

**DESIGN DE SUPERFÍCIE: UMA DISCUSSÃO SOBRE AS TÉCNICAS UTILIZADAS
NA CRIAÇÃO DE MOTIVOS NO MERCADO DE ESTAMPARIA BRASILEIRO**

***SURFACE DESIGN: A DISCUSSION ON CREATIVE TECHNIQUES USED TO
DESIGN MOTIFS IN THE BRAZILIAN SURFACE DESIGN MARKET***

Débora Feltes¹

Ingrid Scherdien²

Marina Seibert Cezar³

Resumo

As estampas desempenham papel fundamental na percepção de valor dos produtos pelos consumidores. Elas carregam aspectos simbólicos que proporcionam identidade e personalidade aos produtos, tornando os artefatos símbolos de valores, estilo de vida e sentimentos percebidos pelos indivíduos. Através disso, identifica-se uma crescente demanda por objetos de consumo capazes de transmitir essas sensações, indicando o surgimento de públicos cada vez mais atentos e exigentes quanto aos aspectos visuais e simbólicos dos produtos que consomem. Com o objetivo de realizar uma investigação acerca das técnicas utilizadas na criação de motivos no atual contexto da estampa brasileira e apontar a relevância dessa informação para a carreira dos designers, a presente pesquisa busca analisar o mercado de estampa através do ponto de vista de profissionais atuantes, cuja vivência no mercado é capaz de contribuir para a orientação de profissionais que buscam a adequação de seus processos de criação aos seus efetivos planos de carreira.

Palavras-chave: design de superfície; estampa; técnicas criativas.

Abstract

Prints play a fundamental role in the consumers' perception of product value. Carrying symbolic aspects that provide products with identity and personality, printed patterns can present artifacts as representations of values, lifestyles and feelings perceived by individuals. Consequently, there can be noticed a growing demand for consumption objects capable of transmitting these sensations, which indicates the emergence of audiences that are increasingly attentive and demanding in terms of the visual and symbolic aspects of the products they consume. As such, aiming to conduct a survey about the techniques used in motif design at Brazil's current printed patterns design context and to point out the relevance of this information

¹ Bacharel em Design, Universidade Feevale, Novo Hamburgo, RS, Brasil. debora_feltes@hotmail.com. ORCID: 0000-0003-2382-075X

² Professora Mestra, Universidade Feevale, Novo Hamburgo, RS, Brasil. ingridscherdien@feevale.br. ORCID: 0000-0003-4235-8281

³ Professora Doutora, Universidade Feevale, Novo Hamburgo, RS, Brasil. marinac@feevale.br. ORCID: 0000-0001-5537-3662

to the designers' careers, this research seeks to analyze the printed patterns design market through the point of view of working professionals whose market experience could serve as guidelines for professionals who seek to adapt their creative processes to their effective career plans.

Keywords: *surface design; pattern design; creative techniques.*

1. Introdução

Design de superfície é todo projeto criativo e técnico elaborado por um designer através da criação e desenvolvimento de propriedades estéticas, funcionais e estruturais no tratamento de superfícies (RUBIM, 2013; RÜTHSCHILLING, 2008). Abrange diversas especialidades, como design têxtil, design cerâmico e design de estamparia, sendo sua maior área de aplicação o têxtil, que compreende campos como estamparia, tecelagem e malharia (RÜTHSCHILLING, 2008).

A especialidade abordada no presente artigo é o design de estamparia, uma área criativa de cunho prático e com ampla abrangência, que engloba moda, design de interiores, design gráfico, arte têxtil e artesanato (BRIGGS-GOOD, 2014). A estamparia, de acordo com Laschuk (2009, p. 83), “consiste no processo de aplicação de elementos gráficos na superfície do tecido através de pigmentos e corantes”. O profissional que realiza a criação dos elementos gráficos deve preocupar-se não só com questões de cunho estético, mas também em adequar suas criações aos processos técnicos de tecelagem e de impressão (RÜTHSCHILLING, 2008). Além disso, para Udale (2015) é importante se atentar a aspectos como escala, proporção de cores, padronagem e repetição, pois tudo isso afetará a aparência final do produto no qual a estampa será aplicada.

Os elementos gráficos são composições de desenhos ou texturas, que podem ser criados através de técnicas manuais ou digitais. As técnicas digitais consistem na criação de estampas diretamente em *softwares* gráficos, no ambiente virtual. Já as técnicas manuais referem-se a criações através de ferramentas tradicionais de desenho, como lápis sobre papel, entre outros. As artes são escaneadas para posterior tratamento em *softwares* especializados, a fim de compor as estampas que serão impressas sobre o substrato final através de processos de fabricação industriais. Ainda, para fins de elucidação de possível ambiguidade, esclarece-se que existe um segmento dentro da estamparia que se denomina estamparia artesanal, baseada na pintura ou no uso de carimbos sobre o próprio substrato final (geralmente tecido), que não deve ser confundida com técnicas manuais de criação de motivos que apenas não intencionam o uso de *softwares* digitais no início da construção das composições.

Considerando essas definições, Rütshilling (2008) afirma que o mercado profissional já vem demandando há algum tempo um aumento na variação de produtos, fazendo com que os profissionais de design de superfície se vejam obrigados a oferecer maior quantidade de desenhos de estampas por coleção. Em meio a uma produção em massa que funciona em alta velocidade, torna-se cada vez mais importante acompanhar as tendências, as demandas do mercado, o posicionamento dos concorrentes e o comportamento dos consumidores, a fim de encontrar meios efetivos de se destacar na profissão. Entre os aspectos a serem observados está o tipo de técnica utilizada na criação de motivos, que pode ser decisiva para o sucesso de uma estampa.

Assim, em relação a essas técnicas de criação, os designers de estampas podem trabalhar de diversas formas, seja utilizando possibilidades variadas, sem nenhum foco

específico, a fim de atender ao fluxo de tendências de cada momento; ou se especializando em determinado tipo de técnica no intuito de conferir maior valor agregado, exclusividade e diferencial de mercado às suas criações. Por isso, entende-se que o acompanhamento dos movimentos do mercado quanto aos estilos utilizados na criação de motivos é importante, principalmente nos casos em que o designer de estampas está em busca de uma colocação ou reposicionamento na área, pois torna possível a análise dos aspectos que estão saturados e os que oferecem possibilidades de inovação.

Desse modo, com o entendimento deste cenário, definiu-se o problema de pesquisa que norteia este artigo: quais as principais técnicas que estão sendo utilizadas na criação de motivos no mercado de estamparia atualmente e como essa informação pode contribuir com a carreira dos designers de hoje? Por meio da investigação dessa problemática, a presente pesquisa busca analisar o mercado de estamparia brasileiro considerando o ponto de vista dos profissionais atuantes, que por estarem inseridos no meio, possuem conhecimento de causa e valiosas contribuições a oferecer para o mapeamento do comportamento do mercado quanto às técnicas utilizadas na criação de motivos. Isso pode servir de orientação aos profissionais para adequação de seus processos de criação quanto aos seus reais objetivos – trabalhar com diversas técnicas, variando conforme as tendências, ou se especializar em determinada técnica visando a diferenciação e exclusividade. Explanado o contexto geral desta pesquisa, algumas questões teóricas e exemplificação de técnicas serão levantadas para que se compreenda de modo mais claro o levantamento de campo realizado.

2. Linguagem Visual no Design de Estamparia

Segundo Rüttschilling (2008, p. 61), “todas as áreas do design, com maior ou menor apelo visual, utilizam recursos da linguagem visual como meio de expressão”. No caso da composição visual de uma estampa, isso acontece a partir dos elementos visuais que se classificam, de maneira geral, em: a) **Figuras ou motivos**: são formas ou conjuntos de formas recorrentes e em primeiro plano na composição. Podem apresentar variações de tamanho, posição e são elas que revelam o sentido e a mensagem visual da composição; b) **Elementos de preenchimento**: são texturas e grafismos responsáveis pelo preenchimento ou tratamento de fundo de uma composição. Podem aparecer com ou sem motivos; c) **Elementos de ritmo**: possuem maior força visual que os demais elementos em decorrência de sua configuração, posição, cor, além de outros aspectos conferidos aos elementos no espaço. Como exemplo, a composição visual da Figura 1 é composta por **figuras/motivos**: folhas amarelas de ginkgo biloba; **elementos de preenchimento**: zigue-zagues em tons de azul e **elementos de ritmo**: folhas amarelas de ginkgo biloba.

As linguagens visuais no design de estamparia também possuem diversas classificações, variando conforme o autor. A classificação de Chataignier (2006) é dividida em seis grandes famílias ou motivos: **florais** (como buquês, ramagens, folhagens, botões, pétalas, árvores, arbustos); **geométricos** (como listras, quadrados, xadrez, escocês, pois, pied-de-poule, ondulados, marmorizados, letras, números); **históricos** (desenhos que representam épocas, datas cívicas ou religiosas, fatos patrióticos, comemorações etc.); **étnicos** (elementos que identificam raças e/ou culturas de origem, como personagens mitológicos, símbolos religiosos etc.); **artísticos** (baseados em escolas e tendências de artes) e **listrados** (linhas retas em arranjos horizontais, verticais ou cruzadas em diversos ângulos). Todos esses motivos podem representar comportamentos, estilos e estéticas específicas.

Figura 1: Composição visual



Fonte: Imagem cedida do acervo pessoal da designer Martina Viegas (2018).

Em relação à dimensão da estampa, Treptow (2007) afirma que uma estampa pode ocorrer de duas formas: através de tecidos estampados (estampa corrida, com padronagem por repetição), ou aplicada em lugares específicos do produto (estampa localizada, sem padronagem por repetição). Na padronagem por repetição, a repetição é feita através do módulo, que é a menor área que inclui todos os elementos visuais que constituem a estampa (RÜTHSCHILLING, 2008). Esse módulo é repetido ao longo do comprimento e da largura do tecido formando o padrão, ou *rapport*, conforme pode ser conferido na Figura 2.

Figura 2: Módulo e Padrão



Módulo



Padrão

Fonte: Elaborado pela autora FELTES, Débora.

Nos casos em que não há padronagem por repetição (Figura 3), as estampas podem ser criadas e depois aplicadas em qualquer tamanho ou escala, sendo a única limitação a capacidade

do computador em suportar o tamanho do arquivo. Nas estampas projetadas, a criação geralmente é feita tendo em mente o produto no qual ela será aplicada, podendo ser criada para que determinado elemento fique localizado sempre no mesmo lugar no produto, como ao redor do decote de uma blusa, por exemplo (BRIGGS-GOOD, 2014).

Figura 3: Estampas sem padronagem por repetição



Fonte: Imagem cedida do acervo pessoal da designer Martina Viegas (2019)

A representação de todos esses elementos pode ser construída por meio de diversas técnicas. Isto será visto no subcapítulo a seguir sobre a criação de motivos gráficos no design de estamparia.

2.1. Criação de Motivos

Após concluir as pesquisas referenciais sobre o tema de seu trabalho, definir questões relativas ao estilo e ao sistema de composição da estampa (que pode ser com padronagem por repetição ou sem repetição), o designer inicia a criação dos motivos. O processo de criação pode explorar diversos recursos em seu desenvolvimento, podendo iniciar à mão e terminar no computador, como relata Laschuk (2009), ser feito totalmente de modo artesanal, ou feito diretamente no computador. Segundo Schwartz (2008), estes motivos podem carregar um valor simbólico-histórico significativo ou servir unicamente como ornamentos abstratos.

2.1.1. Processo Manual

A criação manual de motivos pode ser feita de diversas maneiras, a depender da preferência do designer ou da demanda do cliente. Entre as técnicas tradicionais estão o desenho e a pintura, geralmente sobre papel, com lápis de cor comum, lápis de cor aquarelável, tinta aquarela, guache, nanquim, marcador, colagem, grafite, giz pastel seco, giz pastel oleoso, carimbo e estêncil. Na Figura 4 pode-se ver exemplos de estampas criadas com aquarela, marcador e lápis de cor, respectivamente.

Figura 4: Estampas criadas com técnicas manuais/artesanais



Aquarela

Marcador

Lápis de cor

Fonte: Aquarela/Imagem cedida do acervo pessoal da designer Martina Viegas (2018); Marcador e Lápis de Cor/Elaborado pela autora FELTES, Débora (2019).

2.1.2. Processo Digital

Na criação digital (Figura 5), os motivos são feitos diretamente no computador com o auxílio de *softwares* gráficos. Os desenhos podem ser feitos com o *mouse*, com o auxílio de uma caneta óptica sobre uma mesa digitalizadora ou em um *display* interativo, no qual o desenho é construído sobre a tela. Além dos desenhos feitos nos *softwares*, pode-se utilizar manipulação de fotografias, a sós ou combinadas com os desenhos.

Figura 5 Estampas criadas originalmente com processos digitais



Fonte: Imagem cedida por Lemonade (2019); Imagem cedida por Walter Spina (2015)

2.1.3. Tratamento dos Motivos e Composição da Estampa

Os desenhos criados com ferramentas manuais, como lápis e tintas, podem ser escaneados e as fotografias baixadas para o computador a fim de iniciar a manipulação e refinamento com as ferramentas digitais. Os *softwares* permitem ajustes de cor, aplicação de efeitos, repetição de elementos através de ferramentas de copiar e colar, alteração de escala, rotação, distorção,

criação de colagens e outras possibilidades para chegar ao resultado desejado, como aponta Briggs-Goode (2014).

No caso de estampas com padronagem por repetição, os *softwares* auxiliam na composição da repetição, facilitando composições mais complexas; alguns ainda permitem a visualização da repetição simultaneamente com a criação do módulo. Segundo Laschuck (2009), a aplicação das estampas pode ser simulada em *softwares* especializados ou até mesmo em alguns sistemas convencionais gráficos. Desse modo é possível visualizar o produto final com a estampa aplicada antes da produção de fato, o que evita erros e fornece uma visão mais realista, tanto para o designer quanto para o cliente. Assim, a explanação geral feita sobre os elementos da linguagem visual e sobre as técnicas de desenho de estampas possibilita um avanço para a discussão relacionada às práticas do mercado.

3. Influências do mercado no desenvolvimento de motivos

Na estamparia, utiliza-se a previsão de tendências como forma de obter informações a respeito das cores, formas e demais aspectos que estarão em voga em determinada estação. Para Udale (2015), as tendências de moda podem ser divididas em tendências de longo prazo, as macrotendências; e tendências de curto prazo, as microtendências. As macrotendências se voltam a tendências sociais, enquanto as microtendências se voltam às modas passageiras. Segundo Briggs-Goode (2014, p.32), “a previsão de tendências é uma área desenvolvida para auxiliar designers, fabricantes e varejistas nos processos de decisão”, pois o estado de espírito da época, bem como as alterações sociais e culturais, têm forte influência sobre os produtos que serão desejados pelos consumidores.

De acordo com Briggs-Goode (2014, pg.29), em termos gerais, o mercado se divide em três segmentos distintos: “mercado de luxo, intermediário e de massa”. O mercado de luxo tende a ser o guia para os outros segmentos do mercado, com produtos que carregam exclusividade, qualidade e que possuem preços mais elevados. Já o mercado intermediário é o maior segmento do mercado. As marcas desse segmento geralmente são mais focadas em previsões de tendências do que o mercado de luxo, transformando as tendências em algo atrativo para seu público alvo, que tende a ser bem definido. Esse segmento também é bastante flexível, pois desenvolve rapidamente novos produtos conforme uma tendência substitui a outra. No mercado de massa os produtos atendem grupos de diferentes idades, focando em atender um público mais amplo que aprecia tendências e preços competitivos.

Com relação à técnica de criação dos motivos, o responsável por definir se eles serão desenvolvidos com técnicas manuais ou digitais é, muitas vezes, o próprio mercado, que segundo Rüttschilling (2008), tem se modificado rapidamente, apontando para um cenário no qual a inovação e a oferta de produtos devem ser crescentes, obrigando as indústrias que absorvem o design de superfície a oferecerem uma maior quantidade e variedade de desenhos por coleção. Essa velocidade exigida pelo mercado acaba resultando, muitas vezes, em estampas criadas visando principalmente agilidade, sem um tempo maior para dedicação ao processo criativo e de envolvimento com cada criação. As técnicas escolhidas para as criações também acabam sendo as mais velozes, preterindo técnicas manuais, que demandam, em geral, mais tempo.

No entanto, pode-se pontuar uma reflexão do livro “Alma Brasileira”, no qual Ricardo Bueno aponta que, para a Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção (ABIT), “as estampas, cada vez mais, desempenham fundamental papel no processo de percepção de valor de produto pelos consumidores” (BUENO, 2013, p. 10). Elas transformam os produtos em que

estão aplicadas, inculindo aspectos simbólicos que provocam reações e sentimentos nos consumidores, que buscam expressar sua identidade perante a sociedade por meio dos artefatos que consomem.

O aspecto simbólico proporciona aos produtos identidade que vai ser avaliada pelo consumidor como congruente, ou não, com a sua própria. Produtos entendidos como símbolos servem ao indivíduo para construir significados que causem reações desejadas em outras pessoas (GARCIA; MIRANDA, 2007, p. 33).

Portanto, com um público cada vez mais exigente quanto aos produtos que consome, identifica-se uma demanda por produtos diferenciados, que transmitem a personalidade, os valores e o estilo de vida de quem os utiliza. Aplicando-se à estamparia, percebe-se que os sentimentos gerados pelos aspectos simbólicos presentes nas estampas são fatores importantes para os consumidores, que buscam produtos estampados com motivos que representem o que sentem e o que são.

No contexto apresentado e em busca de alternativas quanto ao comportamento dos designers frente aos desafios do mercado atual, procurou-se saber mais sobre as técnicas utilizadas na criação de motivos para a estamparia pelos profissionais brasileiros, com a realização de entrevistas em formato de questionário. Nessas entrevistas, foram abordados tópicos referentes a técnicas utilizadas na criação de motivos, prós e contras entre criação manual e digital, entre outros. Para compreender de que modo a pesquisa foi conduzida, apresentam-se os procedimentos metodológicos e, após, as análises dos resultados.

4. Procedimentos Metodológicos

Considerando as definições de Prodanov e Freitas (2013), do ponto de vista dos objetivos, essa pesquisa é considerada exploratória, com a finalidade de investigar informações sobre o assunto considerando levantamento bibliográfico e documental e entrevistas com profissionais com experiência prática com o problema pesquisado.

Na pesquisa bibliográfica e documental, realizou-se uma breve revisão dos principais autores da área do Design de Superfície acerca das técnicas de desenvolvimento de motivos para estamparia, já apresentadas nos capítulos iniciais deste artigo. Por sua vez, a pesquisa de campo consistiu em um questionário enviado a designers de estamparia⁴ atuantes no mercado brasileiro através de meios eletrônicos e foi composta por nove questões abertas, ou seja, “os respondentes ficam livres para responderem com suas próprias palavras, sem se limitarem à escolha entre um rol de alternativas” (PRODANOV E FREITAS, 2013).

Os designers de estamparia que responderam ao questionário atuam em segmentos variados, sendo o mais comum o segmento têxtil. A seleção deu-se a partir da investigação de nomes dos profissionais citados em artigos científicos do meio, em grupos de bate-papo e comunidades específicas sobre design de superfície em redes sociais digitais. A pesquisa esteve aberta pelo período de quatro semanas e contabilizou o total de 21 respostas, sendo encerrada quando as novas respostas recebidas não mais apresentavam informações diferentes em

⁴ Lista de entrevistados: Camila Cruz, Candice Galharini, Caroline Basso, Celina Godoy, Cissa Victoi, Clau Cicala, Cris Alhadef, Dani Zenni, Hênile Polloni, Juliana Pelegrinello, Luli Reis, Mariana Terleski, Marina Barbato, Martina Viegas, Mila Petry, Pamella Correa, Rubi Reolon, Vanessa Lorscheiter, Vivi Campos, Wagner Campelo e Walter Spina. Os entrevistados autorizaram a divulgação de seus nomes.

relação às anteriores, atingindo-se, portanto, o critério de saturação. As entrevistas foram organizadas, tabeladas e analisadas considerando a Análise de Conteúdo, observando o conteúdo contido nas respostas e submetendo à reflexão e interpretação subjetiva da pesquisadora deste artigo.

Assim, do ponto de vista da abordagem do problema, o estudo possui caráter qualitativo, tendo em vista a necessidade dessa análise das respostas dos participantes, a fim de entender as diversas nuances experienciadas pelos profissionais da área em suas rotinas de trabalho, uma vez que o presente estudo tem por objetivo uma investigação das tendências e dos movimentos do mercado.

5. Aplicação do Questionário e Análise dos Resultados

Como já exposto, a coleta de dados se deu a partir da aplicação de um questionário composto por nove questões. Para respondê-lo, os respondentes se basearam em suas experiências profissionais e em suas visões de mercado.

O questionário iniciou com o seguinte questionamento: “Qual tipo de técnica você mais utiliza em suas criações: manuais ou digitais? Por quê?” **Nove** respondentes afirmaram utilizar técnicas manuais com mais frequência (ou somente técnicas manuais), **sete** costumam utilizar as duas técnicas e **cinco** utilizam as técnicas digitais com mais frequência (ou somente técnicas digitais) conforme demonstração no quadro 1 a seguir:

Quadro 1: Tipo de técnica que mais utiliza

Entrevistado	Técnica	Justificativa
Entrevistado 01	Manual	Acredita que conferem mais personalidade ao desenho e ao resultado como um todo.
Entrevistado 02	Manual	Demanda do nicho com o qual trabalha.
Entrevistado 03	Manual	Acredita que agrega valor e personalidade.
Entrevistado 04	Manual	Demanda do nicho com o qual trabalha.
Entrevistado 05	Manual	Escolha pessoal e artística; grande valorização do manual no mercado de estamparia atualmente; tendências do mercado da moda por traços manuais.
Entrevistado 06	Manual	Possui mais facilidade com esse tipo de técnica e gosta da possibilidade de explorar texturas e detalhes.
Entrevistado 07	Manual	Possui mais facilidade com esse tipo de técnica e acredita que agrega mais valor às criações.
Entrevistado 08	Manual	Preferência pessoal e acredita que dão mais exclusividade e autenticidade ao trabalho.
Entrevistado 09	Manual	“Quando fazemos algo à mão colocamos um pouquinho de nós naquele trabalho: nosso cuidado, nossa dedicação, e até nosso tempo! Acho que isso agrega muito valor (não necessariamente valor no produto final e deixa ele especial!”
Entrevistado 10	Digital	Agilidade.
Entrevistado 11	Digital	É adequado à rapidez que o mercado exige.
Entrevistado 12	Digital	Devido à demanda.
Entrevistado 13	Digital	Devido a facilidades, possibilidades e efeitos; valor dos materiais: não requer investimento constante como nas técnicas manuais, e sim um investimento em materiais que duram por muito tempo;

Entrevistado	Técnica	Justificativa
		menos tempo gasto e ausência de bagunça na mesa.
Entrevistado 14	Digital	Devido a otimização de tempo, “mas no geral acredito que agrega mais valor ao trabalho o desenvolvimento manual”.
Entrevistado 15	As duas	Produz 50% de criações digitais e 50% manuais. Acredita que há algum tempo as técnicas tradicionais eram mais comuns, porém com a praticidade e quantidade de recursos disponibilizados pela digital, o número de criações digitais cresceu muito.
Entrevistado 16	As duas	Acredita que cada marca possui um estilo/identidade e precisam de estampas ora digitais, ora manuais.
Entrevistado 17	As duas	Manual, quando a demanda é por autenticidade, e digital quando se necessita da facilidade em relação às outras técnicas.
Entrevistado 18	As duas	Criação de motivos manualmente e posterior edição com ferramentas digitais.
Entrevistado 19	As duas	Depende da demanda do cliente.
Entrevistado 20	As duas	Depende da demanda do cliente.
Entrevistado 21	As duas	Depende do projeto e do briefing.

Fonte: elaborado pela autora

As técnicas manuais mais utilizadas pelos respondentes são as que seguem apresentadas no quadro 2. O questionário não dedicou nenhuma questão para identificação das técnicas digitais mais utilizadas devido à natureza da técnica, que consiste na utilização de diversas ferramentas em conjunto e de difícil desmembramento.

Quadro 2: Técnicas manuais mais utilizadas

Técnica	Número De Respondentes Que As Utilizam
Aquarela	16
Nanquim	14
Lápis de cor/ou lápis de cor aquarelável	13
Marcadores	12
Guache	8
Lápis Grafite	6
Giz pastel oleoso	4
Acrílica	3
Colagem	3
Carimbos	2
Estêncil	2
Giz pastel seco	2
Carvão	1
Bordado	1
Gravura	1
Monotipia	1

Fonte: elaborado pela autora

Quando questionados sobre suas técnicas manuais favoritas, **47,6%** dos respondentes,

compondo a maioria, elegeu a aquarela como a melhor técnica para se trabalhar. Os motivos mais citados foram versatilidade (os traços podem ser soltos ou realistas), facilidade de uso, imprevisibilidade do resultado, beleza, fluidez e possibilidades de mesclas de cores ricas e únicas. Em segundo lugar, com **19%** das respostas, estão os marcadores, pois, segundo os respondentes, são de fácil manuseio, ágeis e de rápida secagem.

Os entrevistados também foram questionados a respeito dos prós e contras da utilização de técnicas manuais (quadro 3) e técnicas digitais (quadro 4) na criação de motivos.

Quadro 3: Prós e contras da utilização de técnicas manuais

Manuais	
Prós	Contras
<ol style="list-style-type: none"> 1. originalidade de traços; 2. desenhos com mais personalidade; 3. desenhos únicos; 4. precisão e leveza no traço do lápis; 5. traços e pinceladas que imprimem a personalidade do artista; 6. elementos mais ricos; 7. maior liberdade artística; 8. agregação de valor; 9. aparência de feito a mão é capaz de despertar carinho, proximidade, admiração; 10. o artista coloca um pouco de si em cada desenho, tornando algo mais pessoal e menos mecanizado; 11. ter o desenho físico para guardar e usar para decoração. 	<ol style="list-style-type: none"> 12. demora para escanear e tratar os desenhos no computador para elaboração da estampa; 13. materiais são caros; 14. investimento constante em materiais; 15. tempo (é demorado); 16. sujeira; 17. espaço: é necessário espaço para trabalhar com folhas, tintas e os diversos materiais de desenhos manuais; 18. se não atingir o resultado esperado, é difícil de corrigir/alterar.

Fonte: elaborado pela autora

Quadro 4: Prós e contras da utilização de técnicas digitais

DIGITAIS	
PRÓS	CONTRAS
<ul style="list-style-type: none"> ● agilidade; ● praticidade; ● otimização do tempo; ● poder verificar o resultado e ir alterando com facilidade; ● não tem o gasto constante com materiais de desenho; ● economiza tempo; ● não gera resíduos; ● controle, liberdade e facilidade para retrabalhar elementos; ● não exige tratamento de desenhos, como acontece com desenhos feitos manualmente; 	<ul style="list-style-type: none"> ● investimento em equipamento é alto; ● tendência a criar algo “comum”, dificuldade em fazer diferente; ● facilidade de plágio; ● poder ver em outras estampas elementos semelhantes aos seus; ● limitações do <i>software</i> que podem refletir no aspecto final do trabalho artístico; ● dificuldade em definir um estilo artístico próprio; ● dependendo da técnica, os resultados ficam mais “duros”, menos originais e mais previsíveis.

DIGITAIS	
PRÓS	CONTRAS
<ul style="list-style-type: none">• possibilidade de recriar técnicas tradicionais/manuais, porém com mais agilidade;• reproduzir efeitos e texturas com facilidade;• desfazer erros com facilidade;• poder comprar artes ou ilustrações de plataformas de imagens.	

Fonte: elaborado pela autora

Quanto às tendências do mercado de estamparia, a seguinte pergunta foi feita aos entrevistados: “Entre técnicas manuais e digitais, qual é a mais utilizada no mercado atual, em sua opinião? Por quê?”.

Oito respondentes, compondo a maioria, responderam que as duas técnicas são amplamente utilizadas no mercado atual, visto que cada marca possui necessidades específicas que variam conforme o momento. Essas necessidades podem ser relacionadas ao estilo/identidade da marca, à disponibilidade de tempo, à disponibilidade de recursos, até às técnicas utilizadas na aplicação da estampa no substrato. Também salientaram que mesmo os motivos feitos manualmente precisam de tratamento no meio digital, ou seja, o profissional que trabalha com técnicas manuais também precisa ter domínio de ferramentas digitais para realizar um bom trabalho. **Sete** profissionais responderam que as técnicas digitais são mais utilizadas na criação de motivos atualmente. A causa seria a agilidade, a velocidade de produção e a possibilidade de comprar motivos de bancos de imagens. Os outros **seis** responderam que acreditam que as técnicas manuais são mais utilizadas no mercado brasileiro atualmente. Entre os motivos estão: originalidade, busca pela diferenciação através do “feito à mão”, dificuldade em trabalhar com tecnologias e custo de equipamentos profissionais.

Mesmo que muitas das respostas não tenham diminuído a potencialidade das técnicas digitais, com base em experiências pessoais e em conversas com profissionais do meio, percebeu-se que existe uma crença entre os designers de estampas de que motivos criados manualmente possuem maior valor agregado. A fim de verificar essa informação, abordou-se este tema no questionário realizado. **Doze** entrevistados, compondo a maioria, afirmaram que pensam que os motivos criados manualmente possuem maior estima. Conforme definições descritas, entende-se por valor agregado a entrega de um simbolismo adicional junto a determinado produto/serviço. Essa sensação não é material ou física e sim de percepção, que permite que o profissional cobre acima da média de mercado. Isso varia conforme a percepção de cada indivíduo. A razão de atribuir-se maior valor agregado aos motivos criados manualmente seria a exclusividade alcançada através de trabalhos manuais; a capacidade do artista de imprimir sua personalidade e seu traço nos desenhos; o caráter único e pessoal de um desenho feito à mão; o tempo de estudo e de prática que o profissional dedica à técnica; a possibilidade de enviar ao cliente fotos das etapas da criação para acompanhamento ou publicação em redes sociais; e a exclusividade obtida através dos traços únicos.

O restante dos respondentes afirmou que a estima não está na técnica utilizada e sim em outros fatores, como competência do designer, exclusividade dos motivos, qualidade da composição da estampa e história/conceito por trás da estampa. Afirmaram ainda que para agregar valor às estampas, ela deve atender com precisão a necessidade do cliente,

independentemente da técnica utilizada. A qualidade da composição foi citada frequentemente pelos profissionais, que disseram que de nada vale um motivo bem-feito se sua aplicação na composição for malfeita. Apontaram ainda a falsa impressão existente entre as pessoas de que artes digitais são mais fáceis de serem criadas, quando na verdade existem artes digitais de grande complexidade que exigem muito tempo e dedicação, além do fato de que desenhos manuais não são obrigatoriamente demorados e complexos. Foi mencionado ainda o fato de algumas artes digitais, inclusive, reproduzem efeitos de técnicas manuais/tradicionais como aquarela, lápis de cor etc., que se bem-feitas, dificultam a identificação do tipo de técnica que foi utilizada.

Em outra questão, questionou-se se existem segmentos específicos que consomem/produzem mais as estampas criadas com motivos desenvolvidos manualmente, como mercado de luxo, intermediário ou de massa, por exemplo. Primeiramente, conforme ressaltado pelos entrevistados, faz-se necessário aclarar a existência de uma diferenciação entre motivos criados manualmente e os criados manualmente com exclusividade, visto que existem diversos caminhos que as empresas podem escolher para obter esse tipo de trabalho. Podem ser trazidos exemplos: 1) setor de criação interno, que produz motivos exclusivos feitos manualmente; 2) setor de criação interno que utiliza motivos feitos manualmente, porém de bancos de imagens, não sendo, portanto, exclusivos; 3) contratação de profissionais *freelancers* para produção de motivos criados manualmente com exclusividade; 4) contratação de profissionais *freelancers* para criação de estampas feitas a partir de motivos obtidos em bancos de imagens, portanto não exclusivos.

Dez respondentes, compondo a maioria, responderam que o mercado de luxo e o intermediário são os que mais utilizam estampas criadas com motivos feitos manualmente. Ainda, cinco deles enfatizaram o fato de que os produtos de massa não costumam apresentar esse tipo de técnica em suas estampas, citando como razão para tal fenômeno a falta de tempo, visto que criações manuais exigem um tempo mais longo para seu desenvolvimento, tempo que não se dispõe, pois é necessário trabalhar com alta velocidade de produção. Além do tempo, foram citadas a falta de recursos financeiros para custear esse tipo de trabalho, que geralmente possui preços mais elevados; ausência da compreensão por parte da empresa a respeito do valor agregado a esse tipo de técnica; desinteresse em exclusividade. Foi pontuado ainda o fato de que o mercado de massa utiliza sim, em alguns casos, motivos feitos com técnicas manuais, porém não são exclusivos, e sim obtidos pela internet, seja em bancos de imagens pagos ou em outras fontes. De acordo com os interrogados, isso se deve ao fato de que o segmento procura reproduzir as tendências e motivos lançados pelas outras áreas, como a de luxo, mesmo sem dispor do tempo e da verba para tais criações, recorrendo então a fontes alternativas para obtenção de motivos criados manualmente.

Um entrevistado declarou que todos os segmentos podem utilizar técnicas manuais na criação de motivos exclusivos, mesmo o de massa. O que muitas vezes ocorre é que o intermediário e de luxo são capazes de produzir/adquirir motivos mais elaborados e complexos, em decorrência da capacidade de arcar com os custos desse tipo de trabalho, que será posteriormente absorvido através dos preços mais elevados dos produtos onde as estampas serão aplicadas; enquanto o mercado de massa, em decorrência da falta de tempo e recursos, costuma produzir/adquirir motivos mais simples e menos elaborados. Outro afirmou que não existem segmentos específicos que consomem mais os motivos criados com técnicas manuais, declarando que a técnica não é determinante na definição do preço, como muitas vezes é pressuposto pelo senso comum. Segundo ele, todos os segmentos possuem acesso a todas as técnicas, sendo a conexão dos motivos/estampa com o *branding* da marca o responsável por

determinar o valor de cada criação.

Ao serem questionados sobre o tipo de técnica – manual ou digital – que tende a dominar no futuro, **38%** (compondo a maioria) responderam que as duas técnicas terão seu espaço garantido, assim como já ocorre hoje. Cada marca possui suas necessidades e seu estilo, utilizando ora motivos digitais, ora manuais. Há momentos em que há uma tendência que aumenta a demanda por determinada técnica, mas ambas convivem simultaneamente e até mesmo se complementam. Já **quatro** profissionais acreditam que as técnicas manuais serão mais valorizadas no futuro, pois com a rápida ascensão do digital, o manual perdeu força, mas que deverá retornar cada vez mais com o passar do tempo. Segundo eles, o manual se tornará um diferencial competitivo em meio a criações digitais. Por fim, **três** acreditam que o digital irá dominar o mercado no futuro. Segundo eles, isso aconteceria porque as ferramentas digitais se aperfeiçoam cada vez mais, oferecendo leques praticamente infinitos de possibilidades e efeitos a serem explorados, assim como efeitos que reproduzem técnicas manuais, porém sem gasto constante com materiais (tintas, papéis, pincéis, lápis etc.), sem a sujeira do desenho no meio físico e sem a necessidade de tratar as imagens da forma como é feito com motivos criados à mão. Com a análise específica das respostas de todos, parte-se para algumas discussões mais abrangentes nas considerações finais deste artigo.

6. Considerações Finais

Com as rápidas e constantes mudanças no mercado de estamparia, as empresas se veem incentivadas a oferecer maior variedade de produtos, e, conseqüentemente, maior variedade de desenhos por coleção. Com um mercado que exige velocidade e volume de produção, e com consumidores cada vez mais exigentes, o cenário atual demanda intensa atenção por parte dos designers quanto às possibilidades que compõem o processo de desenvolvimento de uma estampa, especialmente no que se refere às técnicas utilizadas na criação de motivos, característica importante para o sucesso de uma estampa.

Os designers criam suas estampas através de processos manuais ou digitais: a escolha pode ser oriunda de preferências pessoais ou de demandas de clientes. Observou-se que os profissionais questionados costumam utilizar as duas abordagens no desenvolvimento de motivos, sem discrepância significativa entre manual e digital, apesar de muitos acreditarem que motivos criados com técnicas manuais possuem maior valor agregado. Grande parte dos entrevistados utilizam as duas em decorrência da demanda, atendendo a diversos tipos de clientes e se adaptando aos segmentos. Os adeptos da manualidade acreditam que esse tipo de estilo é muito valorizado no mercado, agrega valor ao produto e confere mais exclusividade e autenticidade às estampas. A aquarela foi eleita como a técnica manual favorita entre os respondentes, pois, segundo eles, trata-se de uma ferramenta versátil, de fácil manuseio, dotada de beleza e fluidez. Em segundo lugar encontram-se os marcadores, que são de fácil manuseio, ágeis e de rápida secagem. Em contrapartida, os recursos digitais são descritos por seus adeptos como capazes de oferecer maior agilidade, facilidade e diversidade de efeitos às criações.

Na análise aprofundada de prós e contras do manual e digital, verificou-se que as principais vantagens do manual estão relacionadas à originalidade de traços, maior valor agregado, afetividade e proximidade entre marca-consumidor. Os contras foram apontados como os investimentos altos e constantes em materiais, a demora dos processos de desenho/pintura, a sujeira, a necessidade de espaço físico e a demora no tratamento dos motivos no computador. Já as vantagens das técnicas digitais foram relacionadas à agilidade,

praticidade, investimentos menos frequentes, não geração de resíduos, facilidade de alteração dos desenhos, facilidade de reproduzir efeitos/texturas e possibilidade de comprar artes/ilustrações prontas. Entre os contras está o alto investimento em equipamentos, a facilidade de plágio, a tendência a criar elementos ‘comuns’, os resultados menos originais/mais previsíveis, e a dificuldade em definir um estilo próprio.

Cada escolha processual possui uma personalidade própria, que atende a diferentes demandas. Existem marcas cuja identidade e posicionamento se alinham mais aos efeitos produzidos por técnicas manuais, outras por digitais e outras não fazem distinção e se utilizam das duas. O segmento de mercado, porém, se mostrou significativo no que tange à preferência por determinada técnica. Os mercados de luxo e intermediário demonstraram maior valorização e utilização das abordagens manuais, pois, segundo os entrevistados, compreendem o valor agregado em criações afetivas e exclusivas; dispõem de recursos financeiros para custear os materiais e o tempo mais longo dos processos de criação; e possuem capacidade monetária de contratar profissionais especializados na criação de motivos manuais, geralmente mais caros.

Identificou-se que, em suma, a principal razão para a segmentação entre motivos não ocorre pelo tipo de técnica utilizada no processo de criação, e sim pelo fato de que motivos mais complexos e elaborados tendem a ser utilizados pelo mercado de luxo e intermediário, enquanto motivos de baixa complexidade costumam ser utilizados pelo de massa: a técnica utilizada vai depender da demanda do cliente, do tipo de efeito desejado e da habilidade do designer. Cabe ressaltar que os motivos não precisam ser complexos para o sucesso de uma estampa: a composição ainda é a principal responsável, englobando aspectos como cor, distribuição de elementos, entre outros. Ainda é possível afirmar que os motivos criados com a manualidade não são, em geral, utilizados pelo mercado de massa com caráter de exclusividade, mas podem ser utilizados através da aquisição em sites especializados ou podem ser desenvolvidos com baixa complexidade, se adequando ao ritmo do segmento.

Atendidos os objetivos da pesquisa e respondida a problemática do estudo, que intenciona contribuir com a carreira dos designers de estamparia por meio das informações coletadas e analisadas nesse artigo, conclui-se, portanto, que a técnica utilizada na criação de motivos é, sim, um aspecto importante para o sucesso de uma estampa, mas não o único. O sucesso de uma estampa é resultado de um conjunto de fatores: habilidade e domínio da técnica escolhida, primor na composição da estampa, fidelidade ao *briefing* e autenticidade, fatores que atuam também como chaves para o destaque e bom posicionamento do designer no mercado de estamparia. Compreendendo que as estampas são parte fundamental na percepção de valor de produtos pelos consumidores e que seu diferencial é alcançado através da estratégia, das definições projetuais e do uso coerente de técnicas, sejam elas manuais ou digitais, é possível desenvolver projetos futuros que questionem a problemática de como agregar valor aos produtos através de estampas, contemplando uma linha de criações diversas, com a mescla de técnicas, mas com unidade de linguagem e originalidade de autoria, e que sejam aplicadas a produtos, de modo a agregar valor potencial.

Referências

BRIGGS-GOODE, Amanda. **Design de estamparia têxtil**. Porto Alegre: Bookman, 2014.

BUENO, Ricardo. **Alma Brasileira**. Porto Alegre: Totalcom Comunicação e Eventos, 2013.

CHATAIGNIER, Gilda. **Fio a fio: tecidos, moda e linguagem**. São Paulo: Estação das Letras Editora,

2006.

GARCIA, C.; MIRANDA, A.P. de. **Moda é comunicação – experiências, memórias, vínculos**. 2ª. ed. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2007.

LASCHUK, Tatiana. **Design Têxtil: da estrutura à superfície**. Porto Alegre: Ed. UniRitter, 2009.

LEMONADE, Design. **Imagem de estampa**. Disponível em <<https://www.instagram.com/vivicampos.ilustra/>>. Acesso em set. 2019.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2.ed. Novo Hamburgo, RS: Feevale, 2013.

RUBIM, Renata. **Desenhando a superfície**. São Paulo: Edições Rosari, 2013.

RÜTHSCHILLING, Evelise Anicet. **Design de Superfície**. Porto Alegre: Ed. da UFRGS, 2008.

SCHWARTZ, Ada Raquel D. **Abordagens para análise e Projetação em design de superfície**. In: Anais do 8º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, São Paulo, 2008.

SPINA, Walter. **Imagem de estampa**. Disponível em <<https://www.instagram.com/walter.spina/>>. Acesso em set. 2019.

TREPTOW, Doris. **Inventando moda: planejamento de coleção**. 4. ed. Brusque: Ed. do Autor, 2007.

UDALE, Jenny. **Tecidos e Moda: Explorando a interação entre o design têxtil e o design de moda**. 2. ed. Porto Alegre, RS: Bookman, 2015.