

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

**AS ORQUÍDEAS DO BRASIL COMO REFERENCIAL
PARA A CRIAÇÃO DE ESTAMPARIA LOCALIZADA
PARA A MODA FEMININA VERÃO 2007**

MONOGRAFIA DE ESPECIALIZAÇÃO

Natalia Isaia da Costa

**Santa Maria, RS, Brasil
2006**

**AS ORQUÍDEAS DO BRASIL COMO REFERENCIAL PARA
A CRIAÇÃO DE ESTAMPARIA LOCALIZADA PARA A
MODA FEMININA VERÃO 2007**

por

Natalia Isaia da Costa

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

Orientadora: Prof^a. Ms. Reinilda Minuzzi

**Santa Maria, RS, Brasil
2006**

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

A Comissão Examinadora, abaixo assinada,
aprova a Monografia de Especialização

**AS ORQUÍDEAS DO BRASIL COMO REFERENCIAL PARA A
CRIAÇÃO DE ESTAMPARIA LOCALIZADA PARA A
MODA VERÃO FEMININA 2007**

elaborada por
Natalia Isaia da Costa

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

COMISSÃO EXAMINADORA:

Prof^a. Reinilda de Fátima B. Minuzzi, Ms. (UFSM)
(Presidente/Orientadora)

Prof^a. Nara Cristina Santos, Dra. (UFSM)

Prof. Ayrton Dutra Corrêa, Dr. (UFSM)

Santa Maria, Dezembro de 2006.

RESUMO

Monografia de Especialização em Design para Estamparia
Curso de Especialização em Design para Estamparia
Universidade Federal de Santa Maria

AS ORQUÍDEAS DO BRASIL COMO REFERENCIAL PARA A CRIAÇÃO DE ESTAMPARIA LOCALIZADA PARA A MODA FEMININA VERÃO 2007

Autora: Natalia Isaia da Costa
Orientadora: Reinilda de Fátima B. Minuzzi
Data e local da defesa: Santa Maria, Dezembro de 2006.

A presente pesquisa tem por objetivo a criação de estampas localizadas para a moda feminina Verão 2007, com referência nas orquídeas do Brasil, flores que integram uma das principais tendências da próxima estação, o Tropicalismo. Para embasar teoricamente o estudo, foram reconhecidos e relacionados conceitos de design de superfície e estamparia têxtil, aspectos sobre a flora e especificamente sobre as orquídeas encontradas no país, bem como conceitos sobre moda, coleção de moda e tendências. Todo o levantamento de dados realizado mostrou que a estampa localizada está sendo pouco utilizada pelas indústrias, não se encontrando desenho de estampas localizadas com orquídeas brasileiras. Dessa forma, a proposta do estudo, é a criação de estampas localizadas, originais, diferentes das estampas que o mercado tem apresentado, buscando-se na geração de alternativas, através de desenhos de interpretação/criação e estudos de composição, redescobrir novos formatos e propor projetos de estamparia aplicáveis à peças de vestuário feminino. A técnica de estamparia em *transfer* (termotransferência) foi escolhida para transpor os desenhos desenvolvidos e selecionados para as peças finais. As peças de vestuário foram confeccionadas em tecido viscolycra, o qual atende as necessidades do projeto como variedade de cores, leveza, resistência ao calor. As estampas finais foram posicionadas da melhor forma em cada peça de vestuário feminino, criando-se um conjunto final de estampas, que evidencia as características cromáticas da referência floral e das tendências de moda da estação, explorando a variedade visual e o potencial das formas e cores presentes na natureza do Brasil voltada à pesquisa em estamparia têxtil.

Palavras-chave: estamparia localizada, vestuário feminino, orquídeas do Brasil, moda Verão 2007.

ABSTRACT

Pattern Design Specialization Monograph
Pattern Design Specialization Course
Federal University of Santa Maria

ORCHIDS AS REFERENCE TO THE SPECIFIC PATTERN CREATION FOR THE 2007 SUMMER FEMININE FASHION

Author: Natalia Isaia da Costa
Adviser: Reinilda de Fátima B. Minuzzi
Date and Local : Santa Maria, December 2006

The present research aimed the specific pattern creation for the 2007 summer feminine fashion, based on Brazil's orchids, flowers that are one of the principal tendencies for the next season, the Tropicalismo. In order to give the study a theoretical basis, some surface design and textile pattern concepts, aspects about flora and specifically about orchids found in the country, as well as concepts about fashion, fashion collection and tendencies were recognized and related. All the data survey done showed that the specific pattern is being little used by industries and we did not find specific pattern design with Brazilian Orchids. Thus, the study proposal is the creation of specific pattern, original, different from the ones the market has presented, trying by means of producing alternatives, through interpretation drawings/creation and composition studies, rediscover new designs and propose pattern projects suitable to feminine articles of clothing. The *transfer* technique (termotransference) was chosen to transpose the developed and selected drawings to the final articles. The articles of clothing were made in viscolycra fabric, which fits the project needs such as color variety, lightness, and heat resistance. The final patterns were positioned the best way in each feminine article of clothing, creating a final set of pattern which highlights the chromatic characteristics of floral reference and the season fashion tendencies, exploiting the visual variety and the potential of shapes and colors present in Brazil's nature focused in textile pattern.

Key-words: specific pattern; feminine clothing; Brazil's orchids; 2007 summer fashion.

LISTA DE FIGURAS

Figura 01: Gibson Girl - Fonte: BAUDOT, 2002.....	35
Figura 02: Mulheres passeando na Avenida das Acácias em Paris, 1911 - Fonte: BAUDOT, 2002.....	36
Figura 03: Gabrielle Chanel, 1929 - Fonte: BAUDOT, 2002.....	37
Figura 04: Elsa Schiaparelli, 1938 - Fonte: BAUDOT, 2002.....	38
Figura 05: <i>New Look</i> de Dior, 1947 - Fonte: BAUDOT, 2002.....	39
Figura 06: Vestido Dior, 1949 - Fonte: BAUDOT, 2002.....	41
Figura 07: Coleção Mondrian, Yves Saint Laurent, 1965 - Fonte: BAUDOT, 2002.....	42
Figura 08: Hippies, 1968 - Fonte: BAUDOT, 2002.....	43
Figura 09: Estilo Esportivo, 1986 - Fonte: BAUDOT, 2002.....	45
Figura 10: Moda atual, Alexander McQueen, 1999 - Fonte: BAUDOT, 2002.....	46
Figura 11: Vestido da marca Tessuti - Fonte: www.uol.com.br/moda/verao05	55
Figura 12: Saída de praia e biquíni Reinaldo Lourenço - Fonte: www.uol.com.br/moda/verao05	56
Figura 13: Camisa da marca Drosófila - Fonte: www.uol.com.br/moda/verao05	56
Figura 14: Camiseta Vide Bula - Fonte: www.uol.com.br/moda/verao05	56
Figura 15: Biquíni e saída de praia Água Doce - Fonte: www.terra.com.br/moda/spfwverao2006	57
Figura 16: Biquíni da marca Sais - Fonte: www.terra.com.br/moda/spfwverao2006	57
Figura 17: Vestido social Walter Rodrigues - Fonte: www.terra.com.br/moda/spfwverao2006	58
Figura 18: Saída de praia Cia Marítima - Fonte: www.ciamaritima.com.br	59
Figura 19: Biquíni Cia Marítima - Fonte: www.ciamaritima.com.br	59
Figura 20: Maiô Cia Marítima - Fonte: www.ciamaritima.com.br	60
Figura 21: Saída de praia Cia Marítima - Fonte: www.ciamaritima.com.br	60
Figura 22: Calça Cia. Marítima - Fonte: www.ciamaritima.com.br	60
Figura 23: Maiô Cia Marítima - Fonte: www.ciamaritima.com.br	61
Figura 24: Foto Orquídea 01 (estampa 01) - Fonte: MARX, 1980.....	64
Figura 25: Foto Orquídea 02 (estampa 02) - Fonte: MCQUEEN, 1993.....	64
Figura 26: Foto Orquídea 03 (estampa 03) - Fonte: MCQUEEN, 1993.....	65

Figura 27: Foto Orquídea 04 (estampa 04) - Fonte: MARX, 1980.....	65
Figura 28: Foto Orquídea 05 (estampa 05) - Fonte: MARX, 1980.....	65
Figura 29: Foto Orquídea 06 (estampa 06) - Fonte: MARX, 1980.....	66
Figura 30: Foto Orquídea 07 (estampa 07) - Fonte: MCQUEEN, 1993.....	66
Figura 31: Estampa Toile de Jouy - Fonte: www.allthethingsyoulove.com/collection	69

LISTA DE QUADROS

Quadro 01 - As espécies de Cattleya encontradas no Brasil.....	23
Quadro02 -Requisitos de uma coleção de moda.....	32
Quadro 03 – Cartela de Cores.....	68
Quadro 04 - Esboços Preliminares elaborados manualmente.....	75
Quadro 05 – Estudo feitos com aquarela.....	76

SUMÁRIO

RESUMO.....	4
ABSTRACT.....	5
LISTA DE FIGURAS.....	9
LISTA DE QUADROS.....	11
INTRODUÇÃO.....	12
1. A FLORA BRASILEIRA.....	14
1.1.Conservação e Manejo Sustentável da Flora Nativa do Brasil...	16
1.2. As Orquídeas.....	17
1.2.1. Família e Distribuição.....	18
1.2.2. Etmologia.....	18
1.2.3. Habitat.....	18
1.2.4. Formas e Tamanhos.....	19
1.2.5. Tipos de Crescimento.....	19
1.2.6. Flor.....	19
1.2.7. Polinização.....	20
1.2.8. Fruto e Semente.....	20
1.2.9. A Espécie Cattleya.....	20
2. O DESIGN E SUAS LINHAS DE PESQUISA.....	28
2.1. Design de Superfície e Estamparia.....	28
2.2. A Estamparia e a Moda.....	30
2.2.1. Moda.....	31
2.2.2. Tendência de Moda e Tema de coleção.....	33
2.2.3. A História da Moda – 1900-2000.....	34
2.2.4. A Moda no Brasil.....	47
2.2.5. A Moda como negócio no Brasil.....	48
2.3. O Tropicalismo.....	53
2.3.1. O Tropicalismo no Verão 2005/2006.....	55
2.4. Verão 2007.....	58

3. METODOLOGIA DE PESQUISA E DE PROJETO.....	62
31. Natureza da pesquisa.....	62
3.2 Procedimentos utilizados	62
3.2.1. Levantamento de Dados - Pesquisa Bibliográfica.....	63
3.2.2. Pesquisa de campo.....	63
3.2.3. Pesquisa laboratorial.....	63
3.3. O projeto de design de estamparia.....	64
3.3.1 Estudo sobre as Orquídeas do Brasil.....	64
3.3.2 Problematização.....	66
3.3.3 Análise Sincrônica.....	66
3.3.3.1. Tendências e Modelagens.....	67
3.3.3.2. Público Alvo.....	67
3.3.3.3. Cartela de Cores.....	67
3.3.3.4. Avaliação.....	68
3.3.4. Análise Diacrônica.....	68
3.3.4.1. Uma breve história das estampas.....	68
3.3.4.2. História dos Tecidos.....	70
3.3.5. Definição do Problema.....	71
3.3.5.1. O Transfer.....	72
3.3.5.2. A ViscoLycra.....	73
3.4. Definição da Proposta.....	73
4. PROCESSO CRIATIVO.....	75
4.1. A geração de alternativas.....	75
4.2. Corel DRAW e Corel Photo-Paint.....	77
4.3. Estampas Finais.....	78
4.3.1. Estampa 01 – <i>Cattleya Granulosa</i>	78
4.3.2. Estampa 02 – <i>Cattleya Labiata</i>	79
4.3.3. Estampa 03 – <i>Cattleya Walkeriana</i>	79
4.3.4. Estampa 04 – <i>Cattleya Bicolor</i>	80
4.3.5. Estampa 05 - <i>Cattleya Nobilior</i>	80
4.3.6. Estampa 06 – <i>Cattleya Dolosa</i>	81

4.3.7. Estampa 07 – <i>Cattleya Warneri</i>	82
4.4. Bandeiras	82
4.4.1. Bandeiras referentes à Estampa 04.....	82
4.4.2. Bandeiras de Cores referentes à Estampa 05.....	84
4.5. Peças Finais	86
CONSIDERAÇÕES FINAIS	91
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	92

INTRODUÇÃO

Primeiramente, para a escolha do tema da coleção a ser desenvolvida mantive minha linha de pesquisa voltada sempre para um tema brasileiro, de modo a ressaltar alguma característica, alguma cultura, alguma povoação do país. Como exemplo, a monografia de conclusão de minha graduação em Design de Produto (UNIFRA), na qual a temática foi a pintura corporal dos povos indígenas do Brasil. Neste sentido, ao desenvolver o presente trabalho, optei pela flora brasileira com sua grande diversidade de espécies de flores e plantas como referencial para a criação de estampas localizadas para vestuário feminino, focalizando o tema nas orquídeas brasileiras que são minhas flores prediletas.

Por outro lado, o Tropicalismo Brasileiro será novamente uma das tendências do vestuário para o próximo verão e a fauna e a flora inserem-se neste tema. A flora compõe-se de flores e plantas e ambas apresentam uma grande variedade de espécies, dentre as quais, destacam-se as orquídeas. E foi por elas que se optou para o desenvolvimento das estampas localizadas.

Nos últimos anos o Brasil vem conquistando seu espaço no mundo da moda, tem ganhado fama internacional com estilistas como Carlos Miele, da M.Officer e Amir Slama, da Rosa Chá, portanto, o Brasil está em moda. A utilização da flora brasileira para a criação de design de estamparia têxtil valoriza nossa cultura, ressalta as belezas naturais do país, buscando apresentar produtos contemporâneos com design criativo, consciente e diferenciado.

O Verão 2005/2006 apresentou o Tropicalismo em suas estampas, porém, numa transposição puramente figurativa. Transformar a riqueza de elementos da flora do Brasil, como as orquídeas, em estampas localizadas e que não apresentem os elementos tal qual são, desenhos realísticos, diferente das estampas que já foram apresentadas ao mercado consumidor, sem deixar de representar a beleza das nossas flores, torna-se um desafio.

Com estas motivações, o presente estudo tem como objetivo geral desenvolver estampas têxteis localizadas para uma coleção baseada na tendência Verão 2007, tendo como referência as orquídeas da flora brasileira, as quais estão incluídas em uma das tendências para o próximo verão - o Tropicalismo do Brasil,

entendendo que o termo tropicalismo, nesse projeto, refere-se à natureza, à flora e fauna brasileiras neste projeto. Através da grande diversidade de flores e plantas que o assunto abarca, busca-se a criação, desenvolvimento e produção de estampas, a partir da temática, de forma que seja diferente das existentes, inserindo, assim, um produto diferenciado no mercado atual. Através de estudo das imagens selecionadas, realizando desenhos, fotocópias e tratamento de imagens no computador pelas ferramentas dos softwares Corel Draw e Corel Photo-Paint até chegar ao resultado desejado.

Como objetivos específicos busca-se: (i) identificar conceitos na área de design de superfície e estamparia têxtil, bem como das orquídeas da flora brasileira e seu contexto com a moda, através de pesquisa bibliográfica; (ii) identificar conceitos de moda, coleção de moda, tendências, tema de coleção; (iii) projetar estampas têxteis localizadas, buscando um produto diferenciado, por meio de desenhos de interpretação das orquídeas; (iv) verificar possibilidades de localização das estampas nas peças da coleção e desenvolver pesquisa cromática, visando o produto final (vestuário feminino).

A metodologia deste trabalho tem embasamento nos autores Mike Baxter e Gui Bonsiepe, onde foi realizada uma pesquisa em livros, revistas, catálogos, programas de televisão e na internet para relacionar os conceitos desejados, verificar o mercado atual, verificar as tendências, reunir todos os dados necessários para a iniciar a geração de alternativas a partir das imagens das orquídeas selecionadas, chegando até as estampas finais e sua transposição para as peças do vestuário feminino.

O presente projeto encontra-se dividido em capítulos e sub-capítulos seguindo uma ordem crescente dos algarismos, conforme mostra o sumário. O primeiro capítulo trata sobre a flora brasileira e sobre as espécies de orquídeas; o seguinte, Capítulo 2, aborda o design e suas linhas de pesquisa como o design de superfície e de estamparia, assim como suas relações com a moda, além apresentar a história da moda e falar sobre as tendências atuais. No Capítulo 3 são apresentadas a metodologia de pesquisa e de projeto em distintas etapas. O quarto capítulo mostra todo o desenvolvimento do processo criativo até as peças finais. Após, finalizando o texto, as referências bibliográficas, anexos, etc.

1 FLORA BRASILEIRA

"Flora" é o conjunto de espécies vegetais que compõe a cobertura vegetal de uma determinada área. A flora é um recurso de enorme valor, já que cada planta tem uma importância fundamental no conjunto de organismos vivos (biodiversidade) nos diferentes ecossistemas (MARX, 1980).

A flora brasileira é reconhecida como uma das mais importantes. No Brasil, há milhares e milhares de espécies vegetais nativas ainda não estudadas. Muitas delas encontram-se em fase de extinção; outras, já foram extintas antes de serem conhecidas cientificamente.

As espécies vegetais são muito importantes na vida do homem, pois são inúmeras suas aplicações. Podem ser utilizadas na alimentação, na medicina, no vestuário, na construção civil; na fabricação de móveis, chapéus, tecidos e papel; na produção de perfumes, inseticidas, etc. A enorme variedade de utilização das plantas comprova a sua importância na vida do homem.

Respeitar a flora pode significar equilibrar todas as atividades desencadeadas pelo avanço tecnológico, reduzindo a poluição, o desequilíbrio ecológico, o problema energético, a falta de alimentos no mundo e até mesmo a crise econômica.

Segundo o IBAMA (2004) dos 850 milhões de hectares do território nacional, aproximadamente 550 milhões de hectares são cobertos por florestas nativas, dos quais 2/3 são formados pela Floresta Amazônica. O restante do território é coberto pelo Cerrado, Caatinga, Mata Atlântica e seus ecossistemas associados.

O Brasil é dividido em cinco regiões. A maior delas, a Região Norte, corresponde à Amazônia Tradicional, definida com base em critérios fisiográficos. Já a Amazônia Legal, definida com base em critérios políticos e de planejamento, abrange uma área de 500 milhões de hectares, o que corresponde a cerca de 60% do território nacional. Em 2000, um levantamento da FAO (*Food and Agriculture Organization of the United Nations*) atribuía ao Brasil 544 milhões de hectares de florestas nativas e 5 milhões de florestas plantadas, as quais somadas davam ao país 64,5% de cobertura florestal. Segundo o IBAMA (2004), o restante do território brasileiro encontra-se convertido em outros usos (agricultura, pecuária, área urbana e infra-estrutura).

A superfície florestal brasileira corresponde a 14,5% do total da superfície florestal mundial. Enquanto a média mundial é de 0,6 hectares de superfície florestal por pessoa, no Brasil este número chega a 3,2 hectares/pessoa. Porém esta distribuição não é homogênea no país.

A maior concentração, naturalmente, fica na Região Norte: 31,7 hectares de floresta/habitante. Em seguida, vem a Região Centro-Oeste: 9 hectares/habitante. Após, a Região Nordeste com 1,3 hectares de floresta por habitante; a Região Sul com 0,35 hectares por habitante e, finalmente, a Região Sudeste, com 0,30 hectares por habitante.

Historicamente, as florestas foram um obstáculo ao estabelecimento e ao desenvolvimento das populações humanas. Porém, a existência humana depende da manutenção das florestas, o que acaba gerando um grande conflito de natureza filosófica. Quanto maior a concentração de florestas, maior o conflito. A Amazônia é, por excelência, a região onde essa dependência e este conflito manifestam-se de forma mais explícita.

Por outro lado, toda a superfície florestal brasileira em algum momento sofreu agressão direta em função do desenvolvimento humano. Nossa flora começou a ser afetada ainda no Século XVI, com o desmatamento iniciado na costa brasileira. Com o Ciclo da Mineração, iniciado no final do Século XVII, este processo deslocou-se cada vez mais para o interior do país, intensificando-se com o desenvolvimento da pecuária.

Primeiro a Região Sudeste, em seguida, a Região Sul, sofreram intenso processo de desmatamento, afetando, sobretudo as áreas remanescentes de Floresta Tropical. No Nordeste, a necessidade de construção de usinas hidrelétricas prejudicou bastante a cobertura vegetal. Felizmente a vegetação característica da Região, a Caatinga, possui forte capacidade de regeneração.

A intensidade do desflorestamento naturalmente atingiu as espécies de nossa flora, muitas das quais foram extintas ou entraram em processo de extinção.

1.1 Conservação e Manejo Sustentável da Flora Nativa do Brasil

Está sendo implantando pelo IBAMA o Programa Flora que tem como objetivo promover a conservação de espécies nativas e garantir o seu uso racional. Assim dentro deste programa o IBAMA tem iniciados alguns trabalhos com as seguintes espécies ou grupos:

- Xaxim ou Samambaiçu-imperial (*Dicksonia sellowianna*) - destaca-se pelo seu valor comercial relacionado à sua utilização pela indústria para a fabricação de vasos, placas e palitos suportes para o cultivo de plantas ornamentais. O extrativismo irracional e o desconhecimento sobre a sua biologia têm dificultado a elaboração de um plano de manejo sustentável.
- Plantas de potencial econômico do Cerrado - inclui principalmente as flores do Cerrado que são alvo de extrativismo irracional e comercialização.
- Plantas Ornamentais - inclui as espécies pertencentes principalmente às famílias que são alvo de comercialização, tais como: *Orquidaceae*, *Bromeliaceae* e *Cactaceae*.
- Plantas Medicinais - criação de um Grupo de Trabalho constituído por funcionários do IBAMA, sendo convidados pesquisadores da área, com a finalidade de estabelecer instrumentos mais eficientes no controle da exploração, transporte, comercialização e exportação de plantas nativas medicinais ou suas partes, que possibilitem o acompanhamento desde a origem até o destino final.

De acordo com a Portaria N^o. 122-P de 19/03/1985, a coleta, transporte, comercialização e industrialização de plantas ornamentais, medicinais, aromáticas e tóxicas, oriundas de floresta nativa, dependem de autorização do IBAMA. As espécies mais comuns comercializadas são aquelas pertencentes principalmente às famílias *Orquidaceae*, *Bromeliaceae*, *Cactaceae*, *Euforbiaceae*, *Dicksoniaceae* e *Araceae*.

A Portaria N^o. 37-N, de 03 de abril de 1992, relaciona a lista oficial de espécies da flora brasileira ameaçada de extinção. O IBAMA, através da Divisão de Flora, tem a competência de preparar e atualizar a lista de espécies da flora brasileira ameaçada de extinção, propor e executar medidas e programas especiais necessários à sua conservação. Atualmente, 107 espécies de plantas são reconhecidas oficialmente com "Flora ameaçadas de extinção". O IBAMA pretende

atualizar a lista oficial através de consulta a especialistas e sociedades científicas e através da utilização das informações disponíveis nas listas elaboradas pelos estados (IBAMA, 2004).

Serão trabalhadas as espécies ornamentais. Portanto, a flora do Brasil será representada nas estampas localizadas, evidenciando a beleza e a importância da preservação das espécies.

1.2 As Orquídeas

A família das orquídeas é a maior família das angiospermas. São mais de 35mil espécies já descritas, além das formas híbridas produzidas por cruzamento de forma espontânea e cultivada. Existem orquídeas das mais variadas dimensões, desde pequenas plantas com flores do tamanho da cabeça de um alfinete até plantas que chegam a três metros de altura.

As flores típicas da orquídea apresentam a mesma estrutura, sendo formadas por três sépalas (verticilo externo), três pétalas (verticilo interno). Uma dessas pétalas, chamada de labelo, é na maioria das vezes maior e mais vistoso. A partir do centro da flor surge o ginostêmio, um órgão carnudo e claviforme que contém o órgão masculino (estames) e o feminino (carpelos). A orquídea é uma flor hermafrodita. No extremo do ginostêmio encontra-se a antera, que contém os grãos de pólen, agrupados em oito massas, chamadas políneas. Logo abaixo existe uma pequena depressão da superfície vistosa nas quais as políneas são depositadas durante a polinização, o estigma. Logo abaixo está o ovário, que após a fecundação se desenvolve e forma uma cápsula onde ficam guardadas cerca de um milhão de sementes. (MCQUEEN, 1993).

As orquídeas são plantas monocotiledôneas, caracterizadas pela presença de um único cotilédone, nervação paralelinérvia e flores do tipo 3 (partes florais em número múltiplo de 3). Florescem apenas 1 vez por ano, e sua floração dura de 3 dias a 1 mês, variando de acordo com cada espécie.

A flora brasileira de orquídeas está entre as maiores do mundo, com cerca de 2.300 espécies. Muitas delas, principalmente *Cattleya* e *Laelia*, têm sido usadas, desde o século passado, para produzir híbridos mundialmente apreciados. Algumas

dessas espécies já foram exaustivamente coletadas e, hoje em dia, dificilmente são encontradas na natureza. A destruição dos ambientes é, atualmente, a maior ameaça a várias espécies e algumas já são consideradas em extinção. (MCQUEEN, 1993).

1.2.1 Família e Distribuição

A família das orquídeas possui mais de vinte mil espécies distribuídas em quase todas as partes do planeta, porém a maioria das espécies é encontrada nas áreas tropicais. O Brasil é um dos países mais ricos em orquídeas, comparável somente à Colômbia e ao Equador. Estudos recentes registram cerca de duas mil e trezentas espécies para o território brasileiro. A espécie *Cattleya* é a que se acha mais presente em nosso país. (FERREIRA, 1993).

1.2.2 Etimologia

De acordo com as regras de nomenclatura botânica, o nome da família deve ser escrito em latim: *Ochidaceae* (derivado do grego *Orchis*). O Termo *Orchis*, que significa testículos, foi usado pela primeira vez por Theophrastus (c. 372 - 287 a.C.), filósofo grego, discípulo de Aristóteles. Theophrastus comparou as raízes tuberosas de algumas orquídeas mediterrâneas com os testículos humanos. Por este motivo, desde a Idade Média, propriedades afrodisíacas são atribuídas às orquídeas.

1.2.3 Habitat

As orquídeas vegetam em diversos ecossistemas, sendo encontradas em florestas, campos, cerrados, dunas, restingas, tundras e até mesmo em margens de desertos.

São erroneamente chamadas de parasitas. Na realidade, as que vivem sobre troncos, galhos e gravetos são epífitas, terminologia derivada do grego *epi* (sobre) e *phyton* (planta), para denominar plantas que vivem sobre outras plantas, sem causar danos ao hospedeiro. Uma orquídea epífita utiliza o galho da árvore apenas como

suporte, absorvendo nutrientes que são lavados pela água da chuva e depositados em suas raízes.

Uma significativa parcela das espécies vive em ambientes bem diferentes dos galhos e gravetos das árvores. Muitas vegetam sobre ou entre as rochas (rupícolas e saxícolas), geralmente em pleno sol. Outras são terrestres, encontradas nos solos das matas, campos e até mesmo na areia pura das dunas e restingas.

Existem casos raros de orquídeas subterrâneas (saprófitas), plantas aclorofiladas que se alimentam de matéria orgânica em decomposição. (www.jbrj.gov.br/saibamais/orquideas)

1.2.4 Formas e Tamanhos

As orquídeas são consideradas a família mais evoluída do reino vegetal. Isto se deve a modificações em suas extraordinárias flores, que, muitas vezes, apresentam formas sinistras e bizarras.

O tamanho das plantas e suas flores é também muito variável, algumas tão pequenas que, por isso, são conhecidas por micro-orquídeas, enquanto outras, como a trepadeira baunilha (*Vanilla*), podem atingir vários metros de comprimento. Existem flores pouco maiores do que a cabeça de um alfinete, e outras cujo diâmetro alcança cerca de quinze centímetros.

1.2.5 Tipos de Crescimento

McQueen (1993) diz que as orquídeas apresentam dois tipos de crescimento: simpodial, com brotação lateral, e monopodial, com crescimento terminal em único eixo. Em muitas orquídeas simpodiais, o caule pode ser constituído por uma porção rasteira, o rizoma, e uma porção vertical engrossada, o pseudobulbo. Nas monopodiais, o caule é alongado, não existe rizoma ou pseudobulbos.

1.2.6 Flor

A flor das orquídeas é constituída de três sépalas (mais externas) e três *pétalas* (mais internas). Ferreira (1993) afirma que na maioria das espécies, uma das pétalas é distinta das demais e recebe um nome especial, o labelo, que geralmente

apresenta cores vistosas e serve como atrativo e campo de pouso aos polinizadores. No centro da flor encontramos um órgão especializado, a coluna, resultado da fusão dos estames (órgãos de reprodução masculinos) com o pistilo (órgão de reprodução feminino). No ápice da coluna, os grãos de pólen apresentam-se unidos em pequenas massas, ou polínias, protegidas pela antera. Logo abaixo, uma pequena cavidade representa a porção receptiva feminina, o estigma.

1.2.7 Polinização

Para que suas flores sejam fertilizadas, as orquídeas necessitam de um agente polinizador, geralmente um inseto ou pássaro, responsável pela transferência das políneas para o estigma, processo este denominado de polinização. A estratégia utilizada pelas orquídeas para atração de seus polinizadores é um fenômeno altamente complexo e fascinante. Em casos extremos, a flor da orquídea pode apresentar a forma de fêmeas de besouros ou abelhas, cujos machos, atraídos pela insinuante aparência, tentam "copular" com as flores, efetuando involuntariamente a polinização (FERREIRA, 1993).

1.2.8 Fruto e Semente

Um fruto de orquídea pode conter mais de um milhão de sementes. Contudo, na natureza, somente uma pequeníssima fração germinará, e poucos indivíduos chegarão à fase adulta. As sementes das orquídeas estão entre as menores do reino vegetal. O tamanho reduzido e a leveza facilitam a dispersão pelo vento, em muitos casos a grandes distâncias. Ao contrário das sementes das outras plantas, elas são desprovidas de tecidos nutritivos, endosperma e cotilédone, responsáveis pela energia utilizada na fase inicial da germinação. Na falta de tecido nutritivo, essa energia é fornecida por certos fungos que vivem em simbiose com as orquídeas. (www.jbrj.gov.br/saibamais/orquideas)

1.2.9 A espécie *Cattleya*

Como toda orquídea, sua flor é formada por 3 sépalas e 3 pétalas, sendo uma modificada e recebe o nome do labelo. As pétalas e sépalas possuem, em geral, a mesma cor e o labelo é a parte mais atraente e a mais colorida da flor.

Bastante semelhante a um outro gênero, *Laelia*, eles se diferem pelo número de políneas que cada um carrega. Enquanto a *Laelia* possui 8, a *Cattleya* possui 4 (exceção feita à *Cattleya dormaniana* que possui 2 ou 4 políneas atrofiadas ou rudimentares).

McQueen (1993) diz que o gênero *Cattleya* tem uma distribuição geográfica desde o hemisfério norte (México) passando pela América Central até a América do Sul, onde ocorre em maior número de espécies. No Brasil, aparece em todos os estados do Brasil, desde o extremo norte, nas serras Pacaraima e Parima, em Roraima, na divisa do Brasil com a Venezuela e Guiana até o Rio Grande do Sul.

Das aproximadamente 50 espécies que vegetam desde o México até a Argentina, 32 ocorrem no Brasil, isto sem contar com o grande número de variedades existentes dentro de uma mesma espécie e o grande número de híbridos naturais entre suas próprias espécies e outros gêneros. Devido a sua capacidade para hibridação, só na natureza suas espécies se entrecruzaram mais de 38 vezes (híbridos interespecíficos, ou seja, entre espécies do mesmo gênero) e com espécies de outros gêneros 31 vezes (híbridos intergenéricos). Com *Laelia*, cruzou 21 vezes. Com a *Brassavola*, 7 e com *Schomburgkia*, 3 vezes.

Em outras palavras existem mais híbridos naturais do que espécies. Faz parte de um grupo conhecido como aliança da *Cattleya* que envolve os gêneros pertencentes à Tribo *Epidendreae* e à Subtribo *Laeliinae* com alguns dos quais já é freqüentemente cruzada ou poderá vir a ser: *Barkeria*, *Brassavola*, *Broughtonia*, *Caularthron (Diacrium)*, *Constantia*, *Cattleya*, *Dimerandra*, *Encyclia*, *Epidendrum*, *Isabelia*, *Isochilus*, *Laelia*, *Leptotes*, *Oerstedella*, *Pseudolaelia*, *Rhyncholelia*, *Schomburgkia*, *Sophranitella*, *Sophronitis*, *Tetramicra*, entre outros (MCQUEEN, 1993).

Estes cruzamentos dão origem a outros gêneros artificiais de grande beleza que, por sua vez, vão sendo cruzados novamente com outros gêneros e assim sucessivamente.

Brassolaeliacattleya (Blc) e *Potinara* são os que produzem flores mais exuberantes e são também os mais famosos. No entanto, outros gêneros, embora

menos conhecidos, não são menos interessantes como *Allenara*, *Brassocattleya*, *Cattleytonia*, *Cattotes*, *Dekensara*, *Dialaeliocattleya*, *Epicatonia*, *Epicattleya*, *Epilaeliocattleya*, *Fujiwarara*, *Hasegawaara*, *Hawkesara*, *Hawkinsara*, *Herbetara*, *Higashiara*, *Hookerara*, *Iwanagara*, *Izumiara*, *Jewellara*, *Johnyeeara*, *Kawamotoara*, *Lyon*, *Mailamaiara*, *Maymoirara*, *Mizutara*, *Northenara*, *Opsiscattleya*, *Osmentara*, *Otaara*, *Recchara*, *Rolfeara*, *Rothara*, *Schombavola*, *Schombocatonia*, *Schombocattleya*, *Scullyara*, *Sophrocattleya*, *Sophrolaelia*, *Sophrolaeliocattleya*, *Stacyara*, *Stellamizutaara*, *Tetracattleya*, *Tuckeara*, etc. (FERREIRA, 1993)

Em função de seu sistema vegetativo, o gênero *Cattleya* é dividido em duas categorias:

- Plantas monofoliadas (unifoliadas ou labiadas) ou seja, possuem apenas uma única folha): *Cattleya labiata*, *mossiae*, *percivaliana*, *trianae*, *warscewiczii*, entre outras;
- Plantas bifoliadas (com duas e, às vezes, até três folhas): *Cattleya ackandliae*, *amethystoglossa*, *bicolor*, *forbesii*, *granulosa*, *guttata*, *intermedia*, *leopoldi*, *schilleriana*, *skinneri*, *velutina*, entre outras.





Geralmente, as espécies monofoliadas carregam menos flores do que as bifoliadas, estas, no entanto, são bem maiores e possuem um labelo que se destaca por sua beleza, colorido e tamanho. Em geral, não mais do que 4 flores com duração de duas a três semanas. Frequentemente são perfumadas. As flores da *Cattleya araguaensis* e *Cattleya luteola* constituem uma exceção pois embora sejam monofoliadas, suas flores são bem menores sendo que esta última está entre as menores espécies do gênero (tanto a planta quanto suas flores).






As espécies monofoliadas têm uma haste caulinar expandida que é conhecida como pseudobulbo que armazenam água para o período de dormência (ou repouso).







Segundo FERREIRA (1993), as espécies bifoliadas têm uma haste caulinar mais fina (também chamada indevidamente de pseudobulbo) e seu comprimento pode ser de alguns centímetros ou alcançar 60 cm, 1m e até mesmo 1.50m de altura. *Cattleya amethystoglossa*, *bicolor*, *granulosa*, *guttata*, *leopoldii*, *schofieldiana* e *porphyroglossa* estão entre as maiores plantas do gênero. *Cattleya acklandiae* é a menor planta do grupo de espécies de *Cattleya* bifoliada e apresenta, algumas vezes, até três folhas por haste caulinar (pseudobulbo). O tamanho das flores das bifoliadas é, muitas vezes, compensado pelo grande número delas. Em muitas






espécies, a inflorescência pode carregar até 14 flores, como a *Cattleya skinneri* ou 20, como a *Cattleya bowringiana* ou 30, como a *C. amethystoglossa*.





Quadro 1 – As espécies de *Cattleya* encontradas no Brasil.

<p><i>C.acklandiae</i> Lindl.</p> 	<p>Brasil - Estados da Bahia e do Espírito Santo. Nome dado em homenagem à Lady Thomas Ackland que fez a ilustração da planta para Lindley. Frequentemente grafada como <i>Cattleya acklandiae</i>. Bifoliada. Descrita em 1840.</p>
<p><i>C.amethystoglossa</i> Lind. & Rchb. f.</p> 	<p>Brasil - Estados da Bahia, Espírito Santo, Pernambuco e Minas Gerais. Uma das maiores plantas de todo o gênero, podendo exceder a 1m de altura. Atualmente só é encontrada, na natureza, vegetando entre os galhos de árvores, mas antigamente ocorria também sobre as rochas. Bifoliada. Descrita em 1862.</p>
<p><i>C.araguaiensis</i> Pabst</p> 	<p>Brasil - Estados de Pará e em Tocantins (às margens do rio Araguaia e também de seus afluentes Formoso e Coco, em matas ciliares). Monofoliada. Descrita em 1967.</p>
<p><i>C. bicolor</i> Lindl.</p> 	<p>Brasil - Distrito Federal e estados do Espírito Santo, Goiás, Minas Gerais, Rio de Janeiro e São Paulo. Dividida em 3 sub-espécies: - <i>Cattleya bicolor</i> ssp <i>bicolor</i> (montanhas dos Estados de São Paulo e Rio de Janeiro), - <i>Cattleya bicolor</i> ssp <i>minasgeraisensis</i> (Minas Gerais) com duas variedades, var. <i>canastrensis</i> e <i>crassifolia</i>. - <i>Cattleya bicolor</i> ssp <i>brasiliensis</i> (Brasil Central: Distrito Federal, Goiás e Minas Gerais). Bifoliada. Descrita em 1836.</p>
<p><i>Cattleya dolosa</i> (Rchb. f.) Rchb. f.</p>	<p>Brasil - Minas Gerais. Híbrido natural de <i>Cattleya loddigesii</i> Lindl. e <i>Cattleya walkeriana</i> Gardn. que, por sua vez, cruzou novamente com <i>Cattleya loddigesii</i> Lindl. gerando o híbrido <i>Cattleya x o'brieniana</i> Rolfe. Descrito em 1876.</p>

	
<p><i>C. dormaniana</i> (Rchb. f.) Rchb. f.</p> 	<p>Brasil - Estado do Rio de Janeiro, encontrada na Serra dos Órgãos. Há relatos de ter sido encontrada na cidade do Rio de Janeiro mas é muito pouco provável. Bifoliada. Descrita em 1880.</p>
<p><i>C. elongata</i> Barb. Rodr.</p> 	<p>Brasil - Estados da Bahia, Minas Gerais e Pernambuco. Bifoliada. Descrita em 1877.</p>
<p><i>C. forbesii</i> Lindl.</p> 	<p>Brasil - Estados do Paraná, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul, Santa Catarina e São Paulo. Bifoliada. Descrita em 1823.</p>
<p><i>C. granulosa</i> Lindl.</p> 	<p>Brasil - Estados de Alagoas, Bahia, Ceará, Paraíba, Pernambuco, Piauí e Rio Grande do Norte. Bifoliada. Descrita em 1842.</p>
<p><i>C. guttata</i> Lindl.</p>	<p>Brasil - Estados de Alagoas, Bahia, Espírito Santo, Minas Gerais, Paraná, Pernambuco, Rio Grande do Sul, Rio de Janeiro, Santa Catarina e São Paulo. Bifoliada. Pode atingir 1.5 cm de altura. Descrita em 1832.</p>

	
<p><i>C. intermedia</i> Graham ex Hook</p> 	<p>Brasil - Estados do Paraná, Rio de Janeiro, Rio de Grande do Sul e Santa Catarina, São Paulo e também no Paraguai e Uruguai. Bifoliada. Descrita em 1828.</p>
<p><i>C. kerchoveana</i> Cogn.</p> 	<p>Brasil - Estado do Espírito Santo. Híbrido natural descrito como sendo <i>C. granulosa</i> Lindl. x <i>C. schilleriana</i> Rchb. f. mas que, provavelmente, trata-se de <i>C. schofieldiana</i> Rchb f. (também conhecida como <i>C. granulosa</i> var. <i>schofieldiana</i>) já naquele estado não há ocorrência comprovada de <i>Cattleya granulosa</i>. Descrita em 1900.</p>
<p><i>C. labiata</i> Lindl.</p> 	<p>Brasil - Estados das Alagoas, Ceará, Paraíba, Pernambuco. Monofoliada. Descrita em 1821.</p>
<p><i>C. loddigesii</i> Lindl.</p> 	<p>Brasil - Estados do Bahia, Espírito Santo, Minas Gerais, Paraná, Rio de Janeiro e São Paulo e também na Argentina e no Paraguai. Bifoliada. Descrita em 1819 como <i>Epidendrum violaceum</i> e, em 1823, foi transferida por Lindley para o gênero <i>Cattleya</i> e renomeada <i>loddigesii</i>.</p>
<p><i>C. luteola</i> Lindl.</p> 	<p>Brasil - Estados do Acre, Amazonas, Pará e Roraima e também na Bolívia, Peru, Venezuela e Equador (em terras baixas da Bacia Amazônica, em áreas periodicamente inundadas na bacia formada pelos rios Negro e Solimões). É a menor planta de todo o gênero e suas flores estão entre as menores. Monofoliada. Descrita em 1853.</p>

<p><i>C. nobilior</i> Rchb. f.</p> 	<p>Brasil - Estados de Goiás, Maranhão, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Pará, Rondônia e Tocantins. Há registro de ocorrência também no Peru, Paraguai e Bolívia. A variedade <i>amaliae</i> ocorre em Goiás e Tocantins. Bifoliada. Descrita em 1883.</p>
<p><i>C. porphyroglossa</i> Linden & Rchb. f.</p> 	<p>Brasil - Estados do Bahia, Espírito Santo, Minas Gerais, Paraná, Rio de Janeiro e Santa Catarina. Bifoliada. Descrita em 1856.</p>
<p><i>C. schilleriana</i> Rchb. f.</p> 	<p>Brasil - Estados do Espírito Santo e Bahia. Bifoliada. Descrita em 1857.</p>
<p><i>C. schofieldiana</i> Rchb. f.</p> 	<p>Brasil - Estado do Espírito Santo. Também conhecida <i>C. granulosa</i> var. <i>schofieldiana</i>. Bifoliada. Descrita em 1882.</p>
<p><i>C. tenuis</i> Campacci & Vedovello</p> 	<p>Brasil - Estado da Bahia. Cerrados semi- áridos densos entre 800 a 1.000m, Chapada Diamantina, em árvores de pequeno porte. Bifoliada. Descrita em 1983.</p>
<p><i>C. violacea</i> (H.B.K.) Rolfe</p>	<p>Brasil - Estados do Amazonas, Pará e Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Pará, Rondônia e Roraima além da Venezuela, Equador, Colômbia, Guiana e Peru (baixas elevações). Bifoliada Descrita em 1815 como <i>Cymbidium violaceum</i>. Foi transferida para o gênero</p>

	<p>Cattleya, em 1889, por Rolfe.</p>
<p><i>C. walkeriana</i> Gardn.</p> 	<p>Brasil - Distrito Federal e Estados de Goiás, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Minas Gerais, Paraná (possivelmente) e São Paulo. Bifoliada. Descrita em 1843.</p>
<p><i>C. warneri</i> T. Moore</p> 	<p>Brasil - Estados da Bahia (sul), Espírito Santo, Minas Gerais e Rio de Janeiro (norte). Ainda hoje é considerada por alguns como uma variedade da <i>Cattleya labiata</i> (<i>Cattleya labiata</i> var. <i>warneri</i>) tamanha a semelhança das duas. Monofoliada. Descrita em 1860.</p>
<p><i>C. whitei</i> Cogn.</p> 	<p>Brasil - Estados do Espírito Santo e Bahia <i>Cattleya schilleriana</i> Rchb. f. x <i>C. warneri</i> Moore.</p>

Fonte: FERREIRA, 1993.

Pode-se comprovar que o Brasil é um grande representante da espécie *Cattleya*, estas apresentadas são as principais. Todas essas espécies além de contribuírem com o meio ambiente, como na polinização, também possuem grande importância econômica, além do grande valor comercial que possuem, também são utilizadas na alimentação, como, por exemplo, fornecendo a baunilha para confecção de sorvetes e aromatização de balas e doces. Delas se extrai também o Salepo, um líquido turvo, rico em mucilagem e de sabor adocicado, extraído das raízes tuberosas de algumas espécies que é utilizado tanto na alimentação quanto na medicina, como auxiliar no tratamento de diarreias e também funciona como afrodisíaco.

2 O DESIGN E SUAS LINHAS DE PESQUISA

O Design está por todos os lados, desde a simples caneta que utilizamos no nosso dia-a-dia até o carro que dirigimos, de simples embalagens passando pelo mobiliário, vestuário, relógios, utensílios domésticos, eletro-eletrônicos, roupas, enfim, o que envolver desenho, criação, criatividade e conhecimento técnico, aí está o Design, seja bi ou tridimensional.

O Design é uma atividade cujo objetivo é estabelecer qualidades multifacetadas de objetos, serviços e seus sistemas em ciclos de vida completos. Portanto, design é o fator central da humanização inovadora das tecnologias e um fator crucial de intercâmbio cultural e econômico (ICSID, 2005).

Assim, o design é uma atividade envolvendo uma ampla faixa de profissões, das quais produtos, serviços, comunicações gráficas, decoração e arquitetura fazem parte. Juntas, essas atividades deveriam elevar, de um modo harmônico e orquestrado com outras profissões, o valor da vida.

O conceito definido pelo *International Council Design of Societies (ICSID)*¹ e adotado pelo Programa Brasileiro de Design afirma:

Design Industrial é uma atividade criativa cujo objetivo é determinar as propriedades formais dos objetos produzidos industrialmente. Por propriedades formais não se deve entender apenas as características exteriores, mas, sobretudo, as relações estruturais e funcionais que fazem de um objeto (ou de um sistema de objeto), uma unidade coerente, tanto do ponto de vista do produtor como do consumidor. O Design Industrial abrange todos os aspectos do ambiente humano condicionado pela produção industrial. (site: www.icsid.org)

2.1 Design de Superfície e Estamparia

Conforme Rüttschilling (1998) a expressão "Design de Superfície" é a tradução de *Surface Design*, usada em países de língua inglesa e oficial nos meios eletrônicos, razão pela qual foi escolhida para denominar este trabalho, na intenção de ser o mais abrangente possível.

¹ International Council Design of Societies (ICSID) - Conselho Internacional de Sociedades de Desenho Industrial

Na sinopse do livro *Desenhando a Superfície* de Renata Rubem (2005) diz que:

Design de superfície é design superficial? É design de produto, é design têxtil, é arte ou não é nada disso? O que é então design de superfície ou surface design? No Brasil, o Design de Superfície ou Surface Design é praticamente desconhecido. Essa designação é amplamente utilizada nos Estados Unidos para definir todo projeto elaborado por um designer, no que diz respeito ao tratamento e cor utilizados numa superfície, industrial, ou não. Renata Rubim foi responsável pela introdução do termo no vocabulário brasileiro. Renata Rubim é designer. De superfícies. E especialista em cores. Atua num universo vasto e interessante nestas áreas. Superfícies são projetadas independentemente dos materiais, que podem ser desde porcelanas, garrafas térmicas, têxteis a calçadas e pisos. O universo é infinito... Cores são definidas e indicadas para produtos industriais, para arquitetos e suas obras, para onde for necessário. O livro é um depoimento escrito desta experiência somada à experiência profissional com um escritório atuante no Brasil e no exterior, o resultado desta soma de atividades de designer, consultora de cores, ministrante de cursos, micro-empresária, cidadã comprometida com as complexidades da vida atual. É um depoimento de uma pessoa apaixonada por seu trabalho. Para Renata as superfícies não são superficiais e a cor é música e ritmo.

Em português é usada a nomenclatura "Desenho (Industrial) de Estamparia", onde a palavra estamparia se restringe a padrões impressos sobre tecidos. Os franceses também adotam a palavra "design" do inglês e acrescentam a expressão "de revestimento" compondo: "*Design de Revêtement*". Assim vemos que a palavra design adquiriu um sentido próprio, ligado à produção industrial (RÜTHSCHILING, 1998).

Segundo Treptow (2003), Design de Superfície consiste na criação de imagens bidimensionais, projetadas especificamente para geração de padrões, que se desenvolvem de maneira contínua ou não sobre superfícies de revestimentos. O processo criativo é voltado para aplicação na indústria, basicamente nas áreas: têxtil, de papelaria, cerâmica e materiais sintéticos.

Neste universo do design de superfície se inclui a estamparia têxtil para aplicação em vestuário. Já na composição de um modelo de roupa pode se prever a aplicação de estampas. Estas podem ocorrer de duas formas: através de tecidos estampados em metro (estampa corrida) ou de motivos aplicados sobre a peça em lugares específicos (estamparia localizada). O designer é responsável pela escolha ou criação desse desenho e pela determinação de suas variantes de cor conforme o fundo em que será aplicado.

Na criação de desenhos para estampas é importante observar as tecnologias disponíveis. Os desenhos de estamparia podem ser desenvolvidos à mão ou em computador através de programas vetoriais ou em bitmap. Alguns programas

específicos do setor oferecem a ferramenta de separação de cores, produzindo, em plotters, os filmes que servirão para a gravação de quadros ou cilindros. Em estamparia, cada cor impressa corresponde a um quadro ou cilindro de gravação.

Conforme Treptow (2003), as diferenças entre os processos de estamparia corrida e localizada dizem respeito ao tipo de desenho empregado e ao resultado final do processo. No primeiro, utiliza-se a repetição do padrão do desenho, conhecida como raportagem. Essa repetição pode ou não aparecer no comprimento do cilindro de gravação, mas aparecerá pelo comprimento do tecido estampado. O resultado é um tecido com desenhos gravados em toda sua extensão. A estamparia localizada é realizada sobre partes de peças já cortadas ou mesmo costuradas. Seu resultado é uma gravura, sem repetição, aplicada sobre a peça.

Entre as técnicas de estamparia podemos citar: estampagem em clear sobre fundos claros, mix, gel, silicone, puff, tintas peroladas, glitter, silicone 3D, tintas photo-sensíveis ou termo-sensíveis, efeitos de corrosão.

2.2 A Estamparia e a Moda

As estampas compõem os tecidos das roupas há muitos anos, acompanhando toda a história da moda e a história mundial, como será mostrado no item 3.3.4.1.

“Assim como rendas e bordados, os estampados dão identidade à roupa e deixam o visual mais leve. Eles são femininos e positivos, mas exigem personalidade para usá-los. Ao colocar uma roupa assim, esteja pronta para chamar a atenção. "As mulheres que recorrem aos desenhos são naturalmente sedutoras e passam uma mensagem de otimismo", revela o estilista Ronaldo Fraga. Para Adriana Barra, a estampa dá toda a bossa da roupa, cria uma história e um estado de espírito. E, para a grife, pode ser instrumento que reafirma a identidade de uma marca. "Assim como o corte e o acabamento, o estilo do traço ou a combinação de cores dos desenhos podem diferenciar uma grife", conta Ronaldo (Texto retirado da revista Manequim, edição 555).

2.2.1 Moda

A roupa tem acompanhado o homem desde o início de sua evolução. O homem pré-histórico cobria-se com a pele de animais para enfrentar situações climáticas adversas. Mas é incorreto dizer que o fizesse apenas por esse motivo. As peles de animais, amarradas sobre o corpo, embora tornassem o homem mais agasalhado contra o frio e mais protegido contra espinhos e vegetação, tolhiam-lhe os movimentos, fazendo com que tivesse menos agilidade ao fugir de predadores (TREPTOW, 2003).

Com a Revolução Comercial, a burguesia enriqueceu e tinha, também, acesso a tecidos trazidos do Oriente. Em busca de ascensão social os comerciantes compravam títulos de nobreza, e conseqüentemente adotavam outra forma de vestir. A classe dos nobres e dos comerciantes ricos tornou-se numerosa. Como se diferenciar de tanta gente? Como se destacar dentre os demais da corte? A resposta estava nas roupas, e aqui e acolá começavam a surgir detalhes de vestimenta, que eram copiados muitas vezes pela influência do usuário. Os estilos eram ditados pelo domínio e influência política das nações, fazendo com que cada época apresentasse, na roupa, detalhes característicos do país mais influente na Europa no momento.

É a partir desse fenômeno que podemos falar em MODA. Até o final da Idade Média podemos constatar que existia indumentária, roupa, mas não moda, ou seja, pessoas modificando sua forma de vestir em função de influências sociais. A roupa, que a princípio era determinada apenas pelos recursos disponíveis e pela tecnologia, passa a variar em estilos conforme vogas da época. Está caracterizada a MODA.

Joffily (1999, p.27) afirma que:

Moda é o fenômeno social ou cultural, de caráter mais ou menos coercitivo, que consiste na mudança periódica de estilo, e cuja vitalidade provém da necessidade de conquistar ou manter uma determinada posição social.

Este conceito pode ser ampliado quando pensamos que moda é também um fenômeno temporal, caracterizado pela constante mudança, quando um lançamento faz com que o estilo anterior seja descartado, conforme explica Lipovetsky (1987).

A moda surge no momento histórico em que o homem passa a valorizar-se pela diferenciação dos demais através da aparência, o que podemos traduzir em

individualização. Todavia essa diferenciação de uns, visa uma identificação com outros, pois a moda se dá através da cópia de estilo daqueles a quem se admira. Na era do consumo em massa, podemos concluir que moda são valores materializados nos bens de consumo massificados, e que, à medida que vão sendo consumidos, pautam as relações entre as pessoas a partir das aparências e de um ciclo de obsolescência programada que privilegia aquilo que é novo. Simplificando: a moda é um fenômeno social de caráter temporário que descreve a aceitação e disseminação de um padrão ou estilo, pelo mercado consumidor, até a sua massificação e conseqüente obsolescência como diferenciador social.

Nesta perspectiva, desenvolvem-se as coleções de moda a cada estação, de acordo com as tendências e o contexto onde é criada a coleção, as quais são mostradas em grandes eventos do setor. Segundo Rech (2000, p. 68) coleção é um “conjunto de produtos, com harmonia do ponto de vista estético ou comercial, cuja fabricação e entrega são previstas para determinadas épocas do ano”. Para Gomes (1992, p. 43) “Coleção é a reunião ou conjunto de peças de roupas e/ou acessórios que possuam alguma relação entre si”. Essa relação normalmente está centrada no tema escolhido para a coleção, que deve ser condizente com o estilo do consumidor e com a imagem da marca da empresa. O quadro a seguir mostra aspectos a considerar no desenvolvimento de uma coleção.

Quadro 2 - Requisitos de uma coleção de moda.

Uma coleção deve ser coerente e contemplar os seguintes aspectos:
Perfil do consumidor
Identidade ou imagem da marca
Tema da coleção
Proposta de cores e materiais

Fonte: Inventando Moda, de Doris Treptow (2003, p. 43)

Muitas organizações empresariais ainda não possuem esse conceito e seus estilistas desenvolvem produtos a partir da cópia ou adaptação de tendências internacionais, porém sem qualquer coerência. Dessa forma o mostruário de empresa se torna um agrupamento de peças que nada tem em comum.

2.2.2 Tendência de Moda e tema de coleção

No momento que as tendências de comportamento são identificadas e interpretadas pelos comitês setoriais, a informação é a seguir transmitida aos estilistas como temas de inspiração em feiras (sobretudo feiras de fios e tecelagens). A notoriedade de um estilista famoso, ao usar um ou mais temas apontados servirá como reforço para que essa idéia chegue ao mercado consumidor final.

É nas mãos do estilista que as inspirações temáticas transformam-se em cartelas de cores, silhuetas e pontos de evidência. Sendo que as fontes de informações e a produção têxtil globalizada atende a vários estilistas, não é de surpreender que exista certa familiaridade entre as coleções.

Através da divulgação das coleções, em desfiles, vitrines, revistas, vídeos e internet, a grande indústria manufatureira toma conhecimento das novas propostas e, identificando pontos e semelhança entre as coleções, consegue discernir entre a interpretação individual do estilista e o que realmente se tornará tendência para a moda. A tendência reside nos elementos que aparecem em maior frequência quando analisados os lançamentos de estilistas diferentes. Logo, se vários apostam em um mesmo caminho, esse tende a tornar-se moda, ou seja, a ser aceito pelo mercado como tal.

De acordo com Treptow (2003), ao realizar uma pesquisa sobre inspirações de moda o designer pode usar vários materiais como vídeos, fotografias, revistas, anotações de viagens, e outros. Uma observação mais apurada ajuda a identificar elementos de estilo. Os pontos que aparecerem com maior frequência na pesquisa de tendências são considerados elementos de estilo de uma estação, como, por exemplo, um determinado tipo de tecido, um comprimento de calça, um desenho de estampa.

Tema é a história, o argumento, a inspiração de uma coleção. Uma marca de moda é mais ou menos como uma Escola de Samba: a cada coleção traz um novo samba enredo, uma nova história a contar, mas mantém as características que são atributos da marca, ou seja, o seu estilo. O que varia mesmo de uma estação para outra é o TEMA DE COLEÇÃO, e todas as peças de uma coleção devem, de uma maneira ou outra, remeter ao tema escolhido.

Treptow (2003) diz que a maioria dos cursos de moda prega aos futuros designers que existe ampla liberdade na escolha dos temas para as coleções.

Todavia, optar por um tema que não possa ser contextualizado às tendências de moda pode representar um risco à comercialização da coleção. Portanto, quando falamos em Estilismo Industrial devemos pensar em roupas com compromisso de vendas, pois não são meras criações artísticas, mas sim produtos de cuja comercialização depende toda a indústria. É aconselhável que o tema da coleção possa fazer uso de algumas tendências de moda diagnosticadas através de pesquisa.

Segundo Treptow (2003) uma coleção não deve se limitar a reproduzir as tendências pesquisadas no exterior. Ela deve ir além, apresentando uma proposta de estilo do seu criador, uma “cara” própria. Para isso o designer deve pesquisar o tema escolhido, buscando elementos de inspiração que possam ser transportados para as roupas.

2.2.3 A História da Moda de 1900 a 2000

- O Início do Século

Neste período diversas descobertas científicas revolucionavam os costumes e a vida do cidadão comum, com a aviação de Santos Dumont e a arte de Picasso, que renderam à época o título de *Belle Époque*. Essa época também é conhecida como período Edwardiano, devido ao sucessor da Rainha Vitória da Inglaterra, Edward (TAMBINI, 1999).

Baudot (2002) afirma que com a consolidação da Revolução Industrial possibilitou-se a produção em larga escala de bens de consumo, como roupas, tecidos e calçados. Dentro de um universo mais comunicativo, todo o mundo passou a adotar o estilo europeu para a moda, em todas as camadas sociais, apenas adaptando-as para seus climas e crenças religiosas. Entretanto, o estilo predominante ainda era o rígido Vitoriano, do fim do século anterior. As mulheres usavam espartilhos muito justos para conquistar a silhueta em "S" (busto para frente e quadris para trás).

O ideal de beleza se dividia em dois: o estilo Edwardiano, pois o rei tinha uma clara preferência por mulheres maduras, que sustentaram a tendência de cabelos em tons cinza/ branco e as "*Gibson Girls*", popularizada nos desenhos de Charles Dana Gibson sobre sua esposa.

A cintura fina e o cabelo preso no alto da cabeça, aliados ao espírito esportivo moderno da época, que era andar de bicicleta, foram um referencial para a década.

Os homens usavam sobrecasaca e fraque, sempre bem acompanhados por chapéu. Os sapatos masculinos, antigamente comprados para durarem anos, foram sendo substituídos por modelos mais modernos, produzidos em larga escala, e se tornaram um acessório da moda masculina.



Figura 01: Gibson Girl

Fonte: BAUDOT, 2002.

- Anos 10

Até 1914 a moda manteve-se estática. Mas, depois disso, com o advento da Primeira Guerra Mundial, as sufragistas, as epidemias, o desastre com o Titanic e a popularização do cinema mudo, o mundo se transformou, gerando reflexos na moda. A moda feminina, por exemplo, abandonou os espartilhos e as roupas volumosas, optando por modelos de saias às vezes tão justas que era difícil se moverem.

Nessa época surgiu o *soutien*, criado por Mary Phelps. A influência oriental veio à tona pelas mãos de Paul Poiret, que inseriu modelos exóticos, mas simples e coloridos. Mais tarde, ele se aliou aos fabricantes de sapatos Perugia para criar modelos com jóias (BAUDOT, 2002).

Com o início da Guerra, as mulheres tornaram-se mais independentes pois ficaram sozinhas em suas casas, destinadas a continuar a produção das fábricas.

Com a escassez de produtos, as pessoas foram incentivadas a serem mais simples, e o gosto por roupas práticas, um pouco masculinas, tornou-se uma tendência. Para se ter uma idéia, muitos teatros e casas de shows mais caras declararam que o "eveningwear" era opcional.

Segundo O'Keeffe (1996) muitos materiais novos começaram a ser trazidos para a moda, como a borracha. Essa fusão resultou no primeiro tênis, em 1917, chamado Ked's.



Figura 02: Mulheres passeando na Avenida das Acácias em Paris, 1911.

Fonte: BAUDOT, 2002.

■ Anos 20

O pós-guerra é sempre uma época de profundas mudanças. E os anos 20 não deixaram por menos. As mulheres, cada vez mais independentes e com poder de voto, decidiram abandonar de vez as antigas regras, subindo as barras das saias e usando modelos de vestidos mais abertos e soltos. A cintura desceu em modelagens de forma reta. Os cabelos ficaram curtinhos. Os chapéus, menores. A maquiagem e os cigarros foram permitidos.

Os ídolos do cinema representavam todos esses ideais de beleza e comportamento. Entre todos, os que mais se destacaram foram Clara Bow, Louise Brooks, Rudolf Valentino e Josephine Baker (BAUDOT, 2002).

O gosto pelo exótico, tanto nas artes como no marketing, na moda e até na mobília eram tendências fortes desta década, que se fortaleceram com a descoberta do túmulo de Tutankamon no Egito, em 1922 (BAUDOT, 2002).

O clima de festa era geral, com bailes animados ao som de jazz e pelos passos do charleston². Durante o dia, gramofones enchiam as casas de música e o divertimento continuava nos cinemas, em filmes com ou sem voz.

O gosto por materiais reluzentes se popularizou, assim como pelos tecidos sintéticos. Já próximo do final da década, os modelos bicolores e a geometria tornaram-se moda; Coco Chanel e Madeleine Vionnet ganharam destaque com seu estilo elegante (BAUDOT, 2002).



Figura 03: Gabrielle Chanel, 1929.

Fonte: BAUDOT, 2002.

■ Anos 30

A quebra da bolsa de Nova Iorque, em 1929, criou um momento de restrições que se expandiu por todo mundo. Com a economia em caos, a chegada de Hitler ao poder, o comunismo em seu ápice e a população sem recursos, surgiu um amplo espaço no imaginário para os sonhos e os desejos (TAMBINI, 1999).

Astros como Jean Harlow, Greta Garbo e Fred Astaire estrelavam filmes falados, já popularizados. O cinema investiu com força nesses desejos, amplamente assegurados pela moda.

As roupas brilhantes, glamourosas, drapeadas, luminosas. As mulheres fatais enroladas em fartos casacos de pele e jóias, galãs impecáveis. Sonhos para os

² dança vigorosa, com movimentos para os lados a partir dos joelhos.

bolsos de poucos que faziam questão de ostentar sua posição. A maioria, entretanto, vivia sob sonhos mais simples.

Baudot (2002) diz que a moda passou a criar roupas para todas as ocasiões, e para continuar as experimentações da década anterior. As cores eram fartas incluindo tons fortes como o "*shocking pink*" de Elsa Schiaparelli.

Nessa época também surgiu o sapato plataforma para as mulheres, e as sandálias tornaram-se mais populares, juntamente com as meias de *nylon*, impulsionadas pelo glamour da moda. Para os homens, os estilos de calçados também começaram a se diferenciar, deixando as botas um pouco de lado (O'KEEFFE, 1996).

Movimentos artísticos, como o Art-Deco, e mais tarde o Surrealismo também foram fontes inspiradoras para os criadores, provando que moda, arte e movimentos culturais podiam andar lado a lado.



Figura 04: Elsa Schiaparelli, 1938.

Fonte: BAUDOT, 2002.

▪ Anos 40

A década de 40 começou com a Segunda Guerra Mundial. No mundo todo, os exércitos eram formados por filhos, pais e maridos de mulheres que precisaram aprender a trabalhar em fábricas para darem continuidade às produções de seus países. O cinema descobriu seu grande valor para o marketing, incentivando as

peças e inculcando-lhes ideologias. As atrizes, para animar as tropas, faziam shows, e surgiu a figura (e também a fascinação) pelas *pin-ups*.

Em uma época de tantas restrições, poucos recursos e falta de matéria-prima, a moda adaptou-se, optando por modelos de roupas sóbrias, retas, masculinas e sem exageros, com o uso quase obrigatório de chapéus. A ostentação era condenada, e as diferenças entre as classes sociais, devido às restrições, diminuíram.

A ordem era reciclar e improvisar, principalmente porque muitas fábricas que antes produziam bens de consumo, nesse momento serviam ao exército. Nos calçados, por exemplo, os saltos não podiam ultrapassar certo tamanho, e na cartela de cores era apresentada poucas opções. A busca por materiais alternativos se intensificou, e descobriu-se que peles de animais e madeira poderiam ser aplicados em solados e calçados. Nas residências, o espírito continuava. Era comum enfeitar a casa para as festividades com papel celofane e objetos de uso diário.

A moda masculina também se adaptou, incluindo peças mais despojadas nos armários dos homens.

Com o final da guerra, começou a surgir o estilo que definiria a próxima década. No ano de 1947, Christian Dior lançou o *New Look*, que trouxe de volta a feminilidade perdida no passado (BAUDOT, 2002).

E no ano anterior, a moda praia foi revolucionada por Louis Réard com a invenção do biquíni, que partiu o maiô em duas peças.

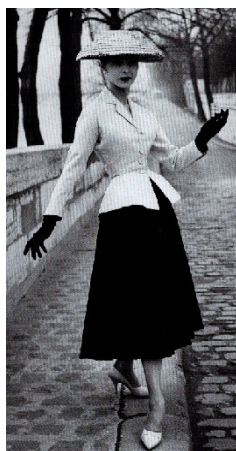


Figura 05: *New Look* de Dior, 1947.

Fonte: BAUDOT, 2002.

- Anos 50

O pós-guerra trouxe para a vida das pessoas uma atmosfera de festa, comemoração e consumismo. As privações de guerra tinham ficado para trás, e o presente acenava favoravelmente para um tempo de fartura.

A televisão fez surgir estrelas em seriados como "*I Love Lucy*". Os valores explorados em seus capítulos eram admirados pelas mulheres, que se esforçavam em ser boas donas-de-casa e mães. Com mais tempo livre, já que a tecnologia colocara ao alcance de todos, bens como fornos elétricos e refrigeradores modernos, elas também podiam de se dedicar mais à família e à beleza. Os ícones do cinema, música e sociedade se empenhavam em mostrar sensualidade (Marilyn Monroe, Brigitte Bardot e Elvis Presley) ou elegância, vestidos em roupas de estilistas como Chanel (BAUDOT, 2002).

Christian Dior havia lançado seu *New Look* na década anterior, mas foi nos anos 50 que ele atingiu sua glória. Os casaquinhos ajustados combinados com as saias amplas eram exemplos de feminilidade absoluta.

A isso se somou a invenção do "*stiletto*" (salto agulha) por Charles Jourdan, em 1951. Os criadores abusavam desse conceito até conseguirem salto mais alto (O'KEEFFE, 1996).

A cartela de cores era a mais vasta possível, sempre com a intenção de combinar acessório e peças de roupas nos mesmos tons.

A indústria percebeu os adolescentes como um novo foco de consumo. Influenciados por filmes como "Rebelde sem Causa", eles criaram uma moda distinta, inspirada em seus ídolos (BAUDOT, 2002).

As atividades ao ar livre, e uma crescente pressão pelo visual, impulsionaram essas tendências nas gerações mais jovens por todas as décadas seguintes.



Figura 06: Vestido Dior, 1950.

Fonte: BAUDOT, 2002.

- Anos 60

O início dos anos 60 ainda mantinha aquele espírito calmo da década anterior. Jackie Kennedy era celebridade absoluta, com seu estilo discreto e elegante. A cartela de cores era suave, com tons pastel, e neutra para os homens. As artes, a cultura e a literatura esgueiravam-se por caminhos experimentais, buscando a liberdade de expressão acima de tudo. Os Beatles, Bob Dylan, Motown e Andy Warhol foram os pioneiros dessas mudanças.

Esses ares revolucionários também dominaram a moda. Foi nessa década que Mary Quant lançou a minissaia, enquanto as estampas geométricas inspiradas na *Op-Art* coloriam as roupas com todos os tons possíveis e imaginários (TAMBINI, 1999).

Foi nos anos 60 que a corrida espacial e a Guerra Fria entre Estados Unidos e União Soviética tiveram início. Mais uma vez, os acontecimentos refletiram-se na moda e na cultura, com peças de roupas e objetos inspirados no futuro espacial - para o qual, acreditava-se, estávamos destinados - e nos filmes de espionagem, como 007.

A moda masculina também se rebelou. Os homens deixaram seus cabelos crescerem, usando misturas inusitadas e vibrantes, como os novos terninhos.

Os calçados refletiram essas tendências, apostando em modelos também experimentais como as botas longas, e em materiais inovadores e sintéticos, como o vinil (O'KEEFFE, 1996).

No final da década, a camiseta e o jeans já haviam formado uma dupla inseparável, e marcas especializadas no estilo, como a Levi's, se sobressaíram.



Figura 07: Coleção Mondrian, Yves Saint Laurent, 1965.

Fonte: BAUDOT, 2002.

▪ Anos 70

A década de 70 foi um tempo onde todas as culturas e estilos reclamaram seu espaço ao mesmo tempo. Chocar, antes de tudo, era a intenção principal. É por isso que essa época também é marcada por um modo de vestir "tudo junto". Para alguns, quanto mais disparate a combinação, melhor.

Os *hippies*, que haviam surgido nos anos 60, consolidaram um movimento cultural com expressões que iam da música ao estilo de vida. Flores, liberdade e orientalismo eram suas marcas registradas. Ao mesmo tempo, escândalos políticos e desarranjos econômicos explodiam por todo o mundo, semeando as bases para revoltas e crises que surgiram adiante.

Essa explosão de elementos deu aos designers um vasto material para trabalho, com a segurança de um público ansioso por novidades. Outros, entretanto, não abriram mão do romântico e natural. Por isso, diversas décadas passadas se transformaram em fonte de inspiração, como os anos 20 e o início do século. Biba, Ossie Clark e Yves St. Laurent foram expoentes desse estilo.

No final da década, o filme *Saturday Night Fever* inaugurou a Era Disco. Apesar de ter pouca duração, seus efeitos podem ser sentidos até hoje. Suas cores, brilhos, formas são desejos explorados pelos estilistas de todas as décadas seguintes.

O'Keeffe (1996) afirma que foram nos anos 70 que os sapatos plataforma voltaram à moda, renovado por adornos. Aliás, o modo unissex de vestir se fortalece no final dos anos 70 e início da próxima década. Shorts curtos, botas de diversos tamanhos, saltos grossos e acessórios são apenas alguns exemplos desse novo modo de encarar o feminino/masculino, sem falar nos esportes, que cada vez mais conquistavam adeptos.



Figura 08: Hippies, 1968.

Fonte: BAUDOT, 2002.

■ Anos 80

Os anos 80 serão eternamente lembrados como uma década onde o exagero e a ostentação foram marcas registradas. Os seriados de televisão, como *Dallas*, mostravam mulheres glamourosas, cobertas com jóias e por todo o luxo que o dinheiro podia pagar. Os *yuppies*, executivos jovens sedentos por poder e *status*, também constituíam outro movimento da moda nesse período. A moda apressou-se por responder a esses desejos, criando um estilo nada simplório. Num afã em ostentar, todas as roupas de marcas conhecidas tinham seus logos estampados no maior tamanho possível, com preços proporcionais. O jeans

alcança seu ápice, ganhando status. E os shoppings tornaram-se paraíso dos consumistas. Mas não bastava ser bem-sucedido e bem-vestido; nessa década, ter um corpo bonito e saudável era essencial para o sucesso (BAUDOT, 2002).

Assim, numa continuidade pelo amor aos esportes inaugurado na década anterior, explodiram academias por todos os cantos, aonde os frequentadores iam com suas polainas e *collants* para as aulas de aeróbica, movidas por músicas dançantes e ritmadas, com temática comum: ginástica, poder, sucesso.

Influenciando as roupas Baudot (2002, p. 310) diz que:

o espírito esportivo levou o moletom e a calça *fuseaux* para fora das academias e consagrou o tênis como calçado para toda hora. Este último também fez ressurgir a moda de calçados baixos, como os mocassins, tanto multicoloridos como clássicos.

O *look* "molhado", conseguido com gel e *mousse* para cabelos, fez a cabeça de homens e mulheres, ao lado das permanentes fartas e topetes tão altos quanto se conseguisse deixá-los.

A cartela de cores era vibrante, prezando por tons fortes e fluorescentes, com jogos de tons e contrastes.

A modelagem era ampla. As mulheres, que nesse momento ingressaram maciçamente no mercado de trabalho à procura por cargos de chefia, adotaram o visual masculino. Cintura alta e ombros marcados por ombreiras era a silhueta de toda a década, ao lado de pregas e drapeados para a noite ou dia. A moda masculina seguiu o mesmo estilo, com ternos folgados e calças largas. Para os acessórios, tamanho era sinônimo de atualidade (BAUDOT, 2002).

A música se consagrou como formadora de opinião e estilo, levando ao estrelato cantoras como Madonna, que influenciou a sociedade com seu estilo livre e despuddorado. O *Punk*, *New Age* e *Break* também merecem destaque.

Em um universo tecnológico (o Atari surgiu nessa época), a moda também se inspirou no Japão, emergente com suas novidades, e em tudo o que fosse eletrônico: *neons*, computadores, automáticos.

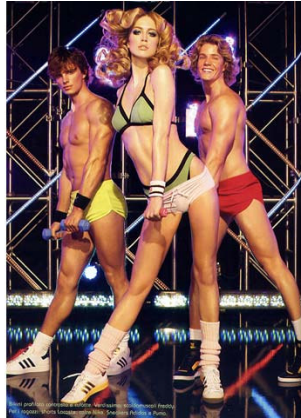


Figura 09: Estilo Esportivo, 1986.

Fonte: BAUDOT, 2002.

- Anos 90/00

Baudot (2002) afirma que até a metade da década de 90, o exagero dos anos anteriores ainda influenciou a moda. Foram lançados, por exemplo, o jeans colorido e a blusa segunda-pele, que colocaram a lingerie em evidência. Isso alavancou a moda íntima, que criou peças para serem usadas à mostra, como novos materiais e cores.

Essa é uma década marcada pela diversidade de estilos que convivem harmoniosamente. A moda seguiu cada uma dessas tendências, produzindo peças para cada tipo de consumidor e para todas as ocasiões. Entretanto, vale a pena ressaltar o *grunge*, que impulsionado pelo *rock*, influenciou a moda e o comportamento dos adolescentes com seu estilo despojado de calças/ bermudões largos e camisas xadrez da região de Seattle, berço destes músicos. A camisa xadrez, aliás, foi uma verdadeira coqueluche presente mesmo nos armários dos rapazes mais tradicionais, os “mauricinhos”.

Nesse século, que viu passar guerras, modismos, ápices, quedas e crises, surgiu uma consciência de se resguardar para o futuro. A preocupação ecológica ganhou *status* e fez com que países e populações conscientes (como aconteceu na Alemanha) exigissem mudanças por parte dos governos e fabricantes

de bens de consumo. É bem lembrada a atitude do Príncipe Charles que proibiu sua então mulher, Diana, de usar laquês para cabelo que contivessem CFC.

As propagandas passaram a agregar esses valores a seus produtos, de forma a atingir os consumidores que buscavam muito mais do que preços e novidades.

Na segunda metade da década, a moda passou a buscar referências nas décadas anteriores, fazendo releituras dos anos 60 (cores claras, tiaras) e, em seguida, dos anos 70 (plataformas em tamancos e modelos fechados, geralmente desproporcionais), tudo mesclado à modismos dos anos correntes.

A seqüência de releituras que começou no final dos anos 90 não foi interrompida. O ano 2000 e 2001 trouxeram os anos 80, com pitadas dos anos 50 para as vitrines de todo o mundo. Sem mais décadas anteriores para buscar referências, a moda encontra-se em um beco sem saída.

A busca pelo novo é uma tendência da atualidade, e é justamente por isso que a todo o momento são realizados concursos de moda, visando descobrir novos talentos. Para criadores não poderia haver melhor oportunidade para mostrar sua capacidade.



Figura 10: Moda atual, Alexander McQueen, 1999.

Fonte: BAUDOT, 2002.

2.2.4 A Moda no Brasil

Abreu (2003) diz que:

Embora rápida e vertiginosa como amor de carnaval, a moda guarda lá suas permanências. A mais forte delas, desde o inglês Charles Worth inaugurando a alta costura na França, tem sido seus territórios de criação e inspiração para o resto do mundo: primeiramente, Paris, depois Londres, Milão e Nova York. Mais recentemente, nos anos 80, os japoneses marcaram posição no cenário internacional e, na virada do milênio, a grande novidade é a entrada do Brasil no fechado mundo da moda. Parece, desta vez, que não se trata de mais um caso de paixão passageira, mania de ocasião ou qualquer predileção fugaz. site: www.mvu.gov.br/cdbrasil.

Para o *The New York Times*, 2000 foi o ano da moda brasileira. E o sucesso permanece. Seria a força do acaso governando o aparentemente frívolo mundo das aparências em favor do Brasil? Pode ser. Mas não é nada desprezível a simultaneidade de fatores operando tanto cá como do lado de lá do Atlântico. Sem isso, a emergência da moda brasileira não teria passado de mais uma tentativa (ABREU, 2003).

Nosso estilismo vive um momento bastante afirmativo no que diz respeito à identidade, criatividade, profissionalização e reconhecimento, tanto no país como fora dele. Por outro lado, a moda internacional, saturada, não mais se restringe ao circuito tradicional. Considerando uma coisa e outra, a chave do segredo pode estar em trilharmos os indicadores mundiais, a eles acrescentando uma mistura de tecidos, formas e doses generosas de sensualidade, cor e alegria, para obter, ao final, algo que seja a nossa cara. A previsão é que surja mais e mais gente nova, e a moda estrangeira sirva tão somente como referência do que acontece lá fora.

Se há sorte neste caso, ela repousa no feliz encontro de fatores que concorreram para que a moda feita no Brasil pudesse se emancipar e ser arremessada para além de nossas fronteiras. O descobrimento de modelos brasileiras, como Gisele Bündchen, Caroline Ribeiro e Fernanda Tavares, evidentemente atraíram os olhares estrangeiro sobre nós. O estabelecimento de um calendário de moda no país para dar uniformidade a iniciativas antes isoladas, a valorização da moda como negócio, a evolução do setor têxtil e a qualidade inquestionável da matéria-prima nacional também têm contribuído para a projeção interna e externa dos estilistas brasileiros.

Importante também é a divulgação espontânea de gente influente que simpatiza com as coisas do Brasil. Mario Testino, dos mais requisitados fotógrafos

de moda mundialmente, é apaixonado pelo país. E a *stylist* e editora de moda Isabella Blow, que veio para a oitava edição do Morumbi Fashion, foi tomada de assalto pela contemporaneidade da criação nacional, frustrando a expectativa de encontrar aqui nada além de roupas de folclore. As matérias da jornalista inglesa do *Sunday Times* terminaram chamando ainda mais a atenção para o Brasil. Em 2000, ela retornou acompanhada de um grupo de jornalistas ingleses e franceses, ávidos em conferir se *Miss Blow* carregou nas tintas ao alardear para a Europa a fecunda criação dos estilistas brasileiros (ABREU, 2003).

A partir de então, a história da moda no Brasil nunca mais foi a mesma e os nossos criadores passaram a ter repercussão na imprensa especializada do mundo inteiro.

Acabou-se a ilusão de que bom é o que é importado. Finalmente, nossos criadores passaram a acreditar no fôlego da identidade brasileira para transpor fronteiras. A cada dia, fica mais remoto o tempo em que éramos copiosos plagiadores da moda européia e norte-americana. Entramos na era do estilo próprio, que se internacionaliza rapidamente, e do profissionalismo, sem o que os ótimos jeans da Ellus, Forum e Zoomp não teriam barrado a *invasão* de marcas de olho no mercado consumidor nacional, como a Levi's.

2.2.5 A Moda como negócio no Brasil

Conforme Abreu (2003), São Paulo já foi considerado o túmulo do samba, não tem praia, o carnaval é tímido, mas nenhum outro lugar do país reúne tanta gente daqui e de outros cantos do mundo. A megalópole é uma constelação de culturas e guarda o traço de cidade frenética, que não pode parar. A imprensa mundial a tem tratado como a capital latino-americana da moda, e nessa parte do continente atualmente não existe evento que possa ser comparado ao São Paulo Fashion Week em matéria de afirmação estética e realização de negócios.

A era contemporânea da moda brasileira começa em 1994, com o Phytoervas Fashion, que mostrava a criação de novos estilistas. Dois anos mais tarde, uma transformação substancial se dá com o Morumbi Fashion, versão inicial do São Paulo Fashion Week. Esses movimentos já anunciavam o impulso que teria a moda brasileira. O Brasil passa a contar com um calendário de moda e os lançamentos deixam de ser isolados, ganhando unidade. Os estilistas abandonam a preocupação

com acontecimentos estrangeiros e se ocupam mais do desenvolvimento de seu próprio trabalho. São Paulo, então, sagra-se pólo irradiador da moda do Brasil e da América Latina para o resto do mundo.

O calendário existe há cerca de oito anos, mas só recentemente adquiriu dimensão internacional. O São Paulo Fashion Week possui duas edições anuais, quando oficialmente lança coleções de inverno e verão para milhares de compradores. O evento – realizado no suntuoso prédio da Fundação Bienal, situado Parque Ibirapuera – recebe centenas de convidados e atrai a atenção da imprensa mundial especializada: nos corredores do São Paulo Fashion Week, podem ser vistos enviados de jornais e revistas como *Le Figaro*, *L'Officiel* e *Visionaire* (França); *Dutch* (Holanda); *Dazed & Confused* e *Sunday Times* (Inglaterra); *Corriere della Sera* (Itália); *Harper's Bazaar* (México); e *Vogue* (Rússia). Suzy Menkes, no *International Herald Tribune* (ABREU, 2003), fala que "uma brisa latina sopra por entre a moda neste momento", invoca um "maremoto" chamado Alexandre Herchcovitch e atesta a hora de "silhuetas curvilíneas e de qualquer cor, desde que clara e exótica" (ABREU, 2003). David Shah, editor da prestigiosa *ViewPoint*, uma publicação sobre marketing, publicidade e moda, afirma em entrevista que "o Brasil é realmente o lugar para se estar no momento" (ABREU, 2003).

A boa fase da moda brasileira pode ser observada pelos atuais 25 cursos sobre o assunto e por empreendimentos como o Amni Hot Spot (considerado a evolução do antigo Phytoervas), que tem a finalidade de revelar a criatividade de jovens talentos do estilismo. Segundo a Associação Brasileira da Indústria de Têxtil (ABIT, 2005), entidade responsável pela intermediação de interesses e demandas do segmento com o governo, só o setor têxtil faturou US\$ 2 bilhões em 2000. No ranking nacional, é a segunda maior indústria do país e o quarto produtor mundial. A ABIT (2000) informa ainda que, em 2001, o setor gerou cerca de 20 mil postos de trabalho. A indústria têxtil e de confecção responde por quase 5% do produto interno bruto (PIB) do país e emprega 1,6 milhões de pessoas. O Brasil é o terceiro país na produção de malhas e o sétimo em fios e artigos confeccionados. Sua posição no comércio internacional, porém, ainda é acanhada: pouco mais de 0,2% do total das exportações e importações.

Mais do que os materiais artesanais ou tecnológicos, o que faz a diferença é a versatilidade e diversidade no seu uso, na composição dos tecidos e no jeito de criar moda. A força da nossa herança cultural tem servido de fonte de inspiração, como

mostra o trabalho de Walter Rodrigues e Lino Villaventura, que souberam transformar a renda de bilro com originalidade na assimetria e contraste de cores e desenhos.

O apoio de empresas tem sido vital à projeção dos estilistas. Glória Coelho, Fause Hatén e Alexandre Herchcovitch são exemplos de boa parceria com a Rhodia. Ao confeccionarem suas criações, esses e outros estilistas unem o talento à tecnologia de ponta da indústria têxtil. Projetos como o Amni Global Fashion servem para demonstrar o desenvolvimento da matéria-prima, a utilização de alta tecnologia no produto final onde entra a criatividade dos estilistas e, também, para incentivar a moda brasileira a se aprimorar e ser valorizada nacional e mundialmente (ABREU, 2003).

Depois das *top models*, chegou a vez dos nossos estilistas. É a criação de moda brasileira entrando para o calendário internacional com passos firmes. Mas, antes de Herchcovitch e Icarius de Menezes participarem do Prêt-à-Porter parisiense; da grife M.Officer marcar presença no London Fashion Week e do estilista Fause Hatén desfilarem sua criação na Semana de Moda de Nova York, Ocimar Versolato, que trabalhou durante 14 anos em Paris e desenhou para a grife Lanvin, e Inácio Ribeiro, radicado em Londres e dono da marca Clements Ribeiro, que tem entre seus clientes Cameron Diaz, Madonna e Brad Pitt, que podem ser considerados nossos primeiros embaixadores no mercado estrangeiro.

Segundo Joffily (1999) o intrépido Herchcovitch, que debutou no Phytoervas Fashion, apresentou três coleções em Londres, fez sucesso na estréia do calendário oficial de Paris em 2001 e este ano está comercializando suas coleções na Henri Bendel, conceituada loja nova-iorquina. O designer é conhecido pela irreverência e audácia nas cores e estampas. Amir Slama, estilista da grife Rosa Chá, que tem criações em pontos de venda nos Estados Unidos, Inglaterra e Japão, considera importante que a moda tenha uma linguagem particular e ao mesmo tempo global e aposta no futuro de produtos com bom design e qualidade.

Carlos Mièle, estilista da M.Officer, tem a brasilidade como tema recorrente nas últimas coleções. Desafiador, seu trabalho questiona o preconceito das elites brasileiras com a cultura popular. Mièle casa tecnologia de novíssimos materiais com artesanato, e soma ambos a cores fortes, canutilhos e assimetrias. Sua roupa pode ser adquirida em Nova York, Paris e Hong-Kong. Fause Hatén, dono de design arrojado misto de alta costura e *prêt-à-porter*, entrou no mercado dos Estados

Unidos ao se envolver com a grife Giorgio Beverly Hills. Em 2000, arrematou o primeiro prêmio da ABIT Fashion Brasil e, em 2001, desfilou sua coleção na Semana de Moda de Nova York.

Icarius de Menezes foi descoberto pelo bureau de imprensa Girault-Totem, que esteve no Brasil para levar alguns estilistas para a Europa. Icarius, então, mostrou seu trabalho a uma indústria de confecção belga, tornando-a sócio-patrocinadora. Reinaldo Lourenço é um dos nomes que faz furor no São Paulo Fashion Week. O designer afirma que não trabalha com estereótipo e sua roupa é para quem gosta de moda. Unanimidade nacional, ele conquista territórios internacionais, vendendo suas criações em 35 pontos no exterior.

Ronaldo Fraga vem do Phytoervas e é tido como o mais 'cabeça' dos estilistas da geração. Cria peças temáticas e conceituais, sem abandonar a idéia de fazer coisas para serem vestidas. A caçula Thaís Losso, aos 26 anos desenhou uma moda de rua irreverente e original para a marca Cavalaria, de Igor Cavalaria, baterista do Sepultura. Tufi Duek, criou a marca Forum e Triton. Em 1981, inaugurou um *showroom* em Nova York e vende para 80 estabelecimentos norte-americanos. Chamou atenção inspirando-se em motivos nordestinos, cariocas e do Cinema Novo e entrou para o mercado internacional em 1998 (JOFFILY, 1999).

Tem ainda André Lima, Márcia Ganem, Mário Queiroz, Renato Loureiro, Ricardo Almeida e tantos outros que o mundo, se não ouviu falar ainda, não vai demorar muito a ver, vestir e admirar.

Mas além do São Paulo Fashion Week, que é o principal evento de moda brasileiro, destacam-se também o Fashion Rio e o Donna Fashion - RS, além de outros eventos em outros estados do Brasil.

- Fashion Rio

A partir de 2001, a FIRJAN – Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro – criou um Fórum que se concentrou na formatação e organização de um evento de moda profissional no Rio de Janeiro que contribuísse para o desenvolvimento da Cadeia Industrial Têxtil do estado. Surgiram desta iniciativa o FASHION RIO - Evento Oficial da Moda Brasileira no Rio de Janeiro e o FASHION BUSINESS (www.firjan.org.br)

O Fashion Rio - um projeto do Sistema FIRJAN e da ABIT (Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção) - é um evento de imagem que conta com desfiles das grifes mais representativas do estado, visando consolidar o estado como pólo lançador de tendências. São duas edições anuais: em fevereiro, para lançamento das coleções outono-inverno, e em julho, de lançamentos primavera-verão.

O Fashion Business é uma bolsa de negócios que acontece paralelamente ao Fashion Rio e que pretende consolidar a imagem de nosso estado como pólo gerador de negócios para o setor. No evento, empresas de moda do Rio, e de outros estados, expõem seus produtos para lojistas e compradores visitantes e realizam encontros de negócios pré-agendados, seguindo um formato de evento inédito no Brasil.

Por intermédio de uma parceria entre o Sistema FIRJAN e o Sebrae/RJ, a participação dos diversos pólos de confecção do estado é incentivada, facilitando assim o seu acesso a essa importante vitrine.

- Donna Fashion

Donna Fashion Iguatemi, já está na sua quinta edição, e se consolidou como o maior evento de moda e um dos principais eventos no calendário do sul do país. Pela primeira vez o Donna Fashion Iguatemi contou com o tema: do Brasil para o Brasil. A passarela deste ano misturou estilos para apresentar e conhecer as novas tendências da próxima estação de grifes nacionais, lançamentos de lojas do Shopping Iguatemi e visões da moda para o futuro pelos olhos dos grandes estilistas.

O Salão Donna Fashion contou com aproximadamente 4 mil metros quadrados onde dispunha de muitas atrações buscando divulgar a moda e uma passarela com acomodação para 600 pessoas. A platéia contou com os convidados dos estilistas, público consumidor, clientes do Shopping, estudantes de moda, jornalistas, lojistas e formadores de opinião.

Sete horas diárias de maratona *fashion* com as últimas coleções das grifes que fazem o mundo da moda. No início da tarde os desfiles mix mostraram e surpreenderam o público as coleções do Shopping Iguatemi. No final da tarde e à

noite, foi a vez das surpresas e do glamour das grifes e estilistas convidados (Walter Rodrigues, Patachou, Maria Bonita, Santa Ephigênia, entre outros).

Entre as grifes de peso, fizeram parte do casting do Donna Fashion Iguatemi a TNG, Zoomp, Zapping, Disritmia, Spezzato, Colcci e Água Doce (www.clicrbs.com.br/donnafashion).

2.3 O Tropicalismo

O chamado Tropicalismo teve grande importância histórica, foi um movimento artístico-cultural que contagiou o cenário brasileiro iniciado em meados de 1967 e de 1968, marcando a ruptura da arte contemporânea, inaugurando conceitos e tendências que iriam desembocar na arte brasileira.

O Tropicalismo, logo depois de sua "explosão" inicial, transformou-se num termo corrente da indústria cultural e da mídia. Em que pesem as polêmicas geradas inicialmente (e não foram poucas), o Tropicalismo acabou consagrado como ponto de clivagem ou ruptura, em diversos níveis: comportamental, político-ideológico, estético. Ora apresentado como a face brasileira da contracultura, ora apresentado como o ponto de convergência das vanguardas artísticas mais radicais (como a Antropofagia modernista dos anos 20 e a Poesia Concreta dos anos 50, passando pelos procedimentos musicais da Bossa Nova), o Tropicalismo, seus heróis e "eventos fundadores" passaram a ser amados ou odiados com a mesma intensidade. Atualmente, mais amados do que odiados.

A intervenção histórica operada, sobretudo pelo Tropicalismo musical, foi tão contundente que mesmo aqueles que, na época, não se identificaram com seus pressupostos, não lhe negaram a radicalidade e a abertura para uma nova expressão estético-comportamental. Com o passar dos anos o véu da memória histórica se torna mais espesso e os significados e complexidades em jogo tendem a perder nitidez.

Geralmente, seus eventos fundadores são localizados em 1967, embora o Tropicalismo, como movimento assim nomeado, tenha surgido no começo de 1968: na música - sua maior vitrine - através das inovadoras propostas de Caetano e Gil, no III Festival de Música Popular da TV Record de 1967. No teatro, com as

experiências seminais do Grupo Oficina, ou seja, as montagens d' O Rei da Vela e de Roda Viva. No cinema, acompanhando a radicalização das teses do Cinema Novo, em torno do lançamento de *Terra em Transe*, de Glauber Rocha. Não poderíamos deixar de citar as experiências das artes plásticas, sobretudo as elaboradas por Hélio Oiticica, área menos reconhecida pelo grande público, apesar de ter sido o campo onde a palavra Tropicalismo ganhou significado inicial, adquirindo as feições gerais que mais tarde a consagrariam.

Foi um movimento surgido da radicalização das questões colocadas pelas artes nos anos 60, na sua interface com a vanguarda mundial e com a indústria cultural brasileira. Questões essas que confluem num ponto: a crise terminal do "nacional-popular" como eixo da cultura e da política. Neste sentido, apesar do seu hipercriticismo, o Tropicalismo será a face positiva, prospectiva e culturalmente inovadora, do processo histórico marcado pelos "impasses" catalisados pelo golpe militar de 1964.

O batismo do novo termo coube às artes plásticas, diga-se, a Hélio Oiticica e sua tentativa de estabelecer uma *nova objetividade* como corrente principal da vanguarda brasileira. Entre *parangolés, táteis e móveis*, Oiticica encontrou na sua obra-ambiência Tropicalismo a síntese das experiências mais atualizadas da vanguarda com a tradição popular brasileira mais despreziosa. Logo após essa sua obra sintética, proclamou:

A arte já não é mais instrumento de domínio intelectual, já não poderá mais ser usada como algo supremo, inatingível, prazer do burguês tomador de uísque e do intelectual especulativo. Só restará da arte passada o que puder ser apreendido como emoção direta, o que conseguir mover o indivíduo do seu condicionamento opressivo, dando-lhe uma nova dimensão que encontre uma resposta no seu comportamento.

O Tropicalismo, no âmbito das artes plásticas, é tributário de uma corrente de vanguarda que, desde a cisão dos artistas concretos e neo-concretos em 1959-1960, procurava apostar na emoção e na desvalorização da arte em si, como procedimento de crítica da instituição-arte e como desmistificação do artista como arauto de um projeto intelectual e ideológico coerente que deveria ser comunicado às massas. Nem pedagogia conteudista (base da arte de esquerda), nem elevação do gosto médio do público (utopia presente nas vanguardas construtivistas, como a Poesia Concreta; que defendiam a aproximação da arte e da linguagem não para desvalorizar a instituição-arte mas para valorizar e incrementar a percepção do

mundo, por parte do homem *moderno*). As experiências de Hélio Oiticica visavam sobretudo resolver o problema de criação e intervenção artístico-cultural na sociedade brasileira, sem imitar os procedimentos e problemáticas das artes plásticas dos grandes centros internacionais, fugindo ao mesmo tempo do vanguardismo construtivista e do pedagogismo nacionalista.

Com tudo isso, o Tropicalismo gerou moda, fez com que o povo brasileiro passasse a gloriar mais sua cultura. Passou a incluir tudo que valoriza o Brasil, os índios, a fauna, a flora, o carnaval, a alegria do povo daqui. E, esse sentimento só vem aumentando com o passar dos anos, cada vez mais presente em nosso dia-a-dia e em nossa imagem no exterior que a cada ano que passa vem crescendo, principalmente pela valorização de nosso design, onde a moda está incluída.

Neste projeto o termo “Tropicalismo” refere-se especificamente à natureza de nosso país, à fauna e a flora brasileiras.

2.3.1 O Tropicalismo no Verão 2005/2006

A fauna e a flora brasileira já apareceram nas passarelas da moda dos últimos verões. As estampas apresentam-se na grande maioria em estampas corridas e raras vezes em localizada (como mostra a figura 04), nessas estampas corridas utilizam muito folhas de plantas e em algumas apresentam flores.

As figuras a seguir mostram a presença deste referencial (tropicalismo) no vestuário feminino no último verão.



Figura 11: Vestido da marca Tessuti.

Fonte: www.uol.com.br/moda/verao05

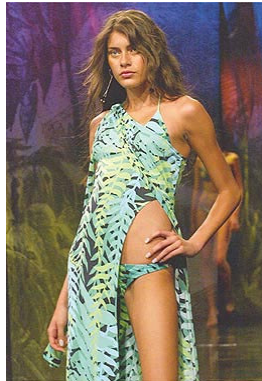


Figura 12: Saída de praia e biquíni Reinaldo Lourenço.

Fonte: www.uol.com.br/moda/verao05

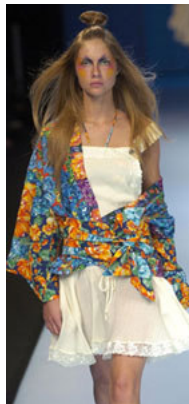


Figura 13: Camisa da marca Drosófila.

Fonte: www.uol.com.br/moda/verao05



Figura 14: Camiseta Vide Bula.

Fonte: www.uol.com.br/moda/verao05



Figura 15: Biquíni e saída de praia Água Doce.

Fonte: www.terra.com.br/moda/spfwverao2006.



Figura 16: Biquíni da marca Sais.

Fonte: www.terra.com.br/moda/spfwverao2006.



Figura 17: Vestido social Walter Rodrigues.

Fonte: www.terra.com.br/moda/spfwverao2006.

2.4 Verão 2007

O holandês Gert van de Keulen, diretor criativo do Studio Li Edelkoort; um dos mais importantes birôs de informações de moda do mundo, especializado em *branding* e pesquisa de tendências; apresentou as tendências da temporada em sua palestra na abertura do *Fashion Business 2007* no Rio de Janeiro sobre o verão 2007. Gert abordou o aspecto naturalista que vem inspirado à moda, o design e o comportamento mundiais nas últimas temporadas. "A natureza oferece o melhor design do mundo. A moda, a arte e o design precisam descobrir seu interesse pela ciência. Este é o momento de se unirem", disse ele. (www.erikapalomino.com.br).

Segundo os conceitos da apresentação, formas orgânicas, como corais, cristais e esponjas; tons naturais, como marfim e osso; além de variações de cinza, mistura de azul e verde e tons inspirados em flores, plantas, frutas, minerais e peles de animais; são a chave de consumo para as próximas estações. "O Brasil é um país que serve de grande inspiração, sua beleza natural deve nortear a produção de roupas e objetos nos próximos anos", revela Gert.

Novamente, nesta estação, o Tropicalismo Brasileiro estará presente nas coleções dos estilistas daqui. Trazendo para as peças do vestuário do verão as belezas da fauna e da flora do Brasil.

A marca que mais apresentou a tendência no São Paulo Fashion Week Verão 2007 foi a Cia Marítima. Alguns exemplos são mostrados nas figuras 18 a 23.



Figura 18: Saída de praia Cia Marítima.

Fonte: www.ciamaritima.com.br

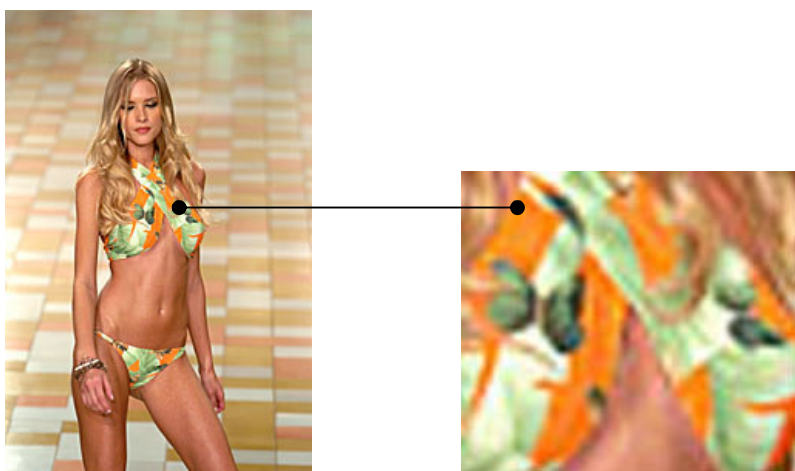


Figura 19: Biquíni Cia Marítima.

Fonte: www.ciamaritima.com.br

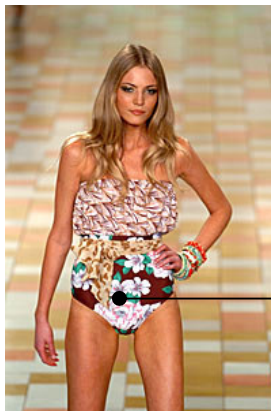


Figura 20: Maiô Cia Marítima.
Fonte: www.ciamaritima.com.br

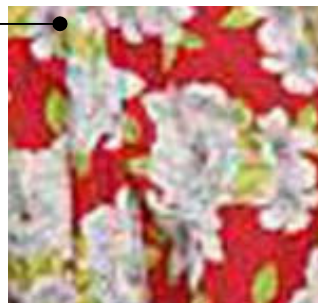


Figura 21: Saída de praia Cia Marítima.
Fonte: www.ciamaritima.com.br

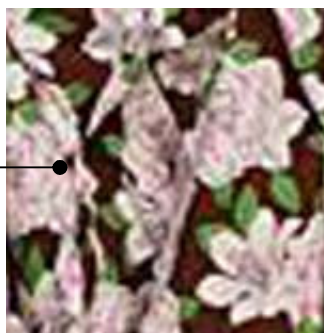


Figura 22: Calça Cia Marítima.

Fonte: www.ciamaritima.com.br



Figura 23: Maiô Cia Marítima.

Fonte: www.ciamaritima.com.br

Com base nas pesquisas realizadas, na participação de feiras, em documentários ou programas específicos veiculados por canais de televisão, pode-se observar que a cartela de cores do Verão 2007 está bem variada, mas voltada para as cores quentes, com tons de verdes e terrosos, o preto, o branco, o marinho e o vermelho.

3 METODOLOGIA DE PESQUISA E PROJETO

Esta pesquisa foi desenvolvida através de estudo bibliográfico e de observação a campo das tendências de moda, sendo que a realização do projeto em design para estamparia localizada baseou-se na metodologia de projeto de Gui Bonsiepe e Mike Baxter. Para atingir os objetivos propostos, a pesquisa foi realizada em etapas definidas pelos autores.

3.1 Natureza da Pesquisa

A linha metodológica da pesquisa é de abordagem qualitativa tendo em vista a ênfase no contexto pesquisado, nos valores e percepções dos sujeitos expressos socialmente, considerando a moda como um fenômeno conduzido pelo comportamento humano. Neste sentido, a qualidade/tipo das informações levantadas acerca do tema pesquisado (orquídeas brasileiras) para aplicação em um produto de moda, pode gerar elementos pertinentes a este estudo a partir da abordagem.

3.2 Procedimentos utilizados

Para viabilização deste estudo foram utilizados instrumentos para levantamento de dados, através de pesquisa bibliográfica, realizada pesquisa de campo, envolvendo as tendências manifestadas na mídia, em eventos do setor (feiras), vitrines, entre outros sobre a moda verão 2007. Além disso, fez um ensaio com testes de viabilidade da estampa sobre o tecido e peça proposta, constituindo um procedimento laboratorial.

3.2.1 Levantamento de Dados - Pesquisa Bibliográfica

A pesquisa bibliográfica foi realizada em livros sobre moda, botânica, design, design de estampa e através da Internet. Além disso, também foram consultadas revistas nacionais e internacionais de moda, catálogos de empresas do setor têxtil, a fim de levantar dados acerca do tema em questão, as orquídeas, bem como acerca das principais cores para o verão, da modelagem de roupas, das estampas já criadas. Esses procedimentos têm o objetivo de servir de fundamento teórico para o estudo e confrontar informações, a fim de buscar o diferencial para os produtos a serem desenvolvidos a partir de imagens de orquídeas do Brasil.

3.2.2 Pesquisa de Campo

Como procedimento a campo, a observação de diversos aspectos relativos, sobretudo à questão da moda verão 2007 na cidade, região e mesmo fora, em viagens, proporcionou o levantamento de informações das tendências do Verão 2005/2006 e Verão 2007 em lojas, vitrines, catálogos de moda, internet e feiras, revistas, programas de televisão que abordam o assunto, observando o público alvo, verificando a cartela de cores, os tecidos que serão utilizados, as modelagens, a posição da estampas, e o método de transposição das estampas para o tecido.

3.2.3 Pesquisa Laboratorial

Para seleção do tipo de impressão e seus efeitos sobre o tecido nas peças de vestuário feminino para o Verão 2007, foram realizados ensaios para verificar a viabilidade do tipo de impressão na roupa. Buscou-se empresas que oferecem o serviço na cidade e contato com outras para definir a possibilidade de impressão a partir da proposta do projeto.

3.3 O projeto de design de estampa

Este projeto foi desenvolvido através de estudo bibliográfico, metodologia de projeto baseada em Gui Bonsiepe e Mike Baxter e execução das peças. Para atingir os objetivos propostos, a pesquisa foi realizada nas seguintes etapas:

3.3.1 Estudo sobre as Orquídeas do Brasil

Devido a grande variedade de espécies que se encontram no Brasil, como mostrado do quadro 01, selecionou-se as imagens de algumas das espécies que temos em nosso país para a realização dos estudos formais do projeto.



Figura 24: Foto Orquídea 01 (estampa 01).

Fonte: MARX, 1980.

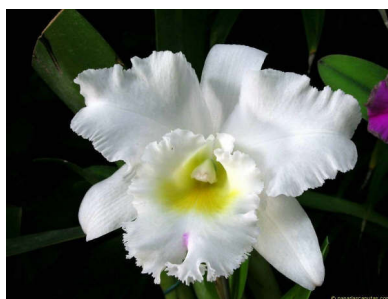


Figura 25: Foto Orquídea 02 (estampa 02).

Fonte: MCQUEEN, 1993.



Figura 26: Foto Orquídea 03 (estampa 03).
Fonte: MCQUEEN, 1993.



Figura 27: Foto Orquídea 04 (estampa 04).
Fonte: MARX, 1980.



Figura 28: Foto Orquídea 05 (estampa 05).
Fonte: MARX, 1980.



Figura 29: Foto Orquídea 06 (estampa 06).

Fonte: MARX, 1980.

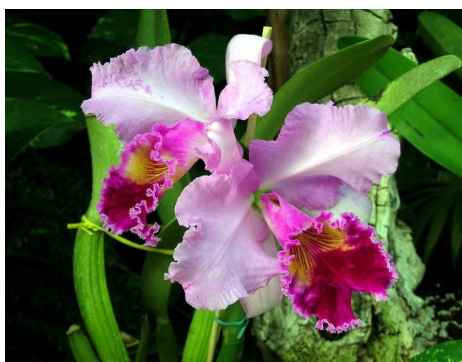


Figura 30: Foto Orquídea 07 (estampa 07).

Fonte: MCQUEEN, 1993.

3.3.2 Problematização

Para realização deste trabalho propôs-se desenvolver projetos para estampas localizadas aplicáveis ao vestuário feminino, pois no mercado atual esse tipo de estampa é quase nulo, tendo em vista que na tendência Verão 2007 não foi encontrado nenhum exemplo, diferente das estampas das confecções que a moda atual oferece.

O modo com que as estampas seriam impressas nas peças e um tecido que possua fluidez, conforto e se adapte melhor à técnica de impressão escolhida também se tornaram um desafio.

3.3.3 Análise Sincrônica

3.3.3.1 Tendências e Modelagens

Como resultado das pesquisas realizadas observa-se que o verão dentro da tendência do Tropicalismo apresenta predomínio das cores quentes, tons de verde, terrosos, o branco e o preto, o vermelho e o marinho. Nas modelagens os vestidos, blusas e batas são fluídos, simples e destacam-se por suas estampas, o tomara-que-caia aparece bastante.

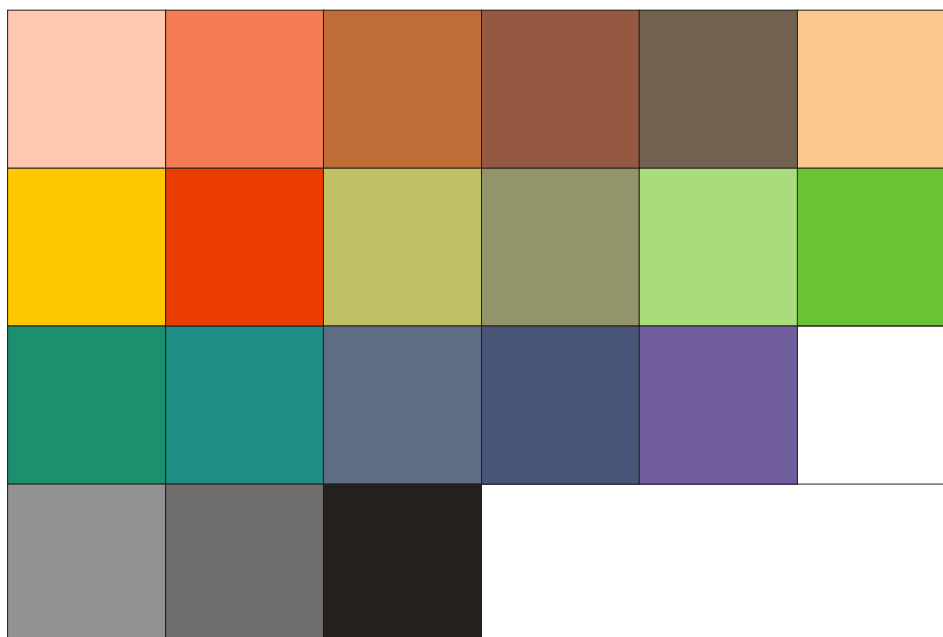
3.3.3.2 Público Alvo

O público alvo deste projeto são mulheres com faixa etária entre 20 e 35 anos, um público jovem, que aprecia moda, em uma fase de crescimento na vida, que buscam roupas ousadas, versáteis (que a acompanhem do dia à noite), confortáveis e ao mesmo tempo na moda. A análise deste segmento revela que mulheres nesta faixa etária e com esse perfil utilizam muito no verão vestidos longos ou médios, batas e blusas com jeans acompanhando.

3.3.3.3 Cartela de Cores

A cartela de cores utilizada no projeto foi definida após as pesquisas realizadas nas tendências apresentadas, em revistas, internet, feiras.

Quadro 03 - Cartela de Cores.



3.3.3.4 Avaliação

Observando as peças de verão das coleções passadas que apresentam o tropicalismo do Brasil, comprova-se que a estampa localizada é muito pouco utilizada, foi encontrado somente um exemplar (Figura 04, p. 41), o destaque são principalmente para desenhos de folhagens e folhas de plantas, em segundo aparecem as flores de modo geral. Estampas que apresentem orquídeas não foram encontradas.

A proposta “Tropicalismo” detém-se mais na moda praia, tendo pouca representação em peças mais urbanas que compõem o vestuário do dia-a-dia. As peças encontradas atendem a diferentes faixas etárias.

3.3.4 Análise Diacrônica

3.3.4.1 Uma breve história das estampas

Os tecidos estampados são mais antigos do que se possa supor. Os primeiros registros do algodão estampado ocorreram entre os séculos XI e XV no

Oriente, Oriente Médio e Índia. Na Europa, a estampagem do linho e da seda desenvolveu-se principalmente na Itália e na Alemanha a partir do século XV, afirma Moutinho (2000).

Com as expedições à Índia, no século XVII, os tecidos estampados foram genericamente conhecidos mundo afora como os "indianos" ou "pintados", e eram inicialmente utilizados apenas na decoração, estofando móveis. De lá para cá, o tecido estampado construiu uma trajetória de sucesso e presenteou a moda com alguns padrões que se tornaram verdadeiros ícones de épocas passadas e até hoje, em pleno século XXI, continuam a ser importantes referências. É o caso da estampa *Toile de Jouy*. Originalmente monocromática, esta estampa tem motivos campestres e românticos, em tons de azul ou vinháticos, e se originou na cidadezinha francesa de *Jouy -en -Rosas*, daí o nome da padronagem. No século XVII, a *Toile de Jouy* se tornou febre na corte francesa e ficou famosa por ser a predileta de Maria Antonieta, rainha da França no século XVIII. Até hoje a estampa é encontrada na decoração e na moda, sendo também uma das prediletas do estilista Jean Paul Gaultier, diretor criativo da Hermes (MOUTINHO, 2000).



Figura 31: Estampa *Toile de Jouy*.

Fonte: www.allthethingsyoulove.com/collection

O século XX foi rico em estampas que marcaram época e fizeram história. No início do século, as mulheres se encantaram pelas delicadas e miúdas florzinhas da loja inglesa Liberty. Na década de 20, a geometria das estampas déco era o que havia de mais moderno. Nos anos 50, surgiram as padronagens tropicais havaianas. A década de 60 foi marcada pelas estampas psicodélicas do estilista italiano Emilio Pucci - que estão em alta neste verão. O movimento hippie dos anos 70 trouxe de volta à moda as estampas indianas e florais. Na década de 80 o grafismo em preto e branco das estampas Op Art dominaram a moda e o contraste de cores produzia

efeitos visuais. Nos anos 90, várias estampas se misturaram: o grafite do Hip Hop, os motivos tecno da geração rave e as padronagens repetidas de logotipos - a logomania - fecharam um século criativo e super-estampado.

3.3.4.2 História dos Tecidos

Em um passado nada distante imaginávamos que o ano 2000 chegaria com a população mundial envolta em tecidos metalizados, como o amianto. Felizmente isso não aconteceu e a indústria têxtil tem se esmerado em usar toda a tecnologia mundial disponível para criar fibras e tecidos cada vez mais ajustados ao estilo de vida moderno.

Presentes desde que o homem criou sua primeira vestimenta, o algodão e o linho reinaram soberanos até meados do século XIX, quando surgiram as primeiras fibras sintéticas - acetato e viscose. O primeiro fio sintético de acetato de celulose foi criado na Alemanha em 1869. No princípio do século XX os químicos suíços Camille e Henri Dreyfus deram continuidade ao desenvolvimento da fibra, sendo bruscamente interrompidos com a chegada da Primeira Guerra Mundial, quando o acetato foi usado na fabricação de encerados para revestir os aviões franceses e britânicos. Somente em 1920 o acetato voltou a ser produzido comercialmente, pela British Celanese Ltda., utilizando o método Dreyfus. A viscose, fibra sintética de celulose derivada da polpa de madeira passou a ser produzida em 1905.

A segunda geração de sintéticos teve início em 1938 com o lançamento do nylon – termo genérico para uma fibra sintética em que a substância formadora é qualquer poliamida sintética de cadeia longa que possua grupos recorrentes de amidas. As primeiras meias finas de nylon foram lançadas em 1940. Alguns anos depois apareceu a fibra sintética acrílica, usada para substituir a lã. Lançada em 1947, só foi produzida em escala comercial na década de 50 quando, surgiu no mercado a fibra de poliéster. Utilizada inicialmente na fabricação de tecidos para decoração, o poliéster foi usado com sucesso na fabricação de todos os tipos de roupa por ter como características o fato de não amarrotar, não deformar e secar rapidamente.

Apesar de a tecnologia ser a favor do aperfeiçoamento das fibras sintéticas, os anos 80 foram marcados por períodos de “rejeição” aos sintéticos. Quase um

século após o aparecimento da primeira fibra sintética, a população mundial descobriu inúmeras desvantagens dos tecidos produzidos dessa forma.

Preterida no mercado têxtil, a indústria iniciou uma série de pesquisas para o aprimoramento do tecido, tendo como objetivo principal a eliminação das propriedades de desconforto amplamente difundidas nesse período.

Para Káthia Castilho, professora da Escola de Artes, Ciências e Humanidades (EACH) da USP, o tecido conta a história da industrialização, da tecnologia de manufatura e da experimentação no uso de matéria-prima. Determina e influencia a estética e se especializa em produtos para diferentes fins. “É no diálogo do tecido e da pele que se apresenta uma nova possibilidade de análise do corpo revestido pela contemporaneidade, onde os fios respondem mais adequadamente às constantes exigências de beleza, conforto e bem-estar” (www.usp.br/jorusp/arquivo, 2006)

Na história dos tecidos, a mulher marca presença desde a Antiguidade. “Ela era a responsável por todo o processo têxtil. Fiava, tecia, tingia e confeccionava as roupas para toda a família. As roupas representavam a manutenção de um dado posicionamento na hierarquia social que constituía seu meio cultural.” Segundo Khátia, o aparecimento de técnicas de confecção cada vez mais elaboradas, o requinte cada vez maior em torno da preparação dos tecidos e o desejo de ascensão social propiciaram o conseqüente nascimento da moda, no final do século 14, com o significado muito próximo ao de hoje, em que as pessoas buscam, através das roupas, uma identificação e também um estilo que as destacam na sociedade.

3.3.5 Definição do Problema

Para a impressão das estampas localizadas nas peças optou-se pela técnica de Transfer³ pela qualidade de impressão e praticidade que oferece. E para a confecção o tecido escolhido foi a ViscoLycra, que além de ser um tecido leve, que permite trocas de calor para o verão, ter boa qualidade, apresentar uma gama de cores bem variada e ser muito utilizado pelas indústria de confecção atualmente, ele se adapta também às exigências do Transfer, a de possuir resistência ao calor e de possuir maleabilidade.

³ Transfer, do inglês, transferred 1. transferir(-se). 2. transportar. 3. fazer baldeação. 4. passar imagem de uma superfície para outra. MARQUES, 1998.

3.3.5.1 O Transfer

O sistema de termo-transferência ou *transfer* adapta-se aos novos substratos com facilidade tecnológica, e o técnico J. C. Macedo tem razão quando afirma que este sistema de estamaria pode revolucionar ainda mais a comunicação visual gráfica.

Quando se fala de impressão térmica sugere-se, desde logo, que uma imagem, fotográfica ou não, vai ser transferida – daí o termo inglês *transfer* para um objeto através de uma ferramenta adequada, ou seja, vai ser transportada e colocada/impressa sob determinada temperatura, com prensa ou com impressora especial. Temos, portanto, um veículo intermediário que transporta e coloca a Imagem já tratada para Impressão/Estampagem.

A impressão por Transferência Térmica, a TT, pode ser executada com impressão digital e serigráfica, também, sendo que na América Latina ainda são os sistemas mais utilizados pelos artistas visuais.

Neste caso, existem dois fatores técnicos de grande importância: a Impressora Digital e a Fita de Transferência.

Quanto à impressora digital, ela possui uma cabeça-de-impressão que trabalha com uma carga voltaica geradora de 300 a cerca de 550 pontos de aquecimento por distribuição linear, às vezes, até 600 pontos. O calor vai fazer a Tinta, que a Fita de Transferência contém, derreter a um determinado nível e possibilitar a estampagem. Existem diversas fabricantes de Impressora Digital para Termo-Transferência, mas a sua aquisição deve ser bem estudada por quem vai manuseá-la, por que: 1º- deve fazer a aquisição em empresa que faça demonstração/curso de utilização e de manutenção; 2º- a aquisição deve ter em vista a produção de auto-adesivos em tiragem pequena e média, e até peças personalizadas, com resolução média de 600 dpi's, ou acabará por destruir o equipamento (LA PAZ, 2005).

Porém, a técnica de impressão possui um custo elevado, cada impressão no tecido custa em média R\$25,00 (vinte e cinco reais).

3.3.5.2 A ViscoLycra

A viscolycra é um tecido leve, maleável, resistente ao calor, é um tecido muito contemporâneo pois é muito utilizado na indústria do vestuário atual.

Instruções gerais:

- **Enfesto/corte:** é aconselhável descansar o tecido por 24h antes de ser enfiado. Enfiar o tecido sem estiramento p/ evitar qualquer tipo de tensão. Utilizar faca vertical de aço rápido e sentido obrigatório, ou seja, todas as partes do molde devem ser encaixadas no mesmo sentido.

Fazer o encaixe das partes do molde com a barra para o lado que desmalha.

- **Costura:** deve-se testar as máquinas com retalho do artigo antes de iniciar as operações e confeccionar sempre uma peça piloto para análise. Manter as partes posicionadas com a mesma tensão para evitar o efeito embabado da peça.

Instruções de conservação:

- Temperatura máxima de lavagem 40°C;
- Ação mecânica normal;
- Não usar alvejante a base de cloro;
- É possível a secagem na vertical;
- Chapa de base do ferro com temperatura máxima de 110°C;
- Vaporização e tratamentos a vapor não permitidos;
- Não limpar a seco

3.4 Definição da Proposta

As estampas criadas serão localizadas, verificando a melhor posição do desenho de acordo com a peça, buscam representar as orquídeas do Brasil, mostrando toda a beleza das espécies de uma forma original.

São peças versáteis que podem ser usadas tanto no dia-a-dia quanto à noite, são vestidos longos e médios, batas e blusas, para um público jovem, com faixa etária entre 20 e 35 anos de idade, que apreciam moda.

A técnica de impressão das estampas localizadas escolhida foi o Transfer, o tecido utilizado foi a ViscoLycra por apresentar resistência ao calor , maleabilidade, leveza, gama variada de cores, ser atual. As peças finais receberão as estamparias pelo método de termo-transferência (Transfer), logo após o corte do tecido de cada peça, antes de receberem a costura final.

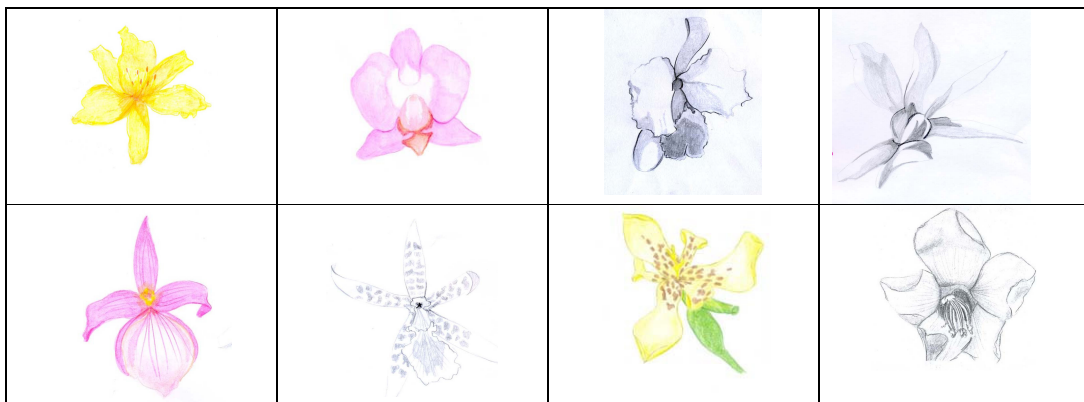
4 PROCESSO CRIATIVO

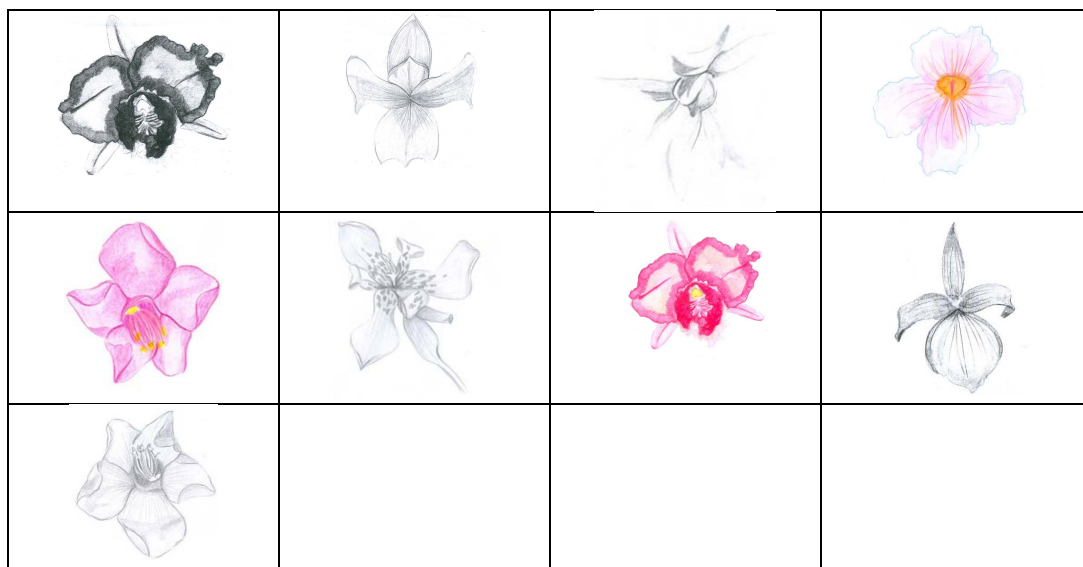
Após todo o levantamento de dados realizado e as etapas metodológicas definidas, iniciou-se o processo de criação das estampas localizadas para inserção na tendência da coleção de Verão 2007, seguindo o tema “Orquídeas do Brasil”. Durante a fase do processo criativo primeiramente foram selecionadas imagens dos tipos de flores encontrados, foram feitos desenhos de observação, criação e interpretação, assim como reduções e ampliações dos estudos elaborados para análise dos efeitos visuais. Logo após, iniciou-se a criação do layout de cada estampa localizada a ser produzida, com a definição de cores, o tratamento dos estudos criados (imagens) através de softwares gráficos (Corel Draw, Corel Photo-Paint), bem como a adequação das estampas às peças de vestuário (blusas, batas e vestidos).

4.1 A geração de alternativas

O Quadro 04 mostra alguns esboços preliminares realizados (desenhos de observação). Esses estudos foram feitos à mão com grafite e lápis de cor a partir da observação das orquídeas brasileiras selecionadas, foi testada a ampliação e redução dos desenhos através de fotocópias e visualização digital.

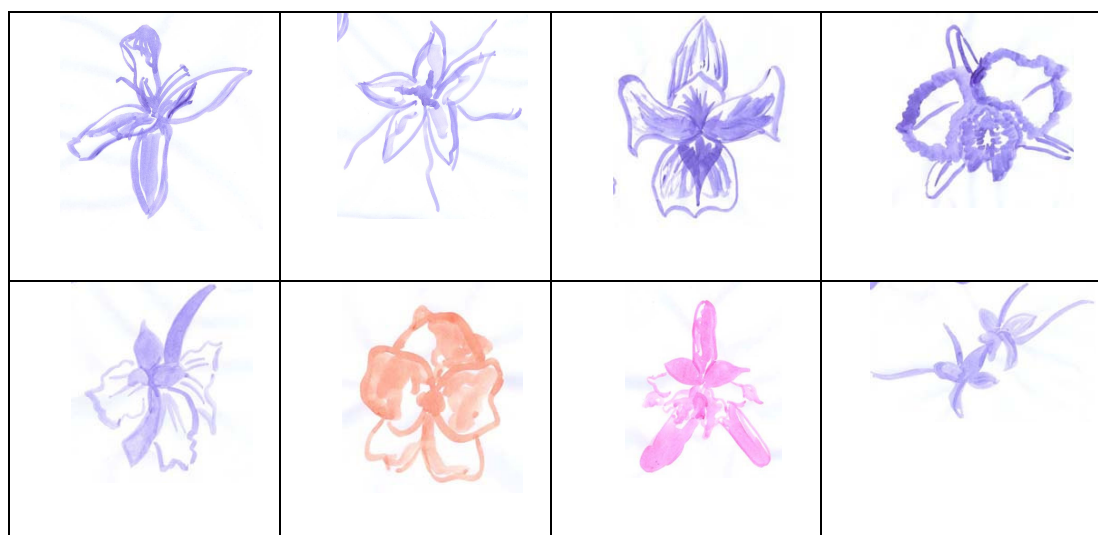
Quadro 04 – Esboços Preliminares elaborados manualmente.

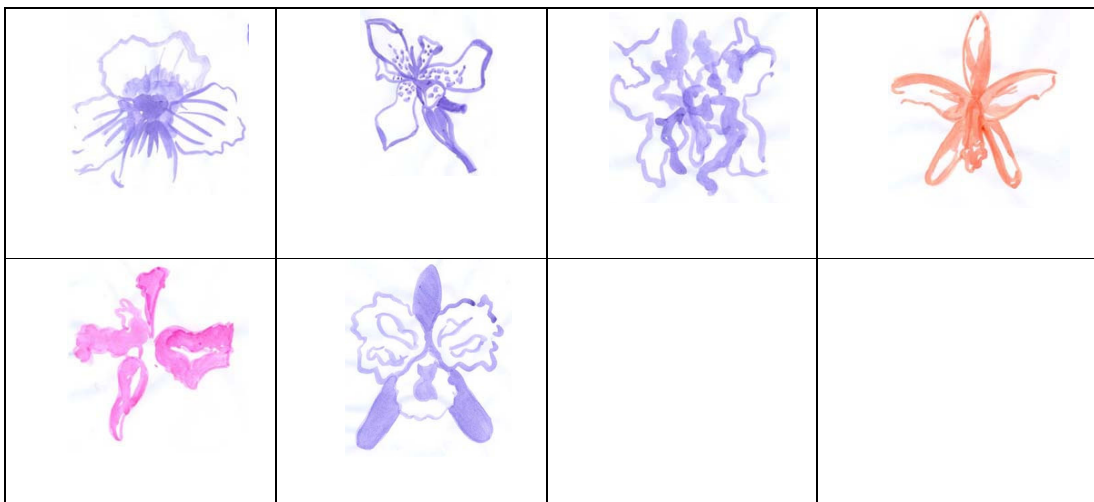




Buscou-se, a seguir, a partir dos desenhos das diferentes orquídeas, desenvolver alternativas adequadas à linguagem da estamparia, com a utilização de outros materiais de desenho e pintura que conferissem ao traço mais leveza, soltura e espontaneidade de modo a tornar a estampa melhor adaptada ao tipo de tecido e forma de impressão utilizada. O quadro seguinte apresenta os desenhos feitos com aquarela.

Quadro 05 – Estudo feitos com aquarela.





Essa etapa de investigação criativa de resultados visuais foi importante no sentido de gerar alternativas de desenhos mais próximos do resultado final desejado, com formas mais espontâneas e adequadas para partir para a etapa seguinte de tratamento de imagens através das ferramentas Corel DRAW e Corel Photo-Paint.

4.2 Corel DRAW e Corel Photo-Paint

O Corel DRAW é um programa de desenho vetorial bidimensional para design gráfico pertencente à Corel. É um aplicativo de ilustração vetorial e *layout* de página que possibilita a criação e a manipulação de vários produtos, como por exemplo: desenhos artísticos, publicitários, logotipos, capas de revistas, livros, CDs, imagens de objectos para aplicação nas páginas de Internet (botões, ícones, animações gráficas, etc) confecção de cartazes, etc.

Após serem “escaneados” os desenhos, utilizou-se a ferramenta “Mão Livre”, onde todos os desenhos foram redesenhados por cima de suas imagens para obter imagens vetoriais fechadas a fim de poderem receber preenchimentos tanto de cores quanto de texturas. Após, utilizou-se a ferramenta “Forma”, para eliminar o excesso de nós que se formam nos desenhos feitos com a ferramenta anterior e tornar os nós restantes suaves. Tornando o desenho pronto para a utilização do Corel Photo-Paint.

O Corel PhotoPaint, juntamente com o seu concorrente da Adobe Photoshop, está entre os melhores softwares para edição de imagens disponíveis no mercado.

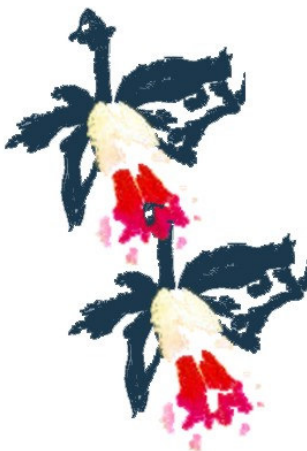
Ele faz parte do pacote CorelDRAW, e sua principal função é a edição de imagens. Através dele, pode-se aplicar preenchimentos e efeitos em imagens, melhorar a qualidade delas, duplicar, cortar, redimensionar imagens entre outros recursos.

Através do Corel Photo-Paint que as imagens receberam cores e em algumas formas receberam textura que pétala de orquídea “escaneada” para tornar o desenho mais elaborado. A posição e definição das estampas também foi realizada neste programa, obtendo assim o resultado final de cada estampa localizada.

4.3 Estampas finais

4.3.1 Estampa 01 – *Cattleya Granulosa*

Estampa que apresenta equilíbrio de cores quentes e frias, repetição de formas num eixo oblíquo. Esta espécie não apresenta distinção entre sépalas e pétalas, portanto na estampa apresentam-se como um todo, seu labelo é bicolor e bem destacado conforme a figura criada. Toda esta figura recebeu uma leve textura da pétala de orquídea “escaneada”.



4.3.2 Estampa 02 – *Cattleya Labiata*

Nesta estampa há equilíbrio de cores frias e quentes, as figuras se dispõem num eixo vertical com repetição espelhada. Espécie de orquídea que se apresenta “onduladinha” em seu contorno, com o labelo central, muito uniforme, sem destaque maior para qualquer uma de suas partes principais (sépalas, pétalas e labelo). Esta estampa recebeu textura de pétala em seu labelo.



4.3.3 Estampa 03 – *Cattleya Walkeriana*

Esta estampa possui predomínio de cores quentes, com simetria das formas num eixo horizontal. Nesta orquídea encontramos pétalas e labelo de tamanhos muito próximos, o labelo porém é mais pesado, por isso recebe uma cor de tonalidade escura e textura.



4.3.4 Estampa 04 – *Cattleya Bicolor*

Predomínio de cores quentes, esta estampa possui um eixo de simetria vertical, onde uma imagem encontra-se espelhada em relação à outra e com um deslocamento da forma. Orquídea de formas simples, muito simétrica, bicolor, onde o labelo destaca-se bastante, como na estampa criada. O labelo recebeu texturização.



4.3.5 Estampa 05 - *Cattleya Nobilior*

Composição equilibrada tanto na questão das cores quanto nas formas, onde novamente encontra-se repetição dos motivos no módulo. Esta espécie mostra orquídeas com as pétalas e o labelo muito parecidos, em tamanho e cores, por isso nesta estampa suas formas e cores estão interligados. As sépalas receberam textura de pétala.



4.3.6 Estampa 06 – *Cattleya Dolosa*.

Nesta estampa há predomínio de cores quentes com repetição e espelhamento das formas. O labelo é destacado por ser encontrado assim nesta espécie, as sépalas e pétalas apresentam a mesma coloração e proporção de formas, conforme a estampa. Toda esta estamparia recebeu textura.



4.3.7 Estampa 07 – *Cattleya Warneri*

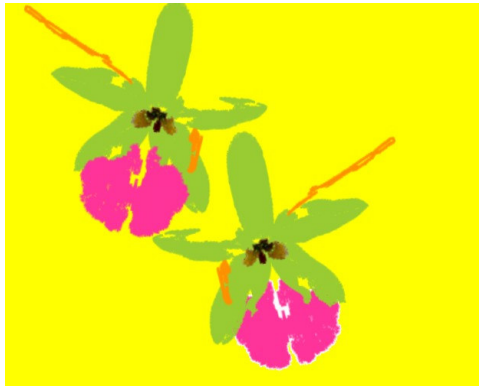
Estampa com predomínio de cores quentes, repetição e espelhamento das formas. O labelo recebeu cores vibrantes e textura para destacar-se na figura pois nesta espécie o labelo é maior e mais colorido do que as sépalas e pétalas.



4.4 Bandeiras

4.4.1 Bandeiras referentes à Estampa 04.

- Bandeira de Cores Alegres



- Bandeira de Cores Frias



- Bandeira de Cores Sóbrias



- Bandeira de Cores Delicadas



4.4.2 Bandeiras de Cores referentes à Estampa 05

.

- Bandeira de Cores Alegres
-



- Bandeira de Cores Frias



- Bandeira de Cores Sóbrias
-
-



-
-

- Bandeira de Cores Delicadas
-



4.5 Peças Finais

As peças foram todas confeccionadas em viscolycra branca, pois a técnica de transfer utiliza uma película branca de fundo, como as estampas criadas apresentam muitos detalhes, fica difícil de recortá-las com precisão para aplicação em tecidos coloridos, e no tecido branco não se encontram dificuldades de aplicação do transfer. Se o tecido é de tonalidade escura torna-se ainda mais difícil, pois a imagem a ser aplicada recebe uma película de borracha dura que não permite que se veja o desenho impresso e muito difícil de recortar. A máquina de transfer utilizada encontra-se nesta cidade.

Foram criadas 7 (sete) estampas localizadas, aplicadas em 7 (sete) peças de vestuário, 8 (oito) bandeiras de cores

Estampa 01 – *Cattleya Granulosa*



- Estampa 02 – *Cattleya Labiata*

-



- Estampa 03 – *Cattleya Walkeriana*



- Estampa 04 – *Cattleya Bicolor*



- Estampa 05 – *Cattleya Nobilior*



- Estampa 06 – *Cattleya Dolosa*



- Estampa 07 – *Cattleya Warneri*



CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste projeto de criação de estamparias localizadas para o vestuário feminino do Verão 2007, tendo como referencial as Orquídeas do Brasil, os objetivos foram atingidos. Após o levantamento teórico e visual sobre as tendências da moda feminina para a próxima estação, sobre o design de estamparia, sobre as orquídeas do Brasil e todos os demais assuntos que compõem este trabalho, assim como suas conceituações e definições; análise das formas, estruturas e cores de cada flor selecionada; definição das estampas localizadas, das peças do vestuário, da verificação da melhor posição para cada estampa em cada peça de roupa, da execução das peças e das impressões dos *layouts* gerados, o estudo resultou em um conjunto de 07 estampas localizadas, sendo 02 com 04 estudos de cor (bandeiras). Acredita-se que os resultados se inserem de forma adequada na proposta de uma coleção de moda feminina Verão 2007, pelo tipo de tecido escolhido, a Viscolycra, assim como pela característica dos desenhos baseados no referencial floral, onde se buscaram novas soluções, diferentes das que o mercado tem apresentado.

Esta pesquisa é muito importante, pois estimula o desenvolvimento de produtos inovadores, que abram espaço para o design nacional, estimulando o mercado à criação, à originalidade, pois a maioria das empresas viaja para o exterior e copiam as estampas, as modelagens de empresas estrangeiras, deixando de valorizar nossos designers e nossa cultura. As empresas precisam criar maior consciência em relação à originalidade, à criação, à valorização dos profissionais brasileiros, devem mostrar que nossos produtos não perdem em qualidade, beleza, criação e tecnologia para produtos da mesma linha de outros países.

O mercado atual está aberto para novas concepções estéticas, que renovem e reafirme o Brasil como tendência de moda. A temática da natureza e, sobretudo, da flora brasileira, com sua riqueza visual, apresenta muitas possibilidades de criação na área da estamparia localizada voltada à moda, enfatizando o referencial tipicamente nacional e explorando sua força expressiva. Dessa maneira, acredita-se que as estampas geradas neste projeto podem entrar no mercado, com possibilidades de ampliar o tema para outros públicos e para novas possibilidades de estampas em outras aplicações.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BAUDOT, François. **A Moda do Século**. São Paulo: Cosac & Naify, 2002.
- BAXTER, Mike. **Projeto de Produto**. São Paulo: Editora Edgard Blucher, 2003.
- BONSIEPE, Gui. **Metodologia Experimental**. Brasília: CNPq, 1984.
- FERREIRA, Augusto Burle G. **Identificação da *Cattleya motae***. L. C. Menezes, Boletim Caob, ano V, volume V, nº 3, Jul./Set.\ 1993.
- GOMES, S. E. **O Processo de Criação da Roup**a. Blumenau: FURB, 1992.
- JOFFILY, Robert. **O Brasil tem Estilo?** Rio de Janeiro: SENAC Nacional, 1999.
- LA PAZ, Mariza de – Barcelona/Esp., 2005. Edição Nº105 [Jan. 2005], Jornal O Serigráfico.
- MACIEL, L.C. **Geração em transe. Memórias do tempo do Tropicalismo**. Rio de Janeiro, Nova Fronteira, 1996.
- MARQUES, Amadeu. **Dicionário Inglês-Português-Português-Inglês**. São Paulo: Editora Ática, 1998.
- MARX, Roberto Burle. **Plantas bem brasileiras**. Rio de Janeiro: Rio Gráfica & Editora S/A, 1980.
- MCQUEEN, Jim & Bárbara. **Orchids of Brazil - - The World of Orchids 2 - The Text Publishing Company**. Melbourne Australia – 1993
- MOUTINHO, Maria Rita. **A Moda do Século XX**. Rio de Janeiro: Senac Editora, 2000.
- OITICICA, Hélio. *"O aparecimento do supra-sensorial na arte brasileira"*. 1968 In **Arte em Revista** nº 7, ago. 1983, pp. 40-42.
- O'KEEFFE, Linda. **Sapatos – Uma Festa de Sapatos de Salto, Sandálias, Chinelos...** Colonia: Workman Publishing Company, 1996.
- RECH, S. **Moda: Por um Fio de Qualidade**. Florianópolis: UDESC, 2002.
- REVISTA MANEQUIM. Estamparias. Rio de Janeiro. nº 555, p. 67, 2006.
- RUBIM, Renata. **Desenhando a Superfície**. São Paulo: Editora Rosari, 2005.
- SANCHES, Pedro A. **Tropicalismo**. São Paulo: Bontempo Editorial, 2000.
- TAMBINI, Michael. **O Design do Século**. São Paulo: Editora Ática, 1999.
- TREPTOW, Doris. **Inventando Moda**. Brusque: D. Treptow, 2003.

Fontes Digitais:

ABIT. **Associação Brasileira da Indústria Têxtil**. Disponível em:
<<http://www.abit.com.br> > Acesso em 24/ mar./2005.

ABREU, Eveline. **Moda Brasil**. Disponível em: <<http://www.mvu.gov.br/cdbrasil>>
Acesso em 24/ mar./2005.

ALL THE THINGS YOU LOVE. **Collections**. Disponível em:
<<http://www.allthethingsyoulove.com>> Acesso em 27/out./2006.

CASTILHO, Kátia. **Jornal da USP**. Disponível em: <<http://www.usp.br/jorusp>>
Acesso em 18/abr/2006.

CIA MARÍTIMA. **Verão 2006/2007**. Disponível em: <<http://www.ciamaritima.com.br>>
Acesso em 04/set./2006.

CLIC RBS. **Donna Fashion Iguatemi**. Disponível em:
<<http://www.clicrbs.com.br/donnafashion>> Acesso em: 13/dez/2006.

ERIKA PALOMINO. **Moda e Tendência**. Disponível em:
<<http://www.erikapalomino.com.br>> Acesso em 23/out./2006.

FIRJAN. **Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro**. Disponível em:
<<http://www.firjan.org.br>> Acesso em 13/dez/2006.

IBAMA. **Instituto Brasileiro do Meio Ambiente**. Disponível em:
<<http://www.ibama.gov.br>> Acesso em 24/mar./2005.

ICSID. **Conselho Internacional de Sociedades de Desenho Industrial**. Disponível em:
<<http://www.icsid.org>> Acesso em 27/mar./2005.

RÜTHSCHILLING, Evelise Anicet. **Design de Superfície**. Disponível em:
<<http://penta.ufrgs.br/evelise>> Acesso em 25/ mar./2005.

TERRA. **Moda Verão 2005**. Disponível em:
<<http://www.terra.com.br/moda/spfw2006>> Acesso em 16/out./2006.

UOL. **Verão 2005**. Disponível em: <<http://www.uol.com.br/moda/verao05>> Acesso em 22/mar./2005.

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA:

CARVALHO, Emanuela. Calor dos Trópicos. **Revista Vogue Brasil**. São Paulo. Nº 315, p. 34, 2004.

CARVALHO, Emanuela; SODEYAMA, Daniela. Pequenas Alegorias. **Revista Vogue Brasil**. São Paulo. Nº 315, p. 36, 2004.

FRASSON, Giovanni. Primavera Verão 2004/2005. **Revista Vogue Brasil**. São Paulo. Nº 314, p. 135-151, 2004.

GOULARTI, Alcides & JENOVEVA, Roseli. **A Indústria do Vestuário – Economia, Estética e Tecnologia**. Florianópolis: Livraria e Editora Obra Jurídica LTDA, 1997.

_____. Jardim Suspenso. **Revista Vogue Brasil**. São Paulo. Nº 314, p. 158-159, 2004.

LIPOVETSKY, G. **O Império do Efêmero: a Moda e seu Destino nas Sociedades Modernas**. São Paulo: Cia. das Letras, 1989.

NOROGRANDO, Ana. O Design de Superfície e a Universidade Federal de Santa Maria. **Revista do Centro de Artes e Letras**. Santa Maria. V. 1, nº 1, p. 149-151, 1998.

PAIANO, E. Do Berimbau ao Som Universal. **Dissertação de Mestrado**, ECA/USP, 1994, p. 146.

Tropical Club. **Revista Vogue Brasil**. São Paulo. nº 315, p. 32, 2004.

Tropical Club. **Revista Vogue Brasil**. São Paulo. nº 317, p. 182-191, 2004.

WONG, Wucius. **Princípios de Forma e Desenho**. São Paulo: Editora Martins Fontes, 2001.