INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE SANTA CATARINA
CÂMPUS FLORIANÓPOLIS
DEPARTAMENTO ACADÊMICO DE METAL MECÂNICA
CURSO SUPERIOR EM TECNOLOGIA DE DESIGN DE PRODUTO

BRUNA COSTANZI

CRIANÇA NÃO TEM GÊNERO:
DESENVOLVIMENTO DE ESTAMPA TÊXTIL INFANTIL

FLORIANÓPOLIS, AGOSTO DE 2017.

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE SANTA CATARINA
CÂMPUS FLORIANÓPOLIS
DEPARTAMENTO ACADÊMICO DE METAL MECÂNICA
CURSO SUPERIOR EM TECNOLOGIA DE DESIGN DE PRODUTO

BRUNA COSTANZI

CRIANÇA NÃO TEM GÊNERO:
DESENVOLVIMENTO DE ESTAMPA TÊXTIL INFANTIL

Trabalho de Conclusão de Curso submetido ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina como parte dos requisitos para obtenção do título em Tecnólogo em Design de Produto.

Professora Orientadora: Me. Deise Albertazzi Gonçalves Tomelin

FLORIANÓPOLIS, AGOSTO DE 2017.

Costanzi, Bruna
Criança Não Tem Gênero: desenvolvimento de estampa têxtil infantil / Bruna Costanzi ; orientação de Deise Albertazzi Gonçalves Tomelin. - Florianópolis, SC, 2017.
114 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) - Instituto Federal de Santa Catarina, Câmpus Florianópolis. CST
em Design do Produto. Departamento Acadêmico de Metal Mecânica.

Inclui Referências.

1. Design de Superfície. 2. Design Têxtil. 3. Gênero. 4. Feminismo. 5. Criança. I. Tomelin, Deise Albertazzi Gonçalves. II. Instituto Federal de Santa Catarina. Departamento Acadêmico de Metal Mecânica. III. Título.

DECLARAÇÃO DE FINALIZAÇÃO DE TRABALHO DE CURSO

Declaro que o(a) estudante Bruna Costanzi, matrícula nº 122004172-6, do Curso Superior de Tecnologia em Design de Produto, defendeu o trabalho intitulado Criança Não Tem Gênero: desenvolvimento de estampa têxtil infantil, o qual está apto a fazer parte do banco de dados da biblioteca Hercílio Luz do Instituto Federal de Santa Catarina, Campus Florianópolis.

Florianópolis, 18 de agosto de 2017.

Deise A.G

Prof. Orientador de TCC

RESUMO

O vestuário infantil é uma das muitas marcas de gênero impostas às crianças. No Brasil, a modelagem das peças, seus motivos e cores interferem diretamente na percepção de masculino e feminino. O objetivo deste trabalho foi desenvolver uma estampa têxtil infantil sem gênero que seria aplicada em um pijama com modelagem também sem gênero. Para tal, realizou-se pesquisas bibliográficas para compreender as definições de gênero e sexualidade, a influência destas imposições de gênero em crianças, e ainda pesquisas com pais e mães, a fim de identificar o que era percebido por estes como estampa têxtil masculina ou feminina, visando tanto as cores quanto os motivos aplicados às roupas. A pesquisa indicou que mesclar cores e elementos vistos como neutros resultava em estampas que eram entendidas pelos pais como *no-gender*: poderiam ser usadas por meninos e meninas. A partir desta conclusão, foi desenvolvida uma estampa têxtil infantil juntamente ao pijama em que ela seria aplicada e que, após validação com os pais, foram ambos considerados sem gênero.

Palavras-chave: Design de Superfície; Design Têxtil; Gênero; Feminismo; Criança.

ABSTRACT

Children's wardrobe is one of the many gender marks imposed to kids. In Brazil, the shape of clothing, such as their colors and patterns interfere directly in the perception of male and female figures. This paper aimed to develop a non-gender textile pattern for kids, which would be applied to a non-gender shape pyjama. To achieve it, the author researched about the definitions of gender and sexuality, the influence these impositions have on children and also a research with some parents in order to identify what was considered a pattern for girls or boys by them, aiming the colors as the elements on it. The research indicated that mixing neutral colors and motives would result in patterns which the parents would see as non-gender: boys and girls could wear it. From that conclusion, a non-gender textile pattern for kids was developped, such as the pyjama. Both were analyzed by parents, and both have been considered as a satisfyingly non-gender piece of clothing.

Keywords: Surface Design; Textile Design; Gender; Feminism; Children.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Peças da linha Básica das coleções Vida, de 2016 e Trama, de 2015. .. 20
Figura 2 – Linha Dias de Preguiça, peças da coleção Minimal de 2016..... 20
Figura 3 – Linha Divertida, produtos da coleção Trama de 2015. 21
Figura 4 – Clientes da Colchetes usando as peças da marca. 22
Figura 5 – Mulher inglesa de classe média em estilo “alternativo”: chapéu de palha, gravata, paletó e colete combinando, 1893. 30
Figura 6 – Módulo. 37
Figura 7 – Repetição de módulo ou *rapport.* 38
Figura 8 – Diferentes tipos de encaixes entre módulos. 39
Figura 9 – Multimódulos e seus diferentes encaixes. 39
Figura 10 – Sistemas de repetição alinhados, por Cadeira. 40
Figura 11 – Sistemas de repetição não alinhados, por Cadeira. 40
Figura 12 – Sistema progressivo, por Escher. 41
Figura 13 – Multimódulo circunscrito no quadrado vermelho, por Cadeira. 41
Figura 14 – Composição sem encaixe, por Athos Bulcão. 42
Figura 15 – Floral em coleção infantil de Stela McCartney para Liberty. 45
Figura 16 – Estampa figurativa infantil sem gênero de laranjas aplicada em tapa fralda. 46
Figura 17 – Estampa geométrica sem gênero aplicada em produto infantil. 47
Figura 18 – Motivo étnico em coleção outono/inverno de 2011/2012 de Mary Katrantzou. 48
Figura 19 – Vestido listrado no desfile da Louis Vuitton em 2000. 49
Figura 20 – Seda com estampa de cashmere. 49
Figura 21 – Cachecol xadrez clássico criado e patenteado pela marca Burberry em 1924. 50
Figura 22 – Tweed usado por Carven em 1999. 50
Figura 23 – Olho-de-perdiz. 51
Figura 24 – Risca-de-giz aplicada em tecido de lã fina. 51
Figura 25 – Crepe de seda com estampa de poá.. 52
Figura 26 – Batik de Java, entre 1920 e 1930. 57
Figura 27 – Gravação da figura no bloco de madeira. 58

Figura 28 – Estamparia com bloco de madeira. 59
Figura 29 – *Toile de Jouy* "L'Amour et l'Amitié", 1820. 60
Figura 30 – Cilindro rotativo metálico entalhado com motivos para estamparia. 61
Figura 31 – Máquinas de estampar por quadros e quadros rotativos, respectivamente. 62
Figura 32 – Estampa de Hussein Chalayan para Puma, 2013. 63
Figura 33 – Impressora jato de tinta. 64
Figura 34 – Estampas corrida (A) e localizada (B) aplicadas em camisetas infantis sem gênero. 65
Figura 35 – Estampas apresentadas aos participantes na pesquisa Fonte: Autoria própria 69
Figura 36 – Legging com estampa Cogumelos. 75
Figura 37 – Vestido com estampa Cão & Gato. 76
Figura 38 – Camisetas com as estampas gatos e listras, respectivamente. 77
Figura 39 – Camisetas Nozinho e Colmeia, respectivamente. 77
Figura 40 – Jogos de toalha de banho Guaxinim e Rabisco Zig Amarelo e Cinza. .. 78
Figura 41 – Jumper listra vermelho e shorts saruel biscoito, respectivamente. 79
Figura 42 – Painel imagético. 80
Figura 43 – Primeiros esboços. 82
Figura 44 – Esboços digitais. 83
Figura 45 – Esboços manuais 84
Figura 46 – Esboços manuais de insetos 85
Figura 47 – Primeira versão digital dos insetos. 86
Figura 48 – Tecidos nas cores cinza mescla e verde água, respectivamente. 87
Figura 49 – Teste digital de cores. 87
Figura 50 – Segundo refinamento dos elementos.. 88
Figura 51 – *Rapports* com cada inseto. 89
Figura 52 – *Rapports* diversos com os três insetos. 90
Figura 53 – Elementos de ligação. 91
Figura 54 – Rapports diversos com elementos de ligação. 91
Figura 55 – *Rapports* apenas com elementos de ligação suaves. 92
Figura 56 – Alternativa final.. 93
Figura 57 – *Rapport* final da estampa. 93
Figura 58 – Alternativas do conjunto de pijama. 94

Figura 59 – Teste impresso da alternativa final.. 95
Figura 60 – Erro na cor da impressão da estampa.. 96
Figura 61 – Estampa pronta. 96
Figura 62 – Pijama sendo confeccionado. 97
Figura 63 – Pijama sendo confeccionado pela Colchetes. 97
Figura 64 – Conjunto do pijama pronto visto de frente. 98
Figura 65 – Conjunto do pijama pronto visto de costas. 99
Figura 66 – Camiseta do pijama vista de frente. 99
Figura 67 – Camiseta do pijama vista de costas. 100
Figura 68 – Bermuda do pijama vista de frente.. 100
Figura 69 – Bermuda do pijama vista de costas. 101
Figura 70 – Detalhe dos bolsos e cintura da bermuda do pijama. 101
Figura 71 – Detalhe do bolso e gola da camiseta do pijama 102
Figura 72 – Embalagem. 102
Figura 73 – Embalagem 103

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Detalhamento das imagens utilizadas na pesquisa 70
Tabela 2 – Lista de requisitos da estampa. Fonte: autoria própria. 74

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Fluxograma das origens das fibras têxteis. 53
Quadro 2 – Processos técnicos em estamparia têxtil 66

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO 13

1.1 Justificativa 14

1.2 Objetivos 14

1.2.1 Objetivo Geral 15

1.2.2 Objetivos específicos 15

2 METODOLOGIA 15

2.1 Aplicação da metodologia 16

3 EMPRESA PARCEIRA: COLCHETES 19

3.1 O público 22

4 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA 24

4.1 Gênero, sexualidade e identidade de gênero 24

4.1.1 O masculino e o feminino na moda 29

4.1.2 O masculino e o feminino no universo infantil 32

4.2 Design de superfície 35

4.2.1 Princípios básicos do Design de Superfície 36

4.2.2 Design têxtil 42

4.2.2.1 Estamparia 43

4.2.2.2 Motivos e Padrões 44

4.3 Materiais e processos da estamparia têxtil 52

4.3.1 Fibras 52

4.3.2 Tingimentos 55

4.3.3 Processos de estamparia 56

4.3.3.1 Batik 56

4.3.3.2 Bloco de Madeira (xilogravura) 57

4.3.3.3 Gravura ou entalhe em metal 59

4.3.3.4 Estamparia rotativa com cilindro 60

4.3.3.5 Serigrafia ou *silk screen* 61

4.3.3.6 Termotransferência (*Transfer*) 62

4.3.3.7 Jato de tinta (estamparia digital) 64

4.3.3.8 Tipos de estampa 65

4.3.4 Pontos a ressaltar 65

5 DESENVOLVIMENTO DO PRODUTO 66

5.1 Pesquisa de percepção dos pais 67
5.2 Público 72
5.3 Necessidades de projeto, requisitos e diretrizes 72
5.4 Similares 75
5.5 Painel imagético e conceito 79
5.6 Esboços, alternativas, criação e testes 81
5.7 Estamparia e produção da peça piloto 95
5.8 Verificação da estampa e da peça 103

6 CONCLUSÃO 106

REFERÊNCIAS 108

APÊNDICE A 112

1 INTRODUÇÃO

Frequentemente nos deparamos com o entendimento do mundo à nossa volta segmentado em uma dicotomia homem-mulher que por vezes soa tão natural que sequer a questionamos ou percebemos. Segundo Dias e Safar (2016), nosso contexto social permanece moldado por um sistema que preza pela perpetuação da estrutura patriarcal, logo, entende-se como ainda extremamente necessária – embora nem sempre bem-vinda por todos – a discussão de gênero.

Louro (1997, p. 22) aponta que o debate de gênero visa compreender questões "nos arranjos sociais, na história, nas condições de acesso aos recursos da sociedade, nas formas de representação". Segundo a autora, se podemos considerar as relações entre homens e mulheres e discursos de interpretações de gênero como historicamente construídos, devemos entender que elas estão em constante mudança.

Em se tratando de moda, não ignoremos que "a roupa é um meio determinante no aprendizado das crianças sobre as distinções de gênero" (MASCHIETTO; FERRO; SANTOS, 2012, p. 94). Portanto, se compreendermos que o design também atua como uma ferramenta de distinção de gênero e impositora de padrões, cabe uma reflexão sobre que outro papel o designer é capaz de desempenhar. “Refletir sobre design e gênero pode trazer benefícios para o design, numa época como a atual, de demanda por mudanças de paradigmas” (DIAS; SAFAR, 2016).

Assim, surgem os questionamentos que propulsionam a proposta deste Trabalho de Conclusão de Curso do Curso Superior de Tecnologia de Design de Produto: qual o impacto da distinção e idealização de gênero no design destinado às crianças? Como desenvolver uma estampa têxtil infantil que não contenha diferenciação de gênero?

1.1 Justificativa

As ideias de masculino e feminino são construções históricas e sociais e, portanto, altamente mutáveis, variando sua concepção de acordo com a época e situação social. Desta maneira, entende-se que há sempre a possibilidade de transformar o conceito atualmente presente no nosso contexto histórico (LOURO, 1997).

Para Maschietto, Ferro e Santos (2012), o vestuário infantil

> é permeado por relações de poder, que ao inserir arbitrariamente o indivíduo, ainda jovem, em rígidas categorias baseadas no fator sexual – considerando o cenário brasileiro – permite a modelação da criança segundo esses parâmetros pré-determinados. De fato, significativa parcela da sociedade ocidental veste suas crianças segundo a dicotomia feminino x masculino, a qual há tempos é utilizada como ferramenta de diferenciação social.

Assim, faz-se importante oferecer uma nova alternativa de vestuário têxtil, tanto em questão de modelagem quanto de motivo, para produtos infantis que não os distinguam pelo sexo. Logo, produtos que não contenham um fator agravante da imposição de valores e comportamentos esperados de meninos e meninas.

1.2 Objetivos

Para a realização deste projeto, foram definidos os seguintes objetivos:

1.2.1 Objetivo Geral

O objetivo do projeto foi desenvolver uma estampa para aplicação têxtil em um pijama infantil sem fazer do uso de quaisquer aplicações de padrões ou distinções de gênero.

1.2.2 Objetivos específicos

Como objetivos específicos do projeto, tem-se:

a) Entender e conceituar gênero, identidade de gênero, sexualidade e seus desdobramentos;

b) Observar os padrões de gênero aplicados aos bens de consumo infantis, buscando verificar a imposição de atribuição de valores de masculino e feminino nas seguintes situações sociais que rodeiam crianças: vestuário, brinquedos e brincadeiras e escola;

c) Assimilar a influência das coisas que rodeiam as crianças, especialmente o vestuário, na sua formação e percepção da identidade de gênero;

d) Compreender os processos envolvendo a criação e produção de estampas no design de superfície e estamparia têxtil, através de histórico, os métodos, as técnicas, os processos e os resultados.

2 METODOLOGIA

Para o bom andamento de um projeto de design, fez-se necessário o uso de um método como guia, de forma a organizar a sistematizar, também cronologicamente, cada atividade do projeto até a concepção do produto dentro dos prazos.

Desta forma, a metodologia escolhida foi a de Bruno Munari (2000), especialmente modificada por Cardoso e Picoli (2013) para atender às demandas de um projeto de design de superfície.

Munari (2000) divide sua metodologia em 12 etapas, que, quando adaptadas por Cardoso e Picoli (2013), se apresentam de tal maneira:

1) Problema: definir a necessidade que resulta no problema;

2) Definição de problema: delimitar quais produtos serão estampados com o padrão a ser desenvolvido, tema gráfico, posicionamento estratégico da empresa ou criador;

3) Componentes de problema: divisão entre componentes diretos (tema, tendências, cores, texturas, materiais e processos produtivos) e indiretos (histórico da marca, público-alvo, distribuição, concorrentes etc);

4) Coleta de dados: coletar informações dos componentes indiretos e diretos (pesquisas, buscas, referências visuais, formas etc);

5) Análise de dados: analisar os dados coletados no tópico 4;

6) Criatividade: criação de painéis semânticos e identificação de elementos e conceitos que estarão presente na estampa;

7) Materiais e tecnologias: identificar opções de substratos, tipos de impressão, definir quais peças serão utilizadas para experimentação.

8) Experimentação: testes físicos com materiais e técnicas para encaminhamento das etapas finais;

9) Modelo: materialização do que se pretende produzir;

10) Verificação: adequação do produto final em relação ao posicionamento da marca, tema, público-alvo e tendências.

11) Desenho de construção: o documento, digital ou impresso, contendo todas as informações para a realização da interferência na superfície do substrato.

12) Soluções: com o produto estampado, considera-se essa a materialização da solução do problema abordado no tópico 1.

Pretende-se, desta forma, um bom entendimento do processo de desenvolvimento de um projeto de design de superfície voltado à estamparia têxtil.

2.1 Aplicação da metodologia

A sequência de atividades desenvolvidas neste trabalho de acordo com as 12 etapas descritas anteriormente se deu da seguinte maneira:

1) Problema: a necessidade de ofertar uma opção de peças de roupa sem gênero para crianças.

2) Definição de problema: a peças a serem estampada foram delimitadas em um conjunto de pijama (*top* e *bottom*), com modelagem também sem gênero e que ainda fosse adequada para o uso em qualquer ocasião, não só na hora de dormir.

3) Componentes de problema: como componentes diretos, tecidos e pigmentos atóxicos, por se tratar de um produto para crianças. Ainda, o conforto e toque do tecido foram essenciais para finalmente decidir por 100% algodão.

O tema que envolveu todo o projeto foi a criança sendo vista apenas como criança, sem distinção de gênero e atribuições comportamentais adultas e precoces. Logo, toda a curiosidade e imaginação infantil deveria ser exaltada na estampa com cores vivas e motivos divertidos.

4) Coleta de dados: foi realizado o levantamento bibliográfico acerca de gênero, sexualidade e identidade de gênero, suas relações com a moda infantil e adulta, design de superfície e design têxtil. Uma pesquisa quantitativa também foi feita com pais e mães sobre estampas têxteis infantis a fim de delimitar o que era percebido como características femininas e masculinas neste contexto.

5) Análise de dados: os dados coletados na etapa anterior foram analisados com intuito de compreender como proceder nas etapas seguintes para alcançar os objetivos do trabalho proposto.

6) Criatividade: criação do painel imagético e conceito para embasar os esboços iniciais. Trabalhou-se na evolução dos mesmos até que se chegasse à escolha dos elementos principais da estampa e, logo após, opções foram geradas combinando os elementos principais com elementos de ligação, além de layouts diversos e variações na dimensão e rotação de cada elemento. Depois de analisar as alternativas geradas, a alternativa final foi selecionada para ser estampada.

7) Materiais e tecnologias: partiu-se para pesquisar, dentre o que já havia sido pré-determinado, quais tecidos disponíveis no mercado local para a produção das peças piloto. O tecido escolhido foi meia malha nas cores cinza mescla e verde-água, e a estamparia seria aplicada por serigrafia. Assim, a cor da estampa foi selecionada de acordo com as cores do tecido, e os modelos das peças do pijama puderam ser desenhados.

Por uma limitação de oferta de serviços de estamparia na região, a estampa só pôde ser impressa em diversos cortes de tecido de tamanho A3.

8) Experimentação: uma impressão prévia nos tecidos cinza e verde foi realizada para verificar a fidelidade da cor. Após o resultado, um ajuste foi necessário e a cor ideal foi alcançada.

9) Modelo: os recortes A3 de tecidos estampados foram encaminhados para a empresa parceira, que produziu as peça-piloto partindo de medidas padrão para crianças de 5 anos sugeridas pela ABNT.

10) Verificação: uma pesquisa qualitativa foi feita com dez pessoas que se adequam ao público da marca (algumas, inclusive, já eram clientes) para verificar se elas viam tanto a estampa quando o conjunto como peças sem gênero. A primeira pergunta visava validar diretamente a estampa e suas cores, enquanto a segunda abrangia o conjunto completo e ainda questionava se haveria a possibilidade de aquisição do produto.

Tanto a estampa quanto a peça foram amplamente aprovadas como *no gender*.

11) Desenho de construção: o *rapport* foi construído e dimensionado, além da cor da estampa especificada em escala Pantone.

12) Soluções: tanto a estampa quanto a peça atingiram seus objetivos e foram bem aceitas pelo público durante a validação.

3 EMPRESA PARCEIRA: COLCHETES

A empresa que atuará como parceira neste trabalho será a Colchetes, marca de lingeries, pijamas e roupas de banho de Florianópolis, criada em 2012. Sua proposta sempre foi ver lingerie como uma peça para ser usada de forma livre e criativa. Assim, cunharam o termo *freewear*, para definir os produtos que desenvolviam e como gostariam que fossem entendidas pelo seu público.

A marca não gosta de definir seu público por idade ou classe. Criam apenas peças adultas femininas e joviais, porém, segundo relato da proprietária e criadora das peças, Aline Vieira, vendem para mulheres (inclusive trans) de todas as idades, preferindo dizer que "lingeries da Colchetes são feitas para serem confortáveis, e usadas de forma livre! Elas são para pessoas independentes que amam o seu corpo e fazem seus estilos" (COLCHETES, 2017). Apesar disso, há um padrão a ser identificado em seu público, que será abordado logo mais.

Os produtos da Colchetes buscam fugir dos padrões de lingeries romantizadas e cheia de laços, babados e enchimentos. Ainda inovam quanto aos tecidos e o uso, já tendo desenvolvido coleções com veludo, peças dupla-face que permitem seu uso dos dois lados e lingeries com tecidos também apropriados para serem usados na praia ou piscina.

A empresa atua no mercado com três linhas: Básica, Divertida e Dias de Preguiça. A linha Básica que pode ser vista na Figura 1 é o carro-chefe da marca: lingeries de renda sempre com a opção em preto e outras cores que variam de acordo com cada coleção.

Figura 1 – Peças da linha Básica das coleções Vida, de 2016 e Trama, de 2015.
Fonte: Colchetes, 2017.

A linha Dias de Preguiça, ilustrada na Figura 2, conta com pijamas que podem ser também utilizados em situações cotidianas normalmente, mantendo o conforto do cliente.

Figura 2 – Linha Dias de Preguiça, peças da coleção Minimal de 2016.
Fonte: Colchetes, 2017.

A linha Divertida (ver Figura 3) é caracterizada por estampas alegres, diversificadas e coloridas. É a linha em que a marca se permite mais criatividade. Em 2015, trouxe lingeries que poderiam ser usadas também como biquínis, e algumas peças ainda eram dupla-face, permitindo o uso dos dois lados.

Figura 3 – Linha Divertida, produtos da coleção Trama de 2015.
Fonte: Colchetes, 2017.

Da mesma forma que a marca nasceu da necessidade de um produto que ainda não existia no mercado local, Aline relatou que percebeu informalmente, através de conversas, a necessidade que suas clientes sentiam de vestir seus filhos com roupas que não fossem estigmatizadas, especialmente quando se tratava de roupas para meninas. Somado a isso, a Colchetes se posiciona contra a violência de gênero e a favor da aceitação própria, liberdade de identidade e fuga dos padrões

de beleza. Assim, a empresa está buscando fortalecer sua imagem de *freewear* com alguns planos de curto, médio e longo prazo.

A curto prazo, a marca já se prepara para oferecer sutiãs até o tamanho 52, alegando ser o primeiro passo para sair do estigma lingerie para mulheres padrão. O plano de médio prazo abrange a parceria deste trabalho: oferecer peças sem gênero para crianças. Isso inclui também a criação de estampas próprias, o que no momento não é feito pela marca. Para longo prazo, pretende-se lançar uma coleção pensada no público de mulheres trans.

Desta forma, fica claro o posicionamento da Colchetes a favor da quebra de paradigmas, e quanto a parceria proposta acrescenta neste projeto.

3.1 O público

Figura 4 – Clientes da Colchetes usando as peças da marca.
Fonte: Colchetes, 2017.

A empresa relatou nunca ter feito um estudo aprofundado sobre seu público. No entanto, hoje é possível identificar um padrão, especialmente porque a Colchetes participa frequentemente de feiras e bazares alternativos onde Aline acaba desenvolvendo um contato maior e mais direto com quem adquire suas

peças. Nestes ambientes, ela observou a maioria do seu público como pessoas preocupadas em consumir produtos locais e duráveis e que buscam identificação com os valores das marcas. São também, apoiadores da causa LGBT (lésbica, gay, bissexual e transgênero). Possuem "espírito jovem", como a própria marca define, e criativo, portanto se sentem mais livres para sair dos padrões de beleza, embora também sejam altamente influenciáveis pela tecnologia, em especial das redes sociais, e pelas tendências alternativas de moda. E ao contrário do que se poderia inferir, seu público não é só de mulheres, pois muitos homens compram as peças para suas parceiras. Assim, para a realização do presente trabalho, as duas partes discutiram o assunto e definiram o público da marca como *hipster*.

Nordby (2013) ilustra os *hipsters* como os novos jovens rebeldes. Para Murphy *apud* Bogović (2015, p. 4, tradução nossa), o *hipster* enquanto subcultura[1]

> emergiu do cenário musical contracultural no meio dos anos 1990 [...] como um grupo particular de jovens '*fashionistas'* na casa de seus 20 anos, proveniente de famílias brancas de classe média e alta, mas que recusa a se conformar com os parâmetros tradicionais da vida adulta.

Tanto o autor quanto Gosse (2015) convergem quando assinalam o consumo diferenciado como uma das características mais marcantes dos *hipster* e a segunda, ainda destaca a valorização de produtos de qualidade e únicos, em oposição ao que é produzido em – e para – massa. Eriksson *apud* Gosse (2015, p. 13, tradução nossa), define esse padrão de consumo voltado ao "comprar local, de segunda mão, vintage, trocas, *upcycling* e o foco no autêntico".

Nordby (2013, p. 53, tradução nossa) entende hipsters como pessoas que procuram sua própria individualidade e que "ao invés guiarem seus estilos imitando catálogos e propagandas que apresentam versões prontas do '*cool*', buscam criar seu próprio estilo". Finalmente, Schiermer *apud* Gosse (2015, p. 14, tradução nossa) os descreve como indivíduos que

> não somente cultivam uma expressão cultural ou gênero [musical], mas são ecléticos e mente aberta, com interesses que vão de café *gourmet* e cerveja artesanal, até viagens para praticar esportes radicais e preservação do meio ambiente.

Desta forma, é possível ver claramente o público da Colchetes: não fazem parte do grande público, se destacam pela apreciação de produtos locais e acima de

---

[1] Subcultura é uma cultura restrita a um certo grupo que deseja se destacar e distinguir da cultura padrão (BOGOVIĆ, 2015).

tudo, são mente aberta e possuem o espírito jovem como a própria marca o descreve.

4 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

Para a condução deste trabalho, pesquisas acerca de gênero e seus desdobramentos, universo infantil e Design de Superfície foram elaboradas.

4.1 Gênero, sexualidade e identidade de gênero

Em 1949, Simone de Beauvoir (2016, p. 7) abre seu livro “O Segundo Sexo – volume I: fatos e mitos” com os dizeres:

> Hesitei muito tempo em escrever um livro sobre a mulher. O tema é irritante, principalmente para as mulheres. E não é algo novo. A querela do feminismo deu muito o que falar: agora está mais ou menos encerrada. Não toquemos mais no assunto... No entanto, ainda se fala nela.

Quase 70 anos depois, ainda se fala inesgotavelmente do assunto, ao ponto de gênero ter se tornado um campo de estudo – embora ainda seja preocupante que precisemos frisar através de pesquisas os problemas que a divisão binária de gênero aporta consigo.

Os conceitos, problematizações e estudos de gêneros advém do movimento feminista, que questiona o que foi e ainda é pré-estabelecido como norma padrão de comportamento social e sexual para homens e mulheres – além da própria limitação destes dois gêneros. Entraremos de modo mais detalhado no movimento feminista e nas definições de masculino e feminino mais adiante. Agora, caracterizamos o gênero.

Para Dias e Safar (2016), o afloramento do gênero enquanto área de pesquisa se dá a partir do intenso crescimento da onda feminista dos anos 1960. Quando começamos a estudar gênero, é necessário atentar para o emprego da palavra enquanto conceito da área de estudo das implicações de lugar e distinção social de homens e mulheres. De acordo com Louro (1997), "*gender*" começou a ser utilizada pelas feministas anglo-saxãs em oposição a palavra "*sex"*, desprendendo-as, assim, das amarras deterministas biológicas ligadas ao sexo de nascimento, ou a

sexualidade em si. Assim, "o conceito serve [...] como uma ferramenta analítica que é, ao mesmo tempo, uma ferramenta política" (LOURO, 1997, p. 21).

Considera-se sexo como algo fixo, biológico, cromossômico, inerente ao nascimento; contudo, gênero é uma construção sociocultural, "os significados culturais assumidos pelo corpo sexuado" (BUTLER, 2013, p. 24). Schroeder (2014, p. 28, tradução nossa) define de modo mais aprofundado o entendimento do termo como "um sistema de significados e códigos culturais que permeiam masculino/feminino e os símbolos, regras, privilégios e punições pelo seu uso". Gênero, neste caso, é um conjunto de normas e padrões pré-estabelecidos do que é comportamentalmente adequado e aceito para homens e mulheres.

Comumente, a construção das características que designam a divisão binária de gênero supõe que tais atribuições estejam diretamente ligadas ao sexo biológico. Por consequência, de maneira errônea, presume-se que há somente dois gêneros – masculino e feminino – e dois sexos – macho e fêmea. Schroeder (2014) considera que, observando inicialmente apenas sexo, há mais de duas categorias: feminino, masculino e intersexual. Indivíduos intersexuais são aqueles que nascem com características biológicas que não se enquadram totalmente nem sexo masculino nem no feminino, popularmente chamados de hermafroditas.

Com isso, temos dentro do gênero o conceito de identidade de gênero, que representa a visão, a identificação que o indivíduo faz de si mesmo em relação ao que é, independente do sexo biológico de nascimento. O autor contribui para o estudo citando alguns termos que auxiliam a esclarecer tal definição: cisgênero, transgênero e *genderfluid*. Antes de explanarmos os termos, vamos compreender sua origem através de uma breve abordagem da Teoria *Queer*.

O termo *queer* pode ser traduzido como algo excêntrico, anormal, esquisito. Considerando que era inicialmente utilizado de forma pejorativa para denominar homossexuais nos Estados Unidos na segunda metade do século XX, a ideia era justamente frisar o quão transgressores aparentavam ser os que não se encaixavam nos padrões de gênero; era o desprezo e a rejeição ao que se concebia antinatural e anormal para as normas convencionais de comportamento sociais. Todavia, não demorou para que o sentido depreciativo da palavra fosse subvertido pelos próprios oprimidos por ela, que então começaram a usar o termo de modo a criar uma unidade identitária de luta, até alcançar o espaço acadêmico na década de 1990 (BRAGA, 2012).

A Teoria *Queer* defende a desnaturalização dos padrões heteronormativos de gênero, além do não engessamento das identidades, de modo não criar uma estandardização de comportamentos de gênero e sexualidade, e estuda todas as manifestações sexuais e de gênero que não se enquadrem na dicotomia homem-mulher (BRAGA, 2012; LOURO, 2004). Para Louro (2004, p. 46), trata-se também do questionamento "[d]os processos pelos quais uma forma de sexualidade (a heterossexualidade) acabou por se tornar a norma, ou, mais do que isso, passou a ser concebida como 'natural'".

A heteronormatividade é repudiada por Butler (2013), e Braga (2012, p. 18) a define como "o enquadramento das relações – até mesmo as homossexuais – a partir do modelo heterossexual". Diaz (2013, p. 459), ao destrinchar as ideias de Judith Butler acerca do quão superficial, cruel e limitador o padrão heteronormativo pode ser para a sociedade, explica que na visão da autora

> é preciso modificar o modo de conceber as posições identitárias: não se deve retê-las como posições estruturais rígidas, mas como lugares temporais, dinâmicos, que se conectam e se inter-relacionam uns com os outros e que, ademais, sob um impulso democrático, não cessam de modificar criticamente as ações de exclusão que efetuam.

Para a autora, então, o problema da heteronormatividade reside na cristalização das identidades e no uso do padrão binário para definição – hetero/homo, certo/errado, normal/anormal – de qualquer outro padrão comportamental de gênero e sexualidade.

Para melhor compreensão das identidades de gênero, pode-se dividi-la em três grandes categorias: cisgênero, transgênero e *genderfluid*. Cisgênero designa as pessoas que se identificam com seu sexo biológico. Se um indivíduo nasce com a configuração biológica de mulher e assim se identifica, então é uma mulher cisgênero. Já, transgênero, denomina justamente o contrário. Se um indivíduo nascido biologicamente homem não se identifica como tal, e sim como mulher, é considerado trans. Neste caso, é uma mulher trans, pois considera-se o gênero escolhido pela pessoa e se adiciona o termo trans. Uma pessoa *genderfluid* é alguém que se identifica ora com um gênero, ora com outro, ou ainda com nenhum especificamente, alternando entre eles conforme se sente mais confortável. Qualquer identificação que não seja cisgênero entra na categoria *queergender*, tida

como o grande curinga das identidades de gênero por envolver tudo que foge ao padrão binário (SCHROEDER, 2014).

> Quando o *status* construído de gênero é teorizado como radicalmente independente do sexo, o próprio gênero se torna um artifício flutuante, com a consequência de que o *homem* e *masculino*, podem, com igual facilidade, significar tanto um corpo feminino como um masculino e mulher e feminino, tanto um corpo masculino como um feminino (BUTLER, 2013, p 25).

Percebe-se que até então o texto não trata especificamente da sexualidade. Além da identidade de gênero, o campo de estudo de gênero aborda também a orientação sexual dos indivíduos. Barreto (2004, p. 72) define a sexualidade como "como uma necessidade inerente a toda pessoa, sendo vivida de forma diferente na infância, na juventude, na maturidade e mais tarde na velhice; é muito mais que um contato sexual, engloba amor, respeito, liberdade".

A orientação sexual se relaciona diretamente com o desejo e a sexualidade, não tendo, necessariamente, ligação direta com a identidade de gênero, embora muito influam para suas diversas aflorações. Para Bernini (2011, p. 33), "como bem sabe Butler, as comunidades lésbicas, gays e trans sempre foram verdadeiros laboratórios das identidades". Podemos segmentar as orientações sexuais em heterossexualidade, homossexualidade e bissexualidade (SCHROEDER, 2014).

Caracteriza-se heterossexual alguém que sente desejo por outro do sexo oposto. Homossexual é a designação para o contrário, um indivíduo que se sente atraído por outro do mesmo sexo. Bissexual é o indivíduo que sente desejo pelos dois sexos, e por vezes é conhecido também como pansexual (BERNINI, 2011; SCHROEDER, 2014). Como citado previamente, a orientação sexual não depende da identidade de gênero. Ou seja, alguém *genderfluid* não necessariamente será bissexual, por exemplo.

Nota-se que mesmo as divisões mencionadas anteriormente ainda se baseiam completamente na (di)visão binária. Define-se o que é e o que não é a partir do *ser homem* e *ser mulher, sentir-se homem* e *sentir-se mulher,* um olhar heteronormativo para mundo. Pretende-se identificar e isolar os objetos de estudo a fim de não enquadrá-los nesta definição, mas de alguma forma paradoxal se usa dela para isto. Bernini (2011, p. 20) complementa o pensamento da autora deste trabalho alegando que

> nossa maneira de pensar é tão dirigida pelas alternativas do sistema binário sexual que se torna muito difícil representar a sexualidade sem utilizá-las.

> [...] É menos fácil conseguir imaginar um ser humano sexuado desejante nem macho nem fêmea, nem homem nem mulher, nem heterossexual nem homossexual.

Mas o que é delimitado como homem e mulher, macho e fêmea? Qual o interesse do movimento feminista em problematizar tal divisão?

O feminismo é a oposição da situação de subordinação das mulheres em relação aos homens (SANTOS, 2009), como o patriarcado[2] e o andocentrismo[3]. A luta feminista aborda o estudo de uma nova significação - e até criação - de identidades, sexo e gênero, sem a hierarquia e características pré-definidas de masculino e feminino. Trata-se da busca por igualdade de gênero, em que "as diferenças entre os sexos não se traduzam em relações de poder" (ALVES; PITANGUY, 1983, p. 10).

Aparentemente, ser mulher é um problema por si só, inerente ao ser que assim nasce. Como diria Butler (2013, p. 8), "considere o fardo dos 'problemas de mulher', essa configuração histórica de uma indisposição feminina sem nome, que mal disfarça que ser mulher é uma indisposição natural".

O feminismo pode ser estudado em ondas para que seu histórico seja melhor compreendido. Nogueira (2001) entende a Revolução Industrial e as duas Guerras Mundiais como grandes catalisadores e desencadeadores históricos, políticos e sociais do feminismo. Na primeira onda,

> o trabalho mecânico avança na estrutura social mundial. A força de trabalho feminina, mesmo biologicamente mais “fraca” que a masculina ganha espaço, pois agora a diferença entre homens e mulheres não se mede por ossos e músculos. Com a industrialização os dois passam a ter mesma força necessária para o trabalho (SANTOS, 2009, p. 4).

Assim, a mulher se torna o que Louro (1997) chama de ser visível. Isto é, passa a ser – e a lutar para se tornar – atuante econômica e socialmente, pois já não lhe cabe o papel puramente doméstico e coadjuvante. Surge então o sufragismo, que marca a luta das mulheres europeias brancas de classe média para que também tivessem direito ao voto. Durante a Primeira e a Segunda Guerra Mundial, com os homens em combate, houve uma abertura a emancipação da

---

[2] O patriarcado é a concepção do homem de família, do pai, como o detentor do poder no núcleo familiar e, por consequência, na sociedade. Ele é o provedor, o criador da ordem, o modelo a ser seguido, respeitado e nunca contestado (BARRETO, 2004).

[3] Andocentrismo é a noção de que o homem é o ser normativo; a mulher, apenas um ser derivado dele e, portanto, a ele subordinado (CLARKSON; RUSSEL, 1996).

mulher. Agora, cabia a elas o papel antes desempenhado por eles em muitas funções, especialmente postos de trabalho.

A segunda onda vem na década de 1960, e mulheres se unem de diversas formas, especialmente acadêmicas, para teorizar e refletir sobre o "ser mulher" através de suas experiências (SANTOS, 2009). Era um período muito propício para o fortalecimento do movimento. Para Butler (2013, p. 18),

> para a teoria feminista, o desenvolvimento de uma linguagem capaz de representá-las completa ou adequadamente pareceu necessário, a fim de promover a visibilidade política das mulheres. Isso parecia obviamente importante, considerando a condição cultural difusa na qual a vida das mulheres era mal representada ou simplesmente não representada.

Como ainda complementa a ideia de Beauvoir (2016, p. 9), "um homem não teria a ideia de escrever um livro sobre a situação singular que ocupam os machos na humanidade". Surgem os estudos da mulher, que logo depois viriam a ser denominados de estudos de gênero (SANTOS, 2009; LOURO 1997).

A terceira onda é considerada o ressurgimento do feminismo, também conhecido como pós-feminismo, já que o movimento se enfraquece e perde visibilidade em meados da década de 1980. A igualdade legal já havia sido conquistada: mulheres agora tinham os mesmos direitos e deveres perante à lei na Europa Ocidental e Estados Unidos, por exemplo. A questão residia na "distância entre a igualdade legal formal e política e a prática de todos os dias. Os direitos e os princípios mantiveram-se teóricos, especialmente em termos sócio-econômicos e no que diz respeito às vidas privadas das mulheres" (NOGUEIRA, 2011, p. 7).

As mulheres são mais livres, porém ainda há opressão. Pontua precisamente Beauvoir (2016, p. 8) quando diz que "os antifeministas não têm dificuldade em demonstrar que as mulheres não são homens" e embora essa fala seja de 1949, ainda retrata muito bem o que ocorre atualmente. Enquanto mulheres somos livres, mas ainda não somos – e nunca seremos – homens.

4.1.1 O masculino e o feminino na moda

> Atribuir previamente ao sujeito uma série de categorias é uma forma de manter o controle social por parte de certo grupo, não permitindo condutas que fujam à norma, legitimando características humanas como naturais, evitando que sejam questionadas (MASCHIETTO; FERRO, SANTOS, 2012, p. 93).

Forty (2007) explica que dentre todas as distinções possíveis de roupas, mais comum – e primeira – é por sexo, posto que, segundo o mesmo, trajes masculinos se permitem serem rapidamente diferenciados dos femininos, independente do tempo, lugar e de quanto o design de moda tenha mudado durante os anos.

No século XIX, a posição da mulher de adorno do marido e da sociedade se mostrava claramente refletida em suas vestes pomposas e carregadas de detalhes minuciosos, especialmente quando de classe alta, que não trabalhava fora nem dentro casa. Os homens, contrastando, contavam com vestimentas práticas e sóbrias. Porém, não se pode ignorar o chamado estilo alternativo, que segundo Crane (2006, p. 201) é "um conjunto de símbolos extraídos do vestuário masculino, composto de itens usados separadamente ou em conjunto, que modificavam sutilmente o efeito geral do traje feminino" (ver Figura 5). Um dos itens mais usados era a gravata, que em uma mulher passava a conotação de independência e estilo de vida alternativo.

Figura 5 – Mulher inglesa de classe média em estilo "alternativo": chapéu de palha, gravata, paletó e colete combinando, 1893.
Fonte: CRANE, 2006, p. 221.

Nos anos de 1920 (força de trabalho feminina ganhando espaço) e 1960 (segunda onda do feminismo) refletem na moda feminina o progressismo de suas épocas (CRANE, 2006), com mudanças em seus cabelos e silhuetas. Contudo, enquanto Crane (2006) conta o histórico das mudanças da moda e seu papel social, é possível traçar um paralelo com o que diz Godinho (2012, p. 32), que “no vestuário masculino é evidente uma censura por parte da sociedade que não lhe admite sinais evidentes de efeminização”, e em contrapartida, a mulher, inclusive em busca de poder, voz e emancipação, recorria aos trajes mais masculinizados.

Até então fala-se apenas das mudanças na moda feminina, o que se dá pelo contexto histórico da mulher de luta para se tornar igual ao homem, e também evidencia o sexismo avassalador que permeava o guardarroupas masculino. Este não se permitia qualquer chance de demonstrar a masculinidade abalada por influências femininas. Porém, não é o uso de uma peça feminina, como uma saia, que causa imediatamente este efeito, como bem pontua Godinho (2012, p. 39) quando diz que

> também não é demais relembrar que já na antiguidade clássica os homens usavam túnicas, assim como, ainda hoje na Escócia se usa o kilt e a Guarda Presidencial grega usa a fustanella sem, por isso perderem toda a sua aura masculina, bem antes pelo contrário, são os patriarcas de famílias e os elementos associados à defesa de um estado.

O que isto nos diz? Trata-se de mais um reforço, assim como mencionado anteriormente acerca de gênero, da construção puramente social e mutável do que se adequado na moda masculina e feminina – e por enquanto partimos do ponto que a moda teria sempre esta divisão. De acordo com Godinho (2012), masculino e feminino ainda hoje possuem características muito marcantes. A fusão de dois elementos, atualmente, resulta em um terceiro, diferente: andrógino. Baker (2015) também acentua a androginia na moda atual como um ponto que já se mostra bastante forte, adotado por grifes inglesas e grifes de alta-costura como Gucci, Yves Saint Lorent e Prada, que apresentaram recentemente suas coleções masculinas em passarela com predominância do rosa, saias e sapatos com salto alto.

> Se no passado batizamos de "look boyfriend" os jeans masculinizados e os blazers e camisas de tamanho grande usados por garotas, como se tivessem sido surrupiados do armário do namorado, agora chegou o momento do "look girlfriend" – pelo menos nos círculos do mundo da moda (BAKER, 2015).

Curiosamente, estes casos se diferenciam da androginia presenciada anteriormente no mundo da moda pois agora estamos falando – também – de peças *no gender* e apropriação de trajes e características femininas voltadas ao público masculino. O que mudou?

Para Cullen *apud* Baker (2015), “há um interesse renovado no feminismo e isso alimenta a moda. Há mais interesse também pela comunidade trans. E a sexualidade não é mais um assunto tão tabu quanto antes". Não só isto, pode-se inferir que uma nova geração sem tantas amarras de padrões e normas de gênero e mais liberdade sexual faz parte desta mudança, pois é também quem consome e quem produz, buscando transformar e se identificar com o que oferece e consome.

4.1.2 O masculino e o feminino no universo infantil

Com intuito de melhor compreender e explorar as construções e definições de masculino e feminino na infância, foi elaborado um breve apanhado de múltiplas situações sociais em que esses retratos são colocados às crianças, com enfoque especial, embora não somente, de âmbito nacional. Esta compilação pretende demonstrar do que cercamos as crianças, e o que é esperado e imposto a elas numa visão binária heteronormativa, que embora em transformação, ainda mostra resultados que vão na contramão do subtópico anterior.

Iniciaremos tratando da moda infantil. Para (MASCHIETTO; FERRO; SANTOS, 2012, p. 94), "a roupa é um meio determinante no aprendizado das crianças sobre as distinções de gênero". Os autores analisaram roupas infantis a fim de precisar se as mesmas carregavam padrões pré-estabelecidos de gênero. Nas roupas femininas, foi observada a presença de desenhos e cores suaves (rosa, lilás, branco), há mais detalhes nas peças (como decotes e babados) e as mesmas ainda possuem modelagem mais justa e curta. As roupas masculinas apresentam desenhos mais agressivos, cores mais escuras (cinza, preto e especialmente azul). Ainda possuem uma modelagem mais comprida e larga, e um certo apelo esportivo e urbano.

Outro ponto importante é que nos sites onde as imagens das roupas foram analisadas pelos autores, as fotos das crianças as modelando também se diferenciavam por gênero:

> Enquanto as meninas são fotografadas em poses que denotam calma, leveza e uma pretensa feminilidade – como a grande ocorrência de poses em que as modelos estão com as mãos na cintura, os meninos são retratados em poses que denotam movimento, como, por exemplo, vento bagunçando os cabelos e balançando a roupa (MASCHIETTO; FERRO; SANTOS, 2012, p. 98)

O enaltecimento do caráter esportivo e ativo denota o que é esperado dos meninos: precisam ser ágeis, fortes, espertos e corajosos. Enquanto isso, fica clara a sexualização precoce de meninas, com uso de poses e roupas que ressaltam mais o corpo, que "remete à noção de sensualização feminina, na qual a fêmea deve se mostrar de forma convidativa ao macho, que a cortejará caso ele se sinta atraído" (MASCHIETTO; FERRO; SANTOS, 2012, p. 98), além da imposição do que se espera de um comportamento de meninas: doçura, calmaria e passividade. Neste ponto, cabe uma ponte com a colaboração da investigação de Teófilo (2017, p. 22), que alega que "a mulher, por ser encarado como um ser decorativo, também vê o seu corpo decorado com um excesso de acessórios e elementos que fazem ressaltar as suas características de fragilidade, de feminilidade e beleza".

Para Teófilo (2017, p. 41), "em todas estas instituições aprendemos desde sempre que existe um vestuário adequado para a mulher e um outro para o homem". Ela ainda aponta um experimento realizado em Portugal:

> Um mesmo bebé era vestido ora de azul ora de cor-de-rosa e mostrado a pessoas adultas. Nunca foi dito o sexo da criança. Mas, quem a via presumia que era rapaz ou rapariga pela roupa que trazia vestida. Quando vestido de azul o bebé fazia os adultos dizerem coisas como “Que choro tão forte que ele tem!”, “Como me aperta o dedo com força!”, “Que grande rapaz que ele é”. Quando vestida de cor-de-rosa, a criança fazia com que as pessoas que a viam dissessem: “Que bonitinha!”, “Que querida!”, “Que olhos tão bonitos que ela tem”. Sem nos darmos conta, acabamos por fazer distinções entre os sexos até no modo como tocamos nas crianças, na forma como as acariciamos. É inconsciente, mas não deixa de ficar gravado para sempre. (VASCONCELOS *apud* TEÓFILO, p. 43)

Tal que assim se apresenta a mais clássica das dicotomias de estereótipo de gênero, especialmente para crianças: azul-rosa.

Bezerra (2014) observou a linguagem visual na roupa infantil. Ao perguntar a preferência e percepção de crianças de três a cinco anos sobre certas estampas apresentadas, os padrões de gênero se manifestam: flores, delicadeza, corações, suavidade pertencem às meninas. A aventura, agressividade e força é o que compõe o universo masculino.

Para a autora,

> o universo em que as crianças estão inseridas, as ações que ela comumente vislumbra são de maneira geral repetidas, como forma de reforço de atitudes e escolhas específicas para cada gênero – meninas gostam de princesas e romantismo, meninos preferem atitudes radicais e que comprovem coragem (BEZERRA, 2014, p. 206).

Nunes (2008) realizou um estudo com crianças de oito e nove anos em uma escola particular em 2008, cujo objetivo foi a identificação dos aspectos que constituem a formação e afirmação da identidade feminina através da cultura visual no contexto escolar. O estudo se deu com base nas opiniões das crianças acerca de algumas imagens cotidianas, tais como as estampas de seus materiais escolares e pertences pessoais, publicidades em revistas, desenhos animados e anúncios televisivos.

O que foi percebido a respeito das características demonstradas para e, consequentemente, cultuadas pelos meninos em relação aos personagens de desenhos animados de sua preferência foi a dinamicidade dos enredos. Há sempre um caráter aventureiro, adrenalina, força, agressividade e a constante presença de superpoderes para resolver as adversidades das histórias. Entretanto, as histórias das personagens de escolha das meninas são constituídas de enredos simples, com situações cotidianas (passeios e encontro com amigas), dispensando, portanto, superpoderes ou características especiais que se tornam desnecessárias pela falta de grandes acontecimentos.

> As meninas se identificam com suas personagens preferidas no que se refere tanto a aspectos físicos e estéticos (roupas, acessórios, beleza corporal) quanto a maneiras de ser e de agir (gestos delicados e realização de atividades mais “calmas”). Através disso, elas acabam incorporando atitudes sociais que são ditas comuns às meninas, como docilidade, meiguice e recato (NUNES, 2008, p. 65).

Kropeniscki (2015) teve como seu objeto de estudo os catálogos de brinquedos para crianças a partir de três anos de determinada empresa, lançados de 2009 a 2015, com a intenção de identificar e pontuar as relações de gênero com os brinquedos ofertados. Como resultado de suas análises, pôde-se observar claramente as retratações tão distintas e sexistas de feminino e masculino.

Segundo a autora,

> O retrato do feminino é permeado principalmente pelo cuidado, cuidado da casa, cuidado das roupas, cuidado de bebês, cuidado de si mesmo. Entre esses cuidados configuram-se outras características, dentre elas, a dedicação, a delicadeza, e a vaidade (KROPENISCKI, 2015, p. 111).

O universo masculino,

> então, é marcado pela aventura, pela liberdade, permeia espaços públicos, é investido de grandes responsabilidades, deve ser criativo, construir, controlar, atacar e defender. Por isso, sua missão acaba sendo mais ampla, assim, em ambiente doméstico, não tem tempo de assumir pequenas tarefas, podendo apenas auxiliar o trabalho feminino (KROPENISCKI, 2015, p. 112).

Na educação, Louro (1997) ainda salienta, com preocupação, a capacidade controladora e moldadora da escola, que define horários, espaços, posturas, atividades, comportamentos, como forma de indicar que tipo de criança precisamos ter na sociedade. Grande parte desse caráter da escola ganha ainda maior inquietação por parte da autora no que diz respeito ao tratamento de meninas e meninos pelos professores:

> Afinal, é "natural" que meninos e meninas se separem na escola, para os trabalhos de grupos e para as filas? É preciso aceitar que "naturalmente" a escolha dos brinquedos seja diferenciada segundo o sexo? [...] É de esperar que os desempenhos nas diferentes disciplinas revelem as diferenças de interesse e aptidão "características" de cada gênero? [...] Como professoras de séries iniciais, precisamos aceitar que os meninos são "naturalmente" mais agitados e curiosos do que as meninas? E quando ocorre uma situação oposta à esperada, ou seja, quando encontramos meninos que se dedicam a atividades mais tranqüilas e meninas que preferem jogos mais agressivos, devemos nos "preocupar", pois isso é indicador de que esses/as alunos/as estão apresentando "desvios" de comportamento? (LOURO, 1997, p. 63)

Aparentemente, em todos os âmbitos analisados, meninas ainda são somente as cores rosa, lilás, branco. São apenas meigas, calmas, suaves, belas, recatadas e do lar. O feminino infantil é limitado e limitador. Meninos, por sua vez, são os aventureiros, os criadores de tudo à nossa volta: ao mesmo tempo, podem ser construtores, inventores, estrategistas, guerreiros, fortes, ágeis, espertos, aventureiros, vermelhos, azuis, cinzas, verdes, amarelos, verdes, pretos. O masculino infantil é abrangente, inspirador e inesgotável.

Não restam dúvidas dos padrões heteronormativos impostos às crianças nas esferas analisadas. Mesmo com mudanças à vista, a expectativa do comportamento sexista feminino e masculino se demonstra clara – e provavelmente nem mesmo queira ser camuflada.

4.2 Design de superfície

Para Rüthschilling (2008), Design de Superfície é a área do design que compreende todo o tratamento e cor utilizados em uma superfície. Segundo a autora,

> as civilizações antigas desenvolveram o gosto pela decoração de superfícies em geral, principalmente nos utensílios domésticos, espaços arquitetônicos e artefatos têxteis. Pode-se dizer que a tecelagem e a cerâmica, assim como, posteriormente, a estamparia e a azulejaria, com sua linguagem visual, carregam o embrião do que hoje chamamos de design de superfície (RÜTHSCHILLING, 2008, p. 16)

Vieira (2014, p. 31) cita Manzini ao dizer que a superfície é a pele dos objetos, e ainda complementa: "a estampa que reveste algum produto empresta a ele alguma característica peculiar e o transforma na maneira de ser percebido". A autora também comenta a importância da compreensão por parte do designer de superfície da inter-relação entre arte e design, considerando que a leitura dos objetos é completamente influenciada pela parte criativa e imaginativa de seu trabalho.

Dentro deste campo, há as áreas de papelaria, têxtil, cerâmica, plástico, borracha, materiais sintéticos e especialmente outros materiais, onde também incluímos os ambientes virtuais. Especialmente ilustrado por este último, o Design de Superfície é uma atividade que permeia entre o Design Gráfico e o Design de Produto (RUBIM, 2004; RÜTHSCHILLING, 2008).

4.2.1 Princípios básicos do Design de Superfície

Para trabalhar com design de superfície, é necessário saber projetar padronagens por repetição, possibilitando a projeção para superfícies contínuas. Isto significa que o desenho principal deve se encontrar em repetição, podendo ou não variar de posição com o propósito de compor de modo uniforme a padronagem desejada (BRIGGS-GOODE, 2014; RUBIN, 2005; RÜTHSCHILLING, 2002).

Rüthschilling (2002) ressalta os elementos visuais indispensáveis que se manifestam no projeto de design de superfície:

a) Figuras ou motivos: são as formas não-interrompidas e recorrentes, consideradas em primeiro plano na percepção visual. É a partir delas que o espectador tem a percepção do tema e sentido da composição.

b) Elementos de preenchimento: geralmente os elementos como figura e grafismo correspondentes ao tratamento do fundo da imagem, responsáveis por ligar as imagens de primeiro plano.

c) Elementos de ritmo: elementos encarregados da continuidade (propagação do efeito) e contiguidade (harmonia visual na vizinhança dos

módulos) de toda a superfície. São mais fortes que os outros elementos e atuam de acordo com sua cor, posição e configuração, ditando toda a dinamicidade da superfície.

Adentrando nos princípios básicos do design de superfície, explicaremos os elementos de construção de uma estampa. São eles: módulo, encaixe entre os módulos, a repetição do módulo (ou *rapport*) e os sistemas de repetição.

O módulo (ver Figura 6) é a unidade mínima da padronagem, o seu "átomo". Nele, devem estar contidos todos os elementos visuais que compõem a estampa (RÜTHSCHILLING, 2002).

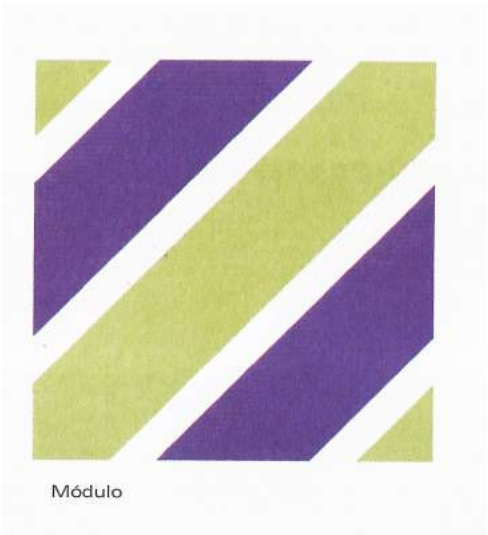


Figura 6 – Módulo.
Fonte: RÜTHSCHILLING, 2002, p. 64.

A padronagem deve invariavelmente ser contínua. Para tal, os módulos devem se encaixar perfeitamente de todos os lados quando justapostos, compondo a estampa. Este encaixe, porém, pode variar em sua repetição, rotação e deslocamento, todavia é necessário para verificar se os princípios de continuidade e contiguidade então de acordo com a ideia inicial proposta pelo designer (RÜTHSCHILLING, 2002; RUBIN, 2005).

A repetição do módulo, exemplificada na Figura 7, é comumente chamada de *rapport* na indústria brasileira (RUBIN, 2005), e representada pela letra R.

Figura 7 – Repetição de módulo ou *rapport.*
Fonte: RÜTHSCHILLING, 2002, p. 67.

Há diversos sistemas de repetição (observar a Figura 8) que podem ser usados para compor a padronagem partindo do módulo. Podemos classifica-los em:

a) Sistemas alinhados: os módulos se repetem sem que a origem seja deslocada.

b) Sistemas não-alinhados: a origem do módulo pode ser deslocada completa ou parcialmente, sendo 50% de deslocamento o mais comum.

c) Sistemas progressivos: encontramos uma mudança nos tamanhos dos módulos, dentro de certos padrões lógicos pré-estabelecidos.

d) Multimódulo (Figura 9): ocorre quando nos deparamos com sistemas menores dentro do módulo. Desta forma, criamos "um sistema de módulos [que] origina outros sistemas, formas diferentes desenhos e aumenta as possibilidades de encaixe" (RÜTHSCHILLING, 2002, p. 69).

e) Composição sem encaixe: exige certo domínio do designer para manter a composição e harmonia visual de suas composições, pois seguem os princípios dos elementos de ritmo sem que haja a necessidade de encaixes entre o módulo.

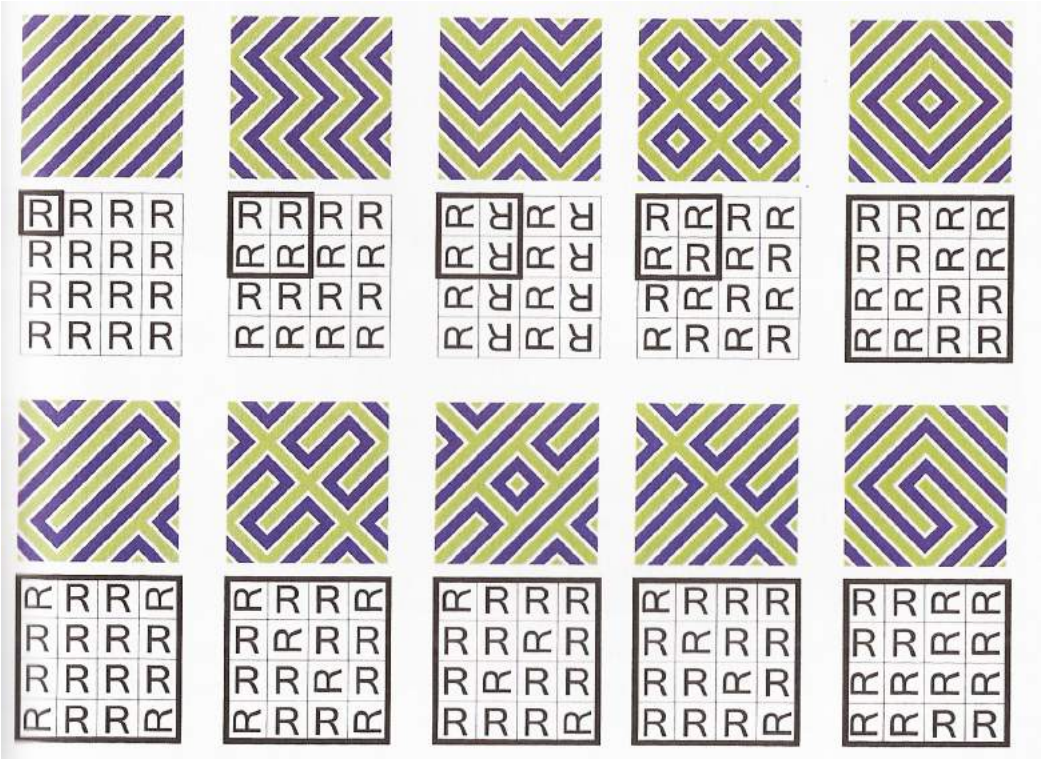


Figura 8 – Diferentes tipos de encaixes entre módulos.
Fonte: RÜTHSCHILLING, 2002, p. 70.

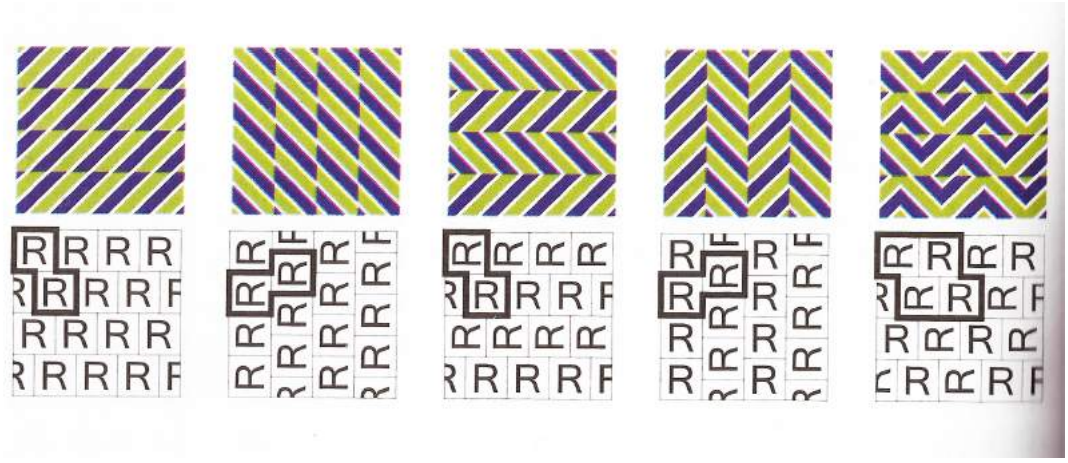


Figura 9 – Multimódulos e seus diferentes encaixes.
Fonte: RÜTHSCHILLING, 2002, p. 69.

Cadeira (2013), baseando-se em Rüthschilling (2002) e de Rubim (2004) desenvolveu seus próprios módulos e aplicou nos sistemas de repetições descritos pela primeira (ver Figura 10 e Figura 11), criou um multimódulo (Figura 13) e também utilizou padronagens de outros artistas para exemplificar os sistemas

progressivo (Figura 12) e sem encaixe (Figura 14). Os resultados oferecem uma melhor compreensão do que foi descrito anteriormente.

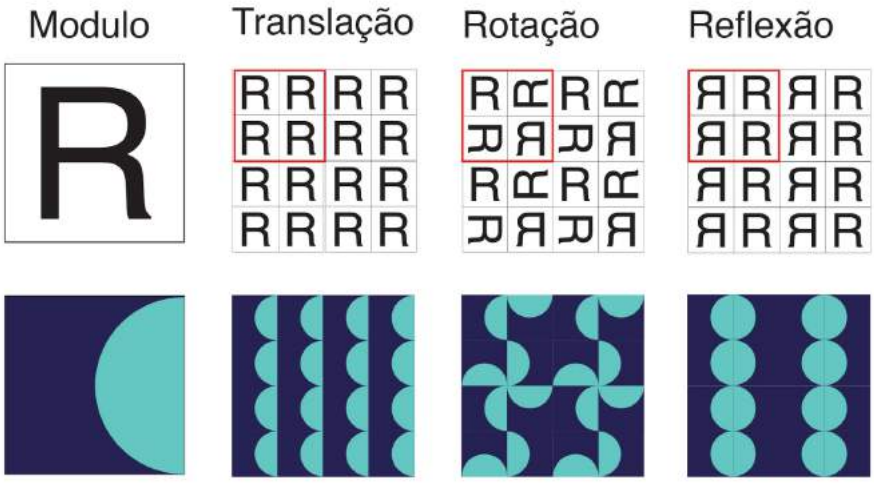


Figura 10 – Sistemas de repetição alinhados, por Cadeira.
Fonte: CADEIRA, 2013.

Figura 11 – Sistemas de repetição não alinhados, por Cadeira.
Fonte: CADEIRA, 2013.

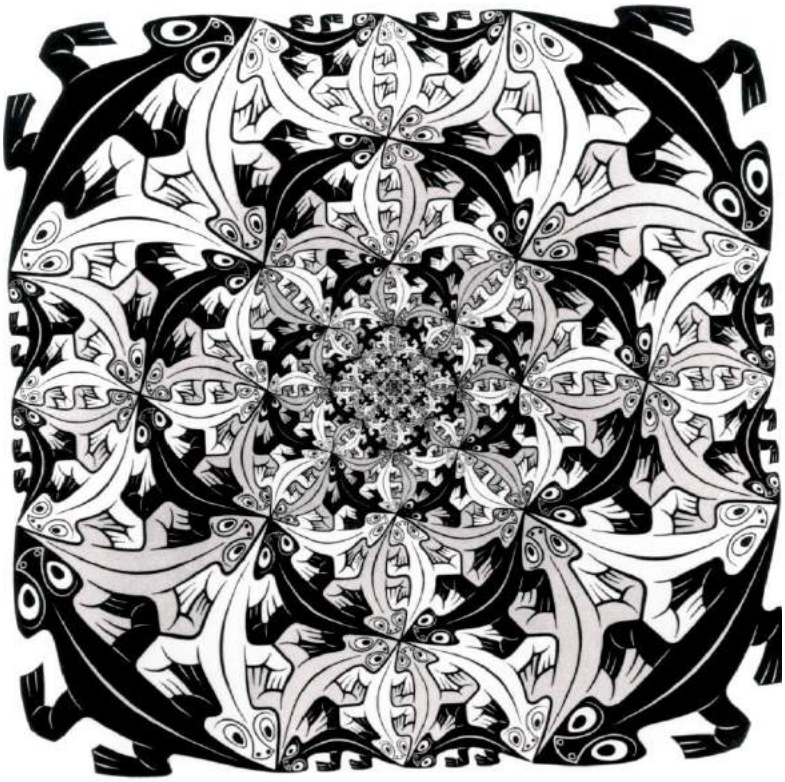


Figura 12 – Sistema progressivo, por Escher.
Fonte: CADEIRA, 2013.

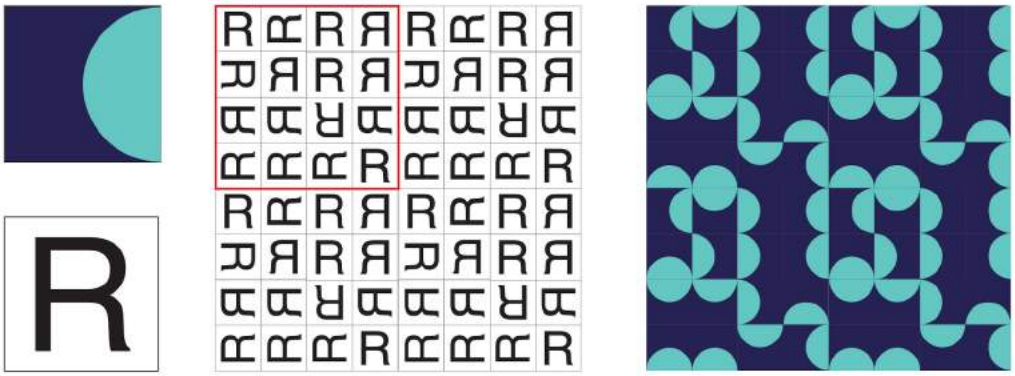


Figura 13 – Multimódulo circunscrito no quadrado vermelho, por Cadeira.
Fonte: CADEIRA, 2013.

Figura 14 – Composição sem encaixe, por Athos Bulcão.
Fonte: CADEIRA, 2013.

4.2.2 Design têxtil

Alguns autores utilizados neste trabalho não assinalaram diferenças entre o design têxtil e o design de superfície têxtil, diferentemente de Rüthschilling (2008), que distingue as duas atuações. Design têxtil é a

> área de produtos que tem na sua constituição o emprego de fibras. Abrange todos os tipos de tecidos e nãotecidos gerados a partir de diferentes métodos de entrelaçamento de fios [...] e suas formas de acabamento e embelezamento [...]. É a maior área de aplicação do design de superfície e com maior diversidade de técnicas (RÜTHSCHILLING, 2008, p. 31).

Já, o design de superfície têxtil é a atuação responsável pela estamparia, "onde o designer ocupa-se com a criação dos desenhos adequados aos processos técnicos de estampagem" (RÜTHSCHILLING, 2008, p. 31).

Para a autora, portanto, o designer têxtil é o encarregado de estabelecer as características dos fios enquanto o designer de superfície têxtil estabelece as características dos tecidos e, na sequência, das estampas.

Vieira (2014, p. 35) ressalta a relevância da área têxtil para o design de superfície, alegando que essa “é a que mais absorve o trabalho de design de superfície, portanto voltada com maior ênfase a produtos da área do vestuário e de decoração, assim intimamente ligada ao universo da moda”.

Segundo Meller e Elffers (1991), o design têxtil se constitui dos seguintes elementos:

a) Motivo: a imagem básica que determina a família, ou grupo, da estampa;
b) *Layout*: a disposição dos motivos na estampa;
c) Cor;
d) Técnicas de estamparia;
e) Tecido.

Tal segmentação pode ser interpretada como uma visão macro que o designer de superfície deve ter acerca do seu trabalho na área têxtil. Ainda que não seja o encarregado de definir todos atributos da peça a ser estampada, é vital que compreenda, por sua vez, que além do seu trabalho de designer de superfície têxtil, tanto a escolha do tecido quanto da técnica aplicada são responsáveis por parte do efeito do produto final.

4.2.2.1 Estamparia

"Do corpo, a pintura passou para o couro e, depois, para os tecidos" (PEZZOLO, 2007, p. 183).

Para Chataignier (2006), a estamparia é um dos mais expressivos usos e linguagens que se pode fazer do tecido, e Pezzolo (2007) identifica o surgimento da estamparia oriunda da necessidade do ser humano em decorar e colorir o seu ambiente.

A prática da estamparia não é recente, considerando que há registros das primeiras criações de estampas na Índia, Indonésia e um pouco depois no Egito e Fenícia, todos ainda antes da era cristã. Na Europa, a estampa mais antiga conhecida é datada de 543 (PEZZOLO, 2007). "Artesãos indianos desenvolveram métodos sofisticados de tingir e estampar tecidos muitos séculos antes dos Europeus seguirem esse caminho" (MELLER; ELFFERS, 1991, p. 17).

Os tecidos estampados e suas práticas orientais chegaram na Europa pelos comerciantes através do Mediterrâneo. No século XVI a Itália já estampava tecidos e dois séculos mais tarde, a atividade passa a ser fortemente produzida por

outros países europeus, especialmente França e Inglaterra (PEZZOLO, 2007; BRIGGS-GOODE, 2014).

Por possuir um caráter fortemente decorativo, é muitas vezes vista como uma das prática que "mais se aproxima da arte" (YAMANE, 2008). Todavia, não pode ser confundida com arte, posto que ainda se trata de um projeto de design, geralmente oriundo de uma demanda industrial, e não de uma peça artística (RUBIM, 2004).

4.2.2.2 Motivos e Padrões

Chataignier (2006) divide os motivos em seis grandes famílias ou grupos: florais, geométricos, históricos e/ou comemorativos, étnicos, artísticos e listrados. Para Meller e Elffers (1991), os cinco grupos se tornam: florais, geométricos, figurativos, étnicos e históricos e/ou artísticos. Pezzolo (2007) tem seus cinco grupos como: florais, geométricos, animais, abstratos e figurativos. Briggs-Goode (2014) determina quatro grandes grupos: florais, geométricos, figurativos e étnicos.

Para este trabalho, a divisão dos grupos utilizada será a de Briggs-Goode (2014, p. 16), por tratar os grupos com mais abrangência de modo a limitar menos a escolha do designer em sua criação. A autora ainda sinaliza que dentro dos grandes grupos encontramos subdivisões e também "embora essas categorias não sejam rígidas, elas são formas estabelecidas de referências a características visuais".

Adentrando em nos grupos, começaremos com os florais (Figura 15).

> Buquês, ramagens, folhagens, botões, pétalas, árvores, arbustos, guirlandas, heras, sementes, florezinhas provençais ou interioranas, *liberty* ou conceituais, esses desenhos são sempre uma lição de botânica, arte e de culto à beleza (CHATAIGNIER, 2006, p. 86).

Este foi o tipo predominante de motivo na estamparia até o fim do século XVIII, tendo seu grande retorno entre o final do século XIX, por conta do movimento artístico *Art Nouveau*. Todavia, o floral é sempre bem sucedido em se manter atual (PEZZOLO, 2007).

Figura 15 – Floral em coleção infantil de Stela McCartney para Liberty.
Fonte: Liberty London, 2017.

Já, os motivos figurativos (Figura 16), reproduzem figuras, incluindo a humana (PEZZOLO, 2007), exceto flores que possuem seu grupo próprio (MELLER; ELFFERS, 1991). Ou, de maneira mais específica, "os figurativos podem ser descritos como imagens que fazem referências a ícones populares de uma determinada época ou estação, ou imagens que são únicas e que de certa forma desafiam nossa percepção" (BRIGGS-GOODE, 2014, p. 16).

Figura 16 – Estampa figurativa infantil sem gênero de laranjas aplicada em tapa fralda.
Fonte: Ateliê Cui Cui, 2017.

Por sua vez, os motivos geométricos (Figura 17) representam figuras abstratas. Ou seja, não são representações de motivos figurativos como observado anteriormente (BRIGGS-GOODE, 2014; MELLER; ELFFERS, 1991). Ainda, "a noção de geometria adquire neste caso formas mais soltas do que as convencionais no âmbito da ciência matemática" (CHATAIGNIER, 2006, p. 87).

Juntamente com os florais e figurativos, o geométrico teve seu espaço na Europa entre os séculos XVII e XVIII. O retorno da preferência por este motivo foi impulsionado pelo movimento *Art Déco*, no início do século XX. Similarmente aos florais, esse grupo de motivos também consegue se fazer sempre presente de forma atual na moda (PEZZOLO, 2007).

Figura 17 – Estampa geométrica sem gênero aplicada em produto infantil.
Fonte: Pessoinha, 2017.

Os motivos étnicos (ver Figura 18) são motivos que possuem relação com algum grupo por localidade e/ou etnia (BRIGGS-GOODE, 2014) e elementos referentes a identidade cultural (CHATAIGNIER, 2006).

> Os países que se desenvolvem ou que são percebidos universalmente como detentores de exemplos étnicos por intermédio de suas culturas são: Brasil, países sul-americanos e centro-americanos, africanos, asiáticos, ilhas do Pacífico e outros (CHATAIGNIER, 2006, p. 89).

Para Meller e Elffers (1991) ainda, isso evoca uma questão delicada, em que afirmam que muito do que se tem hoje por motivos étnicos são reproduções e visões ocidentais dos motivos originais, não sendo, então, nem verdadeiramente dos países que desejam representar, nem dos países que os reproduzem, tornando-se uma questão até mesmo ofensiva para os povos pertencentes às culturas.

Figura 18 – Motivo étnico em coleção outono/inverno de 2011/2012 de Mary Katrantzou.
Fonte: BRIGGS-GOODE, 2014, p. 21.

Pezzolo (2007, p. 206) ainda menciona os padrões clássicos. Ela os define como o padrão "que possui uma raiz histórica; aquele que, após séculos de existência, ainda se mantém vivo, fazendo parte do mundo da moda", e Chataignier (2006, p. 86) complementa que estes "não podem ser taxados de *old fashion*, uma vez que cada aparição traz em suas formas e design a presença da atualidade com suas novas influências e tecnologias".

Alguns exemplos de padrões clássicos são: listrado (Figura 19), cashmere (Figura 20), xadrez (Figura 21), tweed (Figura 22), olho-de-perdiz (Figura 23), risca-de-giz (Figura 24) e poás (Figura 25), que são tratados num grupo à parte por Pezzolo (2007).

Figura 19 – Vestido listrado no desfile da Louis Vuitton em 2000.
Fonte: PEZZOLO (2007), p. 207.

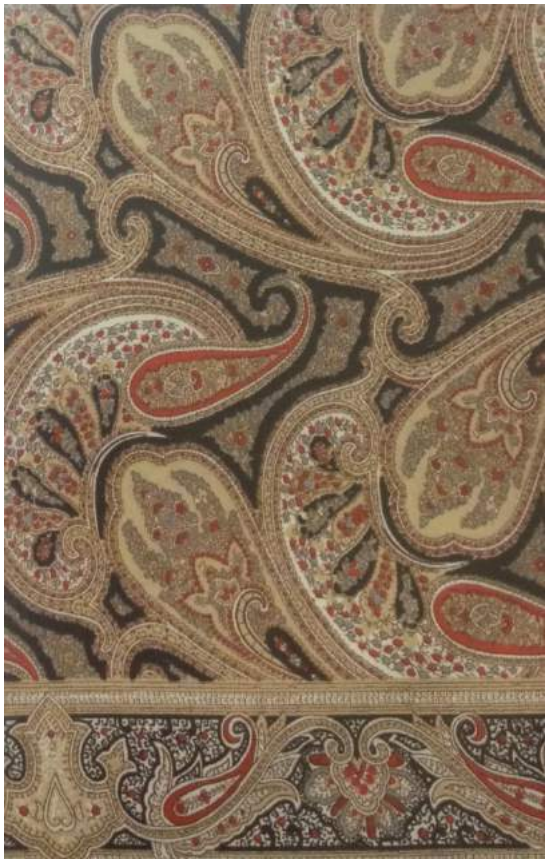


Figura 20 – Seda com estampa de cashmere.
Fonte: PEZZOLO (2007), p. 209.

Figura 21 – Cachecol xadrez clássico criado e patenteado pela marca Burberry em 1924.
Fonte: Burberry, 2017.

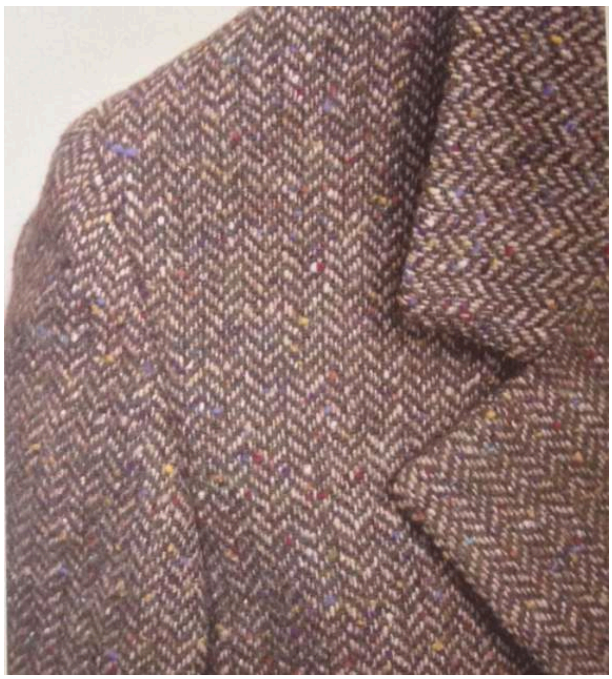


Figura 22 – Tweed usado por Carven em 1999.
Fonte: PEZZOLO (2007), p. 215.

Figura 23 – Olho-de-perdiz.
Fonte: PEZZOLO (2007), p. 215.

Figura 24 – Risca-de-giz aplicada em tecido de lã fina.
Fonte: PEZZOLO (2007), p. 216.

Figura 25 – Crepe de seda com estampa de poá.
Fonte: PEZZOLO (2007), p. 217.

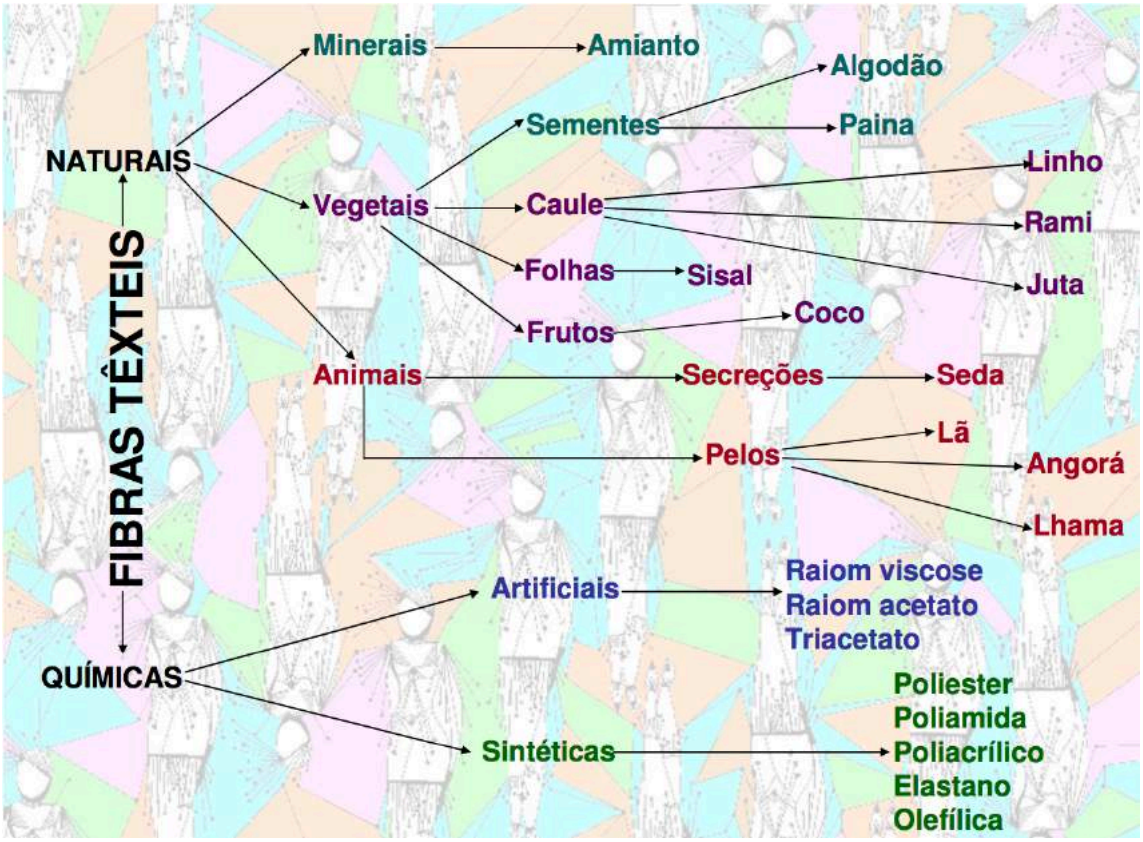
4.3 Materiais e processos da estamparia têxtil

Para um projeto de estamparia têxtil, realizou-se um estudo sobre materiais e processos acerca do assunto, especialmente considerando que cada um destes escolhidos interfere no resultado final da estampa.

4.3.1 Fibras

Os tecidos são obtidos da união de fios e fibras, sendo fibra a menor parte de um tecido (CHATAIGNIER, 2006). Logo, fibra têxtil é “todo material que possa ser usado para fins têxteis” (AGUIAR NETO, 1996, p. 13), e cada tipo possui propriedades distintas que as caracterizam e direcionam para diferentes aplicações, tais como elasticidade, toque e resistência (PEZZOLO, 2007).

A classificação das fibras se desdobra a partir de dois grandes grupos: as fibras naturais e as químicas (por vezes também chamadas de artificiais). As naturais dividem-se em vegetais, animais e minerais. Já, as químicas, em artificiais e sintéticas (CHATAIGNIER, 2006). Levinbook (2008) ilustra através de um fluxograma estas origens das fibras têxteis no Quadro 1.



Quadro 1 – Fluxograma das origens das fibras têxteis.
Fonte: LEVINBOOK, p. 23.

Como mencionado anteriormente, as fibras naturais têm como matéria-prima fontes naturais, que podem ser de origem animal (lã de ovelha, lhama, alpaca, coelho, seda etc), vegetal (algodão, linho, bambu, cânhamo, sisal, rami etc), ou mineral (amianto) (CHATAIGNIER, 2006).

Vale ressaltar que as peles, embora provenientes de origem animal, não são consideradas fibras, e sim uma cobertura animal (UDALE, 2009).

As fibras naturais são conhecidas por sua alta hidrofilidade. Isto é, absorvem e retém água com mais facilidade, permitindo que a pele "respire" (PEZZOLO, 2007). As quatro fibras mais antigas e mais usadas pela humanidade através dos tempos são algodão, linho, lã e seda (CHATAIGNIER, 2006; PEZZOLO, 2007; UDALE 2009).

Para obter o tecido de algodão, da planta do extrai-se as fibras macias e felpudas que crescem envolta da semente. A fibra de algodão bastante versátil e é utilizado em 40% de todas as produções de tecido mundial (UDALE, 2009). Chataignier (2006) assinala que seu uso e adequado tanto para vestuário adulto

quanto infantil, e que ainda é diversificado em sua aplicação, indo desde o vestuário do bebê, passando pelo jeans até o executivo de luxo. Ressalta ainda que “o algodão é a fibra mais resistente, podendo ficar séculos com conservação razoável e é menos suscetível vulnerável a traças, mofos e fungos” (CHATAIGNIER, 2006, p. 41).

Um ponto negativo do algodão é que se cultivado com substâncias tóxicas como fertilizantes químicos e pesticidas, acaba por absorvê-las e retê-las mesmo durante o processo de fabricação. Quando em contato com a pele, transmite estas substâncias para o organismo, podendo contaminá-lo e até mesmo ser fatal. Para combater este problema, a indústria já investe no chamado algodão orgânico, que embora mais caro, tem baixo impacto ambiental já que não conta com produtos tóxicos em seu cultivo e processamento (UDALE, 2009).

O linho também é uma fibra vegetal, extraída da planta de mesmo nome. É considerado a fibra mais antiga por Pezzolo (2007), Udale (2009) e Chataignier (2006), e assemelha-se, assim como o cânhamo, rami e sisal, ao algodão, podendo muitas vezes substituí-lo. Por outro lado, amassa mais facilmente (UDALE, 2009). De cor natural levemente mais escura que o algodão cru, possui toque macio, boa elasticidade e resistência e suas fibras contém um certo brilho natural (CHATAIGNIER, 2006).

Frequentemente associada ao aquecimento do corpo, a lã é uma fibra de origem animal. É mais comumente retirada do pelo de ovelhas, mas também pode ser extraída do pelo de outros animais, tais como de alpacas, lhamas, coelhos e até camelos (CHATAIGNIER, 2006; UDALE, 2009).

Não só diferentes animais produzem fibras de lã distintas: raças diferentes do mesmo animal também resultam em fibras com características específicas. Contudo, esta fibra é usada para ambientes frios e possui leve elasticidade (UDALE, 2009).

Por sua vez, a fibra da seda é extraída do casulo do bicho-da-seda e é a fibra natural mais forte, além de muito elástica. É um tecido com muito brilho e de fácil manuseio, toque agradável e bom caimento (CHATAIGNIER, 2006; UDALE, 2009).

As fibras químicas se dividem em artificiais ou sintéticas. As artificiais são produzidas a partir de matéria-prima natural, geralmente celulósicas, e

transformadas em novas fibras (UDALE, 2009). Segundo Levinbook (2008), as mais utilizadas são o rayon (ou raiom), viscose e tri-acetato.

O rayon foi uma das primeiras fibras sintéticas a serem criadas e suas características se assemelham ao algodão. O acetato tem a aparência (embora não o toque da seda), e é facilmente modelado com texturas (UDALE, 2009).

As fibras químicas sintéticas são fabricadas inteiramente de substâncias químicas, especialmente do petróleo, sinalizam Udale (2009) e Levinbook (2008). De acordo com a segunda, o poliéster, a poliamida (nylon), o acrílico e o elastano são os exemplos mais aplicados na indústria.

O poliéster é a fibra desta classificação mais utilizada, sendo facilmente encontrada em misturas de tecidos. É bastante resistente e não enruga. A poliamida é uma fibra resistente, leve e com baixa absorção. O acrílico se aproxima da lã, porém com menos qualidade (UDALE, 2009).

4.3.2 Tingimentos

Os corantes são utilizados para tingir os tecidos e podem ser aplicados em qualquer estágio do processo têxtil. Se dividem em naturais (de origem animal, vegetal ou mineral) ou sintéticos (produzidos quimicamente em laboratório). Os corantes sintéticos mais utilizados hoje são o ácido (indicado para lã, seda e poliamida), disperso (indicado para fibras de poliéster e a maioria das fibras sintéticos) e reativo (reage com a fibra e tornam-se parte dela, sendo um tingimento muito mais resistente) (UDALE, 2009).

Dentre estes corantes, temos os corantes diretos e indiretos. Os corantes diretos não necessitam do auxílio de produtos químicos para sua fixação e durabilidade. Já, os indiretos, fazem uso dos mordentes para tingir satisfatoriamente o tecido (PEZZOLO, 2007). Chataignier (2006) destaca que a maioria dos corantes naturais não conseguem atingir a fixação desejada sem mordentes.

Pezzolo (2007) indica que a utilização de corantes sintéticos é praticamente unânime na indústria têxtil atual.

4.3.3 Processos de estamparia

Os processos de estamparia iniciaram como métodos artesanais, entretanto foram evoluindo ao longo tempo, mesmo antes da industrialização. Alguns métodos como bloco de madeira e cilindro rotativo já permitiam que não necessariamente a pessoa encarregada da produção das estampas fosse o artista que desenhou os motivos: se torna possível, então, a reprodução de desenhos. Mais tarde, com o uso da tecnologia, a produção industrial das estampas afasta das mãos do designer o processo da transferência de sua arte para o tecido, mas como frisa Rüthschilling (2008) o mantém como peça-chave para a criação artística dos motivos.

Estes novos sistemas digitais não substituem o designer, “uma vez que não passam de uma ferramenta que lhes vai facilitar o trabalho libertando-o das ações repetitivas e permitindo-lhe uma fatia de tempo mais ampla para se dedicar à parte criativa” (NEVES, 2000, p. 20).

A seguir, trataremos especificamente das técnicas tanto artesanais quanto industriais de batik, bloco (ou carimbo) de madeira, gravura ou entalhe em metal, estamparia rotativa com cilindro, serigrafia, termotransferência (*transfer*) e jato de tinta (estamparia digital).

4.3.3.1 Batik

Batik é uma técnica milenar que teve sua origem na Índia e continua sendo praticada. Propagou-se para Indonésia, Tailândia e Sri Lanka e, posteriormente, para a Europa através da Holanda, país também responsável pela sua difusão na África. A origem da palavra vem de *batikken*, que significa "desenho ou pintura com cera" (PEZZOLO, 2007).

O método consiste em aplicar de forma manual cera quente ou parafina nas partes do tecido que seguem o motivo, para em seguida tingir a peça. Desta forma, o motivo é protegido e isolado do corante, se mantendo na cor original. Para dissolver a cera, usa-se água quente. Isto ainda permite que o processo seja repetidos quantas vezes forem necessárias, variando de acordo com a quantidade

de cores a serem utilizadas (BRIGGS-GOODE, 2014; PEZZOLO, 2007). Um exemplo de estampa feita a partir desta técnica pode ser visto na Figura 26.

Figura 26 – Batik de Java, entre 1920 e 1930.
Fonte: Indonesian Traveling Guide.

4.3.3.2 Bloco de Madeira (xilogravura)

Também conhecida como xilogravura, carimbo ou prancha de madeira, a técnica já era usada na China há cerca de 2 mil anos, além de ter forte ligação também com a Índia, especialmente a partir do século V. No século XVI, a Itália começa a reproduzir o método, e a contar da metade do século seguinte em diante, a produção no continente europeu passa para uma escala industrial, particularmente pela França e Inglaterra (BRIGGS-GOODE, 2014; PEZZOLO, 2007).

Grava-se a imagem ou motivo desejados na madeira (Figura 27). A parte em relevo da madeira gravada é geralmente passada a um recipiente contendo a tinta e uma espécie de esponja por cima que a absorve, para que possa entrar em

contato com o relevo sem que haja excesso de corante, pingando ou borrando. Em seguida, com um macete ou mesmo com as mãos, transfere-se a imagem para o tecido, numa espécie de carimbo (Figura 28). Muito cuidadosamente, são feitas as repetições cobrindo toda a parte do tecido desejada, alinhando os blocos corretamente para evitar interrupção ou sobreposição das imagens, formando a estampa. Diferentes blocos com variadas cores podem ser utilizados, criando estampas mais complexas e elaboradas (BRIGGS-GOODE, 2014; PEZZOLO, 2007).

Figura 27 – Gravação da figura no bloco de madeira.
Fonte: BRIGGS-GOODE, 2014, p. 23.

Figura 28 – Estamparia com bloco de madeira.

4.3.3.3 Gravura ou entalhe em metal

A gravura em metal surgiu na metade do século XVIII na Europa e ficou particularmente famosa na França, pois na cidade francesa de Jouy se produzia com ela um tipo de estampa conhecido como *Toile de Jouy* (ver Figura 29). Esse motivo retratava de forma romantizada cenas rurais, cotidianas, familiares e históricas (BRIGGS-GOODE, 2014; PEZZOLO, 2007).

O metal empregado geralmente é o cobre. Na placa metálica, a imagem pretendida é entalhada e tem tinta aplicada sob sua superfície, sendo raspada logo na sequência para que permaneça apenas o que penetrou nos entalhes. A imagem é transferida para o tecido com a pressão da placa contra o mesmo (BRIGGS-GOODE, 2014).

O diferencial deste método para os outros é que, até então, não era possível obter linhas finas, variações do mesmo tom, representação de luz e sombra e, portanto, profundidade e perspectiva (figura 20). Contudo, agora o cobre permite que assim seja feito, e o *Toile de Jouy* ganha seus atributos característicos (BRIGGS-GOODE, 2014; PEZZOLO, 2007).

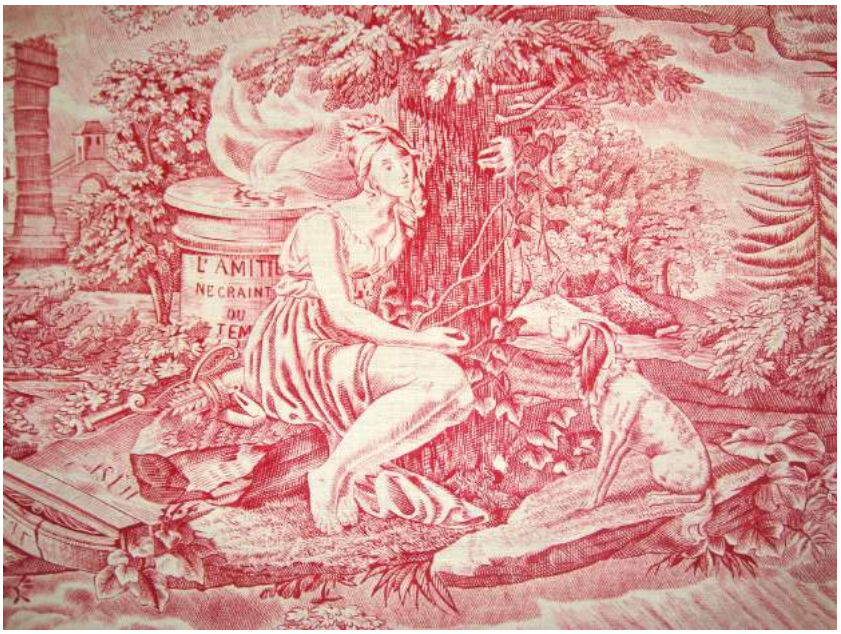


Figura 29 – *Toile de Jouy* "L'Amour et l'Amitié", 1820.
Fonte: Musée de la Toile de Jouy.

4.3.3.4 Estamparia rotativa com cilindro

A técnica teve início como uma evolução do bloco de madeira, transformando-se em cilindro de madeira com a estampa desejada esculpida. No século XVII, passou de técnica manual para mecanizada e ao final do mesmo século, o cilindro passou a ser metálico (ver Figura 30) com o desenho esculpido em baixo-relevo, que estampava o tecido através de pressão (PEZZOLO, 2007).

Em 1783, o escocês Thomas Bell obteve a patente deste método e, em 1785 o cilindro rotativo era o meio mais eficaz de se estampar tecidos de forma industrial, pois, além da possibilidade de produção veloz e em grande escala, a nova mecanização proporcionava um diferencial no design das estampas: uma gama mais ampla de texturas, tonalidades e detalhes (BRIGGS-GOODE, 2014; PEZZOLO, 2007). A figura 21 ilustra um exemplar de cilindro rotativo metálico.

Figura 30 – Cilindro rotativo metálico entalhado com motivos para estamparia.
Fonte: BRIGGS-GOODE, 2014, p. 25.

4.3.3.5 Serigrafia ou *silk screen*

A estamparia por serigrafia, por vezes também conhecida como *silk screen*, é possível por quadros, quadros rotativos e cilindros rotativos. É um método com origens antigas, datando do século VIII no Oriente. Ganhou força na Ásia, especialmente Japão, durante o século XVIII e se desenvolveu e consolidou como método de estamparia têxtil no século XX (BRIGGS-GOODE, 2014; PEZZOLO, 2007).

Ela consiste na impressão de imagens no tecido com quadros (ou telas) com o estêncil (molde vazado nas formas que constroem a figura desejada), por onde a tinta é transferida para o tecido através dos vazados. Cada cor precisa de sua própria tela e a estampa pode utilizar até cinco ou seis cores. A tela com a cor desejada é posicionada no tecido, e a tinta espalhada com ajuda de um rodo ou pá. Se há mais de uma cor, o processo se repete, com a tela posta na mesma posição da primeira, e assim por diante. De acordo com a arte da estampa, o custo pode ser maior ou menor: quanto mais cores, mais telas, portanto, mais caro o processo (BRIGGS-GOODE, 2014; PEZZOLO, 2007).

O método de quadros rotativos é semelhante ao de quadros descrito anteriormente, com a diferença da movimentação de cada quadro que se torna automática (CHATAIGNIER, 2006).

Em 1962 a modernização da serigrafia chegou ao método dos cilindros rotativos, e a imagem passa a ser gravada no tecido por meio de esteiras rolantes (PEZOLLO, 2007) e hoje é o meio mais rápido e economicamente vantajoso para se trabalhar com grandes metragens de tecido (BRIGGS-GOODE, 2014). Um exemplo

de alguns maquinários utilizados para este tipo de estamparia se encontra ilustrado na Figura 31.

Figura 31 – Máquinas de estampar por quadros e quadros rotativos, respectivamente.
Fonte: NEVES, 2000, p. 26 e 27.

4.3.3.6 Termotransferência (*Transfer*)

A técnica surgiu na segunda metade do século XX e consiste no uso controlado de altas temperaturas para a transferência da tinta para o tecido. É eficaz somente com tecidos sintéticos, produzindo estampas com mais cores e maior nitidez do que os outros métodos até então permitiam (BRIGGS-GOODE, 2014; PEZZOLO, 2007; NEVES, 2000). A Figura 32 apresenta um modelo de peça com estampa produzida através desse processo.

A impressão da imagem é feita previamente em um papel que é posicionado no tecido. Os dois são prensados contra cilindros submetidos a altas temperaturas e a tinta se transfere do primeiro para o último por "sublimação": com o calor, a tinta do papel se gaseifica e se solidifica novamente ao encontrar o tecido, imprimindo a estampa (BRIGGS-GOODE, 2014; PEZZOLO, 2007).

Figura 32 – Estampa de Hussein Chalayan para Puma, 2013.
Fonte: Puma, 2013.

4.3.3.7 Jato de tinta (estamparia digital)

É o método mais atual e permite o controle à distância por computadores e programas CAD[4]. Se dá projetando grandes quantidades de microgotas de pigmento no tecido, sem a necessidade da segmentação de telas por cor e ainda proporciona maior liberdade de criação aos designers em relação aos desenhos e aos tecidos (BRIGGS-GOODE, 2014; PEZZOLO, 2007). Uma impressora de jato de tinta pode ser conferida na Figura 33.

"Com a estamparia digital por CAD, a padronagem pode ocorrer em áreas muito maiores e as estampas que não se repetem também podem ser comercialmente viáveis" (BRIGGS-GOODE, 2014, p. 28).

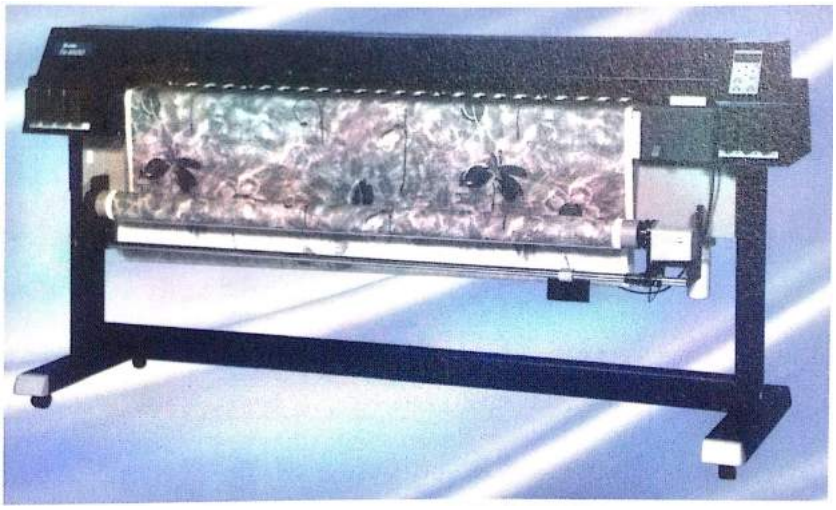


Figura 33 – Impressora jato de tinta.
Fonte: NEVES, 2000, p. 29.

[4] *Computer Aided-Design* ou Desenho assistido por computado são sotfwares utilizados nas áreas de design, arquitetura, engenharia, entre outros, para facilitar a elaboração de projetos e desenhos técnicos.

4.3.3.8 Tipos de estampa

Dentro da estamparia, contamos com alguns processos e aplicações das mesmas. Contudo, podemos diferenciar as estampas em dois tipos: estampa corrida e estampa localizada.

A estampa localizada (Figura 34 B) é aplicada apenas em uma parte específica e pré-determinada do tecido e também pode ser chamada de estamparia com quadros. Já, a estampa corrida (Figura 34 A), ou estamparia com rolos, se prolonga por todo o tecido de forma contínua, e permite e aplicação da estampa em grandes extensões de tecido, sendo assim, por vezes, mais eficiente que a estampa localizada (SUONO; BERTON; PIRES, 2013, p. 3).

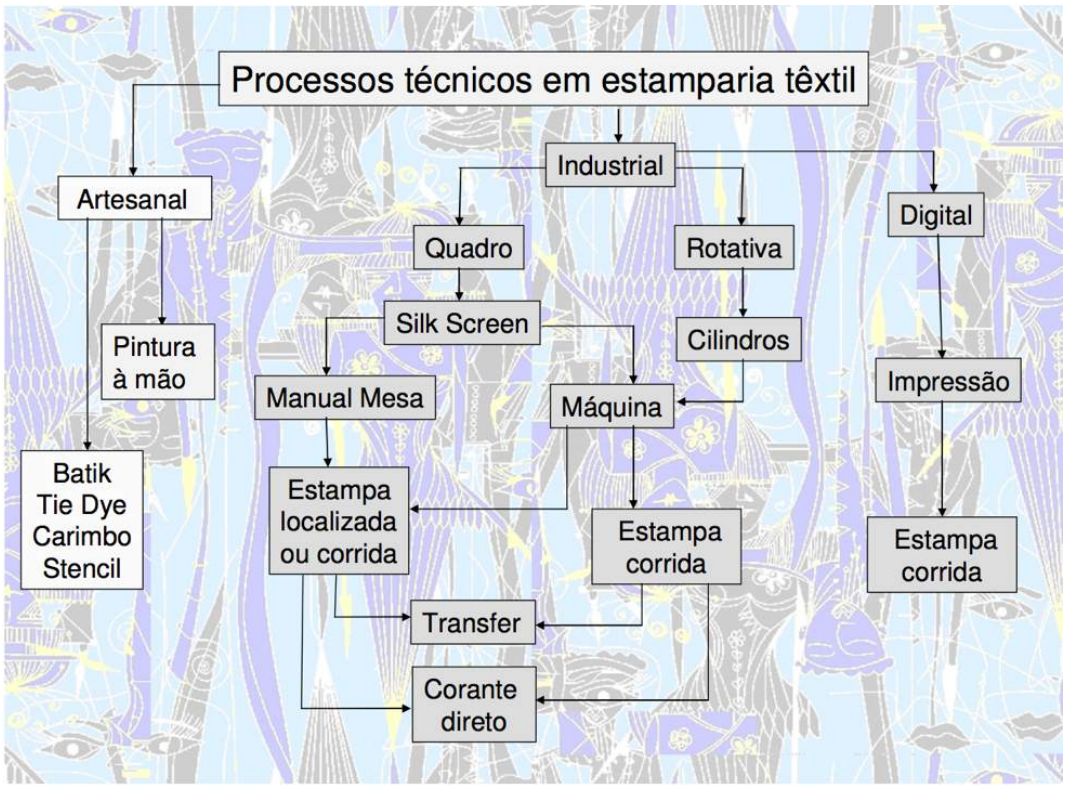
Figura 34 – Estampas corrida (A) e localizada (B) aplicadas em camisetas infantis sem gênero.
Fonte: Ateliê Cui Cui, 2017.

4.3.4 Pontos a ressaltar

De acordo com os estudos realizados acerca dos tipos de processos de estamparia, foi possível perceber a evolução dos métodos e ainda como alguns se mantém da mesma maneira, preservando rua riqueza no resultado da estampa.

Esse levantamento bibliográfico é importante para o conhecimento das diversas possibilidades que afetam o decorrer do projeto, seu conceito (para projetos mais voltados ao artesanal, por exemplo) e até seu resultado final, pois diferentes processos resultam em diferentes acabamentos, além do adequamento de cada processo com determinado tecido.

Levinbook (2008) esquematiza de maneira lógica e cronológica os processos técnicos de estamparia têxtil, disponíveis no Quadro 2, para um último apanhado geral dos processos.



Quadro 2 – Processos técnicos em estamparia têxtil.
Fonte: LEVINBOOK, 2008.

5 DESENVOLVIMENTO DO PRODUTO

O produto desenvolvido neste trabalho foi uma estampa corrida têxtil infantil e sem gênero. A estampa foi aplicada em um pijama infantil de duas peças (*top* e *bottom*), para crianças de 5 anos. A faixa etária determinada se dá pelos fatores de escala da estampa na roupa (se tornando então mais visível).

Como a Colchetes ainda não vende para crianças, foi acordado que estre trabalho seria um experimento para ambas as partes. A ideia foi de misturar duas das linhas já existentes na Colchetes: Dias de Preguiça e Divertida. Ou seja, criar

um pijama confortável para crianças com estampas divertidas e que possa ser vestido por ela como uma peça de roupa qualquer, em qualquer ocasião.

Com base na divisão de Briggs-Goode (2014), o grupo dos motivos escolhido foi o figurativo, por entender que abre uma gama maior de opções que permitam brincar com o lúdico, considerando que é uma estampa voltada ao público infantil.

5.1 Pesquisa de percepção dos pais

Para complementar o que já foi estudado na revisão bibliográfica, uma pesquisa qualitativa foi realizada com sete pais de crianças para compreender o que era percebido em questão de gênero acerca das estampas corridas figurativas aplicadas em roupas infantis. Qual a influência dos motivos e cores no caso deste tipo específico de estampa?

Este tipo de pesquisa foi escolhido para melhor identificação das reações dos participantes, ainda que com amostragem pequena. Entende-se que neste caso uma pesquisa qualitativa traria resultados mais proveitosos por ser possível observar hesitação, dúvida, entonação de voz e pontos mais subjetivos que uma pesquisa quantitativa não abrangeria.

Esta pesquisa não tinha intuito de verificar a percepção de somente um grupo seleto de pessoas, de modo que a seleção dos participantes tentou ser abrangente quanto à classe, grupo social e idade. O único pré-requisito foi ter filhos ainda crianças, considerando que seriam, então, pessoas que estão em contato com lojas que oferecem roupas infantis.

Por possuir um público diversificado e também para evitar algum tipo de influência em suas respostas ou mesmo estranhamentos, o que lhes foi informado foi que se tratava apenas de uma pesquisa de estampas em roupas infantis, sem mencionar qualquer coisa sobre o teor sem gênero do trabalho.

Desta forma, sete pessoas foram entrevistadas, sendo quatro mulheres e três homens. Destes, dois homens e uma mulher enquadram-se no público da Colchetes. Os sete participantes foram convidados a responder às seguintes perguntas:

a) Qual seu nome e idade? – Os nomes de todos os participantes foram alterados para manter seu anonimato.

b) Quantos filhos tem? Qual o gênero e idade deles?

c) Você compraria roupas com estas estampas para meninos ou meninas? Por quê? – Esta pergunta se repetiu para todas as dez estampas mostradas, que podem ser visualizadas na Figura 35.

Figura 35 – Estampas apresentadas aos participantes na pesquisa
Fonte: Autoria própria

Em momento algum as marcas, gêneros previamente designados pelas mesmas ou as peças foram comunicadas aos participantes. Suas respostas se basearam apenas nas imagens da Figura 35.

Antes de analisarmos respostas, faz-se necessária a justificativa de tais escolhas, explanadas mais detalhadamente na Tabela 1. Buscou-se selecionar apenas estampas corridas figurativas e que não tivessem qualquer referência à personagens, brinquedos, desenhos animados etc, de modo a evitar qualquer possível associação prévia com masculino e feminino. As duas lojas escolhidas para a retirada de estampas foram a *fast-fashion* Renner, que abrange um grande público e possui opções variadas, e a marca Lok Prints, completamente voltada às estampas sem gênero. No caso da Renner, ainda foi verificado se nenhuma das estampas era vendida para o outro gênero.

Para definir o que seria tido mais como feminino ou masculino nas estampas selecionadas, conforme descrito na Tabela 1, usou-se dos estudos feitos no tópico 4, que alcançaram os mesmos resultados para a percepção geral de tais características no universo infantil.

Estampa	**Loja/marca e designação de gênero**	**Motivo da escolha para a pesquisa**
Figura 33 A	Loja Renner – masculino	Mistura do motivo floral, feminino, com cores mais escuras, tendendo ao masculino.
Figura 33 B	Loja Renner – feminino	Cores bastante femininas e motivos mais delicados e femininos.
Figura 33 C	Loja Renner – feminino	Cores neutras e motivos de abelha, também neutro.
Figura 33 D	Loja Renner – feminino	Motivos neutros, de laranjas, e cores predominantemente femininas, apesar da presença do azul.
Figura 33 E	Loja Renner – masculino	Cor neutra com motivos mistos. Por ser uma estampa de motivos *old school*, há elementos masculinos, como a caveira e o raio, e femininos como a rosa e diamante.
Figura 33 F	Loja Renner – masculino	Motivos e cores fortemente masculinos.
Figura 33 G	Lok Prints – sem gênero	Cor neutra com motivos mais masculinos.
Figura 33 H	Lok Prints – sem gênero	Cor e motivos de animais neutros.
Figura 33 I	Lok Prints – sem gênero	Mistura das cores mais femininas e motivos masculino.
Figura 33 J	Loja Renner – masculino	Cores neutras, por vezes tidas como masculinas por serem mais escuras, e motivos masculinos.

Tabela 1 – Detalhamento das imagens utilizadas na pesquisa
Fonte: autoria própria

Agora, os participantes:

- Sandra: 43 anos, mãe de dois meninos de quatro e oito anos.
- Irene: 28 anos, mãe de um menino de seis e uma menina de três anos.
- Laura: 35 anos mãe de uma menina de oito anos.
- Bianca: 25 anos, mãe de um menino de dois anos. Se enquadra no público da Colchetes.
- Rodrigo: 39 anos, pai de um menino de seis e uma menina de três anos.
- Marcos: 45 anos, pai de uma menina de nove anos. Se enquadra no público da Colchetes.
- Rafael: 33 anos, pai de uma menina de dois anos. Se enquadra no público da Colchetes.

As respostas e análises breves dos resultados de cada estampa podem ser vistos no apêndice A.

De modo geral, o que pôde ser verificado foi a influência da soma das cores com os motivos. Motivos e cores particularmente muito associados a um dos gêneros ditam o gênero da estampa. Se a cor é neutra mas o motivo tende ao feminino, então a estampa é percebida como para meninas, tanto quando o contrário. Curiosamente, quando em choque (uma cor muito feminina com motivo muito masculino ou vice-versa), elas se equilibram e até podem ser percebidas como sem gênero.

Isto não necessariamente se aplica aos três participantes que se enquadram no público da Colchetes, que foram os que mais aparentavam ter contato com o *no gender* e, portanto, se surpreendiam menos quando as viam, se não se divertiam, com a ideia deste tipo de estampa.

É possível então subentender que um dos meios de alcançar uma estampa sem gênero é usando cores que fogem da dicotomia masculino e feminino (como tons de rosa e azul) aliadas a motivos que também não carreguem consigo estas características.

5.2 Público

O público deste projeto se divide entre quem vai adquirir a peça (adultos visando seus filhos, sobrinhos, afilhados etc) e o usuário final, as crianças. Percebendo-se que havia uma necessidade de delimitar de forma mais precisa quem eram as pessoas que comprariam a peça, a autora e a Colchetes decidiram analisar e estudar esta questão. Chegou-se então aos *hipsters*, já descritos no item 3.1.

Um ponto importante a ser destacado aqui é o padrão de consumo deles, agora voltado aos filhos. O cuidado em adquirir produtos de qualidade, diferenciados, duráveis, seguros, que aportem ideias que eles acreditem. Desta forma, um produto infantil sem gênero, feito por uma empresa local e com materiais de qualidade se torna bastante apropriado.

5.3 Necessidades de projeto, requisitos e diretrizes

A partir dos estudos realizados até aqui, especificou-se todas as necessidades do projeto, para em seguida determinar os requisitos e diretrizes do mesmo.

Como já mencionado anteriormente, a estampa foi para aplicação em um pijama que permite seu uso também em outras ocasiões. Portanto, os motivos não deveriam contemplar características apenas de pijamas, como sono, hora de dormir, noite etc. Além disto, para seguir a linha Divertida, então esperava-se da estampa cores vivas e alegres.

Compreendendo que a Colchetes ainda não lançará imediatamente produtos para crianças, uma sugestão da autora foi de tentar projetar uma estampa que pudesse ser aplicada em peças infantis voltadas para diversas idades, tanto em questão de escala quanto em motivos.

Para o tecido, decidiu-se utilizar um tecido 100% algodão por seu conforto e por não ser alergênico. A modelagem do pijama, que já havia sido predeterminada como sem gênero, foi pensada de forma que não utilizasse aviamentos e detalhes não recomendados pela norma ABNT NBR 16365:2015 da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT). Neste caso, permaneceria apenas com o elástico na cintura.

Entre 1 e 5 anos, a criança passa por um período de experimentação, desenvolver seu equilíbrio e a coordenação motora. Por isso, há mais riscos de acidentes com aviamentos das próprias roupas, tais como: cordões de capuzes que possam causar enforcamento, zíperes em que possam prender parte da pele ou o dente de leite caso ele tenha algum orifício, botões que possam ser facilmente arrancados e engolidos, adesivos termocolantes que possam ser descolados e engolidos, costuras grossas, velcros, partes protuberantes que possam machucar a pele, entre outros (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS, 2015). Portanto, foi decidido não utilizar nenhum destes recursos no pijama.

A técnica de estamparia precisa permitir a produção em escala industrial e ser compatível com o tecido de fibra de algodão.

Partindo dessas premissas e decisões tomadas, criou-se uma lista de requisitos para a estampa, em que as necessidades do projeto geram os requisitos, que por sua vez culminam nas diretrizes, demonstrados na Tabela 2.

Necessidades do projeto →	**Requisitos obrigatórios →**	**Diretrizes**
Tecido condizente com as necessidades do público (pais) e consumidor final (crianças), sendo de fibras naturais e não alergênico, para futura produção comercial.	Ser impressa por um processo de estamparia propícia para o tecido escolhido (100% algodão) e passível de produção em escala industrial.	Processo de serigrafia ou transfer.
Contemplar o tema do projeto, o *no gender*.	Ser uma estampa sem gênero.	Ter motivos e cores versáteis e que em sua totalidade não carreguem estereótipos de gênero (sem predominância de rosa ou azul).
A peça na qual a estampa será aplicada precisa permitir a possibilidade de ser usada, além de pijama, no dia-a-dia.	Ser versátil.	Os motivos devem ser livres de possíveis conexões com sono, hora de dormir, noite.
Manter o conceito primordial de conforto característico das peças da Colchetes.	Ser confortável.	Ser uma estampa impressa apenas no tecido, sem relevos ou adesivos termocolantes.
Ser apropriado para crianças em termos de normas técnicas exigidas pela ABNT.	Ser seguro.	Estampa apenas impressa, sem uso de qualquer aviamento que possa causar acidentes, relevos, adesivos termocolantes; Tintas atóxicas.
Desejável porém não obrigatório	**Requisitos desejáveis**	
Influência da Coleção Divertida.	Ser divertido.	Estampa alegre, cores vibrantes.
Possível comercialização da estampa em vestimentas voltadas às crianças de diversas idades.	Ser adaptável.	Estampa que possa ser aplicada em roupas de crianças mais novas (0-4 anos), não só 5 anos.

Tabela 2 – Lista de requisitos da estampa.
Fonte: autoria própria.

Após a criação dos requisitos, fez-se uma pesquisa no mercado nacional de marcas infantis sem gênero para avaliar os similares já disponíveis no mercado.

5.4 Similares

Foram escolhidas tais marcas brasileiras que vendem peças infantis sem gênero para análise de similares: Lok Prints, Ateliê Cui Cui, Pessoinha, Nó&Nó, e Mini.Mi.

A Lok Prints é uma marca de Florianópolis. Segundo o próprio site deles,

> a ideia era criar uma marca de roupas e acessórios que pudéssemos colorir com desenhos e cores que estimulassem o imaginário infantil sem deixar de ser confortável e fácil de transitar entre o parquinho até a festa do amiguinho da escola. [...] A Lok não segue padrões nem tendências do mundo adulto da moda. Nossas criações vêm da observação dos nossos filhos, das nossas necessidades como mães e da vontade de ser original preenchendo um espaço que sentíamos falta no mercado infantil (LOK PRINTS, 2017).

As estampas são divertidas e possuem geralmente uma cor viva principal, e os motivos são personagens criados pela marca, normalmente animais, plantas e seres mitológicos, como pode ser visto na Figura 36 e Figura 37. Um ponto a se tomar nota é que mesma estampa é aplicada para vestidos, camisetas, calças etc, mas o site não as anuncia como masculinas ou femininas, separando-as apenas por idade.

Figura 36 – Legging com estampa Cogumelos.
Fonte: Lok Prints, 2017.

Figura 37 – Vestido com estampa Cão & Gato.
Fonte: Lok Prints, 2017.

A Ateliê Cui Cui diz sobre si mesma em seu site:

> A cui cui nasceu do desejo de duas mães vestirem seus filhos com roupas casuais para o dia a dia. As peças são, em sua maioria, feitas de algodão, com modelagens confortáveis e estampas exclusivas desenhadas a mão. A cui cui não faz roupa para menino ou menina, faz roupa para crianças! (ATELIÊ CUI CUI, 2017).

As estampas variam de figurativas diversas (animais, comidas, objetos) a abstratas e com fundos de cor viva (Figura 38), mas de modo geral não há muitas cores numa mesma estampa. As peças são segmentadas no site por tipo de vestimenta (camiseta, saia, calça etc), e não por gênero.

Figura 38 – Camisetas com as estampas gatos e listras, respectivamente.
Fonte: Ateliê Cui Cui, 2017.

A marca Nó&Nó (2017) diz que "acredita que crianças devem acima de tudo ser crianças, e por isso propõe roupas confortáveis, neutras, atemporais e sem gênero".

Possui peças sem gênero com cores mais neutras, tais como tons de cinza, cru, azul marinho e preto (ver Figura 39). Os motivos são geralmente mais abstratos e geométricos.

Figura 39 – Camisetas Nozinho e Colmeia, respectivamente.
Fonte: Nó&Nó, 2017.

A Pessoinha (2017) "quer oferecer a personalização de produtos de alta qualidade, valorizando sua identidade brasileira e ajudando os futuros pais a montar o espaço dos seus sonhos" e oferece uma gama maior de produtos em sua loja virtual (roupas, jogos de lençol, saco de dormir, rolinhos protetores para berços etc). Há produtos com divisão gênero e os considerados neutros. Os produtos da marca têm cores mais neutras e tons menos vivos, mesmo quando sua estampa é colorida, e os motivos são de animais, plantas e geométricos, como mostrado na Figura 40.

Figura 40 – Jogos de toalha de banho Guaxinim e Rabisco Zig Amarelo e Cinza.
Fonte: Pessoinha, 2017.

Mini.mi (2017) descreve-se como "uma marca com ideia e cara minimalista, '*ungendered*'[5] e atemporal. Amamos oferecer conforto, diversão e praticidade na hora de vestir bebês e crianças de 0 à 36 meses".

A marca oferece peças de roupa com modelagem sem gênero. A grande maioria das estampas é de motivos geométricos sob fundo branco, mas há também os figurativos que contam com cores mais vivas e chamativas (Figura 41).

[5] Sem gênero, tradução nossa.

Figura 41 – Jumper listra vermelho e shorts saruel biscoito, respectivamente.
Fonte: Mini.mi 2017.

O que se pode observar é que as marcas possuem diferentes abordagens de sem gênero. Algumas oferecem a mesma estampa sem gênero aplicada à várias peças, como camisetas, calças e vestidos. Outras comercializam somente peças com modelagem “neutra”, sem saias e vestidos, por exemplo, o que não exclui a discussão de por que ainda vemos tais peças como apenas femininas.

De qualquer forma, há unanimidade: os tons mais rosados (tipicamente tidos como femininos) não são utilizados em larga escala, nem os motivos e linguagens visuais agressivas do masculino. Usa-se também das cores e tons neutros, além dos próprios motivos. A dicotomia abordada neste trabalho até então não aparece aqui.

5.5 Painel imagético e conceito

Para o desenvolvimento da estampa, a ideia central foi de definir a criança apenas como criança, e não menino ou menina, e todo o potencial que ela tem. A partir disso, desdobrou-se o olhar da criança para o mundo, ela livre, sendo apenas o que é. A busca da retomada da criança curiosa que olha tudo em volta, experimenta e se interessa pelo natural, sem amarras e barreiras. Uma fruta, um inseto passando, um pássaro no fio do poste: as pequenas coisas que ganham o olhar atento e imaginativo delas.

O conceito deste trabalho não pode se resumir de outra forma que não: a criança livre para ser apenas criança e não o que quer que esperam que ela seja, em um mundo extraordinário a sua volta.

Figura 42 – Painel imagético.
Fonte: Autoria própria.

Quanto às imagens do painel imagético (Figura 42), a primeira traz uma criança (sem gênero reconhecível) usando da imaginação para brincar. É a ideia de que tudo é muito mais do que parece ser para quem brinca. A segunda mostra apenas as pernas de uma criança que provavelmente se diverte em um campo aberto. A busca pelo prazer da natureza, da liberdade, a vontade de explorar novos horizontes.

A terceira, curiosamente, tornou-se especial pois desencadeou toda uma discussão e elucidação interna na autora. Inicialmente tratava-se apenas de ilustrar o natural como algo que pode ser bonito e interessante, diversificado mesmo quando tudo parece a mesma coisa, compreendendo que é uma foto de várias frutas cítricas (laranja, limão, toranja, lima etc) cortadas no mesmo ângulo. Porém, ela foi interpretada como a nossa percepção, que se transforma de acordo com a cor que

colocamos sobre algo. Um limão deixa de ser um limão se o pintamos de laranja? Uma lima pintada de verde torna-se azeda como limão? Um bebê que veste rosa automaticamente é uma menina? Então, foi percebida a relação desta imagem com o que fazemos com crianças quando as diferenciamos apenas pela cor e assumimos suas características tanto físicas quanto de personalidade a partir disto.

Por fim, a última imagem também simboliza a liberdade de experimentação e criatividade que se procura ressaltar neste trabalho.

A partir do conceito, do painel, e dos resultados obtidos na pesquisa com pais, esboços foram gerados visando sempre unir cores e motivos que não carregassem o estigma de masculino e feminino: as cores rosa e azul não poderiam predominar, e os elementos da estampa não poderiam remeter imediatamente a nenhum dos gêneros. A estampa deveria ser algo interessante o suficiente para prender a atenção da criança, pois ela cria a todo tempo um mundo fantástico para si. Buscava-se elementos fora do comum.

5.6 Esboços, alternativas, criação e testes

Os esboços começaram em papel e rapidamente migraram para o meio digital, onde puderam ser aprimorados. As frutas presentes no painel passaram a fazer parte da criação da estampa, e a proposta passou a ser a mistura delas com outros insetos, animais ou objetos, como pode ser visto na Figura 43, Figura 44, Figura 45 e Figura 46. A ideia era que o traço parecesse manual, um pouco mais lúdico, sem perder a suavidade.

Figura 43 – Primeiros esboços.
Fonte: Autoria própria.

Figura 44 – Esboços digitais.
Fonte: Autoria própria.

É possível observar alguns esboços inicias retratando insetos, frutas e estudando algumas cores e traços mais delicados e simples em desenhos de animais na Figura 43 e na Figura 44.

Após os primeiros esboços, houve algumas barreiras práticas no projeto. Devido a limitações regionais, não haveria modo de imprimir a estampa corrida em todo o tecido mantendo o mesmo material. As soluções encontradas então foram tentar xilogravura ou serigrafia, sendo a última realizável apenas caso o tecido fosse cortado em vários A3. Com isso, os desenhos voltaram ao manual, e passaram a ser desenvolvidos pensando diretamente em carimbos ou telas que permitiriam poucos detalhes, além de reduzir drasticamente o número de cores para apenas uma ou duas.

Figura 45 – Esboços manuais
Fonte: Autoria própria

Em um dado momento durante os esboços, considerou-se abandonar os insetos ir para um estilo mais náutico, ainda mantendo em mente a ideia dos carimbos e do uso das frutas (Figura 45).

Após confirmar que a realização da impressão da estampa seria por serigrafia, teve-se a certeza de que a estampa teria apenas uma cor – para baratear o custo de produção da peça piloto – e não poderia possuir pequenos detalhes ou traços muito finos. Ou seja, o novo desafio era manter a proposta de uma estampa alegre e divertida, com cores vivas tendo apenas a base do tecido e uma cor de estampa e tais limitações do desenho.

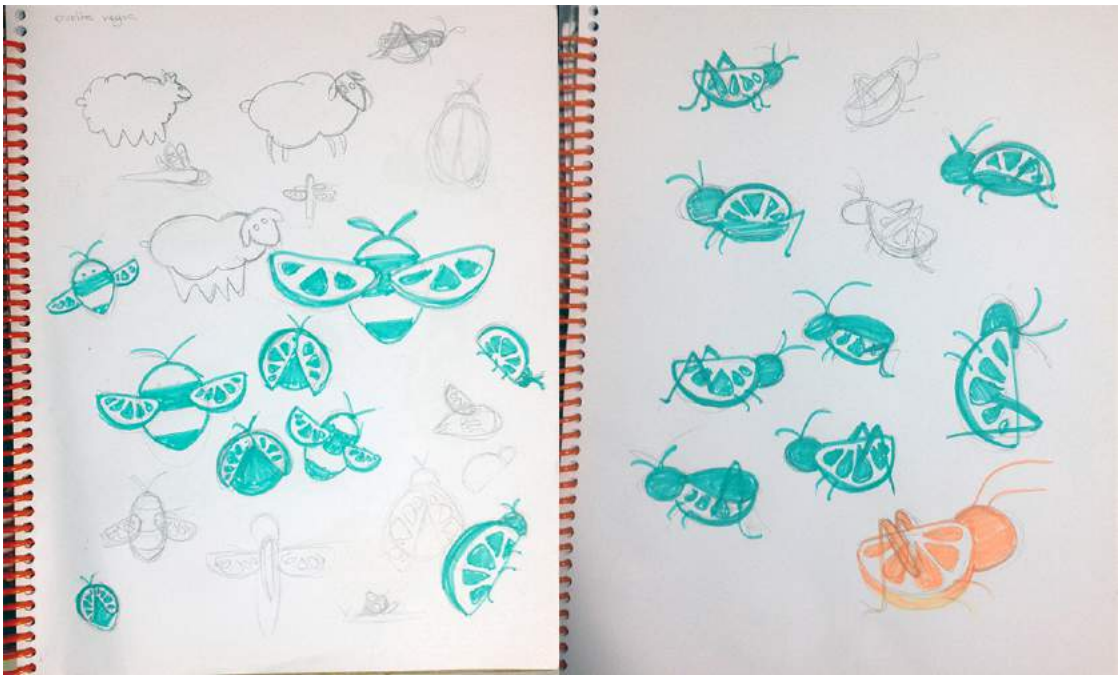


Figura 46 – Esboços manuais de insetos
Fonte: Autoria própria.

Finalmente, optou-se por continuar com os motivos de insetos – por serem mais atrativos em questão de diferenciação, pois motivos náuticos já são bastante difundidos – e aprimorar seus traços. A Figura 46 mostra os estudos de insetos com uma cor só e diferentes detalhes, mas ainda com traços mais grosseiros.

Para refinar o traçado e chegar nos elementos como desejado, voltou-se novamente ao desenho digital. A Figura 47 ilustra, nesta ordem, a joaninha, o grilo e a abelha na sua primeira versão digital refinada, em vetor. Fica claro que os elementos da estampa funcionam perfeitamente com preenchimento, mas não apenas em *outline*. O preenchimento realça os gomos das frutas e os traços que caracterizam cada inseto: corpo e cabeça da joaninha, corpo, cabeça e patas do grilo e listras e asas da abelha. No *outline*, essas formas se confudem com as outras, por se tornarem tão numerosas em um espaço tão pequeno das ilustrações.

Figura 47 – Primeira versão digital dos insetos.
Fonte: Autoria própria.

Neste ponto da criatividade, foi-se em busca dos tecidos para a produção das peças piloto. A cor da estampa seria decidida a partir das cores de tecido disponíveis.

O tecido escolhido foi a meia malha, por ser de fibra 100% algodão, confortável, de toque macio contra a pele e estar disponível no mercado local. Pretendia-se utilizar a mesma estampa (inclusive na mesma cor) em tecidos de cores diferentes: uma cor vibrante e outra neutra. Dentre as cores vibrantes disponíveis, o verde água foi o mais adequado para a proposta deste projeto. Em seguida, foi-se em busca do segundo tecido que harmonizasse com o verde, e o selecionado foi o cinza mescla, pois observou-se que um tecido preto traria muito peso para as peças, enquanto o branco lembraria um pijama comum. Os tecidos escolhidos podem ser vistos na Figura 48.

Figura 48 – Tecidos nas cores cinza mescla e verde água, respectivamente.
Fonte: Autoria própria.

Tendo as cores dos tecidos, partiu-se para os testes digitais de cor da estampa (ver Figura 49), já que os testes físicos não seriam possíveis em tantas cores. Todas as cores testadas pertencem a escala Pantone.

Os tons mais escuros de azul e roxo foram os que mais harmonizaram com as duas cores dos tecidos. Considerando-se que o azul pudesse trazer um tom mais masculino para a estampa e a peça, optou-se pelo roxo.

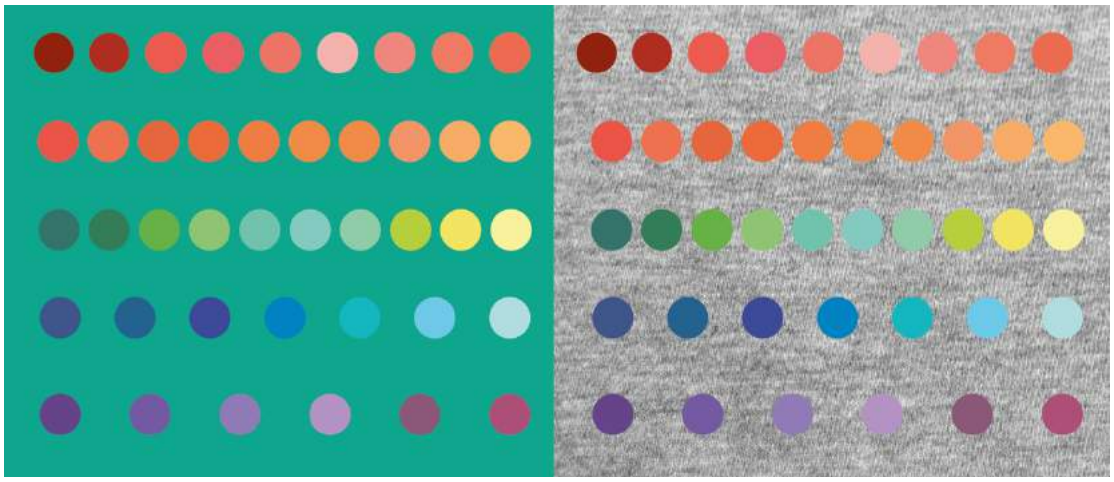


Figura 49 – Teste digital de cores
Fonte: Autoria própria.

Figura 50 – Segundo refinamento dos elementos.
Fonte: Autoria própria.

Além disto, o traço dos elementos da estampa também foi novamente refinado, para se tornar mais irregular, leve e descontraídos (Figura 50).

Começou-se então a aplicar diferentes *rapports* com os três elementos da estampa (ver Figura 51). O grilo (Figura 51 A) e abelha (Figura 51 B) até funcionam enquanto estampas de um elemento só, mas não de forma satisfatória. As estampas não causam interesse o suficiente.

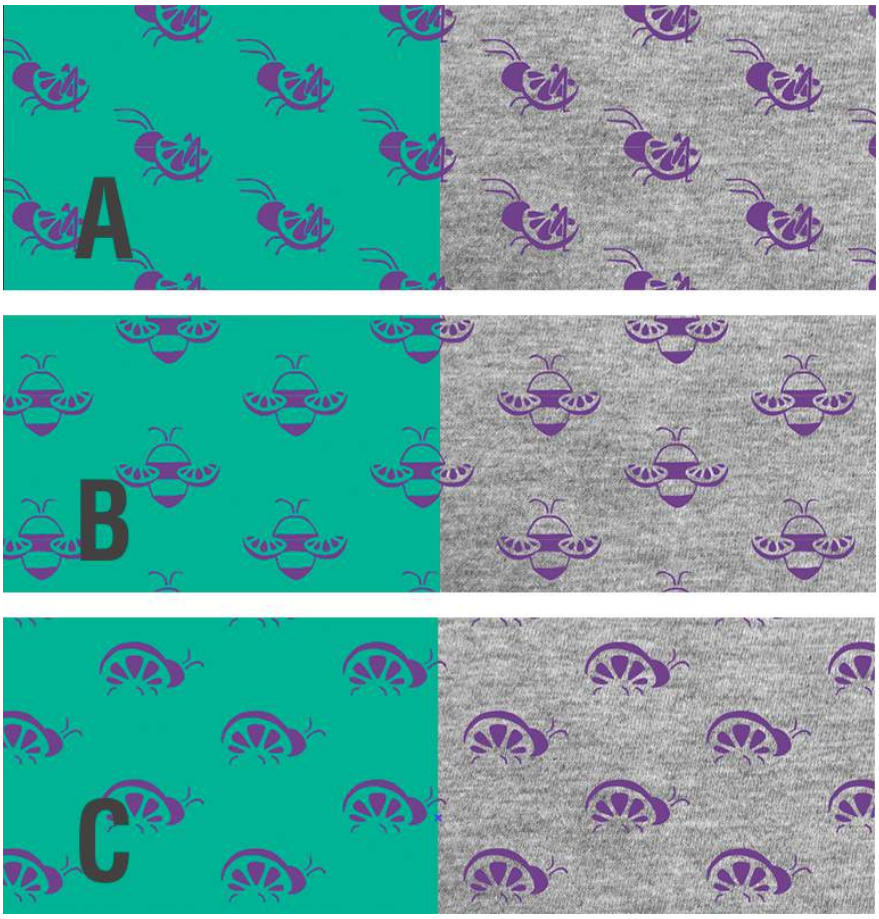


Figura 51 – *Rapports* com cada inseto.
Fonte: Autoria própria.

Testou-se então variações de *rapports* com os três elementos juntos (ver Figura 52). O que foi constatado é que por se tratarem de formas simples, mas que aliadas às limas pedem um pouco mais de atenção. A estampa se torna mais harmônica visualmente quando todos os elementos têm a mesma dimensão, diferentemente do que ocorre na Figura 52 B, não alteram sua direção ou rotação, como na Figura 52 A, e se utilizam do encaixe conhecido como tijolinho, como na Figura 52 C.

Outra questão importante foi perceber que os elementos principais não pareciam tão atrativos com menos de 3,5cm x 4cm. Menores que isso, a lima se desfigura dentro deles e o desenho perde seu propósito. A partir deste ponto, todos os elementos principais mantiveram estas dimensões.

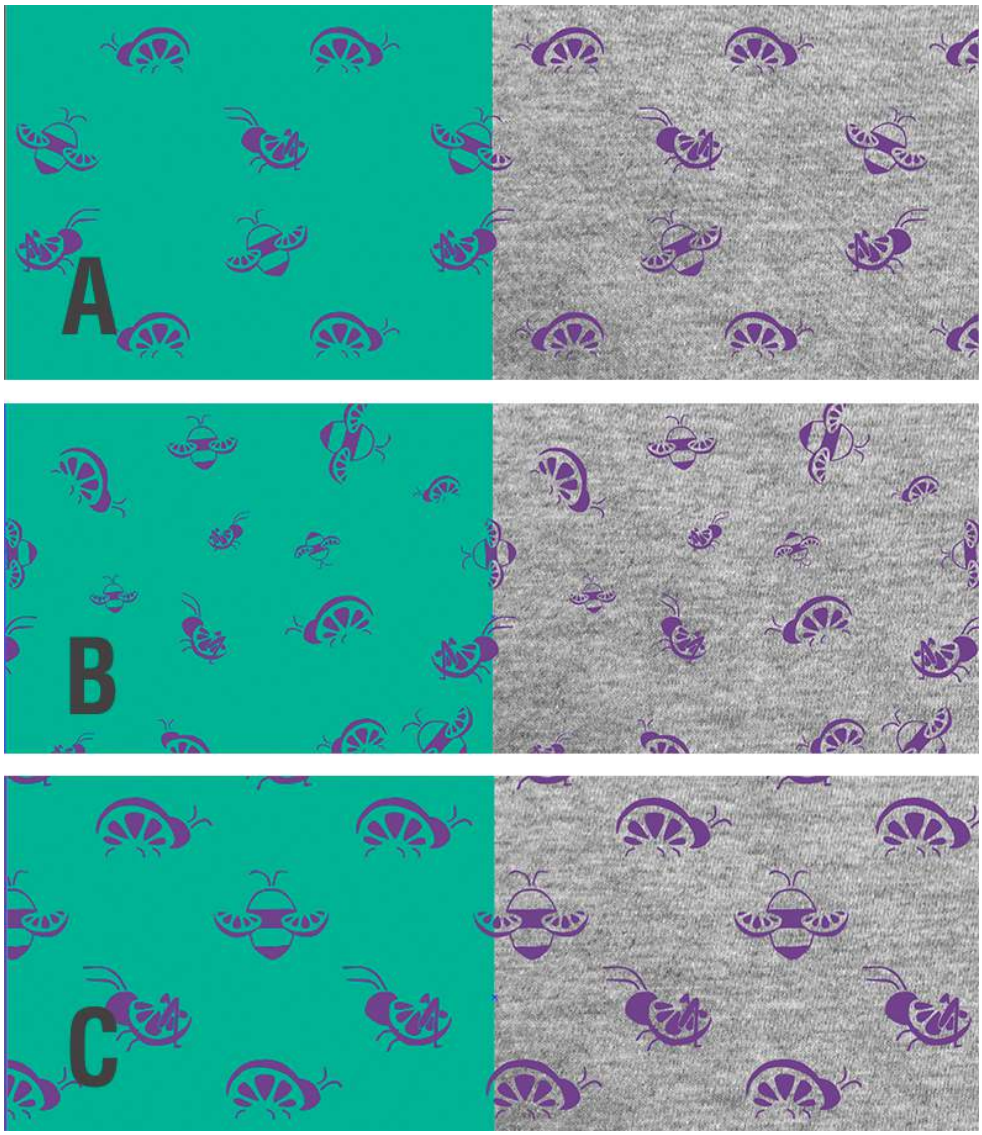


Figura 52 – *Rapports* diversos com os três insetos.
Fonte: Autoria própria.

A estampa apenas com os três insetos ainda estava visualmente incompleta. Pensou-se em quais elementos de ligação acrescentar para deixá-la mais dinâmica, chegando às folhagens e pequenos insetos (ver Figura 53), para que se mantivesse no mesmo motivo de natureza. Formas geométricas também foram testadas porém rapidamente descartadas, pois, assim como podemos observar na Figura 54, o mesmo efeito ocorre com os elementos de ligação citados anteriormente: eles acabam brigando com os elementos principais e criam uma grande poluição visual.

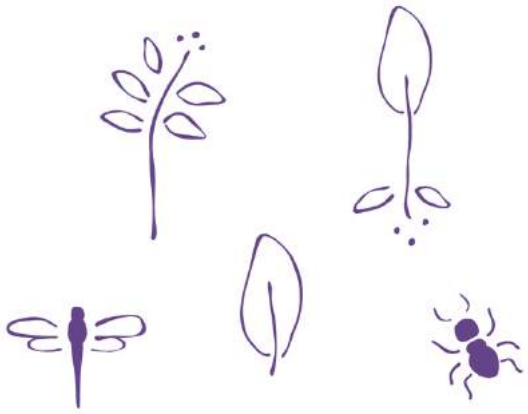


Figura 53 – Elementos de ligação.
Fonte: Autoria própria.

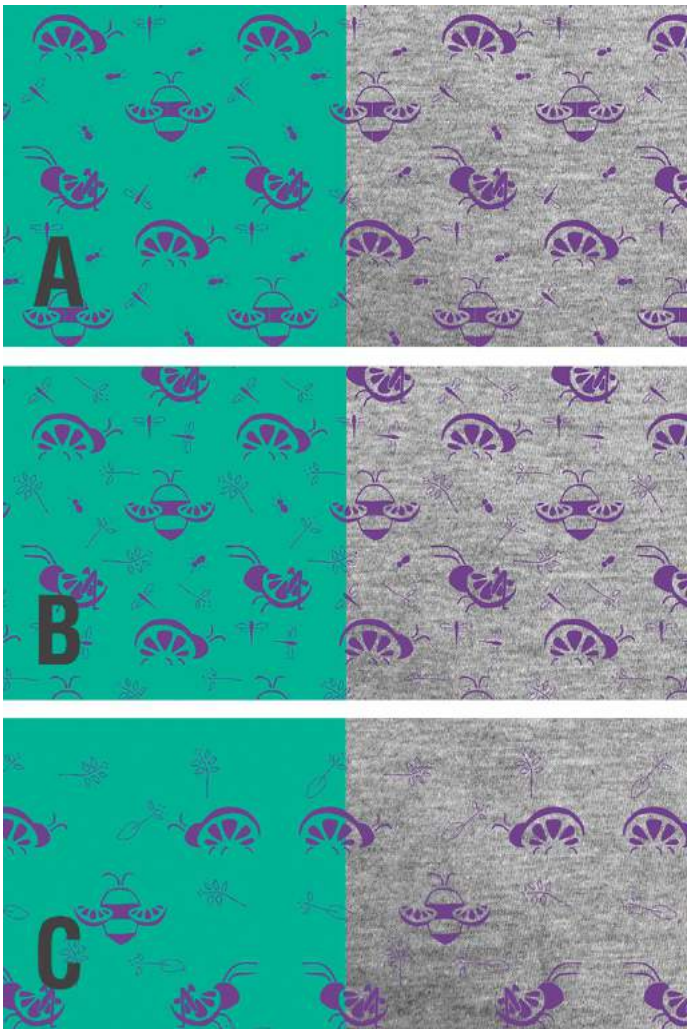


Figura 54 – Rapports diversos com elementos de ligação.
Fonte: Autoria própria.

Por fim, compreendeu-se que os elementos de ligação deveriam ser sutis e em menor quantidade, apenas para complementar os motivos principais da estampa. Ainda assim, duas versões precisaram ser feitas até que se alcançasse a alternativa final.

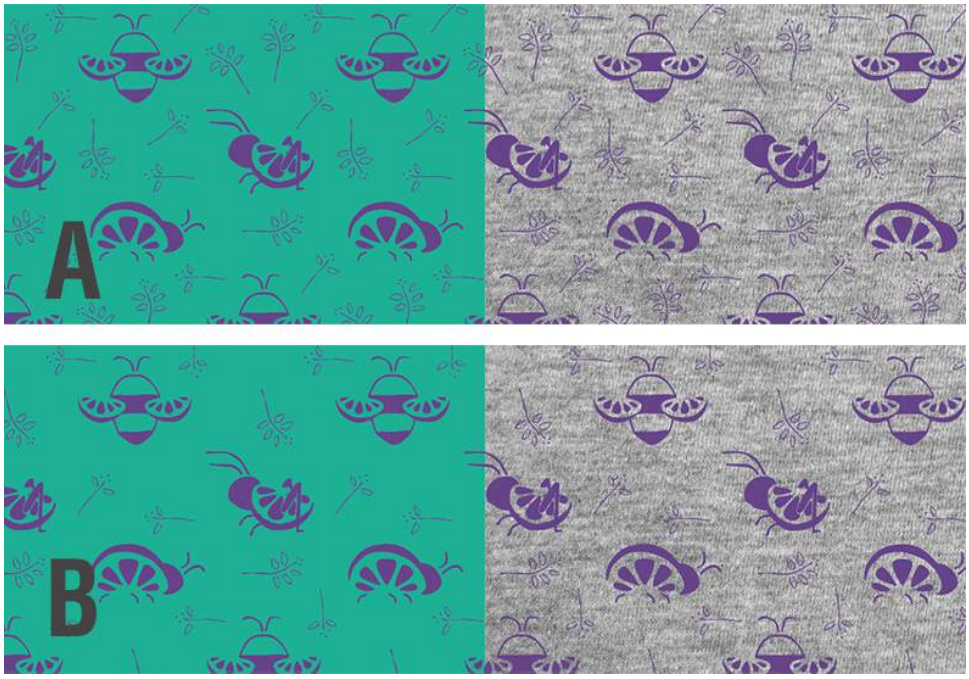


Figura 55 – *Rapports* apenas com elementos de ligação suaves.
Fonte: Autoria própria.

Enquanto a Figura 55 A é bastante poluída visualmente, a Figura 55 B já traz mais suavidade e “respiro” para a estampa. O único ajuste feito após esta estapa foi deixar as linhas dos elementos de um pouco mais espessas para não saírem falhadas na serigrafia.

A Figura 56 retrata a alternativa final já pronta para impressão e a Figura 57 ilustra o *rapport* da estampa, que mede 11cm x 11cm.

Figura 56 – Alternativa final..
Fonte: Autoria própria.

Figura 57 – *Rapport* final da estampa.
Fonte: Autoria própria.

As alternativas do pijama começaram então a ser pensadas, baseadas apenas nos tecidos que teríamos estampados e suas sobras lisas. Com os recortes em A3 estampados, descartou-se as ideias de fazer um pijama de calça e manga comprida, por conta dos possíveis retalhos na peça piloto. Logo, foi decidido fazer um pijama de verão: camiseta e bermuda.

Como o pijama propõe seu uso em qualquer situação, durante sua criação, pensou-se nas peças sendo usadas separadas e em conjunto. Assim, escolheu-se confeccionar o conjunto A.

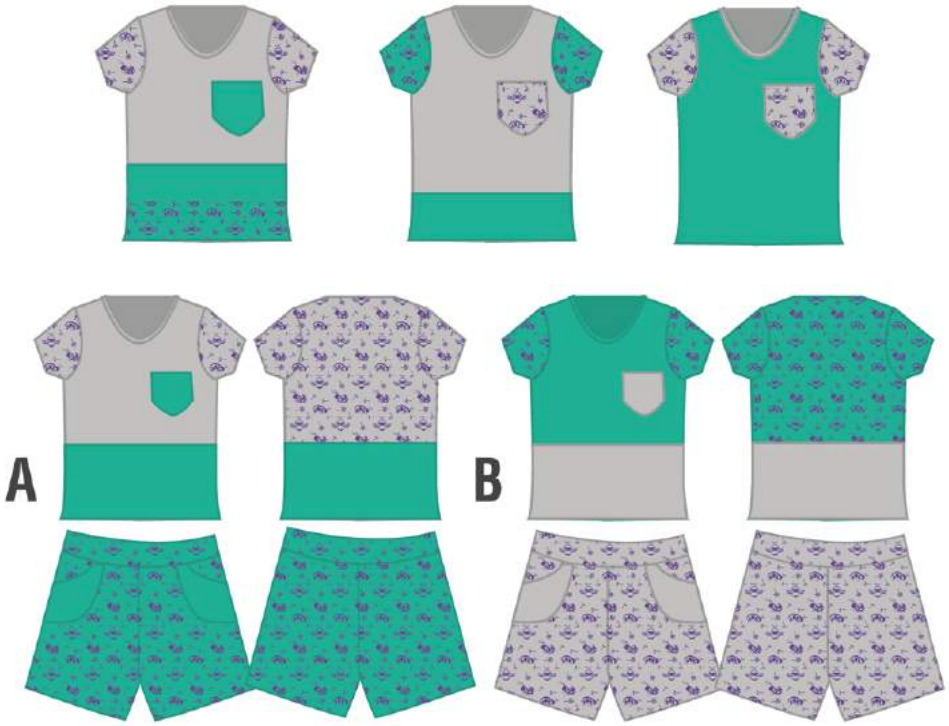


Figura 58 – Alternativas do conjunto de pijama.

Fonte: Autoria própria.

5.7 Estamparia e produção da peça piloto

Figura 59 – Teste impresso da alternativa final.
Fonte: Autoria própria.

Após a finalização do *rapport*, um primeiro teste foi feito em papel A4 (ver Figura 59) para verificar se a estampa estava adequada para impressão em tecido. O passo seguinte foi encaminhar um tecido de prova para a confecção testar a cor de impressão.

Tecidos cinza e verde foram encaminhados, junto com o *rapport* na cor Pantone Medium Purple U. Ao retornar, ficou visível o tom errado de roxo: no tecido cinza, ficou lilás; no verde, completamente rosa (ver Figura 60).

Figura 60 – Erro na cor da impressão da estampa.
Fonte: Autoria própria.

A cor da estampa foi alterada para Pantone 96-16 C e desta vez obteve êxito na impressão, como pode ser visualizado na Figura 61. Assim, os tecidos foram encaminhados à Colchetes para que a marca pudesse confeccionar as peças piloto do pijama (Figura 62 e Figura 63).

Figura 61 – Estampa pronta.
Fonte: Autoria própria.

Figura 62 – Pijama sendo confeccionado.
Fonte: Autoria própria.

Figura 63 – Pijama sendo confeccionado pela Colchetes.
Fonte: Autoria própria.

A Colchetes retornou as peças piloto do conjunto de pijama prontas (ver Figura 64, Figura 65, Figura 66, Figura 67, Figura 68, Figura 69, Figura 70 e Figura 71) e ainda confeccionou com os mesmos tecidos da peça uma pequena bolsa para ser usada como embalagem do pijama (Figura 72 e Figura 73).

Figura 64 – Conjunto do pijama pronto visto de frente.
Fonte: Autoria própria.

Figura 65 – Conjunto do pijama pronto visto de costas.
Fonte: Autoria própria.

Figura 66 – Camiseta do pijama vista de frente.
Fonte: Autoria própria.

Figura 67 – Camiseta do pijama vista de costas.
Fonte: Autoria própria.

Figura 68 – Bermuda do pijama vista de frente.
Fonte: Autoria própria.

Figura 69 – Bermuda do pijama vista de costas.
Fonte: Autoria própria.

Figura 70 – Detalhe dos bolsos e cintura da bermuda do pijama.
Fonte: Autoria própria.

Figura 71 – Detalhe do bolso e gola da camiseta do pijama.
Fonte: Autoria própria.

Figura 72 – Embalagem.
Fonte: Autoria própria.

Figura 73 – Embalagem.
Fonte: Autoria própria.

5.8 Verificação da estampa e da peça

Dez pessoas que se encaixam no público da Colchetes (das quais quatro já são clientes) foram selecionadas para validar a estampa e a peça produzidas neste trabalho. Todas as pessoas entrevistadas possuem filhos, ou afilhados, sobrinhos, primos etc, ainda crianças, e com certa frequência compram roupas infantis. As perguntas feitas foram:

a) Você considera esta estampa *no gender*? Por quê?
b) Você compraria este conjunto tanto para meninos quanto para meninas? Por quê?

Seus nomes foram trocados nas transcrições para manter o anonimato.

- Roberto, 37 anos: "*Eu acho que a estampa é* no gender*, sim. Ali nem as imagens nem as cores rementem ao sexo masculino nem ao feminino. Algumas pessoas podem, talvez, possam fazer associação da cor roxa com uma coisa mais de menina, mas a combinação final eu achei que fica bem* no gender*. A princípio eu compraria [o conjunto] sim, tanto para meninos quanto para meninas. Apesar de que eu acho que tem um detalhe que deixa o conjunto um pouco mais feminino, que é a largura da manga. A manga meio afuniladinha assim me remete mais a roupa de*

menina de novo. Talvez se ela fosse um pouco mais larguinha, ela seria mais no gender*".*

- Tatiana, 28 anos: "*Acredito que a estampa se encaixe no conceito agênero, sim, porque apresente desenhos que não são comumente atribuídos a um gênero específico. A estampa tem uma sensação de delicadeza esperada por se tratar de uma peça infantil, sem retratar motivos ditos femininos ou masculinos. Quanto às cores do tecido, foram bem selecionadas, fugindo daquelas típicas cores utilizadas para distinção de gênero. E sim, compraria essas roupas para crianças de qualquer gênero!".*

- Victor, 30 anos: "*Olha, Bruna, primeiro que sim, essa estampa não tem gênero, mas no sentido de que eu não acho que nenhuma estampa na verdade faça nenhuma referência ou alusão a gênero. Eu acho que é um tipo de concepção que a gente tem, ela é criada e moldada socialmente e... não sei, ela não é uma coisa específica que pode ser reduzida a um gráfico, desenho ou uma cor, sabe? Eu acho que muitos outros parâmetros assim que... que existem, que podem delimitar uma identidade de gênero numa pessoa. E sim, eu compraria [para os dois gêneros]. E não só pra cinco anos, eu acho que se o modelo fosse adequado e tivesse outros tipos de uso, poderia usar pra outras pessoas também, outras idades. Eu acho que eu não veria problema nenhum, vai do gosto da pessoa. Se ela se sente confortável e acha aquilo legal, compraria pra ela sem problema nenhum, numa boa".*

Valentin, 22 anos: "*Eu achei a opção de cor boa, porque ela realmente foge um pouco dessa coisa do azul e do rosa, então é uma cor que ambos... Tanto pais quanto as mães comprariam pros filhos, acho que independente do gênero da criança. É... o cinza, eu não... não sei, parece um pouco apagado pra criança, sabe? Mas eu achei muito legal também trazer a questão dos animais, sabe, dos insetos, eu achei que ficou sensacional, e... não sei, parecem gominhos, né? Eu achei sensacional essa ideia de trazer animais, até porque o público infantil se cativa muito por esse lado lúdico. Eu acho que meninos e meninas gostariam desse pijama*. Eu compraria pros meus sobrinhos [meninos e meninas]! Achei muito fofas as ilustrações".

- Tamara, 25 anos: *Olhando só a estampa eu não achei* no gender*. Eu achei bem mais pra menina do que pra menino, porque a estampa é muito fofa e infelizmente a gente faz essa correlação, né? E... eu acho que a cor roxinha também, então, não, eu achei que é pra meninas. Olhando o conjunto, me parece*

bem mais pra menino por causa da combinação do verde com cinza, talvez? É mais masculino, pra mim, apesar da estampa. E eu acho que eu não compraria porque é muito colorido. Eu sei que é pra criança, mas eu acho que todo mundo tinha que ser gótico [risos]*".*

- Patrícia, 23 anos: "*Hum, eu achei que a estampa, os desenhos e tal, bem delicados. E infelizmente eu fiz essa associação com feminino e tal. Mas quando tu coloca [sic] junto com a cor do tecido, aí acho que dá uma balanceada, e aí não se torna tão específico pra gênero. O tecido cinza fica mais masculino e o verde mais feminino. Horrível, né? Falar essas coisas... masculino, feminino. É roupa pra criança! Mas mesmo assim eu não sei se compraria pra cinco anos de idade, talvez menos. Porque a criança com cinco anos já tem um certo discernimento, infelizmente, do que roupa de menino e roupa de menina e eu acho que meninos talvez não gostariam tanto? Não sei... não ficariam tão contentes com a roupa com desenho assim mais feminino, digamos. Mas talvez se fosse menor eu compraria sem problemas. Meu filho vai usar rosa [risos]! E pra menina, claro [que compraria], sem limite de idade".*

- João, 26: "*Eu acho que a estampa ela é* no gender *sim, principalmente pelos fundos que tu usou [sic], pelas cores. Como por exemplo, o cinza é bem neutro, acho que ele pode ser usado tanto pra meninos quanto pra meninas. E o outro, esse verde, eu acho... uma coisa bem viva... e também meio... meio tropical, que também consigo ver os dois [gêneros] usando. É, basicamente seria por isso. Pelo menos nesses casos ela é* no gender*. Não sei se mudasse a cor ela ficaria diferente. E eu compraria essas roupas pra mim, um menino de 26 anos [risos]! Então imagina pra umas crianças de cinco? Com certeza, ficou muito bonito!".*

- Fabiana, 21 anos: *"Eu acho que a estampa tá bem legal, que ela tá bem... neutra, assim, porque de certo* [sic] *que todo mundo gosta, criança principalmente! Ela tá bem divertida, bem criança mesmo! Só realmente eu acho que em questão de cor ela ficou um pouco mais feminina, mas não é que "nossa", acho que se um menino usasse uma estampa com roxo, não vejo problema também! Mas a estampa em si, o desenho, eu acho que tá bem sem gênero. Super comprava [para os dois gêneros], achei que ficou bem fofinho. Adoro bolso no pijama! Eu sei que é meio inútil, mas eu adoro. Achei muito fofinho o bolso também na camiseta. Super compraria!".*

- Beatriz, 25 anos: *"Eu achei que a [estampa no] cinza tá um pouquinho mais feminina, não sei porque... talvez por causa do roxo. O desenho eu achei bem sem gênero. Talvez um pouquinho mais feminino por causa dos detalhezinhos ali da florzinha. Não é florzinha, né? É folhinha. Mas achei que ficou bem delicadinho. Os bichinhos ficaram bem legais! Eu acho que o verdinho tá mais sem gênero, não sei. Apesar de que os dois tão bem bacanas, bem bonitos. E eu achei a estampa muito fofinha, adorei os bichinhos com a frutinha, ficou muito fofo. Só achei que talvez a folhagem tenha dado um pouquinho esse toque mais delicado, que talvez tenha atrapalhado um pouco. Compraria, sim [para os dois gêneros], porque achei muito fofinho. Pensando assim, pra dar de presente pro meu priminho, eu compraria, sim, muito fofo. Adorei."*

- Vanessa, 52: *"Sim, serve tanto pra menina quanto pra menino. As cores são neutras, e tem bastante gente que gosta de verde. Não tem gênero, porque... porque ela é unissex, vamos dizer. Antigamente se dizia assim, tanto pra menino quanto pra menina. Eu compraria [para meninos e meninas] com certeza, porque o conjunto é bonito! Verde, cinza, bem neutro com bichinho. Gostei."*

Pode-se considerar que o objetivo de produzir uma estampa e peça *no gender* foi atingido. Apesar de pequenos detalhes e duas opiniões divergentes mais diretas, as pessoas aceitaram bem a estampa e a peça, levando e conta os grafismos, as cores e a modelagem do pijama.

6 CONCLUSÃO

Produzir algo sem gênero ainda não é uma fórmula certa, embora atualmente seja um tema em alta, especialmente direcionado às crianças. Transpor as barreiras e preconcepções de masculino e feminino que carregamos ainda é um trabalho meticuloso em que se nega muito de um lado, mas não se pode reduzir a nada do outro.

Dentre as dificuldades do projeto, delimitar e compreender que o sem gênero ainda pode ser bastante relativo dentro de uma mesma cultura se mostrou um grande desafio. Porém, lidar com um público que espera por isto e aceita a ideia se torna obviamente um fator facilitador. Outra dificuldade foi a barreira prática de

produção de uma estampa corrida, por escassez de serviços que façam tal demanda em pequena escala. Vale também mencionar a pouca bibliografia brasileira sobre Design de Superfície.

Quando este tema de Trabalho de Conclusão de Curso foi proposto, a autora estava ciente de que lidaria com um assunto completamente novo que não foi abordado durante o curso de Design de Produto no IFSC. A vontade de aprender sobre o assunto e se arriscar foi maior, e o resultado hoje é motivo de orgulho e de uma vontade de seguir neste caminho de Design de Superfície e design *no gender*.

A estampa desenvolvida neste trabalho apresentou resultados satisfatórios e cumpriu seu papel, mas as possibilidades não se esgotam, inclusive de diferentes aplicações para esta mesma estampa: tecidos diferentes localizados em partes do grafismo para criar texturas, aplicação de paetês dupla face, permitindo que a criança de fato brinque e transforme a própria estampa, cores diferentes etc.

Não somente isto, mas todo este trabalho, seus resultados e as possibilidades de se seguir adiante ainda na mesma estampa (e também com outras), fomenta um desejo da autora de criar uma marca própria de estamparia sem gênero, para adultos e crianças, visando proporcionar mais alternativas àqueles que não se satisfazem com o que é oferecido hoje no mercado – ainda que a oferta de produtos *no gender* tenha aumentado consideravelmente nos últimos anos.

REFERÊNCIAS

AGUIAR NETO, Pedro Pita. **Fibras têxteis.** Rio de Janeiro: SENAI/CETIQT, 1996.

ALVES, Branca Moreira; PITANGYU, Jaqueline. **O que é feminismo**. Editora Brasiliense: Rio de Janeiro, 1983.

ATELIÊ CUI CUI. Disponível em: <http://www.ateliecuicui.com/>. Acesso em: 20 mar. 2017.

BAKER, Lindsay. Por que a Indústria da Moda aposta na fusão de gêneros. **BBC**. Londres: 20 abri. 2015. Disponível em: < http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/04/150419_vert_cul_moda_androgina_ml>. Acesso em: 11 jun. 2017.

BARRETO, Maria do Perpétuo Socorro Leite. Patriarcalismo e o feminismo: uma retrospectiva histórica. **Revista Ártemis**, João Pessoa, v. 1, dez. 2004.

BEAUVOIR, Simone de. **O segundo sexo:** fatos e mitos. Tradução de Sérgio Milliet. 3. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2016.

BERNINI, Lorezo. Macho e fêmea Deus os criou!? A sabotagem transmodernista do sistema binário sexual. **Bagoas**, Natal, v.5, n.6, jan./jun. 2011.

BOGOVIĆ, René. **Hipsters: Rebellion Commodified.** Toronto, 2015. Disponível em: <http://www.academia.edu/download/33439761/Sociology_of_Culture_Final_Paper_Rene_Bogovic.docx>. Acesso em: 01 jun. 2017.

BRAGA, Denise da Silva. **Heteronormatividade e sexualidades LGBT:** repercussões dos discursos escolares sobre sexualidade na constituição das sexualidades não normativas. Rio de Janeiro, 2012.

BRIGGS-GOODE, Amanda. **Design de Estamparia Têxtil**. Porto Alegre: Bookman, 2014.

BUTLER, Judith P. **Problemas de gênero:** feminismo e subversão da identidade. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2013.

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

CADEIRA, Maíra. Estampa que eu gosto [internet]. 2013. Disponível em: <http://estampaqueeugosto.blogspot.com.br/2013/06/processos-de-obtencao-de-um-rapport.html>.

CARDOSO, Cilene Estol; PICOLI, Julia. Metodologia de projeto de Bruno Munari aplicada ao design de superfície de moda. **9°Colóquio de Moda**. Fortaleza, 2013.

Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/9-Coloquio-de-Moda_2013/COMUNICACAO-ORAL/EIXO-2-EDUCACAO_COMUNICACAO-ORAL/Metodologia-de-projeto-de-Bruno-Munari-aplicada-ao-design-de-superficie-de-moda.pdf>. Acesso em: 02 nov. 2016

CLARKSON, J. Shannon; RUSSELL, Letty M. **Dictionary of Feminist Theologies.** Louisville: Westminster John Knox Press, 1996.

COLCHETES. Sobre. Disponível em: <http://www.colchetes.com.br>. Acesso em: 10 nov. 2016

CRANE, Diana. **A moda e seu papel social:** classe, gênero e identidade das roupas. São Paulo: Ed. SENAC, 2006.

DIAS, Maria Regina Alvares Correia; SAFAR, Giselle Hissa. Estudos de gênero e seu impacto na história do design. **Dimensões**, v. 36, jan.-jun. 2016, p. 102-120.

DIAZ, Elvira Burgos. Desconstrução e subversão: Judith Butler. **Sapere Aude**, Belo Horizonte, n.7, v.4, p. 441-464, 2013.

FORTY, Adrian. **Objetos de desejo:** design e sociedade desde 1750. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

GODINHO, Filipe Manuel Henriques. O Trans como fenômeno na moda. Lisboa, 2012. Disponível em: < https://www.repository.utl.pt/bitstream/10400.5/5454/1/O%20Trans%20-%20Filipe%20Godinho.pdf>. Acesso em: 15 jun. 2017.

GOSSE, Michelle. **Creative Bodies:** Hipsters, Clothing and Identity. Corner Brook, 2015. Disponível em: <http://research.library.mun.ca/11835/>. Acesso em: 03 jun. 2017.

KROPENISCKI, Fernanda Battagli. **Retratos de relações de gênero em catálogos de brinquedos**. Santa Maria, 2015. Disponível em: < http://cascavel.ufsm.br/tede//tde_busca/arquivo.php?codArquivo=8022>. Acesso em: 19 fev. 2017.

LEVINBOOK, Miriam. **Design de superfície:** técnicas e processos em estamparia têxtil para produção industrial. São Paulo, 2008.

LIBERTY London. Disponível em: <www.libertylondon.com/uk/department/fabric/>. Acesso em: 27 mar. 2017.

LOURO, Guacira Lopes, **Um Corpo Estranho – Ensaios sobre sexualidade e teoria queer**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2004.

LOURO, Guacira Lopes. **Gênero, sexualidade e educação:** Uma perspectiva pós-estruturalista. Petrópolis: Vozes, 1997.

MASCHIETTO, Cassia Manso; FERRO, Clarita Maria de Godoy; SANTOS, Gabriel Carlos Souza. O Gênero e as roupas: a moda infantil na categorizaçao de corpos. **Revista de Arqueologia Pública**, Campinas, v.6, n. 6, 2012.

MELLER, Susan; ELFFERS, Joost. **Textile designs:** 200 years of European and American patterns for printed fabrics: organized by motif, style, color, layout and period. New York: Harry N. Abrams, 1991.

MINI.MI. Disponível em: <https://www.minimiestudio.com/>. Acesso em: 20 mar. 2017.

MUNARI, Bruno. **Das coisas nascem coisas**. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

NEVES, Jorge. **Manual de estamparia têxtil.** [S.l.]: Escola de Engenharia Universidade Minho, 2000.

NÓ & NÓ. Disponível em: <http://www.noeno.com.br>. Acesso em: 20 mar. 2017.

NOGUEIRA, Conceição. Feminismo e 'Discurso' do Género na Psicologia Social. Braga, 2001.

NORDBY, Amanda. What is the Hipster? **Spectrum**. v. 25. Moraga: 2013.

NUNES, Luciana Borre. **"Meninas são doces e calmas":** um estudo sobre a produção de gênero através da cultura visual. Porto Alegre, 2008. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10923/2787>. Acesso em: 03 mar 2017**.**
PEZZOLO, Dinah Bueno. **Tecidos:** história, tramas, tipos e usos. São Paulo: Ed. SENAC, 2007.

ROUPA PARA BRINCAR. Disponível em: <http://www.roupaparabrincar.com/>. Acesso em: 20 mar. 2017.

RUBIM, Renata. **Desenhando a Superfície**. São Paulo: Rosari, 2004.

RÜTHSCHILLING, Evelise Anicet. **Design de Superfície:** prática e aprendizagem mediadas pela tecnologia digital. Porto Alegre: 2002.

RÜTHSCHILLING, Evelise Anicet. **Design de superfície.** Porto Alegre: Ed. da UFRGS, 2008.

SANTOS, Juliana Anacleto dos. **Gênero na Teoria Social:** papéis, interações e instituições. Juiz de Fora, 2009.

SCHROEDER, Ian F. **Queering Gender Identity Formation**. Chicago, 2014

SUONO, Celso Tetsuro; BERTON, Tamissa Juliana Barreto; PIRES, Gisely Andressa. A Construção de Parâmetros para o Ensino do Desenho de Estamparia Corrida. **Simpósio Nacional de Geometria Descritiva e Desenho Técnico e International Conference on Graphics for Arts and Design**. Florianópolis: 2013. Disponível em:

<http://wright.ava.ufsc.br/~grupohipermidia/graphica2013/ensino.html>. Acesso em: 4 mai. 2017.

TEÓFILO, Ana Patricia Correia. **Com que linhas se cose o género:** a importância do vestuário infantil na construção do género. Lisboa, 2010. Disponível em: <https://run.unl.pt/handle/10362/4808>. Acesso em: 28 mar. 2017.

UDALE, Jenny. **Tecidos e moda.** Porto Alegre: Bookman, 2009.

VIEIRA, Liliana Bellio. **A estamparia têxtil contemporânea:** produção, produtos e subjetividades. São Paulo: 2014.

YAMANE, Laura Ayako. **Estamparia Têxtil.** São Paulo: 2008.

APÊNDICE A – RESULTADOS E BREVES ANÁLISES DA PESQUISA DE PERCEPÇÃO COM PAIS

Estampa	Resposta a pergunta "você compraria uma roupa com essas estampas para meninos ou meninas? Ou os dois? Por quê?"	Análise dos resultados
Figura 33 A	Sandra: Para meninas, pois tem flores.	Apesar do motivo floral, as cores escuras, ainda que em tons de roxo, ajudam a balancear e dar um ar neutro/masculino. Surpreendentemente para a autora deste trabalho, quatro das sete pessoas conseguiram projetar esta estampa em meninos.
	Irene: Para os dois! Estampa linda, lembra praia.	
	Laura: Para os dois. É lindo.	
	Bianca: Para os dois! Parece meio de surfista, tropical, acho que serve pros dois.	
	Rodrigo: Para meninas pois as flores remetem mais ao feminino. *[Hesita]* Mas as cores são fortes…	
	Marcos: Para meninas. As cores são meio escuras, mas tem mais flores, acho mais feminino.	
	Rafael: Para os dois. Achei bem bonito.	
Figura 33 B	Sandra: Para meninas, é muito delicado.	Sem surpresas aqui, com exceção de Marcos, todos concordam sem hesitar que é feminino. As cores em tons de rosa e os motivos muito delicados e suaves reforçam essa ideia.
	Irene: Menina, porque é meigo.	
	Laura: Ah, para menina! Tem coraçãozinho, bolinho... e pelas cores também.	
	Bianca: É super feminina essa, né? Se tivesse outras cores, acho que compraria para meninos também.	
	Rodrigo: Para meninos, não. As cores suaves, como rosa e lilás, remetem mais às meninas.	
	Marcos: Para os dois. É que é de comida, né? Sei lá, é de criança, não só para um ou para outro.	
	Rafael: Para meninas. A cor, os desenhos, muito delicado e feminino.	
Figura 33 C	Sandra: Para meninos, eles gostam de insetos!	Abelhas não aparentam ser mais designadas para um gênero do que outro, e somadas ao fundo cinza, tornam essa estampa bastante neutra.
	Irene: Para meninos, por causa das cores.	
	Laura: Para os dois, é cinza e tem abelha.	
	Bianca: Para os dois, super neutro.	
	Rodrigo: Para os dois, as cores e desenhos são bem neutros.	
	Marcos: Para os dois, não tem nada marcando de menina ou menino. É cinza, tem abelhas…	
	Rafael: Para os dois, fundo neutro com abelha que acho que é um bicho neutro. *[Pensa]* Tem bicho que não é neutro? *[risos]*	
Figura 33 D	Sandra: Para os dois, por causa das cores.	Este foi um resultado curioso. Apesar da predominância dos tons de rosa, o motivo de
	Irene: Para os dois, para baile do Hawaii.	
	Laura: Para os dois, é bem colorido e alegre.	

	Bianca: Acho que algumas pessoas achariam mais feminina pelas cores, né? Mas eu compraria para os dois mesmo assim. É bem alegre!	laranjas abate a feminilidade e permite que as pessoas visualizem meninos usando a estampa.
	Rodrigo: Para os dois, a estampa suave parece unisex.	
	Marcos: Para os dois, bem colorido!	
	Rafael: Hum..... *[hesita]*. É bem bonito, acho que compraria para os dois sim.	
Figura 33 E	Sandra: Acho que para os dois, né? Tem bastante coisa bonita.	Até então, foi a estampa que os participantes mais prestaram atenção, aparentemente pela quantidade de elementos distintos, já que o fundo era neutro. Pela mesma diversidade no motivo, a estampa foi tida como apropriada para os dois gêneros por conter elementos de ambos universos.
	Irene: Para os dois, porque eu adoro caveirinha.	
	Laura: Para menina, com certeza! *[Quando perguntada]* Não sei porque.... Ah, acho que por causa da rosa vermelha.	
	Bianca: Para os dois com certeza, cheio de desenhos bonitos e neutros.	
	Rodrigo: Para os dois, achei a estampa mista.	
	Marcos: Para os dois, não vi nada que definisse menina ou menino. É bonito.	
	Rafael: *Old school!* Para os dois, *old school* é pra todos *[risos]*.	
Figura 33 F	Sandra: Menino com certeza. Meus filhos amam tubarão.	Também sem surpresas aqui, todos admitiram sem dúvidas a ligação quase que automática com o masculino, tanto pelas cores quanto pelo motivo. Os que disseram que comprariam para meninas sabendo que é uma atitude “diferente”.
	Irene: Para meninos, porque com certeza minha filha não gostaria.	
	Laura: Para meninos. Lembra meus sobrinhos e os tubarões são mais agressivos.	
	Bianca: Eu acho ela em teoria masculina, mas amaria comprar isso para uma menina *[risos]*. É azul, tem tubarão e tal, mas e daí?	
	Rodrigo: Para meninos, eles adoram tubarão.	
	Marcos: Ah, esse parece mais masculino, né? Tubarão e tudo, mais agressivo. As cores são mais escuras também. Mas eu compraria para os dois, acho legal.	
	Rafael: Ah! Olha aí um bicho não neutro. Quer dizer, eu compraria para os dois, eu acho. Nunca vi tubarão para menina. Esse é tudo azul… mas [compraria] para os dois mesmo.	
Figura 33 G	Sandra: Menino, eles gostam de robôs.	Apesar das respostas dividas, fica clara a associação do motivo como algo masculino.
	Irene: Para meninos, porque é toda tecnológica.	
	Laura: Para meninos. Não conheço meninas que gostem de robozinhos.	
	Bianca: Para os dois, é bem laranja, vivo.	
	Rodrigo: Para meninos, eles adoram robôs.	
	Marcos: Para os dois, não vi nada demais [que definisse gênero].	
	Rafael: Para os dois, achei bem sem gênero.	
Figura 33 H	Sandra: Para os dois, todos gostam de bichos.	A soma de cores neutras com animais “neutros” dá certo
	Irene: Para os dois porque tem gato e cachorro.	

	[Pensa] Mas depende do tipo de roupa também.	aqui. Esta é a primeira resposta em que todos concordam que uma estampa serve para os dois gêneros.
	Laura: Para os dois, é bem neutro.	
	Bianca: Para os dois, tem bichinhos fofos, crianças adoram!	
	Rodrigo: Para os dois, os desenhos e cores parecem unisex.	
	Marcos: Hum… de que idade de criança estamos falando? É que se for criança mais velha parece meio infantil demais. Mas eu compraria para os dois.	
	Rafael: Para os dois também, é sem gênero.	
Figura 33 I	Sandra: Para os dois, todos gostam de bichos.	Outro caso curioso que já era esperado pela autora. O motivo extremamente associado ao masculino com cores completamente tidas como femininas causou um pouco de confusão e até diversão nos participantes. Por fim, a junção dos dois extremos também cria uma opção que por muitos foi considerada adequada aos dois gêneros.
	Irene: Para meninos, por causa dos dinossauros.	
	Laura: Para meninas. *[Quando perguntada]* Acho que pelas cores, né? Tudo meio rosa. Ah, mas volta na imagem de novo, nem vi direito que bicho que era. Ah, são dinossauros! Então pros dois.	
	Bianca: Compraria para os dois, acho que a mistura de um bicho mais feroz com as essas cores deixa neutro.	
	Rodrigo: Para os dois, já que os desenhos são mais masculinos mas as cores femininas.	
	Marcos: Para os dois, mesmo com o dinossauro rosa!	
	Rafael: *[Hesitante]* Acho que mais para meninas, pelas cores. Mas também seria legal para meninos.	
Figura 33 J	Sandra: Para meninos, por causa dos dinossauros.	Novamente, dinossauros são associados aos meninos. As cores neutras somadas ao motivo masculino não geram neutralidade o suficiente para ser apropriado para meninas, na maioria dos casos.
	Irene: Totalmente meninos, muito masculino!	
	Laura: Para meninos. Não sei, as cores assim, os esqueletos também. E é dinossauro de novo, né? Eles gostam.	
	Bianca: Para os dois com certeza, esses dinos [sic] são super legais *[risos]*.	
	Rodrigo: Para menino. As cores são neutras mas meninos gostam mais de esqueletos [do que meninas].	
	Marcos: Para os dois também, dinossauros são legais.	
	Rafael: Para os dois. Quer dizer, para minha filha sim. Parece feito para meninos, eu acho, mas eu ia gostar dessa roupa na minha filha.	

TERMO DE COMPROMISSO DE ORIGINALIDADE

O presente termo é documento integrante de todo Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) a ser submetido à avaliação do IFSC Campus Florianópolis como requisito necessário e obrigatório à obtenção do grau de Tecnólogo em Design de Produto
Eu, Bruna Costanzi, CPF 081.664.749-64 Registro de Identidade 5.484.923-3, na qualidade de estudante de Graduação (Pós-Graduação) do Curso de Tecnologia em Design de Produto do IFSC Campus Florianópolis, declaro que o Trabalho de Conclusão de Curso apresentado em anexo, requisito necessário à obtenção do grau de Tecnólogo em Design de Produto encontra-se plenamente em conformidade com os critérios técnicos, acadêmicos e científicos de originalidade.

Nesse sentido, declaro, para os devidos fins, que:

a) o referido TCC foi elaborado com minhas próprias palavras, ideias, opiniões e juízos de valor, nãoconsistindo, portanto PLÁGIO, por não reproduzir, como se meus fossem, pensamentos, ideias e palavras de outra pessoa;

b) as citações diretas de trabalhos de outras pessoas, publicados ou não, apresentadas em meu TCC, estão sempre claramente identificadas entre aspas e com a completa referência bibliográfica de sua fonte, de acordo com as normas estabelecidas pelo IFSC Câmpus Florianópolis;

c) todas as séries de pequenas citações de diversas fontes diferentes foram identificadas como tais, bem como às longas citações de uma única fonte foram incorporadas suas respectivas referências bibliográficas, pois fui devidamente informado(a) e orientado(a) a respeito do fato de que, caso contrário, as mesmas constituiriam plágio;

d) todos os resumos e/ou sumários de ideias e julgamentos de outras pessoas estão acompanhados da indicação de suas fontes em seu texto e as mesmas constam das referências bibliográficas do TCC, pois fui devidamente informado(a) e orientado(a) a respeito do fato de que a inobservância destas regras poderia acarretar alegação de fraude.

O (a) Professor (a) responsável pela orientação de meu trabalho de conclusão de curso (TCC) apresentou-me a presente declaração, requerendo o meu compromisso de não praticar quaisquer atos que pudessem ser entendidos como plágio na elaboração de meu TCC, razão pela qual declaro ter lido e entendido todo o seu conteúdo e submeto o documento em anexo para apreciação do IFSC Campus Florianópolis como fruto de meu exclusivo trabalho.

Florianópolis, 17 de agosto de 2017.

Assinatura do Estudante

TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE DIVULGAÇÃO

Eu, Bruna Gostanzi,
de nacionalidade brasileira, CPF nº 081 664.749-64,
RG nº 5.484.923-3, estudante do Curso Superior de Tecnologia em Design de Produto,
na qualidade de autor do TCC intitulado Criança Não Tem Gênero: desenvolvimento de estampa têxtil infantil,
AUTORIZO, neste ato de depósito, sua divulgação total e gratuita, para fins acadêmicos, em meio eletrônico, mediante registro nesta biblioteca, bem como em via impressa, se necessário, de acordo com determinação institucional e viabilidade técnica do Instituto Federal de Santa Catarina, Campus Florianópolis.

Ocasionará registro de patente? [ ] sim [X] não

Florianópolis, 17 de agosto de 2017.

Assinatura do autor