



O USO DE TÉCNICAS GRÁFICAS MANUAIS NO DESENVOLVIMENTO DE ESTAMPAS PARA O MERCADO DE MODA

The use of manual printing techniques in the prints development for the fashion market.

Montenegro, Davi Sombra; mestrando; Universidade de São Paulo,
davisombra.m@gmail.com¹

Cacau, Francisco das Chagas Pessoa; mestrando; Universidade de São Paulo,
cacaufrancisco@usp.br²

Held, Maria Sílvia Barros de. Profa. Dra.; Universidade de São Paulo,
silviaheld@usp.br³

Resumo: O presente artigo apresenta algumas reflexões que surgem ao analisarmos o uso de técnicas gráficas manuais no desenvolvimento de estampas para o mercado de moda. Para isso, utilizam-se possíveis relações entre moda, história do design e os modos de produção e consumo de roupas estampadas pela sociedade.

Palavras chave: estamparia, moda, desenho

Abstract: This paper presents few reflections that can arise when exploring the use of manual graphic techniques in the development of prints for the fashion market. To do that, were exposed possible relationships between fashion, design history, the modes of production and consumption of printed clothing by society.

Keywords: printing, fashion, drawing

¹ Mestrando em Têxtil e Moda na EACH – USP. Graduado em Design-Moda pela Universidade Federal do Ceará (bolsista de Iniciação Acadêmica e Extensão) e Especialista em Gestão de Projetos pela Faculdade Estácio do Ceará. Atuou como professor substituto do curso Design-Moda da Universidade Federal do Ceará de 2017 a 2018.

² Mestrando em Têxtil e Moda na EACH – USP e professor no Senac São Paulo. É pós-graduado em Estética e Gestão da Moda pela Escola de Comunicações e Artes (ECA) da Universidade de São Paulo (USP). Graduado em Design Moda pela Universidade Federal do Ceará (bolsista de Comunicação e Eventos pela PREX UFC e bolsista PET-MODA pela PROGRAD).

³ Doutora e Mestra em Artes pela ECA-USP. Atua principalmente nos seguintes temas: arte, design, comunidade, sociologia da arte, moda, arte-educação, interdisciplinaridade e produção. É Professora Doutora efetiva da EACH - USP no Curso de Têxtil e Moda, e é Membro do International Council of Museums / UNESCO.



Introdução

Essa pesquisa tem por objetivo apresentar relações possíveis entre expressão gráfica, a partir de técnicas manuais, e suas aplicações na área de estamparia e/ou design de superfície para o segmento de vestuário. O uso da expressão gráfica pode ser percebido em diversas etapas de um projeto de design, desde a metodologia projetual, rascunhos ou mesmo em processos de criação e desenvolvimento. No caso da estamparia para o mercado de moda, nota-se a partir da observação do trabalho de alguns profissionais e empresas, o uso de técnicas de desenho e pintura aplicados diretamente ao desenvolvimento de estampas, bem como tais habilidades virem a ser consideradas um critério profissional relevante para vagas no setor.

Esse artigo pensa o uso destas técnicas de desenho manual na estamparia a partir de pesquisa bibliográfica referente ao design de estampas, bem como pesquisa observacional e documental do trabalho de estamparia praticado por empresas de moda, designers e estúdios de criação. Assim, apresenta considerações a respeito da história da produção industrial de estampas para tecidos, a super oferta/consumo de imagens que as novas tecnologias digitais permitem e possíveis consequências disto para a atividade, a comercialização/apropriação de valores simbólicos pelo mercado de moda, os procedimentos técnicos de impressão atuais e as inter-relações possíveis entre design, artistas, produção criativa e consumo em relação a este tema.



As estampas e os estampadores, designers, artistas.

O ato de utilizar desenhos para ornamentação de roupas e objetos com motivos decorativos remete a povos e culturas desde a antiguidade. Pode-se identificar exemplos deste uso em túnicas gregas antigas e também por povos indianos, que utilizavam carimbos de madeira e metal para estampar algodão por volta de 3.000 ou 5.000 a.C. Ao longo do tempo, os desenhos, técnicas empregadas e usos relacionados à estamparia passaram por mudanças, bem como as diversas atividades artísticas, produtivas e criativas empreendidas em cada época pela sociedade.

Desenhar sobre roupas, que já foi um processo artesanal realizado diretamente sobre o tecido por artistas de um determinado período, hoje é parte de um processo executado industrialmente que permite reproduções idênticas em velocidade e quantidades significativas, cabendo aos designers, artistas e ilustradores a tarefa de criar os motivos que serão reproduzidos nos metros de tecidos “em branco”. Denominada design de superfície, essa atividade foi reconhecida, em 2005, como um campo do design pelo CNPQ⁴, no Brasil. Um trabalho que explora habilidades como a utilização de *softwares* gráficos de desenho, conhecimentos sobre técnicas e processos de impressão, coloração, tendências, mercado e também aptidão para propor e interpretar ideias e referências conforme a demanda de cada projeto, o que exige certa interdisciplinaridade também do profissional que irá atuar nesta área.

⁴ Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico é um órgão ligado ao Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações para incentivo à pesquisa no Brasil.





De acordo com Evelise Ruthschilling:

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

Assim como ocorria com outras manufaturas durante a Revolução Industrial no século XVIII, o industrial Josiah Wedgwood foi um dos pioneiros em estabelecer técnicas de fabricação que possibilitaram a divisão do trabalho em mais etapas, estratégias de reprodução e pesquisa de tendências dentro de sua fábrica de cerâmicas, podendo se considerar tais ações como um marco para o início das atividades de design dentro da indústria. Segundo Forty:

Quando a manufatura foi dividida em processos realizados por diferentes trabalhadores foi necessário adicionar mais um estágio, o da preparação de instruções para os vários operários: na verdade, um estágio de design. (FORTY, 2007, p. 50).

Apesar do destaque que Wedgwood recebe pelas estratégias de divisão do trabalho na indústria de cerâmicas, o setor têxtil da indústria britânica também possui destaque na aplicação dessas mudanças nas etapas de divisão do trabalho do período.

As bases para a expansão comercial britânica se deram principalmente pela importação do algodão e comercialização da manufatura têxtil e segundo Hobsbawm, é justamente essa expansão da indústria têxtil entre 1780 e 1840 que marca a primeira fase da Revolução Industrial Inglesa. (LOBACH, 2001, p.78).

O destaque da indústria têxtil nesse processo de Revolução Industrial e sua importância comercial para a Grã-Bretanha fizeram com que as fábricas deste setor investissem em estratégias de organização do trabalho e no crescente ritmo de inovação





tecnológica para garantir o volume produtivo necessário à expansão comercial. Uma das alternativas para incrementar o comércio de artigos têxteis foi a utilização de estampas para incentivar o consumo e substituição desses tecidos por parte dos consumidores. De acordo com Forty (2007), a estampagem de tecidos foi uma indústria em que o design foi de grande importância, uma vez que o sucesso comercial do algodão estampado dependia quase inteiramente do apelo dos seus motivos decorativos. Nesse sentido, a mecanização de alguns processos de fabricação passou a ser importante para acelerar o ritmo de produção e garantir maior uniformidade dos produtos finais. No setor têxtil, essa mecanização se fez mais perceptível na etapa de estamperia de padrões.

Na indústria têxtil, por exemplo, a impressão mecânica de tecidos significava que um padrão decorativo bem-sucedido podia gerar lucros imensos para os fabricantes, sem nenhum investimento adicional de mão-de-obra. O custo de gerar ou adquirir o padrão era único e as possibilidades de reprodução ilimitadas; não por acaso, este foi um dos primeiros setores em que se fez notável o emprego de designers. (CARDOSO, 2008, p.35).

Estamperia, design e moda são atividades relacionadas às mudanças sociais e dos indivíduos na sociedade, portanto, áreas que atuam e refletem tais mudanças, uma vez que a partir dos avanços tecnológicos e constantes inovações em suas técnicas de produção/trabalho acabam alterando modos de consumo e definindo valores para os produtos dentro dos grupos sociais. Pode-se traçar tais pontos de interferência ao longo das atividades desses setores durante toda a modernidade, percebê-los hoje, permite também compreender como as formas de executar a estamperia relacionam-se ao trabalho desses profissionais, às possibilidades tecnológicas e ao consumo que a sociedade faz desses bens.





Mais possibilidades, mais imagens, mais estampas.

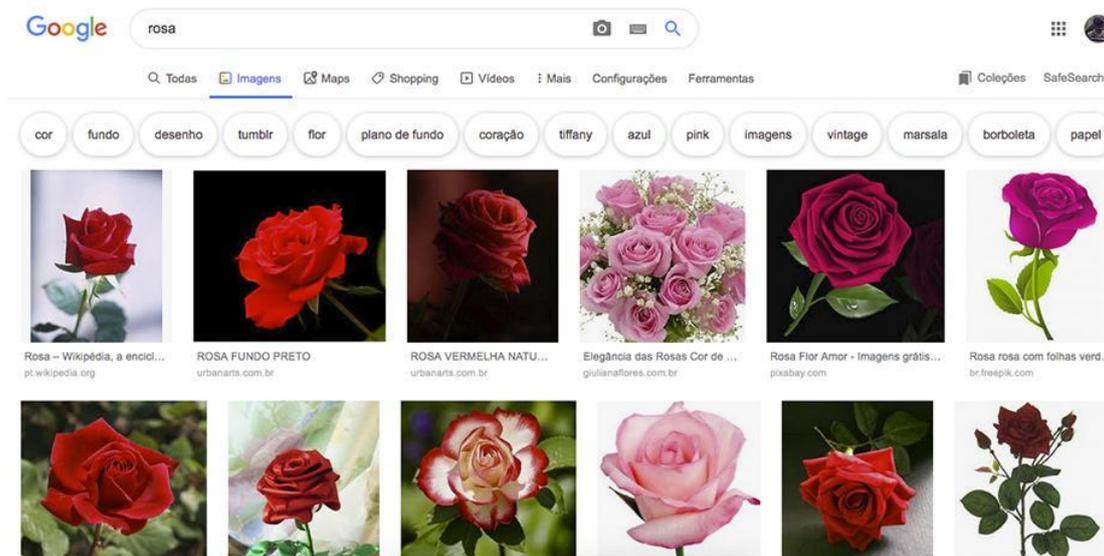
A popularização da internet e as mídias digitais transformam a forma como a sociedade lida com a imagem. Computadores e *smartphones* pessoais possibilitam que as pessoas tenham mais intimidade com a linguagem visual. Fotos, imagens e vídeos são compartilhados e visualizados com rapidez e qualidade, O que antes era privilégio de quem tinha acesso ou interesse pela comunicação visual, hoje está disponível e presente no cotidiano de muitos.

Basta uma busca simples em *sites* de pesquisa de imagem ou redes sociais, como *Pinterest*, *Tumblr* ou *Google Imagens*, que qualquer desenho ou figura é encontrado com rapidez e qualidade de reprodução conforme a preferência de quem busca. Além disso, mídias sociais e influenciadores digitais encarregam-se de produzir e publicar conteúdos visuais diversos sobre tendências, comportamento e consumo, o que possibilita também que usuários tenham maior acesso ao conteúdo do que consomem e estabeleçam critérios de escolha a partir dessa informação.





Figura 1: Pesquisa de resultados da palavra “rosa” pelo site Google Imagens.



Fonte: Google Imagens (2019).

Assim como as imagens tornam-se mais acessíveis, as possibilidades de edição e manipulação das mesmas por meio de *softwares* gráficos faz com que designers e qualquer um que domine tais ferramentas possam criar e editar mensagens visuais mais complexas. No caso da tecnologia *CAD* (*computer aided design*) para o segmento de estamperia, essa relação entre ofício e *software* é capaz de definir, automaticamente, padrões de repetição de uma estampa a partir de predefinições disponíveis ao designer. Se os programas de desenvolvimento de estampas possibilitam maior agilidade ao trabalho de criação de padrões e a oferta de imagens facilita o acesso a desenhos para criação das estampas, a tecnologia de fabricação dos tecidos estampados também passou por mudanças para adaptar-se a essa nova realidade. A tecnologia de impressão digital em tecidos possui hoje, alternativas de transferência e impressão *off set* que permitem que praticamente qualquer imagem seja reproduzida em fibras têxteis diversas.





Segundo Briggs-Goode (2014), podem ser destacados três métodos principais utilizados para a produção comercial de tecidos estampados: estamperia rotativa, que se aproxima das técnicas de estamperia plana da Revolução Industrial, onde cilindros são gravados a partir do desenho da estampa e cada cor é aplicada por um cilindro sobre o tecido em uma esteira de rolagem. Um processo caro, mas que permite um volume de impressão alto e rápido; Estamperia por termo transferência, que consiste na impressão do desenho em papel e na transferência deste para o tecido com a aplicação de calor e pressão, onde por um processo de sublimação a tinta da impressão do papel se transforma em gás e quando em contato com a superfície têxtil de poliéster se solidifica novamente; Impressão digital. Um processo realizado a partir de uma impressora jato de tinta que imprime o desenho diretamente no tecido, um processo mais lento que a estamperia de cilindro, mas que proporciona mais agilidade na pré-produção, mais liberdade na criação, pois não possui um limitador de quantidades de cor por cilindro e também possibilita a impressão de tiragens menores de tecido.

Em um momento de tantas possibilidades técnicas para a execução industrial do projeto de estamperia, não é mais tão simples garantir destaque no mercado simplesmente por domínio de uma tecnologia ou outra.

Nossa economia de mercado determina o princípio da livre competição entre as empresas e a obrigação de se distinguir umas das outras pela singularidade dos seus produtos. A partir desse princípio torna-se impossível seguir a teoria dos funcionalistas em uma sociedade industrial tão competitiva quanto a nossa. (LOBACH, 2001, p.90).





Existem diversas alternativas de estamparia que não cabem ser apresentadas neste trabalho, mas considerando-se as três técnicas apresentadas e destacando-se o processo de estamparia digital, pode-se considerar esse avanço técnico indispensável para o contexto em que se aplica esta pesquisa, uma vez que a impressão direta sobre tecidos proporcionou a melhora na qualidade e na definição das estampas. Essa melhora possibilitou a reprodução de praticamente qualquer recurso gráfico presente em um desenho, desde o uso ilimitado de cores até a aplicação de efeitos artísticos como gradientes e texturas. Até então, esses efeitos gráficos, muito característicos de técnicas de pintura como aquarela, guache e grafite não poderiam ser reproduzidos de maneira fiel devido às limitações de impressão, de uso de cores na estamparia por cilindros ou nas limitações técnicas de gravação de telas para esse processo.

Criação e desenvolvimento de estampas a partir do desenho manual

Como visto até aqui, a produção industrial compreende as necessidades e demandas da sociedade de cada época. Se durante a Revolução Industrial o foco era voltado às características funcionais do produto, à produção em massa e havia menos variáveis de comportamento do consumidor, a realidade do século XXI é menos linear. Os avanços industriais possibilitaram um acesso maior e uma velocidade de substituição dos bens de consumo que transcende até mesmo a vida útil dos produtos. A superprodução e o descarte desenfreado geram prejuízos ambientais e tais níveis de consumo nem sempre trazem as realizações psicológicas que a publicidade promove.





[...] Na atualidade, estamos certos que os produtos ganham forma mais em virtude das expectativas, das demandas e dos estilos de vida que uma sociedade exprime do que em decorrência das práticas produtivas, dos vínculos tecnológicos e dos materiais a serem empregados. A forma, hoje, não é mais uma questão objetiva funcional, mas, sim, está ligada a fatores semânticos, psicológicos e subjetivos. (MORAES, 2010, p.18).

A busca por uma produção industrial mais responsável e melhores condições de trabalho em comparação à ideia de produzir mais a um custo cada vez menor foram alguns dos marcos do movimento *Arts and Crafts*, principalmente por meio da figura do designer e artista inglês William Morris. Assim como o movimento, Morris defendia maior critério nas técnicas artísticas empregadas, bem como um maior respeito pelas condições de trabalho do designer e seu tempo de produção. Reivindicações muito próximas aos princípios de sustentabilidade que a indústria da moda tem buscado se adequar em resposta ao ritmo acelerado que o setor vive nos últimos anos e que vem sendo questionado.

Alternativas mais ecológicas como a estamparia digital já permitem produções menores e maior liberdade criativa no uso de técnicas gráficas manuais associadas à estamparia. O mercado de consumo tem novas alternativas de conexão e compra, algumas marcas possuem diálogos mais diretos com seus consumidores e são cobradas por estes, maior transparência em seus processos, maior respeito às condições de trabalho dos envolvidos no desenvolvimento de produto e o estabelecimento de valores mais justos no sentido financeiro e social. Aspectos que proporcionam ao designer chances de maior reconhecimento por suas competências artísticas, remuneração e condições de trabalhos que respeitem sua integridade profissional e humana. Cria-se a possibilidade, inclusive,





de que isso seja repassado e informado ao consumidor e se transforme em critério para a escolha de um produto ou outro.

Uma vez que as soluções tecnológicas criam certa uniformidade dos meios de produção e o excesso de opções de consumo gera inúmeras alternativas para atender às necessidades da população, para Cardoso (2008), as questões de interação do usuário com o produto tornam-se, então, fatores determinantes para o design. É preciso compreender as necessidades funcionais e psicológicas por trás da escolha do consumidor. À medida que a produção industrial vai se tornando mais precisa e diferenciada, graças aos avanços técnicos, é no âmbito eminentemente subjetivo da experiência e da emoção que as verdadeiras decisões de projeto deverão se dar, torna-se imprescindível para criadores e empresas interpretar quais valores a sociedade poderá priorizar ou não na escolha de um design. Uma das alternativas para a atribuição de valores para o produto de moda é justamente a valorização de suas funções simbólicas, seja pela atual adesão dos princípios de sustentabilidade na produção industrial ou pela associação com artistas e técnicas de trabalho mais artesanais reconhecidas por seu valor artístico.

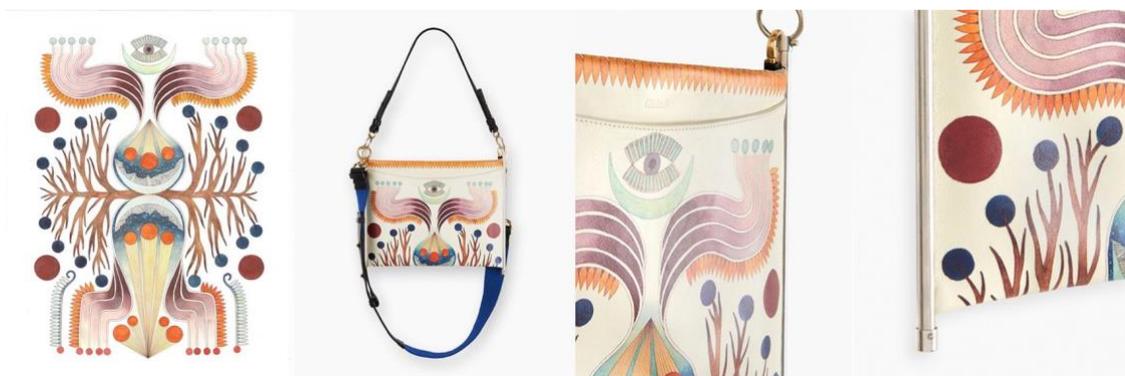
A relação entre designers de moda, ilustradores e arte sempre encontrou na estampa uma área de integração através da relação direta entre gráfico e produto. As parcerias de Elsa Schiaparelli com Salvador Dalí no início do século XX, a inspiração em obras de Mondrian dos vestidos de Yves Saint Laurent nos anos 60 e o recente uso de obras de Tarsila do Amaral em estampas da marca carioca Osklen são exemplos recorrentes dessa relação.





Atualmente, tais associações pretendem passar aos consumidores a ideia de originalidade e maior significado para essas peças, reflexo das novas relações produtivas e da nova maneira dos usuários lidarem com a informação, uma vez que muitas dessas marcas fazem questão de salientar o uso de ilustrações originais e parcerias com artistas gráficos como um valor agregado dentro dos seus processos de desenvolvimento. A estamparia torna-se assim um espaço onde esse discurso pode ser empregado. Em uma entrevista para o *site* Vogue de fevereiro de 2018, a ilustradora indiana Rithika Merchant comenta a parceria no desenvolvimento de desenhos para serem estampados em peças da coleção de verão 2018 da marca *Chloé*, comentando a importância da colaboração para ambas as partes e destaca também o tempo de imersão e desenvolvimento que teve para executar as ilustrações que foram localizadas em vestidos, blusas e acessórios da coleção.

Figura 2: Aplicação de obras de Rithika Merchant em peças da marca Chloé.



Fonte: http://www.rithikamerchant.com/Rithika_Merchant/Chloe_8.html (2019).

Tais associações possibilitam um diferencial estético, podem e são utilizadas pelas empresas como estratégia de marca, mas também refletem as mudanças nas tecnologias de produção e na procura por agregar valores que interessem ao consumidor



em tempos de tanta oferta. A partir de observação de mídias sociais de algumas empresas, estúdios de criação e profissionais do setor é possível visualizar-se exemplos do uso de técnicas gráficas manuais para a produção de desenhos originais. Isto pode ser uma forma de garantir maior exclusividade nas estampas ofertadas, uma vez que a facilidade de acesso a imagens da internet gera uma homogeneização das fontes, que pode ser um risco em um mercado que preza pela diferenciação e também pode ser uma forma de apresentar ao seu público processos e informações de como seus produtos são desenvolvidos, na tentativa de estabelecer uma relação de valorização e transparência em relação à marca e seus processos.

Também foi possível identificar o uso do desenho manual como uma habilidade requisitada em oportunidades de emprego para designers de estampas. Algumas vagas incluem entre os requisitos de seleção, o desenho à mão ou domínio de técnicas artísticas e de pintura entre as práticas esperadas para esse tipo de trabalho, conforme pode ser visto em anúncios publicados *online*.

Figura 3: Anúncio de emprego para designer de estampas.

Designer de Estampas - Têxtil quarta, 17/04

A Combinar
1 vaga: São Paulo - SP (1)

Criação de estampas. Pesquisa de tendências. Preenchimento de fichas técnicas. Experiência na área. Photoshop e Illustrator avançados para desenvolvimento de estampas. Conhecimento em padronagem. Desejável desenho a mão. Criação de estampas mediante briefing e fotos. Facilidade de trabalho em equipe. Simpatia para atender os clientes. Proatividade. Comprometimento com a empresa. Graduação completa em Marketing / Design Gráfico/ Publicidade e Propaganda.

[enviar currículo](#) | 30 dias grátis 🔗

Fonte: <https://www.catho.com.br/vagas/designer-de-estampas/> (2019).





Figura 4: Anúncio de emprego para designer de estampas.

indeed

o quê
cargo, palavra-chave ou empresa

onde
cidade, estado ou região

DESIGNER DE ESTAMPA
Grupo RZM - Cianorte, PR

Candidatar-se à vaga

Com formação superior
Experiência nas atividades pertinentes á função.
Pesquisas de tendências + ilustração + desenvolvimento de produto
+ habilidades em desenhos manuais e aquarela.
Grupo RZM - há 30+ dias - salvar vaga - denunciar anúncio

Fonte: <https://www.catho.com.br/vagas/designer-de-estampas/> (2019).

Como informa Rafael Cardoso (2008), as relações entre tecnologia e moda são grandes influenciadoras do ritmo e da imposição das mudanças visíveis das formas e dos hábitos culturais. No caso do uso de técnicas gráficas manuais para a criação de estampas pode-se perceber a partir dos exemplos apresentados, algumas reflexões sobre a ocorrência desse tipo de prática e suas relações com as possibilidades de produção, de consumo e informação que se dispõem atualmente, bem como a forma que os profissionais e designers da área passam a atuar para atender tais demandas.





Considerações Finais

O desenho é uma habilidade valiosa, praticada durante a formação e muitas vezes levada à experiência profissional por muitos designers, é uma ferramenta para dar forma e comunicar suas inspirações e ideias, um interessante meio de experimentação e expressão, aplicável inclusive em algumas áreas de atuação em design.

A partir de pesquisa bibliográfica apresentou-se um pouco da estamperia e suas relações com o design, a moda, meios de produção, relações de trabalho, consumo e tecnologias. Com base em pesquisa observacional e documental foram expostos alguns exemplos da aplicação de técnicas manuais no desenvolvimento de estampa e que resultados podem representar do ponto de vista criativo, na comunicação de valores simbólicos para as marcas e designers que as utilizam, também como essa prática pode vir a ser um requisito importante à colocação profissional de aspirantes ao setor.

Como diversas outras atividades profissionais, o desenvolvimento de estampas envolve uma série de etapas de produção e competências por parte de quem as executa. Coube a esta pesquisa apresentar um olhar sobre este trabalho hoje, relativizando o fazer manual na área de estamperia aos aspectos produtivos, sociais e mercadológicos atuais e os quais interferem na forma que a sociedade se comunica e consome.



Referências

- BRIGGS-GOODE, Amanda. **Design de estamparia têxtil**. Porto Alegre: Bookman, 2014.
- CARDOSO, Rafael. **Uma introdução à história do design**. São Paulo: Blucher, 2008.
- FORTY, Adrian. **Objetos de desejo: design e sociedade desde 1750**. Tradução Pedro Maia Soares. São Paulo: Cosac Naify, 2007
- LÖBACH, Bernd. **Design Industrial – Bases para a configuração dos produtos industriais**. Tradução Freddy Van Camp. São Paulo: Blucher, 2001.
- MORAES, Dijon. **Metaprojeto: o design do design**. São Paulo: Blucher, 2010.
- NETO, Otávio Cruz. **O trabalho de campo como descoberta e criação** in.: MINAYO, Maria Cecília de Souza (org.). Pesquisa Social: Teoria, método e criatividade. Petrópolis: Editora Vozes, 2004.
- PEZZOLO, Dinah Bueno. **Tecidos: história, tramas, tipos e usos**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2007.
- RUBIM, Renata. **Desenhando a Superfície**. São Paulo: Editora Rosari, 2004.
- RÜTHSCHILLING, E.A. **Design de superfície**. Porto Alegre: Ed. da UFRGS, 2008.
- SILVA, Tania Cristina; PATRICIO, Fabiana dos Santos. **Design de superfície têxtil: além da imagem estampada**. Pouso Alegre: Revista Entremeios, 2016
- VIEIRA, Lilian Bellion. **A estamparia têxtil contemporânea: produção, produtos e subjetividade**. Pós-graduação em Têxtil e Moda, Universidade de São Paulo, 2014
- ZAVADIL, Priscila.RÜTHSCHILLING, E.A. SILVA, Régio Pierre. **Design de superfície: cultura iconográfica como referência para a estamparia têxtil**. 9º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, 2010.

