acesso em: dez.2016

GODART, Frédéric. **Sociologia da moda**. São Paulo: SENAC, 2010.

GOMES, J. M. **Estamparia a metro e à peça**. Porto: Publindústria, 2007.

GONDIM, Sônia Maria Guedes. **Grupos Focais Como Técnica De Investigação Qualitativa: Desafios Metodológicos**. Disponível em:<<http://www.scielo.br/pdf/paideia/v12n24/04.pdf>> Acesso: fev.2017

GRAM, Karem. Disponível em: <<http://www.vancouversun.com/mary+katrantzou+fashion+drenched+colour/6619780/story.html>> Acesso em: jul.2017

GWSMAG. **História do animal print**. Disponível em: <<http://www.gwsmag.com/wp-content/cache/all/a-historia-do-animal-print-na-moda/index.html>> Acesso em: dez.2016

HERING. Disponível em: <www.hering.com.br> Acesso em: abr.2015

HISTORIADASARTES. **No mundo arte século 20**. Disponível em: <<https://www.historiadasartes.com/nomundo/arte-seculo-20/cubismo/>> Acesso em: set/2016

_____. **No mundo arte século 20**. Disponível em: <<https://www.historiadasartes.com/nomundo/arte-seculo-20/pop-art/>> Acesso: dez.2016

HOLLYWOODREPORTER. Disponível em: <<http://www.hollywoodreporter.com/news/mary-katrantzou-teams-up-adidas-696804>> Acesso em: dez.2016

IBOPE. **Metodologia e amostras TG.net**. Disponível em:<http://www.ibope.com.br/pt-br/solucoes/SingleSource/Documents/TGnet_SAIBA_MAIS_1.pdf> Acesso em: jan.2016

INFOESCOLA. **Pop-Art**. Disponível em: <<http://www.infoescola.com/artes/pop-art/>> Acesso em: Dez.2016

INNOVAREPESQUISA. **O perfil de consumo da classe C.** Disponível em: <<http://www.innovarepesquisa.com.br/blog/o-perfil-de-consumo-da-classe-c/>> Acesso em: nov.2016

ISIDORODESEVILHA. **Imaginação.** Disponível em: <<http://www.isidorodesevilha.com.br/imaginacao/o-que-e-imaginario/>> Acesso em: nov.2016

IÓDICE. Disponível em: <www.iodice.com.br> Acesso em: abr.2015

JENNA. **Horrockses fashions at London.** Disponível em: <<http://blog.visitlondon.com/2010/07/horrockses-fashions-at-london%E2%80%99s-fashion-and-textile-museum/>> Acesso: dez.2016

JB. Disponível em: <<http://www.jb.com.br/estilo-iesa/noticias/2011/07/10/alta-costura-vai-para-as-ruas/>> Acesso em: dez.2016

JOLY, Martine. **Introdução à análise a imagem.** Fonte: file:///C:/Users/tania/Downloads/A-analise-da-imagem-martine-joly.pdf Acesso: 2016.

JUSTLIA. Disponível em: <<http://www.justlia.com.br/2011/10/como-usar-estampa-de-estrelas-star-print/>> Acesso em: dez.2016

KAMAKURA, W. A; J.A. MAZZON. **Estratificação Socioeconômica no Brasil.** São Paulo: Blucher, 2013.

KATHERINEMAKEUP. **Estampas de frutas.** Disponível em: <http://www.katherinemakeup.com.br/2014/01/trend-verao-estampas-de-frutas.html> > Acesso em: dez.2016

KHELF. Disponível em: <www.khelf.com.br> Acesso em: abr.2015

L21. **Como gastam os consumidores da classe c.** Disponível em: <<http://www.l21.com.br/blogposts/como-gastam-os-consumidores-da-classe-c/>> Acesso em: dez.2017

LAURENTIZ, Silvia. **Imagem e (I) materialidade.** Disponível em: <http://www2.eca.usp.br/cap/slaurentz/text/Imagem_Imaterialidade.pdf > Acesso em: abr.2015

_____, **Questões da imagem.** Disponível em: <http://www.agnusvalente.com/hibrida/silvia laurentiz_texto_01.htm> Acesso em: mar. 2015.

LE LIS BLANC. Disponível em: <www.lelis.com.br> Acesso em: mai.2015

LEBÔH. Disponível em:<www.leboh.com.br> Acesso: mai.2015

LETICE. **Horrockses Fashions no Londonâ.** Disponível em: <http://www.wornthrough.com/2010/12/summer-days-gone-by-horrockses-off-the-peg-fashions-in-the-40s-and-50s/> Acesso em: dez.2016

LETRASECOSTURAS. Disponível em: <https://letrasecosturas.com/tag/mary-quant/> > Acesso em: dez.2016

LIBRARY.NEWSCHOOL. **Josef Walker fashion design scrapbooks circa 1932-1988.** Disponível em: <<http://library.newschool.edu/archives/findingaids/KA0045.html>> Acesso em: dez.2016

LIGIAFASCIANI. Disponível em: <<http://www.ligiafascioni.com.br/2010/02/21/a-historia-das-listras/>> Acesso em: nov.2016

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero:** a moda e seus destinos nas sociedades modernas. São Paulo: Cia das Letras, 1989.

LISAMIS. Disponível em: <<http://lisamis.com.br/inspiracao-estampas-florais-para-nova-estacao/>> e <<http://caras.uol.com.br/fashion/aprenda-usar-vestido-floral-com-famosas-como-paolla-oliveira-e-bianca-bin>> Acesso em: nov.2015

LOBOPOPART. **A pop Art no mundo da moda.** Disponível em: <<http://lobopopart.com.br/moda/>> Acesso em: dez.2016

LUIGI BERTOLLI. Disponível em: <www.luigibertolli.bom.br> Acesso em: mai.2016

LURIE, Alison. **A linguagem das roupas.** Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

MACHADO, Arlindo. **A Simulação da Imagem:** máquina e Imaginário, Edusp, São Paulo: 1993. (pg. 59-112).

MADEMOISELLEBORGES. **Madame Gres.** Disponível em: <http://mademoiselleborges.com/madame-gres/> > Acesso em: dez.2016

MAKKAM. Disponível em: <<http://www.makkam.com.br/13.html>> Acesso: dez.2016

MALHEIROS, Talita: Disponível em: <http://conexaoarteeducacao.blogspot.com.br/2012/04/andy-warhol-e-pop-art.html>> Acesso em: nov.2016

MANDORAS. Disponível em: <<https://www.mandoras.com.br/>> Acesso: abr.2016

MANGUEL, Alberto. **Lendo Imagens.** São Paulo: companhia das letras, 2001.

MANUAL DE REDAÇÃO. Folha de São Paulo. 19ª Ed. São Paulo: Publifolha, 2013.

LAKATOS, M. MARCONI, M. Andrade. **Fundamentos de Metodologia Científica.** 2017 São Paulo: Atlas, 1999.

MARIECLAIRE. **Conheça o imaginário criativo e o espírito visionário de Jean Paul Gaultier**. Disponível em: <<http://revistamarieclaire.globo.com/Moda/noticia/2017/04/conheca-o-imaginario-criativo-e-o-espirito-visionario-de-jean-paul-gaultier.html>> Acesso em: jun.2017

MARINHO, Cristina. **Ponto de Vista: Varejo para a Classe A.** disponível em: <http://.textilia.net/materias/ler/moda/moda-marketing/ponto_de_vista_varejo_para_a_classe_a> Acesso em: fev.2017

MATSUKUMA, Cláudia M. de O. HERNANDEZ, José M. da C. **Escalas e Métodos de Análise em Pesquisa de Satisfação de Clientes.** Disponível em: <<file:///C:/Users/tania/Downloads/455-1580-7-PB%20.pdf>> Acesso em: mar.2017

METAPIX. Disponível em: <<https://metapix.com.br/artigo/2014/05/26/o-que-e-rapport/>> Acesso: jan.2016

MIROA. Disponível em: <<https://www.miroa.com.br/>> Acesso em: mai.2016

MORENO, Luciano. Teoria da cor: **Contrastes de cor.** Disponível em: <<http://www.criarweb.com/artigos/teoria-da-cor-contrastes-de-cor.html>> Acesso em: dez.2016

MOUTINHO, M. Rita; VALENÇA, Máslova T. **A moda no século XX.** Rio de Janeiro: Ed. Senac Nacional, 2000.

MULHERBELEZA. **Roupas com estampa de coruja.** Disponível em: <<http://www.mulherbeleza.com.br/roupas/roupas-com-estampa-de-coruja/>> Acesso em: dez.2016

MUNDODASMARCAS. **Valentino o mago da moda.** Disponível: <<http://mundodasmarcas.blogspot.com.br/2006/07/valentino-o-mago-da-moda.html>> Acesso em: set.2016

MULHER DO PADRE. Disponível em: <<http://www.mulherdopadre.com/>> Acesso em: abr.2016

MOLES, A. Abraham. **Teoria dos objetos.** Trad. Luiza Lobo. Rio de Janeiro: Edições Templo Brasileiro, 1981.

MORRIS, Charles. **Fundamentos de la teoria de los signos.** Barcelona: Ediciones Paidós, 1985. Google Books, 2017. PDF. Acesso: Dez. 2016

NASENTRELINHAS. Disponível em: <<http://www.nasentrelinhas.com.br/noticias/moda/193/o-poder-da-fina-estampa/>> Acesso em: dez.2016

NIEMEYER, Lucy. **Elementos de Semiótica aplicados ao design.** 1ª Ed. Rio de Janeiro: 2AB, 2013.

NOTÍCIASUOL. Disponível em: <<http://noticias.uol.com.br/internacional/ultimas-noticias/2014/08/27/zara-retira-pijamas-infantis-de-catalogo-apos-criticas-sobre-alusao-a-holocausto.htm>> Acesso em: ago.2016

OGLOBO. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/ela/moda/onze-shirts-polemicas-que-indignaram-mundo-18906616#ixzz4TwsWr1wm>> Acesso em: ago.2016

OLIVEIRA, Felipe A. **Impressão de grande formato**: sublimação ou impressão direta em tecidos? Disponível em: <<http://infosign.net.br/impressao-de-grande-formato-sublimacao-ou-impressao-direta-em-tecidos/>> Acesso em: mai.2016

OQVESTIR. Disponível em: <<https://www.oqvestir.com.br/market-33>> Acesso em: mai.2016

PACCE, Lilian. André Courregès. Disponível em: <<http://www.lilianpacce.com.br/moda/fashionteca/o-visionario-andre-courreges-morre-aos-92-anos/>> Acesso: dez.2016

_____, Sonia Delaunay. Disponível em: <<http://www.lilianpacce.com.br/moda/fashionteca/sonia-delaunay/>> Acesso em: dez.2016

PAXININE, Juliana. **Listras**. Disponível em: www.techtudo.com.br/listas/noticia/03/geracao-90-relembre-tecnologias-que-marcaram-epoca-e-deixaram-saudade.html> Acesso: dez.2016

PEDROSA, Talita. **Go Geometric! Renda-se as estampas geométricas**. Disponível em: www.pensefashion.com.br/2013/03/go-geometric/ Acesso em: nov.2016

PENSEFASHION. Disponível em: <<http://www.pensefashion.com.br/2013/03/go-geometric/>> Acesso em: dez.2016

PENSAREMMODA. Vivienne Westwood. Disponível em: <<http://pensaremmoda.blogspot.com.br/2010/08/vivienne-westwood-mae-do-conceito-punk.html>> Acesso em: dez.2016

PEPSIC. Disponível em: <<http://pepsic.bvsalud.org/img/revistas/cc/v10/10a07f2>> Acesso em: dez.2016

PEZZOLO, Dinah Bueno. **Tecidos**: história, tipos e usos. São Paulo: Editora Senac, 2007.

PINHEIRO, Fernando. **Bourdieu e a questão das classes**: Capital simbólico e classes sociais. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/nec/n96/a08n96.pdf>> Acesso em: jul.2017

PINTEREST. Disponível em: <<https://br.pinterest.com/pin/149674387592983699/>> Acesso em: dez.2016

_____. <https://br.pinterest.com/pin/472526185881249404//>> Acesso em: dez.2016

_____. Disponível em:<<https://br.pinterest.com/pin/502714377129899294//>> Acesso em: dez.2016

_____. Disponível em:<<https://uk.pinterest.com/pin/418975571553830654//>> Acesso em: dez.2016

_____. Disponível em:<<https://br.pinterest.com/pin/416160821792618662//>> Acesso em: dez.2016

_____. Disponível em:<<https://br.pinterest.com/pin/71002131595880615//>> Acesso em: dez.2016

_____. Disponível em:<<https://br.pinterest.com/pin/35817759516664557//>> Acesso em: dez.2016

_____. Disponível em:<<https://br.pinterest.com/pin/392728029990060078/>> Acesso em: dez.2016

_____. Disponível em:<<https://br.pinterest.com/pin/2462974768354401//>> Acesso em: dez.2016

_____. Disponível em:<<https://br.pinterest.com/pin/307933693255780861//>> Acesso em: dez.2016

_____. Disponível em:<<https://br.pinterest.com/pin/283726845244610571//>> Acesso em: dez.2016

_____. Disponível em:<<https://br.pinterest.com/pi/528961918708625240//>> Acesso em: dez.2016

_____. Disponível em:<<https://br.pinterest.com/pin/119838040061044462/>> Acesso em: dez.2016

_____. Disponível em:<<http://br.pinterest.com/pin/26529085283457957 />> Acesso em: dez.2016

_____. Disponível em:<<https://br.pinterest.com/angelinawang06/flower-flower/>> Acesso em: dez.2016

_____. Disponível em:<<https://br.pinterest.com/pin/360639882643648686/>> Acesso em: dez.2016

_____. Disponível em:<<https://br.pinterest.com/pin/486459197224666671//>> Acesso em: dez.2016

_____. Disponível em:<<https://br.pinterest.com/pin/404549979013247361//>> Acesso em: dez.2016

_____. Disponível em: <<https://br.pinterest.com/pin/423619908681z92138//>> Acesso em: dez.2016

_____. Disponível em: <<https://br.pinterest.com/pin/478859372849778959//>> Acesso em: dez.2016

_____. Disponível em: <<https://br.pinterest.com/pin/360639882643648686/>> Acesso em: dez.2016

_____. Disponível em: <<https://br.pinterest.com/pin/337629303288818292//>> Acesso em: dez.2016

_____. <<https://br.pinterest.com/pin/106116134943537690/x//>> Acesso em: dez.2016

_____. <<https://br.pinterest.com/pin/301952349988496641/>> Acesso em: dez.2016

PONTES, Maria Helena. **Moda, imagem e identidade**
<http://www.fumec.br/revistas/achiote/article/view/1642/1043> > Acesso: jul.2016

PORTAISDAMODA. **Christian Lacroix**. Disponível em:
 <<http://www.portaisdamoda.com.br/glossario-moda~biografia+de+christian+lacroix.htm>> Acesso em: dez.2016

PORTALEDUCAÇÃO. **Entrevista semiestruturada e suas características**.
 Disponível em: <<https://www.portaleducacao.com.br/conteudo/artigos/recursos-humanos/entrevista-semi-estruturada-e-suas-caracteristicas/62328>> Acesso em: set.2016

_____. **Significado de Ethos**. Disponível e:
 <<https://www.portaleducacao.com.br/conteudo/artigos/pedagogia/significado-de-ethos/50285>> Acesso em: dez.2016

POSGRADUANDO. **Pesquisa descritiva, exploratória e explicativa**. Disponível em: <<http://posgraduando.com/diferencas-pesquisa-descritiva-exploratoria-explicativa/>> Acesso em: fev.2017

PROCRASTINATION. **Cinema os melhores easter eggs em *deadpool***. Disponível em: <<http://procrastination.com.br/cinema/os-melhores-easter-eggs-em-deadpool>> Acesso em: dez.2016

PUREPEOPLE. **O estilo das celebridades**. Disponível em: <http://www.purepeople.com.br/noticia/fashion-rio-confira-o-estilo-das-celebridades-na-semana-de-moda-verao-2014_a4219/18> Acesso em: nov.2015

PUBLISH. Disponível em: <https://www.pubhist.com/w24344>> Acesso em: dez.2016

QUINTO, Ivanilton. **Mundo digital**: Pesquisa revela os produtos mais vendidos na Internet. Disponível em: <<http://rotinadigital.net/pesquisa-revela-os-produtos-mais-vendidos-na-internet/>> Acesso em: mar. 2016

RENDASEPAETES. Disponível em: <<http://www.rendasepaetes.com/2013/09/os-preferidos-nyfw.html>> Acesso em: dez.2016

RENNER. Disponível em:<www.lojasrenner.com.br> Acesso em: abr.2016

REVISTACLICHE. **Design de superfície**. Disponível em: <http://www.revistacliche.com.br/2012/04/design-de-superficie/> > Acesso em: nov. /2016

REVISTAMARIECLAIRE. **Salada da Dolce & Gabbana: estampas de legumes são as prediletas das celebridades**. Disponível em: <http://revistamarieclaire.globo.com/Revista/Common/0,,EMI303005-17631,00-salada+da+dolce+gabbana+estampas+de+legumes+sao+as+prediletas+das+celebri-da.html>> Acesso em: nov.2016

REVISTAQUEM. Disponível em: <<http://revistaquem.globo.com/Moda/noticia/2014/06/tendencia-outonoinverno-famosos-apostam-em-looks-de-oncinha.html>> Acesso em: nov.2015

_____. Disponível em: <<http://revistaquem.globo.com/QUEM-News/noticia/2015/10/anitta-sensualiza-com-calcinha-com-estampa-de-banana.html>> Acesso em: dez.2016

REVISTAVOGUE. Disponível em: <<http://revista.vogue.globo.com/moda/news/frutas-e-legumes-inspiram-pecas-e-estampas-da-moschino-e-dolce-gabbana/>> Acesso em: dez.2016

RHOLDES, ZANDRA. **Biography Zandra Rholdes**. Disponível em: <www.zandrarholdes.com/biography> Acesso em: dez.2016

RIACHUELO. Disponível em: <www.riachuelo.com.br> Acesso em: abr.2016

RODRIGUES, Fábio Della Paschoa. **O arbitrário do signo, o sentido e a referência**. Disponível em: <<http://www.unicamp.br/iel/site/alunos/publicacoes/textos/a00001.htm>> Acesso em: nov.2016

ROYBOTICSTEEZ. **Grunge**. Disponível em: <<http://royboticsteez.blogspot.com.br/2008/02/grunge.html>> Acesso em: dez.2016

RUBIM, Renata. **Desenhando a superfície**. São Paulo: Edições Rosari, 2013.

RUTHSCHILLING, Evelise Anicet. **Design de Superfície**. Porto Alegre: UFRGS, 2008.

SAE. Cartilha vozes da classe média: **É ouvindo a população que se constroem políticas públicas adequadas**. Ed. Marco Zero. Brasília: 2012 Disponível em: <<http://old.secovi.com.br/files/Downloads/cartilha-vozes-classe-mediapdf.pdf>> Acesso em: nov.2016

SANT'ANNA, Mara Rúbia. **Teoria de moda**: sociedade, imagem e consumo. 2ª ed. Rev. e Atualizada. São Paulo: Estação das letras e cores, 2014.
SAUSSURE, F. "Natureza do signo lingüístico" In: *Curso de Lingüística Geral*. São Paulo: Cultrix, 1970, pp. 79-84.

SCALIA, Flamarion. **Movimento da contra cultura hippie e a geração batnil**. Disponível em: <<http://www.cidadaocultura.com.br/movimento-da-contracultura-hippie-e-a-geracao-beatnik/>> Acesso: fev.2017

SEBRAE. **Fast fashion ganha destaque no varejo de moda**. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/fast-fashion-ganha-destaque-no-varejo-de-moda,ef695d27e8fdd410vgnvcm1000003b74010arcd/>> Acesso: Mar.2017

SEMANIER. **Círculo cromático**. Disponível em: <<http://semanier.com/tag/complementar-dividida/>> Acesso em: jun.2017

SHOULDER. Disponível em: <www.shoulder.com.br> Acesso em: 2015

SIBERIAN. Disponível em: <www.siberian.com.br> Acesso em: mai.2016

SIGBOL. **A história das listras**. Disponível em: <<https://blogsigbolffashion.com/2015/03/27/a-historia-das-listras/>> Acesso em: dez.2016

SIGNIFICADOS. Disponível em: <<https://www.significados.com.br/cores-neutras/>> Acesso em: dez.2016

SILVA. V. Gilda O. Capital Cultural, Classe e Gênero em Bourdieu. Disponível em: <<http://ridi.ibict.br/bitstream/123456789/215/1/OlintoSilvaINFORMAREv1n2.pdf>> Acesso em: dez.2016

SILVA. Tânia C. do Ramo. **Produção de moda**: desenhos, técnicas e design de produto. 1.ed. Ed. São Paulo: Erica/Saraiva, 2014.

SIMÕES, João Miguel. **Cidades belgas para lá de fashion**. Disponível em: <<http://casavogue.globo.com/LazerCultura/noticia/2013/04/bruxelas-antuerpia-e-moda.html>> Acesso em: set.2016

SIMULAÇÃO. Disponível em: <<http://www.simulassao.com.br/>> Acesso em: abr.2016

SIMMEL, Georg. **Estética e Sociologia**. Disponível em: <http://www.4shared.com/file/15894064/f07eb998/Esttica_e_Sociologia__Georg_Si.html?s=1> postado: 14/05/2007> Acesso em: mai.2015

SMITH, Paul. **O Retorno de Foale & Tuffin**. Disponível em:
<<http://www.vogue.co.uk/article/foale-and-tuffin-launch-new-exhibition>> Acesso em:
dez.2016

SPEZZATO. Disponível em: <<http://www.spezzato.com.br/roupas/calcas.html>>
Acesso em: mai.2016

SOARES, Hérica. **Como usar estampas de bicho sem errar**. Disponível em:
<<http://pensandoestilo.com/index.php/2014/03/12/estampas-bicho/>> Acesso em: nov.
2015

SVENDSEN, Lars. **Moda: Uma filosofia**. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

TATAMARTINSSOARES. **Teoria criativa: para inspirar moda na década de 1930**
Disponível em: <<http://www.teoriacriativa.com/para-inspirar-moda-na-decada-de-1930/>> Acesso em: dez.2016

THEAVANT-GARDIST. Disponível em: <<http://theavant-gardist.com/synchronizing-patterns/>> Acesso em: dez.2016

THEBLONDEPEPPERDOTCOM3. Disponível em:
<<https://theblondepepperdotcom3.wordpress.com/tag/salada-de-frutas/>> Disponível
em: dez.2016

THEREDLIST. **Ossie Clark**. Disponível em: <<http://theredlist.com/wiki-2-23-1249-1257-view-1960s-profile-ossie-clark-2.htm>> Acesso: ago.2016

_____. **Emanuel Ungaro**. Disponível: <<http://theredlist.com/wiki-2-23-1249-1257-view-1960s-profile-emanuel-ungaro-3.html>> Acesso em: set/2016

TIPOGRAFOS. **Miyake**. Disponível em: <<http://tipografos.net/design/miyake.html>
Disponível em: <http://www.biography.com/people/issey-miyake-9410792#synopsis>>
Acesso em: dez.2016

TNG. Disponível em: <www.tng.com.br> Acesso em: abr.2016

TODATEEN. Disponível em: <<http://todateen.uol.com.br/toda-diva-moda/como-usar-as-calças-estampadas-da-moda/>> Acesso em: mar.2016

TODAY. **Michelle Obama**. Disponível
em:<<http://www.today.com/slideshow/michelle-obamas-style-2011-30008801>>
Acesso em: dez.2016

TOTEMSTORE. Disponível em:
<http://www.totemstore.com.br/?gclid=CjwKCAjw2ZXMBRB2EiwA2HVD-K_vdFDgvlQoa9JYXU9bbK9ZjaeUYmX4n3guDtgIEPQiUXrlmJ89cxoC868QAvD_BwE> Acesso em: abr.2016

TRESBCOMUNICACION.**Tumblr**. Disponível em:
<<http://tresbcomunicacion.tumblr.com/post/141540935134/la-camiseta-de-forever-21-que-fomenta-la/embed>> Acesso em: dez.2016

TRENDENCIAS. **El smiley mas acido esta de moda**. Disponível em:
<<https://www.trendencias.com/tendencias/el-smiley-mas-acido-esta-de-moda>>
Acesso em: dez.2016

TVSINOPSE.KINGHOST. Disponível em:
<<http://www.tvsinopse.kinghost.net/art/v/vasarely.htm>> Acesso em: dez.2016

THOMPSON, E. Palmer. **Costumes em Comum**. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

UDALE, Jenny. **Fundamentos de Design de Moda**: Tecido e Moda – 2 ed.: Col. São Paulo: Bookman, 2009.

UMBRINCO. **Toile de jouty puro charme**. Disponível em:
<<http://umbrinco.com/blog/2011/12/15/toile-de-jouty-puro-charme/#prettyPhoto>>
Acesso em: jan.2016

UNIVERSORETRO. **Breve história das listras**. Disponível em:
<<http://universoretro.com.br/breve-historia-das-listras-no-decorrer-das-decadas/>>
Acesso em: dez.2016

VINCULOBASIC. Disponível em:
<<http://www.vinculobasic.com.br/blog/2012/07/como-usar-estampas-de-bichinhos/>>
Acesso em: dez.2016

VASCONCELLOS, Nuta. **História da estampa animal Print**. Disponível em:
<<http://www.gwsmag.com/ahistoriadoanimalprintnamoda/>> Acesso em: abr.2016

VEJA.ABRIL. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/entretenimento/maria-filo-pede-desculpas-por-blusa-com-estampa-de-escravos/>> Acesso em: dez.2016

VESTIDOAZUL. Disponível em: <https://vestidoazul.wordpress.com/2010/02/11/r-i-p-alexander-mcqueen/>> Acesso em: dez.2016

VIDE BULA. Disponível em: <www.videbula.com.br> Acesso em: abr.2016
<http://vivaoretro.blogspot.com.br/2013/09/dicionario-retro-elsa-schiaparelli.htm>

VOGUE. **História Viviane Westwood**. Disponível em:
http://www.vogue.pt/moda/detalhe/livro_de_historia_vivienne_westwood> Acesso em: dez.2016

_____. Disponível em: <http://www.vogue.com/fashion-shows/spring-1993-ready-to-wear/perry-ellis>> Acesso em: dez.2016

_____. **Marisa Berenson**. Disponível em:
<http://www.vogue.it/news/encyclo/personaggi/b/marisa-berenson>> Acesso em:
 dez.2016

_____. **Dries Van Noten**. Disponível em:
<http://www.vogue.es/moda/modapedia/disenadores/dries-van-noten/42>> Acesso
 em: dez.2016

_____. <http://vogue.globo.com/lifestyle/noticia/2015/08/adriana-barra-promove-happy-hour-em-clima-oriental.html>

WAKAI, ALICE. **Tendências e análises do mercado de moda no e-commerce**.
 Disponível em: <<https://www.ecommercebrasil.com.br/eblog/2015/03/18/tendencias-e-analises-do-mercado-de-moda-no-e-commerce/>> Acesso em: fev.2016

WEBER, Max. Economia e sociedade: **fundamentos da sociologia compreensiva**.
 Tradução de Regis Barbosa e Karen Elsabe Barbosa; Revisão técnica de Gabriel
 Cohn - Brasília, DF: Editora Universidade de Brasília: São Paulo: Imprensa Oficial do
 Estado de São Paulo, 1999. Disponível em:<
<https://ayanrafael.files.wordpress.com/2011/08/weber-m-economia-e-sociedade-fundamentos-da-sociologia-compreensiva-volume-2.pdf>> Acesso em: out.2015

WICKED-HALO. Disponível em:<<http://www.wicked-halo.com/2009/11/platos-atlantis.html>

WONG, W. **Princípios de forma e desenho**. São Paulo: Martins Fontes, 2010.

WP.CLICRBS. Disponível em: <<http://wp.clicrbs.com.br/gfashion/tag/marc-jacobs/?topo=84,2,18,,84>> Acesso em: dez.2016

ZARA. Disponível em:<www.zara.com.br> Acesso em: abr.2016

ZH. CLICRBS. **Vida e estilo**. Disponível em: <<http://zh.clicrbs.com.br/rs/vida-e-estilo/noticia/2016/05/crise-economica-entenda-a-ascensao-e-a-queda-da-classe-c-no-brasil-5795332.html>> Acesso em: jan.2017

ZINCO. Disponível em: <www.zinco.com.br> Acesso em: abr.2015

ZONACULT. **Listras Coco Chanel**. Disponível em:
 <<https://zonacultblog.wordpress.com/2014/07/15/as-listras-de-coco-chanel/>> Acesso
 em: dez.2016