

**UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE - UNESC
SISTEMA NACIONAL DE APRENDIZAGEM INDUSTRIAL - SENAI
CURSO DE TECNOLOGIA EM DESIGN DE MODA**

LARISSA CAMPOS BIAVA

RELATOS E MEMÓRIAS ITALIANAS PARA DESIGN DE SUPERFÍCIE

CRICIÚMA

2020

LARISSA CAMPOS BIAVA

RELATOS E MEMÓRIAS ITALIANAS PARA DESIGN DE SUPERFÍCIE

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado para obtenção do grau de Tecnólogo no curso de Tecnologia em Design de Moda da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC/SENAI.

Orientadora: Prof.^a Maria Julia de Lima Dassoler

CRICIÚMA

2020

LARISSA CAMPOS BIAVA

RELATOS E MEMÓRIAS ITALIANAS PARA DESIGN DE SUPERFÍCIE

Trabalho de Conclusão de Curso aprovado pela Banca Examinadora para obtenção do Grau de Tecnólogo no curso de Tecnologia em Design de Moda da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC/SENAI, com Linha de Pesquisa em criação, produto e conceito.

Criciúma, 06 de Agosto de 2020.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Maria Julia de Lima Dassoler - Mestranda - (UDESC) - Orientador

Prof. Charlene Vicente Amancio Nunes – Mestre - (UNESC- SENAI)

Prof. Jadsnara Lunardi Brognara- Especialista - (UNESC- SENAI)

À minha família por todo o apoio, e minha orientadora pela dedicação.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradeço a Deus, por todas as conquistas e sonhos realizados. Guiando-me sempre nos bons caminhos.

À minha família, que sempre esteve ao meu lado. Especialmente gostaria de agradecer aos meus pais, Clacineia e Everton, que são meus orgulhos e me ajudaram chegar até aqui, por todos os ensinamentos. São exemplo de amor, carinho e respeito, e aos meus irmãos, um amor que jamais terá fim.

Ao meu namorado, Gabriel Kubaski, sempre muito prestativo. Grata pelo companheirismo, compreensão e paciência ao executar essa pesquisa, mesmo com a distância, esteve sempre comigo.

À professora Maria Julia pela orientação, apoio e confiança, e também pelo empenho dedicado à realização deste trabalho. Agradeço aos meus colegas de classe, pelos momentos de risadas e desesperos a cada projeto.

À todos os professores do Senai, em que estiveram comigo esses 3 anos e meio de muita dedicação e ensinamento, agradeço por cada conhecimento adquirido.

E a todos aqueles que de uma maneira ou de outra contribuíram para que esse trabalho fosse realizado.

“Conhecer os fatos que envolveram nossos antepassados, suas lutas, sonhos, valores e esperança, não é apenas tentar compreender sua história, é, principalmente descobrir mais sobre nós mesmo.”

Bortolotto

RESUMO

O ato de vestir, bem como os aspectos sociais do vestuário são analisados desde os primórdios até atualidade. Isto é, desde que o homem sentiu a necessidade de suas vestes, para a proteção contra o frio e para diferenciação de status. A pesquisa mostra um percurso das mudanças ocorridas no processo de significação das roupas. Ou seja, elucida a necessidade de inclusão dos indivíduos perante a sociedade, sendo ela pelo consumo de roupas exclusivas, ofertado pela Alta Costura, ou pelo desejo de adquirir produtos de forma mais rápida, proporcionada pelo *Prêt-à-porter*, com o termo pronto para vestir. Ainda, mais adiante, surge o *fast fashion*, sendo uma resposta pelo consumo imediatista da moda rápida, acarretando em um aumento na produção, mas prejudicando o meio ambiente. Com todos os ocorridos no mundo da moda, os indivíduos buscaram por possibilidades de alteração do sistema utilizado até então, motivando os consumidores a buscarem uma moda mais consciente e com significado. A partir disso, surge a necessidade de repensar as formas de consumo, tendo, então, como uma das soluções o design emocional que supre a necessidade de um produto com propósito. O objetivo da pesquisa é preservar a memória afetiva de duas descendentes de colonizadores italianos por meio de estampas de lenços. Além disso, os objetivos específicos são: (a) Estudar acerca da necessidade de significação na moda; (b) Compreender a importância da memória afetiva no design; (c) Desenvolver estampas de lenços por meio de relatos afetivos. Classifica-se a pesquisa como aplicada, quanto aos problemas. O universo da pesquisa são descendentes italianas, sendo a amostra de duas integrantes da família Macarine. A partir de relatos e pertences coletados pela pesquisa de campo na entrevista, foram utilizadas fotos e objetos importantes das duas descendentes para a aplicação do design emocional nas estampas. A conclusão da pesquisa foi ao alcance dos resultados iniciais, com o desenvolvimento das estampas nos lenços.

Palavras-chave: Design emocional. Moda. Italiana.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Escultura de um homem pré-histórico.....	14
Figura 2 – Agulha e botão feitos de ossos	15
Figura 3 – 1947: O <i>new look</i> de Dior	18
Figura 4 – 3 Níveis de Design Emocional.....	26
Figura 5 - Serigrafia.....	31
Figura 6 – Processo de sublimação	32
Figura 7 – Processo de Estamparia Digital	33
Figura 8 - Sistema alinhado de repetição	34
Figura 9 - Viagem de navio para o Brasil	39
Figura 10 - Os imigrantes italianos seguiam de trem para outras cidades	40
Figura 11 - Café da tarde	41
Figura 12 - Painel de Fotografia Alzira	43
Figura 13 - Painel de Objetos Alzira.....	43
Figura 14 - Fotografia de Geni	44
Figura 15 - Painel de Objeto Geni.....	45
Figura 16 - Esboço	45
Figura 17 - Teste com tinta aquarela.....	46
Figura 18 - Relatos de Geni	47
Figura 19 - Relatos de Alzira.....	48
Figura 20 - Objeto de Alzira.....	49
Figura 21 - Objeto de Geni.....	50
Figura 22 - Estampa com relatos Geni.....	51
Figura 23 - Estampa com relatos Geni.....	52
Figura 24 - Objeto Significado de Geni.....	52
Figura 25 - Objeto Significativo de Alzira.....	53

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABNT	Associação Brasileira de Normas Técnicas
SENAI	Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial
UNESC	Universidade do Extremo Sul Catarinense
EUA	Estados Unidos da América

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2 PROCESSO DE SIGNIFICAÇÃO NA MODA	13
2.2 PRÊT-À-PORTER	19
2.3 FAST FASHION	20
2.4 MANUTENÇÃO DO SISTEMA DE MODA	22
3 NOVAS FORMAS DE CONSUMO	24
4 ESTAMPARIA NA INDÚSTRIA DE MODA	29
4.1 PROCESSOS DE ESTAMPARIA	30
4.1.1 Serigrafia	31
4.1.2 Sublimação	32
4.1.3 Estamparia Digital	33
4.2 DESENVOLVIMENTO DE COLEÇÃO DE PADRONAGENS TÊXTEIS	34
6 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS	38
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS	57
REFERÊNCIAS	58

1 INTRODUÇÃO

Em 1870 começaram a surgir os primeiros colonizadores italianos vindos para o Brasil, porém, o fluxo maior foi entre os anos 1880 e 1910, principalmente nas regiões sul e sudeste do país. Esses imigrantes chegaram ao Brasil desiludidos com o seu governo, em busca de uma terra nova, com possibilidades de mão de obra, ou seja, um país visto com olhos de “fartura”.

O povo italiano é rico por guardar as questões culturais e históricas de seus antepassados, resguardando momentos sentimentais. Assim, a cultura italiana é famosa pelas suas tradições e costumes. É muito comum ver restaurantes, lugares que são um marco histórico, assim como o município de Nova Veneza – SC, que conserva toda essa tradição italiana até os dias de hoje.

O povo italiano tem memórias muito marcantes, as quais trazem até hoje por meio de sua família, passando de geração em geração as lindas histórias que são contadas para os filhos, netos e bisnetos, sem deixar apagar esse laço familiar. Para a família Macarine não é diferente. Residentes na cidade de Criciúma, os descendentes cultivam a história secular dos seus antepassados, guardando as lembranças de quando vieram de Gênova, Itália, para o Brasil. Todos os anos desfiles eram feitos na cidade a fim de lembrar os jovens as famílias que vieram de lá, simbolizando o momento marcante de cada uma dessas histórias familiares. Por conta disso, os desfiles eram feitos com simulações de como as famílias viviam.

Através de todas essas histórias que foram vividas e lembradas até hoje, a pesquisadora sempre teve admiração por essa cultura que é rica em tradições. Com isso, através de relatos, conversas e fotografias, pensa-se sobre a problemática de: Como apresentar produtos de moda a partir de relatos de descendentes de colonizadores italianos?

Tendo isso em vista, buscou-se por relatos de duas imigrantes idosas da família Macarine, as quais compartilharam momentos que marcaram sua vida passada. Através desses relatos e pelo conhecimento adquirido na revisão bibliográfica a qual estudou acerca do processo de significação na moda; bem como as novas formas de consumo, com o enfoque no design emocional; e como funciona a estampanaria na indústria de moda, foi possível desenvolver padronagens para lenços. Destaca-se que a escolha de lenços se deu pelo fato de ser um produto bastante presente no vestuário tradicional italiano.

Para desenvolver a estampa, baseou-se nos relatos das descendentes italianas, de fotografias e de objetos que possuem valor emocional para cada uma delas. Pelo fato de serem duas pessoas distintas e com histórias diferentes, apesar de serem da mesma família, entende-se que as estampas devem ser individuais e personalizadas para cada uma delas.

Em virtude dos aspectos mencionados, tem-se como objetivo geral: Preservar a memória afetiva de duas descendentes de colonizadores italianos por meio de estampas de lenços. Já os objetivos específicos caracterizam-se como: (a) Estudar acerca da necessidade de significação na moda; (b) Compreender a importância da memória afetiva no design; (c) Desenvolver estampas de lenços por meio de relatos afetivos.

A pesquisa está organizada em sete capítulos, sendo o primeiro da introdução, o segundo título para abordar a história da moda, com o enfoque no processo de significação na moda. Por conta disso, discute-se o surgimento da indumentária e de como foi o percurso do sistema de produção até os dias atuais. No terceiro capítulo, aborda-se as novas formas de consumo, em que os consumidores buscam por produtos com significados, enfatizando a influência do design emocional na relação pessoa-objeto.

O quarto capítulo aborda os processos de estamparias, a fim de finalizar a revisão bibliográfica dessa pesquisa. Em seguida tem-se o quinto capítulo com a classificação metodológica. Já no sexto capítulo encontra-se a apresentação e análise dos dados, espaço esse dedicado para a discussão da cultura italiana e do registro dos relatos ouvidos das descendentes. Mais que isso, apresenta-se, aqui, o desenvolvimento das estampas baseadas no valor sentimental de histórias, memórias e objetos. Por fim, fecha-se a pesquisa com as considerações finais.

O presente trabalho que tem como metodologia de natureza aplicada, com coletas de informações, e quanto a problemática de forma qualitativa, com objetos de valor sentimental e relato das descendentes. Para o alcance dos objetivos, sendo exploratórias com produto significativo e com valores além de bens materiais. Aos procedimentos técnicos, sendo pesquisa bibliográfica com desenvolvimento de material, principalmente em livros e artigos. Além disso, têm-se a pesquisa de campo, com a entrevista das descendentes para ouvir os relatos sentimentais das mesmas. Ainda se destaca como os principais autores Lipovetsky (1989); Sabino (2011); Norman (2008); Mesquita (2004); Pezzolo (2007) e Chataignier (2012).

2 PROCESSO DE SIGNIFICAÇÃO NA MODA

Na Pré-história, os homens que habitavam na terra viviam em cavernas e caçavam os animais para sua sobrevivência, eram capazes de desenvolver suas próprias ferramentas afiadas para auxiliar na luta pelos animais. Naquela época, o povo utilizava das vestimentas tanto para proteção quanto para diferenciação de status. Isto é, o caçador que pegava as presas mais perigosas era visto como melhor reprodutor, conseqüentemente, ele continha um respeito da maior comunidade a qual pertencia (SABINO, 2011).

Conforme Sabino (2011), as épocas auxiliaram para distinguir cada indivíduo e seus respectivos status sociais. O ato de vestir, na pré-história, representava a proteção do corpo contra as oscilações de temperatura, além de proteger da exibição e corroborar com o pudor. Santanna e Rech (2014, p.134) afirmam que

O sentido mais importante da roupa é o de proteção. Historiadores da Indumentária, em geral, postulam que os sentidos primordiais da roupa residem na proteção, no pudor e no adorno, sendo estes últimos dois sentidos atualmente compreendidos como mais amplos e complexos, pois se relacionam com distinção, comunicação identidade e pertencimento.

A vestimenta feita através da pele da caça de animais precisava passar por um processo de cura para que ela fosse, de fato, utilizável. Sendo assim, os animais tinham suas peles retiradas, deixadas curtindo em óleos vegetais e posteriormente amaciadas com mordidas. Assim, o vestir representava a proteção do corpo contra as altas e baixas temperaturas, pudor à exibição e mágica protetora (SABINO, 2011).

Conforme Sabino (2011,p.24) “o clima era determinante para a escolha das vestes, obtidas a partir da pele de uma caça ou do entrelaçamento de vegetais, e as peles de mamutes, ursos, lobos e renas, amaciadas pela mastigação e costuradas com tendões de animais.” como pode ser visto na figura 1.

Figura 1 – Escultura de um homem pré-histórico



Fonte: Blogspot Leondenishistória e Geografia, 2010.¹

O homem passa a sentir necessidade de conforto em suas vestes, dessa forma, desenvolveram uma espécie de agulha e botões rudimentares, feitos com ossos de animais, ilustrados na figura 2, os quais facilitavam a junção de um recorte no outro. Essa nova técnica descoberta acabou auxiliando na construção de cavas e decotes, que davam mais conforto e vestibilidade para as peças. Sabino (2011) explica que as pinturas deixadas nas paredes das cavernas, conhecidas como arte rupestre, e peças como discos ou conchas furados, pequenas esculturas e agulhas de ossos também forneceram pistas para imaginar como os ancestrais se vestiam e se comportavam.

¹ Disponível em: http://leondenishistoriaegeografia.blogspot.com/2010_05_01_archive.html. Acesso em 26 abr de 2020.

Figura 2 – Agulha e botão feitos de ossos



Fonte: Blogspot Deedella Terra, 2009.²

A agricultura e pecuária auxiliaram para a fixação do homem ao solo na troca da vida nômade, transformando-o em um homem sedentário. A indumentária, nesse momento, começou a evoluir junto, suprindo as novas necessidades que surgiram. A criação do gado, a prática da agricultura e o cultivo do linho e algodão, que são os primeiros tecidos têxteis descobertos pelo homem, colaboraram com esse então desenvolvimento das vestimentas (PEZZOLO, 2009).

Os tecidos evoluíram e as roupas ficaram mais próximas daquilo que se tem nos dias atuais. As peças, naquela época, tinham valores altos, uma vez que todo o processo era feito manualmente, desde o tecido até a produção final da peça. (SABINO, 2011).

Na Idade Média, a classe burguesa começou a ser comparada com a nobreza, diferenciando-se através do vestir. Para Lipovetsky (1989, p.23), “uma alta burguesia começa a copiar as maneiras e os gostos de luxo da nobreza”. Além de que

Só a partir do final da idade Média é possível reconhecer a ordem própria da moda, a moda como sistema, com suas metamorfoses incessantes, seus movimentos bruscos, suas extravagâncias. A renovação das formas se torna um valor mundano, a fantasia exhibe seus artificios e seus exageros na alta sociedade, a inconstância em matéria de formas e ornamentações já não é exceção, mas regra permanente: a moda nasceu (LIPOVETSKY, 1989, p.23).

Sana (2013) explica que a palavra moda significa “modo”, “maneira”,

² Disponível em: <http://deedellaterra.blogspot.com/2009/09/historia-da-indumentaria-periodo.html>. Acesso em 28 abr de 2020.

“costume” e “comportamento”, originando-se do latim *modus*. Nesse sentido, a moda começa a ser a forma de transmitir a personalidade de cada indivíduo. Isto é, passa a ser muito mais que vestimentas, mas tem como principal função manifestar ideias e sentimentos (PALOMINO, 2003).

Desde os tempos primitivos, o ser humano se expressa através de suas roupas, demonstrando por meio das peles vestidas em seu corpo quem era o “melhor” caçador, uma vez que aqueles que caçam as presas mais perigosas, recebiam um respeito maior pelo seu grupo (SABINO, 2011). Conforme Lima e Brasileiro (2017, p.1), “A roupa, também chamada de vestuário ou indumentária, através de suas formas, cores e texturas, consegue transparecer sentimentos, movimentos, vida, estética, posição social, épocas e lugares.”

Lipovetsky (1989, p.29) afirma que a moda

(...) no sentido estrito não aparece antes da metade do século XIV. (...) A partir desse momento as mudanças vão precipitar-se; as variações do parecer serão mais freqüentes, mais extravagantes, mais arbitrarias; um ritmo desconhecido até então e formas ostensivamente fantasistas, gratuitas, decorativas fizeram sua aparição, definindo o próprio processo da moda.

A indumentaria é a releitura das épocas e suas mudanças. Conforme Lipovetsky (1989 apud CABRAL, 2006, p.17-18), a moda de cem anos caracterizou-se pelo “(...) culto à juventude, a pluralidade de estilos, a contracultura, uma nova concepção do luxo, bem como a reformulação da alta costura e a criação do prêt-à-porter, são as características principais”.

Nesse momento, as pessoas começam a sentir a necessidade de se incluir na sociedade para o consumo de peças exclusivas, e, com isso, surgem estilistas com seus próprios ateliês de moda, desenvolvendo peças sob medida, e feitas à mão.

2.1 ALTA COSTURA

A Moda de Cem Anos, considerada por Lipovetsky (1989, p. 69) como a “primeira fase da história da moda moderna, seu momento heroico e sublime”, tem um marco importante na história da moda que é o surgimento da alta costura, no século XIX na França. O início desse marco teve como referência Charles Frederick Worth, um verdadeiro ícone da moda autoral, que foi uma das primeiras pessoas que deixou de fazer o que seus clientes pediam e começou a expor as próprias ideias nas criações. Worth foi o primeiro a desenvolver etiqueta com próprio nome. (LIPOVETSKY, 1989).

A alta costura traz novos desafios para a moda, um deles são os estilistas que ditam as tendências para cada estação, com modelos exclusivos (CABRAL, 2006). A alta costura baseava-se nos valores exagerados dos tecidos, com produção limitada das peças, influenciando a maneira de vestir entre as pessoas. Com peças desenvolvidas sob medida, o que representava o luxo (CARACIOLA, 2018).

Nesse momento a alta costura se impõe, e muitas mudanças acontecem sob o domínio da moda até meados do século XX. Os costureiros eram vistos como grandes criadores e reconhecidos mundialmente, os ateliês de costura tornaram-se famosos. “Nessa fase, aparecem os diferentes estilos, pois cada *maison* tem o seu perfil, o seu público, a sua moda.” (VINCENT-RICARD, 2002, p. 58 *apud* MUNHOZ, 2010, p.13-14).

A primeira *Maison*, de Worth, surge em meados do século XIX. Com segmento em peças de vestuário desenvolvidas para mulheres da alta sociedade, surge então alta costura. Quando a classe burguesa conquista um poder aquisitivo, ela tem acesso aos objetos de luxo, tecidos com qualidade e exclusividade (AUDACES...online, 2013).

As *Maisons* apresentavam em Paris suas produções de verão no final de janeiro, e inverno no começo de agosto. Após a pressão dos compradores, passaram a produzir as coleções nas estações, de outono em abril e primavera em novembro (LIPOVESTSKY, 1989). Assim Worth foi o primeiro estilista que lançou as tendências e coleções em forma de desfile, dessa forma tornou-se ícone conhecido na história da moda, ao fazer com que as pessoas tivessem desejo por

novidades (AUDACES...*online*, 2013).

Christian Dior abre sua *maison* e lança o seu “*New Look*”, ilustrado pela figura 3, e nesse mesmo ano ele recebe o Oscar da moda nos Estados Unidos. “Dior, assim como Chanel, teve suas criações de como referências de moda, as quais permanecem até os dias atuais. Além disso, esses dois franceses se consagraram como os maiores criadores de moda do século XX” (SOARES,2007, p.6).

Figura 3 – 1947: O *new look* de Dior



Fonte: Blogspot História da Moda,2020.³

Dior concebeu roupas com cinturas marcadas, saias com volumes e camadas, para expor a beleza da mulher. “Um pouco mais tarde, Madeleine Vionnet também ficou famosa por desenvolver vestidos exclusivos, e apresentá-los de maneira diferenciada. Geralmente, ela desenvolvia miniaturas das criações em bonecas muito semelhantes às suas clientes. O auge da Alta Costura ocorreu na década de 50, quando um grande número de costureiros e artesãos passaram a se dedicar a essa atividade e voltaram seus esforços para atender melhor aos seus

³ Disponível em: <https://modahistorica.blogspot.com/2013/05/1947-o-new-look-dior.html>. Acesso em 20 de mar de 2020.

clientes” (AUDACES...*online*, 2013).

Durante esse período existiam grandes estilistas que dominavam a indústria da moda, eles quem ditavam o que seria usado ou não, e as pessoas eram influenciadas por esses estilistas (SABINO, 2011). Por conta disso, logo as pessoas começaram a sentir a necessidade de consumir mais rápido os produtos, surgindo, assim, o *prêt-à-porter* para suprir essa demanda de consumo.

2.2 PRÊT-À-PORTER

Com o surgimento do *prêt-à-porter*, o mercado da moda começou a crescer muito rápido. Esse termo passou a ser utilizado para representar uma coleção de roupas produzida em escala. É de origem francesa e significa “pronto para vestir” (FISCHER, 2010 apud SALVARO, 2019).

Sendo responsável por criação do *prêt-à-porter*, Yves Saint Laurent, em 1966 o estilista deu um novo significado ao desenvolver uma coleção com foco na fabricação comercial, diferente da alta costura (AUDACES...*online*, 2013).

Os anos 1950 marcaram o fim, consoante Pollini (2007 apud Salvaro, 2019, p.23) “[...] da elegante alta-costura, pois na década seguinte as produções em massas transformaram as ruas e abriram o caminho para roupas informais”. Segundo Lipovetsky (1989, p.94),

A diferença da confecção tradicional, o *prêt-à-porter* engajou-se no caminho novo de produzir industrialmente roupas acessíveis a todo, e ainda assim “moda”, inspiradas nas últimas tendências do momento. Enquanto a roupa de confecção apresentava muitas vezes um corte defeituoso, uma falta de acabamento, de qualidade e de fantasia, o *prêt-à-porter* quer fundir a indústria e a moda, quer colocar a novidade, o estilo, a estética na rua.

As marcas foram surgindo e, em 1960 o *prêt-à-porter* demonstrou verdade sobre si, buscando produzir peças voltadas à juventude, e, com isso, novos criadores se impuseram nesse meio (LIPOVETSKY, 1989). Segundo Baudot (2002 apud Zanettini, 2017), com a circulação do *prêt-à-porter*, e a evolução rápida dos costumes, os costureiros de moda de ruas despertaram uma atenção maior nos anos 1960.

Considerado o *prêt-à-porter* como “moda aberta”, Lipovetsky (1989 apud Zanettini, 2017, p.4) incita que, “com a instauração deste sistema de fabricação, a

efemeridade da moda se tornou uma necessidade das massas, independentemente de suas classes sociais”. Sendo assim, ao final da década de 1990, surge o *fast fashion*, a moda mais rápida e acessível às tendências. Esse sistema, representou o aumento contínuo das peças e das vendas, prejudicando o meio ambiente (LIPOVETSKY, 1989).

2.3 FAST FASHION

O ciclo de consumo passou a acelerar gradativamente no Ocidente, causando uma necessidade de mais produtividade na indústria (CARVALHO, 2017). Isto é, o consumo e cultura estão em relação, com as mudanças da sociedade, muitos fatores ocorreram para a força da evolução de consumo (CARVALHO, 2017).

O *fast fashion* é a aceleração do mercado da moda, em que as mudanças são os desafios as empresas, conforme Cietta (2012), o mercado de moda está com mudanças rápidas, e as empresas de *fast fashion* necessitam estar ligadas as transformações.

Esse tipo de sistema é uma maneira de consumir de forma rápida, transformando o ciclo de vida útil de um produto muito menor. A indústria é a aceleração em alta demanda de mercadorias com quantidade limitada, com dois objetivos: não perder as vendas se a produção não atingiu o esperado, e a impressão que os produtos são exclusivos para o consumidor (DELGADO, 2008).

Com o *fast fashion*, o custo de produção se torna mais barato por conta da redução de pesquisas de tendência pois, precisam captar apenas as informações do consumidor, ou seja, o que essas pessoas estão consumindo, para iniciar os processos de criação das peças (DELGADO, 2008). Além disso, a produção em larga escala faz com que os custos sejam mais baixos também.

Conforme Costa (2013 apud SALVARO, 2019, p. 24),

“(…) produtos de *fast fashion* possuem ciclo de vida momentâneo, e que, os consumidores só desejam adquirir esses produtos por um determinado período de tempo. Acrescenta também que, os produtos de *fast fashion* por serem mais acessíveis, não possuem alto padrão de qualidade em termos de materiais e acabamentos”.

As grandes empresas de *fast fashion* com produção em grande escala,

utilizam de mão de obra escrava, com lugares precários, a produção em massa de peças iguais barateia os custos, produzindo as roupas com tecidos de baixa qualidade, e estimulando o consumo (LIPOVETSKY, 2005). A empresa Zara, utiliza do sistema *Fast Fashion*, deixando para produzir os seus produtos o mais tarde possível de outras marcas, sendo assim, analisa as apostas da estação de moda, e depois produzir em larga escala (DELGADO, 2008).

A produção em massa de peças iguais faz com que os custos sejam menores, entregando um preço para o consumidor muito menor do que se esperava em épocas antes do surgimento do *fast fashion*. Esse ciclo de produção barata, gera um efeito de estímulo ao consumo, o que acelera o percurso de compra e descarte de um produto.

Em virtude de toda essa aceleração da produção e da busca pela diminuição de custos, a indústria da moda passou a buscar meios não humanizados para atingir esse objetivo. Todavia, os escândalos começaram a aparecer e o mundo descobriu qual era o verdadeiro custo dos produtos que estavam sendo vendidos no mercado.

Com todos os escândalos da moda, como a mão de obra escrava, os ambientes precários para o trabalho e entre outros fatores, surge, então o manifesto Fashion Revolution, que teve início quando o edifício Rana Plaza em Bangladesh desabou, e mais de 1.100 pessoas morreram, 2.500 ficaram feridas. Isso mostrou a realidade da indústria da moda, fazendo com que o mundo todo se compadecesse e repensassem o consumo que o *fast fashion* estava causando. A precariedade e mão de obra barata caracterizavam grande parte das indústrias desse sistema (FASHION REVOLUTION...*online*, 2020).

Com grandes escândalos na indústria da moda com sistema produtivo de roupas, as pessoas começaram a buscar consumir de outras formas, bem como conscientizar os indivíduos sobre os impactos reais da produção em massa. Por conta disso, surgiram movimentos que estimulam a sociedade a preservar o meio ambiente, ser mais humana, trabalhar com condições diferentes e investigar os produtos, para que eles tenham significado e cuidado.

2.4 MANUTENÇÃO DO SISTEMA DE MODA

Com todos os ocorridos no mundo da moda, as pessoas passaram a buscar por alternativas ao sistema que era utilizado até então, incentivando os consumidores a procurar por produtos conscientes e que tenham significado.

Algumas alternativas têm surgido, como o movimento *Slow Fashion*, que são novas formas de produzir a moda, de forma mais lenta e honesta para todos da cadeia produtiva. Um exemplo de marca é a Flavia Aranha, que trabalha com sistema justo na produção. Sendo assim, ao consumir as peças de Flavia, o indivíduo se torna uma pessoa consciente, que respeita os indivíduos envolvidos na produção e também o meio ambiente (RODRIGUES, 2016).

O sujeito passa a se expressar através de suas vestimentas, buscando por produtos que representem significados sobre si. “Todas as transformações vividas no século XX, principalmente ocorridas após Segunda Grande Guerra alteraram profundamente os paradigmas sociais, culturais, econômicos e tecnológicos” (MESQUITA, 2004, p.35).

Para o sistema colapsado, Mesquita (2004) aborda uma manutenção em que as pessoas começam a dar valores a outras coisas na moda, além da estética e custo do produto. Para essa manutenção do novo sistema de moda, ela cita os 3 pilares, que são: Efemeridade, esteticismo, individualismo.

No primeiro pilar, a Efemeridade as coisas acontecem de forma muito rápida. Mesquita (2004) cita como o tempo zero, sendo uma aceleração na transmissão de informações, como exemplo os desfiles transmitidos em tempo real para o mundo inteiro. Diferente do passado, que toda coleção era feita em segredos para não ocorrer copias, hoje o momento é de compartilhamento de informações.

No Esteticismo, era da Imagem, a moda não está ligada somente à imagem, mas também representa muito sobre o indivíduo. As pessoas buscam se apresentar ao mundo, ligando-se pelo desejo das marcas e se identificam com os ideais das mesmas. Além disso, relacionam-se com os princípios de estética, assim, a roupa deixa de ser somente um objeto de enfeite e passa a ser uma forma de expressão (MESQUITA, 2004).

O individualismo representa a autonomia do sujeito sobre os desejos de escolhas, não somente por “estar na moda”, mas sim por definir expressões de cada um. Diferente das outras eras, em que a moda ditava o era para usar, agora cada

pessoa tem sua particularidade de escolhas, estabelecendo um diálogo entre roupa e sujeito (MESQUITA, 2004).

Lipovetsky (1989 apud Mendonça, 2006, p.4) afirma que

A moda aberta rege nosso tempo, pois ela está ligada à liberdade de vestir-se. É marcada pelo desprendimento em relação às grandes grifes e pela aproximação da roupa com a necessidade de conformação da identidade, em um gesto que privilegia de certa forma a individualidade, mas que também promove o pertencimento a um determinado grupo. A moda consumada, por conseguinte, é uma espécie de potencialização da moda aberta, na qual os pilares de individualismo, efemeridade e esteticismo ganham mais força e, de certa forma, guiam comportamentos.

Com a manutenção do sistema de moda, esse meio ficou mais pluralizado e com nichos diferentes. O indivíduo passou a buscar por produtos em que ele se identifica, diferente de outras épocas, em que utilizava somente o que os estilistas ditavam. Dessa maneira, cada um tem sua particularidade e busca expressar-se por meio de suas vestimentas, condizendo com seus ideais (MESQUITA, 2004).

Acredita-se que as pessoas já não busquem mais pela tradição e pelos costumes passados de geração em geração. Isso porque, nos tempos atuais, busca-se a individualidade e o gosto pessoal. Por conta disso, percebe-se que ao longo dos anos os processos de significação da moda mudaram tanto os gostos pessoais, quanto os comportamentais e simbólicos (LIPOVETSKY, 1989).

3 NOVAS FORMAS DE CONSUMO

As pessoas usam o ato de consumir como forma de transmitir a troca além dos produtos, são compartilhados valores, ideais, estilos. A vida, nos tempos atuais, é direcionada para o consumo. Denomina-se consumo o processo de serviços ou materiais, criados, comprados ou usados. Então, ao consumir determinado produto, não é somente comprar, mais ter o desejo para depois comprar e utilizar (MIRANDA, 2008).

A relação entre a pessoa e o objeto existe desde os primórdios. Essa conexão existe para a interação e diferenciação social. “A relação pessoa-objeto é uma relação simbólica e, como tal, reveladora de práticas sociais e culturais” (MIRANDA, 2008, p.16).

O consumidor, ao comprar um produto, é influenciado no momento em que entra em contato com o objeto, mas também pelos símbolos os quais ele se identifica (MENDONÇA, 2006). Nesse caso, o consumo simbólico é impulsionador na pessoa para comprar um produto ou outro. Isso porque o significado de expressão que teve o entrar em contato com tal objeto o faz tomar a decisão de compra ou não (MIRANDA, 2008).

Conforme Miranda (2008, p.69) “O sistema de moda procura disseminar os produtos culturais que tenham processado; este processo passa por quatro estágios: criação, seleção, processamento e disseminação”. Dessa forma, as pessoas se conscientizam de maneiras diferentes, pensando em adquirir objetos que tenham relação e expressão. Por isso, o design trata a relação entre o indivíduo e objeto.

3.1 DESIGN EMOCIONAL

O design emocional considera que os objetos presentes no cotidiano das pessoas são mais do que apenas bens materiais. Os indivíduos lidam e interagem diariamente com diferentes objetos e, muitas vezes, chegam a criar uma relação bem próxima com eles, dando valor além dos bens materiais (NORMAN, 2008).

Os indivíduos são capazes de desenvolver uma relação afetiva com os objetos. Isto é, um objeto favorito é um símbolo que induz a uma postura mental positiva, um lembrete de boas recordações, ou, por vezes, uma expressão das próprias pessoas. Esse tipo de objeto tem uma história, uma lembrança e algo que liga pessoalmente o homem àquele objeto ou coisa em particular (Ibidem).

Norman (2008) classifica o design em três níveis: (1) visceral; (2) comportamental; (3) reflexivo, sendo eles correspondentes às reações do cérebro. “O sistema emocional também é intimamente ligado ao comportamento, preparando o corpo para responder apropriadamente a uma dada situação” (NORMAN, 2008, p. 32). Sendo assim, acredita-se que o nível visceral é automático e programado para os julgamentos rápidos. Já o comportamental é controlador das ações. Enquanto isso, o reflexivo refere-se à interpretação, compressão e a parte contemplativa do cérebro.

Norman (2008) explica que os três níveis possuem características de produto da seguinte forma:

1. Design visceral – Aparência;
2. Design comportamental – Prazer e efetividade do uso;
3. Design reflexivo – Autoimagem, satisfação pessoal, lembranças.

Na teoria de Norman (2008), o pesquisador divide o usuário em três níveis: nível visceral, comportamental e reflexivo, representando as reações expressas ao entrar em contato com objetos. O primeiro nível, o visceral, é o sentimento com o produto, uma reação ao entrar em contato com o mesmo. Isto é, o consumidor faz julgamentos sem nem pensar, são comportamentos automáticos, ou pré-programados, com decisões rápidas sobre determinado produto (NORMAN, 2008).

Já o comportamental, segundo nível, é a satisfação ao utilizar um produto. Ou seja, primeiro o indivíduo olha, verifica o interesse e só depois sente, ou não, prazer em usá-lo. Essa reação se dá pelo atendimento das expectativas que o consumidor coloca no objeto. Conforme Norman (2008, p.14), esse nível

(...) refere-se aos processos cerebrais que controlam a maior parte de nossas ações, como andar de bicicleta, tocar um instrumento musical,

dirigir um carro. Ele pode aperfeiçoar ou inibir o nível visceral e ter suas ações aperfeiçoadas ou inibidas pelo nível superior, o reflexivo.

O terceiro nível, o reflexivo, representa o pensamento antes da compra do produto, influenciado por outras pessoas. Norman (2008) afirma que, nessa etapa, o que é despertado é a interpretação, compreensão e raciocínio do cérebro. Isso se deve ao fato de que, por conta dele, são ativadas as ações de sentir falta de alguma pessoa ou de perceber significados ao uso do produto.

Os dois primeiros níveis pertencem ao presente, já o terceiro nível volta no passado. Os níveis visceral e comportamental, estão relacionados ao presente, com sentimentos durante o tempo em que está vendo ou usando determinado produto. Ao reflexivo, busca-se por sentimento de lembrança do passado e julga o futuro (NORMAN, 2008).

Na figura 4, é possível ver uma comparação dos níveis descritos por Norman (2008). Com esse resumo, percebe-se as expressões do consumidor ao entrar em contato com os produtos. Isto é, o nível visceral indica “eu quero isso”, já o comportamental é “eu posso dominar”, e o reflexivo como “me completa”.

Figura 4 – 3 Níveis de Design Emocional



Fonte: Mariotto, 2018.⁴

⁴ Disponível em: <http://www.tbrandconsultoria.com/conteudo/1664/o-design-emocional-a-garantia-de-sobrevivencia-das-marcas-e-organizacoes/>. Acesso em 31 maio de 2020.

O Design Emocional é um conceito criado a partir da compreensão ao entrar em contato com qualquer produto, concilia-se sentimentos a ele e as suas características de forma inconsciente. Na tabela 1, são indicadas as reações e relações que cada nível expressa no consumidor.

Tabela 1 – Comparativo dos 3 níveis do Design Emocional

VISCERAL	COMPORTAMENTAL	REFLEXIVO
Atração	Ações	Associação
Instinto	Automático	Experiência
Reação	Compreensão	Raciocínio

Fonte: Desenvolvido pela autora, 2020, adaptado de Norman, 2008.

De acordo com a figura 4, o nível Visceral, é um pouco mais superficial, fazendo com que o indivíduo tenha a expressão “eu quero”, e analisando a tabela 1, que compara os três níveis, percebe-se que atração é uma das principais relações que o indivíduo tem.

Já ao nível comportamental, segundo a figura 4 é algo que pode dominar a sua vontade ao entrar em contato com determinado produto, sente o desejo, é algo do instinto, e automático, mas que logo passa, como mostra a tabela 1.

O nível reflexivo, é oposto ao visceral e comportamental, como mostra na figura 4, “me completa”. Representa o produto que possui significado para o indivíduo, o desejo é reação que faz contar histórias sobre esse produto, tem um sentido emocional.

Não só os objetos estão ligados ao emocional dos indivíduos, mas as fotografias também são capazes de transmitir emoções. Isso se dá pelo fato de que as pessoas começam a reviver o passado, através de lembranças e desejos saudosistas. Norman (2008, p. 72) explica que, “as fotografias são claramente importantes na vida emocional das pessoas. Elas asseguram a permanência das lembranças e com frequência são passadas de geração em geração”.

As fotografias são momentos especiais que são recordados tempo depois. Elas contam histórias de momentos e, a partir disso, o indivíduo volta naquele período e muitas lembranças são compartilhadas (NORMAN, 2008). São os conjuntos de lembranças que são guardados e repassados com fortes emoções. De acordo com Leal (2011), as fotografias transmitem mensagens e sensações que

foram vividas, trazendo um significado no momento em que se entra em contato com elas.

Existem lembranças que ficam guardadas na memória e que, muitas vezes, passam despercebidas pelo consciente. Já outras são marcadas por vários fatores, como cheiro, palavras, gestos, momentos, sons e, assim que percebidos, resgatam as lembranças daquele determinado fato, retornando histórias vividas no passado (LEAL, 2011).

O processo de consumo dos indivíduos tem mudado conforme o passar dos anos. O fato de se pensar em um consumo mais consciente e com significado fez com que a relação da pessoa com o objeto também fosse alterada. As pessoas buscam se expressar através do consumir, do vestir e, por isso, alinham-se com marcas que tenham preceitos similares aos seus. O design emocional vem para desenvolvimento de produtos e ideias que estejam alinhados com os pensamentos dos consumidores, proporcionando algo além da estética, mas que cria um vínculo emocional, social ou histórico.

4 ESTAMPARIA NA INDÚSTRIA DE MODA

Muito antes do surgimento dos têxteis, o homem pintava o corpo com pigmentos naturais, sendo esse o primeiro adorno pessoal, representando sua beleza e classe social. A pintura feita no corpo, passou ao couro, e logo depois aos tecidos (PEZZOLO, 2007).

As estampas feitas pelo homem representavam a necessidade de colorir o meio ambiente e teve início na Índia e Indonésia, chegando aos países Mediterrâneo. Naquele tempo, os tecidos estampados eram exclusividade para a classe social alta (Ibidem).

O trabalho de estampar nos tecidos teve início no Egito no sec. V e IV a.C, através de corantes naturais e ácidos. Séculos depois ele reapareceu na Índia e na Indonésia, levado para a Europa por Vasco da Gama direto da Índia, pelo valor que lhes eram impostos. Os tecidos estampados passaram a ser exclusivos para as famílias mais abastadas da sociedade, fazendo com que surgisse uma distinção de classe (CHATAIGNIER, 2006 apud DIAS, 2019, p.18).

Os primeiros instrumentos descobertos pelo homem para estampar, acredita-se que foi a sua própria mão em carimbo, logo seguida novas evoluções como: argila, madeira e metal (SILVA, 2013).

Na Revolução Industrial, no século XVIII, a indústria têxtil começou a desenvolver tecidos em grande escala e com o suporte de novas tecnologias. Isso fez com que se desenvolvesse tecidos naturais e tecnológicos, conforme Silva (2013), com toda a evolução dos tecidos e em criar as estampas sobre ele, evoluíram, desde as técnicas artesanais, como os métodos industriais da estamparia.

Segundo Yamamoto (2015, p.28), entre os séculos XVII para século XIX, a indústria têxtil, com a confecção de produtos artesanal, foi substituída pela mecanização, e modificando a proposta dos produtos. Os artesões que antes produziam todos os seus produtos de forma artesanal, passaram a ser substituídos pela mecanização (YAMAMOTO, 2015).

4.1 PROCESSOS DE ESTAMPARIA

A estamparia é a arte de adornar um tecido, a qual deriva-se de uma palavra inglesa, *printwork*, isto é, trabalho em forma de pintura. A técnica de estamparia, envolve o jogo de desenhos variados. Segundo Yamane (2008), a impressão em têxteis iniciou-se no sudoeste da Ásia, em meados do século XVI, onde havia o tecido *Icaten*, depois surgiu *Caten*, e logo em seguida o *Cotton* (algodão). Yamane (2008, p.14) ainda afirma que

Este recebia aplicações de cera, impedindo a absorção da tinta ou corante, ficando reservado ou branco técnica artesanal chamada de *Batik*. Existe o *batik* africano e o javanês. No *batik* javanês, o efeito final é produzido por sucessivos tingimentos no tecido, protegido por máscaras de cera, onde somente as partes não vedadas pela cera são tingidas. As máscaras são aplicadas sobre a seda com pincel.

A Índia foi a principal referência na arte da estamparia. Suas produções dominavam as criações diferenciadas, trabalho realizado pelos persas e egípcios. A técnica com bloco de madeira no linho, na Idade Média, veio da Ásia e desenvolvida aos romanos, na Europa (YAMANE, 2008).

Estamparia é caracterizada por procedimentos diferentes, que produzem desenhos coloridos, ou branco monocromático ao tecido, com pintura localizada e repete sobre o tecido (CHATAIGNIER, 2012).

Foram inúmeros os meios usados pelo homem para estampar seus tecidos: batik, bloco de madeira, rolos de madeira ou de ferro recobertos com cobre, quadro, cilindro rotativo (ou quadro rotativo), transfer. Todos são utilizados até hoje de acordo com o tipo de trabalho: artesanal ou industrial. No setor industrial, eles variam de acordo com o resultado desejado e porte da empresa. A última palavra em termos de tecnologia indica o cilindro rotativo e o jato de tinta, comandados a distância graças a informática (PEZZOLO, Dinah B., 2007, p. 187 apud YAMAMOTO, 2015, p.28).

Os processos e técnicas de estamparia evoluem o tempo todo e muito das técnicas são ensinamentos antigos e preciosos, agregando sempre valor aos tecidos (CHATAIGNIER, 2012). Existem algumas técnicas que são mais comuns e utilizadas no meio industrial, sendo elas:

1. Serigrafia – Conhecida também como silk-screen ou impressão a tela, o processo é feito em vazar a tinta sobre o tecido. Com isso, a tela é colocada

em um bastidor (quadro), esticada. A matriz passa por um processo de gravação através da foto sensibilidade, sobre uma mesa de luz. (ALEY, 2014...*online*).

2. Sublimação – É o processo de estamparia, feito com folha específica, a qual é transferida por meio de uma prensa quente sobre o tecido. Outro processo utilizado, é o *transfer* por estampa localizado (CHATAIGNIER,2012).
3. Estamparia Digital – surgiu por ser feito todo digital, são feitas digitalmente e impressas no tecido como uma impressora imprime um papel (YAMANE, 2008).

A fim de desenvolver melhor o conhecimento acerca dos principais tipos de estamparia na indústria, a seguir, são detalhados os processos de (a) serigrafia; (b) sublimação; e (c) estamparia digital.

4.1.1 Serigrafia

A estampa em serigrafia surgiu nos EUA, na década de 1920. É feito um quadro em madeira e áreas são vedadas ou vazadas, permitindo ou não a passagem da tinta para o tecido (LOBO, 2014). Dessa maneira, a parte vazada irá revelar o desenho feito para a estampa, como mostra a figura 5.

Figura 5 - Serigrafia



Fonte: Outside Estamparia, 2020.⁵

⁵ Disponível em: <https://www.outsideestamparia.com.br/entenda-o-processo-de-serigrafia/>. Acesso em 02 de jul de 2020.

O processo em *silk-screen* é utilizado para estampa localizada e é a impressão da tinta em uma tela, chamada de matriz. Essa matriz é o objeto que proporcionará a revelação da estampa da forma que ela foi desenhada para o tecido (LOBO, 2014).

A estampa rotativa, utilizada para estampa corrida, é feita por meio de sequências de rolos que transferem a tinta para a superfície do tecido pouco a pouco, conforme as matrizes nos rolos vão passando. Essa técnica é feita as gravações de cilindros metálicas, com algumas micros perfurações, e a tinta é aplicada sobre o tecido, assim cada estampa é dividida em matizes e gravadas com cilindros diferentes (AUDACES...*online*, 2020).

Inicialmente o processo era feito todo manual, mas com as tecnologias o processo tornou-se mecanizado em que as máquinas movimentam os rolos e quadros (LOBO, 2014).

4.1.2 Sublimação

Sublimação ou *transfer* é o processo em que a impressão é feita através da utilização de calor. Conforme a figura 6, o desenho é impresso em um papel sublimático por uma impressora digital com tinta sublimática. A partir disso, através de pressão e calor, a estampa é transferida para o desenho. Destaca-se a importância da imagem ser impressa de forma invertida, a fim de transferir a imagem de forma correta (UDALE, 2009 apud BETTINI 2014).

Figura 6 – Processo de sublimação



Fonte: blog sigbol, 2016⁶

⁶ Disponível em: <https://sigbofashion.files.wordpress.com/2016/04/foto-161.jpg>. Acesso em 13 de jul de 2020.

Esse tipo de estampagem é utilizado em tecidos 100% poliéster, uma vez que eles têm uma aderência maior ao pigmento que o algodão (AUDACES...online, 2020).

4.1.3 Estamparia Digital

A estamparia digital surgiu na década de 1990, mas somente no século XXI a produção ampliou. Os seus funcionamentos são basicamente iguais aos de uma impressora comum (LOBO, 2014). “Os equipamentos de impressão digital permitem que o desenho obtido tenha *rapport*⁷ ilimitado, grande número de cores, encaixe perfeito e muitos outros benefícios criativos” (LOBO, 2014, p. 112).

É o processo de imagens impressas direto ao tecido. Assim como mostra a figura 7, ao entrar o tecido na máquina de impressão, a estampa é impressa no têxtil. Ao finalizar a estampa sobre o tecido, passa por uma lavagem para eliminar a película que foi aplicada antes da impressão (SILVA, 2013).

Figura 7 – Processo de Estamparia Digital



Fonte: dtprint digital textile printing, 2017.⁸

Os avanços na estamparia digital são utilizados para desenvolver amostras ou estampas individuais com design exclusivo e em tamanhos diferenciados. (YAMANE, 2008). Assim, ela representa o avanço da tecnologia na impressão dos

⁷ Rapport são os elementos para o design da estampa, com a representação na unidade, continuidade, ou na realização do ritmo da superfície, podendo ser têxtil ou não. (AUDACES, online...2016)

⁸ Disponível em: <http://dtprintdigital.blogspot.com/>. Acesso em 12 jul 2020.

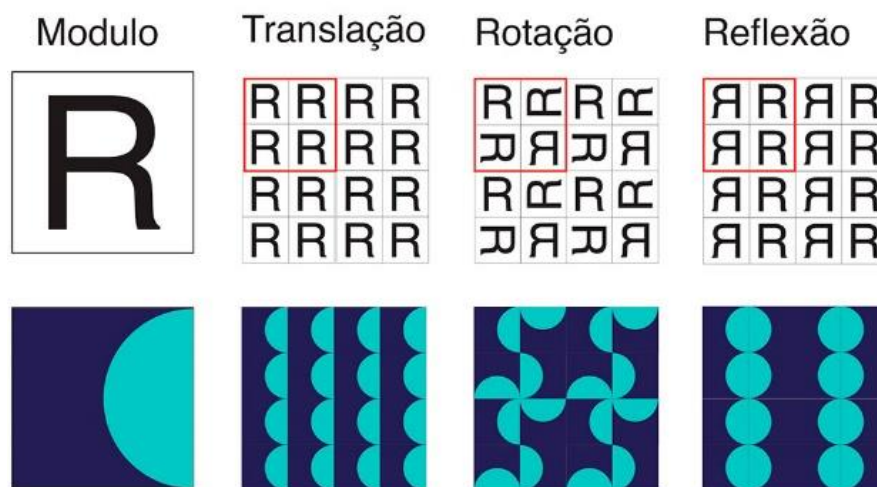
tecidos, sendo utilizado nos vestuários, mas também em decoração e sinalização (LOBO, 2014).

4.2 DESENVOLVIMENTO DE COLEÇÃO DE PADRONAGENS TÊXTEIS

As superfícies são formadas por padronagens, isto é, módulos que, quando repetidos múltiplas vezes, criam uma área maior de construção. Portanto, o menor componente da superfície ou da estampa é classificado como módulo. No processo criativo, para saber se os módulos estão atuando corretamente, ou seja, encaixando-se, ele deve ser repetido no mínimo nove vezes (ANTUNES, 2018).

No design de superfície se considera alguns princípios fundamentais, sendo eles o módulo e o *rapport* -ou repetição-. A figura 8 ilustra como esses princípios funcionam no desenvolvimento de uma padronagem.

Figura 8 - Sistema alinhado de repetição



Fonte: blog Spot, 2013.⁹

Módulo é a menor unidade da padronagem, a qual apresenta as referências do desenho (SILVA, 2015). O padrão, ou estampa, se dá através da repetição do módulo, o qual pode ser articulado de diversas formas, originando representações diferentes com o mesmo desenho (ANTUNES, 2018).

Repetição deriva do francês *rapport*, que são as repetições da superfície no

⁹ Disponível em: <https://estampaqueeu gosto.blogspot.com/2013/06/processos-de-obtencao-de-um-rapport.html> Acesso em 22 jun de 2020.

sentido vertical e longitudinal. É o sistema de encaixe do desenho e módulos. Esse encaixe se dá de duas formas: Continuidade e Contiguidade (FERNANDES, 2013). A continuidade é a “sequência ordenada e ininterrupta de elementos visuais dispostos sobre uma superfície, garantindo o efeito de propagação” (RÜTHSCHILLING, 2008, p.65 apud ANDRADE, 2018, p.24). Já a contiguidade, representa a “(...) harmonia visual na vizinhança dos módulos, estado de união visual. De maneira que, quando repetidos lado a lado e em cima e embaixo, os módulos formam um padrão” (RÜTHSCHILLING, 2008, p.65 apud ANDRADE, 2018, p.24).

Acredita-se que uma estampa é bem-feita quando as repetições são feitas de forma tão boa, que o módulo fica imperceptível àquele que vislumbra a padronagem (ANDRADE, 2018). Por isso, o desenvolvimento de um módulo precisa ser bem pensado e estudado, para que as sequências não sejam claras e surpreendam de fato.

5 METODOLOGIA

Toda pesquisa é feita de conhecimentos e na aplicação de métodos, técnicas e entre outros processos científicos. Sendo, que a pesquisa é feita ao um longo de um processo, desde a elaboração do problema até a apresentação final (Gil, 2008). Para o desenvolvimento desta pesquisa, na qual, a partir de relatos de duas descendentes italianas a pesquisadora desenvolveu estampas para lenços, fez necessário delimitar alguns procedimentos de ordem metodológica, propiciando a cientificidade.

Quanto a natureza da pesquisa, a mesma é aplicada, uma vez que a informações coletadas foram aplicadas no desenvolvimento de quatro estampas para lenço. Gil (2008, p. 27) complementa que “a pesquisa aplicada, apresenta muitos pontos de contato com a pesquisa pura, pois depende de suas descobertas e se enriquece com o seu desenvolvimento”.

A problemática abordada dá-se de forma qualitativa, já que analisa objetos afetivos coletados das imigrantes, bem como o relato das mesmas de forma qualitativa (Gil, 2008). Para o alcance dos objetivos, a pesquisa se enquadra como exploratória, pois busca apropriar-se do desenvolvimento de produto com significado, como o design emocional, para aplicar em produtos que tenham valor além do material, mas também sentimental para as participantes da pesquisa.

Em relação aos procedimentos técnicos, a pesquisa é bibliográfica, que para Gil (2008, p.50), é “desenvolvida a partir de material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos”. Ainda se destaca que os principais autores utilizados para abordar o processo de significação na moda foram Lipovetsky (1989) e Sabino (2011); para discorrer sobre as novas formas de consumo utilizou-se Norman (2008) e Mesquita (2004); e, por fim, para abordar a estamparia na indústria de moda, considerou-se os autores Pezzolo (2007) e Chataignier (2012) como sendo os principais.

Além de bibliográfica, que conforme Gil (2008, p.45) “[...] se utiliza fundamentalmente das contribuições dos diversos autores sobre determinado assunto”, a pesquisa se encaixa como documental, já que foram utilizadas fotografias, objetos e relatos das idosas descendentes de italianos como forma de coleta de dados. Além disso, desenvolveu-se um vídeo simulando uma conversa entre amigas para ser um alicerce do desenvolvimento da coleção e da pesquisa.

O universo é o de descendentes de imigrantes italianos de Criciúma, sendo que a amostra foi composta por membros da família Macarine, especificamente duas idosas: a nona, e uma parente da nona um pouco mais distante. A coleta de dados aconteceu por meio de um café entre amigas, para contar relatos do passado. A elas, foram feitas algumas perguntas seguindo um roteiro (Apêndice A) sobre seus tempos de infância, a fim de ajudar na desenvoltura da conversa.

Tendo os dados em mãos, torna-se possível seguir adiante com a pesquisa. Sendo assim, todas as informações coletadas foram passadas por um processo de análise para, posteriormente, chegar ao desenvolvimento das estampas para os lenços. Frisa-se que foram criadas duas padronagens para cada uma das participantes, baseadas no que as mesmas relataram.

6 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Conforme abordado na revisão de literatura, a moda não é somente cobrir o corpo do indivíduo, a moda define a personalidade de si, traz emoção. As roupas que são chamadas de vestuário ou indumentária, conseguem transmitir os sentimentos das pessoas, como épocas, lugares, status social, vida e, assim, o vestir, muitas vezes representa a maneira o comportamento diante dos outros (LIMA; BRASILEIRO, 2017).

Além de marcar a vida das pessoas, os objetos possuem uma relação com os indivíduos, pois, ao entrar em contato com esse produto, as lembranças despertam o passado e emoções. Segundo Norman (2008), os indivíduos lidam e interagem diariamente com diferentes objetos e, muitas vezes, chegam a criar uma relação bem próxima com eles, dando valor além dos bens materiais. Dessa forma, esse tipo de emoção para o consumidor ao desejar um produto de moda, eles estão adquirindo um valor sentimental.

Diante das informações alcançadas, esse capítulo visa discorrer sobre o desenvolvimento das estampas para a perpetuação de relatos e memórias da cultura italiana. Para isso, apresenta-se a entrevista desenvolvida com as descendentes italianas, as quais relataram suas lembranças, bem como exibe-se o processo criativo das padronagens.

6.1 RELATOS E MEMÓRIAS ITALIANAS PARA DESIGN DE SUPERFÍCIE

Os primeiros imigrantes chegaram ao Brasil há 140 anos, fugindo da crise profunda na Itália, e na Europa em geral. Chegaram de navio no país, com o desejo de construir suas famílias em uma terra melhor (DARIO...online, [2019?]).

Imigrante relatam a viagem de navio para o Brasil, a qual estava repleta de italianos cheios de esperanças (Figura 9). Ao chegar no destino, os passageiros desceram nos portos de Santos e do Rio de Janeiro, encaminhando-se para as suas cidades destino com outra viagem, só que dessa vez de trem.

Figura 9 - Viagem de navio para o Brasil



10

Fonte: Pesquisa Italiana, [2019?]

Com a chegada dos imigrantes de navio, aos portos de Santos e Rio de Janeiro, eles seguiam as suas viagens com trem, como mostra a figura 10. Muitos saíram de lá em direção às cidades prometidas aos novos colonizadores pelo governo, como as cidades de Orleans, Urussanga e Nova Veneza.

Os imigrantes saíram de trem para seguir suas viagens, para começar construir suas famílias. Alguns imigrantes da família Macarine seguiram viagem de trem até Orleans, e logo foram caminhando para as regiões vizinhas, o que os levou aos municípios de Urussanga, Nova Veneza, e Criciúma. Ao chegarem nessa última, estabeleceram-se no bairro Rio Maina, onde muitos deles ficaram para a construção da família.

¹⁰ Disponível em: <https://pesquisaitaliana.com.br/viagem-de-navio-entre-a-italia-e-o-brasil/>. Acesso em 17 de jul de 2020.

Figura 10 - Os imigrantes italianos seguiam de trem para outras cidades



Fonte: Pesquisa Italiana, [2019?]¹¹

Ao longo dos anos, a família Macarine criou laços, construiu história e registrou momentos. Anos se passaram, mas a cultura italiana sempre esteve presente, perpetuando entre os anos até os dias de hoje. Por conta disso, foi feita a entrevista com duas idosas descendentes italianas da família, a fim de que elas relatassem suas histórias e lembranças de infância.

6.2 RELATO DE DUAS DESCENDENTES

Foi marcado, em uma quarta-feira à tarde, no mês de maio de 2020, um café entre duas descendentes italianas, que residem em Criciúma. Elas são membros da família Macarine e correspondem a: Geni, com 77 anos e avó da pesquisadora e Alzira, aos 75 anos, uma parente um pouco mais distante da família. Isso teve o intuito de gerar um vídeo que relatasse um pouco sobre suas histórias de infância. Tendo o objetivo de despertar a memória afetiva, a casa utilizada para esse café foi uma que é constantemente utilizada para encontros relacionados à cultura italiana. Ela é uma casa histórica e que perpetua a cultura histórica da época. Além do

¹¹ Disponível em: <https://pesquisaitaliana.com.br/viagem-de-navio-entre-a-italia-e-o-brasil/>. Acesso em 17 de jul de 2020.

espaço, a refeição também foi inspirada no que é cultural dos imigrantes, simulando as farturas de comidas típicas (Figura 11).

Figura 11 - Café da tarde



Fonte: autora (2020).

Buscou-se, através do vídeo, representar uma tarde entre amigas, as quais contavam sobre suas lembranças e vivências da época de infância. Em suas histórias, elas contaram a vinda de seus avós para o Brasil, os quais saíram de Gênova e chegaram ao porto de Rio de Janeiro. Em seguida embarcaram em um trem para Lauro Muller, para depois seguirem até chegaram ao Rio Maina, em Criciúma, onde resolveram ali começar construir suas famílias.

Geni e Alzira ainda contam que as primeiras casas foram feitas com folhas de coqueiros, tipo uma barraca. Seus avós começaram a desbravar os matos para plantar seus próprios alimentos e, assim, a família foi crescendo, o terreno foi tomando forma. As idosas, Alzira e Geni, lembraram de quando se reuniam entre amigos e primos para brincar juntos. Durante a semana precisavam ajudar nos deveres de casa, na roça e em tudo que fosse necessário, não importava a idade. Alzira conta que todos os dias subia para o bananal para levar a cesta de almoço para seu pai e irmão. Foram momentos de muito trabalho, mas que valeram a pena pelas recordações.

Na troca de conversas, elas contam do significado de seus nomes, Geni relembra que seu pai saiu para registrar o seu nome e encontrou uma professora com o nome de Geni. Por conta disso, ele resolveu nomear sua filha com esse nome. Alzira, que nesse momento acha graça, comentou que não lembrava o

porquê de seu nome, mas que não gostava muito no começo, mas logo, foi se acostumando, pois tem um apelido que todos a chamam, Pupa.

A partir do relato das memórias de Alzira e Geni, foi possível perceber que a vida naquela época não era fácil. Foi de muito trabalho e dificuldades, mas, mesmo assim, as duas guardam com muito carinho todas as suas lembranças de brincadeiras de criança, de histórias familiares e de seus entes queridos. Ao fim da entrevista, as duas descendentes relataram que foi uma experiência incrível pois, trocaram muitas histórias que ainda não sabiam e de momentos que marcaram suas vidas. Para fechar a tarde, as duas cantaram juntas a música *Ho girato la Italia e il Tirol (La Verginella)* - Renato Borghetti.

Para auxiliar nas lembranças, solicitou-se algumas fotografias e objetos emocionais para as duas descendentes. Assim, foi desenvolvido o painel de inspiração para a coleção.

6.3 PROPOSTA DE ESTAMPA

Para a criação da estampa, foi desenvolvido quatro painéis de inspiração, a fim de auxiliar na execução das estampas personalizadas, resgatando fotografias antigas das descendentes e objetos com significado importante. Acreditou-se ser importante fazer as estampas individuais e personalizadas para cada uma, uma vez que a abordagem desse desenvolvimento se deu através do design emocional (NORMAN, 2008). Sendo assim, como cada uma tem uma interação diferente com os objetos, buscou-se fontes de emoção e sentimento de cada uma delas.

Primeiro foi desenvolvido o painel de fotografias, figura 12, o qual mostra imagens selecionadas pela Alzira. Essas são fotos com lembranças de seus momentos de infância, junto às suas irmãs. Ela relatou que a foto com a família toda, primeira no canto superior esquerdo, tem aproximadamente 100 anos. Essas imagens são marcos em sua vida, representando recordações fortes de sua trajetória.

Figura 12 - Painel de Fotografia Alzira



Fonte: Autora (2020).

Para Alzira, a valorização dos objetos deixado pelos seus pais tem um valor sentimental muito grande (Figura 13). Esses são aqueles que, mesmo depois de muitos anos, ela ainda não abriu mão de guardar como recordações. Dentre esses objetos estão: o livro deixado por sua mãe, que relembra dos momentos em que ela estudava para se tornar professora, motivo de orgulho para a descendente. A idosa ainda relata contente sobre a caligrafia perfeita de sua mãe no livro. Estão também o canivete e os óculos de seu pai, bem como a santa protetora dela.

Figura 13 - Painel de Objetos Alzira



Fonte: Autora (2020).

Assim como citado na revisão de literatura, as pessoas são capazes de desenvolver uma relação afetiva com os objetos. Isto é, um objeto favorito é um símbolo que induz a uma postura mental positiva, um lembrete de boas recordações, ou, por vezes, uma expressão das pessoas (NORMAN, 2008).

Para o painel de fotografia de Geni (Figura 14), são fotos de quando se casou com Ângelo Biava, ainda muito jovem, e fotos com seu pai e toda a família, em frente à sua casa em que viveu desde que nasceu, até se casar.

Figura 14 - Fotografia de Geni



Fonte: Autora (2020).

As pessoas possuem objetos que trazem significado importantes sobre si, como uma foto, um produto, que lembra o seu passado (LEAL, 2011). Para Geni, como mostra na figura 15, sua mãe deixou de lembrança uma xícara e uma travessa de porcelana. Para ela, é de grande valor, assim, cada vez que tem o contato com essas peças, lembra de momentos importantes junto à sua mãe.

Ela ainda conta que foram as únicas peças deixadas de lembrança. São peças que foram utilizadas para eternizar os momentos que tiveram juntos em família, aos almoços e cafés.

Figura 15 - Painel de Objeto Geni



Fonte: Autora (2020).

6.3.1 PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO DE ESTAMPA

Para o desenvolvimento das estampas, foi fundamental analisar os processos e resultados obtidos até aqui, a fim de alcançar resultados realmente satisfatórios. Então, para a primeira etapa do processo de desenvolvimento de estampas, foi necessário ouvir novamente as gravações, para só assim começar os esboços para transformar os relatos das histórias contadas por elas em ilustrações. Conforme a figura 16, ao lado esquerdo com os esboços dos relatos mais importantes de Geni, e ao lado direito de Alzira.

Figura 16 - Esboço



Fonte: Autora (2020).

Como as histórias de suas famílias italianas, com a vinda para o Brasil são iguais, já que as mesmas são da família Macarine, foi desenvolvido esboços similares com essas informações, em papel vegetal. A ilustração de Geni, ao lado esquerdo (Figura 16), mostra a fotografia de sua família em frente à casa de seus pais. Para Alzira, lado direito, os momentos mais marcantes de sua trajetória foram as idas até o bananal para levar almoço para seu pai e irmãos, sendo essa a representação na figura.

Após transportar os relatos mais importantes para o papel vegetal, achou-se importante fazer os testes com tinta aquarela (Figura 17), a fim de dar mais representação aos desenhos. A ideia era dar a impressão de que os desenhos estavam envelhecidos, e que essa primeira ilustração representasse o mapa da história delas.

Figura 17 - Teste com tinta aquarela



Fonte: Autora (2020).

Em seguida, feito os testes com tinta aquarela, foi transformado os esboços em desenhos prontos para a pintura, conforme a figura 18. As cores verdes para representar os matos, como na chegada ao Brasil os imigrantes encontraram somente matos, o azul do Oceano Atlântico e o marrom, sendo a terra.

Figura 18 - Relatos de Geni



Fonte: Autora (2020).

A padronagem mostra os imigrantes saindo de Gênova, na Itália, de barco e desembarcando na cidade do Rio de Janeiro. Após, atravessam o país de trem até a cidade de Orleans, de onde saem caminhando até chegar ao bairro Rio Maina em Criciúma.

Na ilustração de Alzira, conforme a figura 19, foi representada com as mesmas cores, modificando somente a história que mais marcou sua trajetória, a ida para o bananal.

Figura 19 - Relatos de Alzira

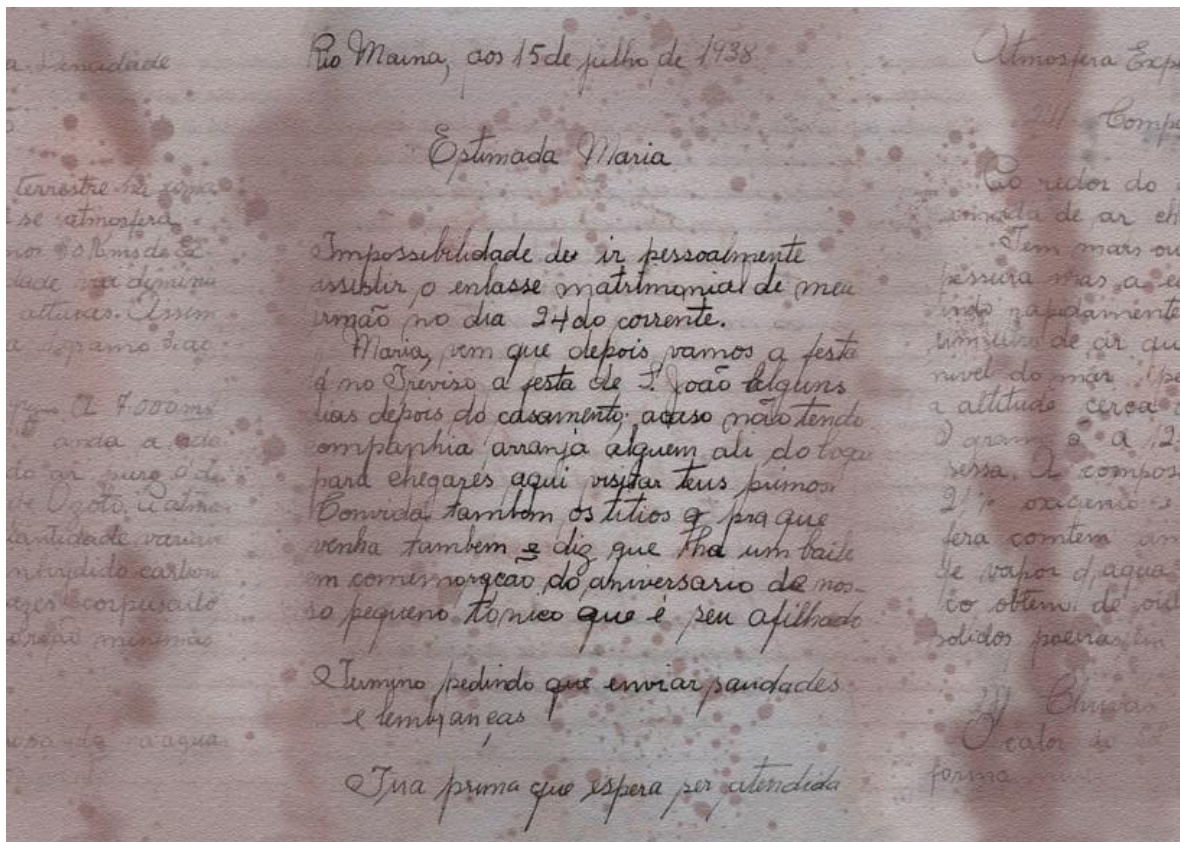


Fonte: autora (2020).

Para as estampas dos objetos emocionais das duas descentes, foram selecionados um de cada, a xícara da Geni e o caderno de estudos da mãe da Alzira. Essas estampas foram elaboradas pelo programa photoshop, uma vez que a ideia era tentar manter o mais fiel possível dos padrões impressos na xícara e no caderno das idosas.

Ao objeto de Alzira, conforme a figura 20, destacou o livro de sua mãe, com a bela caligrafia da mesma. O interessante é que essa página em destaque, é uma carta que a mãe dela explica o porquê não conseguiu comparecer ao enlace matrimonial de seu irmão. Destaca-se aqui que Alzira conta que sempre que abre esse livro, perde-se nas lembranças presentes no mesmo.

Figura 20 - Objeto de Alzira



Fonte : Autora (2020).

A escolha da tonalidade terrosa foi feita para manter o padrão envelhecido do livro, o qual apresentava certas marcas do tempo. Além disso, achou-se interessante complementar com algumas manchas e respingos, para ilustrar o uso do livro.

Geni tem duas louças de porcelanas que ficaram como lembranças de sua mãe. Esses são objetos que ela guarda com muito amor e carinho. Dessa forma, achou-se uma oportunidade de, através das padronagens expressas nessas louças, transformar em estampas para eternizar a lembrança.

Figura 21 - Objeto de Geni



Fonte: Autora (2020).

Escolheu-se colocar as flores no centro da padronagem, as quais estão estampadas na travessa de Geni, bem como criar bordas com os detalhes representados na xícara dela. As cores foram mantidas as mesmas, uma vez que a ideia era que ela pudesse fazer uma rápida associação com a recordação de sua mãe.

6.3.2 ESTAMPAGEM NO TECIDO

Com as estampas prontas e representando os relatos das descendentes italianas, bem como seus objetos emocionais, foi possível passar para a próxima etapa, de estampar essas padronagens em lenços. Foi escolhido fazer estampas para lenços por serem objetos comumente utilizados na cultura italiana e por estarem muito presentes na vestimenta das duas idosas.

Na figura 22, a estampa pronta para impressão com os relatos contados por Geni, descrevendo a trajetória da vinda de seus avós para o Brasil e a foto de sua família em frente à casa de seus pais, que se encontra até hoje no mesmo lugar.

Figura 22 - Estampa com relatos Geni



Fonte: Autora (2020)

Na figura 23, tem-se a trajetória de Alzira, similar à de Geni, com a vinda de seus avós para o Brasil. Além disso, ilustra um dos momentos que mais marcou sua vida, que foi as idas todos os dias ao bananal para levar almoço ao seu pai e irmãos, que trabalhavam para o cultivo dos alimentos.

Figura 23 - Estampa com relatos Geni



Fonte: Autora (2020).

Conforme a figura 24, Geni tem duas louças de porcelanas que ficaram como lembranças de sua mãe e, através delas, foram transformadas em uma única estampa, sendo as flores no centro e as bordas com detalhes nas formas e cores das louças antigas.

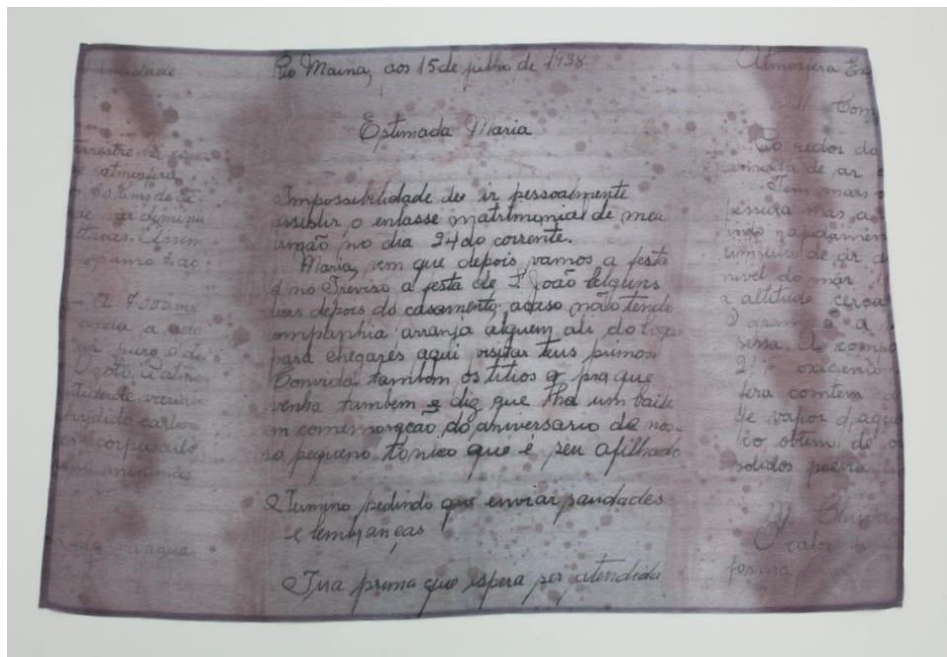
Figura 24 - Objeto Significado de Geni



Fonte: Autora (2020).

Ao objeto de Alzira, conforme a figura 25, está presente o livro de sua mãe com uma das páginas escritas à mão por ela. O foco dessa estampa está na caligrafia da mulher, bem como na história contada por ela nessa escrita. Essa, talvez uma das padronagens, em que é muito importante e carrega muito sentimento para a descendente.

Figura 25 - Objeto Significativo de Alzira



Fonte: Autora (2020).

Vale ressaltar que as padronagens foram estampas em um chiffon, 100% poliéster por meio de sublimação (AUDACES...online, 2020). A empresa responsável pelo processo foi a estamperia Dropfish, localizada no São Luiz, a qual proporcionou alcançar os resultados desejados quanto ao lenço.

As recordações são momentos que são eternizados na memória, para contar de geração em geração, e esses foram os momentos mais marcantes para as duas descendentes, as histórias foram fundamentais para o desenvolvimento das estampas e espera-se que, assim, os relatos das mesmas possam continuar sendo passados de geração em geração por meio desses lenços presenteados para elas.

6.3.3 RELATO DAS DESCENDENTES

Para as duas descendentes italianas, Alzira e Geni, o café marcado foi um momento reviver as lembranças vividas no passado. Através dos relatos conseguiram expressar um pouco desse sentimento. Como mostra na figura 26, são as fotografias de Alzira, com lenço na cabeça para representar o respeito que tinham pela cultura, para ir à missa ou alguma ocasião especial.

Figura 26 – Fotografia de Alzira



Fonte: Autora (2020)

Alzira descreve que foi emocionante e representava a presença da mãe na estampa do objeto significativo, e agradeceu de coração a homenagem feita a mãe. Quanto à entrevista, compartilhou momentos que são guardados até hoje com muito amor e carinho, e vive uma emoção em cada lembrança.

Já para Geni, como mostra a figura 27, foram aplicadas o momento significado da cultura italiana, com o lenço na cabeça, e a roupa típica italiana, com avental e vestido. Ela relatou, em que ficou emocionada em falar dos antepassados, e sente orgulho em reviver um pouco a vinda desses grandes heróis para o Brasil, e são muitas lembranças e vividas até hoje. Gratidão pela oportunidade de homenagear os objetos e relatos com significados.

Figura 27 – Fotografia de Geni



Fonte: Autora (2020)

Os relatos compartilhados pelas descendentes, foram fundamentais para expressar um pouco dessas lembranças que foram vividas por elas, e trazer esses momentos para a estampa de lenços.

6.3.4 CONSIDERAÇÕES SOBRE A COLEÇÃO

O processo da moda necessita de um significado, uma vez que as pessoas buscam por uma moda mais consciente, que tenham uma ligação com o sujeito, que não seja somente um produto que deixa de ser útil. Pensando nisso, desenvolveu-se estampas para lenços pensando que eles pudessem ser objetos duráveis, os quais representam lembranças e sentimentos, que podem ser passados de geração em geração.

Diante das informações e dos relatos, foi possível perceber a relação de amizade entre as descendentes, que suas lembranças foram reviver momentos de infância, lembrando dos domingos em família, que reuniam uns 20 amigos para brincar. Alzira relata que todo dia iria ao bananal levar o almoço ao seu pai e irmãos. Então, foi um momento de bastante emoção.

Já dona Geni, que é avó da pesquisadora, tem um motivo especial para estar participando da pesquisa. Isso por motivos pessoais da autora, uma vez que sempre teve vontade de saber um pouco mais sobre o seu passado com sua família, já que muitas das tradições de antigamente foram perpetuadas na família.

Por fim, para o desenvolvimento do projeto, sempre com a vontade de trazer a família Macarine, foi desenvolvido um pouco dessa história através das estampas em lenços, que eram peças muito utilizadas pelas mulheres para cobrirem seus cabelos para ir na missa, representando respeito. Além disso, também era usado em penteados em alguma ocasião especial.

Dessa forma, acredita-se que a pesquisa consegue deixar a mensagem de cultivação à cultura, bem como reforça a mensagem da importância de uma moda mais justa, com significados ao entrar em contato com objeto. Poder pensar em produtos que não serão descartados e, de fato, terão algum significado para alguém é fundamental para os novos designers.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O trabalho de conclusão de curso apresentado teve como objetivo geral preservar a memória afetiva de duas descendentes de colonizadores italianos por meio de estampas de lenços. Para alcançar tal intenção, buscou-se compreender diferentes aspectos da moda e do design antes de aplicar a pesquisa.

A partir do estudo sobre o processo de significação da roupa na moda, entendeu-se como a relação de consumo do indivíduo mudou ao longo dos anos. Depois que muitas notícias sobre trabalhos análogos à escravidão e devastação do meio ambiente vieram à tona, os consumidores buscarem repensar sua forma de comprar roupa, bem como movimentos em prol de um sistema mais humanizado e com significado.

A fim de suprir a necessidade de novas formas de produzir e consumir, o design emocional conceituado por Norman (2008) mostra outras perspectivas sobre os objetos. Aos estudos sobre consumir objetos que tragam vontade de consumir, aplica-se o desejo de consumir, logo de comprar, e por último para utilizar esse produto, então os indivíduos pensam antes de adquirir algo que não seja útil, somente se transmitir significado. Há três níveis de reações, sendo o visceral as reações do cérebro, é automático e programando, como ao entrar em contato com determinado objeto, faz a reação de “eu quero”, ao nível comportamental, é controlador das reações, e o reflexivo, é a interpretação se realmente necessidade desse objeto.

Não somente os objetos estão relacionados ao emocional das pessoas, mas também as fotografias transmitem muitas emoções com algo já vivido, elas entram em contato com as fotos e começam a reviver o passado. As conversas são outros meios para as recordações.

Com essa pesquisa de buscar as lembranças para transmitir as emoções vividas, foram desenvolvidas estampas de lenços para trazer realmente esse significado importante para os produtos, buscando as recordações de duas descendentes italianas. Por meio de relatos das duas, foi possível agregar valores aos produtos com as lembranças passadas, de momentos da infância e de objetos importantes deixados pelos pais.

Recomenda-se pesquisar mais sobre como perpetuar a cultura italiana através da moda, a fim de memorizar as lembranças passadas de outras famílias.

REFERÊNCIAS

ALEY. **O que é Serigrafia?**. Print. 2014. Disponível em: <<https://www.printi.com.br/blog/o-que-e-serigrafia>>. Acesso em: 05 jun. 2020.

A NATURALÍSSIMA. **Flavia Aranha**: a pioneira em fazer slow fashion no Brasil. Disponível em: <<http://anaturalissima.com.br/flavia-aranha-a-pioneira-em-fazer-slow-fashion-no-brasil/>>. Acesso em: 25 jun. 2020.

ANTUNES. **Design de Superfície**: Padronagem aplicada em divisória vazada de mdf para ambientes. 102 f. (Graduação). Design Gráfico do Departamento Acadêmico de Desenho Industrial – DADIN, Paraná, 2018.

AUDACES. **Os diferentes tipos de estampas**. Disponível em: <<https://www.audaces.com/entenda-os-diferentes-tipos-de-estampas/>> Acesso em: 5 de jul. 2020.

AUDACES. O que as Maison?. Disponível em: <<https://www.audaces.com/voce-sabe-o-que-e-um-maison/>>. Acesso em: 5 de jul. 2020.

AUDACES. **O que é o Rapport?**. Disponível em: <<https://www.audaces.com/o-que-e-o-rapport/#!>>. Acesso em: 5 jul. 2020.

BAUDOT, François. *Moda do século*. São Paulo: Cosac Naify, 2002

BETTINI, Ana Maria de Souza Luiz; LASCHUK, Tatiana. *A Experimentação de Diferentes Matérias-Primas e Estruturas Têxteis nos Processos Sublimáticos*. Gramado: 11º P&d Design, 2014.

CABRAL, Kenia Moreira. **A LINGUAGEM DA MODA**:: uma história de revoluções :: da alta costura ao prêt-à-porter (1858 :: 1960). 2006. 89 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Mestrado em Ciências da Linguagem, Universidade do Sul de Santa Catarina., Palhoça, 2006. Disponível em: https://www.riuni.unisul.br/bitstream/handle/12345/4543/85968_Kenia.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 13 maio 2020.

CARVALHO, W. **Moda e economia**: *fast fashion*, consumo e sustentabilidade. 2017. 75 f. Monografia (Graduação em Ciências Econômicas) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis. 2017. Disponível em <<https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/178760/Monografia%20da%20Wallentina%20Carvalho.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 03 jun. 2020.

CARACIOLA, Carolina. A influencia da moda na sociedade contemporânea. São Paulo, v.7, n.2,p 1-15. Disponível em: file:///C:/Users/mauricio/Downloads/22220-

Texto%20do%20artigo-54216-1-10-20190812%20(2).pdf. Acesso em: 13 mar. 2020.

CIETTA, Enrico. **A Economia da Moda**: Porque Hoje um bom Modelo de Negócios Vale Mais do que uma boa Coleção. São Paulo: Estação das letras e cores, 2017.

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

DARIO. **Dia do Imigrante Italiano**. Disponível em: <https://pesquisaitaliana.com.br/dia-do-imigrante-italiano-no-brasil/>. 2019. Acesso em: 25 jun. 2020.

DELGADO, Daniela. **Fast Fashion**: estratégia para conquista do mercado globalizado. Modapalavra E-periodico, São Paulo, v.2, p.1-10, ago.2008. Disponível em: <http://www.revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/view/7598>. Acesso em: 20 maio. 2020.

DIAS, Leticia. Das cores do grafite a estamparia impressa e expressa. 2019. 59 f. Projeto Interdisciplinar - Curso de Tecnologia em Design de Moda do Centro de Ensino Superior, Juiz de Fora, 2019.

FASHION REVOLUTION. ABOUT. Disponível em: <https://www.fashionrevolution.org/about/>. Acesso em: 15 de jun. 2020.

GIL, CARLOS, Antônio. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4. Ed. São Paulo: Atlas S.A, 2008.p. 1-175.

LIPOVETSKY, Gilles. O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Cia das Letras, 1989.

LOBO, Renato Nogueiro; LIMEIRA, Erika Thalita Navas Pires; MARQUES, Rosiane do Nascimento. Planejamento de risco e corte: Identificação de materiais, métodos e processos para construção de vestuário. São Paulo: Érica, 2014. 128 p.

MENDONÇA, C.M. C. **Da fábula do um qualquer para o desejo do consumo**: movimentos de publicação da moda. Minas Gerais: 1994. Disponível em <<http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202006/artigos/23.pdf>>. Acesso em: 04 de jul. 2020

MESQUITA, C. **Moda contemporânea**: quatro ou cinco conexões possíveis. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2004.

MIRANDA, Ana Paula de. **CONSUMO DE MODA**: a relação pessoa-objeto. São Paulo: Estação das Letras e Cores Editora, 2008. 139 p.

MUNHOZ, J.P. **Um ensaio sobre fast-fashion e o contemporâneo**. 2012. 55 f. Monografia (Graduação em Especialização) – Faculdade Escola de Comunicação e Artes, São Paulo. 2012. Disponível em <<http://www2.eca.usp.br/moda/monografias/Julia.pdf>> Acesso em: 12 jun. 2020.

NORMAN, Donald A.. **Design Emocional**. Rio de Janeiro: Rocco, 2008. 322 p. EMOTIONAL DESIGN. Disponível em: <https://www.passeidireto.com/arquivo/45417602/design-emocional-donald-a-norman>. Acesso em: 19 abr. 2019.

PALOMINO, Erika. A Moda. 2. ed. São Paulo: Publifolha, 2003.

PEZZOLO, D. B. **Tecidos**: história, tipos e usos. São Paulo: Senac São Paulo, 2007.

ROCHA, M. A. **Alta costura**: do surgimento à segunda guerra. Audaces, Florianópolis. 2013. Disponível em <<https://www.audaces.com/alta-costura-do-surgimento-a-segunda-guerra/>> Acesso: 05 jun.2020.

RODRIGUES, M. **Flavia Aranha**: a pioneira em fazer slow fashion no Brasil. Disponível em: <<http://anaturalissima.com.br/flavia-aranha-a-pioneira-em-fazer-slow-fashion-no-brasil/>>. Acesso em: 25 jun. 2020.

SABINO, M. História da moda. Rio de Janeiro: Havana, 2011.

SALVARO, Tainara Joaquim. **ZERO WASTE**: proposta de modelagem para vestido de gala. 2019. 100 f. TCC (Graduação) - Curso de Design de Moda, Tecnológico, Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial - Senai Curso de Tecnologia em Design de Moda, Criciúma, 2019.

SANA. História da Moda. Disponível em: <<https://modahistorica.blogspot.com/2013/05/o-que-e-moda.html>>. Acesso em 15 abr. 2020.

SANT'ANNA, Mara Rubia; RECH, Sandra Regina. **Brasil: 100 anos de moda - 1913 a 2013**. 20. ed. Florianópolis: Udesc, 2014. 211 p.

SILVA, C .H .D .D. **Estamparia** – Uma padronagem da arte. 2013. 41 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Artes Plásticas) Universidade de Brasília, Brasília. 2013. Disponível em <https://www.bdm.unb.br/bitstream/10483/7311/2/2013_Cec%c3%adliaHerculanoDuquedaSilva.pdf>. Acesso em: 5 jun.2020.

SILVA, D.N. **Diálogo entre o Design de Superfície e o Design de Moda**: o caso das padronagens. 2015. 139 f. Dissertação (Mestrado em Design – Área de concentração: Planejamento do produto – Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Bauru - SP, 2015. Disponível em <<https://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/136703/000859924.pdf?sequence=1&isAllowed=y>> Acesso em: 11 jun. 2020.

YAMAMOTO, Jenyfer Ketlen Dos Santos. **Aplicação de bordado computadorizado e estamparia têxtil em vestidos de noiva com menor custo;** para casamentos diurnos. 2015. P 118. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Design de Moda) – Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Apucarana. 2015.

YAMANE, L. A. **Estamparia têxtil.** Dissertação de mestrado (Pós graduação em Artes Visuais) – Universidade de São Paulo, São Paulo. 2008. Disponível em <<https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27159/tde-20052009-132356/publico/5281852.pdf>>. Acesso em: 5 jun. 2020.

ZANETTINI, J. **Um olhar sobre prêt-à-porter no design de moda e o conceito de mimese.** Dissertação de Mestrado (Pós-graduação em Design de Moda) – Universidade Anhembi Morumbi, Florianópolis. 2011. Disponível em <http://www.coloquiomoda.com.br/coloquio2017/anais/anais/edicoes/7-Coloquio-de-Moda_2011/GT02/Comunicacao-Oral/CO_89798Um_olhar_sobre_o_pret-a-porter_no_design_de_moda_e_o_conceito_de_mimese_.pdf>. Acesso em: 03 jun.2020.

APÊNDICE(S)

APÊNDICE A – ROTEIRO PARA A COLETA DE DADOS

1. Como você se chama? Seu nome possui algum significado especial?

2. Como as pessoas costumam te chamar?

3. Onde os membros da sua família nasceram? Você costumava ouvir histórias?

4. Sobre a sua cultura quando era mais jovem?

5. Quais coisas você e sua família faziam juntos no passado?

6. Quais suas melhores lembranças de infância e juventude?

7. O que você fazia para se divertir com seus amigos?

8. Como era a tradição italiana na sua família?
