

O DESIGN INSERIDO NO VESTUÁRIO INFANTIL: UM ESTUDO SOBRE AS ROUPAS COM CONCEITOS LÚDICOS DE APRENDIZAGEM

Livia Marsari Pereira¹

Marizilda dos Santos Menezes

Resumo

Dentre as tendências atuais para as roupas infantis encontra-se o vestuário que pode contribuir para o desenvolvimento e aprendizado das crianças por meio da interação com suas roupas. Para que a interação criança/roupa ocorra, esse vestuário deve se apropriar dos conhecimentos do design, que auxiliam na sua construção. Desta forma, esse estudo busca investigar os princípios do design que podem ser adotados para a produção dessas roupas, mostrando como noções de educação podem ser incorporadas aos trajes, estudando as relações e interações entre o design, moda e a educação. O estudo aborda este vestuário sob a perspectiva do design, para assim levantar informações que possam contribuir com a criação das peças. Para tanto, foi elaborado um referencial teórico que procurou mostrar o universo infantil, a comunicação, vestuário e design. De acordo com os procedimentos metodológicos adotados para o trabalho, realizou-se um estudo de caso em dez escolas particulares da cidade de Bauru-sp, a fim de obter dados referentes a vivência com crianças, sobre as preferências, atitudes e formas de raciocínio do mundo infantil.

Palavras-chave: design; design de moda; vestuário infantil.

Abstract

Among the current trends for children's clothing is clothing that may contribute to the development and children's learning through interaction with their clothes. For child interaction / clothes from occurring, this dress is appropriate the knowledge of design, which assist in its construction. Thus, this study seeks to investigate design principles that can be adopted for production of clothing that can assist in the development of children, showing how notions of education can be incorporated into costumes, studying the relationships and interactions between design, fashion and education. The study addresses this garment from the perspective of design, so as to provide insights that could contribute to the creation of the pieces. To that end, we developed a theoretical framework that sought to show the infant universe, communication, clothing and design. According to the methodological procedures for the work, there was a case study in ten private schools in Bauru-sp in order to obtain data on experiences with children about their preferences, attitudes and ways of reasoning child's world.

Keywords: design; fashion design; children's clothing.

¹Doutoranda – Universidade Estadual Paulista – UNESP Programa de Pós-graduação em Design; docente da Universidade Tecnológica Federal do Paraná liviamarsari@gmail.com

²Professora Doutora – Docente da Universidade Estadual Paulista – UNESP zilmenezes@uol.com.br

1. Introdução

A criança inicia seu aprendizado desde que nasce e seu crescimento depende das experiências que vivem e com as quais aprende. Desta maneira, a infância foi estabelecida pela humanidade como o período de preparação para a vida adulta, durante a qual a criança adquire os conhecimentos, as qualidades psíquicas e propriedades individuais necessárias.

A roupa também faz parte desse meio externo que pode contribuir para a formação e desenvolvimento da infância, pois está presente na maior parte do tempo como uma extensão do seu corpo e interage com o organismo humano de maneira generalizada e direta.

Nessa visão encontra-se o vestuário pedagógico, que propõe utilizar a vestimenta infantil como um instrumento de ensino, que contribui para a formação e desenvolvimento das crianças pelo ato de vestir-se e pela interação que essa relação possibilita.

O termo moda ou vestuário pedagógico foi cunhado por Fante (2010) que explica que são roupas infantis educativas que consideram fatores que possam, além de vestir, educar e divertir as crianças. A autora (2010, p.1) ainda explica que “segundo orientações de pedagogos, os estilistas transportam a fantasia dos brinquedos para o tecido, eles criam detalhes curiosos que aguçam a visão, a audição, o tato, ou seja, os cinco sentidos da criança”.

Esse novo conceito de vestuário infantil explora o processo de aprendizagem que ocorre pela consciência visual, tátil, olfativa e auditiva auxiliando para que a criança se desenvolva dentro das etapas naturais e de forma lúdica, por meio de uma multiplicidade de unidades básicas de informação, que atuam simultaneamente como um dinâmico canal de comunicação e um recurso pedagógico.

Para que a interação criança/roupa ocorra, o vestuário pedagógico apropria-se dos conhecimentos do design, que auxiliam na sua construção. O design e suas vertentes como o design de moda, gráfico, de superfície e produto possibilitam a criação de uma interface de comunicação e interação por meio do vestuário.

Portanto essa pesquisa permitirá equacionar questões importantes acerca das contribuições que o design pode trazer às roupas que auxiliam na educação das crianças, articulando conhecimentos do design e da educação com a moda.

Desta forma, o objetivo deste trabalho é investigar os princípios do design que podem ser adotados para a produção de roupas que auxiliem o desenvolvimento e aprendizado de crianças de 3 e 4 anos. Mostrando como noções de educação podem ser incorporadas aos trajes, estudando as relações e interações entre o design, moda e a educação.

Os pressupostos teóricos levantados giram em torno de duas áreas principais.

A primeira remete aos estudos da criança. Sem pretensão de abarcar todas as áreas referentes ao tema, essa primeira abordagem esboça um pequeno arcabouço teórico sobre esse período da vida do indivíduo, tão particular e fascinante, que é a infância. Com a abordagem de temas como: aprendizagem, lúdico, educação e conceituando o vestuário com possibilidades de aprendizagem. A segunda área de

pesquisa é a moda e design, aprofundando-se em assuntos referentes ao design de moda, design gráfico e de superfície.

A pesquisa nos permitiu avançar para a observação de campo, onde foram selecionadas dez escolas da rede particular da cidade de Bauru-SP, a fim de entrevistar professoras, psicólogas e pedagogas por terem vivência com o cotidiano infantil e ter conhecimento das atitudes e preferências que circundam as crianças. As escolas particulares foram selecionadas uma vez que as roupas com noções educativas têm um custo elevado e o público que possui disponibilidade para adquiri-las existe maior possibilidade de ser encontrado nesses locais.

2. Universo da Infância

2.1. Aprendizagem, Educação e o Lúdico

O desenvolvimento é um processo de sucessivas mudanças que acompanha o ser humano em todos os seus aspectos, englobando fases desde o nascimento até o seu mais completo grau de maturidade e estabilidade. Biaggio (1976) conceitua desenvolvimento como processos intraorganísmicos e de eventos ambientais que ocorrem dentro de determinada faixa de tempo.

O desenvolvimento humano refere-se ao amadurecimento mental e ao crescimento orgânico que se dá em diversos aspectos que se relacionam permanentemente, que são: físico-motor, intelectual, afetivo-emocional e social.

Para Piaget (2007, p.11), o desenvolvimento é “uma equilibração progressiva, uma passagem contínua de um estado de menor equilíbrio para um estado de equilíbrio superior”. Desta forma, o desenvolvimento representa um padrão de características inter-relacionadas que se traduz como uma evolução de estágios em que cada indivíduo vivencia os mesmos processos.

Piaget (1974) entende que o desenvolvimento é o processo essencial que dá suporte para cada nova experiência de aprendizagem, isto é, cada aprendizagem ocorre como resultado do desenvolvimento total e não como um fator que o explica.

Nessa visão, a noção de aprendizagem restringe-se à aquisição de um conhecimento novo e específico, derivado do meio. Para Piaget (1964), o indivíduo assimila o estímulo e, após uma interação ativa, emite uma resposta, ou seja, o conhecimento adquirido não resulta de uma ação unilateral do meio (estímulo) sobre o sujeito passivo, mas de uma interação nos dois sentidos: do estímulo sobre o sujeito e ao mesmo tempo do sujeito sobre o estímulo.

A aprendizagem ocorre mediante a consolidação das estruturas de pensamento, portanto, sempre ocorre após a consolidação do esquema que a suporta, da mesma forma que a passagem de um estágio a outro estaria dependente da consolidação e superação do anterior. Assim, para que ocorra a construção de um novo conhecimento, é necessário que se estabeleça um desequilíbrio nas estruturas mentais, isto é, os conceitos já assimilados necessitam passar por um processo de desorganização para que possam, novamente, a partir do contato com novos conceitos, reorganizarem-se, estabelecendo um novo conhecimento. Este mecanismo pode ser denominado de

equilíbrio das estruturas mentais, pois há a transformação de um conhecimento prévio em um novo.

Para construir esse conhecimento, as concepções infantis combinam-se às informações advindas do meio. Desse modo, o conhecimento não é concebido, de forma espontânea pela criança, nem transmitido de forma mecânica pelo meio exterior ou pelos adultos, mas é o resultado de uma interação, na qual o sujeito é sempre um elemento ativo, que procura compreender o mundo que o cerca e que busca resolver as interrogações que esse mundo provoca. Assim, a criança aprende basicamente pelas suas próprias ações sobre os objetos e constrói suas próprias categorias de pensamento ao mesmo tempo em que organiza seu mundo.

Essa busca, troca, interação e apropriação do conhecimento é denominada educação. Almeida (2000) explica que educar não é um ato ingênuo, indefinido, imprevisível, mas uma atitude histórica (tempo), cultural (valores), social (relação), psicológica, intelectual, afetiva e existencial. Educar significa, portanto, propiciar situações de cuidados, brincadeiras e aprendizagens que possam contribuir para o desenvolvimento das capacidades infantis.

O lúdico representa um fator de grande importância no processo de educação e de socialização da criança, pois lhe proporciona novas descobertas a cada momento, conforme o contexto no qual está inserida. Almeida (2000, p.26) explica que “está bastante claro que a atividade lúdica é o berço obrigatório das atividades intelectuais e sociais superiores, por isso, indispensáveis à prática educativa”. Desta forma, a atividade lúdica proporciona um desenvolvimento cognitivo, motor, social afetivo às crianças.

A criança, ao brincar, interage com objetos e outras crianças, o que estimula a criatividade, a autoconfiança, a autonomia e a curiosidade e garante a aquisição de novos conhecimentos. Paniagua & Palácios (2007) analisam que as crianças aprendem, fundamentalmente, por meio de uma ação direta sobre os objetos e da participação direta em situações, portanto, convém proporcionar a elas um ambiente rico em objetos, situações, experiências e relações.

As atividades lúdicas possuem valor educacional intrínseco, mas, além desse valor que lhes é inerente, são utilizadas como recurso pedagógico. Essas atividades podem ser destinadas a ensinar e estimular o raciocínio, a atenção, a concentração, a compreensão, a coordenação motora, a percepção visual, noções de sequência e a memorização, além da compreensão de números e de operações matemáticas. Desse modo, várias são as razões que levam os educadores a empregar atividades lúdicas no processo de ensino/aprendizagem.

2.2. Vestuário com Conceitos Lúdicos de Aprendizagem

O vestuário pode ser entendido como um produto que determina uma situação que ultrapassa a própria utilidade da indumentária. O corpo funciona como um dinâmico veículo de comunicação, onde gestos, expressões e mesmo a escolha das roupas produzem sentido e comunicam. Bernard (2003, p.52) afirma que “uma roupa, um item de moda ou indumentária, seria o meio ou canal pelo qual uma pessoa “diria” uma coisa à outra”. Desta forma, a peça de roupa é um suporte que transmite mensagens e

comunica, ou seja, é um signo portador de mensagens que falam do indivíduo que a veste e da sociedade que a produziu.

No ato da observação das roupas registram-se informações, desenvolvendo-se, assim, diálogo. Castilho e Garcia (2001, p.13) afirmam que “moda é comunicação, é mídia que se expressa visualmente”. A construção dos significados ocorre a partir do suporte material empregado, pois essas informações estão presentes nos elementos que compõem cada peça do vestuário: o tecido, os aviamentos, as texturas, as imagens e até os textos que podem estar inseridos na mesma.

Silva (2001, p.82) explica que a vestimenta “apresenta também um plano de representação e significação, então podemos afirmar que o vestuário constitui-se também como linguagem, estando, portanto, apto a cumprir uma função de comunicação”. Ao assumir o posto de mídia, a moda assume as responsabilidades de um veículo comunicador e criador de ambientes comunicacionais. Entre estas responsabilidades, está a de despertar os sentidos como um todo, sem se restringir ao domínio da visão, sentido comumente relacionado à luz, ao conhecimento e à aprendizagem.

O vestuário infantil com possibilidades de aprendizagem explora o processo de aquisição de conhecimentos que ocorre pela consciência visual, tátil, olfativa e auditiva, permitindo que a criança se desenvolva dentro das etapas naturais e de forma lúdica, por meio de uma multiplicidade de unidades básicas de informação que atuam, simultaneamente, como um dinâmico canal de comunicação e como um recurso pedagógico.

O vestuário com conceitos lúdicos de aprendizagem propõe-se a contribuir para o desenvolvimento e aprendizagem das crianças por meio da interação destas com suas roupas. A interação com elementos das roupas possibilita que conteúdos e assuntos inerentes ao universo infantil sejam transmitidos às crianças de forma lúdica. Para isso, técnicas e materiais diferenciados são empregados nas roupas, tais como: estampas, bordados, texturas e acessórios.

Bezerra e Waechter (2008, p.2549) assinalam que “cores e formas aplicadas nas peças vêm sendo comuns no mercado, aliando diversão ao ato de vestir, ao se utilizarem do repertório lúdico – comparando-se a jogos e brincadeiras – da criança”. Desta forma, esse novo conceito de uso das roupas pode proporcionar diferentes formas de interação entre o vestuário e a criança, de modo a estimular a linguagem, o desenvolvimento motor, o raciocínio e a criatividade.

Nesse sentido, é possível perceber que as roupas são colocadas como uma página em branco ou um espaço vazio, e elementos como: imagens, texturas, formas e cores a preenchem com informações que entretêm, ajudam no desenvolvimento e despertam a curiosidade das crianças.

3. Moda e Design

3.1. Design de Moda

As pesquisas na área do design voltam-se cada vez mais para o universo do vestuário, essa aproximação não está somente marcada pela inserção da palavra designer para nomear o profissional de moda, mas com o seu conceito que passou a participar e conduzir os processos da moda.

Segundo Palomino (2003) o termo moda surgiu por volta dos séculos XIV e XV, na Europa Ocidental e atingiu sua plenitude com os processos industriais de produção e aprimoramento dos aspectos estéticos e técnicos dos produtos industrializados.

O fenômeno moda serviu de alicerce para manutenção de tradições, elementos distintivos entre classes, funções sociais, simbolismos, suporte para informações a respeito do indivíduo e de grupos a que pertence. O vestuário tornou-se, em grande parte por seu caráter simbólico, a primeira materialização do fenômeno moda.

A moda possui significado abrangente por estar presente nos mais diversos produtos e como fenômeno social. Rech (2002, p.29) a define pelas “mudanças sociológicas, psicológicas e estéticas, intrínsecas à arquitetura, às artes visuais, a música, à religião, à política, à literatura, à perspectiva filosófica, à decoração e ao vestuário”.

O vestuário inserido no sistema de moda tem por finalidade, além de vestir o corpo, outras associações como satisfação de necessidades emocionais do consumidor-usuário. Produtos destinados ao consumo como as roupas denotam aspectos sociais, econômicos, ambientais e mercadológicos. Diante dessa premissa Montemezzo afirma:

Se a concepção destes produtos envolve a articulação de fatores sociais, antropológicos, ecológicos, ergonômicos, tecnológicos e econômicos, em coerência às necessidades e desejos de um mercado consumidor, é pertinente afirmar que tal processo se encaixa perfeitamente na conduta criativa da resolução de problemas de design. (MONTEMEZZO, 2005, p.34)

Ao longo dos tempos surgiram diversas perspectivas de abordagem ao conceito de design na tentativa de encontrar uma definição completa para este conceito. Assim, o design é compreendido como metodologia de trabalho e a sua preocupação com a forma, a estética e a função do objeto. Lobach (2000) o define como toda atividade que tende a transformar em produto industrial passível de fabricação, as idéias para a satisfação de determinadas necessidades de um indivíduo ou grupo, ou seja, é um processo de adaptação dos produtos de uso, fabricados industrialmente, às necessidades físicas e psíquicas dos usuários ou grupo de usuários.

Desta forma, percebe-se que os objetivos e procedimentos da concepção do vestuário assemelham-se ao processo de desenvolvimento de objetos de design ao considerar que os dois métodos participam de um mesmo ponto de vista da metodologia de projeto e da satisfação das necessidades e anseios dos usuários.

Assim, design e moda encaixam-se na condução do processo criativo e agrega-se no conjunto de desenvolvimento do produto. Pires (2004) explica que fazer design é uma metodologia para designar aspectos de formas, silhuetas, texturas, cores, materiais, emoções associando-se a ergonomia na ampliação de benefícios, voltada para soluções estéticas, funcionais e confortáveis.

Emerenciano e Waechter (2006) acreditam que ao abordar o produto vestuário

pelo enfoque do design propicia uma apreciação abrangente de sua situação de uso seja ela de consumo ou utilização propriamente dita e ainda possibilita otimização de processos e utilização de materiais que garantem à diferenciação e exclusividade desses produtos.

O vestuário como resultado de um processo de design é denominado produto de moda, cujo princípio é atender as necessidades de determinado público consumidor, conforme o seu estilo de vida. De acordo com Rech o produto de moda pode ser conceituado como:

[...] qualquer elemento ou serviço que conjugue as propriedades de criação (design e tendências de moda), qualidade (conceitual e física), vestibilidade, aparência (apresentação) e preço a partir das vontades e anseios do segmento de mercado ao qual o produto se destina. (RECH 2002, p. 37)

O design de moda cria produtos para produzir experiências significativas nos corpos, em tecidos e roupas são trabalhadas formas, silhuetas e texturas que produzem experiências sensoriais e por sua vez criam percepções diversas nas pessoas.

O processo de design do vestuário deve, então, conciliar as características criativas e inovadoras para construção de produtos, por meio de materiais e tecnológicas adequadas ao ponto de vista do grupo social em questão, agregando valores estilísticos, estudando a produção, o consumo e os valores de concorrência dos bens produzidos. Pires (2008, p.71) afirma que “criar e produzir moda, por meio do design, é a criação deste universo material, simbólico e artificial. Então, moda também é design”. Desta forma, mantém interfaces com o design de produto e com outras especialidades do design como o design gráfico (GOMES FILHO, 2006).

3.2. Design Gráfico: a mensagem visual

O design gráfico é um processo técnico e criativo que utiliza imagens e textos para comunicar mensagens, ideias e conceitos. Concentra-se não somente à produção de imagens, mas à análise, organização e métodos de apresentação de soluções visuais.

De acordo com Villas-Boas (2000, p.7) design gráfico refere-se à área de conhecimento e à prática profissional específica relativa ao ordenamento estético-formal de elementos textuais e não textuais, que compõem peças gráficas destinadas à reprodução com objetivo expressamente de comunicação.

O ordenamento de elementos visuais no impresso esconde discursos e técnicas com objetivos comerciais ou de fundo social, o design gráfico é utilizado para informar, identificar, sinalizar, organizar, estimular, persuadir e entreter.

A linguagem visual, reforçada e divulgada por meio do design gráfico, é passível de registro em suportes diversos. É uma atividade tradicionalmente ligada à mídia impressa, mas com o desenvolvimento de novas tecnologias tem contribuído com seu conhecimento para produção de peças gráficas em: embalagens, páginas na internet, vestuário, produtos e eventos, exposições, anúncios, aberturas e vinhetas de cinema e televisão, jogos, entre outros.

Nesse sentido, Hollis (2005, p.1) afirma que o design gráfico é a arte de criar ou

escolher elementos, como: tipografia, imagens, texturas e cores combinando-as numa superfície qualquer para transmitir uma idéia.

As imagens e textos são usados em conjunto no design gráfico, Hollis (2005) afirma que em algumas composições acontece de um ser predominante ao outro, ou ainda existe a possibilidade que o significado de cada elemento seja determinado pelo outro. O ordenamento das unidades de informação visual e verbal resulta na ênfase pretendida da comunicação e expressa-se como uma mensagem visual.

Na mensagem visual, vários elementos são manipulados, mesclando-se técnicas de composição visual e criação. Cada um destes elementos constituintes da mensagem deve ser conhecido em seu potencial e usado a fim de estabelecer-se a comunicação mais eficiente com o receptor.

Desta forma, o conteúdo e informação transmitidos pelas imagens em conjunto com os sinais alfabéticos determinam a compreensão da mensagem visual. Newark (2009) afirma que a função do design gráfico é apresentar a mensagem visual de forma clara, e que a composição dessa mensagem geralmente é integrada de tipografia e imagens.

No conjunto de elementos visuais da mensagem, o texto e imagem possuem uma relação de referência, onde a imagem pode apenas repetir o que já está escrito ou trazer novas informações. Barthes (1977, apud SANTAELLA, NÖTH, 1997, p.55) acrescenta essa complementaridade afirmando que “o texto e a imagem se encontram numa relação complementar. As palavras, assim como as imagens, são fragmentos de um sintagma mais geral e a unidade da mensagem se realiza em um nível mais avançado”.

A imagem como elemento da mensagem visual é composta de diversos tipos de signos que fornecem informações sobre objetos, lugares e pessoas em formas visuais diversas, como em ilustrações, fotografias e mapas. Hollis (2005, p. 1) afirma que “as imagens gráficas são mais do que ilustrações descritivas das coisas vistas ou imaginadas. São signos cujo contexto lhes dá um sentido especial e cuja disposição pode conferir-lhes um novo significado”.

Já o texto deve ser comunicativo, adequado ao projeto gráfico e condizente com o campo semântico da imagem ou da atmosfera da mensagem. Munari (2006) afirma que a palavra, quando impressa, na forma de registro da fala, perde uma extensa variedade de expressões e inflexões. Desta forma, tem-se tentado romper essa limitação com técnicas como: ampliar e reduzir os tamanhos dos textos, com trabalho com pesos e a posição das letras, assim, sua tipografia consegue dar voz ao texto.

A tipografia é um conjunto de práticas ligado à criação e utilização de símbolos visíveis relacionados aos caracteres ortográficos como letras, números e sinais de pontuação. A tipografia comporta duas faces, uma que se relaciona ao seu caráter verbal e a outra ao seu caráter visual.

É a conjugação do duplo movimento de olhar e ler, durante o processo de leitura que, só realiza-se devido ao conjunto da experiência visual que envolve o conhecimento prévio do leitor e a aparência do texto. Nesse sentido, Martins (2007, p.64) afirma que: “pode-se concluir que o significado de um determinado texto é dado não só por seu conteúdo verbal, mas por sua imagem, por seu desenho, por sua composição, por sua

tipografia”.

Além de todas as variações de composições da tipografia como: tamanho, contraste e cor, a sua forma é elemento determinante para a construção do sentido e compreensão. Martins (2007) exemplifica essa situação afirmando que cada grupo de leitores possui particularidades específicas, como o caso de crianças que ainda não consolidaram a alfabetização.

A tipografia a ser lida por essas crianças deve levar em consideração alguns aspectos, como o fato de elas não diferenciarem bem as direções, podendo espelhar a leitura das letras como o “b” e “d”, e “p” e “q”. Pode-se afirmar, a partir dessa constatação que para esse público os desenhos das letras devem ser diferentes entre si. Existem ainda outros aspectos que podem definir uma tipografia ideal para um determinado público, pois o grupo de leitores interfere na construção e escolha da forma final da tipografia.

O design gráfico desta forma, manipula, atribui atitude e informações a textos e imagens a fim de comunicar visualmente uma mensagem específica. Permite compor elementos de forma que se obtenha um processo de impressão de marcas gráficas precisa, que assegura controle projetual, organização espacial e ainda sustente de forma organizada a geração de uma mensagem.

3.3. Design de superfície: composição na mensagem visual e tátil

As técnicas do design gráfico podem ser um precioso complemento ao design de superfície quando participa de uma ilustração ou como fundo de uma peça gráfica. Rinaldi e Menezes (2008, p. 3811) explicam que “o design gráfico trabalha a favor do design de superfície e esta relação não ocorre de forma oposta, pois o início do processo está ligado, por definição e conceitos, ao universo gráfico”.

Desta forma, o design de superfície é uma especialidade do design que se relaciona com os aspectos das superfícies de produtos. É uma atividade direcionada à criação de composições visuais para a aplicação em diferentes superfícies, sejam elas bidimensionais ou tridimensionais.

Ruthschilling (2002, p.37) define o design de superfície como: uma atividade técnica e criativa cujo objetivo é a criação de texturas visuais e táteis, projetadas especificamente para a constituição e/ou tratamento de superfícies, apresentando soluções estéticas, simbólicas e funcionais adequadas às diferentes necessidades ou materiais e processos de fabricação.

O design de superfície é um processo projetual responsável por tratar dos aspectos superficiais ou da aparência dos produtos e ainda criar elementos para estimular a percepção da superfície dos objetos pelas pessoas. “É sempre um projeto para uma superfície, seja ela de que natureza for” (RUBIM, 2010, p.34). Atribui características perceptivas à superfície dos objetos pela configuração de sua aparência, principalmente por meio de texturas visuais, táteis, relevos, grafismos e ilustrações, com o objetivo de reforçar as interações sensorio-cognitivas entre usuário e produto.

Sendo assim, o design de superfície pode ser considerado, como uma área de atuação próxima ao design gráfico, pois possui formação voltada ao uso de instrumentos

técnicos e teóricos para a criação de imagens gráficas. O design de superfície é uma área que fica na fronteira entre o projeto gráfico e o de produto (SCHWARTZ, 2008; MINUZZI, 2001).

Assim, o design gráfico impulsionou o modo de projetar as superfícies por meio de linguagem gráfica. Rinaldi e Menezes (2008, p.3811) afirmam que “a comunicação visual empregada do design gráfico é aplicada nos conceitos do design de superfície bidimensionais, onde os processos relacionam-se de forma clara”. Apesar de os autores definirem que a atividade está ligada à criação de imagens bidimensionais visuais, as soluções estéticas podem ser exploradas no campo bidimensional como na esfera tridimensional.

A superfície pode ser trabalhada com diversas técnicas ao mesmo tempo em que é possível imprimir desenhos sobre um suporte, é possível também fazer aplicações de diversas formas na superfície. Pereira e Ribeiro (2008) exemplificam que o tratamento da superfície dos tecidos de peças do vestuário pode receber além da estamparia, diversas aplicações de aviamentos que realçam o projeto gráfico do design de superfície, assim projetando-os como tridimensionais.

As relações estabelecidas do design de superfície com os suportes têxteis são fáceis de serem entendidas, quando se verificam as concepções industriais desta temática no design estiveram intimamente ligadas às configurações de padrões de tecidos. Ruthschilling (2002, p.38) explica que:

[...] optamos por usar o nome “Design de Superfície” – uma tradução feita do “Surface Design” usado em países de língua inglesa – por entender ser mais abrangente que as denominações usadas no Brasil até então: “Design Têxtil” e “Desenho (Industrial) de Estamparia”, que refere-se somente ao campo têxtil e de impressão de desenhos sobre tecidos. (RUTHSCHILLING, 2002, p.38)

Desta forma, fica evidente a intensa relação estabelecida sobre produtos de moda e o design de superfície. Rubim (2010, p.22) afirma que “o design de superfície abrange o design têxtil (em todas as especialidades)”. Essa atividade projetual pode ser percebida de algumas formas no design de moda, como na tecelagem, malharia e jacquard.

A Tecelagem é o entrelaçamento de dois conjuntos de fios que se cruzam em ângulo reto produzindo o tecido. Pitta (1996) explica que esse processo realiza-se em máquinas denominadas por teares que podem realizar diversos tipos de entrelaçamento produzindo assim tecidos com superfícies diferentes.

Malharia constitui-se no entrelaçamento dos fios com base em métodos de formação de laçadas. Pitta (1996) explica que a malha é produzida por fios e agulhas que produzem diversas séries de laçadas que interligam-se umas com as outras.

Jacquard é um tipo tecelagem com complexo entrelaçamento utilizada em tecidos e malhas, que produz estampas mediante o entrelaçamento de fios por um tear. Callan (2007) explica que o engenheiro mecânico francês Joseph Marie Jacquard inventou um acessório para teares mecânicos que possibilitou a criação de estampas elaboradas na tecelagem e o tecido produzido por esses teares ficou conhecido como jacquard.

Uma vez que o tecido foi construído ele pode ser aprimorado ou alterado com aplicações de diferentes tratamentos em sua superfície. Sorger e Udale (2009) explicam que existem técnicas como estamparia, ornamentação e lavagens que conferem características diversas nos tecidos.

Estamparia é a técnica que fixa no tecido, por meio da aplicação de tintas, imagens, cores e texturas. Seivewright (2009, p. 130) explica que “a estampa é parte fundamental tanto no design de uma única peça, quanto do de uma coleção inteira”. O autor (2009) ainda explica que a estampa na peça do vestuário pode ser uma padronagem localizada, uma repetição na roupa como um todo, ou ainda projetada para dispor o desenho em partes específicas da peça.

Ornamentação é outra forma de trabalhar a superfície de um tecido ou vestuário, pode realizar-se por meio de bordados, patchwork e manipulação do tecido.

Seivewright (2009, p. 26) explica que “o design de superfície também pode refletir técnicas têxteis, bordados e aplicações de contas”. O Bordado é uma técnica de criar figuras ornamentais em um tecido, Callan (2007) afirma que pode ser utilizado para realçar a superfície do tecido, obtendo por meio da sua aplicação, texturas fascinantes, que criam desenhos trabalhando com linhas, alterando escalas, espaçamentos e pontos.

O patchwork é a técnica de unir tecidos a fim de produzir desenhos. Callan (2007) explica que o patchwork une tecidos com uma infinidade de formatos para formar uma superfície de desenhos variados. É a técnica de unir retalhos de tecidos para formar uma superfície têxtil variada de texturas, cores e grafismos.

Na manipulação do tecido os tecidos das peças de vestuário podem ser trabalhados de varias formas para diversificar sua superfície. Durante sua costura podem ser implementados pregas, babados, drapeados e outras técnicas que proporcionam a tridimensionalidade e volume nos tecidos. Fischer (2010, p.156) explica que “adicionar volume a uma peça significa mudar suas dimensões para criar uma silhueta maior. Isso pode ser feito com a adição de volumes, por meio de costuras, pences, franzidos, pregas e drapeados”.

As lavagens proporcionam acabamentos com estilos variados nas peças do vestuário. Elas são realizadas em máquinas que batem as peças com corantes, pedras ou enzimas dependendo do efeito desejado. As lavagens também incluem jatos de areia ou vidro que desbotam o tecido, aplicações de laser que produz áreas específicas desbotadas e utilização de calor que produz efeitos de amassado e enrugado no tecido

É possível tecer variadas formas e características para as superfícies dos produtos de moda, que além de revestir e decorar permite a interação dos usuários com produtos e pessoas. As relações estabelecidas entre a percepção do usuário e os aspectos técnicos da superfície podem influenciar as primeiras sensações e percepções que o indivíduo adquire do produto, despertando emoções, atitudes e também ser considerado como um instrumento de inovação, criação, comunicação e educação.

4. Procedimentos de Pesquisa

Foi realizada uma entrevista, sistemática e não-participante, por meio de um modelo de protocolo elaborado pela pesquisadora, tendo como fonte de informação a pesquisa

bibliográfica. Segundo Lakatos e Marconi (2002), a entrevista é um procedimento utilizado para investigação social, para a coleta de dados ou para ajudar no diagnóstico ou no tratamento de um problema social.

O protocolo foi aplicado com pedagogas, psicólogas e professoras de dez escolas privadas da cidade de Bauru-SP. O protocolo/modelo propiciou o planejamento e a estruturação do trabalho de campo. De acordo com Yin (2001), o protocolo é uma das táticas principais para aumentar a confiabilidade da pesquisa de estudo de caso e destina-se a orientar o pesquisador ao conduzir o estudo de caso.

A pesquisa foi desenvolvida de acordo com as etapas descritas a seguir.

4.1. Revisão Bibliográfica

A revisão bibliográfica focou questões de moda, educação e design. Explorando o processo de aprendizagem que ocorre por meio da interação da criança com sua roupa. Explorando elementos do design como formas e texturas que inseridos na vestimenta permitem o desenvolvimento infantil de forma lúdica.

4.2. Entrevista

As entrevistas foram realizadas seguindo os estágios descritos abaixo:

ASPECTOS ÉTICOS: Foi aplicado um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) conscientizando o indivíduo do tema e realização da entrevista ao qual foi submetido, sendo este de forma espontânea sem remuneração, com minúcias do que ocorrerá, esclarecendo a isenção de qualquer tipo de pressão ou constrangimento.

CASUÍSTICA: Foram entrevistados professores, psicólogos e pedagogos, de ambos os sexos, que trabalham em escolas particulares de ensino fundamental da cidade de Bauru-SP. Os sujeitos foram selecionados em função de sua vivência com o cotidiano infantil e conhecimento das atitudes e preferências que circundam as crianças.

PROCEDIMENTOS DA ENTREVISTAS: Houve a instrução do indivíduo quanto aos procedimentos a que serão submetidos e a apresentação do TCLE. A abordagem da casuística concluiu com aplicação de protocolos individuais que foram preenchidos pelos próprios sujeitos para relatar suas experiências e opiniões nas relações com crianças. O último procedimento foi a análise dos dados e a discussão dos resultados.

LOCAL DO EXPERIMENTO: O projeto de pesquisa teve a coleta de dados realizada em dez instituições de ensino fundamental particular da cidade de Bauru-SP escolhidas durante a execução do estudo.

ANÁLISE DOS DADOS

A análise dos dados e desenvolvimento teórico da pesquisa ocorreu nas dependências da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” – Bauru, SP, Av. Eng. Luiz Edmundo C. Coube.

4.3. Ambiente da Pesquisa e Sujeitos Participantes

O trabalho de campo foi conduzido no ambiente escolar. A entrevista foi realizada pela

própria pesquisadora, em visita às escolas. Os sujeitos participantes foram uma pedagoga, uma psicóloga e uma professora de cada instituição. As escolas foram previamente contatadas por telefone e após a confirmação de aceite por parte das mesmas, para a realização do trabalho, a entrevista foi agendada, respeitando a disponibilidade de agenda dos entrevistados.

4.4. Estruturação da pesquisa

Com o intuito de recolher informações prévias sobre o campo de interesse, diversos aspectos relevantes foram tratados na revisão de literatura, entre eles desenvolvimento infantil, vestuário e design. Por meio da pesquisa bibliográfica foi possível estruturar o protocolo e as questões aplicadas aos profissionais da educação infantil.

A coleta de dados inicia-se com o protocolo respondido pelos sujeitos da pesquisa. O protocolo foi estruturado conforme a Tabela 1.

Tabela 1: Estrutura do Protocolo

Variáveis	Informações que se deseja coletar
Identificação	Informações sobre a pessoa entrevistada, como: nome, ocupação, ano de início da atuação profissional e data de nascimento.
Contato comercial	Informações para contato com a escola, como: endereço, telefone e email.
Relação criança e ensino	Questões sobre as preferências por métodos de ensino abordados nas escolas que podem ser incorporadas ao vestuário.
Relação criança e roupa	Questões sobre como as crianças portam-se perante as suas roupas.
Relação roupa e design	Questões sobre as informações e preferências das crianças contidas nas roupas infantis.

Fonte: As Autoras

As questões sobre criança e ensino buscam coletar informações sobre como os conteúdos e as habilidades são desenvolvidas na escola e ainda verificar se o que a teoria afirma aplica-se ao cotidiano das escolas. Como o aprendizado de forma lúdica, se ele realmente é um instrumento de ensino explorado nas atividades escolares. Outro ponto que se pretendeu desvelar com as questões desse tópico foram sobre quais atividades, brinquedos pedagógicos e assuntos são importantes para o desenvolvimento das crianças. Desta forma, todos esses dados poderão auxiliar no entendimento e na projeção dos vestuários pedagógicos.

As questões sobre criança e roupa pretendem coletar dados sobre de que forma ocorre, e se realmente ocorre à relação das crianças com suas roupas. Busca-se também com essas questões entender quais elementos que as roupas podem conter que

possam despertar o interesse das crianças e de que forma esse interesse acontece. Essa etapa do questionário é concluída com uma questão fundamental para o desenvolvimento do trabalho, se os profissionais entrevistados acreditam que as roupas podem transmitir ensinamentos, quais ensinamentos e de que forma. Com as respostas dessas questões foi possível descobrir como as crianças comportam-se perante as suas roupas, alguns de seus interesses e necessidades, informações essas que poderão nortear o desenvolvimento das roupas com funções pedagógicas.

As questões sobre design e roupas buscam informações sobre as preferências e desejos das crianças quanto às escolhas de imagens, distribuição das informações visuais e táteis, textos, acessórios e materiais. Essas respostas poderão auxiliar os designers a projetar as roupas pedagógicas de forma que as mensagens nelas inseridas cheguem às crianças de acordo com seus interesses.

O tratamento definido para tratar os dados da pesquisa foi misto, onde questões foram tratadas qualitativamente e outras quantitativamente. Essa escolha ocorreu devido à possibilidade de respostas diferenciadas.

Depois de confrontados os dados obtidos, o passo seguinte é sua análise e interpretação. A análise ou explicação dos dados coletados evidenciou as relações existentes entre o assunto pesquisado e a interpretação expõe o verdadeiro significado do material apresentado, em relação aos objetivos propostos e ao tema.

5. Análise e Discussão

As dez escolas que participaram da pesquisa são da rede particular de ensino da cidade de Bauru. Foram selecionadas escolas de grande médio e pequeno porte, sendo que todas trabalham com a educação infantil e algumas também atuam como ensino fundamental ou médio.

As escolas selecionadas possuem formas de organização diversas, como: confessionais (religiosa), associações (com um quadro de acionistas), e empresas, como mostra a Tabela 2.

Tabela 2: Constituição das escolas participantes da pesquisa

Constituição		Escolas
Confessionais	Católica	1
	Batista	1
	Evangélica	2
Associações		1
Empresas		5

Fonte: As Autoras

Para a compreensão do perfil das escolas participantes foi elaborada a Tabela 3, que aponta alguns dados referentes ao número de funcionários, ramo de atuação e aos

profissionais que foram entrevistados.

Tabela 3: Identificação das Escolas Participantes da Pesquisa

Escola	Tempo de funcionamento	Número de funcionários	Ramo de atuação	Profissionais
A	86 anos	92	Educação infantil Ensino fundamental	Pedagoga Professora Psicóloga
B	27 anos	92	Educação infantil Ensino fundamental	Pedagoga Professora Psicóloga
C	22 anos	84	Educação infantil Ensino fundamental Ensino Médio	Pedagoga Professora Psicóloga
D	15 anos	85	Educação infantil Ensino fundamental	Pedagoga Professora
E	14 anos	52	Educação infantil Ensino fundamental	Pedagoga Professora Psicóloga
F	14 anos	23	Educação infantil Ensino fundamental	Pedagoga Professora Psicóloga
G	9 anos	17	Educação infantil	Pedagoga Professora
H	7 anos	15	Educação infantil	Pedagoga Professora
I	4 anos	13	Educação infantil	Pedagoga Professora
J	2 anos	7	Educação infantil	Pedagoga Professora

Fonte: As Autoras

Constatou-se durante a pesquisa que nem todas as escolas possuem psicólogo. Em algumas das escolas, geralmente as de menor porte, esse profissional é terceirizado, prestando assessoria em casos específicos de alunos ou dando consultorias esporádicas para o núcleo pedagógico. Desta forma, o protocolo foi aplicado somente nas escolas que possuem psicólogo no quadro permanente de funcionários.

As psicólogas que participaram da pesquisa são todas do sexto feminino, possuem experiência profissional entre 4 e 18 anos e atuam nas escolas auxiliando alguns alunos, conversando com pais e professores e no núcleo pedagógico.

As pedagogas que participaram da pesquisa são todas do sexo feminino, possuem entre 2 e 12 anos de experiência profissional e atuam junto ao núcleo pedagógico sendo que algumas ainda exercem a função de professora.

As professoras que participaram da pesquisa são todas do sexo feminino, possuem experiência profissional entre 1 e 9 anos e lecionam em turmas com crianças

de três e quatro anos.

A análise dos dados coletados com os protocolos mostrou que a visão de cada grupo de profissionais, pedagogas, professoras e psicólogas, não divergem em relação aos conhecimentos pessoais e profissionais. Foi possível verificar que apesar de formações diferentes a forma de raciocínio em relação às respostas das questões apresta-se de maneira parecida.

Desta forma, a partir da revisão da literatura e dos dados da pesquisa existem alguns pontos que devem ser observados.

O lúdico é um importante instrumento de ensino, utilizado amplamente nas escolas para ensinar os mais variados conteúdos. É uma forma de a criança aprender e manter-se atraída, pois a brincadeira faz parte da vida e do cotidiano na infância. Desta forma, deve ser pensada a aplicação do lúdico também no vestuário que podem auxiliar no desenvolvimento das crianças, pois é uma ferramenta de ensino comprovada tanto pela teoria como pela prática, como pode ser confirmado no decorrer da pesquisa.

Os brinquedos pedagógicos são a forma mais utilizada para ensinar as crianças de forma lúdica. Existem no mercado brinquedos pedagógicos para os mais diversos conteúdos e necessidades de desenvolvimento. Porém, conforme os dados coletados os brinquedos de encaixe são os que despertam uma atratividade nas crianças. Esses brinquedos estimulam a coordenação motora, o raciocínio e a criatividade.

O levantamento dos brinquedos pedagógicos indicados pelos profissionais das escolas como importantes para o desenvolvimento das crianças e o apontamento dos preferidos pelas crianças podem nortear os designers na criação das vestimentas que podem auxiliar no desenvolvimento infantil. O conteúdo, a diagramação, as imagens, texturas, cores e elementos dos brinquedos pedagógicos podem ser estudados para aplicação no vestuário infantil.

O desenvolvimento do raciocínio e desenvolvimento motor são trabalhados nas escolas em forma de exercícios e brincadeiras lúdicas. Os jogos e brinquedos pedagógicos possibilitam que as crianças assimilem de forma prática e natural os conteúdos que as professoras trabalham para despertar esses dois tipos de desenvolvimento.

Desta forma, as roupas infantis podem adotar elementos como acessórios para auxiliar as crianças no seu desenvolvimento motor. Bolsos, elásticos, zíperes, botões, velcro, fitas, entre outros podem ser inserido na vestimenta infantil possibilitando à criança situações de interação que estimulam a destreza e a coordenação dos movimentos. Já o desenvolvimento do raciocínio pode ser estimulado no vestuário infantil por meio de imagens e textos inseridos nas peças, trazendo informações do interesse das crianças que podem ser sobre investigações, hipóteses, sequências, histórias, entre outras.

A roupa foi apontada pelos participantes da pesquisa como um grande recurso de interação e interesse no universo infantil. A criança mostra sua relação com as roupas por meio da observação, das suas escolhas e mostrando aos outros sua vestimenta. Essas situações também apontam que a roupa geralmente é vista pelas crianças como uma extensão do seu corpo.

Elementos inseridos nas peças, junto com imagens, estampas, texturas, botão e bordado, despertam o interesse das crianças e podem auxiliar no desenvolvimento de habilidades específicas e da criatividade.

O design inserido nas roupas infantis pode contribuir para o aprendizado. Desta forma, os participantes da pesquisa apontam que existe importância das roupas serem configuradas conforme sua metodologia.

Elementos do design como formas, texturas, imagens e textos pode auxiliar o desenvolvimento infantil por colocarem-se como um meio de comunicação entre a roupa e a criança. A comunicação visual e tátil, propostos por Munari (2006) pode ser amplamente explorada nas peças, não somente para ilustrar, mas também para transmitir conteúdos e sensações que podem despertar as crianças para o desenvolvimento.

A percepção das roupas pelas crianças permite a comunicação e assim a aquisição de informações. O processo de percepção permite ao cérebro a extração de conhecimento. Desta forma, os designers podem pensar na projeção das peças explorando cada sistema:

- Tátil – por meio de estampas que produzem relevo e toque diferenciado, composição dos tecidos, manipulações do tecido, patchwork e bordados.
- Visual – por meio de estampas, bordados, textos, imagens e distribuição de volumes na peça.
- Auditivo – por meio de chips musicais, velcro e guizos.
- Olfativo – por meio de estampas com cheiros, lavagens com cheiros e tecidos com cheiro.

A percepção visual pode ainda ser explorada pensando na distribuição dos elementos das peças conforme a psicologia da Gestalt, para assim facilitar a compreensão e enfatizar informações.

As imagens despertam sensações e informações visuais e é reconhecida pelos entrevistados juntamente com os textos têm uma grande importância nas roupas. Desta forma, as imagens devem vir em conjunto com textos e palavras, e devem trazer informações a mais que o texto e não simplesmente ilustrar a situação exposta pelas palavras.

Já os textos nas roupas são vistos pelas crianças com curiosidade e interesse, para compreensão e entendimento das imagens. As letras mais indicadas para os textos são as maiúsculas, pois os participantes explicam que são de mais fácil entendimento pelas crianças.

Os conhecimentos do design gráfico poderão auxiliar na escolha das imagens e tipografias além de auxiliar na diagramação desses conteúdos pensado na percepção e compreensão da mensagem pelas crianças.

Às técnicas adotadas para a representação das imagens tanto para o desenvolvimento das crianças quanto a preferência das crianças, assemelham-se, as mais indicadas são imagens que utilizam técnicas inovadoras e técnicas conhecidas.

A composição de imagens apontada como preferida pelas crianças foi as de

animais e as cores fortes e vibrantes. O processo projetual do design de superfícies pode auxiliar os designers a tratar a aparência das peças e ainda criar elementos para estimular a percepção da superfície das roupas pelas crianças.

Os materiais e texturas para a composição das roupas infantis mais indicados pelos participantes são os que despertam o interesse e possibilitem sensações, como: liso, áspero, macio, duro, rugoso, emborrachados e matérias, como: velcro, zíper, babados. Desta forma, verifica-se que é necessário disponibilizar variedade de texturas e materiais, propiciando experiências diferenciadas às crianças.

Os protocolos aplicados possibilitaram identificar e comprovar conhecimentos do campo de interesse, aprendizagem infantil, a relação das crianças com suas roupas e design como interface para o aprendizado. Desta forma, trazendo informações consolidadas pela fundamentação teoria e práticas de profissionais que convivem e estudam o universo infantil.

6. Considerações Finais

Ao iniciar a pesquisa, observou-se rapidamente a carência de estudos que tratassem da relação roupa, educação e design, visando à vestimenta infantil como um instrumento de ensino e aprendizagem para as crianças. Desta forma, esse trabalho almejou dar sua contribuição nas formas de compor o vestuário pedagógico de maneira a tornar sua compreensão passível a todos e auxiliar na sua projeção.

Foram buscadas informações em todas as áreas do conhecimento que circundam o tema e que poderiam contribuir com seus conceitos para o entendimento e a confecção desse tipo de vestuário. Fez-se esta abordagem por acreditar que a especificação destes conhecimentos pode tornar o planejamento deste produto direcionado ao público infantil com resultados satisfatórios.

A partir de um estudo detalhado sobre os diversos aspectos da revisão de literatura foi elaborado um protocolo. Este buscou verificar e levantar informações com profissionais da educação que poderiam confirmar e apontar as preferências das crianças e a forma como são trabalhados conteúdos. Buscaram-se informações com os participantes da pesquisa sobre sua vivência, experiência, quais conteúdos e de que maneira os conteúdos são trabalhados nas escolas, para assim, os resultados nortearem a construção dos vestuários pedagógicos.

Pelo estudo, análise e comparação promovidos pela revisão de literatura e por meio dos protocolos aplicados com pedagogas, professoras e psicólogas diagnosticou-se que a roupa pode ser trabalhada como um recurso pedagógico, pois as crianças de 3 e 4 anos interagem com seus elementos e demonstram interesses nas suas imagens, textos e acessórios que as compõe.

Com a certeza da comunicação estabelecida, entre roupa e criança, os mais diversos conteúdos que auxiliam a criança dos seus desenvolvimentos podem ser trabalhados por meio de recursos como: estampas, bordados, acessórios, manipulação no tecido, entre outros já citados.

O design gráfico, design de superfícies e as teorias da percepção da Gestalt podem contribuir com a escolha e diagramação de imagens, textos, texturas e

elementos nas roupas infantis. Os conhecimentos e metodologia do design poderão auxiliar na configuração das roupas pedagógicas, na escolha dos materiais e na distribuição das informações visuais e táteis, possibilitando que essa mensagem chegue às crianças de acordo com seus interesses.

A função do design nas vestimentas pedagógicas, não é oferecer os conteúdos pedagógicos das vestimentas, mas adequar à teoria ao universo infantil, criando, especificando e definindo a configuração dessas roupas, tornando-as úteis e atrativas, fazendo com que a criança sintam-se motivada a utilizá-la.

Um ponto importante identificado com a pesquisa e confirmado na busca de informação referente ao vestuário pedagógico, é que ainda existem poucas empresas de confecção infantil que adotam essa nova perspectiva de ensino pelas roupas. Sendo que as poucas que existem no mercado são elitizadas, não possibilitando que crianças de famílias de baixa renda possam adquiri-las.

Sendo assim a presente pesquisa sugere a expansão desses conhecimentos e aplicações no vestuário infantil, para que se torne acessível a toda da sociedade, já que o design tem essa função social.

Novas pesquisas podem ser dirigidas de modo a compreender e investigar questões relativas ao design no vestuário infantil, principalmente nas peças que tem como intuito auxiliar no desenvolvimento das crianças. Devido às poucas pesquisas nessa área novas investigações para descobrir de que forma a criança percebe sua roupa e testar os elementos das peças com esse público poderão enriquecer os trabalhos científicos relativos ao campo do design de moda infantil.

Referências

- ALMEIDA, Paulo Nunes de. **Educação lúdica: técnicas e jogos pedagógicos**. São Paulo: Loyola, 2000.
- BARNARD, Malcolm. **Moda e comunicação**. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.
- BEZERRA, Marcela; WAECHTER, Hans. **Brincando com a roupa um estudo sobre a compreensão do uso de elementos lúdicos na moda infantil**. In Anais 8º congresso brasileiro de pesquisa e desenvolvimento em design. São Paulo, 2008.
- BIAGGIO, A. M. B. **Psicologia do desenvolvimento**. Vozes: Petrópolis, 1976.
- CALLAN, Georgina O'Hara. **Enciclopédia da Moda**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.
- CASTILHO, Kathia; GARCIA, Carol. **Moda Brasil: fragmentos de um vestir tropical**. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2001.
- EMERENCIANO, Juliana; WAECHTER, Hans. **O produto como momentum do sistema de moda: materializando identidade, desejo e necessidades**. Anais Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, P&D, 7, 2006. Curitiba.
- FANTE, Vania Goeliner dos Santos. **Moda pedagógica**. B D Revista. Sábado, domingo e segunda - 21, 22 e 23 de agosto de 2010. Disponível em:

<http://www.erechim.ifrs.edu.br/site/midias/arquivos/201092721513140321,_22_e_23_de_agosto_de_2010.pdf>. Acesso em: Dez 2010.

FISCHER, Anette. **Construção de vestuário**. Bookman, 2009.

GOMES FILHO, João. **Design do objeto bases conceituais**: design de produto/ design gráfico/ design de moda/ design de ambientes/ design conceitual. São Paulo: Escrituras, 2006.

HOLLIS, Richard. **Design gráfico**: uma história concisa. Trad. Carlos Daudt. Martins Fontes: São Paulo, 2005.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Mariana de Andrade. **Técnicas de pesquisa**: planejamento e execução de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

LOBACH, Bernd. **Design Industrial**: Bases para a Configuração dos Produtos Industriais. São Paulo: Edgard Blucher, 2000.

MARTINS, Bruno Guimarães. **Tipografia popular**: potências do ilegível na experiência do cotidiano. Annablume: São Paulo, 2007.

MINUZZI, Renilda de Fátima Berguenmayer. **A formação do designer de superfície na UFSM x a atuação do designer em empresa cerâmica de SC no contexto da gestão do design**. Dissertação apresentada ao Mestrado em Engenharia de Produção da Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2001.

MONTEMEZZO, Maria Celeste de Fátima Sanches; SANTOS, João Eduardo Guarnetti. **O papel do vestuário na interação homem-ambiente**. Anais do P&D DESIGN, 5, 2005. Brasília.

MUNARI, Bruno. **Design e comunicação visual**. Trad. Daniel Santana Martins Fontes: São Paulo, 2006.

NEWARK, Quentin. **O que é design gráfico?** Trad. Edson Furmankiewicz. Bookman: Porto Alegre, 2009.

PALOMINO, Érica. **A moda**. 2. ed. São Paulo: Publifolha, 2003.

PANIAGUA, Gema; PALÁCIOS, Jesús. **Educação infantil**: Resposta educativa à diversidade. 1ªed. Porto Alegre: Artmed, 2007.

PIAGET, J. **A psicologia da criança**. 3ed. Difel: Rio de Janeiro, 2007.

PIAGET, J. **Aprendizagem e conhecimento**. Freitas bastos: Rio de Janeiro, 1974.

PIAGET, J. **Seis estudos de Psicologia**. Forense: Rio de Janeiro, 1964.

PEREIRA, Fernanda Camargo Guimarães; RIBEIRO, Juliana Pontes. **Superfícies**: novas fronteiras para o design. In 8º Congresso Brasileiro de pesquisa e desenvolvimento em Design. São Paulo, 2008.

PIRES, Dorotéia Baduy. **O Desenvolvimento de Produtos de Moda**: Uma Atividade Multidisciplinar. Anais Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, P&D,6, 2004, São Paulo.

PIRES, Dorotéia Baduy. (org) **Design de Moda: Olhares Diversos**. São Paulo: Estação das Letras, 2008.

PITA, Pedro. **Fibras têxteis**. Rio de Janeiro: Senai-Cetiqt, 1996, v.1.

RECH, Sandra Regina. **Moda: por um fio de qualidade**. Florianópolis: UDESC, 2002.

RINALDI, Ricardo Mendonça; MENEZES, Marizilda dos Santos. **O uso da linguagem gráfica no design de superfície: uma reflexão**. In 8º Congresso Brasileiro de pesquisa e desenvolvimento em Design. São Paulo, 2008.

RUBIM, Renata. **Desenhando a superfície**. 2ed. 2AB: São Paulo, 2010.

RÜTHSCHILLING, Evelise Anicet. **Design de superfície: prática e aprendizagem mediada pela tecnologia digital**. Tese (Doutorado em Informática na Educação) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2002.

SANTAELLA, Lucia; Nöth, Winfried. **Imagem: Cognição, Semiótica, Mídia**. São Paulo: Iluminuras, 1997.

SCHWARTZ, Ada Raquel Doederlen. **Desing de superfície: por uma visão projetural geométrica e tridimensional**. Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Desing da Universidade Estadual Paulista. Bauru, 2008.

SEIVEWRIGHT, Simon. **Pesquisa e Design**. Bookman. Porto Alegre, 2009.

SILVA, Solange. **Vestuário: comunicação e cultura**. Revista Libero, ano IV, nº 7-8, 2001. Disponível em: <<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/libero/article/view/3891/3650>>. Acesso em: Ago 2010.

SORGER, Richard; UDALE, Jenny. **Fundamento de Design de Moda**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

VILLAS-BOAS, André. **O que é e o que nunca foi design gráfico**. Rio de Janeiro: 2AB, 3.ed, 2000.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 2ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.