

A UTILIZAÇÃO DE TÉCNICAS ARTÍSTICAS MANUAIS NA CRIAÇÃO DE ESTAMPARIA TÊXTIL

THE USE OF MANUAL ARTISTIC TECHNIQUES IN THE CREATION OF TEXTILE PRINTING

Davi Sombra Montenegro¹

Maria Silvia Barros de Held²

Resumo

O presente artigo apresenta uma análise da utilização de técnicas artísticas manuais na criação de estampa têxtil digital. Para isso são observados os resultados das transformações criativas e produtivas, características desta atividade a partir da era moderna até a contemporaneidade em relação às diferentes demandas que orientam a produção de desenhos para criação de estampas. Como forma de ilustrar esse fenômeno é apresentado o projeto do designer pernambucano Gabriel Azevedo para a marca de varejo de moda brasileira, Renner. Objetiva-se assim refletir sobre como as transformações relacionadas ao contexto do capitalismo artístico apresentado por Lipovetsky e Serroy podem ser observadas na prática de uma atividade que relaciona aspectos das artes e da criação artística à produção industrial e o consumo de produtos e mercadorias.

Palavras-chave: design; superfície; estampa; manual.

Abstract

This article presents an analysis of the use of manual artistic techniques in the creation of digital textile printing. For this, the results of the creative and productive transformations characteristic of this activity from the modern era to the present day are observed in relation to the different demands that guide the production of drawings for the creation of prints. As a way of illustrating this phenomenon, the project by Pernambuco designer Gabriel Azevedo for the Brazilian fashion retail brand, Renner, is presented. Thus, the objective is to reflect on how the transformations related to the context of artist capitalism presented by Lipovetsky and Serroy can be observed in the practice of an activity that relates aspects of the arts and artistic creation to industrial production and the consumption of products and goods.

Keywords: design; surface; print; manual.

¹ Mestre em Têxtil e Moda pela Escola de Artes, Ciências e Humanidades (EACH - USP), davisombra.m@gmail.com; Orcid 0000-0001-8350-6522

² Doutora em Artes pela Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo – ECA/USP /Silviaheld.usp@gmail.com Orcid: 0000-0003-4373-4955/http://lattes.cnpq.br/5645756396955777

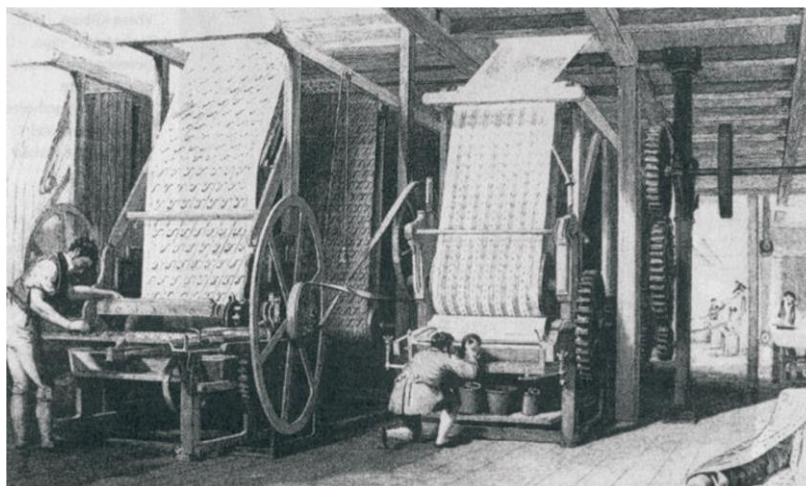
1. Introdução

A atividade de transferir imagens, textos e registros gráficos a partir da estampagem em superfícies acompanha o homem há séculos, das mais diversas formas e a partir de diferentes técnicas e necessidades. De acordo com Lima (2007), a história da estamparia compreende centenas de processos criados pelo homem, com tecnologias e cânones próprios por milhares de anos desde o final do período Neolítico e o surgimento dos primeiros teares. Transmitidos por mestres, artesãos e artistas de maneiras diversas ao longo do tempo, esses conhecimentos e tecnologias sobreviveram e foram sendo aperfeiçoados durante milênios, transpondo percalços como guerras, conquistas e pestes.

Segundo Ujiie (2006) é difícil resumir o percurso cronológico e as fontes de origem dos processos de estamparia têxtil dado o espaço de tempo e a qualidade dos registros destas técnicas e seus artefatos. Com o passar dos séculos, a decoração de tecidos e roupas evoluiu de bordados e pinturas artesanais, para processos de estampagem mais complexos e mecanizados. Neste trabalho, a estamparia têxtil passará a ser observada a partir de transformações produtivas relacionadas ao processo de industrialização da sociedade moderna até a contemporaneidade. O surgimento de processos mecânicos, a criação de técnicas mais velozes, a produção de quantidades maiores e a definição de processos de divisão do trabalho surgidos a partir do século XVII, foram responsáveis por mudanças determinantes na forma de consumirmos produtos em diversos setores, conforme pode ser observado na gravura (Figura 1) abaixo, onde se ilustra o processo de estamparia de tecidos no século XIX. As consequências destas mudanças podem ser observadas, especialmente, na área de estamparia têxtil, onde diversas transformações industriais foram implementadas para atender às demandas de consumo e produção de cada época, como apresenta Rafael Cardoso:

À medida que a produção se mecanizava em alguns setores, o valor monetário do projeto ia-se tornando ainda mais explícito. Na indústria têxtil, por exemplo, a impressão mecânica de tecidos significava que um padrão decorativo bem-sucedido podia gerar lucros imensos para o fabricante, sem nenhum investimento adicional de mão-de-obra. O custo de gerar ou adquirir o padrão era único e as possibilidades de reprodução ilimitadas; não por acaso, este foi um dos primeiros setores em que se fez notável o emprego de designers. (CARDOSO, 2008, p. 35)

Figura 1: Ilustração de uma estamparia no séc. XIX.



Fonte: Forty (2007)

Para Lipovetsky e Serroy (2015), este primeiro momento de industrialização é marcado pela busca da massificação e da produção em série, na qual cabia aos profissionais envolvidos na criação da mercadoria, afastarem-se das características artesanais anteriores. As escolhas criativas eram pautadas na elaboração de condições para a reprodutibilidade dos artefatos de forma a suprir uma demanda quantitativa do consumo, já que antes disso o tempo de produção e o modelo de manufatura, de menor capacidade produtiva, limitavam o acesso aos bens. Isso fica sinalizado a partir do surgimento de processos industriais que permitiam a reprodução em escala e a prioridade por materiais e efeitos que pudessem ser replicados de maneira massificada, como por exemplo, a utilização da estamparia rotativa que permitiu a produção de um volume muito maior de tecidos estampados do que os processos anteriores.

Após esse período de valorização das características projetuais técnicas e funcionais, que marcou a primeira etapa da industrialização moderna com acentuada preocupação em relação aos aspectos que favorecessem a reprodutibilidade dos produtos, passa a existir uma nova prioridade para o desenvolvimento de novos bens: as qualidades estéticas e estilísticas da mercadoria. Segundo Lipovetsky e Serroy (2015), nesta segunda fase, a preocupação com o design na concepção e comunicação dos produtos, torna-se uma questão fundamental de inovação e sucesso comercial. Essa nova condição impõe aos designers e projetistas, atenção aos aspectos externos e de aparência no desenvolvimento dos projetos e também na sua comunicação. Segundo estes autores:

No decorrer da fase II, a estética industrial adquire uma superfície social assim como uma importância estratégica para as empresas, sem comparação com o passado. A influência do design cresce acentuadamente, enquanto os engenheiros de produção veem sua posição anterior de onipotência se esvaír. A exigência de melhorar continuamente a ergonomia dos produtos e seu aspecto externo progride a passos largos. (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p. 172)

Por fim, a última fase que corresponde à contemporaneidade, é marcada por um processo de artealização dos produtores e dos produtos, em que “o designer aparece como um ‘criador’, à maneira de um artista, e como um ícone, à maneira de uma estrela” (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p. 238). Essa estratégia visa atender a um consumidor que, após ter suas demandas funcionais e estilísticas supridas, volta-se para um consumo emocional que encontra na relação com os valores artísticos e estéticos da arte uma realização subjetiva ao consumir.

As necessidades subjetivas do consumidor por diferenciação e realização emocional proporcionaram nas últimas décadas de consumo, a valorização da dimensão artística pela produção industrial, um processo marcado pela dinâmica do uso estilístico de características do trabalho artístico na produção de bens de consumo. Essa estratégia adquire uma importância primordial para as marcas competirem economicamente no capitalismo artista hipermoderno (LIPOVETSKY e SERROY, 2015) e passa a determinar aspectos importantes na forma dos profissionais da área a lidarem com as suas criações e o seu fazer produtivo. Segundo os autores, esse momento é classificado como capitalismo artista e é definido como:

O capitalismo artista é esse sistema que produz em grande escala bens e serviços com fins comerciais, mas impregnados de um componente estético-emocional que utiliza a criatividade artística tendo em vista a estimulação do consumo mercantil e do divertimento de massa. (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p. 67).

Cada um desses períodos representa mudanças efetivas nos modos de criar e produzir

bens de consumo, o que também pode ser percebido nas transformações percebidas nos processos de criação e impressão de estampas sobre tecidos. Seja para atender à uma produção massificada a partir do primeiro período da Revolução Industrial, ou mais recentemente, para criar estímulos de consumos mais subjetivos e abstratos, a prática da estamparia têxtil aponta para processos e consequências que relacionam criação, produção e consumo a partir do contexto que cada época traz. Um dos fenômenos emergentes desta reflexão é como se dá o uso de técnicas artísticas artesanais em um setor que se industrializou, mecanizou e digitalizou ao longo dos anos, mas que ainda mantém relação com aspectos da pintura, desenho e processos artesanais. Seja do ponto de vista criativo e técnico ou para suprir às demandas subjetivas de um consumidor desejoso por adquirir, em cada mercadoria, uma experiência mais abstrata, exclusiva ou especial, o uso de processos artesanais ainda pode ser observado na prática da estamparia têxtil e é sobre seu uso que este trabalho se debruça.

Além de contribuir na valorização dos aspectos subjetivos que estimulam a compra de mercadorias, a absorção de aspectos característicos do universo das artes na produção industrial, também pode ser considerada como uma forma de promover a investigação artística, uma vez que existe um grande número de técnicas e estilos que podem ser utilizados ou adaptados pelos criadores na prática criativa. Na criação de estampas, esse contexto artístico-industrial permite misturar e adaptar inspirações e processos aos mais diversos usos, e é um importante estímulo para a obtenção de resultados mais criativos e interessantes do ponto de vista gráfico, especialmente se alinhados às tecnologias disponíveis, sejam elas analógicas ou digitais.

A utilização de técnicas artísticas manuais é observada mais adiante em um projeto de estamparia têxtil para o segmento de moda brasileiro, a partir da análise dos resultados criativos, técnicos e estilísticos que essa prática possa oferecer. Para isso será utilizado o trabalho do designer pernambucano Gabriel Azevedo para a marca de varejo Renner. Neste exemplo é apresentado um pouco do processo de criação do designer e também algumas reflexões que relacionam a prática da estamparia enquanto um processo interdisciplinar estabelecido entre o design, à arte e a moda. Áreas que se relacionam na prática criativa, mas principalmente em relação ao contexto produtivo e de consumo determinado como capitalismo artista por Lipovetsky e Serroy (2015).

2. O Artesanal e a Arte Percebidos na Estamparia Têxtil.

Os avanços industriais possibilitaram um maior acesso e velocidade na substituição dos bens de consumo, independente da vida útil dos mesmos. A superprodução e o descarte desenfreado geram prejuízos ambientais devido aos altos níveis de consumo promovidos como forma de alcançar realizações pessoais e aceitação social. Esta realidade interfere na forma como os produtos são consumidos e também nas perspectivas que orientam sua criação e produção. Moraes (2010) relaciona os impactos das mudanças relativas aos novos estilos de vida e suas consequências no trabalho projetual dos designers de produtos, ao pontuar que:

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

De acordo com esta ideia, questões relacionadas à interação subjetiva do consumidor com a mercadoria, passam a ser critérios relevantes para a prática profissional de designers que atuam na criação de produtos e serviços. Em relação à área de estamparia têxtil, a valorização da dimensão criativa e artística no desenvolvimento dos desenhos e estampas também acompanhou o crescente estímulo dos valores estéticos e subjetivos comuns ao capitalismo estético. Para atender a essa mudança de perspectiva em relação ao desenvolvimento industrial, as etapas de projeto passam a fazer uso de estratégias para incorporar características artísticas e subjetivas na produção dos desenhos, desta forma a preocupação com aspectos estéticos e abstratos passa a ser importante na concepção das criações de cada designer. Como apontam Lipovetsky e Serroy (2015):

A atividade estética do capitalismo era reduzida ou periférica: ela se tornou estrutural e exponencial. É essa incorporação sistêmica da dimensão criativa e imaginária aos setores do consumo mercantil, bem como a formidável dilatação econômica dos domínios estéticos, que autoriza a falar de um regime artista do capitalismo. São novas estratégias empregadas pelas empresas, que contribuem para constituir um novo modelo econômico em ruptura com o capitalismo da era industrial. (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p.41)

Dentre os setores afetados por esta realidade de produção e consumo, o setor de moda e vestuário tem especial destaque nas estratégias para estimular as substituições de produtos, uma delas é a constante oferta de estampas em tecidos e roupas. Assim, as dinâmicas de substituição de estilos e a velocidade na oferta de produtos, características dos ciclos da moda, interferem ativamente em como o designer de estampas atende às demandas deste setor. A observação da prática profissional de designers que oferecem serviços de criação de estampas para o setor têxtil aponta para a importância de manter-se alinhado às transformações de um mercado dinâmico como o da moda, onde tendências e gostos são substituídos rapidamente. A necessidade de adequar-se aos movimentos relacionados ao mercado, interfere diretamente no trabalho que cada designer irá executar como nas técnicas empregadas, no estilo dos desenhos e características de estampas desejadas em cada época. Para tanto, é necessário que os mesmos exercitem seu senso de análise e sejam ágeis para compreender os sinais de cada época e interpretá-los de maneira eficiente em seus projetos.

Essa substituição de estilos pode ser percebida nos tipos de desenhos mais recorrentes ofertados pelo mercado a cada temporada. Seja para atender às especificações estilísticas ditadas pelo mercado ou para acompanhar aquilo que os consumidores desejam – alguns estilos de estampa são mais consumidos em intervalos de tempo distintos –. Entre eles, pode-se perceber o uso recorrente de técnicas artesanais como pinturas em aquarela, desenhos com lápis de cor e marcadores, entre outros processos, na tentativa de reproduzir aspectos da exclusividade e originalidade, que a produção artística pressupõe, na mercadoria produzida em larga escala pela indústria da moda.

De acordo com Crane (2006), o uso de aspectos e técnicas criativas consideradas artesanais é uma estratégia empreendida por criadores na área da moda como “forma de enfatizar o aspecto estético de suas criações e reivindicar seu status de artistas ou artistas-artesãos” (CRANE, 2006, p. 297). Isso é executado de uma maneira que mistura técnicas, utiliza-se do artesanal e faz uso de ferramentas mecânicas e digitais em um processo de hibridização das ferramentas de criação apontado por Rawsthorn (2018), que destaca o reconhecimento do valor do artesanato no design como uma resposta aos problemas identificados pelo processo de padronização e produção em massa atualmente. Para a autora, “em uma época em que dedicamos tanto do nosso tempo a devorar informações e imagens

digitais nas telas, talvez seja inevitável que a espontaneidade do artesanato pareça atraente” (RAWSTHORN, 2018, p.45).

A relação entre designers de moda, ilustradores e a arte, encontra na estamparia uma área de aplicação dos valores simbólicos, característicos do fazer manual, para a produção em massa de bens de consumo industriais. As parcerias de Elsa Schiaparelli com Salvador Dalí, no início do século XX, a inspiração em obras de Mondrian, dos vestidos de Yves Saint Laurent nos anos 1960, e o recente uso de obras de Tarsila do Amaral em estampas da marca carioca Osklen são exemplos recorrentes dessa relação (Figura 2).

Figura 2: Campanha da coleção “Tarsila”, da marca Osklen, em 2017.



Fonte: <https://vogue.globo.com/moda/moda-news/noticia/2019/04/colecao-tarsila-da-osklen-sera-vendida-novamente-no-masp.html>

Tais associações pretendem passar aos consumidores a ideia de originalidade e maior significado para essas peças, reflexo de estratégias comunicacionais relacionadas à maneira dos usuários lidarem com os valores determinados pela indústria de consumo. Desta forma, muitas marcas procuram salientar o uso de ilustrações originais e parcerias com artistas visuais, como uma forma de agregar valor aos seus processos de desenvolvimento e a estamparia tornar-se mais um local onde esse discurso pode ser aplicado. Para Lipovetsky e Serroy (2015), a busca por estimular sensações típicas do universo da arte como exclusividade, inspiração e subjetividade, tornaram-se uma forma da indústria de consumo elevar a noção de valor da mercadoria equiparando esses produtos ao status de uma obra artística:

Enquanto se deflagra a concorrência econômica, o capitalismo trabalha para construir e difundir uma imagem artista de seus atores, para artealizar as atividades econômicas. A arte se tornou um instrumento de legitimação das marcas e das empresas do capitalismo. (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p.29)

Em entrevista para o site Vogue, em fevereiro de 2018, a ilustradora indiana Rithika

Merchant comenta a parceria no desenvolvimento de desenhos para serem estampados em peças da coleção de verão da marca Chloé (Figura 3), mencionando a importância da colaboração para ambas as partes e destacando o tempo de imersão e desenvolvimento que teve para executar as ilustrações em aquarela que foram localizadas e reproduzidas digitalmente em vestidos, blusas e acessórios da coleção. Ela salienta a colaboração como forma de associar os valores de um trabalho ao outro, o que também pode representar uma transferência da obra artística original para o vestuário (CHAUDHRI, 2018).

Figura 3: Aplicação de obras de Rithika Merchant em peças da marca Chloé.



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

Tais associações possibilitam um diferencial estético que pode e é utilizado pelas empresas como estratégia de marca. Assim como refletem as mudanças nas tecnologias de produção e na procura por agregar valores que interessem ao consumidor em tempos de tanta oferta. Para ilustrar esse processo, como já citado acima, será apresentado o trabalho do designer Gabriel Azevedo para um projeto da marca de varejo gaúcha, Renner. No referido trabalho, realizado em 2021, é possível perceber alguns dos aspectos que envolvem o uso do artesanal como ferramenta criativa, mas também como um recurso de associação, explorado pela produção industrial, das características do trabalho artístico artesanal por setores como a moda e o design.

3. Estampa de Gabriel Azevedo para Renner

Pode-se considerar no desenvolvimento de desenhos para o mercado de estamparia têxtil, um exemplo do que Lipovetsky e Serroy (2015) definem como capitalismo artista. Segundo os autores, nas práticas comerciais desta fase do capitalismo, a atividade estética deixa de ser reduzida ou periférica e torna-se estrutural, exponencial e essencial para a dinâmica de produção e consumo das mercadorias. Percebe-se que, após um período de valorização dos aspectos técnicos, ocorre uma incorporação sistêmica da dimensão criativa e imaginária aos setores produtivos, marcada pela busca em atribuir valores subjetivos e emocionais que orientem a escolha e o desejo dos consumidores. “São novas estratégias empregadas pelas empresas, que contribuem para constituir um novo modelo econômico em ruptura com o capitalismo da era industrial.” (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p. 41)

Este tipo de estratégia é empregado por diversos setores que buscam atribuir valores simbólicos para enaltecer as características de suas mercadorias. No setor de vestuário e moda, isso ocorre por meio da valorização dos estilistas ou mesmo na colaboração com

artistas e designers, que possuem notoriedade por seus estilos e escolhas estéticas, as quais são incorporadas pelas empresas no desenvolvimento de novos produtos.

Desta forma, “os nomes de artistas se impõem como marcas e instrumentos de marketing promocional de produtos industriais” (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p. 84). Isto pode ser percebido também na estamparia têxtil, onde o trabalho de designers e ilustradores responsáveis por essa etapa do projeto de produto é colocado em um nível de criação similar ao da arte. Em 2021, por exemplo, a marca gaúcha Renner, uma das principais produtoras varejistas do Brasil, lançou a campanha “Somos Arte” que, de acordo com o site da empresa, apresenta looks considerados obras de arte. A coleção, cocriada junto a sete artistas de diferentes cidades do país, dizia valorizar a arte brasileira e a busca por representar a diversidade cultural por trás dos estilos de cada artista. Um convite aos consumidores a vestirem-se e expressarem-se por meio da escolha das suas roupas.

Entre os artistas convidados, está o designer pernambucano Gabriel Azevedo, formado em design gráfico e que, após atuar em comunicação e *branding*, migrou para o desenvolvimento de estampas em marcas importantes do mercado de moda nacional, tendo desenvolvido trabalhos de estamparia e ilustração para empresas como Tok Stok, Granado, Farm e Adriana Barra. No trabalho de Gabriel, é possível identificar uma mistura das referências individuais da sua formação em design gráfico e sua experiência profissional em marcas de moda, assim a estamparia têxtil se estabelece como uma das superfícies exploradas pelo designer e artista. No caso da coleção para a Renner, entre as estampas desenvolvidas por Gabriel Azevedo, existe um exemplo do uso de recursos analógicos na criação dos desenhos utilizados na composição do padrão e que, por isso, foi escolhido para ilustrar este trabalho. A seguir, a estampa criada pelo designer é analisada a partir da técnica artística utilizada, do esquema de cores proposto e das características compositivas das estampas. Esses aspectos foram definidos como critério de análise, pois para a autora Amanda Briggs-Goode (2014), o domínio de práticas artísticas, o uso de cor e o conhecimento técnico sobre padronagem por repetição são habilidades importantes na formação educacional e profissional de designers de estamparia.

Neste processo também são apresentadas fotos e materiais disponibilizados pelo designer como forma de apresentar um pouco mais das características deste projeto de estamparia em relação às práticas criativas percebidas em sua execução.

3.1. Técnica Artística: Desenho Manual

Neste trabalho (Figura 4), o designer faz uso de lápis de cor, pastel seco e aquarela. Segundo Gabriel Azevedo (2021), a escolha por esses materiais não determina resultados virtuosos ou o domínio técnico de nenhum deles, mas sim obtém efeitos e texturas que possam ser combinados e geram um trabalho que se distancie de resultados obtidos por meio de softwares ou próximos daquilo que já é feito em larga escala pelo mercado (informação pessoal).

De acordo com o designer, a busca por efeitos e processos que remetem ao manual é uma forma de trazer a memória de algo vivo feito por uma pessoa. Esta busca pelo registro conceitual de uma imagem pode ser percebida também na ideia de Bruno Munari (1993) sobre a investigação criativa como processo. Para o autor, a reprodução idêntica de um retrato ou paisagem não levam a resultados satisfatórios, “melhor que tudo isso, é empregar pequenos pedaços destes materiais e juntá-los ao acaso, sem procurar realizar obras-primas, aceitando com naturalidade uma experiência mal-sucedida” (MUNARI, 1993, p. 131).

Figura 4: Estampa de Gabriel Azevedo para Renner.



Fonte: <https://www.lojasrenner.com.br/p/camisa-manga-curta-em-viscolinho-com-estampa-cenarios-brasileiros/-/A-599392492-br.lr?sku=599392530>

Desta mesma forma, o designer acredita que quanto mais próxima a estampa fica de um processo desigual, imperfeito, mais esse resultado fica distante de algo feito em um aplicativo, ou programa digital, uma constante do mercado que torna tudo parecido. Sua técnica é uma técnica mista, na qual nunca vai haver uma coisa só acontecendo, mas sim um patchwork de processos, técnicas e efeitos, que podem ser obtidos a partir das características plásticas de cada material.

Para Gabriel Azevedo, o processo de criar uma estampa assemelha-se à revelação de uma fotografia que está em sua mente e, para tanto, faz-se necessário o uso de artifícios disponíveis para encontrar uma textura, um efeito que se aproxime do que ele visualizou antes. Nesse percurso, seu trabalho aproxima-se de uma investigação, em que o contato com os materiais e técnicas são usados como testes e fornecem os resultados necessários para que a fotografia/estampa se revele tal qual o designer imagina. Isso pode ser percebido na variedade de desenhos elaborados por ele durante o processo de criação dos elementos da estampa.

Na Figura 5, podem ser percebidas algumas das etapas produzidas durante a criação dos elementos da estampa. No total são cerca de três desenhos de um mesmo elemento, realizados em diferentes técnicas. Existem testes de contorno dos desenhos feitos no grafite, e depois testes de preenchimento com lápis de cor, aquarela e pastel. Tudo isso gera um material que, a partir da edição digital, resulta em uma mistura de texturas e efeitos que preservam um pouco do caráter gestual que o processo manual permite. Segundo Rüttschilling (2008), o uso do digital é essencial por questões produtivas, mas também é uma ferramenta importante para a edição, uma vez que mesmo que a arte seja realizada de forma manual ou por técnicas convencionais de desenho, há a necessidade posterior de digitalização

para atender aos sistemas digitais de impressão e também para ajustes de coloração e edição necessários.

Para o designer, este conjunto de processos e edições resulta em algo que, ao final do processo não dá para entender do que foi feito, se foi a lápis de cor ou outra técnica, mas sim um produto que traz uma “sujeira”, um efeito desgastado que reflete a sensação de memória e afeto que ele deseja traduzir. A partir desse conjunto de testes e sobreposição de técnicas, o designer acredita transpor para a superfície, as características subjetivas que o conceito do desenho deve passar.

Figura 5: Rascunhos e desenhos para estampa de Gabriel Azevedo



Fonte: Gabriel Azevedo (2021)

A mistura entre manual e digital, presente neste trabalho do designer Gabriel Azevedo, também representa o que Lipovetsky e Serroy (2015) identificam como uma mistura de processos ultramodernos e técnicas vernaculares que permitem produzir designs baseados na interação do global e do local, do moderno e do étnico, do vanguardismo ocidental e das culturas do mundo. Esse hibridismo de técnicas e processos marca um período de coexistência de estilos, com resultados que incorporam as possibilidades criativas ao repertório de designers, o que os permite atuar em um mercado caracterizado pela multiplicidade de ferramentas e estilos. Para o designer de estamparia têxtil, esse hibridismo é uma forma de manter-se alinhado às demandas de um mercado diverso e mutável, onde os profissionais precisam oferecer múltiplas soluções e um repertório variado de estilos e competências. Essa demanda comercial é destacada por Amanda Briggs Goode (2014), que fala da preocupação dos designers por tentar desenvolver características visuais próprias em seus trabalhos, e assim obter resultados, desenvolver ideias de maneira única e fornecer um produto mais relevante no contexto comercial em que atuam.

Sendo assim, o conjunto de técnicas usado por Gabriel Azevedo, surge não somente

como um exemplo desta busca de diferenciar-se em um contexto comercial que valoriza a exclusividade, mas também como uma forma do designer explorar meios diferentes de materializar suas inspirações criativas.

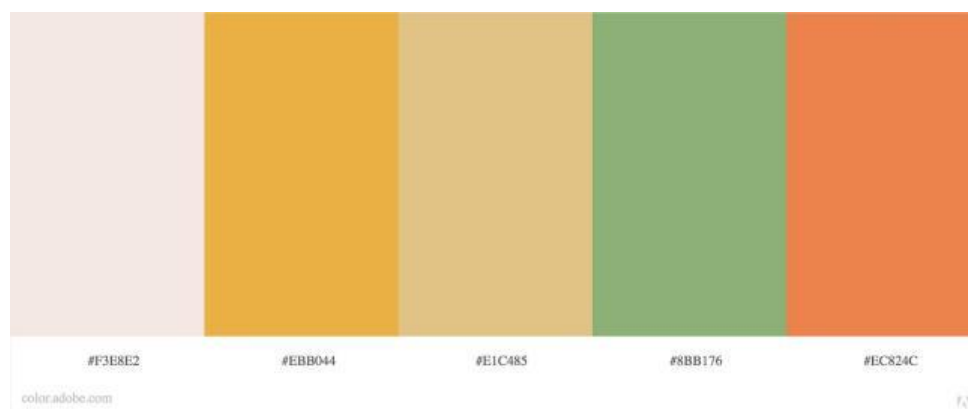
3.2. Cores

Em relação às escolhas cromáticas para este trabalho, o designer destaca a adequação do esquema de cores à demanda comercial do projeto. Segundo ele, a ideia era produzir uma estampa para o período das festas de final de ano, quando há uma procura maior por roupas e estampas em tons claros. A adequação funcional do trabalho criativo é uma das características que diferenciam o trabalho do designer do trabalho artístico (RAWSTHORN, 2018). No caso da estampa para a Renner, uma marca de abrangência nacional, com preços competitivos e um público diverso, é importante que as escolhas criativas, estéticas e inclusive cromáticas, considerem essa diversidade de consumidores. Por conta disso, o designer salientou que as criações para essa coleção, apresentavam muitas escolhas determinadas pela preocupação em criar um produto assertivo e que agradasse o maior número possível de pessoas.

No trabalho de design de superfície, algumas interpretações sobre o mercado devem orientar as escolhas durante o projeto, como é o caso das cores utilizadas na estampa. Como destaca Rùthschilling (2008), ao comentar que além de considerar aspectos técnicos de criação e produção, o designer de estamparia têxtil deve ter em mente as características dos usuários e consumidores, do contexto socioeconômico e cultural ao qual seu trabalho atende.

Para extrair uma cartela de cores presente no desenho, foi utilizado o aplicativo Adobe Color, que realiza uma análise automática e gera um conjunto cromático e seus respectivos códigos presentes em uma imagem (Figura 6). No caso da estampa de Gabriel Azevedo, é perceptível que todo o colorido do desenho tem uma aparência mais dessaturada, por mais que haja matizes diferentes, a harmonia cromática está muito mais na coordenação da intensidade de cada uma delas do que no uso de um esquema de cores específico. São perceptíveis que os tons de verde são mais apagados que os amarelos; beges e champagnes são utilizados na maioria dos elementos, criando um efeito sépia que se aproxima da ideia de memória da qual fala o designer, mas que também é adequado à demanda comercial por uma estampa mais clara em sua percepção geral.

Figura 6: Cartela de cores gerada automaticamente.



Fonte: Elaborado por Davi Sombra Montenegro.

3.3. Composição da Estampa

Os mercados que fazem maior uso do design de superfície, vivem um constante avanço nas tecnologias de criação e impressão de estampas para atender às demandas por maior flexibilidade e reprodutibilidade relacionadas ao consumo atual (RÜTHSCHILLING, 2008). Isto pode ser percebido, especialmente, na utilização dos meios digitais em estamparia têxtil, onde novas tecnologias são utilizadas para criar desenhos, editar imagens digitalizadas, montar o padrão de repetição e imprimir as estampas. Seja no início ou no final do processo criativo, as ferramentas digitais auxiliam o trabalho do designer de estampas em alguma etapa da sua atuação. No caso da impressão digital, a tecnologia possibilita a criação de *rappports* sem a limitação de tamanhos comuns a outros processos, como a estamparia por cilindros ou mesmo a serigrafia, cuja dimensão dos desenhos deve ser executada de acordo com as limitações de maquinário.

Essa nova condição de trabalho permite maior liberdade compositiva aos designers, como por exemplo, se considerarmos a estampa de Gabriel Azevedo para a Renner, trata-se de um desenho de repetição corrida, mas que por ser impresso digitalmente, permite que o designer faça uso de uma quantidade de cores ilimitada e de um *rapport* maior do que o utilizado na estamparia rotativa por cilindros.

Em relação ao posicionamento dos elementos na estampa, o designer destaca a escolha por uma composição com ritmo visual que alterna espaços, sejam mais preenchidos, sejam mais vazios. Essa opção busca criar uma cadência para a visualização do espectador, de maneira a estimular a procura pelos elementos e apreciação de cada conjunto. Os vazios permitem espaços de “respiro” na composição, uma vez que a ideia é de uma estampa para o período de final de ano, no qual as pessoas buscam consumir produtos que remetam ao conceito de paz, tranquilidade e harmonia. Esse equilíbrio visual pode ser percebido na distribuição dos elementos da estampa, que podem ser vistos, ora em conjuntos mais preenchidos, ora com espaços mais vazios ao redor deles (Figura 7).

Figura 7: Distribuição espacial dos elementos.

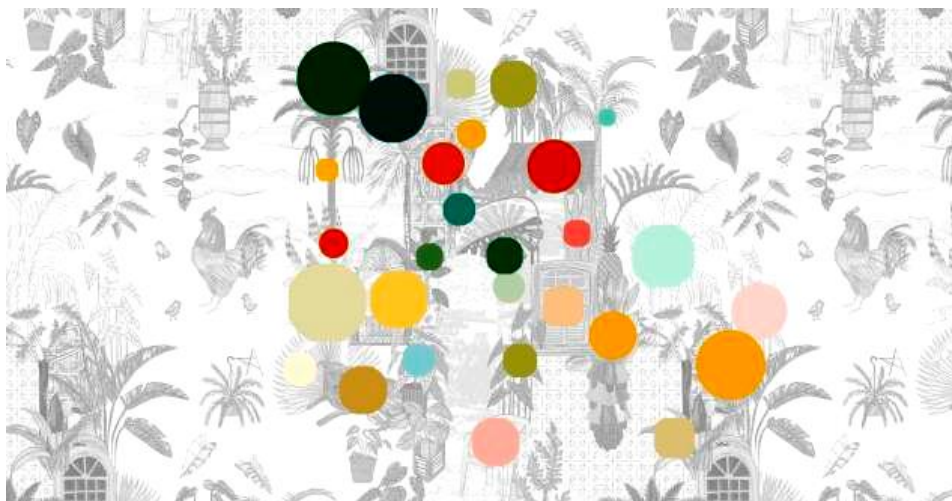


Fonte: Elaborado por Davi Sombra Montenegro.

Para o designer, trata-se de uma maneira das pessoas se surpreenderem com o que podem encontrar em cada pedaço da estampa, como se cada descoberta pudesse causar uma emoção e estimular a relação subjetiva com o desenho. A busca por harmonia também pode ser percebida no esquema de cores dos elementos, onde alguns conjuntos possuem uma

combinação mais monocromática e em outros uma mistura e variação maior de matizes (Figura 8).

Figura 8:Distribuição cromática dos elementos.



Fonte: Elaborado por Davi Sombra Montenegro.

A distribuição por grupos de elementos também é uma forma do designer fazer com que a estampa corrida seja mais adequada ao processo de corte das peças de roupa. Desta forma, ele garante que sempre haja partes do desenho em locais diferentes da composição e que qualquer parte da roupa possua um recorte interessante da estampa impressa, uma vez que, na utilização de estampas corridas, não é possível controlar a localização dos elementos estampados em cada pedaço da roupa. A única limitação produtiva, no caso desta estampa, é a presença de uma orientação vertical em todo o desenho, já que o designer faz uso de elementos que possuem uma relação de sentido gravitacional. Dessa forma, a estampa apresenta palmeiras, animais, janelas e objetos que possuem um referencial de verticalidade que precisa ser respeitado durante a etapa de corte (Figura 9).

Figura 9: Sentido gravitacional da estampa.



Fonte: Elaborado por Davi Sombra Montenegro.

Quanto ao modo de repetição, Gabriel Azevedo prioriza o estilo de *rapport* saltado, no qual a cópia de um elemento é feita horizontalmente e com um deslocamento de 50% em relação ao eixo do elemento repetido, criando distâncias entre eles que dificultem a percepção de uma linha de repetição (Figura 10). Essa técnica e o uso de uma composição que prioriza os vazios e os preenchidos resultam em um *rapport* extenso e que dificulta a percepção da repetição da estampa à primeira vista, uma característica importante e valorizada no trabalho de criação de estampas (LASCHUCK, 2017; RÜTHSCHILLING, 2008; EDWARDS, 2012).

Figura 10: *Rapport* saltado



Fonte: Elaborado por Davi Sombra Montenegro.

4. Considerações Finais

Na busca por conferir sentidos mais profundos e significativos às mercadorias, a estamparia têxtil aproxima-se das características reconhecidas no trabalho artístico, entre elas a exclusividade, a originalidade e o domínio de técnicas artesanais. Assim, a criação artística-artesanal confere à mercadoria um *status* superior que é usado como estratégia mercadológica no contexto do capitalismo estético apontado por alguns autores. Percebe-se, então, a apropriação e comunicação das práticas artesanais na criação de estampas como forma de relacionar a criação industrial à criação artística e assim garantir que o consumidor se identifique com a roupa em um nível que proporcione não só satisfação do ponto de vista funcional, técnico e estético, mas também nas relações de valorização artística, criativa e emocional pretendidas.

O conhecimento e o uso das possibilidades criativas e produtivas disponíveis, é um recurso valioso também para a criação de repertório e para os resultados plásticos obtidos pelos designers e artistas que atuam neste setor. Para atender às demandas de um mercado dinâmico e multidisciplinar, eles demonstram habilidade na aplicação de técnicas artísticas variadas, domínio das questões técnicas que envolvem o projeto em estamparia e sensibilidade para interpretar as informações emergentes nos mercados em que atuam. A

exigência por inovação e sucesso comercial faz com que os designers busquem criar desenhos que garantam a identificação com o produto e também surpreendam o consumidor desejoso por ter suas expectativas atendidas.

Esse fenômeno pode ser observado na prática profissional de designers em atuação na área, como no caso da estampa desenvolvida pelo designer pernambucano Gabriel Azevedo para a marca gaúcha Renner. Neste exemplo, a ideia de associar arte ao trabalho de estamparia das roupas foi explorada no projeto como um todo e também na prática criativa utilizada para concepção dos desenhos.

A partir destas considerações e do material organizado neste trabalho, buscou-se contribuir para o registro das práticas criativas no design de superfície, com foco em estamparia têxtil, de forma a estimular a consulta, a produção e a reflexão sobre esta atividade e suas relações com o design, as artes visuais e a moda. Privilegiou-se também a relação entre a teoria e a prática nas investigações a respeito do tema, que não só representa uma atividade importante do ponto de vista econômico, mas também um fenômeno indicativo das transformações técnicas, estéticas e sociais de nossa época.

Referências

- AZEVEDO, G. **Rascunhos e desenhos para estampa de Gabriel Azevedo**. 2021.
- BRIGGS-GOOD, A. **Design de estamparia têxtil**. Porto Alegre: Bookman, 2014.
- CARDOSO, R. **Uma introdução a história do design**. São Paulo: Blucher, 2008.
- CHAUDHRI, S. Meet Rithika Merchant, the Indian artist behind Chloé's folklore-inspired collection. **Vogue França**, Paris, 2018. Disponível em: <<https://www.vogue.fr/fashion/fashion-inspiration/story/meet-rithika-merchant-the-indian-artist-behind-chloes-folklore-inspired-collection/1030>>. Acesso em: mar. 2020.
- CRANE, D. **A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade das roupas**. São Paulo: SENAC São Paulo, 2006.
- EDWARDS, C. **Como compreender design têxtil: guia para entender estampas e padronagens**. São Paulo: SENAC São Paulo, 2012.
- FORTY, A. **Objetos de desejo: design e sociedade desde 1750**. São Paulo: Cosac Naify, 2007.
- LASCHUK, T. Workflow para o desenvolvimento de projetos de design de superfície com foco em estamparia têxtil para a área da moda. 2017. 289 f. **Tese** (Doutorado em Design) – Escola de Engenharia, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2017.
- LIMA, C. **Celso Lima Estamparia**. São Paulo: UOL, 2007. Disponível em: <http://celsolima.zip.net/arch2007-09-02_2007-09-08.html>. Acesso em: ago. 2020.
- LIPOVETSKY, G.; SERROY, J. **A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista**. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

MERCHANT, R. **Aplicação de obras de Rithika Merchant em peças da marca Choé**. 2018. Disponível em: <<http://www.rithikamerchant.com/chloe-x-rithika-merchant.html#lg=1&slide=7>>. Acesso em: mar. 2020.

MORAES, D. **Metaprojeto: o design do design**. São Paulo: Blucher, 2010.

MUNARI, B. **A arte como ofício**. Lisboa: Editorial Presença, 1993.

NEWS MODA. **Localização da estampa nas peças de roupa**. 2020. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/CFy-IBVFatA/>>. Acesso em: dez. 2021.

RAWSTHORN, A. **Design as an attitude**. Geneva: Jpr ringier, 2018.

RENNER. **Estampa de Gabriel Azevedo para Renner**. [s.d]. Disponível em:<<https://www.lojasrenner.com.br/p/camisa-manga-curta-em-viscolinho-com-estampas-cenarios-brasileiros/-/A-599392492-br.lr?sku=599392530>>. Acesso em: nov. 2021.

RUBIM, R. **Desenhando a Superfície**. São Paulo: Editora Rosari, 2010.

RÜTHSCHILLING, E. A. **Design de superfície**. Porto Alegre: Ed. da UFRGS, 2008.

UJIIE, H. **Digital printing of textile**. Sawston: Woodhead Publishing, 2006.

VOGUE BRASIL. **Campanha da coleção “Tarsila”, da marca Osklen, em 2017**. São Paulo, 2017. Disponível em: < <https://vogue.globo.com/moda/moda-news/noticia/2019/04/colecao-tarsila-da-osklen-sera-vendida-novamente-no-masp.html>>. Acesso em: jun. 2021.