

O CORPO COMO INSPIRAÇÃO: CRIANDO ESTAMPAS A PARTIR DA ANATOMIA HUMANA



Juliana Aita Lucio



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CENTRO DE ARTES E LETRAS
ESPECIALIZAÇÃO EM DESIGN DE SUPERFÍCIE**

**O CORPO COMO INSPIRAÇÃO: CRIANDO
ESTAMPAS A PARTIR DA ANATOMIA HUMANA**

MONOGRAFIA DE ESPECIALIZAÇÃO

Juliana Aita Lucio

**Santa Maria, RS, Brasil
2014**

O CORPO COMO INSPIRAÇÃO: CRIANDO ESTAMPAS A PARTIR DA ANATOMIA HUMANA

por

Juliana Aita Lucio

Monografia apresentada ao Curso de Especialização em Design de Superfície, da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS), como requisito parcial para obtenção do grau de Especialista em Design de Superfície.

Orientador: Prof. Dr. Carlos Gustavo Martins Hoelzel

Santa Maria, RS, Brasil

2014

**Universidade Federal de Santa Maria
Centro de Artes e Letras
Especialização em Design de Superfície**

A Comissão Examinadora, abaixo assinada,
aprova a monografia de especialização

**O Corpo como Inspiração: Criando Estampas a Partir da Anatomia
Humana**

elaborada por

Juliana Aita Lucio

como requisito parcial para obtenção do grau de
Especialista em Design de Superfície

COMISSÃO EXAMINADORA:

Prof. Carlos Gustavo Martins Hoelzel, Dr.
(Presidente/Orientador)

Prof. Vani Terezinha Foletto, Ms.

Prof. Fabiane Vieira Romano, Dr.

Santa Maria, 13 de junho de 2014.

À minha avó Iva.

AGRADECIMENTOS

Agradeço em primeiro lugar meus pais por terem me dado força e coragem durante esses dois anos, sem eles eu não seria nada; aos professores do curso por terem compartilhado o seu conhecimento; agradeço especialmente à turma maravilhosa de 2012, em especial Bibiane, Camile e Susana que sempre me ajudaram e sem elas não teria conseguido terminar (e nem ao menos começar) essa monografia.

RESUMO

Monografia de Especialização em Design de Superfície
Curso de Especialização em Design de Superfície
Universidade Federal de Santa Maria

O CORPO COMO INSPIRAÇÃO: CRIANDO ESTAMPAS A PARTIR DA ANATOMIA HUMANA

AUTOR: JULIANA AITA LUCIO

ORIENTADOR: PROF. DR. CARLOS GUSTAVO MARTINS HOELZEL

Data e Local da Defesa: Santa Maria, 13 de junho de 2014.

Este projeto teve como objetivo a criação de estampas a partir de estudos da anatomia do coração, sendo aplicadas em roupas femininas (blusas). A metodologia utilizada foi a proposta pelo designer Bruno Munari. O trabalho é constituído por três capítulos, sendo o primeiro o capítulo introdutório e os outros dois divididos entre os conceitos teóricos que fundamentam todo o estudo (capítulo 2) e como se deu o processo criativo da elaboração dessas superfícies (capítulo 3).

Palavras-chaves: design de superfície, moda, anatomia.

ABSTRACT

Specialization Monograph in Surface Design
Specialization Course in Surface Design
Universidade Federal de Santa Maria

TITLE

AUTHOR: JULIANA AITA LUCIO

SUPERVISOR: PROF. DR. CARLOS GUSTAVO MARTINS HOELZEL

Date and Place of the Defense: Santa Maria, June 13, 2014.

This project has as purpose the creation of patterns from sketches of anatomy heart , been applied in feminine clothes (blouses). The methodology used was the proposal for the designer Bruno Munari. The work is composed by three chapters, been the first chapter introductory and the others two separated between the theoretical concept that support all the study (chapter 2) and how the creative process happening for those surfaces (chapter 3).

Key-words: surface design, fashion, anatomy.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 Esquema da metodologia proposta por Bruno Munari.	5
Figura 2 Vestido típico da década de 1950.	11
Figura 3 Década de 1960 e a minissaia.	12
Figura 4 Vestidos da Era Vitoriana.	17
Figura 5 Espartilho da Belle Époque.	18
Figura 6 Estudo anatômico por Andrea Vesalius.	19
Figura 7 Estudo anatômico por Andrea Vesalius.	20
Figura 8 Encarte anatômico	21
Figura 9 Blusas da década de 1950.	24
Figura 10 Blusas da década de 1960.	25
Figura 11 Blusas da década de 1970.	26
Figura 12 Blusas da década de 1980.	27
Figura 13 Blusas da década de 1990.	28
Figura 14 Blusas da coleção verão 2004 de Alexandre Herchchovitch e do verão 2008 de Pucci.	29
Figura 15 Blusas da coleção verão 2013 e 2014 da Forum.	30
Figura 16 Painel semântico.	32
Figura 17 Ab Imo Corde I.	34
Figura 18 Ab Imo Corde II.	34
Figura 19 Ab Imo Corde III.	35
Figura 20 Ab Imo Corde IV.	35
Figura 21 Ex Corde I.	36
Figura 22 Ex Corde II.	37

Figura 23 Blusa 1 finalizada.....	38
Figura 24 Blusa 1 detalhe das costas.....	39
Figura 25 Blusa 2 finalizada.....	40
Figura 26 Blusa 2 detalhe das costas.....	40
Figura 27 Blusa 3 finalizada.....	41
Figura 28 Blusa 3 finalizada costas.....	42
Figura 29 Estampa Ab Imo Corde III finalizada.....	43
Figura 30 Estampa Ab Imo Corde III detalhe.....	43
Figura 31 Estampa Ab Imo Corde II finalizada.....	44
Figura 32 Estampa Ab Imo Corde II detalhe.....	45
Figura 33 Estampa Ex Corde II finalizada.....	46
Figura 34 Estampa Ex Corde II detalhe.....	46

SUMÁRIO

Resumo.....	ix
Abstract.....	x
Lista de Figuras.....	xi
Capítulo 1.....	1
Introdução.....	1
1.1. Objetivos.....	2
1.1.1. Objetivo geral.....	2
1.1.2. Objetivos específicos.....	2
1.2. Justificativa.....	2
1.3. Metodologia.....	3
Capítulo 2.....	6
Revisão de Literatura Geral.....	6
2.1. Design de Superfície.....	6
2.1.1. Sintaxe do design de superfície.....	8
2.2. Moda.....	9
2.2.1. Estilo.....	12
2.3. Estamparia e processo digital.....	14
2.3.1. Processo de impressão digital.....	15
2.4. Corpo e imagem.....	16
2.4.1. Anatomia.....	18
Capítulo 3.....	23
Processo.....	23
3.1. Recolha e análise de dados.....	23
3.1.1. Criatividade.....	33
3.1.1.1. Ab Imo Corde – Do fundo do coração.....	33

3.1.1.2. Ex Corde – De coração	36
3.2. Materiais/tecnologia.....	37
3.3. Modelo.....	38
3.4. solução final.....	38
Capítulo 4	48
Considerações finais	48
Bibliografia.....	49
Referências de imagens.....	51

Capítulo 1

INTRODUÇÃO

O design de superfície vem ganhando um espaço cada vez maior em nossa sociedade é muito comum vermos projetos que tenham um tratamento especial em sua superfície ou que tenham sido concebidos por designer especializados nesta área. Aliás, uma das áreas de maior atuação dos designers é na parte têxtil, onde se pode trabalhar com a criação de tecidos em si ou das estampas. Com a criação de estampas o designer pode projetar em um estúdio particular ou para birôs de moda que trabalham com as últimas tendências e criam para as grandes grifes.

Para se criar um produto de moda o designer deve ter amplo conhecimento para analisar a necessidade das pessoas, observando as tendências latentes e o que está acontecendo no mundo para captar o espírito do tempo.

A tecnologia também vem se atualizando e ajudando quem trabalha com estampas; ao invés do designer fazer o trabalho braçal da serigrafia agora ele pode dedicar mais tempo à parte intelectual e de criação com a impressão digital, pois além de ter um impacto quase zero no meio ambiente também oferece um resultado rápido e de alta qualidade, gerando menos desperdício de tecido, algo fundamental nos dias atuais em que o mercado tem alta rotatividade.

Essa velocidade faz parte da contemporaneidade, onde a troca de informações é muito rápida e as novidades chegam a todo instante. Principalmente o corpo passou a sofrer com essas mudanças: um corpo plastificado, estetizado de mais, querendo ser jovem para sempre.

É provável que essa mesma velocidade que deforma o corpo e as relações interpessoais, também ajude no desenvolvimento das tecnologias de impressão e também de uma moda mais democrática.

1.1. OBJETIVOS

1.1.1. Objetivo geral

- Projetar estampas a partir de desenhos anatômicos do coração. Após a impressão serão confeccionadas blusas femininas.

1.1.2. Objetivos específicos

- Analisar o perfil da consumidora atual.
- Estudar as tendências da moda.
- Explorar os conceitos do design de superfície para melhor compreensão dos estudos a serem realizados.
- Gerar alternativas de estampas.

1.2. JUSTIFICATIVA

Situando no contexto histórico a indumentária aparece com a evolução do homem e a conseqüente perda dos pelos gerando a necessidade de proteção por meio das peles de outros animais.

Segundo Ilce Liger

com o passar do tempo, o homem deixou de se vestir apenas para se proteger, e o vestuário passou a exercer também uma função estética, como um modo de conceber a si mesmo e ao mundo, mas com “atitude” (LIGER, 2012, p. 17).

As roupas carregam significados, aquilo que se quer mostrar em público e o que se quer esconder, aquilo que se gostaria de ser ou o que gostaríamos que os outros pensassem (BATTISTELLI, 2008). Todas as sociedades fazem uso de roupas

e ornamentos para transmitir informações sociais e pessoais (JONES, 2011), desse modo acaba-se criando uma comunicação não-verbal, entendida como linguagem da moda.

De acordo com Grandi (2011, p.87) “a roupa é equiparada a um objeto de design e, como tal, está submetida aos mesmos parâmetros e às mesmas práticas de projeto. O binômio moda-design é reafirmado por inúmeras mostras organizadas [...]”.

A proposta de trabalhar com anatomia tem a ver com a minha família, pois, por ser filha de médico para mim sempre foi natural desde criança “ler” imagens de corpos em livros da área, ver exames e acompanhar meu pai no hospital enquanto ele visitava pacientes.

Pretendo também mostrar como nosso corpo pode ser bonito por dentro, um material cheio de inspiração, cada célula rica em texturas, fazendo assim um jogo de “interior-exterior”. Nosso corpo também tem certa relação com tecidos, com alguma licença poética, pois o conjunto das células é chamado de “tecido ósseo”, “tecido muscular”, “tecido nervoso”.

1.3. METODOLOGIA

Para desenvolver o projeto de produto de superfície o processo metodológico utilizado será o proposto pelo designer Bruno Munari (2010) que divide os processos em doze etapas, comparando com uma receita de arroz.

“Se se aprender a enfrentar pequenos problemas pode-se pensar também em resolver problemas maiores” (MUNARI, 2010, p.12). Munari defende o método cartesiano de solução de problemas onde diz que a “solução era dividir o problema em tantas partes quantas fossem necessárias para melhor o poder resolver” (Munari apud Descartes, p. 11). Dessa forma começa-se a analisar o processo metodológico de Munari:

O problema é algo solucionável? Deve surgir da necessidade de algo. De acordo com Munari, os problemas devem ser particularizados pelo designer e proposto à indústria, ou a indústria propor ao designer (2010, p.40). O problema por

si só não se resolve, é necessário conhecer os elementos para a sua solução. A definição servirá para definir os limites do projeto (Munari, 2010, p.42). Definir o tipo de solução que se quer: provisória, definitiva, comercial, que dure no tempo. O problema deve ser dividido em componentes que irão por em evidência quais os subproblemas a serem resolvidos. Remonta ao método cartesiano. O designer deve recolher todas as informações possíveis sobre produtos semelhantes. Verificar se alguém já não buscou a mesma solução e quais soluções não foram bem sucedidas. Operação seguinte a recolha de dados. Ao analisar os dados saberemos o que fazer para projetar um bom produto; “pode orientar também o projeto de outros materiais, outras tecnologias, outros custos” (Munari, 2010, p.52). A partir desse momento, com todo o material recolhido já se pode dar início ao projeto. “A criatividade ocupa o lugar da idéia” (Munari, 2010, p.54). Outra pequena recolha de dados relativos aos materiais e às tecnologias à disposição do designer. Nessa parte do processo é efetuada uma experimentação dos materiais e técnicas no projeto. Muitas vezes um material pouco usado em determinada área pode ser bem aproveitado no projeto se bem pesquisado. Resultados das amostras, conclusões e informações das experiências. “Podem destinar-se à resolução de subproblemas, que, por sua vez, em ligação com os outros, concorrerão para a solução global” (Munari, 2010, p.60). Os modelos deverão ser apresentados a um número de pessoas que provavelmente utilizará o produto e pede-se sua opinião. Com base nesses dados, o modelo pode passar por uma reformulação. Comunica todas as informações úteis para preparar um protótipo. Os desenhos devem ser claros e legíveis, por meio dos quais o executor perceberá claramente o que se pretende realizar.



Figura 1: Esquema da metodologia proposta por Bruno Munari.

Capítulo 2

REVISÃO DE LITERATURA GERAL

Para um melhor entendimento do projeto, procurou-se pesquisar uma gama de assuntos relacionados à ele, como moda, design de superfície e anatomia, tornando assim mais familiar o assunto a ser tratado.

2.1. DESIGN DE SUPERFÍCIE

É a área do design que trabalha, de acordo com Renata Rubim “a partir de conceituações visuais criativamente introduzidas em cada aspecto básico- cor, textura, imagem – a área deixa de ser superficial para ser uma inovação estética: design de superfície.” *Surface design* é o termo usado primeiramente nos EUA e na década de 1980 foi trazido para o Brasil por intermédio da designer Renata Rubim.

Os primeiros indícios de comunicação gráfica do homem, segundo Ruthschilling (2008), aconteceram no período Paleolítico (5.000.000 a 25.000 anos a.C.). As repetições de traços e figuras formavam um ritmo e uma narrativa. No período Neolítico (10.000 a 5.000 a.C.) as superfícies cerâmicas começam a ser decoradas com cores e texturas; surge a fiação e a tecelagem.

Como foi dito anteriormente, as superfícies sempre serviram para que o homem pudesse se expressar, porém somente há poucos anos foram reconhecidas como elementos do design (RUTHSCHILLING, 2008).

Por superfície entendemos algo em que o comprimento e a largura são medidas maiores que a espessura do objeto, tornando assim a superfície um elemento projetável. A mesma pode apresentar um caráter autônomo em relação ao

resto do objeto, com nos fala Ruthschilling (2008), configurando o design de superfície como uma nova especialidade. De acordo com a autora

Design de superfície é uma atividade criativa e técnica que se ocupa com a criação e desenvolvimento de qualidades estéticas, funcionais e estruturais, projetadas especificamente para constituição e/ou tratamentos de superfícies, adequadas ao contexto sociocultural e às diferentes necessidades e processos produtivos (RUTHSCHILLING, 2008, p. 23).

O designer de superfície deve saber se articular entre os diversos setores do conhecimento, a fim de projetar um produto com soluções criativas e técnicas que atenda às necessidades do mercado. Também é função do designer projetar superfícies táteis ou visuais, por meio de soluções estéticas e funcionais, levando em conta o contexto sociocultural e as possibilidades de produção (RUTHSCHILLING, 2008). O profissional pode atuar em diversas áreas, entre as mais conhecidas: papelaria, têxtil e cerâmica. De acordo com Rubim (2005, p. 50) “os tecidos que recebem o projeto na superfície – os estampados – requerem do designer conhecimentos técnicos específicos”. Atualmente existem profissionais que projetam superfícies que passam a ser o próprio objeto, gerando assim mais uma alternativa de produto.

Para que o projeto do designer obtenha sucesso é importante que ele tenha conhecimento do processo de produção do produto, “saber das ações de marketing que a empresa utiliza para divulgar seus produtos, conhecer as tecnologias empregadas no processo produtivo, saber das metas almejadas por toda a equipe” (Rubim, 2005, p.58). Ter um conhecimento de mercado também é fundamental na área. Saber as estratégias de marketing da empresa e também realizar suas próprias pesquisas, que, de acordo com Rubim, são várias.

Estar atento aos pontos de venda do produto e seus concorrentes, interessar-se por literatura especializada em marketing, atualizar-se constantemente em tendências daquele setor, acompanhar informações de comportamento do produto e seus similares em seu público consumidor (RUBIM, 2005, p.59).

2.1.1. Sintaxe do design de superfície

O design de superfície apresenta uma sintaxe visual própria, onde podemos citar os seguintes elementos:

- Figuras ou motivos: de acordo com Ruthschilling (2008, p.62) “são elementos recorrentes na composição [...].Conferem o sentido ou o tema da mensagem visual da composição [...]”.
- Elementos de preenchimento: texturas, grafismos, etc. Geralmente correspondem ao fundo da composição.
- Elementos de ritmo: segundo Ruthschilling (2008, p.62) “os elementos de ritmo atuam como impulsos responsáveis pela ação de propagação do tratamento visual que vem cobrindo a superfície.”

Também apresenta elementos mínimos constituintes: o módulo, “unidade mínima da padronagem, isto é, a menor área que inclui todos os elementos visuais que constituem o desenho” ¹ e o rapport, ou seja, a repetição desse módulo. Deve haver uma harmonia de forma, linhas e cores para se tornar uma composição esteticamente agradável.

Com a evolução da tecnologia digital, o uso de módulos e rapports está passando por uma revisão, pois não é mais necessário que haja um encaixe para que a estampa fique perfeita, uma vez que também não há separação de cores pela técnica digital, aumentando assim o potencial criativo do designer, que pode trabalhar sem limitações.

De acordo com Ruthschilling

As indústrias que absorvem o design de superfície [...] veem-se obrigadas a oferecer maior variedade e quantidade de desenhos por coleção. Observa-se também que a individualização das encomendas exige um número maior de variantes de cor. Neste cenário, os processos produtivos estão em constante avanço para atender essa demanda de aumento de flexibilidade e reprodutibilidade (Ruthschilling, 2008, p,75).

¹ Ruthschilling (2008, p.64).

Essa tecnologia vem ao encontro com o aumento na produção das indústrias, que oferecem cada vez mais produtos diferenciados atendendo a demanda mundial.

2.2. MODA

A moda resulta da expressão dos valores de um povo, em toda a sua complexidade, em determinado momento histórico. Jones conceitua moda como uma “forma especializada de ornamento do corpo” (2011, p.24). Muito provavelmente é um dos sistemas que melhor reflete a sociedade, de acordo com Proni, “convergendo economias, mídia, informática, semiótica, organização e marketing” (2011, p. 112).

Para se analisar a moda não devemos levar em conta somente os fatores estéticos, o que muitas vezes é o que acontece. Segundo Sorcinelli

A moda baseia-se em precisos parâmetros de gostos e consumos, em sofisticados procedimentos e estratégias empresariais, comerciais e de imagens, em profundo conhecimento das transformações e das tendências culturais e sociais em curso (SORCINELLI, 2011).

Há muito mais que apenas frivolidades na moda; sociólogos, antropólogos, etnógrafos, historiadores a estudam para saber sobre as relações culturais e como o homem se comportava no passado e até mesmo para projetar o futuro.

Situando historicamente, o conceito de moda pode ser visto pela primeira vez no final da Idade Média; com o fim das Cruzadas surge uma nova classe abastada, a burguesia que começa a copiar as maneiras e os gostos de luxo da nobreza (Lipovetsky, 2009). De acordo com João Braga “os nobres, não gostando muito dessa ideia, começam cada vez diferenciar suas roupas daquelas copiadas, criando assim um ciclo de criação e cópia” (2004). Sendo assim, Braga define o conceito de moda como um “diferenciador social, diferenciador de sexos [...] pelo aspecto de individualidade e com caráter de sazonalidade” (p. 40). Países como Inglaterra, França, Itália e Espanha ditavam os gostos estéticos, isso se dava pelo

fato da influência econômica, fato que ocorre até os dias de hoje, pois países como França e Itália também possuem tradição no culto da arte, da beleza, da forma e da estética (LIGER, 2012).

Sobre a moda atuar como diferenciador de classes, Battistelli (2011) nos fala da Teoria do Gotejamento de Simmel: é um paradoxo, pois as classes inferiores ao imitarem as classes dominantes, fazem com que estas busquem uma nova moda, sendo assim sempre se reinventando e criando um ciclo sem fim para manter o distanciamento entre as classes. Porém na sociedade atual as classes já não estão mais tão definidas e Volli defende um “contágio de modas, que podem nascer em qualquer ponto do sistema e propagar-se por contiguidade, dificilmente previsível e programável” (Volli apud Battistelli 2011).

Na moda também há o aspecto emocional, segundo nos fala Jones, pois ao criarmos uma peça de vestuário a pessoa que escolher usá-la estará manifestando a sua identidade, o seu self.

Todas as pessoas em todas as culturas se comunicam através das roupas, isso é o que se chama de linguagem da moda. Através da história as roupas foram adquirindo os mais diversos significados simbólicos e, de acordo com Jones, “compramos e usamos roupas em combinações que são concebidas deliberada e conscientemente para transmitir às outras pessoas impressões falsas ou verdadeiras sobre nós mesmos” (2011). Do ponto de vista psicológico, nós estamos sempre em negociação com as pessoas que fazem parte da nossa vida, mostrando, escondendo ou fingindo nossas identidades através das roupas.

As influências, observadas e analisadas pelos pesquisadores de tendências, funcionam como espécie de espelho do futuro da modernidade, sendo assim expressões do “espírito do tempo” anunciando seus ares por vir. Através do estudo e análise de fenômenos sociais provenientes das ruas e disseminados por meios de comunicação em geral, torna-se possível a prospecção de tendências sociais, as quais, posteriormente, serão traduzidas em tendências de moda para a indústria” (CAMPOS; RECH, 2010, p.189).

A moda pode surgir em qualquer lugar, há infinitas “tribos” criando e difundindo uma nova tendência; atualmente não se copia mais os modelos das

passarelas em uma costureira, o desejo e a necessidade de consumidor vem de mudanças culturais (JONES, 2011).

Liger nos fala sobre três níveis de tendência: no primeiro é quando ela é pesquisada pelos grupos que a estudam e com base nos conceitos os fabricantes oferecem a matéria-prima para o segundo nível que passa a ser o dos estilistas, que dão forma a tendência. O terceiro nível é o que está em voga sendo consumido.

O certo é que sempre uma tendência inicia em rejeição a outra (CAMPOS; RECH, 2010, p.189). Por exemplo: a década de 1950 foi caracterizada por cinturas marcadas e saias rodadas, em um resgate a feminilidade perdida durante a Segunda Guerra Mundial. “As saias ficavam justas ou ampliavam-se; ficavam mais retas e longas ou mantinham-se abaixo do joelho com volumes” (BRAGA, 2004, p.84). Em oposição, a década de 1960 foi marcada por várias conquistas, principalmente dos jovens, o que influenciou a moda, com a popularização do jeans e a difusão da minissaia através da estilista Mary Quant.



Figura 2: Vestido típico da década de 1950. Fonte: <http://www.pinterest.com/pin/262334747017752491/>



Figura 3: Década de 1960 e a minissaia. Fonte: <http://www.pinterest.com/pin/44050902577462132/>

2.2.1. Estilo

Estilo é “algo que caracteriza o modo particular de realizar uma obra ou idealizar uma tendência” (LIGER, 2012).

Assim como há vários estilos ao longo da história da arte, por exemplo, que podem ser facilmente identificados pelas suas características principais: composições triangulares e linhas marcadas no Renascimento em oposição ao Barroco que se percebe pela dramaticidade em cena e a falta de linhas delimitando as figuras. Uma obra de Caravaggio é rapidamente identificada pela forte carga dramática que o artista dava aos seus quadros: figuras emergindo do fundo escuro em cenas mitológicas ou bíblicas. Esse foi um exemplo do que Liger chama de estilização, que é a forma como o artista executa sua obra, se torna sua linguagem

universal, “porque pode ser lida e compreendida por várias pessoas e está voltada para o mundo e não somente para uma cultura, país ou região” (p.40, 2012).

Na moda há vários estilos reconhecidos no mundo todo: francês, que se caracteriza por uma silhueta pura aliada a um caimento impecável; britânico, onde Londres é o centro das novidades e onde até hoje as pessoas buscam ideias, foi assim nos anos 1960 com a minissaia, nos 70 com o punk e atualmente um estilista que se destacou bastante foi Alexander McQueen; italiano, conhecido pelo uso de lãs macias e pesadas, uso de jérsei drapeado para vestidos para noite; a Itália também é conhecida pelo uso de couro em bolsas e sapatos.

Porém estilo é mais que a roupa que se veste. A partir do século XIX, com o surgimento da publicidade, o consumo é impulsionado e adquirir objetos que revelam a personalidade do comprador é cada vez mais comum (MESQUITA, p.5, 2009). O estilo passa a ser tratado como mercadoria, vendido em pacotes, um produto subjetivo do marketing para atingir o mercado de massa. Esses pacotes contém a promessa de um “pertencimento a um mundo de valores, que garante um poder-saber circular na instabilidade contemporânea e ser reconhecido na multidão” (MESQUITA, 2009)

A escolha das roupas, acessórios, o modo como escolhemos cortar nosso cabelo e até mesmo as intervenções que fazemos no nosso corpo, como tatuagens, são vistas como estilo. Certas atitudes, de acordo com Mesquita, também revelam o estilo da pessoa: postura, gestos, comportamento, gostos musicais, hábitos literários e de lazer são características subjetivas que são analisadas por marcas para direcionar seus produtos. O mundo da moda conta com um público-alvo, oferecendo a ele todo o tipo de produto de acordo com o seu estilo. Este pode ser adquirido através de conceitos das grifes. Segundo Mesquita, “para grande parte dos consumidores de moda, a composição de estilos se dá a partir da ligação com o mundo das grifes, universos aos quais é possível se ligar e exercitar o estilo” (2009). Outra forma de se adquirir estilo é através do consumo de revistas de moda, livros, sites, blogs e, principalmente no Brasil, televisão, onde se sabe que uma grande parcela da população se baseia no que está em voga na novela do momento. Vemos muito também os chamados “guias de moda” ou “certo ou errado” em diversos canais de comunicação, oferecendo dicas para se ter um “estilo original”. Ter e vender estilo virou um negócio rentável.

2.3. ESTAMPARIA E PROCESSO DIGITAL

A estamparia pertence ao âmbito do beneficiamento dos tecidos; a sua definição, segundo Rutschilling e Laschuk “é o conjunto de métodos de transferência de cores, desenhos, texturas, grafismos ou imagens para superfícies têxteis” (2013). De acordo com Chataignier “a finalidade da verdadeira estamparia é de tornar o tecido mais atraente e chamar a atenção de um possível usuário e, claro, a de renovar a moda permanentemente e conquistar novas posições no mercado consumidor” (2010).

O primeiro registro de estamparia pode ser encontrado durante a Idade Média, que recebeu também o nome de Idade dos Tecidos, pois, de acordo com Chataignier (2010), foi nesse período que a Europa começou a desenvolver tecidos e a importá-los do Oriente. De acordo com Rutschilling e Laschuk a estamparia evoluiu muito desde sua mecanização durante a Revolução Industrial até os dias atuais com a impressão digital (p.61). A origem do termo é inglesa, vem de *printwork*. A arte de decorar um tecido com motivos que se repetem ou não, podendo criar uma narrativa é muito antiga (CHATAIGNIER, 2010).

Atualmente um processo de impressão que vem ganhando espaço é o da estamparia digital. Livre de quadros e cilindros se assemelha ao de uma impressora de papel. Segundo Rutschilling e Laschuk é considerada estamparia digital

todos os métodos em que as imagens são geradas ou digitalizadas em meio eletrônico e que a transferência da arte para o tecido não necessite da intermediação de matrizes, nem de separação de cores e que a impressão ocorra sem o contato do equipamento no tecido (Rutschilling e Laschuk 2013, p.65).

Os grandes benefícios da estamparia digital é o impacto ambiental quase zero; liberdade de criação, uma vez que não existem limites de cores e nem de tamanhos de rapport; a produção pode ser em menor escala, não gerando

desperdício de tecidos. De acordo com Rutschilling (2008) “o mercado atual tende para a customização e o crescente aumento de opções de escolha. Este fator, em se tratando de projetos para tratamentos de superfícies, chega a números surpreendentes”.

Ao produzir uma menor quantidade de tecido estampado, o designer também se adapta ao mercado, pois com a grande rotatividade de roupas que o mesmo gera e a obsolescência programada não há perda em ambos os lados. Cada vez mais o consumidor exige produtos personalizados e exclusivos e com a estamperia digital o designer pode oferecer produtos com design único que atendam ao desejo do consumidor.

2.3.1. Processo de impressão digital

Os corantes utilizados na impressão digital são os mesmos utilizados na estamperia tradicional, o que difere é a viscosidade da tinta; na digital os fluidos são à base de água, com baixa viscosidade, sendo assim cada ingrediente selecionado adquire um alto valor de qualidade de qualidade, eficiência e pureza.

Cada tecido exige um tipo específico de corante:

- Corantes ácidos: náilon, lã e seda;
- Corantes reativos: algodão, tecidos celulósicos;
- Corantes dispersos: poliéster.

Para o pré-tratamento com corantes são usados espessantes, devido à baixa viscosidade das tintas. Esse espessante deve ser compatível com a química da tinta e ser facilmente eliminado na lavagem posterior. Para manter o pH do corante correto também são usados ácidos ou álcalis. Após a estampagem, o tecido é lavado, retirando assim os corantes que não reagiram com a química. Também consistem as etapas de vaporização, lavagem e secagem.

2.4. CORPO E IMAGEM

Para entendermos melhor a relação com o corpo temos que analisar a sociedade atual. A partir da década de 1990 houve um aumento com a preocupação do culto ao corpo, as pessoas passaram a buscar um corpo perfeito com base nas informações que se disseminavam cada vez mais rápido através da publicidade com fotos de modelos magérrimas. Com a popularização da internet e seu acesso facilitado, essas informações passaram a circular cada vez mais depressa. Vivemos em uma sociedade regida pela velocidade e pelo excesso de imagens. “A partir da multiplicação dos meios de comunicação, a imagem passou a ser hipervalorizada. Essa revolução na comunicação permitiu o fortalecimento da publicidade e do consumismo, tornando-os a ideologia por excelência” (ZANDONADI; MELLO, 2012).

O excesso de imagens trouxe consigo outro problema: a busca pelo corpo perfeito. Não se aceita mais, pelos padrões estéticos contemporâneos, um corpo que não seja jovem, belo e atlético, um corpo que se movimenta com a mesma rapidez com que recebe as informações, nem que para isso tenha que abrir mão de intervenções cirúrgicas.

Uma das características da sociedade contemporânea é a velocidade, de informações, de comunicação, de relações, as trocas são muito rápidas e geralmente rasas. Isso vem afetando o modo como as pessoas se relacionam com si próprio e com a sua imagem.

As relações tornaram-se superficiais, sem profundidade, e o corpo, assim como qualquer outro objeto, transforma-se em mercadoria, exposto em diversas mídias, apresentando-se como um modelo ideal, jovem e plastificado (ZANDONADI; MELLO, 2012, p.127).

De acordo com Castilho e Martins (2005) o corpo só adquire significado quando está vestido, pois assim a roupa atua como signo.

Conforme a história muda, mudam também os gostos e as formas como isto vai influenciar o corpo humano. Segundo Zandonadi e Mello “é no próprio corpo que fazem-se as marcas e os símbolos, expressam-se os gostos e mudam-se os adereços”. Exemplo disso são as roupas usadas na Era Vitoriana (1837 até 1901);

de acordo com o historiador de moda João Braga (2004) foi nessa época que as pessoas encontraram uma maneira de se diferenciar através da moda, devido ao crescimento da burguesia, em decorrência da Revolução Industrial, que se aproximava em relação à nobreza e aristocracia. As saias eram volumosas, obtido com o uso de anquinhas de crinolina e depois metal. As cinturas eram ajustadas por espartilhos. A vida das mulheres não era nem um pouco prática.

Mas foi na Belle Époque (1890 até 1914) que as mulheres modificaram seu corpo ao extremo: o padrão vigente era ter uma cintura com 40 centímetros de circunferência e muitas se submetiam a cirurgias para serrarem as costelas flutuantes e apertarem seus espartilhos ao máximo.

Na realidade pouca coisa mudou, as pessoas continuam modificando e sacrificando seus corpos e sua saúde em nome do que está em voga, a diferença dos dias atuais é a quantidade de informações que é recebida e muitas vezes mal processada.



Figura 4: Vestidos da Era Vitoriana. Fonte: <http://modahistoria.blogspot.com.br/2008/06/era-vitoriana-1837-1860.html>



Figura 5: Espartilho da Belle Époque. Fonte: <http://historiandomoda.wordpress.com/2012/11/23/belle-epoque/>

2.4.1. Anatomia

Dentro da história da Medicina encontramos o primeiro registro de estudo anatômico na Grécia antiga com Alacameon de Croton e a dissecação de animais; em Roma Cláudio Galeno criou seu próprio método que tinha como base a anatomia e efetuou estudos fisiológicos e diversos animais. As leis romanas impediam o uso de cadáveres humanos para estudos (Melo, 1989, p.43).

Durante a Idade Média o primeiro anatomista a supervisionar publicamente a dissecação sistemática do corpo humano foi Mondino de Luzzi; escreveu o primeiro manual baseado na dissecação prática (p. 84), *Anathomia*, mas

em nada acrescentara à anatomia galênica. Com a proibição do uso de cadáveres dos cruzados pelo Papa Bonifácio VIII a dissecação declinou.

Foi somente durante o Renascimento que a anatomia ganhou mais respaldo para ser estudada, sobre isso o autor nos fala que um artista italiano, ao tentar esculpir um crucifixo para uma igreja, teve permissão de esfolar um cadáver e estudar sua estrutura muscular (p. 107).

Pintores e médicos frequentemente confraternizavam em lojas de boticários onde eram comprados os pigmentos; os artistas Lucas Cranach, Casimo Roselli e Masolino da Panicale foram aprendizes de boticários; havia médicos entre os amigos de íntimos de Giotto, Della Robia e Da Vinci; alguns cirurgiões estudavam quadros antes de abrir as veias dos pacientes (Melo, 1989, p.107).

Um brilhante anatomista da época foi o flamengo Andreas Vesalius (1514 – 1564), que publicou *De humani corporis fabrica* (1543). Nessa obra, Vesalius mostra os erros que Galeno cometeu ao ter dissecado somente macacos.

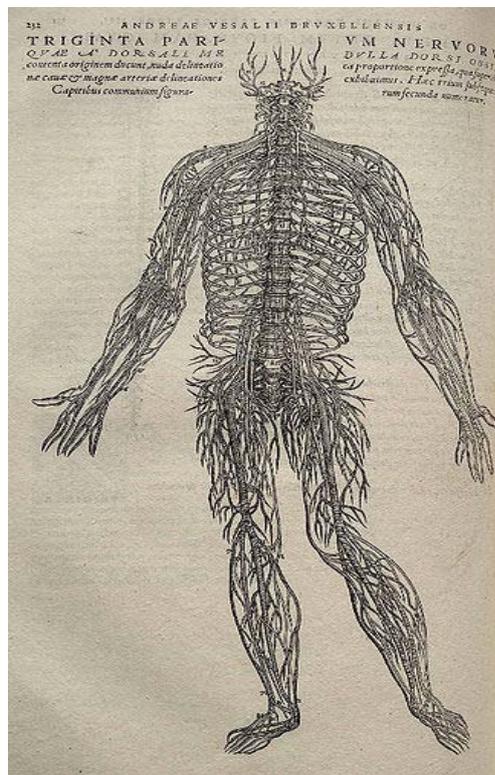


Figura 6: Estudo anatômico por Andrea Vesalius. Fonte: https://pt.m.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Vesalius_Fabrica_p332.jpg

No século XIX o médico que se destacou foi Rudolf Virchow que escreveu sua teoria celular com base no legado deixado por Marie-François Xavier Bichat, na qual descreveu o corpo como uma comunidade de células.

No século XX a Medicina fez mais progressos do que havia feito desde Hipócrates; tornou-se aliada de outras ciências, como Física, Bioquímica, Sociologia e Antropologia. As fronteiras entre Anatomia e Fisiologia, entre orgânico e inorgânico perderam seu sentido, sendo a partir de então reconstruídas.



Figura 8: Encarte anatômico, autor Ephraim Chambers (1680-1740), Cyclopaedia, 1728. Fonte: http://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Anatomical_chart,_Cyclopaedia,_1728,_volume_1,_between_pages_84_and_85.jpg

Definição de anatomia, segundo Itaú Cultural (2005): “estudo realizado por pintores e escultores, da musculatura do corpo humano em suas posições para representá-los em suas obras de arte. O recurso utilizado para ensinar anatomia aos artistas recebe o nome de *esfolado*, e consiste na utilização de desenhos, pinturas e esculturas de homens e animais, representados sem a pele, com seus músculos, articulações e veias expostos diretamente”.

Capítulo 3

PROCESSO

O estudo preliminar sobre teoria da moda, design de superfície e anatomia serviu de base para que pudesse ser realizado o projeto das estampas para blusas femininas.

Como problema principal temos a criação de estampas a partir do estudo anatômico do coração; os desenhos serão reinterpretados e serão usados em blusas voltadas para o público feminino. Será da coleção primavera/verão, porém as cores serão de tons neutros (branco/ off White) e cores que remetem ao sangue (vermelho, azul, roxo/ púrpura).

Visando qualidade o tecido que será utilizado será musseline de seda; a escolhida do tecido é fundamental, pois por ser nobre pode ser usado tanto de dia quanto à noite; como o mesmo possui uma transparência e fluidez isso conota uma sensualidade velada. As estampas serão corridas e haverá um cuidado para que elas se encaixem perfeitamente.

3.1. RECOLHA E ANÁLISE DE DADOS

Através da coleta de imagens de blusas ao longo dos anos (entre 1950 e 2013) e uma posterior análise detalhada serão definidos os modelos de blusas que serão projetados e que receberão as estampas (corridas). Será analisado também o público-alvo através de um painel semântico. Após serem reanalisadas, será levado em conta os pontos que mais se destacaram e farão parte do que Munari² chama de criatividade.

² Munari (2010, p. 54-55).



Figura 9: Blusas da década de 1950. Fonte: pinterest.com

Analisando as blusas da década podemos ver que o modelo de blusa que predominava era com um corte acinturado, babados no busto e o que mais chama a atenção é o abotoamento na parte posterior da blusa e modelos sem estampas de tecidos leves.



Figura 10: Blusas da década de 1960. Fonte: pinterest.com

As blusas de 1960 são uma boa representação da década, onde se vê estampas psicodélicas e coloridas.



Figura 11: Blusas da década de 1970. Fonte: pinterest.com

Nas blusas da década de 1970 já vemos a modelagem tipo bata e o uso do algodão como tecido, já que nessa década as pessoas voltaram-se para um cuidado com a natureza e passaram a dar mais valor a tudo que fosse natural.

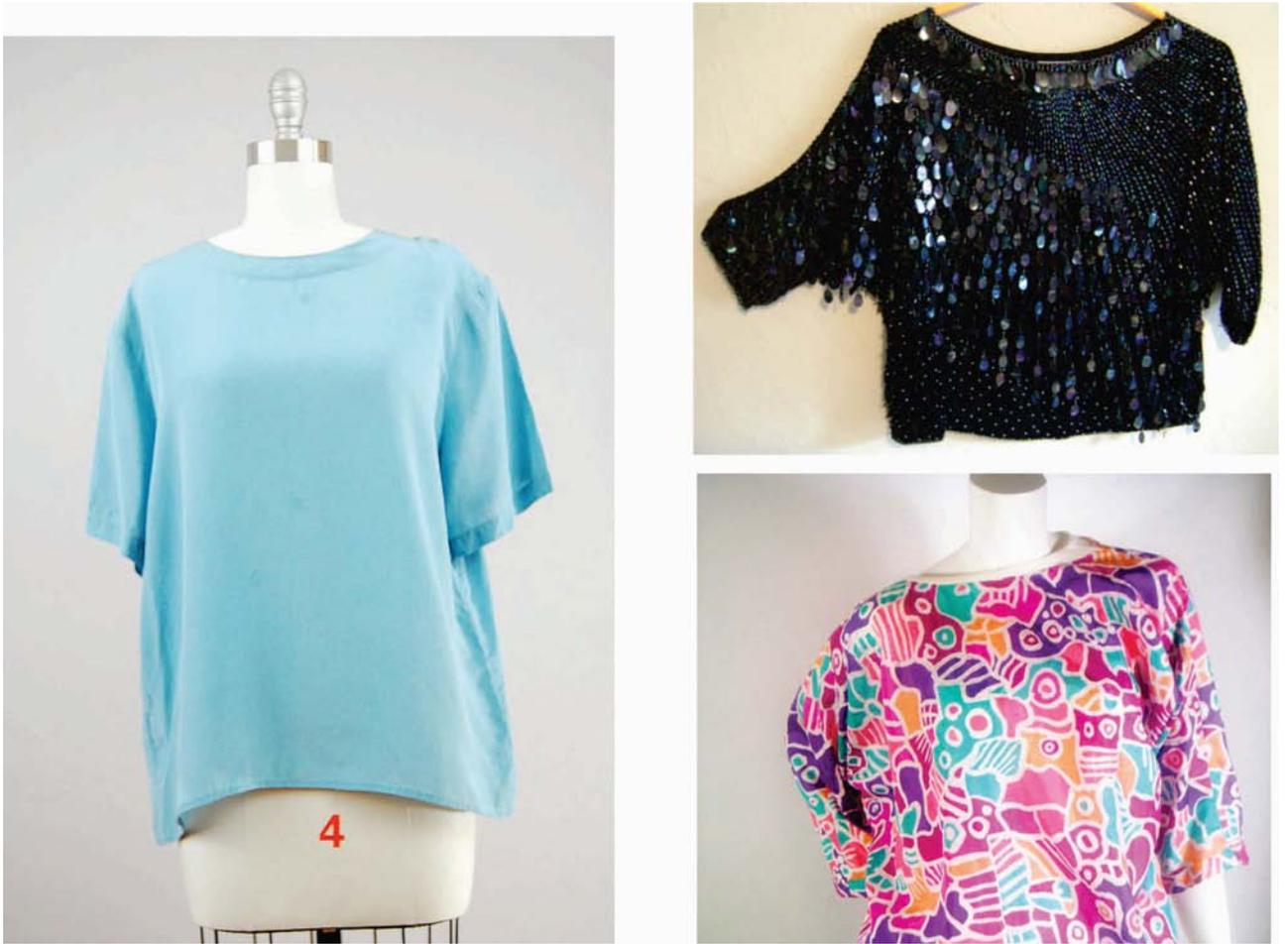


Figura 12: Blusas da década de 1980. Fonte: pinterest.com

As blusas que foram coletadas para análise da década de 1980 apresentam uma modelagem mais ampla, mangas do tipo morcego, assim como uso de brilhos e estampas exageradas típicas da época, típicos da era *disco* que teve seu início ainda nos anos 70.



Figura 13: Blusas da década de 1990. Fonte: pinterest.com

Com o minimalismo da década de 1990, em oposição ao excesso dos anos 80 vemos formas mais limpas e também o uso de tecidos lisos, o que não significa que as estampas ficaram de lado.



Figura 14 : Blusas da coleção verão 2004 de Alexandre Herchchovitch e do verão 2008 de Pucci.
Fonte: ffw.com

A partir dos anos 2000 o que se nota é uma mescla de outros anos, em que não mais vemos uma moda claramente definida como em décadas passadas.



Figura 15: Blusas da coleção verão 2013 e 2014 da Forum. Fonte: ffw.com

As imagens coletadas foram de blusas a partir da década de 1950 até o verão 2014; as características levadas em consideração para tal coleta foram: tecidos leves/maleáveis, cor, estampas usadas na época, corte em T, mangas curtas.

A análise começa a partir da década de 1950, pois foi quando as blusas em corte T passaram a se popularizar e serem usadas no dia-a-dia. Símbolo de contestação pela juventude foi marcada no cinema por atores como Marlon Brando e

James Dean. De acordo com as fotos, as blusas ainda carregam muito a feminilidade marcante da década, com cores suaves e tecidos leves.

As imagens da década de 1960 já mostram as blusas mais coloridas e estampadas, de acordo com a moda vigente, que era pautada na Pop Arte, Op Arte e mais para o final da década no movimento hippie, que se seguiu na década seguinte. Também a modelagem se ampliou.

Nos anos 1970 houve um predomínio de tecidos naturais e modelagem ampla de batas, refletindo os novos costumes adotados pela sociedade: um retorno à simplicidade e à natureza.

A década de 1980 foi marcada pela extravagância tanto de formas quanto de cores e estampas; em oposição nos anos 1990 foi retomado o minimalismo de formas e cores.

A partir dos anos 2000 nota-se não mais uma característica marcante por década, o que talvez seja a própria característica da moda atual, um retorno ao passado: vemos o uso de paetês em Alexandre Herchcovitch, que remete aos anos 1980, a estampa de Pucci em uma modelagem com mangas largas, como batas; e na última coleção da Forum uma blusa com corte minimalista, porém o que a diferencia das mesmas da década de 1990 é a estampa, que tem se tornado cada vez mais uma aliada da moda para criar produtos com alto valor agregado.



Figura 16: Painel semântico

O painel reúne as imagens que refletem como serão as linguagens das estampas (re-desenhos a partir de desenhos anatômicos antigos, posteriormente digitalizados e tratados em *softwares* como Photoshop e Coreldraw) e também o público que se quer atingir: seguras de si e com personalidade, que gostem e tenham informações sobre moda e design, que prezem por uma peça de roupa de boa qualidade que dure várias estações.

3.1.1. Criatividade

De acordo com Munari (2010) nesta etapa os materiais recolhidos e pesquisados são analisados e é dado início ao projeto, descartando as ideias iniciais e deixando espaço para o processo criativo.

Levando em consideração a metodologia do autor será mostrado a seguir como se deu o processo para a criação das estampas, divididas em Ab Imo Corde (figurativas) e Ex Corde (abstratas/geométricas) juntamente com os desenhos e *rapports*.

3.1.1.1. Ab Imo Corde – Do fundo do coração

Para criar as estampas dessa série foi realizada uma pesquisa através de livros e sites de anatomia onde as imagens que julguei mais interessantes foram coletadas para posteriormente serem reinterpretadas, porém sem perder a principal característica que é a anatomia do coração. Em Ab Imo Corde a característica principal é a representação figurada do coração com base nos estudos anatômicos realizados previamente. O que todas as estampas têm em comum é o uso de linhas que servem como elemento condutor do olhar e também para ligar elementos da composição. Essas linhas representam uma costura de um coração machucado (costurado), mas que está pronto para recomeçar.

Para os esboços foram utilizados papel vegetal e lápis, tendo como base os desenhos coletados através da internet e livros.

Após os esboços seguem as figuras que representam os *rapports*, sendo apresentadas quatro estampas.

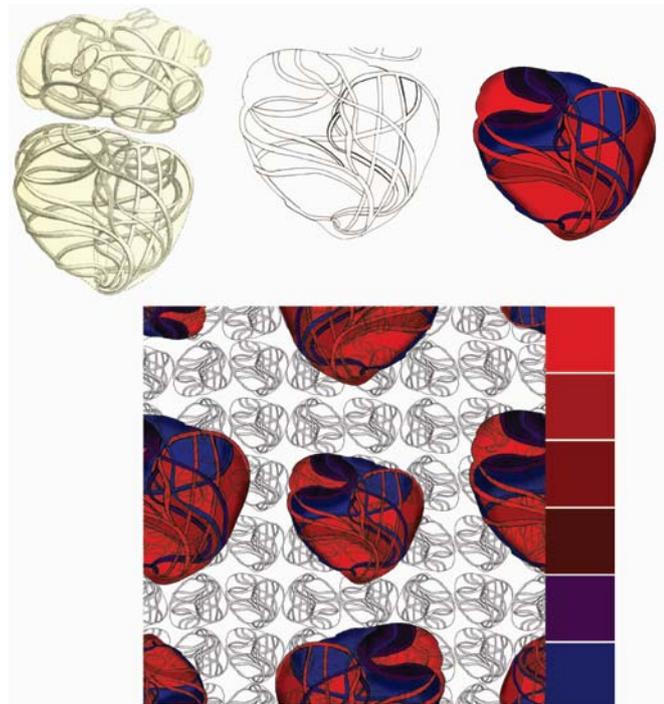


Figura 17: Ab Imo Corde I, processo de criação, *rapport* e paleta de cores.

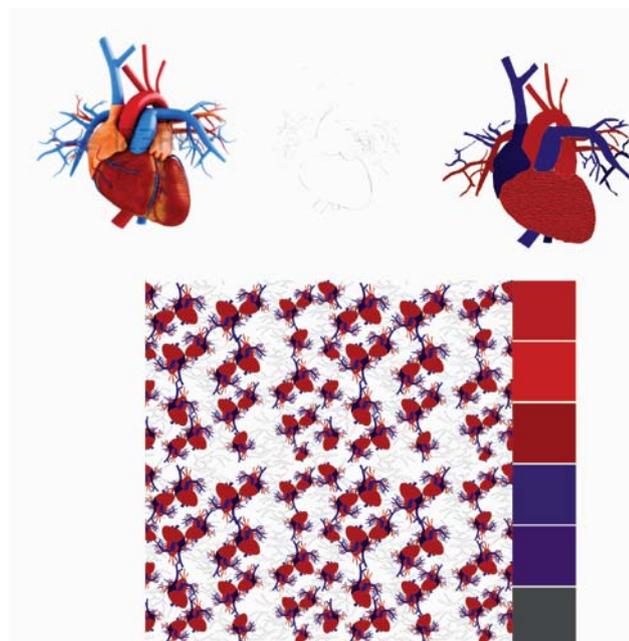


Figura 18: Ab Imo Corde II, processo de criação, *rapport* e paleta de cores.

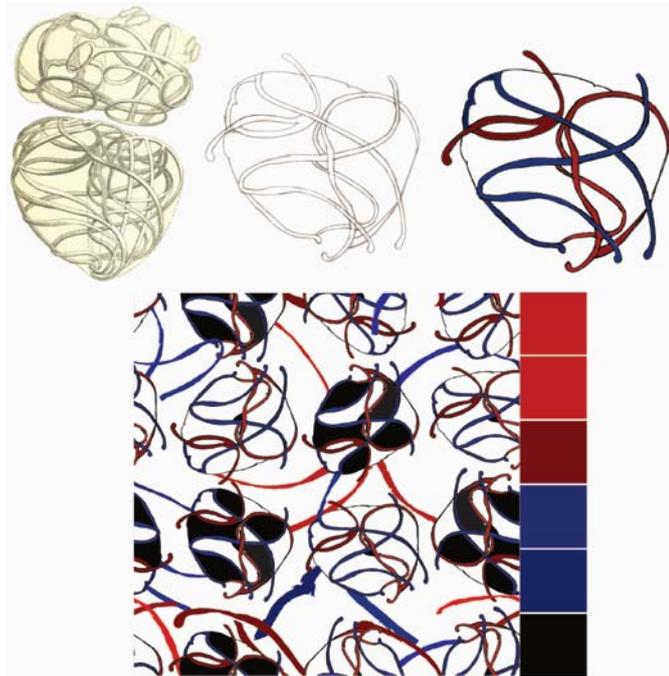


Figura 19: Ab Imo Corde III, processo de criação, *rapport* e paleta de cores.

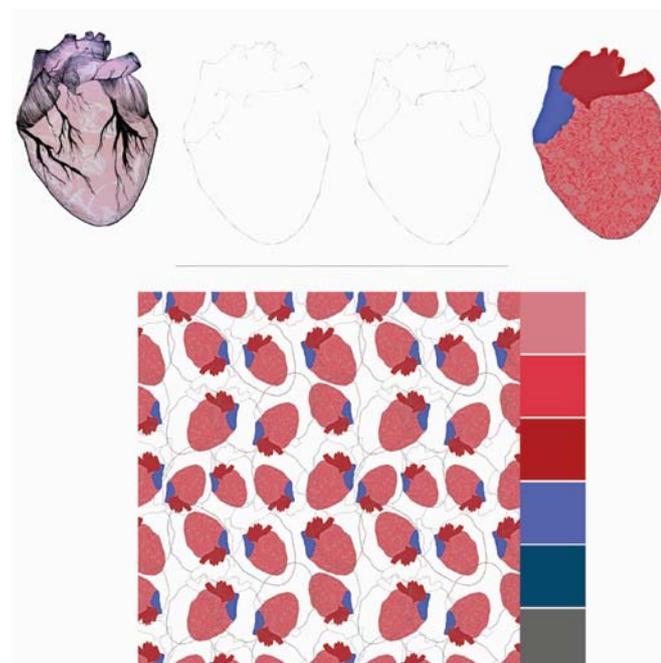


Figura 20: Ab Imo Corde IV, processo de criação, *rapport* e paleta de cores.

3.1.1.2. Ex Corde – De coração

As estampas seguem a mesma temática, porém são geometrizadas. Foram criadas para que pudessem ser usadas juntas das estampas figurativas (Ab Imo Corde), tendo assim uma estampa coordenada.

Para os esboços foram utilizados papel vegetal e lápis, tendo como base desenhos anatômicos que foram desconstruídos.

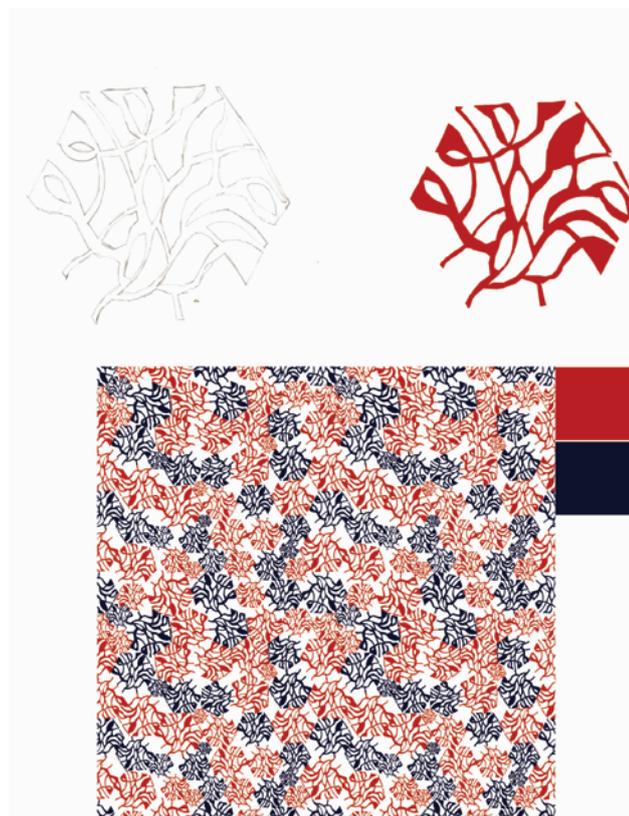


Figura 21: Ex Corde I, processo de criação, *rapport* e paleta de cores.

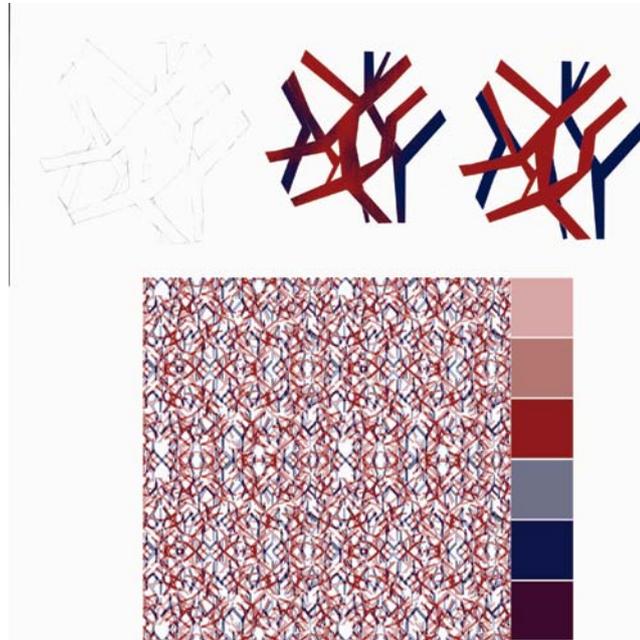


Figura 22: Ex Corde II, processo de criação, *rapport* e paleta de cores.

3.2. MATERIAIS/TECNOLOGIA

Para que o projeto obtivesse total sucesso a escolha de materiais e tecnologia corretas são fundamentais.

Após estudos prévios ficou determinado que a melhor técnica de impressão seria a digital por jato de tinta, preservando assim a qualidade do desenho e as cores e podendo ser utilizada em tecidos naturais.

O tecido escolhido foi a musseline de seda pura, pois é um tecido leve e nobre.

3.3. MODELO

Sabendo-se que as estampas seriam aplicadas em blusas, decidiu-se por consultar uma modelista a fim que confeccionasse os moldes para a execução das roupas.

Após análise ficou decidido por dois modelos:

Buscando valorizar as estampas optou-se por aplicar as estampas de Ab Imo Corde (figurativas) no modelo em T e no modelo com botões foi aplicada a estampa de Ex Corde (geométrica).

3.4. SOLUÇÃO FINAL

A seguir vemos o resultado do projeto que propôs desenvolver superfícies tendo como tema a anatomia do coração.



Figura 23: blusa 1 finalizada.



Figura 24: blusa 1 detalhe das costas.

A blusa 1 apresenta a estampa Ab Imo Corde IV com uma modelagem em T, em tecido que tem uma leve transparência que pode ser usado tanto de dia quanto à noite, mudando apenas os complementos, atendendo assim o público-alvo. O tom predominante é o off-white e o vermelho da; a estampa possui um ritmo próprio, que se dá pelas silhuetas dos corações em cinza claro ao fundo, conduzindo assim o olhar.



Figura 25: blusa 2 finalizada.



Figura 26: blusa 2 detalhe das costas.

A blusa 2 apresenta a estampa Ab Imo Corde I com modelagem em T, utilizando um tecido fluido e com transparência; na sua cartela de cores a cor predominante é o vermelho, trazendo vários tons, seguido pelo azul-marinho. O fundo composto de vários corações dá a sensação de movimento enquanto os corações em primeiro plano pontuam o ritmo da estampa.



Figura 27: blusa 3 finalizada.



Figura 28: blusa 3 finalizada costas.

A blusa 3 apresenta a estampa Ex Corde I, com uma modelagem retrô inspirada em camisas da década de 1950. A sua cartela de cores segue o padrão das outras estampas, onde há o predomínio do vermelho e azul, porém aqui optou-se por utilizar um tecido cor areia que remetesse a cor da pele, criando assim uma sensação de vasos sanguíneos. Ao criar a estampa, foi opção trabalhar com padrões menores, deixando um ritmo mais leve e rápido.



Figura 29: Estampa Ab Imo Corde III finalizada.



Figura 30: Estampa Ab Imo Corde III detalhe.

A estampa acima (figuras 29 e 30) apresenta elementos que identificam o coração proposto no projeto, as linhas que ligam um elemento ao outro servem para conduzir o olhar do expectador e de quem vestirá o tecido, acentuando a fluidez do pano. A cartela de cores, composta por vermelhos e azuis é pontuada por preto.



Figura 31: estampa Ab Imo Corde II finalizada.



Figura 32: estampa Ab Imo Corde II detalhe.

Em Ab Imo Corde II vemos um coração que mantém suas características anatômicas enquanto é acrescentada uma textura que se soma à própria textura do tecido. No fundo da estampa há linhas que representam as artérias e veias coronárias e que cumprem a função de não deixar um desenho estático. Mantendo a cartela de cores, essa também é composta por vermelhos e azuis mais vivos em um fundo *off white*.



Figura 33: estampa Ex Corde II finalizada.



Figura 34: estampa Ex Corde II detalhe.

A estampa Ex Corde II possui elementos tipicamente gráficos, mesmo assim não fugindo do tema original que é a anatomia do coração, pois nota-se que as linhas que compõem a padronagem têm como inspiração as veias e artérias do coração, com seu sangue arterial (vermelho) e venoso (azul) inspirando a paleta de cores.

Capítulo 4

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para que este trabalho pudesse ser realizado plenamente foi imprescindível cada assunto abordado anteriormente contribuindo assim para melhores processos e resultados obtidos; também salienta-se que o problema proposto na introdução foi desenvolvido no desdobramento do projeto, através de pesquisas, estudos e soluções.

Chegou-se à solução final com seis estampas, sendo três delas aplicadas em produtos (blusas), desenvolvidas a partir da proposta inicial de pesquisa que é a anatomia do coração humano. O produto final, ao ser analisado esteticamente, pode-se afirmar que alcançou o resultado pretendido no projeto.

Concluindo, afirma-se que o projeto atingiu seus objetivos pretendidos, além de agregar mais conhecimentos acerca de moda, design de superfície e processos técnicos para a autora, servindo assim de fonte de pesquisa aos profissionais e estudantes de design e moda.

BIBLIOGRAFIA

BRAGA, João. **História da Moda: Uma narrativa**. São Paulo: Ed. Anhembi Morumbi, 2004.

BRANDES, Aline; SOUZA, Patrícia de Mello. **Corpo e Moda pela perspectiva do contemporâneo**. Projética Revista Científica de Design, v.3, nº 1, Londrina, 2012.

CAMPOS, Amanda; RECH, Sandra. **Considerações sobre moda, tendências e consumo**. IARA – Revista de Moda, Cultura e Arte, v.3, nº 3, São Paulo, dez 2010.

CHATAIGNIER, Gilda. **Fio a fio – Tecidos, Moda e Linguagem**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2010.

Itaú Cultural. Anatomia. Disponível em :http://itaucultural.org.br/aplicexternas/enciclopedia_ic/index.cfm?fuseaction=termos_texto&cd_verbete=31&lst_palavras=&cd_idioma=28555&cd_item=8. Acesso em: 13 jan. 2012.

Itaú Cultural. Interação arte – ciência. Disponível em: <http://www.cibercultura.org.br/tikiwiki/tikiindex.php?page=Intera%C3%A7%C3%A3o+arte-ci%C3%Aancia>. Acesso em: 20 jan. 2012.

JONES, Sue Jenkin. **Fashion Design – Manual do Estilista**. São Paulo: Cosac Naify, 2011.

LIGER, Ilce. **Moda em 360° - Design, matéria-prima e produção para o mercado global**. São Paulo: Ed. Senac, 2012.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero – A moda e seu destino das sociedades modernas**. São Paulo: Companhia de Bolso, 2009.

MELO, José Maria de Souza. **A Medicina e sua História**. Rio de Janeiro: Editora de Publicações Científicas, 1989.

MESQUITA, Cristiane. **O império do estilo**. IARA – Revista de Moda, Cultura e Arte, v.2, São Paulo, out/dez 2009.

MUNARI, Bruno. **Das coisas nascem coisas**. Lisboa: Edições 70, 2010.

SORCINELLI, P. (Org). **Estudar a moda – Corpos, Vestuários, Estratégias**. São Paulo: Ed. Senac, 2008.

SORGER, Richard; UDALE, Jenny. **Fundamentos de Design de Moda**. São Paulo: Bookman, 2010.

SUDJIC, Deyan. **A linguagem das coisas**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2010.

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

RUTSCHILLING, Evelise Anicet; LASCHUK, Tatiana. **Processos contemporâneos de impressão sobre tecidos**. ModaPalavra e-Periódico, ano 6, nº11, jul-dez 2013.

RUTSCHILLING, Evelise Anicet. **Design de Superfície**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2013.

REFERÊNCIAS DE IMAGENS

Ab Imo Corde I. Imagem pessoal.

Ab Imo Corde II. Imagem pessoal.

Ab Imo Corde III. Imagem pessoal.

Ab Imo Corde IV. Imagem pessoal.

Blusa 1 finalizada. Imagem pessoal.

Blusa 1 detalhe das costas. Imagem pessoal.

Blusa 2 finalizada. Imagem pessoal.

Blusa 2 detalhe das costas. Imagem pessoal.

Blusa 3 finalizada. Imagem pessoal.

Blusa 3 finalizada costas. Imagem pessoal.

Blusas da década de 1950. Disponível em <<http://www.pinterest.com>>. Acesso em 12 set 2013.

Blusas da década de 1960. Disponível em <<http://www.pinterest.com>>. Acesso em 12 set 2013.

Blusas da década de 1970. Disponível em <<http://www.pinterest.com>>. Acesso em 12 set 2013.

Blusas da década de 1980. Disponível em <<http://www.pinterest.com>>. Acesso em 12 set 2013.

Blusas da década de 1990. Disponível em <<http://www.pinterest.com>>. Acesso em 12 set 2013.

Blusas da coleção verão 2004 de Alexandre Herchchovitch e do verão 2008 de Pucci. Disponível em <<http://ffw.com>>. Acesso em 13 set 2013.

Blusas da coleção verão 2013 e 2014 da Forum. Disponível em <<http://ffw.com>>. Acesso em 13 set 2013.

Década de 1960 e a minissaia. Disponível em: <<http://www.pinterest.com/pin/44050902577462132/>>. Acesso em 28 maio 2013.

Encarte anatômico. Disponível em <http://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Anatomical_chart,_Cyclopaedia,_1728,_volume_1,_between_pages_84_and_85.jpg>. Acesso em 3 jun 2013.

Espartilho da Belle Époque. Disponível em: <<http://historiandomoda.wordpress.com/2012/11/23/belle-epoque/>>. Acesso em 1 jun 2013.

Esquema da metodologia proposta por Bruno Munari. Imagem pessoal.

Estampa Ab Imo Corde III finalizada. Imagem pessoal.

Estampa Ab Imo Corde III detalhe. Imagem pessoal.

Estampa Ab Imo Corde II finalizada. Imagem pessoal.

Estampa Ab Imo Corde II detalhe. Imagem pessoal.

Estampa Ex Corde II finalizada. Imagem pessoal.

Estampa Ex Corde II detalhe. Imagem pessoal.

Estudo anatômico por Andrea Vesalius. Disponível em: <https://pt.m.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Vesalius_Fabrica_p332.jpg>. Acesso em 3 jun 2013.

Estudo anatômico por Andrea Vesalius. Disponível em <<http://special.lib.gla.ac.uk/images/exhibitions/Bodyimages/Vesalius9.jpg>>. Acesso em 3 jun 2013.

Ex Corde I. Imagem pessoal.

Ex Corde II. Imagem pessoal.

Painel semântico. Imagem pessoal.

Vestidos da Era Vitoriana. Disponível em: <<http://modahistoria.blogspot.com.br/2008/06/era-vitoriana-1837-1860.html>>. Acesso em 26 maio 2013.

Vestido típico da década de 1950. Disponível em: <<http://www.pinterest.com/pin/262334747017752491/>>. Acesso em 28 maio 2013.

