

UNIVERSIDADE ANHEMBI MORUMBI

GERALDO COELHO LIMA JÚNIOR

**CONEXÕES TÁTEIS: SENSORIALIDADE NO DESIGN DE MODA NO SEGMENTO
DO VESTUÁRIO MASCULINO**

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

MESTRADO EM DESIGN

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO STRICTO SENSU

São Paulo, abril/2008

Livros Grátis

<http://www.livrosgratis.com.br>

Milhares de livros grátis para download.

GERALDO COELHO LIMA JÚNIOR

**CONEXÕES TÁTEIS: SENSORIALIDADE NO DESIGN DE MODA NO SEGMENTO
DO VESTUÁRIO MASCULINO**

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação
Stricto Sensu em Design – Mestrado, da Universidade
Anhembi Morumbi, como requisito parcial para obtenção
do título de Mestre em Design

Orientador: Prof. Dr. Jofre Silva

São Paulo, abril/2008

UNIVERSIDADE ANHEMBI MORUMBI

GERALDO COELHO LIMA JÚNIOR

**CONEXÕES TÁTEIS: SENSORIALIDADE NO DESIGN DE MODA NO SEGMENTO
DO VESTUÁRIO MASCULINO**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação
Stricto Sensu em Design – Mestrado, da Universidade
Anhembi Morumbi, como requisito parcial para obtenção
do título de Mestre em Design.

Aprovada pela seguinte Banca Examinadora:

Prof. Dr. Jofre Silva

Orientador

Mestrado em Design Anhembi Morumbi

Profa. Dra. Denise Portinari

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro

Profa. Dra. Kathia Castilho

Universidade Anhembi Morumbi

Todos os direitos reservados. É proibida a reprodução total ou parcial
do trabalho sem autorização da Universidade, do autor e do orientador.

São Paulo, abril/2008

GERALDO COELHO LIMA JÚNIOR

Designer de Moda graduado em Desenho Industrial pela Universidade do Estado de Minas Gerais – UEMG; possui curso de Especialização Lato Sensu em Moda e Comunicação em Arte e Cultura pela Universidade Anhembi Morumbi. Atua principalmente nos seguintes temas: design, cultura, percepção e moda.

Ficha Catalográfica

L698c Lima Júnior, Geraldo Coelho
Conexões táteis: sensorialidade no design de moda no segmento do vestuário masculino / Geraldo Coelho Lima Júnior. – 2008.
00f.: il.; 30 cm.

Orientador: Jofre Silva.
Dissertação (Mestrado em Design) - Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, 2008.
Bibliografia: f.114-116.

1. Design de moda. 2. Percepção tátil. 3. Vestuário.
4. Tato. I. Título.

CDD 741.6

Aos meus pais, Geraldo e Cecilia.
Não posso mais tocá-los,
mas posso sempre senti-los junto a mim.

AGRADECIMENTOS

Esta página é um espaço muito pequeno para agradecer a tantas pessoas. Cada uma chegou para ficar de alguma maneira e contagiou minha vida com alegria, idéias, imaginação, reflexões, disciplina, amor, carinho, força, preocupações, paz, sorrisos, abraços, beijos, afeto, tristeza, conhecimento.

Para alguns eu tive que dizer adeus em tão pouco tempo como para você Gustavo. Para outros sei que poderei dizer um até breve, pois provavelmente nos reencontraremos pelo caminho como vocês, Ana e Ravi.

Neste “até breve” também estão vocês, meus professores Mônica, Ana Mae, Kathia, Rosane, Mauro, Cláudia, Vânia, Gisella e Wilton, todos igualmente importantes.

Nestes dois anos, em alguns momentos senti-me perdido, com as idéias embaralhadas, cheio de dúvidas sobre a condução deste estudo, e agora, enquanto escrevo este agradecimento passo a limpo na memória todas as vezes em que você Jofre trouxe clareza, discernimento, estímulo para que eu pudesse seguir em frente.

E se posso escrever agora esta página é porque você João, meu companheiro, amigo, sócio, não me deixou parar no meio desse caminho, não permitiu que eu desistisse.

“Tem gente que veio pra ficar (...) tem gente a sorrir e a chorar”, diz a letra de uma música. Assim é você Elô, amiga parceira de conversas, de reflexões e de gargalhadas indispensáveis, como também você José Neto, que aprendi a conhecer de pouquinho, um caramujo saindo da concha. E não posso deixar de dizer de sua participação e importância Luis Otávio, amigo que um dia, inesperadamente, veio e, que bom, ficou.

Muitos rostos passam pela minha frente e citar seus nomes é trazê-los mais perto agora. Miriam, Léo, Emilio, Douglas, Sator, Leandro, Guilherme, Iracema, Marta, Aline, Priscila, Venisa, Dorina, Lia, Ivani, Igor, Aguiberto, Áurea, Cristiano, Pedro, Eduardo, Juliano, vocês estiveram por perto e mesmo sem saber, ajudaram na confecção de texto e texturas.

Lyzia, Reynaldo, Leda, Laís, Lea e Lucila. Um dia eu cheguei ao meio de vocês, e com muito prazer eu vou ficando junto a vocês meus queridos irmãos.

A todos vocês e também àqueles que não podem ver as cores, mas que podem senti-las no ar, e Àquele que um dia permitiu que vivêssemos a experiência da vida, eu desejo dizer: muito obrigado!

RESUMO

Esta pesquisa se propõe a estudar as relações entre a pele e a roupa a partir do desenvolvimento de coleções de design de moda no segmento do vestuário. Ao abordar as etapas do processo projetual pretende-se investigar os momentos em que a percepção tátil pode representar a coadjuvação como fator auxiliar na elaboração de um produto de moda, ou seja, a peça de roupa. Faz-se objeto deste estudo a observação das etapas do projeto, desde a escolha das matérias-primas que compõem a cartela de tecidos até a finalização da coleção. As relações de contato entre tecido e pele ou ainda entre roupa e corpo são examinadas como componentes na elaboração de um projeto. Sensibilidade e percepção são características humanas, mas únicas para cada sujeito. Investigar esta interação entre o produto do design de moda e os sentidos, com enfoque sobre o sentido do tato, é o objetivo desta pesquisa.

Palavras chave: design, moda, tato, sentidos, percepção, cultura.

ABSTRACT

The intention of an approach on the project process stages is to investigate the moments of the tactile perception as a coadjuvant on the fashion product development. The observation of the project stages, from the choice of fabrics up to the collection conclusion is present in this study. The contact relations between the fabrics and the skin, or yet the clothes and body are examined as components in the project elaboration. Sensibility and perception are human characteristics, but unique for each person. To investigate the interaction between the fashion design product and the senses, with a special attention to the tactile sense, is important to this research.

Key words: design, fashion, tact, senses, perception, culture.

SUMÁRIO

Introdução	13
1. Design de moda: sensorialidade e outros diálogos	17
1.1 A pele do corpo: sensibilidade	19
1.2 A pele da pele	30
1.3 Identificação do personagem	38
1.3.1 Características complementares	42
2. A segunda pele	49
2.1 Processos: da indústria química ao vestuário	49
2.2 Coleção: processo de desenvolvimento	51
2.3 O tato pelo têxtil	60
2.4 O passo a passo da coleção: etapas do projeto	64
2.5 Primeiros passos	67
3. Design de moda: projetos experimentais	74
3.1 Projetando pelo tato: “Olhar, Olhares”, o ponto de partida.	74
3.1.1 Entre o toque e o olhar: a coleção	76
3.2 Projetos de transição	78
3.2.1 Interferências urbanas	83
3.2.2 “A festa”: as sensações no desenvolvimento do projeto	87
3.3 Projetando pelo têxtil: Religare: uma modelagem, muitos tecidos.	91
3.4 Projeto Identidades: conexões	95
4. Considerações finais	104
5. Referências	113

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: Imagens com detalhes de estampas da coleção “Caleidoscópio”.	26
Figura 2: Imagem de jaqueta da coleção “Olhar, Olhares” com o uso de direito e avesso.	57
Figura 3: Imagens de detalhes de estampas da coleção “Religare”	57
Figura 4: Imagens com amostras de variantes de cor da estampa “pele” da coleção “Identidades”.	58
Figura 5: Imagens com amostras de tecidos. A) Sarja. Para esta amostra foi usado jeans com lavagem stone washed; B) Tricoline maquineta com listas em relevo; C) Meia malha tingida e com efeito de envelhecimento.	59
Figura 6: Imagens da coleção “Olhar, Olhares”, outono-inverno 2003. A) sobreposição de malhas na manga; B) Estampa de listas em relevo; C) o avesso da peça é usado como direito.	78
Figuras 7a; 7b: Imagens de desfile da coleção “Safári urbano”, realizado em Fortaleza, durante o Dragão Fashion, Outubro de 2003.	79
Figura 8: Imagens de desfile da coleção “Tramas”, realizado em Fortaleza, durante o Dragão Fashion, abril de 2005. A) Jaqueta em tear manual e camiseta com estampa <i>ikat</i> ; B) Colete em tear manual; C e D) O avesso do tecido é usado como lado direito no casaco [C] e na calça [D].	80
Figura 9: Flyers. Fonte: PARKES.	84
Figura 10a; 10b; 10c: Imagens da coleção “(des)Construindo H”.	85
Figura 11: Imagens da coleção “Graffiti”. A) Estampa escarificações em relevo; B) Camisa com estampa grafitada; C) Calça com estampa grafitada; D) Bermuda com estampa jornal.	87
Figura 12: Imagens da coleção “A festa”. Camuflado no blazer [A], grade na camiseta [B], listas costuradas na camiseta [C] e calça xadrez com blazer em tricoline [D].	89
Figura 13: Imagens da coleção “Religare”. A) Blazer com capuz; B) Camiseta com capuz estilo <i>burka</i> , e calça estilo saruel; C) Detalhe de estampa bordada.	94
Figura 14: Imagem da coleção “Identidades”.	99
Figura 15: Imagens da coleção “Identidades”. As fotos representam variantes possíveis para a elaboração de looks diferentes a partir	

de uma mesma peça. A) Variantes para bermuda. B) Variantes para blazer. Fonte: Uranio. Identidades. 2007	101
Figura 16: Imagem da coleção “Identidades”	102
Figuras 17: Imagens extraídas dos arquivos da seção Vitrine do site www.uraniourn.com.br . Nela o usuário faz suas escolhas a partir de um menu de peças de roupa, e monta seu look, optando também por uma tonalidade de pele. Nesta montagem, a camiseta com estampa de código de barras é opção comum para cinco diferentes usuários.	109
Figura 18 Imagens extraídas dos arquivos da seção Vitrine do site www.uraniourn.com.br . Nela o usuário faz suas escolhas a partir de um menu de peças de roupa, e monta seu look, optando também por uma tonalidade de pele. Nesta montagem, a camiseta listrada com estampa digital é opção comum para cinco diferentes usuários.	110
Figura 19: Imagens extraídas dos arquivos da seção Vitrine do site www.uraniourn.com.br . Nela o usuário faz suas escolhas a partir de um menu de peças de roupa, e monta seu look, optando também por uma tonalidade de pele. Nesta montagem, a camiseta pólo com estampa de mãos é opção comum para cinco diferentes usuários.	111
Figura 20: Imagens extraídas dos arquivos da seção Vitrine do site www.uraniourn.com.br . Nela o usuário faz suas escolhas a partir de um menu de peças de roupa, e monta seu look, optando também por uma tonalidade de pele. Nesta montagem, o paletó de sarja preto é opção comum para cinco diferentes usuários.	112

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 : Representação do desenvolvimento de coleção para o segmento do vestuário masculino	29
Gráfico 2: Campos de estudo para representação do personagem no desenvolvimento de coleções	36
Gráfico 3: Representação das relações entre as características dos tecidos e o usuário	52
Gráfico 4: Representação do desenvolvimento de coleção no segmento do vestuário	61
Gráfico 5: Representação do processo de desenvolvimento de tecidos	63
Gráfico 6: Representação das etapas do processo projetual no segmento do vestuário	66
Gráfico 7: Posicionamento do personagem em relação às etapas do processo de desenvolvimento da coleção	103

Introdução

O processo de desenvolvimento de uma coleção habitualmente parte de um tema. Não foi diferente quando iniciei o projeto daquela que viria a ser a coleção “Olhar, Olhares”. Porém, a necessidade de maior embasamento no tocante à escolha feita levou-me a investigar mais atentamente o comportamento dos deficientes visuais em relação à moda e ao vestuário.

Para eles, lidar com a roupa é disponibilizar outros sentidos para reconhecê-la em detrimento da falta do sentido da visão. O tato, em especial, funciona como reconhecedor da textura dos tecidos, das costuras, dos recortes e dos aviamentos. O olfato ajuda-os a identificar processos de beneficiamento como o de lavanderia. Baseado nestas informações, os novos projetos passaram a ser desenvolvidos a partir das relações táteis entre a roupa e o corpo.

Com este propósito, a seleção dos tecidos passou a ter maior importância. Não só esta coleção, mas todas as subseqüentes passaram a ter seu desenvolvimento atrelado a estudos que possibilitassem identificar as relações táteis entre corpo e roupa, tendo em vista as etapas do processo projetual.

As experiências vivenciadas pelo autor desta pesquisa como designer de moda, responsável pelo desenvolvimento das coleções aqui apresentadas, permite afirmar que é possível no início de um projeto contemplar os beneficiamentos que incidirão sobre as peças da coleção.

Segundo Saltzman (2004), a seleção de tecidos põe em jogo conceitos estéticos, funcionais e tecnológicos que, entre outros pontos, referem-se às relações entre corpo-usuário e a qualidade das matérias-primas que o afetam sensivelmente, pois, como afirma Montagu (1988), está claro que a nossa interação com as coisas é feita por meio do tato que difere dos outros sentidos porque sempre envolve a presença imediata do corpo que tocamos, e que com relação a este estudo refere-se ao vestuário.

De acordo com Serres (2001), a pele forma o suporte dos sentidos e cada um proveniente dela a exprime à maneira e qualidade próprias. Ela interage com os tecidos que a cobrem, trabalhados como peças de roupa em um projeto. Como ressalta Chataignier (2006), eles são catalisadores de sensações que passam pelos sentidos humanos e tal pode ser conferido nas meadas que tecem sua história.

Cada corpo tem sua memória na pele, que reconhece as qualidades dos toques que estabelece com a roupa, assim como os tecidos têm suas características, que variam em função das fibras usadas ou de suas construções.

Neste estudo, três momentos se incumbem de apresentar as etapas de um processo projetual a partir das relações sensoriais entre pele/corpo e tecidos/roupa e tendo o tato como seu sentido mediador.

O primeiro deles, o capítulo 1, direciona sua atenção para o design de moda com vias a esquadrihar os elementos capazes de orientar um projeto de coleção, e mais especificamente as suas etapas iniciais. Nelas, é possível identificar as características relativas à sensorialidade tátil presentes no projeto como elementos para o seu desenvolvimento, a partir das informações que cada matéria-prima, ou ainda um acabamento ou beneficiamento, pode fornecer para a construção de uma peça de roupa. Cada tecido ou aviamento usados têm suas importâncias na elaboração das peças da coleção, e por este motivo é necessário pensar nas relações de toque e contato da roupa sobre a pele, sobre o corpo do usuário.

Este, o usuário, é representado pela figura de personagens sugeridos a cada coleção, que têm sua memória gravada e, para além das sensações que poderá sentir no contato com os materiais propostos nos projetos, representa suas referências socioculturais. Estas são transferidas do usuário para o personagem e, por meio da roupa, é possível observá-lo na sociedade, pois segundo Barnard (2003) nos diz, a moda serve para comunicar a afiliação de um grupo social.

Outros parâmetros, porém, devem ser adotados para a composição do personagem. Como afirma Solomon (2002), mais do que as indicações de gênero, classe social e idade, a estrutura familiar, a etnicidade, o estilo de vida, a geografia devem ser considerados entre os fatores de importância para o reconhecimento do usuário. Estabelecer sintonia com todas as informações a seu respeito orienta o processo de seleção de tecidos e aviamentos e, por conseguinte, a determinação da silhueta a ser desenhada, os acabamentos e beneficiamentos desejados, que se relacionam diretamente com a modelagem da peça de roupa, como contempla o pensamento de Souza (2006), e também com a maneira de perceber a roupa sobre o corpo.

O segundo momento do estudo, capítulo 2, é responsável por investigar as etapas do projeto, e em consonância com este assunto, como são selecionados os tecidos e demais matérias-primas que, ao lado dos processos de estamparia, lavanderia ou tinturaria, podem interferir na recepção das qualidades táteis percebidas pelo usuário. É possível fazer as escolhas necessárias para a adequação do tecido à proposta de cada coleção, a partir do entendimento das questões sobre o tipo de sensação ou emoção que se pretende levar para o corpo do usuário.

Além da literatura disponível, para melhor compreensão das etapas que antecedem o processo de desenvolvimento relativo à confecção de uma coleção, foram realizadas entrevistas semi-estruturadas com Fabiana Mendes e Monika Debas, profissionais brasileiras responsáveis pelas áreas de criação e pesquisa de novos produtos da indústria química e de tecelagem, respectivamente.

Conciliar e adequar as relações de contato entre o corpo do usuário e a roupa é o objetivo das coleções desenvolvidas pelo autor, que contemplam em suas diferentes abordagens, a possibilidade de inserir as investigações concernentes à sensorialidade como um procedimento adotado como parte da metodologia de desenvolvimento de coleções. Como um resultado da aplicação dos estudos aqui apresentados, as coleções são trazidas ao seu terceiro

momento. Elas encontram-se em ordem cronológica que perfaz o período entre 2003 e 2007.

A primeira delas, “Olhar, Olhares”, orienta e determina o início de um processo que envolve, até hoje, dez coleções que se alternam nas estações de outono-inverno e primavera-verão. Este relato visa registrar a continuidade de um trabalho que amplia seu campo de observação das questões relativas à sensorialidade, com base no segmento do vestuário masculino, não se restringindo aos deficientes visuais. Nele estão compreendidas as fases de cada investigação que, ao mesmo tempo em que têm objetivos específicos, interferem na metodologia projetual, sem prejuízo das coleções.

O tato como referencial principal não impede que em alguns casos o sentido da visão assuma inicialmente a frente do projeto, ao buscar em imagens diversas captadas nos espaços urbanos características táteis que conduzam fases e processos. A roupa, elemento de contato entre corpo e ambiente, em é usada como espaço em que se reproduzem a iconografia pertencente à paisagem da cidade, em determinadas coleções.

Além de alternância de sentidos como mediadores das etapas iniciais de alguns projetos, destaca-se também que, ao mesmo tempo em que a seleção de tecidos é monitorada pelo sentido do tato, este pode ser indicador de sensações que antecipem e coordenem o mesmo processo. Dessa maneira, foram feitas as propostas para as últimas coleções aqui tratadas, como se poderá observar. Elas se referem a diferentes estações, outono-inverno e primavera-verão para o ano de 2007/2008, cujo ponto de partida, em ambos os casos, encontra-se no estabelecimento de sensações que os tecidos e demais matérias-primas e beneficiamentos podem estabelecer com o corpo do usuário.

Cada fase tem características próprias que condicionam os formatos dos projetos, porém mantém a sensorialidade tátil como foco principal para o desenvolvimento dos processos projetuais em design de moda.

1. Design de moda: sensorialidade e outros diálogos

O ser humano pode prescindir da visão, da audição, pode perder a voz e não conseguir mais falar, mas não pode perder a capacidade de tocar e ser tocado. Sua pele, ao mesmo tempo em que é uma embalagem protetora do corpo, é responsável por perceber um número ilimitado de sensações e emoções necessárias para a existência humana.

Pesquisas existentes sobre o sentido do tato assumem características interdisciplinares, e dentre os autores que se dedicam ou se dedicaram a estes estudos podem ser citados, Ashley Montagu (1988) e Michel Serres (2001; 2004). Mas poucos são os estudos realizados para o entendimento dessas relações que não estejam ligados com áreas como psicologia, antropologia e filosofia. Entretanto, essa preocupação está presente também no que diz respeito ao design de moda, como na citação a seguir, em que a autora não apenas ressalta a importância do tato, mas igualmente de todos os sentidos no que concerne às relações do tecido com o corpo:

Dado que o tecido funciona como uma maneira de extensão da epiderme, de pele sobreposta à pele, é mais que relevante prever as sensações táteis, o aspecto visual, as impressões sonoras e as qualidades olfativas que o material suscita mediante sua textura, densidade, temperatura, secura ou umidade, e demais fatores (SALTZMAN, 2004, p. 44).

Esta pesquisa propõe estudar as relações entre pele, tato e moda, em investigação sobre as conexões entre o corpo e a roupa, e elege o design de moda como ponto de partida.

O desenvolvimento de um projeto de coleção pode ter seu início marcado por configurações distintas. Dentre elas proponho pensar a tatilidade de tecidos e matérias-primas como uma de suas possibilidades.

É possível estudar as etapas de um processo projetual tendo em vista as questões relativas à sensorialidade como um dos objetos de pesquisa para este desenvolvimento. Esta observação fundamenta-se nas investigações

realizadas a partir das propostas para a coleção “Olhar, Olhares”. Nela, o projeto foi elaborado em consequência das informações resultantes de entrevistas semi-estruturadas e realizadas com pessoas portadoras de deficiência visual, entre os anos de 2002 e 2003.

Dessa pesquisa origina-se a monografia “Sentidos paralelos: percepção e sensorialidade na moda” (2005), em que apresento os resultados obtidos. Desde aquela investigação já se anunciavam as primeiras possibilidades de desenvolvimento de coleção tendo o sentido do tato como fator importante, pois havia toda uma preocupação em criar modelos que falassem tanto visualmente quanto tatilmente. Eles foram pensados a partir do toque, da possibilidade de chamar atenção para o tato, mas que também, atendessem esteticamente ao público vidente.

O estudo citado que nasce como tema de uma coleção suscitou a necessidade de maior aprofundamento que identificasse as relações dos deficientes visuais com a roupa.

A impossibilidade de ver o desenho de uma peça implica no uso do tato e também de outros sentidos como o olfato ou a audição, como possibilitadores de reconhecimento de formas, de volumes ou de texturas capazes de descrever todos os detalhes da composição de um modelo.

Dessa maneira, a coleção foi criada e desenvolvida com foco em um personagem, o deficiente visual, o possível novo usuário também chamado de “não vidente”, mas também naquele que já acompanhava os trabalhos anteriores, por sua vez, o “vidente”.

A partir dessa constatação surge a necessidade de pensar a peça de roupa dentro do projeto com outra concepção. Em virtude de informações colhidas junto aos entrevistados do estudo anterior novas questões passaram a ter maior destaque como, por exemplo, o fato de haver uma dificuldade de identificação dos lados de dentro e de fora de uma roupa por parte de muitos deficientes visuais.

Assim, se o tato funciona como sentido investigador para o não vidente, então uma maior atenção foi necessária não apenas à aparência externa das peças, mas também ao seu avesso. O lado interno de cada um dos modelos mereceu maior cuidado e atenção, desde a modelagem. Direito e avesso de cada peça era pesquisado, virando-a, revirando-a, como podemos fazer com uma luva, e propiciar dessa forma, possibilidades idênticas para um lado (o direito), ou para o outro (o avesso).

O tato foi o grande agenciador da coleção “Olhar, Olhares”, possibilitando a opção por mudanças aos não videntes. Aos clientes videntes, além do fator tátil, a mudança passaria, pela visão dos dois lados de um mesmo modelo.

Investigar o comportamento dos deficientes visuais a partir do contato que estes estabelecem com objetos e principalmente com as roupas foi capaz de gerar um novo tipo de abordagem no que concerne ao desenvolvimento de uma coleção.

O que proponho refletir diz respeito não apenas à resposta dada pelo tato no reconhecimento de um produto finalizado. Igualmente, é possível elaborar as etapas do processo projetual tendo em vista as informações que cada matéria-prima, ou ainda um acabamento ou beneficiamento, pode fornecer para a construção de uma peça de roupa. Anterior a tudo isso, pode-se delinear um processo com propostas de sensações táteis, ou até mesmo referentes a outros sentidos que se deseja pesquisar e espera-se, possivelmente, alcançar.

Atualmente, porém, é possível dizer que outros fatores podem complementar uma pesquisa para o desenvolvimento de uma coleção, e no presente estudo eu me deterei por investigá-las a partir do segmento do vestuário masculino.

1.1 A pele do corpo: sensibilidade

A moda apresenta-se aos nossos olhos. Todas as informações que obtemos sobre lançamentos, seja por meio de jornais, revistas, TV, internet, são

recebidas por meio da visão. Selecionamos o que gostamos através deste sentido, mas não precisa ser exclusivamente dessa maneira.

Em seu aspecto social, a visão é o censor dos sentidos. Evidentemente, é o cérebro que efetua a censura propriamente dita, mas a visão é o meio pelo qual aquilo que é visto é transmitido ao cérebro, onde então é julgada a informação. No entanto, isto é o que acontece também com o que é tocado, apenas com uma diferença: o tato não tem qualidades reprobatórias. O tato é aberto e livre. Por assim dizer, a visão funciona como árbitro do comportamento, como inibidor dos estímulos que chegam até seu âmbito de alcance; o tato é isento de censura, reprovações ou inibições (MONTAGU, 1988, p. 259).

Assim, por meio de uma leitura visual de uma peça de roupa, é possível perceber suas qualidades táteis e, ao identificá-las, conceder-lhes características reconhecíveis pelo tato como liso ou áspero, leve ou pesado, entre tantas outras. É possível igualmente tocá-la e dessa maneira iniciar um processo de seleção por meio do contato com a matéria-prima.

Mais referências podem estar presentes através de sensações ou emoções percebidas ao se visualizar uma peça de roupa. “Emoção, sensação, afeto e toque são dificilmente discerníveis entre si. Emoções, mesmo quando não induzidas pelo tato, freqüentemente têm uma qualidade tátil” (*ibid*, p. 276).

A visão como a audição, porém, por se tratarem de sentidos de distância são incapazes de perceber acuradamente aspectos relevantes aos sentidos de proximidade como o tato ou o paladar como, por exemplo, as diferenças entre o quente e o frio.

Uma alusão a estas sensações pode ser feita nestes casos quando se descreve, por exemplo, um texto ou uma melodia como quente ou calorosa, mas não se percebe fisicamente o calor. De acordo com MERLEAU-PONTY (1991, p. 177, *apud* DIDI-HUBERMANN, 1988, p. 31), “precisamos nos habituar a pensar que todo visível é talhado no tangível”.

No tocante a uma peça de roupa é comum também que ela seja descrita como leve ou fresca, mas nem sempre a visão pode identificar com pertinência esta característica. Em certos casos, a sensação de frescor pode se perder quando o tecido da roupa entra em contato com a pele, apesar de sua aparência mostrar o contrário.

Quando se fala em moda normalmente isso acontece sobre o que é visto, sobre a aparência, sobre uma construção formal, sobre volumes. Porém, ao se pensar na criação como um processo é necessário pensar em seu desenvolvimento, nas etapas de construção dessas formas e volumes.

A partir desta colocação é imprescindível relacionar a importância das matérias-primas em cada momento de elaboração das peças que conformarão a coleção. Cumpre pensar no contato do corpo com a roupa, ou o toque do tecido com a pele.

Se “a pele, tecido comum com suas concentrações singulares, desenvolve a sensibilidade” (SERRES, 2001, p. 47), por meio dela estabelecemos contato não apenas com a roupa ou diferentes objetos, mas com todos os ambientes em que cada indivíduo é capaz de conviver através do sentido do tato. “O tato nos ensina que vivemos em um mundo tridimensional” (SALTZMAN, 2004, p.22).

A pele se modifica com as transformações do corpo, aumenta seu volume com o crescimento de cada pessoa e assume registros particulares e individuais que fazem com que as percepções se distingam. Como nos lembra MONTAGU (1988, p. 278):

a sensibilidade da pele pode ser consideravelmente prejudicada pela ausência de uma estimulação tátil necessária ao seu desenvolvimento correto. Neste sentido, influências tais como as da família, da classe social, da cultura, desempenham um papel fundamental.

Com o passar do tempo cada corpo adquire suas especificidades e estas podem trazer relações com o tipo de vida e o ambiente de cada um. “Qualquer sociedade complexa consistirá, por definição, de uma certa quantidade de grupos diferentes” (BARNARD, 2003, p. 67), e o estilo de vida de cada grupo, com sua cultura, seu ritmo de vida, suas experiências pessoais ou profissionais pode deixar marcas individuais.

“Esse ritmo de vida que isola nossos corpos de outros corpos, faz com que o tato – que é o sentido que primeiro desenvolvemos -, o contato, a expressão e a impressão da corporeidade se percam e se distanciem de nosso cotidiano” (PIRES, 2005, p. 88). É perceptível, para cada indivíduo, a sensação que pode provocar uma superfície áspera, ou quente, mas, nenhum ser humano se detém a todo instante para identificar a característica tátil de um objeto ou mesmo de um ambiente.

As maneiras de reconhecer, ou melhor, de identificar essas características podem também serem variáveis de um corpo para o outro. As sensações provocadas por um objeto ou matéria-prima sobre a pele podem ter respostas distintas de acordo com a sensibilidade de cada um. É possível dizer que talvez aqui residam as diferenças de percepção entre distintos indivíduos nos contatos com os tecidos e as roupas sobre o corpo. A identificação do toque pode levar em conta relações de ordem emocional.

“De fato, sinônimos comuns para ‘tato’, ou toque são ‘sensação’ e ‘contato’”, comenta MONTAGU (1988, p.276). Ao se pensar, no início de um projeto, nas qualidades táteis presentes nos tecidos usados numa coleção, o designer pode estar atento às sensações provocadas por eles.

Mesmo durante o processo de desenvolvimento de uma coleção, podem ocorrer mudanças em função de situações externas e, em alguns casos, movidas por um apelo emocional. Estes sentimentos podem vir a interferir na escolha de tecidos e da cartela de cores estabelecidos pelo designer.

Ao cobrir um corpo com um tecido, couro, ou ainda qualquer outra matéria-prima, é possível promover diferentes percepções de toque a partir de variadas texturas provenientes de cada um desses materiais.

A roupa e o tecido de que é feita exercem, além de sua função protetora, um papel como interface entre o corpo e o ambiente. “A pele é uma variedade de contingência: nela, por ela, com ela tocam-se o mundo e o meu corpo, o que sente e o que é sentido, ela define sua borda comum” (SERRES, 2001, p. 77).

O corpo coberto, vestido, embalado é portador das sensações geradas pelo contato com a superfície interna da roupa. Dessa maneira, não apenas o toque do lado direito da matéria-prima é importante como também é preciso estar atento ao seu avesso. Esta é a face do tecido que verdadeiramente entra em relação com o corpo do usuário. Por meio dela se estabelece o contato entre tecido e pele. Não só o toque da textura das fibras, mas também as sensações provocadas por compressão ou expansão são passíveis de verificação.

Em seu papel de mediador entre o corpo e o contexto, a roupa deve ser considerada um condicionante da postura e do movimento, uma fonte de sensações táteis e visuais, de comodidade e incômodo, como também um meio de adaptação entre o meio social e o meio ambiente (SALTZMAN, 2004, p. 15).

As relações com o meio social, por sua vez, permitem indicar diferenças de comportamento também no que diz respeito às posturas de cada indivíduo no tocante às questões relativas às condutas táteis, pois “a existência de uma gama tão ampla de diferenças entre as classes sociais e culturais (...) representa um campo fértil de pesquisas sobre as relações entre tais diferenças sociais nas experiências táteis” (MONTAGU, 1988, p. 279).

Como explica SERRES (2001, p. 18), ao criar as diferenças entre cada indivíduo “surge nossa carta de identidade. Cada um tem a sua, original, como a impressão de seu polegar ou a marca de seus maxilares. Nenhuma carta é

igual a nenhuma outra, todas mudam com o tempo”, e dessa maneira percebe-se que também podem se alterar as maneiras como os tecidos são percebidos.

Como SALTZMAN (2004) dissera, essas relações podem ser resultantes de adaptações ao meio social e ao meio ambiente. A confecção de cada peça de roupa de uma coleção acontece após um longo e diferenciado trabalho preliminar de pesquisa sobre as fibras (a indústria química e de fiação), tecido e processos de acabamento (a indústria têxtil), que determinam a seleção do produto pelo designer de moda (indústria de confecção do vestuário). Estas etapas se relacionam na busca de uma direção de um determinado personagem como destino. Todo este quadro existe em sintonia com o meio social e o meio ambiente.

Então, se “a moda e a indumentária são (...) algumas das maneiras pelas quais a ordem social é experimentada, explorada, comunicada e reproduzida” (BARNARD, 2003, p. 63), também é possível refletir sobre a igual importância da compreensão dos pontos de conexão entre as propostas de moda e sua repercussão na sociedade a partir da investigação das qualidades táteis dos materiais empregados na confecção de produtos de moda.

Porém, é necessário lembrar que, da mesma maneira com que uma escolha de materiais é feita e as maneiras de sentir os tecidos são variáveis, estas variantes nascem em momentos anteriores à recepção do tecido pelo usuário.

A escolha das fibras com as quais um tecido será construído já traz as primeiras diferenciações de percepção tátil. Após o trabalho em tecelagem, quando os fios são tramados e ocorrem os primeiros beneficiamentos, caberá ao designer de moda escolher entre os tecidos de uma coleção aqueles que melhor representam suas opções de trabalho para seu futuro projeto.

Observar a sociedade por meio da moda implica em estar atento não apenas às formas e silhuetas construídas através dos séculos. É possível fazê-lo também por meio de uma investigação referente aos tecidos usados em cada época.

Não é intenção desta pesquisa discorrer sobre essas transformações. Mas sim refletir sobre a utilização dos tecidos no processo de desenvolvimento de um projeto de coleção do segmento do vestuário masculino, que pode se apresentar como um caminho para perceber as sensações por eles sugeridas ou até mesmo provocadas.

As sensações geralmente têm uma qualidade tátil. (...) O tato é uma língua em si, dotada de um vocabulário muito extenso. Por meio do tato comunicamos aquilo que não pode ser pronunciado, pois o tato é a verdadeira voz da sensação, já que até mesmo as melhores palavras carecem da honestidade do tato (MONTAGU, 1988, p. 298).

Conforme comenta MONTAGU “o tato é uma língua em si, dotada de um vocabulário muito extenso” e complementa ao dizer que “até mesmo as melhores palavras carecem da honestidade do tato”. Em função de toda a complexidade das sensações táteis, não é fácil descrever cada uma delas no momento em que se pretende desenvolver uma coleção. Mas, ao mesmo tempo, esse pode ser um grande exercício para o designer.

A coleção “Caleidoscópio”, inverno 2004 da marca Uranio, referia-se aos diferentes olhares que podemos ter sobre a moda, e no caso, mais especificamente, às variantes de olhar entre o visual e o tátil.

Com referências nas colagens dadaístas, as estampas da coleção representavam os órgãos dos sentidos, reposicionando-os de acordo com o interesse do sentido sensorial a ser destacado. Porém, o destaque não se apresentava apenas na imagem, mas também nas diferentes texturas propostas. Em alguns casos, para além das imagens que se pretendia realçar, restavam as texturas impressas sobre a matéria-prima.

Muitos fatores podem entrar em jogo quando se inicia um projeto. A começar pelas sensações que se busca. Estas podem variar a cada coleção. E quando digo isto não me refiro às mudanças decorrentes das estações.



Figuras 1a, 1b: Imagens com detalhes de estampas da coleção "Caleidoscópico". Fonte: Uranio 2004.

Não é a temperatura o foco de atenção. Neste estudo o que importa salientar diz respeito às sensações e percepções táteis. E elas podem ser diferentes dentro de uma mesma coleção. É possível refletir sobre cada grupo de peças dentro do conjunto total do projeto. É cabível propor a complementaridade de sensações como também sugerir oposições entre elas.

O designer de moda pode estabelecer suas propostas ou sugestões iniciais e desenvolvê-las segundo as etapas do projeto. Não é imprescindível a indicação de um tema como ponto de partida. Mas sim torna-se factível iniciar por sensações táteis.

São muitos e distintos os momentos do processo projetual em que se pode identificar a possibilidade de convocar os sentidos sensoriais como participantes no desenvolvimento. E a imagem de um caleidoscópico aparece como referência para indicar as possíveis transformações.

Esse objeto de forma cilíndrica produz um sem-número de imagens, a partir do reflexo provocado por um jogo de espelhos, no qual se refletem fragmentos dispostos longitudinalmente.

No presente estudo, a imagem do caleidoscópio estabelece uma nova configuração. Sem perder o interesse anterior, proposto por uma coleção, aqui uso dessa referência para descrever as etapas de um projeto, tendo como base as reflexões relativas às sensações e percepções táteis.

Uma coleção do segmento do vestuário nasce a partir da necessidade de se propor um determinado estilo de roupa que cobrirá um corpo específico. Ao observar todas as etapas do processo projetual, é importante considerar o personagem para o qual o mesmo é desenvolvido, e aqui este tem relação com o usuário e o cenário em que ele se insere, ou, em outras palavras, o ambiente e o contexto sociocultural em que ele vive.

Tendo em vista as necessidades de um grupo específico de pessoas, é possível dizer que um projeto de coleção pode partir da associação de informações referenciais do grupo com as proposições da marca e do mercado. Ao iniciar a apresentação das etapas de desenvolvimento de projeto, proponho trazer à frente delas o primeiro e mais importante referencial: o personagem.

Para a composição do personagem e do cenário um estudo complementar poderá apontar suas características tendo por base fatores como gênero, idade, classe social, estilo de vida, família, etnicidade e geografia. BARNARD (2003, p. 149) nos diz que “não seria possível, por meio da moda e da indumentária, apontar que alguém seja membro de uma classe específica se não houvesse classes diferentes a que pertencer”.

É possível que cada fator seja estudado independentemente dos outros, porém a associação entre eles poderá fornecer informações mais completas. A mudança na sociedade repercute na moda e uma observação mais atenta aos novos modelos de comportamento é importante para o design de coleções.

Com as vagas hippie, “baba”, punk, new-wave, rasta, ska, skinhead, a moda viu-se desestabilizada, os códigos foram multiplicados pela cultura anticonformista jovem, manifestando-se em todas as direções na aparência

do vestuário, mas também nos valores, gostos e comportamentos (LIPOVETSKY, 1989, p. 126).

Os movimentos sociais aos quais se refere Lipovetsky trazem novas possibilidades de vestir a partir da década de 1960. O comportamento da juventude passa a interferir nos desenvolvimentos de novos produtos de moda. As possibilidades de diferenciação passam a compor o repertório de coleções dos novos estilistas no século XX e seguem na atualidade. Somos convidados segundo LIPOVETSKY (*ibid*, p. 128) nos diz, “a derrubar barreiras e a misturar estilos, a liquidar os estereótipos e cópias, a sair das regras e das convenções fossilizadas”.

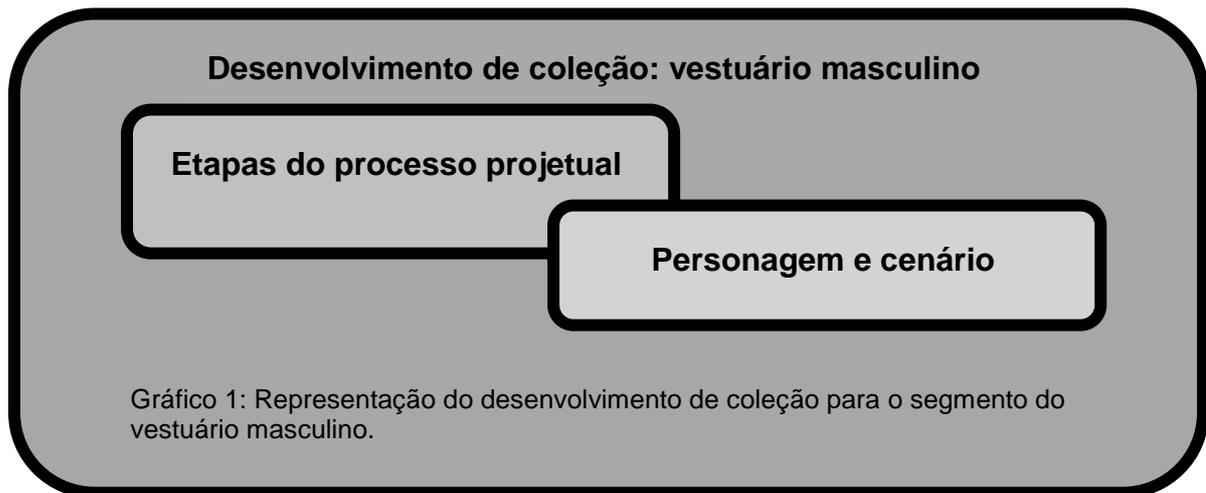
O modelo tradicional para o desenvolvimento de coleções passa a ser repensado. É a partir da identificação das características de seu personagem, que o designer de moda define o estilo do produto que pretende desenvolver. Com um tipo de público e uma linha de produto em mente, o designer parte para novos estudos com o propósito de dar forma à sua coleção.

Dessa maneira, é importante observar as relações que possam existir entre os itens que participam dos estudos de composição do personagem e também do cenário, como por exemplo, entre as questões de gênero e família ou entre classe social, etnicidade e geografia, entre tantas outras variantes de associação.

Em decorrência da mudança da sociedade é possível observar que se alterem também as maneiras de reconhecer o novo usuário, com pesquisas que sejam capazes de escrutinar seus anseios, seus desejos e assim viabilizar o desenvolvimento de um produto de moda, ou coleções, de acordo com as necessidades aferidas.

A representação gráfica da página (29) propõe as bases de observação para o desenvolvimento de projeto de coleção a partir do segmento do vestuário masculino. Este esquema pode representar também outros segmentos do vestuário.

Com um tipo de público e uma linha de produto em mente, o designer parte para novas estudos “sobre cores e contrastes, estudo sobre formas e matérias, estudos sobre o espaço, estudos sobre as relações entre corpo e indumentária (roupas e acessórios), estudos sobre os comportamentos ‘de rua’, etc.” (CASTILHO e MARTINS, 2005, p. 68), com o propósito de dar forma à sua coleção.



Essa etapa de estudos contribui para compor o repertório necessário para a preparação do projeto da coleção. Neste processo, o designer de moda, atento às necessidades de seu personagem, pode ser capaz de delinear as suas propostas com vias a oferecer-lhe uma cartela de tecidos, cores, formas e produtos confeccionados de acordo com as informações previamente coletadas.

Todas as informações e todos os detalhes merecem ser observados, não apenas aqueles já apresentados, mas é necessário também identificar a conformação do corpo do usuário e suas transformações. Como apresenta CASTILHO (2006, p.87), as mudanças e distinções do corpo “uma vez observadas no tempo e no espaço social, possibilitam a extensão e a complexificação dos significados enunciados pelo sujeito, seus elos e vínculos com a sociedade a que pertence”.

Antes de continuar, proponho rever alguns tópicos necessários para a compreensão do desenvolvimento de coleção no segmento do vestuário masculino apresentados até o presente momento:

É possível estudar as etapas de um processo projetual tendo em vista as questões relativas à sensorialidade;

É possível elaborar as etapas do processo projetual a partir das informações que cada matéria-prima pode fornecer para a construção de uma peça de roupa;

Por meio da leitura visual de uma peça de roupa, é possível perceber suas qualidades táteis e, conceder-lhes características reconhecíveis pelo tato como liso ou áspero, leve ou pesado, etc.;

Em certos casos, a sensação percebida visualmente pode apresentar erro quando o tecido da roupa entra em contato com a pele, apesar de sua aparência mostrar o contrário;

A pele se modifica com as transformações do corpo e assume registros particulares e individuais que fazem com que as percepções se distingam;

As relações com o meio social permitem indicar diferenças de comportamento no que diz respeito às posturas de cada indivíduo no tocante às questões relativas às condutas táteis;

É possível refletir sobre a importância da compreensão dos pontos de conexão entre as propostas de moda e sua repercussão na sociedade a partir da investigação das qualidades táteis dos materiais empregados na confecção de produtos de moda.

1.2 A pele da pele

Vários pontos foram levantados em função de sua importância para o desenvolvimento de uma coleção. O processo projetual que passo a investigar apresenta-se como um momento da moda. Em geral, ele não ganha

visibilidade, mas nele podem estar presentes as conexões entre moda e sociedade que norteiem o trabalho de investigação das qualidades táteis dos materiais empregados na confecção de vestuário.

Antes de qualquer forma, antes da cor, do tom, é preciso tocar bem o suporte. A pele, névoa, o véu ou a tela. A imagem se forma sobre uma variedade desdobrada, o mapa é desenhado em uma página, imprime-se nela (SERRES, 2001, p. 29).

Roupa nova ou usada. Quando nova ela traz as referências do designer que a criou e ainda é portadora de todas as características pesquisadas para lhe dar uma aparência. O toque, a textura, o caimento. Já usada ela traz marcas de um corpo. Nova, ela está impregnada pelas nuances que formam um personagem, sua estética. Usada, ela é um personagem. Nova ou usada ela precisa de um corpo que lhe suporte e possa realizar autenticamente os seus significados.

Falar deste corpo nesta pesquisa é refletir sobre a sua sensibilidade. Quando se fala em moda a idéia de mudança, de transformação está presente. O corpo também é, por sua vez, um objeto de transformação. “Ela (a moda) oferece estratégias ao corpo para sua expressão/liberação e, por outro lado, os mecanismos de controle do corpo embutidos nas imagens do mundo *fashion*”. (VILLAÇA, 2007, p. 150-151). O corpo é capaz de se exprimir por meio de uma roupa, mas, ao mesmo tempo, fica sujeito às engrenagens da moda que, por outro lado, pode se transformar num meio de aprisionamento, pois o corpo também pode ser levado a se adaptar a elas.

Ao ver o corpo que se modifica na moda não se nota claramente suas sensações, suas percepções. Mais evidentes estão as formas e os volumes que ele pode adquirir. Mas SALTZMAN (2004, p. 71) salienta que a roupa “comprime, pressiona, roça, pesa, raspa ou acaricia, condicionando a atitude, a gestualidade e o modo de andar e de experimentar e perceber o espaço circundante”. Na realidade o que a autora exprime diz respeito aos efeitos causados pela roupa sobre o corpo, são manifestações táteis entre tecido e pele. E, a partir destas manifestações, deste contato entre corpo e tecido, é

possível pensar no corpo tendo em vista suas reações em relação ao toque da roupa.

No segmento masculino também podem ocorrer adaptações às propostas lançadas pela moda, mas aqui elas acontecem em ritmo distinto do segmento feminino. Nos dias atuais, certa lentidão, antes marcante, é substituída por um ritmo de mudanças um pouco mais acelerado. Tal fato tem levado a um investimento maior em pesquisas geradoras de novos materiais têxteis que possam levar ao segmento de moda masculina a possibilidade de experimentação de qualidades diferenciadas de sensações táteis.

Quando SALTZMAN (2004) nos diz que o tecido interfere nos movimentos, na postura, no jeito de andar, ela chama a atenção também para a questão do projeto da roupa. Um só tecido pode provocar muitas sensações sobre o corpo e, neste caso, torna-se necessário refletir sobre o que o design de uma peça de roupa pode provocar sobre o corpo do usuário.

Ao tratá-lo como um personagem, passo a conceder-lhe sensações causadas por meio da textura e da composição da matéria-prima, pelos acabamentos e beneficiamentos ou pela forma da roupa entre outras variantes passíveis de utilização em sua construção.

As reações ao toque se modificam de acordo com a sensibilidade da pele, pois como relata SERRES (2001, p. 32), "nossa veste cutânea traz e expõe nossas lembranças, não as da espécie, como acontece com os tigres e os jaguares, mas as da pessoa, a cada um sua máscara, sua memória exteriorizada", memória individual e, portanto, uma resposta também única de cada sujeito.

Corpo e vestimenta, como extensão mútua, estabelecem tipos de relações juntivas, que, complexas, podem, de um lado, criar uma junção entre roupa e corpo e, de outro, uma disjunção. Em ambos os casos, porém, a roupa é uma segunda pele, (...) que, recobrando a primeira, compõe com ela a aparência final do sujeito (CASTILHO, 2006, p. 89).

Trabalhar sobre sua aparência é trabalhar sobre a estética, a maneira de sentir do corpo. Reconhecer o tecido como segunda pele é também representá-lo como base do projeto da vestimenta. Ele se expressa por meio de características e qualidades táteis que só faz sentido a partir da existência de um corpo. “O corpo do usuário contextualiza a roupa, e o corpo vestido se contextualiza a partir do cenário em que se apresenta” (SALTZMAN, 2004, p. 124).

Proponho posicioná-las em meio ao desenvolvimento de uma coleção no segmento do vestuário masculino. Estudá-las a partir desta colocação pode trazer à tona aspectos que muitas vezes não são perceptíveis tendo como base a metodologia tradicional do processo projetual.

Como apontado anteriormente, a existência da roupa está conectada com um corpo que a vista. Porém, quando se fala em desenvolvimento de coleções é necessário pensar também na existência do personagem que se pretende vestir, ou seja, como é o seu corpo e em que ambiente, ou cenário sociocultural ele se insere.

“Desde o momento de seu nascimento, o indivíduo aparece ao mundo como um corpo social, torna-se presente e, portanto, tem uma imagem pública a ser vista, construída e relacionada ao seu espaço de ação e interação sociocultural”, comenta CASTILHO (2006, p. 87), e por meio de seus deslocamentos e transformações em seu ambiente ele adquire renovadas feições no decorrer de sua vida.

Ao adotar a palavra “personagem” é comum que venham à mente imagens de uma peça teatral, um filme, ou ainda uma novela de TV em que os atores vestem os figurinos de seus personagens. Trago, pois, estas referências das artes cênicas para ilustrar a composição de uma personagem para o design de moda.

O figurino é parte dos aparatos dos atores. Ele os ajuda a criar seus personagens. Tão logo os atores aparecem, mesmo antes de falarem, a

platéia poderá identificar uma grande quantidade de informações. (...). O figurino tem uma outra função dramática: ele ajuda a contar a história. As roupas imediatamente nos mostram onde se passa a ação. Elas localizam a peça num contexto histórico e social (MAYER, 2001, p. 7).

Ao localizar características históricas e sociais, o figurino proporciona ao personagem um contexto que, como citado anteriormente, são as suas relações socioculturais. Para a criação de um personagem, os atores buscam saber, por exemplo, como ele apresenta suas características mais relevantes, sua personalidade, suas relações no ambiente da peça, filme ou novela, e também como ele se relaciona com outros personagens.

Uma analogia pode ser traçada com o personagem a ser erigida pelo designer de moda. É importante pesquisar os dados que podem contribuir para a sua construção. Referências como idade, gênero, escolaridade, relações familiares, etnicidade, estilo de vida e localização geográfica podem ser necessárias para estruturar o projeto de uma coleção.

Ao pensar nas muitas ferramentas do ator a primeira e mais importante é seu corpo. Postura, gestos, movimentos de braços, tronco e pernas, sua forma de caminhar, sua maneira de olhar, sua voz e sua respiração. O corpo do ator se manifesta como o corpo do personagem a partir das referências do texto. Nelas podem estar presentes o local da ação, a época em que ela ocorre e seu nível social, entre outros, que estabelecem um contexto para a interpretação.

O ator busca indicações que formam uma composição de características que passam a indicar as relações de corpo no espaço cênico. Neste ambiente, ele assume o personagem com todas as informações apreendidas e, dentre elas o próprio figurino.

O personagem criado pelo designer de moda também traz referências semelhantes e, neste caso, mais diversificadas por se tratar de uma proposta que pode vestir não apenas um ator, mas muitos indivíduos. Todas as informações e todos os detalhes merecem ser observados.

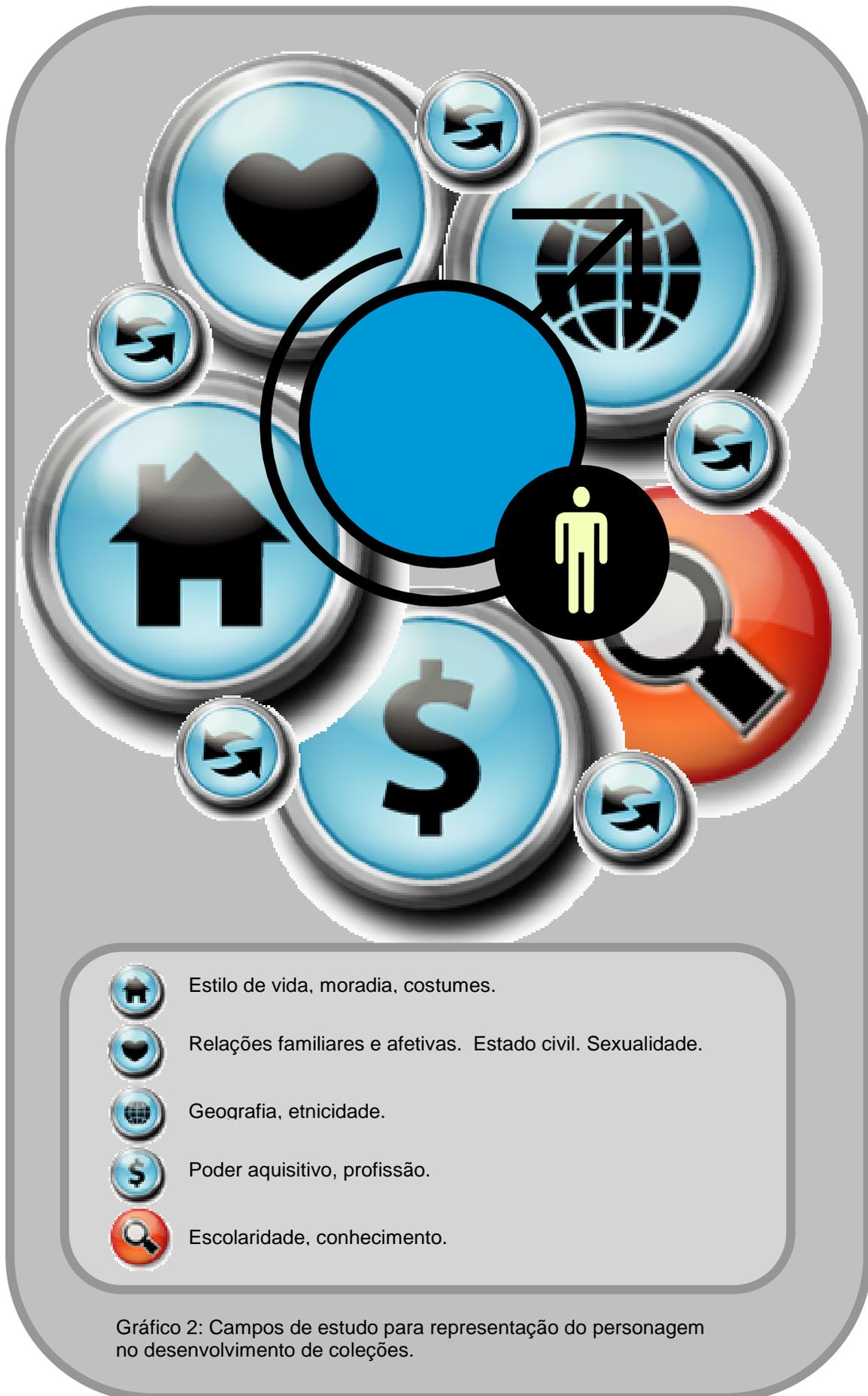
Alinhadas com as propostas de moda elas possibilitam o direcionamento do processo de desenvolvimento de uma coleção, e aqui me refiro à concepção do designer para erigir o seu projeto.

Este estudo contribui na tentativa de compor o repertório necessário para a preparação da coleção. Neste processo, o designer de moda, atento às necessidades de seu personagem, pode ser capaz de delinear as suas propostas de acordo com as informações previamente coletadas.

Em geral, toda coleção se inicia com a pesquisa sobre materiais que serão utilizados. A escolha de tecidos e também dos aviamentos traz uma ligação primordial e direta com o personagem ao qual se destina a coleção, pois a coleção pensada com este foco visa, na realidade, atender às necessidades do usuário que se identifica com as propostas da coleção. Em outras palavras, o que o designer de moda busca ao levantar referências sobre um personagem dizem respeito ao próprio usuário.

A definição do personagem atende a muitos fatores de igual importância, que aliados passam a identificar as características condizentes com o perfil do usuário de uma marca. Na representação gráfica a seguir (página 36) é possível vislumbrar os campos nos quais a pesquisa pode ser realizada.

Os elementos presentes identificam seis campos de investigação. Localizado na parte central do gráfico, encontra-se a personagem. A partir dela, um primeiro dado é levantado e diz respeito ao gênero. Para a coleção “Olhar, Olhares” e todas as subseqüentes, presentes neste estudo, o gênero é determinado pelo masculino.



Ao redor desta figura estão distribuídos os símbolos gráficos que determinam as possibilidades de estudo. Em momento anterior deste texto, foram sugeridas as seguintes fontes de pesquisa: idade, gênero, escolaridade, relações familiares, etnicidade, estilo de vida e localização geográfica. O gráfico simplifica todos estes dados e agrupa-os conforme os itens:

- a) estilo de vida, moradia, costumes;
- b) relações familiares e afetivas, estado civil, sexualidade;
- c) geografia, etnicidade;
- d) poder aquisitivo, profissão;
- e) escolaridade, conhecimento. Uma informação é de grande importância quando da interpretação destes dados. Ela refere-se ao fato de que eles merecem ser observados em sua complementaridade, e desta maneira é prudente não investigá-los em separado.

Para a coleção “Olhar, Olhares”, os dados referentes ao personagem indicavam para o gênero masculino, portador de deficiência visual, vaidoso com relação ao vestuário e beleza, moradores da cidade de São Paulo. A estes foram adicionados outros dados pertencentes aos usuários habituais da marca Uranio tais como idade entre vinte e cinco e trinta e cinco anos, que, em sua maioria são formados em cursos de nível superior com atuação em suas áreas de formação, inseridos na vida cultural da cidade como profissionais (arquitetos, designers, artistas, atores, músicos, cantores) ou como espectadores.

Segundo TREPTOW (2003, p. 50), “a segmentação por gênero, classe social e faixa etária é clássica, mas o estilo de vida e interesses dos grupos têm gerado uma subdivisão cada vez maior”. As pesquisas de marketing buscam também informações, denominadas demográficas, relativas à estrutura familiar, raça e etnicidade, e geografia. De acordo com SOLOMON (2002, p. 27), “a família e o estado civil de uma pessoa é uma (...) importante variável demográfica, pois tem um grande efeito sobre as prioridades dos consumidores”. Em relação à raça e etnicidade, o autor afirma que “à medida que a (...) sociedade se torna cada vez mais multicultural, surgem novas oportunidades de oferecer produtos especiais para grupos raciais e étnicos e apresentar essas ofertas a outros

grupos” (*ibid.*, p. 28). Ainda com relação ao comportamento do personagem é importante estudar seu estilo de vida, pois, como comenta SOLOMON (*ibid.*, p. 28), “o modo como nos percebemos, as coisas que valorizamos, o que gostamos de fazer com o tempo livre – todos esses fatores ajudam a determinar quais os produtos que vão chamar nossa atenção”.

1.3 Identificação do personagem

A representação gráfica apresentada anteriormente indica os campos em que são necessárias pesquisas para a definição de um personagem. Habitualmente ganham relevância as referências a gênero, idade e poder aquisitivo.

Em complemento a essa segmentação, outras fontes podem ser usadas nas pesquisas que identifiquem o seu comportamento (SOLOMON, 2002). Desta maneira, quando se pensa a respeito de gênero, é possível também se questionar a respeito da sexualidade. Ou quando se fala em faixa etária, não se pode desprezar a importância da aparência e o desejo de juventude, quase permanente, tanto em relação à qualidade de vida quanto no que concerne a sua longevidade, que existe entre os indivíduos nos tempos atuais.

Os revolucionários da mudança não querem apenas melhorar, consertar, disfarçar. Seu anseio publicamente assumido – enquanto em tanta gente apenas se esgueira como um desejo secreto e embaraçoso – é mudar da cabeça aos pés, virar outra pessoa, deixar para trás o invólucro de sem-gracice, gordura ou pura feiúra e, enfim, renascer, belos e amados. Para isso, contam com ferramentas nunca antes disponíveis na história da humanidade: os avanços técnicos constantes e a crescente popularização das cirurgias plásticas, propiciadoras dos “milagres” que arrancam expressões de espanto (BRASIL, JAGGI, MOHERDAUI, VALLADARES, 2004).

Se o poder aquisitivo ainda define as classes sociais, não se pode esquecer que as imagens que, em princípio, poderiam determinar uma posição social, na maior parte das vezes, traduzem um resultado de muitas informações, e o que se percebe é uma mistura delas nas composições de looks. Como observa

LIPOVETSKY (1989, p.121), “aparentar menos idade agora importa muito mais do que exibir uma posição social”.

Atualmente, um grande número de pessoas recorre a profissionais de imagem em busca de um aprimoramento pessoal. Como publicado na revista *Veja*, “faz parte do trabalho dos famosos ter uma imagem pública reluzente. A novidade é que parte desses procedimentos está se tornando rotineira para pessoas que antes se sentiam desobrigadas desses cuidados” (ROGAR, 2007).

Esta mistura não pode mais ser considerada uma característica de classes mais altas. “Aquele colega do escritório que (...) se veste bem em qualquer situação pode não ser apenas um sujeito inteligente e de bom gosto. É grande a chance de que ele esteja sob a orientação de profissionais”, complementa a reportagem (ROGAR, 2007). É possível até mesmo identificar uma inversão das características visuais, quando os indivíduos do topo da pirâmide socioeconômica, se espelham em imagens produzidas por outros de classe mais baixa. Como comenta QUEIROZ (2006), o sujeito, a grande descoberta da Modernidade, agora agoniza, manipulado pela simulação (que é fingir ter o que não se tem), pelo simulacro (imagem falsa e enganadora, que impede o acesso à realidade e extermina o sentido das coisas).

Os padrões culturais de outros tempos não são mais capazes de reger a sociedade. Uma nova postura se impõe rompendo barreiras variadas e “o código jovem contribui à sua maneira para a procura da igualação das condições dos sexos” (LIPOVETSKY, 1989, p. 123).

O estudo sobre um personagem passa a exigir uma observação diferenciada. Ele, no contemporâneo, vê-se dividido em optar em um ambiente global, em que ocorre uma oferta ampla e aberta de possibilidades. “A produção estética hoje está integrada à produção de mercadorias em geral” (JAMESON, 2004, p. 30), e com isso já não se divisam as fronteiras entre os segmentos padronizados de sua identificação, tendo em vista o acesso fácil, atualmente, a todos os tipos de bens de consumo.

Passam, assim, a ser questionados os métodos tradicionais e buscam-se novos parâmetros para o reconhecimento do personagem. Dessa maneira, pode-se considerar a nova constituição familiar, os modelos de educação diferenciados, as novas crenças amplamente apoiadas em mídias eletrônicas e as comunicações pela rede de computadores, a internet, criadora de novos vínculos e também de novas posturas.

Os dados que compõem as pesquisas em marketing podem ser vistos como variantes complementares às propostas nas pesquisas tradicionais. A família habitualmente observada tem mudado a sua configuração, tanto no que diz respeito ao número de membros que a compõe, quanto à sua configuração. A formação de pai e mãe na guarda dos filhos já apresenta variantes. Em algumas casas o casal é substituído por duas mães ou dois pais, assim como apenas o pai assume a guarda. Segundo uma pesquisa do IBGE, divulgada em 2003 e publicada na revista *Época*, “em metade dos lares não existe mais o modelo clássico, com pai, mãe e filhos do mesmo casamento”, como mostra a reportagem abaixo:

O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) acaba de divulgar uma nova análise dos dados do último censo. Ela confirma a mudança, na prática, do conceito de família: atualmente, 47% dos domicílios organizam-se de formas nas quais no mínimo um dos pais está ausente. Há gente morando sozinha, avós ou tios criando netos, casais sem filhos, 'produções independentes' e outras tantas alternativas. Algumas são tipicamente modernas, como os grupos de amigos que decidem morar juntos para dividir um apartamento grande, no estilo do seriado americano *Friends* - e não se trata, no caso, de estudantes de orçamento apertado, mas de adultos com trabalho fixo e contracheque. Outras situações, de temporárias, acabam virando definitivas - como o homem que se separa da mulher e volta a morar com os pais, 'apenas por alguns dias'. 'Embora o modelo nuclear ainda seja maioria, cresce a incidência de novos arranjos', atesta Ana Lúcia Sabóia, chefe da Divisão de Indicadores Sociais do IBGE (PEREIRA, 2003).

Essa mudança nos padrões familiares pode trazer repercussões no âmbito da educação, tanto do ponto de vista escolar quanto no tocante à definição ou escolha de crenças religiosas. “A importância da religião na vida não se pode compreender separando a religião dos outros modos da vida social” defende QUEIROZ (2006).

Outro ponto a ser considerado e plenamente inserido na contemporaneidade responde pela repetição das três letras WWW, ou World Wide Web, a rede mundial de computadores que promove deslocamentos virtuais de seus usuários para todos os cantos do planeta e, por conseguinte, permite uma aproximação e troca de informações, gosto ou afeto inimaginável até alguns anos atrás.

Reduzidas as distâncias entre as pessoas, aproximam-se as diferentes culturas, apesar dos cuidados que se deve ter na consulta dos dados disponibilizados na internet. A comunicação virtual ganha espaço e cada vez mais influencia os hábitos. A linguagem dentro da rede adquire novas formas que passam a ser assimiladas também no cotidiano, longe dos computadores.

Como visto até o presente momento é importante destacar os seguintes pontos:

O processo projetual pode apresentar-se como um momento da moda que não ganha visibilidade, mas nele podem aparecer as conexões entre moda e sociedade que norteiem o trabalho de investigação das qualidades táteis dos materiais empregados na confecção de vestuário.

A partir de manifestações táteis, do contato entre o corpo e o tecido, é possível pensar no corpo tendo em vista suas reações em relação ao toque da roupa.

O tecido interfere nos movimentos, na postura, no jeito de andar, ele pode provocar muitas sensações sobre o corpo e, neste caso, torna-se necessário refletir sobre o que o design de uma peça de roupa pode provocar sobre o corpo do usuário.

Ao tratar o usuário como um personagem são propostas, ao segundo, sensações causadas por meio da textura e da composição da matéria-prima, pelos acabamentos e beneficiamentos ou pela forma da roupa, entre outras possibilidades.

Referências como idade, gênero, escolaridade, relações familiares, etnicidade, estilo de vida e localização geográfica, podem ser necessárias para estruturar o projeto de uma coleção, e, dessa maneira, caracterizar o personagem a ser construído. O que o designer de moda busca ao levantar referências sobre um personagem dizem respeito ao próprio usuário.

Diversos estudos apontam mudanças significativas na sociedade e, dessa maneira, o modelo padrão de identificação do usuário (faixa etária, gênero e classe social) não é mais suficiente e exige novas formas de investigação.

1.3.1 Características complementares

Projetos em design de moda mostram-se mais consistentes quando estão bem definidas e identificadas as características do usuário do produto. É possível pensar que aos fatores indicados pode ser acrescido um estudo complementar relativo a outros de ordem sociocultural. É importante que o designer esteja atento às mudanças que ocorrem nas sociedades e em suas culturas. "Os artistas plásticos funcionam melhor como antenas porque estão conectados com tudo. Eles têm uma ligação com a cultura que os criadores de moda não têm – estes são antenas de nada", comenta KALIL (2007, p. 49), em referência ao que tem ocorrido na moda brasileira. Ela complementa sua fala e diz que "na moda não tem informação, só referências. Pra não dizer cópias" (*Idem, ibid*).

A partir deste comentário, percebe-se que a atenção que deveria estar voltada para o usuário, volta-se em primeiro lugar para as informações de tendências,

ou para uma cópia do que é feito nos centros lançadores de moda, como Paris ou Milão, entre as muitas cidades em que ocorrem lançamentos, sejam eles no formato de desfile ou mesmo no de feiras de negócios.

É recomendável que o olhar do designer de moda se atenha inicialmente às pessoas que estão à sua volta, suas características físicas, seus desejos, suas opiniões. Isto pode ser feito na sua cidade, estado e país, para melhor adequar as referências internacionais ao usuário, pois como argumenta POLHEMUS (1996, p. 15-17), há uma quebra de regras em que se mistura “o antigo e o novo, subvertendo as divisões de gênero tradicionais, alternando entre o proletário e o elitista, justapondo o natural e o artificial, casando o vulgar e o respeitável... deliberadamente gerando confusão, igualando sinais contraditórios”.

A presença de sinais contraditórios na elaboração de *looks* pode gerar confusão no tocante a sua leitura ou interpretação, mas, por outro lado, são cada vez mais presentes identificações visuais entre indivíduos pertencentes a um mesmo grupo que as transformam em sinais. Segundo nos lembram CASTILHO e MARTINS (2005, p. 47), na moda,

o sujeito da comunicação manifesta-se por seu corpo vestido e adornado, cujas escolhas discursivas (...) estabelecem diálogos com outros sujeitos sociais (...), pois, nos traços identificados na sua constituição de sujeito, recuperam-se marcas da sua identidade e das formas de sua relação com o circundante.

As relações estabelecidas entre sujeitos de um mesmo grupo ou *styletribe* (POLHEMUS, 1996, p. 20) podem, dessa maneira, criar laços de identidade perceptível por meio da roupa que vestem o que inclui se alterar de acordo com o contexto em que estejam inseridos.

Na pesquisa para o desenvolvimento da coleção “Olhar, Olhares” é possível perceber diferentes aspectos de comportamento entre os entrevistados. Em

função da deficiência visual presente em todos eles, algumas características relacionadas à percepção sensorial indicam um traço comum.

Esta constatação se apresenta independente de gênero, classe social, escolaridade ou qualquer outro indicador das pesquisas tradicionais. A percepção do ambiente, sensorialmente, por meio do tato, da audição ou do olfato, bem como reconhecer o espaço em que circulam, passou a ser um dos pontos de reflexão da pesquisa, pois esta é uma condicionante de ação possível de ser aplicada também para a identificação do vestuário, como veio a ser comprovado. Este é um traço cultural deste personagem.

CIDREIRA (2005, p. 30) afirma que “a moda é vista como fenômeno social ou cultural (...) cuja vitalidade provém da necessidade de conquistar ou manter, por algum tempo, determinada posição social”. Diferente do que ocorria até os anos 1960 e 1970, período em que os estilistas ditavam o que se deveria ou não usar, nos dias atuais, e desde os anos 1980, a presença das tribos implica pensar renovadas maneiras de identificação do usuário, pois eles buscam um estilo próprio de vestir e de se mostrar, de acordo com seus interesses e a cultura que estabelecem.

Um projeto não é definido apenas pelo desenho traçado no papel, que se transforma em molde, cortado em tecido, unido pela costura, que vira uma peça de roupa, corrigida no corpo de um modelo, ganhando cor ou estampa. Há mais. Há outras etapas que orientam a estrutura de trabalho de um designer de moda.

É necessário perceber a existência do corpo que vista uma forma que, por sua vez, está impregnada de significados. “Fazemos moda de forma que o corpo é visto em um contexto cultural mais amplo. É peça-chave na minha abordagem” relata o designer turco cipriota Hussein Chalayan em entrevista (*apud* VAL 2007, p. 93), que ainda diz que o corpo é o mecanismo mais incrível que existe e que fica empolgado com a possibilidade de interpretar sua imagem, a imagem do corpo, e criar novos mundos.

É importante esclarecer que para este corpo ao qual me refiro, é possível ainda pesquisar sua morfologia, suas sensações, percepções e relações com o contexto em que vive. Pode-se pensar em especial na pele que “é uma espécie de traje espacial. Com ela nos expomos à (e nos protegemos de) atmosfera, milhares de gases ásperos, radiações solares e todo tipo de elementos” (SALTZMAN, 2004, p. 21). Isto permite considerar o contato entre tecido e pele.

Pensar o design de moda e sua relação com o usuário implica, sobretudo, em indicar o lugar de onde parte este projeto. Ao descrever os elementos que serão utilizados é possível relacionar o tecido, sua composição, os beneficiamentos – lavanderia, tinturaria, bordados, plissados, os adornos, botões, passamanarias, galões, etiquetas, fivelas, bem como a idéia que permeia a utilização de todo este arsenal de matérias-primas e recursos.

Porém, antes de eleger os materiais de trabalho, deve-se saber como se posiciona o usuário da marca na sociedade ou qual o cenário em que o personagem se inscreve. É necessário estabelecer o que são os fatores socioculturais já comentados, como eles podem influenciar a definição da personagem por parte do designer. Pode-se pensar também em um grupo de pessoas que apresentem algumas afinidades coincidentes e, por este motivo, vestem-se de maneira semelhante. Segundo SOLOMON (2002, p.23), o usuário pode enfrentar “a rejeição de seu grupo” ou se sentir “constrangido quando não se adapta às concepções dos demais quanto ao que é bom ou ruim, ‘certo’ ou ‘errado’. (...) As pessoas compartilham certos valores culturais e crenças fortemente enraizadas sobre o modo como o mundo deve ser estruturado”.

Se para o marketing é importante compreender esses valores, pois possibilitam melhor definição do usuário, o designer de moda pode lançar mão de estudos semelhantes com a finalidade de direcionar com mais propriedade os conceitos que propõe sugerir como “identidade” da marca, já que por meio dela o usuário se aproxima do produto proposto.

Como assinalam GARCIA e MIRANDA (2005 p. 63), “ao crescer numa determinada sociedade, o sujeito absorve seus valores, percepções e comportamentos básicos”. Ao levar em consideração que em cada local do planeta possui a sua cultura e esta se diferencia das demais, o mesmo produto pode ser recebido de diferentes maneiras em culturas distintas.

É possível que, ao restringir sua pesquisa, o designer de moda descreva o seu público apenas por certas atitudes e acabe por esvaziar as possibilidades do surgimento de novas informações. Estas podem ser usadas com o intuito de construir um projeto que avance, de verdade, em direção ao usuário e atenda a seus desejos e expectativas.

Ao iniciar sua nova coleção, é possível a esse mesmo designer de moda direcionar, com mais possibilidades de acertos, os temas que pretende estudar e aplicá-los no projeto. Assim sendo, vale lembrar algumas considerações apresentadas e que podem contribuir para inserir o personagem no desenvolvimento do projeto:

O corpo tem grande relevância e refletir sobre a sua sensibilidade é um dos focos principais deste estudo. Sua relação com o vestuário é o objeto a ser investigado para o desenvolvimento de uma coleção.

Quando se fala em moda a idéia de mudança, de transformação está presente, fato que também ocorre com o corpo. Ao mesmo tempo, ao ver o corpo que se modifica na moda não se nota claramente suas sensações, suas percepções.

O tecido, que se expressa por meio de características e qualidades táteis, pode provocar muitas sensações sobre o corpo.

Antes de iniciar o projeto de coleção, é necessário pensar também na existência do personagem que se pretende vestir, ou seja, como é o seu corpo e em que ambiente, ou cenário sociocultural ele se insere.

O designer de moda, atento às necessidades de seu personagem, pode ser capaz de delinear as suas propostas com vias a oferecer-lhe uma cartela de tecidos, cores e formas, de acordo com os dados previamente coletados. Eles merecem ser observados em sua complementaridade, e dessa maneira é prudente não investigá-los em separado.

Em relação aos dados obtidos pelo estudo é importante observá-los de maneira a ultrapassar as referências básicas, pois quando se pensa, por exemplo, em gênero, não cabe mais reduzir a resposta a masculino ou feminino, mas é possível também questionar a sexualidade. O mesmo pode ocorrer ao relacionar idade e aparência em virtude do desejo de juventude e longevidade existentes.

A família tradicional cedeu lugar a novos agrupamentos e o modelo tradicional de pai, mãe e filhos passar a compor outros formatos como, por exemplo, o pai ou duas mães com a guarda dos filhos. Esta nova configuração pode apresentar reflexos no comportamento social, modificar costumes e rever posturas já não tão sólidas.

A distância entre as pessoas diminui com a internet. Relacionamentos pessoais, afetivos ou comerciais ficam mais fáceis, seja entre cidades, estados ou países. A informação mais ágil interliga os países na era da globalização. Local e global estabelecem uma convivência e diferentes culturas passam a cruzar as fronteiras entre as nações.

As referências que poderiam determinar uma posição social, hoje traduzem uma conjugação de informações, e o que se percebe é uma mistura delas. As classes se confundem na “sociedade de consumo (...) e as teorias têm a missão ideológica de demonstrar (...) que a nova formação social em questão não mais obedece às leis do capitalismo clássico, a saber, o primado da produção industrial e a onipresença da luta de classes” (JAMESON, 2004, p. 29).

As relações entre sujeitos de um mesmo grupo ou *styletribe* (POLHEMUS, 1996, p. 20) podem criar laços de identidade perceptíveis por meio da roupa que vestem e se alterar de acordo com o contexto em que estejam inseridos.

Os valores culturais e as crenças divididas entre as pessoas estabelecem a formação de grupos, mas “como as pessoas representam muitos papéis diferentes” (SOLOMON, 2002 p. 24), este fato lhes proporciona a possibilidade de participação em grupos distintos.

Pensar o design de moda e sua relação com o usuário, dentro de um contexto preestabelecido, implica em descrever os elementos que serão utilizados, o que inclui relacionar o tecido, sua composição, os beneficiamentos – lavanderia, tinturaria, bordados, plissados, os adornos, botões, passamanarias, galões, etiquetas, fivelas, bem como a idéia que permeia a utilização de todo este arsenal de matérias-primas e recursos, que darão ao personagem idealizado e pesquisado, a aparência desejada.

2. A segunda pele

2.1 Processos: da indústria química ao vestuário.

A cadeia têxtil compreende distintos segmentos cujo início está presente nas pesquisas realizadas pela indústria química. Nela, são desenvolvidos os produtos responsáveis pelos acabamentos dos tecidos. Alguns são visíveis, como as cores de tingimento, os desbotamentos e envelhecimentos. Outros se referem a acabamentos anti-chamas, de flúor carbono que dá repelência à água e óleo ou pela linha de anti-microbianos e anti-ácidos, que muitas vezes se unem. Estes não são percebidos pela visão. Há ainda aqueles que são preparados com agentes químicos para poder receber um corante ou acabamento especial ou mesmo um toque diferenciado.

Para melhor adequação à realidade deste estudo do conteúdo presente na revisão bibliográfica que, de maneira geral trata dos desenvolvimentos químicos e têxteis no exterior, neste capítulo recorro a entrevistas semi-estruturadas, realizadas com as profissionais do setor Fabiana Mendes e Monika Debasa. A intenção é conhecer quais são as fontes de informação e como as referências internacionais, no que diz respeito a cores, acabamentos e tecidos, adaptam-se às indústrias têxteis nacionais e, principalmente, como ocorrem os processos para o desenvolvimento de acabamentos por parte da indústria química e suas relações com o toque dos tecidos.

Fabiana Mendes atua na área de assessoria de desenvolvimento de produtos ligados à moda da empresa Clariant S.A. com relacionamento direto com a indústria têxtil e lavanderias. Segundo ela nos lembra, no Brasil, “até bem pouco tempo, os produtos eram desenvolvidos de forma técnica sem uma preocupação com tendências de moda ou cores” MENDES (2007). Sua entrevista aconteceu no dia 15 de junho de 2007, gravada no interior das instalações da empresa, quando foi possível conhecer os laboratórios que realizam os testes dos produtos.

O segmento seguinte é representado pela indústria têxtil, voltada para desenvolvimentos de tecidos planos e de malha. Já Monika Debasa que é designer responsável pelo desenvolvimento da empresa Horizonte Têxtil, localizada em Belo Horizonte, respondeu à entrevista por e-mail no dia 16 de Junho de 2007. Ela acredita que “não haja interesse em ter uma cartela padrão para todas as indústrias, mesmo porque isto pasteurizaria a concorrência”, mas observa que “são analisadas as cartelas de cores de diversas fontes de pesquisa mundial, como cartela de cores de feiras têxteis internacionais e *bureaux* de estilos” DEBASA (2007), em reuniões realizadas por entidades do setor como ABIT e CETIQT. Tais ações resultam em cartelas que serão adequadas à necessidade de cada tecelagem.

É possível que ainda exista um descompasso de programações entre a indústria química e a têxtil, pois segundo MENDES (2007), “apenas de dez anos para cá, com a entrada das grandes tecelagens brasileiras no mercado internacional, a indústria química que atua no país se preocupa em antecipar os novos lançamentos”, com o propósito de que a indústria têxtil nacional “possa competir em pé de igualdade no mercado externo”.

O segmento de confecção apresenta-se na seqüência dentro desta cadeia. Até alguns anos atrás, a maior parte das indústrias do setor estava sujeita aos lançamentos feitos pelas tecelagens, porém, como contempla MENDES (*ibid*), “as confecções já estão mais preparadas para solicitar desenvolvimentos para a indústria têxtil, o que gera um novo impulso no mercado químico”. Essas solicitações, que partem dos projetos, indicam as etapas de cada processo a ser seguida, o que em outras palavras diz respeito à metodologia de desenvolvimento de coleções.

Este capítulo, portanto, aborda os processos de desenvolvimento em cada um desses segmentos e busca identificar os momentos em que as questões relativas à sensorialidade tátil como, por exemplo, o toque, as texturas, o caimento ou a maleabilidade dos tecidos se fazem presentes.

2.2 Coleção: processo de desenvolvimento

Temas de coleção podem ser elementos de grande importância na medida em que eles orientam a linha subsequente de pesquisas que implica no estudo de formas, silhuetas, texturas e cores que estabelecem relações com o usuário. Entretanto, há designers de moda que preferem iniciar o projeto em direção inversa. Em meus projetos, ciente da configuração de meu personagem, a pesquisa com texturas e o toque delas resultantes coloca-se como ponto primordial.

Mas nem sempre agi desta maneira. A preocupação com a escolha tátil dos tecidos que conceituassem a coleção, antes mesmo de um tema ou tendência de moda, surge a partir da pesquisa com os deficientes visuais. As texturas sempre foram importantes e a opção por um tipo específico acontecia a partir da proposta da coleção.

A coleção “Olhar, Olhares”, projetada em decorrência da investigação com os não videntes, teve uma conotação diferente, pela primeira vez em muitos anos trabalhando como designer de moda. Logo no início ficou claro que a percepção do personagem se diferenciava em relação a projetos anteriores. Foi possível perceber que, até então, os personagens eram parte do tema da coleção. Suas características eram incorporadas ao tema e de dentro da coleção o usuário surgia com uma nova imagem.

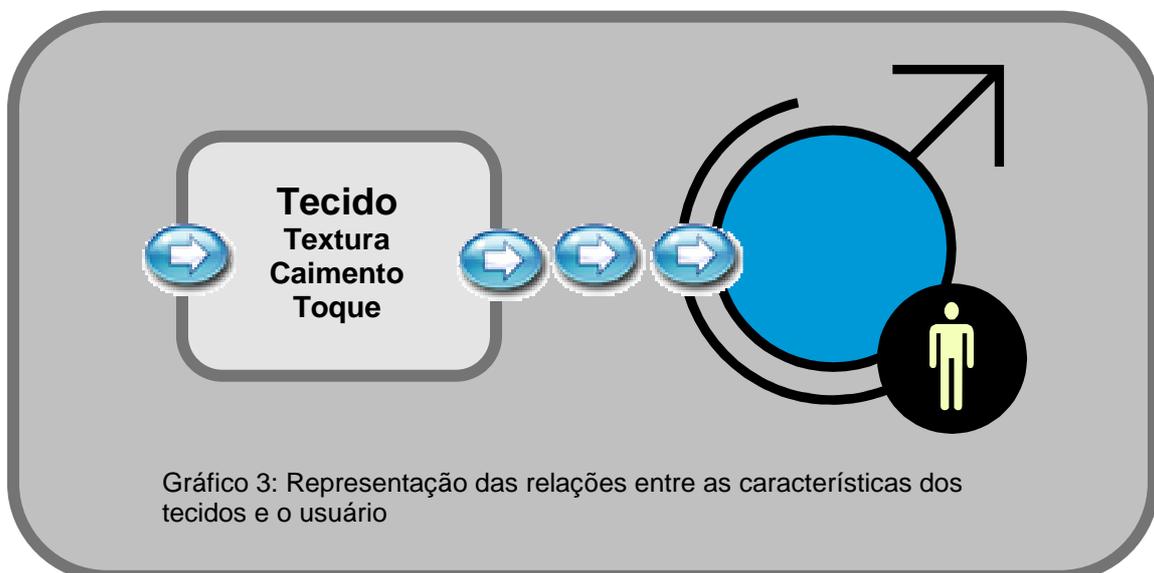
A partir deste projeto o personagem passa a determinar o processo. A deficiência visual marca as necessidades com as quais lidam os deficientes e, também, o outro lado da questão, as capacidades de percepção da roupa por meio de outros tecidos.

Surge uma nova forma de trabalho foi implantado com a intenção de atender a outras necessidades de identificação de uma peça da coleção que não fosse a visual. Essa preocupação era acrescida do fato de ser indispensável fazer com que o usuário habitual da marca passasse a perceber que modelo após modelo era desenhado com o intuito de que cada um se detivesse na questão do tato

além da visão. Esta passa a ser uma postura que orienta os projetos subsequentes e, ao longo deles, muitos estudos aconteceram e possibilitaram uma continuidade de trabalho.

Dessa maneira, o desenvolvimento se inicia atualmente não mais com a pesquisa de texturas diferentes, mas com a intenção de buscar tipos específicos de textura e caimento para cada coleção. A cada coleção uma nova atitude é tomada no intuito de complementar o desenvolvimento anterior, em função das respostas recebidas no que concerne à recepção do produto pelo usuário.

É possível ao designer optar por criar a coleção a partir de grupos de peças, ou famílias, coordenadas entre si, mas ao mesmo tempo independentes umas das outras. Este procedimento, adotado na coleção “A Festa”, para a primavera-verão 2006/2007, facilita a identificação dos pontos que podem ser considerados positivos de cada coleção. Cada grupo, ou família, pode ser elaborado a partir de uma textura, uma forma, uma cartela de cores, uma sensação, um assunto específico, mas que terá uma interação, e também uma complementação com as outras, ao se visualizar a coleção completa. “Alguns designers começam explorando o têxtil e suas relações com o corpo (...) um exemplo notável disto é o designer japonês Issey Miyake” (SALTZMAN, 2004, p. 133). Uma representação gráfica deste processo pode ser vista da seguinte maneira:



Para esta pesquisa, inicialmente é importante pensar sobre as qualidades do tecido e o que cada tipo dele pode oferecer.

Os tecidos possuem divisões básicas e subdivisões classificatórias referentes aos tipos de cada um no conjunto. As principais divisões são duas: a textura – que influencia a queda do pano, o corte e a modelagem – e a armação que estabelece a base na qual os fios se apóiam e indicam a seqüência que o tear irá trabalhar dando a eles aspectos e usos diferenciados (CHATAIGNIER, 2006, p. 43).

Com esta orientação pude fazer as escolhas necessárias para a adequação do tecido à proposta de cada coleção. Isto demanda levantar questões sobre qual o tipo de sensação ou emoção se pretende levar para o corpo do usuário. “É a textura do tecido o elemento que sinaliza as sensações recebidas” (*ibid*, p. 47). Esta opção pode ser determinada pelo tipo de toque do tecido sobre a pele, pois “embora o tato não seja em si uma emoção, seus elementos sensoriais induzem alterações neuronais, glandulares, musculares e mentais que, combinadas denominamos emoção” (MONTAGU, 1988, p. 131).

Até a coleção “A Festa” a escolha das texturas era feita a partir das propostas das tecelagens, mas os projetos seguintes partiram de uma outra premissa, ou seja, os tecidos passam a ser escolhidos em função de texturas e caimentos previamente determinados. À primeira vista parece não haver nenhuma modificação na atitude de escolha, mas o que move esta mudança é a busca por possibilidades de sensações e percepções que venham a direcionar a coleção.

Muitos são os tecidos lançados a cada estação, resultantes de uma gama variada de mistura de fios. Nem todos os tecidos de uma mesma coleção apresentam características táteis iguais e capazes de promover a mesma sensação. Estar atualizado em relação aos desenvolvimentos da indústria têxtil tornou-se uma atitude rotineira do designer de moda. Seja em função dos lançamentos de uma coleção como também em relação aos novos processos

tecnológicos de desenvolvimento, os tecidos merecem ser conhecidos, estudados e sempre que possível testados.

Peso, queda, elasticidade, movimento, aderência e textura são qualidades dos tecidos tanto quanto a cor, a estampa, a trama, a estrutura, o brilho, a opacidade ou a transparência, a flexibilidade, a maleabilidade (SALTZMAN, 2004). Estas características ou qualidades têxteis dizem respeito igualmente ao comportamento dos tecidos em relação ao tato.

Algumas referências visuais dos tecidos como, por exemplo, a cor, a estampa, ou o brilho, mesmo que percebidos pela visão podem ser descritas tendo o tato como parâmetro. “Ver é uma forma de tocar à distância” (MONTAGU, 1988, p. 127), e desta forma pode-se fazer um *contato* visual com uma cor e torná-la tangível. “*Tocar* é definido como ‘a ação, ou um ato de sentir alguma coisa com a mão, etc.’”, mas “quando falamos de sermos tocados, (...) queremos descrever o ato de estarmos emocionalmente mobilizados” (*ibid*, p. 131), o que pode ocorrer quando uma imagem ou uma estampa é vista pelo usuário ou pelo designer, e ela o toca, ou é identificada uma sensação ao vê-la.

A matéria-prima pode conduzir o trabalho por diversas direções. Francisco Costa, designer da marca norte-americana Calvin Klein, comenta que “às vezes você começa com uma idéia, com um material, quer fazer algo soft, mais leve. Mas aí todo o material escolhido tem um toque diferente” (*apud* PALOMINO, 2007, p. 78-83).

Com relação ao tema, nem sempre ele surge logo no início do processo. É possível até mesmo que alguns designers de moda prefiram não adotá-lo, pois como comenta Clô Orosco, em entrevista a Alcino Leite Neto (2007, p. E4), “raramente parto de temas, pois eles amarram muito a criatividade”.

Para as coleções “Religare”, outono-inverno 2007, e “Identidades”, primavera-verão 2007/2008, utilizei sensações como ponto de partida do desenvolvimento. Os nomes das coleções surgiram em momento posterior como indicativos de um possível tema, ou seja, o projeto foi elaborado a partir dos efeitos de toque sugeridos pelos tecidos quando em contato com a pele.

Dessa maneira, para a primeira, o objetivo era a busca por tecidos que transmitissem peso, rigor, rigidez e dureza; enquanto que a coleção “Identidades” foi orientada por conceitos como leveza, transparência, flexibilidade e maciez. Estas características foram pesquisadas, inicialmente, nos tecidos para que fosse possível depois explorá-las em peças de roupa.

A indicação destas sensações repercutiu diretamente sobre a forma e a silhueta das peças desenhadas. O corpo foi envolvido por roupas muito estruturadas e, como consequência, os aspectos de rigidez e aprisionamento foram realçados no primeiro caso. Para a outra coleção, os tecidos possibilitaram uma construção de modelagem em que se realçava a fluidez e o movimento da roupa, proporcionando um corpo mais livre.

Os tecidos se diferenciam por suas características de acabamento, visual ou técnico, originais de tecelagem. “Tecer significa passar fios que se entrecruzam em diversos sentidos, ou seja, verticalmente – o urdume – e horizontalmente – a trama” (CHATAIGNIER, 2006, p. 21). A partir deste cruzamento básico de fios são construídos os mais diversos tipos de tecidos conhecidos.

Eles podem ser classificados em cinco grupos que se dividem entre os comuns ou planos, as malhas, a malharia de urdume, os não tecidos e os tecidos especiais. Quanto às fibras, elas se apresentam separadas entre as naturais, de origem vegetal, animal ou mineral, e as químicas, subdivididas entre artificiais e sintéticas. Entre todas elas, uma das fibras naturais com maior utilização na fabricação de tecidos é o algodão (CHATAIGNIER, 2006).

É factível levar em conta essas particularidades, em meio a várias outras, no momento em que se opta por um tecido. Essas diferenciações se refletem diretamente sobre a sua aparência, seu toque e textura. Isso implica pensar sobre a maneira com que cada um é manuseado e também os processos de costura e beneficiamento na confecção de artigos do vestuário.

Processos como envelhecimento, alveamento ou tingimento, são opções com as quais um designer de moda pode trabalhar. Neste caso, o tecido

selecionado deve permitir a utilização de tais recursos, para que ele não seja danificado. Nestes acabamentos, “as texturas são as mais beneficiadas, pois além de serem visíveis, funcionam como sensações de contato” (CHATAIGNIER, 2006, p. 57). Ainda segundo a autora, “as texturas podem ser planas – muitas vezes quase uma superfície lisa e imperceptível aos olhos – e aquelas que se mostram com certos relevos, leves ou não, regulares ou acidentais” (*ibid*, p. 47).

Também com relação às texturas vale lembrar que elas podem ser obtidas por meio do uso de estampas, bordados, tricô, crochê, ou mesmo com a aplicação de aviamentos sobre o tecido. Estes recursos podem estar presentes no tecido lançado pela tecelagem ou podem ser aplicações feitas sobre a peça confeccionada.

Técnicas diferentes, de estamparia e bordado, foram utilizadas nas coleções citadas até este momento. Na primeira delas, “Olhar, Olhares”, a pesquisa buscava os efeitos de relevo na estamparia que se referiam aos pontos do alfabeto Braille. Dessa maneira, a técnica empregada permitia a aplicação de estampa emborrachada com altura média de três milímetros ou o uso do efeito de flocagem que proporcionava uma textura aveludada.

Na coleção seguinte, “Caleidoscópio” (ver p. xx), efeitos plastificados obtidos pela utilização de silicone incidiam sobre determinados espaços de destaque das estampas. Para esta coleção foi solicitado o desenvolvimento de uma sarja com aplicação de Teflon permitindo que o tecido mantivesse seu aspecto de origem, mas com a qualidade de impermeabilidade proporcionada por este agente químico.

Para a coleção “Religare” várias texturas foram propostas e elas uniam a estamparia com bordado, recorte à laser, aplicação de paetês sobre a estampa e bordado a mão. O resultado desta diversidade de técnicas foi conseguir na estamparia superfícies mais rígidas, estruturadas como foi a proposta da coleção.



Figura 2: Imagem de jaqueta da coleção “Olhar, Olhares” com o uso de direito e avesso. Fonte: Uranio 2003.



Figura 3: Imagens de detalhes de estampas da coleção “Religare”. Fonte: Uranio 2007.

Com a intenção de conhecer o resultado de uma estampa sobre diferentes suportes têxteis, na coleção “Identidades” foram eleitas técnicas diferentes que se repetiam sobre bases distintas. Dessa maneira, a cambraia de algodão, a tricoline, a viscose com elastano e a sarja de algodão foram usadas como base para identificar as possíveis texturas resultantes dos processos de estamparia.

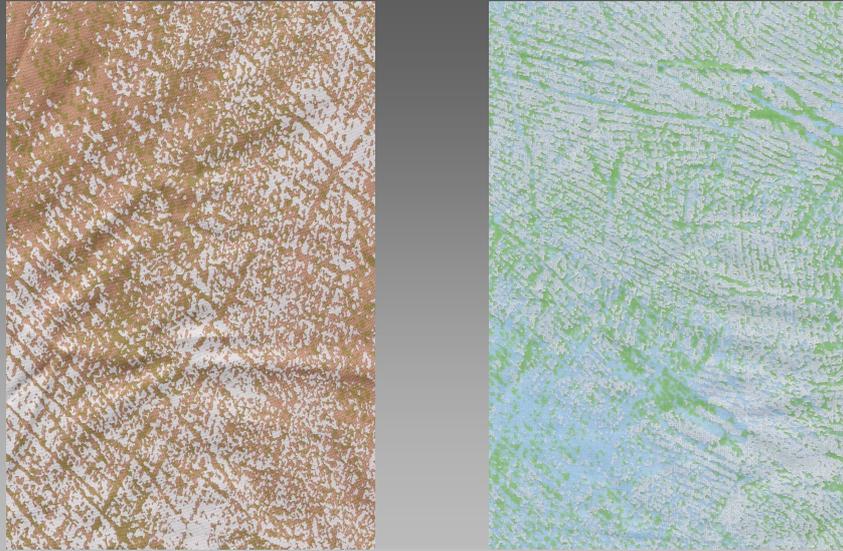


Figura 4: Imagens com amostras de variantes de cor da estampa “pele” da coleção “Identidades”. Fonte: Uranio 2007.

Acabamentos diferenciados podem ser solicitados pelo designer de moda diretamente à tecelagem. Os prazos precisam ser programados e respeitados para a adequação ideal entre os desenvolvimentos têxteis e os de confecção. DEBASA (jun. 2007) ainda complementa a respeito dessa orientação ao dizer que “quanto maior o caminho do produto nas etapas industriais, mais antecipada deve ser a informação” que o designer deve repassar à tecelagem afim de que sua proposta de um novo acabamento possa ser realizada.

A escolha por uma cartela de têxteis, com artigos pré-desenvolvidos para novos beneficiamentos, é feita tendo em vista a aplicação de acabamentos com a peça de roupa já confeccionada. Em geral estes são utilizados no segmento do jeanswear e principalmente sobre a sarja ou o denim. Atualmente, porém, também outras famílias de tecidos recebem acabamentos como tinturagem ou envelhecimento sobre as peças confeccionadas. Nestes casos, encontram-se tecidos de algodão como a tricoline ou a meia malha.

Os métodos de beneficiamento se diferenciam em função do tipo de tecido usado. Tecidos pesados como o denim ou as sarjas se submetem às técnicas

mais agressivas, diferente de malhas ou tricolines, em função de sua resistência.



Figura 5: Imagens com amostras de tecidos. A) Sarja. Para esta amostra foi usado jeans com lavagem stone washed; B) Tricoline maquinada com listas em relevo; C) Meia malha tingida e com efeito de envelhecimento. Fonte: Uranio (2007).

Na figura 8 acima são apresentados os resultados de tecidos que passaram por processo de tingimento e envelhecimento. Essas amostras referem-se ao processo de desenvolvimento da coleção “A Festa”, primavera-verão 2006/2007. Marcada por contrastes, ela trazia os tecidos desgastados pelos acabamentos de tinturaria e aqueles em que cor e brilho eram realçados. Outra característica dessa coleção é a utilização de efeitos de sobreposição, seja tecido sobre tecido como também tingimento e envelhecimento sobre estampa. Os resultados obtidos se relacionam diretamente sobre a gramatura e a construção dos tecidos, e modificam as texturas originais de cada matéria-prima.

Os procedimentos de beneficiamento, que podem ser previstos nas etapas iniciais do desenvolvimento do projeto, já indicam possíveis alterações que

devem ocorrer na estrutura do tecido como, por exemplo, encolhimento ou esgarçamento e, por conseguinte, afetam a silhueta da roupa.

O tipo de toque que se pretende com os beneficiamentos pode, em consonância com a pesquisa, ser apresentado nessas primeiras etapas. Foi dessa maneira que, nas coleções “Religare” e “Identidades”, tornou-se possível indicar alguns dos caimentos das peças.

Assim, para a primeira coleção, os aspectos de acabamento incluíam processos que mantinham os tecidos com características próximas das originais com um leve amaciamento e com estruturas mais rígidas. Na segunda, os tecidos foram amaciados em processos de lavanderia para atender as necessidades propostas.

Estas definições interferem na modelagem, uma outra etapa no projeto da coleção. O molde deve ser adequado a cada tipo de beneficiamento determinado, bem como no que diz respeito à mudança de tecido para uma mesma modelagem. Tecidos naturais e sintéticos podem reagir de formas diversas se a eles se aplicam um mesmo molde. “São infinitas as possibilidades formais, mas a conformação da vestimenta está atrelada à natureza dos materiais utilizados e às soluções estruturais que permitem, definindo o modo como se articulam ao redor do corpo” (SOUZA, 2006, p. 64).

2.3 O tato pelo têxtil

De maneira geral, um projeto se inicia, habitualmente, com o conhecimento das referências sugeridas para a estação, comumente chamadas de tendências, seguido pela apresentação de tecidos e cartelas de cores.

O gráfico da página 62 representa as etapas iniciais do processo de desenvolvimento, que acontece vinte e quatro meses antes do início da estação a qual as propostas são direcionadas.

Escritórios especializados em pesquisa de comportamento, ou bureaux como são chamados, apontam as primeiras informações sobre o que será usado. “As tendências de cores são objeto de estudos dos grandes fabricantes de corantes do mundo, que se organizam em grupos setoriais” (TREPTOW, 2003, p. 114). Os resultados das pesquisas são disponibilizados para a indústria química e a indústria de fiação, com o objetivo de direcionar os desenvolvimentos têxteis.



Em referência à cartela de cores, DEBASA (2007) comenta que, no Brasil, elas são “montadas em conjunto, voltadas ao mercado nacional ou internacional. São ações organizadas por órgãos como ABIT e CETIQT que convidam as empresas têxteis para unificarem, em consenso, uma cartela para a estação”. A partir desta definição geral em que são analisadas diversas fontes de pesquisa mundial, cabe “a cada indústria a adoção, parcial ou total, das

informações geradas (...) e cada empresa faz adaptações de cores para mercados mais específicos que atuam”.

O passo seguinte envolve a aplicação das informações para o desenvolvimento de novos produtos que atendam às necessidades das tecelagens no que diz respeito aos tingimentos e acabamentos de fios e tecidos.

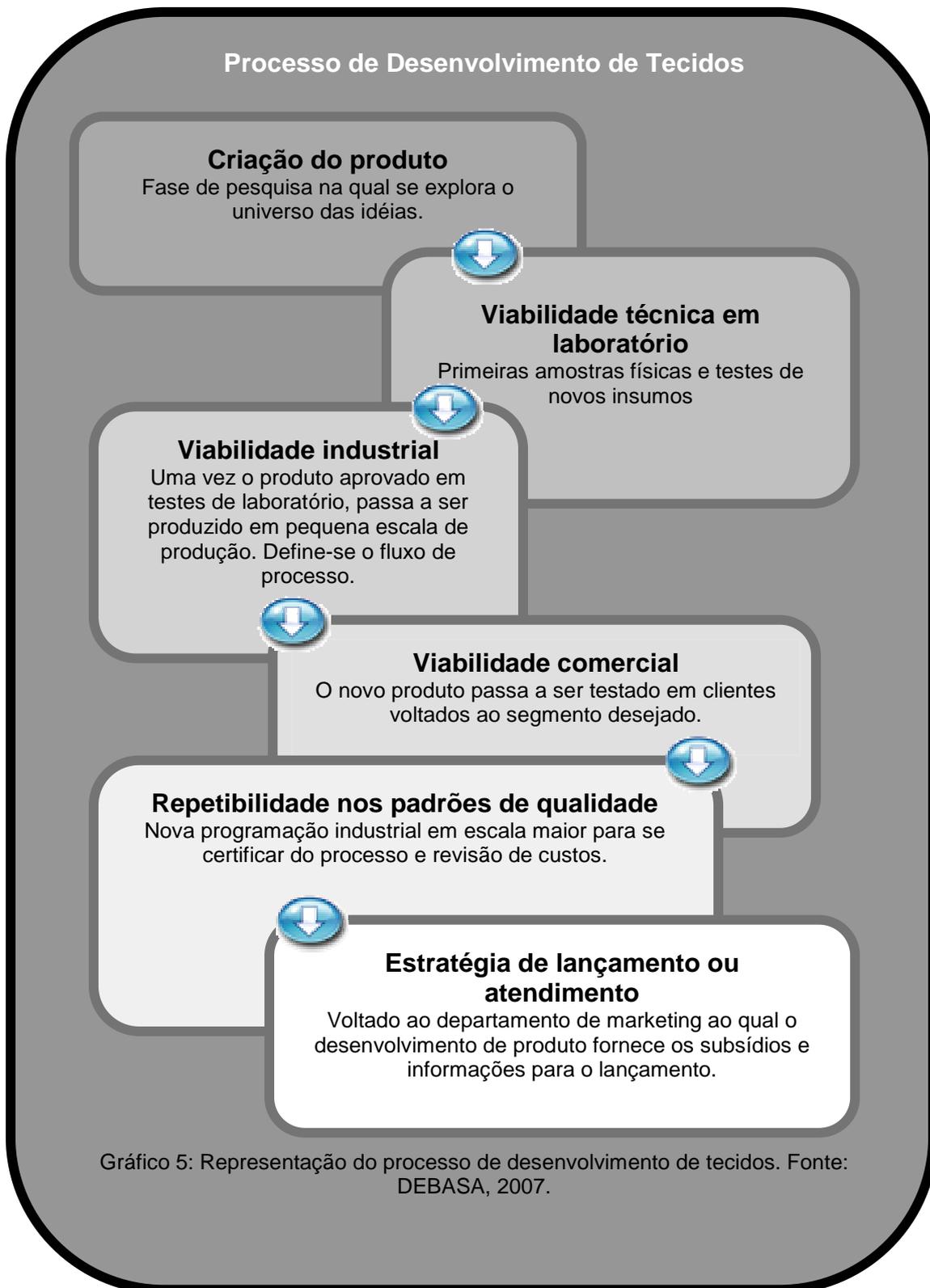
MENDES (2007) nos diz que “a apresentação de um novo produto é feita pela indústria química às tecelagens que confirmam a implantação deste produto no mercado”. Ela identifica dois caminhos possíveis para este processo:

o primeiro, parte dos *bureaux* para a indústria química e, em seguida, as tecelagens. O outro, dos *bureaux* seguem diretamente para as tecelagens, que solicitam os produtos químicos para a indústria química que os preparam e os entregam após a sua aprovação MENDES (2007).

Estes procedimentos não se destinam apenas ao desenvolvimento de novas cores. Ainda segundo MENDES (2007), “o tecido também é preparado com agentes químicos para poder receber um corante ou acabamento especial ou mesmo um toque diferenciado. Cada tecido tem um tipo de comportamento de acordo com a fibra, ou a mistura de fibras diferentes”. Os produtos aplicados aos tecidos podem lhe proporcionar opções para que sejam trabalhados outros beneficiamentos durante o desenvolvimento da coleção do vestuário como o uso de Teflon presente na coleção “Caleidoscópio” (ver p. 25).

“O toque é um dos principais valores de um produto têxtil. E por ser um valor sensível, ele pode ser avaliado de forma diferente por cada pessoa” (DEBASA, 2007), e um dos pontos que exigem maior pesquisa em seu desenvolvimento. Segundo DEBASA (*ibid*), na Horizonte Têxtil, empresa em que trabalha como designer têxtil, este processo, conhecido como “*Stage Gate*”, envolve etapas apresentadas no gráfico a seguir. Ela destaca a importância das etapas do processo no que diz respeito à qualidade, pois “todos os seis estágios descritos acima interferem na qualidade do tecido. Os estágios de qualidades físicas são os mais óbvios, como por exemplo, a repetibilidade industrial. A representação

gráfica a seguir descreve as etapas de desenvolvimento adotadas por DEBASA (2007):



Com relação ao processo de desenvolvimento, DEBASA (2007) nos revela que:

Vale observar que um novo produto pode ser considerado desde o desenvolvimento do fio e escolha da fibra até o acabamento final do tecido, mesmo quando este envolve trabalhos após a peça confeccionada (lavanderias industriais). Mas também um novo produto pode envolver apenas uma parte do processo, como por exemplo, um novo acabamento, uma nova estampa etc.

Estes procedimentos acontecem em relação a todos os tecidos da coleção e antecedem os lançamentos que, para o segmento do vestuário, ocorre, no caso do Brasil, em geral com uma antecedência aproximada de seis meses. Neste período, o designer de moda pode conhecer as coleções e indicar as suas opções para o projeto entre os tecidos lançados. Caso haja interesse, ele poderá solicitar opções ou alterações nos tecidos como, por exemplo, cor especial, a partir das cartelas propostas pelas tecelagens, de maneira à adequar o produto a sua coleção.

Na visão de DEBASA (*ibid*), com a participação de empresas nacionais em feiras e mercados globais, “o ritmo de lançamento foi sendo adaptado ao calendário de moda europeu e americano, mesmo tendo estações climáticas opostas aos países citados”. E, em função desta adaptação da indústria têxtil, “a indústria química está sendo forçada a estar mais ágil na preparação de seus produtos para atender à demanda” (MENDES, 2007).

Como já foi apontado por MENDES (2007) e DEBASA (2007), desde a preparação dos componentes químicos até o desenvolvimento de fibras e tecidos, os cuidados com relação ao toque são importantes e estão presentes.

2.4 O passo a passo da coleção: etapas do projeto

O início de um processo projetual pode acontecer independente de temas ou tendências. Sem querer dizer que este caminho esteja errado, a proposta aqui

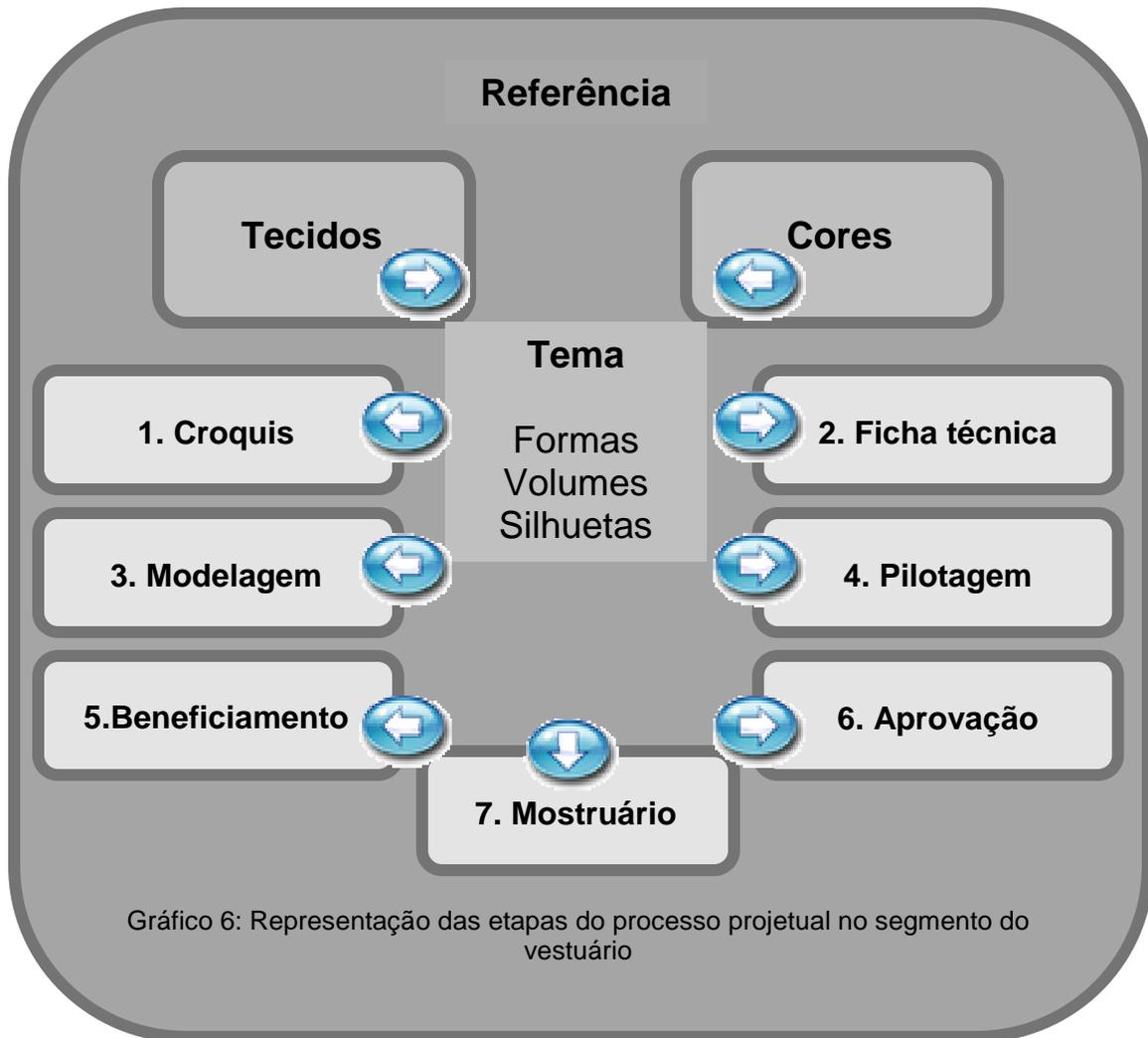
é contemplar novas possibilidades de desenvolvimento de um projeto. Neste contexto, a percepção tátil ocupa um espaço próprio no processo.

Em algum momento, e sob as mais diversas circunstâncias, é preciso pensar na silhueta que se pretende construir e nos tecidos que possibilitem a sua construção, pois, “como um dos elementos que compõem o desenho de indumentária, o tecido permite conformar a silhueta em torno do corpo” (SALTZMAN, 2004, p. 44). É importante pensar que “o tecido não é apenas uma somatória de fios ou fibras, mas a textura que estas fibras produzem” (BAITELLO JUNIOR, 1999, p.44), e a partir destas texturas podem ser abertos caminhos que incorporem ao projeto os aspectos relativos à sensorialidade.

É possível converter as propostas das tecelagens em relações táteis que orientem o projeto e, ao mesmo tempo, refletir sobre os lançamentos da nova tecnologia têxtil e suas relações com o corpo. Se a construção dos tecidos não altera sua estrutura de trama e urdume, com relação às fibras, abrem-se cada vez mais opções para misturá-las e, por conseguinte, obtêm-se novas texturas.

Se em outras épocas o corpo estava acostumado a receber sobre ele tecidos com fibras de algodão, linho ou seda (naturais), atualmente as novas pesquisas propõem tecidos sintéticos cujas texturas se assemelham e chegam mesmo a substituir os anteriores. “É a textura do tecido o elemento que sinaliza as sensações recebidas” (CHATAIGNER, 2006, p. 47).

Dessa maneira, o designer de moda precisa estar consciente de suas escolhas com relação à cartela de tecidos que pretende usar na coleção. Como comenta CHATAIGNER (*ibid.*), “a textura (têxtil) pode ser entendida como (...) um processo por termofixação que dá volume aos fios e confere características de maciez e tem o objetivo de fornecer ao fio tecido um contato melhor com a pele do usuário e ainda uma aparência agradável”. Este cuidado inicial pode ser fundamental para os momentos a seguir. Uma tentativa de visualizar este processo segue abaixo:



Diferentes texturas foram propostas na coleção “Olhar, Olhares” (ver p. 18). Elas seguiam famílias de fibras, como por exemplo, algodão, poliamida, viscose que, por sua vez apresentavam texturas distintas em função dos acabamentos têxteis. Em alguns tecidos foram efetuados beneficiamentos em lavanderia com o intuito de tornar o toque mais macio. Um dos objetivos deste recurso foi propor ao usuário a possibilidade de experimentar diversos toques, a partir de uma só base de fibra.

Com as escolhas feitas, o processo continua pelos setores responsáveis pela modelagem, seguido pelo de pilotagem e, quando necessário, a peça é encaminhada para beneficiamentos até a aprovação final de cada modelo. Cada uma das etapas expostas pode incorporar uma nova proposta, a partir da observação dos aspectos, ou referências, sensoriais relativas às propriedades

táteis das matérias-primas utilizadas na confecção das peças de roupa, bem como dos aviamentos e beneficiamentos propostos.

Ainda em relação à mesma coleção, esse panorama foi observado tendo em vista as necessidades dos portadores de deficiência visual, visão subnormal ou ausência total de visão e suas relações com as roupas. Como proposta principal para essa coleção havia a necessidade de instigar os sentidos a uma criação imaginária de formas, texturas, cheiros e gostos; tecer, pela união e pela conjugação dos sentidos, uma imagem resultante. Tato com o olfato ou a audição com o paladar ou qualquer das variantes possíveis entre eles, independente do resultado, como forma de apresentar a moda às pessoas não videntes, acrescentando, naturalmente, conhecimento àquelas que podem ver.

2.5 Primeiros passos

Ao falar do processo projetual, proponho refletir sobre sua etapa inicial por considerá-la essencial em relação à escolha das matérias-primas, aviamentos e possíveis beneficiamentos que serão utilizados.

A seleção destes itens é capaz de determinar as características das peças como, por exemplo, forma, silhueta, flexibilidade ou acabamento. Muitos fatores são importantes no que diz respeito à aparência final de um tecido. É necessário considerá-los desde o momento da escolha das matérias-primas, com o propósito de adequar cada peça de roupa às características têxteis apresentadas.

O tratamento de acabamento de um tecido é extremamente importante, e os produtores de fibras e tecidos têm investido em pesquisa e desenvolvimento nesta área. (...) Os acabamentos são extremamente versáteis e podem estar presentes em diferentes etapas do desenvolvimento têxtil (CLARKE e O'MAHONY, 2007, p. 76)

Os procedimentos de beneficiamento dos tecidos merecem atenção, pois estabelecem uma relação direta com a maneira como a roupa cai sobre o corpo do usuário, o que pode afetar seu conforto. “Ao se pensar na estrutura e configuração do material têxtil sobre o corpo, a sustentação é relevante” (SOUZA, 2006, p. 69). Peças do vestuário que se submetem aos processos de lavanderia precisam ter a modelagem adequada para este propósito. O encolhimento do tecido pode ser responsável pela inadequação da peça de roupa ao corpo do usuário.

Alguns desses processos de beneficiamento podem até mesmo chegar a interferir na estrutura original do tecido. A aplicação de uma película como o *foil*, de aspecto metálico, gera na superfície de um tecido, por exemplo, de poliéster, um novo toque, por torná-lo mais rígido e encorpado, e modifica-o também visualmente. O mesmo acontece com tecidos emborrachados ou plastificados. Estes processos podem ser aplicados sobre a matéria-prima em peça, ou sobre uma parte da roupa como um recurso de estamparia. Mais de uma técnica de beneficiamento pode ser aplicada sobre o tecido, reconfigurando seu aspecto inicial.

A estamparia como um dos beneficiamentos a qualificar um tecido, pode promover interferência nas relações de peso ou caimento.

A coleção “Graffiti”, primavera-verão 2005/2006, trouxe o graffiti das ruas para a roupa. Baseada no trabalho dos *stickers*, sua proposta reproduzia sobre o tecido as colagens encontradas nas paredes e postes da cidade de São Paulo. Como ocorre neste segmento do *graffiti*, a concepção das estampas, criadas por um grafiteiro, parte da idéia de sobreposição, de acúmulo. Desse modo, sobre um fundo com estampa corrida (jornais em patchwork) outros desenhos foram estampados, ou ainda, tecidos com motivos variados estampados eram aplicados ou costurados sobre a roupa. Em certos casos o excesso de tecido e estampa alterava o toque tanto do tecido quanto da tinta. A aerografia também foi utilizada sobre a estampa serigrafada. Além da questão tátil esse trabalho alternava as sensações entre pesado e leve no que diz respeito ao aspecto visual, em função dos resultados obtidos nas peças da coleção.

Diversas técnicas podem ser empregadas pelo designer para a estampa corrida e principalmente com relação às estampas localizadas e que podem alterar o aspecto original de um tecido como os efeitos de relevo que, como explicam CLARKE e O'MAHONY (2005, p. 85),

é um método popular de criação de padronagens e texturas em tecidos estampados. Esta técnica permite criar efeitos sutis e delicados ou óbvias superfícies de interesse com alto relevo. Belos visuais e qualidades táteis podem ser conseguidos com o uso de variadas técnicas de tingimento e impressão.

Atualmente, a tecnologia existente na área têxtil permite não apenas pensar nas possibilidades de sobreposição de tintas, resinas ou pigmentos nos tecidos, mas também nos efeitos causados por meio da estampa à laser, que em lugar de adicionar, retira partes do tecido, recortando-o, vazando-o ou até mesmo criando efeitos de traços abertos por um estilete. Seu resultado pode variar de acordo com a fibra do tecido. Em tecidos sintéticos a técnica do corte à laser é capaz de impedir o desfiado das fibras. Em tecidos naturais como o algodão, após o corte as fibras podem se abrir e obter um efeito peletizado.

Em ambos os casos, alteram-se, com essa técnica, a estrutura final dos tecidos, e tal fato pode comprometer o resultado final da peça pronta ou, em contraponto, pode agregar uma característica à roupa.

Outro fator a ser considerado, tanto em relação aos tecidos acabados em tecelagem, quanto àqueles que recebem beneficiamentos durante o processo de confecção da roupa, refere-se ao caimento, pois como narra CHATAIGNIER (2006, p. 65),

Como o nome sugere, o caimento, que também pode ser denominado queda, pode ser definido como o grau maior ou menor de flexibilidade ou consistência que o tecido, ou peça confeccionada, ou ainda parte da mesma, apresenta em termos de maleabilidade. Esta maleabilidade ou flexibilidade é que o faz cair ou apoiar-se sobre o corpo com elegância, especialmente no sentido vertical.

O caimento dos tecidos foi um ponto importante para a coleção “Identidades”, pois, como contraponto da coleção anterior, os tecidos deviam ser maleáveis e proporcionar conforto ao personagem. Tecidos de malha ou planos apresentavam composição de suas fibras com elastano com o objetivo de proporcionar mais elasticidade às peças, mesmo não estando justas ao corpo. Em função de seu peso, ou gramatura, um tecido terá alterada a sua queda. Nesta questão, os tecidos se classificam entre os finos e leves, finos e médios, médios e, por fim, pesados (CHATAIGNIER, 2006). Mais uma vez é importante determinar o tipo de sensação que é possível causar no corpo do usuário cada uma dessas distinções. Há um entrelaçamento de informações que podem passar pelos aspectos da sensorialidade, apreciadas a partir das qualidades dos tecidos empregados no desenvolvimento da coleção.

Para a coleção “Religare”, às sensações propostas foi somada uma pesquisa adicional referente aos pontos de apoio da roupa sobre o corpo. Cabeça, ombros, tórax e costas determinam os pontos de sustentação dos tecidos neste projeto. Com esta concepção o estudo da coleção seguiu para a indicação dos tecidos e das formas. O capuz aparece como elemento complementar e é incorporado, além de camisetas e moletons, às jaquetas e à linha de alfaiataria. Os ombros ganham maior dimensão e, por conseguinte, seu volume altera a estrutura das peças e também os apoios de tórax e costas, modificando o caimento dos tecidos. A partir destas indicações, os tecidos passam a conferir looks austeros à coleção e determinam seu tema e também a pesquisa de estamparia com motivos que se referenciam na arquitetura de templos e igrejas, com destaque para as imagens do bestiário medieval.

A aplicação de aviamentos costurados sobre o tecido, bordados, apliques plásticos ou metálicos, entre outras possibilidades, merecem ser lembrados como alternativas a serem empregadas na confecção das peças de vestuário. Eles podem estar presentes nos tecidos originários das tecelagens ou surgirem como propostas do designer de moda para a coleção.

Seja no primeiro ou no segundo caso, a escolha por esses tecidos ou pela possibilidade de aplicação de passamanarias, galões ou componentes, é uma

atitude que, em geral, pertence às etapas iniciais do processo projetual, ou seja, ela se relaciona ao momento da seleção de matérias-primas ou àquele da criação dos desenhos.

Esses recursos utilizados em momentos da moda no passado ornamentaram tanto o vestuário feminino quanto o masculino. De certa maneira abandonados pela moda masculina, eles são recuperados na contemporaneidade e amplamente empregados na confecção de vários itens do guarda-roupa do homem atual.

Nessa reflexão sobre a etapa inicial do desenvolvimento do projeto de coleção no segmento do vestuário foram apontados os seguintes dados:

O designer de moda pode optar por criar a coleção a partir de grupos de peças, ou famílias, coordenáveis entre si, mas, ao mesmo tempo, independentes umas das outras e, cada grupo, ou família, pode ser elaborado a partir de referências distintas como uma textura, uma cor ou uma sensação, por exemplo.

É importante pensar sobre as qualidades do tecido e o que cada tipo pode oferecer.

Textura e armação são as bases classificatórias dos tecidos. Sobre elas o designer precisa estar atento, pois a partir destas indicações ele irá construir as peças de sua coleção.

Nem todos os tecidos de uma mesma coleção apresentam características táteis iguais e capazes de promover a mesma sensação, e a matéria-prima empregada pode conduzir o trabalho por diversas direções.

Com os novos desenvolvimentos tecnológicos não é necessário pensar no peso dos tecidos simplesmente, pois através de avançadas tecnologias é possível substituir, por exemplo, tecidos destinados a aquecer o corpo por outros que apresentem as mesmas características funcionais.

Algumas referências visuais dos tecidos podem ser descritas tendo o tato como parâmetro. Os tecidos se diferenciam

por suas características de acabamento, visual ou técnico, originais de tecelagem e podem ser classificados em cinco grupos que se dividem entre os comuns ou planos, as malhas, a malharia de urdume, os não tecidos e os tecidos especiais.

Além de seu aspecto original de fábrica, os tecidos podem apresentar novas texturas a partir de processos de beneficiamento como envelhecimento ou tingimento e elas podem, também, ser obtidas por meio do uso de estampas, bordados, tricô ou crochê, ou mesmo com a aplicação de aviamentos sobre o tecido.

A escolha por uma cartela de têxteis, com artigos pré-desenvolvidos para novos beneficiamentos, é feita tendo em vista a aplicação de acabamentos com a peça de roupa já confeccionada. Caso o designer deseje um efeito especial para o tecido ele deve solicitar, com antecedência, este desenvolvimento à tecelagem.

Todos os beneficiamentos propostos para os tecidos devem ser vistos com atenção, pois podem interferir na modelagem e na confecção da peça piloto, e afetar o conforto do usuário. Os métodos de beneficiamento se diferenciam, e podem apresentar resultados distintos, em função do tipo de tecido usado.

O tipo de toque que se pretende com os beneficiamentos pode, em consonância com a pesquisa, ser proposto nas primeiras etapas.

Em função de seu peso, ou gramatura, um tecido terá alterada a sua queda. Nesta questão, os tecidos se classificam entre os finos e leves, finos e médios, médios e, por fim, pesados.

A estamparia é mais um dos beneficiamentos a qualificar um tecido, que pode promover interferência em suas relações de peso ou caimento, ou ainda na questão do resultado final do toque do mesmo.

O emprego de todos os recursos citados pode ser determinado nas etapas que antecedem os processos de

modelagem ou pilotagem. Com esta possibilidade o projeto passa a ser capaz de dimensionar as questões relativas à tangibilidade que a peça confeccionada pode gerar sobre o corpo do usuário.

3. Design de moda: projetos experimentais

3.1 Projetando pelo tato: “Olhar, Olhares”, o ponto de partida

Após muitos anos de atuação como designer, somente quando, em junho de 2002, comecei a definir o tema para o inverno 2003 foi possível começar a perceber outras possibilidades para desenvolver um projeto em design de moda. Pensar sobre os sentidos sensoriais foi a primeira idéia a me mover. Optei por eleger um deles como guia e a escolha recaiu sobre a visão. Verdadeiramente, não era a visão que me interessava, mas a sua falta: a cegueira.

A cegueira era portadora de uma imagem inicial, ou melhor, uma conexão que me levava à futura estação, o inverno, momento em que, ao contrário do verão iluminado, expansivo, quente, suas referências remetem para o interior, o recolhimento, a meditação, o frio.

Dessa maneira inicia-se o delineamento do estudo para o que viria a ser a coleção “Olhar, Olhares” cujo desenvolvimento passa a direcionar os futuros projetos. Primeiramente, foram feitas entrevistas com pessoas portadoras de deficiência visual, e delas me interessava saber o que representavam a moda, as roupas, a indumentária em suas vidas. Como se constrói este universo tão particular que nós, videntes, não percebemos da mesma maneira?

Realizada por meio de entrevistas semi-estruturadas, elas não se restringiam a pessoas que foram contatadas para esta ação. Além dessas, foi possível conversar com deficientes visuais em situações cotidianas como viagens de metrô, filas de banco ou mesmo nas ruas, em momentos em que elas se encontravam menos comprometidas com a formalidade de uma entrevista.

Com relação ao vestuário, se as texturas de tecidos são habilmente identificadas por um não vidente, eu me surpreendia com suas definições em relação às cores, pois o raciocínio estabelecido por eles não correspondia à maneira de aprendizagem tradicional.

O modo de percepção da cor por parte de alguns entrevistados daquele estudo passa a indicar um caminho para o desenvolvimento de coleções, a partir da possibilidade de explorar as sensações como condutores do projeto. Abria-se um novo repertório, aquilo que efetivamente mobilizamos em nossa produção de linguagem (MELO, 2005), que passa por um amplo universo de informações socioculturais a ser investigado.

Dois casos merecem destaque e exemplificam esta nova conduta. O primeiro refere-se à cor rosa, preferida de uma entrevistada, que havia nascido cega. Apesar do conhecimento de que as rosas têm várias cores, seu perfume que é muito agradável para ela, transfere-se para o nome da cor de sua preferência. Em outro caso a cor marrom foi definida pelo tato, que estabelece uma relação de força para o entrevistado e é dessa maneira ele gosta de ser visto.

Os significados comunicados pela percepção sensorial, seja o olfato, seja o tato, são, para estas duas pessoas, mais expressivos do que aqueles que podemos apreender por meio da visão. CIDREIRA (2005, p. 13) comenta que “nada mais arraigado em nossa própria cultura do que o ‘ato de vestir’ o corpo e, no entanto, sequer damos muita atenção ao que o vestuário nos impõe e propicia”. Pesquisar o tato e as sensações que ele pode provocar define, desde então, o processo projetual de minhas coleções.

Neste estudo, apresento as coleções realizadas desde o outono-inverno de 2003. Como será possível perceber, ocorre uma continuidade de pesquisa entre algumas coleções com a intenção de explorar determinados aspectos que apenas um projeto não consegue abarcar.

Essa atitude mostra-se como uma outra opção de desenvolvimento de coleções. Habitualmente, parece que, a cada projeto, o designer de moda deve recomeçar um processo de trabalho, como se nele fossem esgotadas todas as possibilidades. Ao determinar o sentido do tato como um vetor de todas elas, foi possível propor desdobramentos de uma proposta de forma seqüencial, acontecendo em três ou mais projetos. Os focos de interesse ficam evidentes em cada sucessão de trabalho. Dessa maneira, sem deixar de dar atenção às

qualidades táteis das matérias-primas empregadas, os diferenciais de acabamento ou beneficiamento, de tecido ou peça de roupa acabada passam a identificar os grupos de coleções. Estamparia, lavanderia, processos de tingimento, tecidos artesanais, aplicação de aviamentos e bordados são recursos empregados nas coleções que surgem em função dos objetivos de cada estudo de projeto.

Todas essas variantes de recursos empregados conectam-se à silhueta, à forma da roupa e à maneira proposta para vestir o corpo do personagem a cada momento. “Se todas as disciplinas do design giram em torno do corpo, no caso da indumentária o corpo resulta ser a estrutura base do objeto que se projeta”, comenta SALTZMAN (2005, p.10), e a partir disso identifico esta via dupla que avança por meio do projeto desenvolvido e retorna pelo contato da roupa sobre o corpo.

3.1.1 Entre o toque e o olhar: a coleção

A partir da coleção “Olhar, Olhares” todos os projetos visam ampliar o entendimento das relações e sensações provocadas pelo contato entre tecido/roupa e pele/corpo. Nelas, não se identificam apenas a textura, ou o resultado do toque, mas também o que o tecido pode trazer como referências para a coleção. Eles falam a respeito de suas qualidades e dessa maneira levam-nas para o corpo do usuário e lhe conferem uma posição social. “As denominações dadas a muitos tecidos (...) acrescentam informações a eles pertinentes que, dessa forma, desvendam modos de viver e aspectos socioculturais de povos os mais diversos” (CHATAIGNIER, 2006, p. 95).

Por este motivo, ao fazer a escolha de tecidos dessa coleção, foi importante observar o personagem e perceber suas opções entre os diferentes tecidos disponíveis. Além do interesse em diversificar as texturas foi importante identificar também a qualidade das bases têxteis selecionadas.

Nessa coleção, a cartela têxtil apresentava uma grande variedade de texturas originais, ou seja, os tecidos não passaram por processos de lavanderia como

recurso de beneficiamento. O contato dos tecidos sobre o corpo é sentido como proposto pelos designers têxteis. Por se tratar de uma coleção para o outono-inverno, diferentes pesos foram usados, desde a sarja 12oz até a cambraia, e sem distinção de fibras, ou seja, do algodão ao poliéster, da viscose à poliamida, em composições mistas ou com a presença de fibra única.

Na estamparia, a exemplo do alfabeto Braille, os relevos se destacavam. Com uma técnica especial foi possível reproduzir os pontos do alfabeto em estampas e também criar uma etiqueta que identificasse a cor do tecido usado nas peças. Este processo foi acompanhado por uma revisora brailista deficiente visual da Fundação Dorina Nowill, que fez a correção ortográfica e também ajudou a dimensionar a altura adequada dos pontos para uma leitura perfeita. Em função de pouca durabilidade, devido ao aquecimento do ferro de passar, estas etiquetas foram posteriormente substituídas por outras em borracha que apresentam maior resistência ao calor.

A exploração de direito e avesso definiu o trabalho de formas e usabilidade na medida em que os dois lados da roupa se apresentavam como opção para o usuário, fosse ele vidente ou não vidente.

Cada etapa da coleção foi projetada em função do personagem deficiente visual, e ao mesmo tempo o usuário vidente. Ao avaliar os resultados desse projeto, percebe-se uma resposta bastante favorável dada por este último. A maneira como a coleção foi elaborada ofereceu também ao vidente uma nova forma de sentir sobre o corpo uma peça de roupa.



Figura 6: Imagens da coleção “Olhar, Olhares”, outono-inverno 2003. A) sobreposição de malhas na manga; B) Estampa de listas em relevo; C) o avesso da peça é usado como direito. Fonte: Uranio. Olhar, Olhares. 2003. fotografia, il., color. Coleção particular.

As informações resultantes após aquele estudo foram trazidas para essa primeira coleção, não em sua totalidade, possibilitando, dessa maneira, novas abordagens nos outros projetos. Em seguida ao seu lançamento e em decorrência de seus resultados, ficou claro que ali se abria um campo a ser cuidadosamente investigado.

3.2 Projetos de transição

Em continuidade a esse primeiro processo, vieram as coleções “Safári urbano” e “Caleidoscópio”, com mais destaque ainda para as estampas. Além da técnica de relevo já explorada, outras texturas são conjugadas aos tecidos e criam efeitos plastificados e emborrachados.

Foram importantes os testes realizados na estamparia para determinar os efeitos desejados para as coleções. São experiências necessárias quando se busca diferenciar um produto de moda a partir das técnicas serigráficas. As texturas lisa e áspera foram usadas, separadamente ou em contraste uma com outra, e buscavam mostrar as estampas visual e tatilmente. Conforme esclarece SALTZMAN (2004, p. 45), “a textura está ligada tanto ao sentido do

tato quanto ao da visão: pode ser criada por efeitos visuais ou efetivamente táteis”.

A cartela têxtil foi reduzida, pois, nesses projetos, foram importantes os resultados dos beneficiamentos em serigrafia que também pontua a coleção para a primavera-verão 2004/2005, em que aparecem as técnicas de *foil* (metalizados) e gel, que conferem mais brilho, ora aplicados sobre a tinta da estampa, ora diretamente sobre o tecido.



Figuras 7a; 7b: Imagens de desfile da coleção “Safári urbano”, realizado em Fortaleza, durante o Dragão Fashion, Outubro de 2003. Fonte: Uranio. Safári Urbano. 2003. fotografia, il. Color. Coleção particular.

Uso de direito e avesso na confecção das peças continua, e a mistura de malhas propõe sobreposições ou o contato da pele com malhas diferentes ao mesmo tempo. Estes recursos voltam a ser usados em outras coleções. “Safári urbano”, nome da coleção, refere-se à dificuldade enfrentada por deficientes visuais para transitar pelas ruas das cidades. Muitos são os obstáculos enfrentados por eles como os telefones públicos, grades de jardim, bueiros abertos, que viraram motivos gráficos usados nas estampas. A necessidade de alertas foi sugerida pela cartela de cores vivas e fluorescentes para as peças

das partes superiores, que destacavam as estampas em relevo, em contraste com cores calmas para as partes inferiores.

A coleção “Caleidoscópio” já citada acima (ver p. 25) fecha a primeira fase de projetos realizados desde os estudos iniciais em relação ao comportamento dos deficientes visuais e a moda e vestuário. Durante esse período, foi importante observar os usuários videntes e suas respostas às propostas apresentadas. Todos eram informados sobre os projetos e suas características. A cada coleção surgia, por parte desses usuários, um interesse em conhecer melhor os tecidos usados bem como sobre a tecnologia empregada no desenvolvimento das peças.

Esse tipo de atitude foi importante no processo de evolução dos estudos e desta maneira possibilitou a abertura para a investigação por outros caminhos. Ficou claro que não apenas para os deficientes visuais são necessários cuidados com relação à informação sobre os produtos, mas que eles devem ser estendidos também aos videntes, dispostos a solicitar novas propostas.



Figura 8: Imagens de desfile da coleção “Tramas”, realizado em Fortaleza, durante o Dragão Fashion, abril de 2005. A) Jaqueta em tear manual e camiseta com estampa *ikat*; B) Colete em tear manual; C e D) O avesso do tecido é usado como lado direito no casaco [C] e na calça [D]. Fonte: Uranio. Tramas. 2005. fotografia, il. Color. Coleção particular.

O começo de um novo trabalho instiga novas investigações. Para a coleção “Tramas”, outono-inverno 2005, o foco do projeto recai sobre os tecidos e suas texturas. Nela são desenvolvidos tecidos em tear manual que são trabalhados junto aos tecidos industriais, planos e de malha. Após quatro coleções voltadas para os desenvolvimentos em estamparia, nessa, o destaque é a matéria-prima.

Algodão e poliamida foram os fios determinados para a criação dos tecidos artesanais e também faziam as bases dos industriais. Movimento e flexibilidade foram as características exploradas neste projeto. Tecidos opacos e com brilho foram usados em contraste, bem como o fio elastano proporcionando elasticidade e conforto à roupa. Direito e avesso continuam a ser usados, porém com conotação diferente. Aqui eles determinam partes do corpo, delimitam articulações entre tronco e braço, coxa e perna, ou entre frente e costas.

Na confecção das peças os zíperes ficam aparentes, costuras são expostas pelo lado direito e os aviamentos definem detalhes de bolsos, palas ou recortes. São importantes os aspectos de lavanderia que conferem mais maciez aos tecidos bem como provocam desgastes.

Todos os elementos empregados na confecção das peças apresentam uma pluralidade de texturas ainda não explorada. O toque rústico proporcionado pelos teares manuais convive com os metais de botões e demais aviamentos. Tecido de algodão de aspecto empapelado soma-se às malhas em poliamida. Pelo tato, percebe-se a diferença de temperatura das matérias-primas. O contato com as peças da coleção permite uma experiência sensorial com diferenciadas percepções. Os horizontes de pesquisa se abrem e favorecem o investimento em novos rumos.

Os projetos até aqui apresentados apóiam-se no tato e na visão, nesta ordem. O tato determina texturas, a maleabilidade dos tecidos, as técnicas de estamparia, os efeitos de lavanderia. Por meio da identificação destas

características foi possível indicar as formas e silhuetas da coleção, desenhar as estampas, escolher as cores, promover sensações para o corpo do usuário.

MONTAGU (1988) comenta que podemos nos sentir emocionalmente mobilizados ao sermos tocados, e é possível ter esta emoção no contato com uma peça de roupa, quando uma sensação tátil emociona e as mãos podem ser guias através de um caminho sensório.

Pelas mãos, aprecia-se a forma, o volume ou a textura de objetos. Não apenas o tecido ou a roupa confeccionada, e uma roupa não pode resultar apenas em forma, volume e cor, pois inúmeros recursos podem ser usados para desenvolver um projeto em design de moda que fomente possibilidades para que a percepção do objeto, a peça de roupa, seja considerada, desenhada e sentida em seus detalhes. A visão, apenas ela, não consegue exprimir todas as intenções presentes na roupa ou coleção. DIDI-HUBERMAN (1998, p. 77) diz que:

o ato de ver não é o ato de uma máquina de perceber o real enquanto composto de evidências tautológicas. O ato de dar a ver não é o ato de dar evidências visíveis a pares de olhos que se apoderam unilateralmente do “dom visual” para se satisfazer unilateralmente com ele.

Dessa maneira, apoiar-me exclusivamente na visão para projetar uma coleção, vale dizer, é subestimar os demais sentidos, e principalmente o tato.

Nas três coleções seguintes, porém, optei por uma inversão de caminho. Baseadas na imagem dos clichês tipográficos, do trabalho dos *stickers* e em fotografias, em cada uma, minha intenção foi a de transpor estas referências iconográficas para os tecidos das coleções.

3.2.1 Interferências urbanas

Após cinco coleções realizadas desde as entrevistas com os deficientes visuais, senti a necessidade de experimentar mais um novo direcionamento de

ações em um projeto. Se até então o tato como sentido sensorial norteava o processo projetual, defini como etapa preliminar a busca de imagens que pudessem ser deslocadas de seu suporte original e, nos casos a seguir, o papel ou paredes dos espaços urbanos, para o tecido da roupa. A cidade, como uma pele gravada de desenhos, serviu de base para esse novo estudo.

Projetos em design podem e merecem ser flexíveis em relação às etapas de seu desenvolvimento. Surpresas podem ocorrer durante o processo projetual que façam necessárias adequações por parte do designer. “Realizar ajustes na proposta apresentada não representa em absoluto falha do designer, mas é parte integrante do processo de elaboração de qualquer projeto” (MELO, 2005, p. 77).

A primeira das coleções dessa nova fase, “(des)Construindo H”, partia de imagens gráficas presentes em peças de divulgação de eventos em que apareciam identificadas com antigos clichês tipográficos. Este tipo de material, conhecido como *flyer*, é usualmente distribuído na entrada de espaços culturais, danceterias ou cinemas. A colagem de diferentes figuras é um recurso empregado em sua criação. E este foi o ponto de partida.

A proposta de uma colagem se estabelece como indicação para as imagens das estampas, desdobra-se na seleção e composição da cartela têxtil, e, por conseguinte nas formas das peças da coleção. O conceito de construção e desconstrução, que sugere o nome da coleção, apresenta-se na elaboração dos desenhos. Tecidos estampados à laser sobrepõem outros tecidos e revelam novas imagens. A transparência de malhas é um recurso empregado para a complementação dos desenhos que aparecem em fragmentos e se unem em novas imagens.

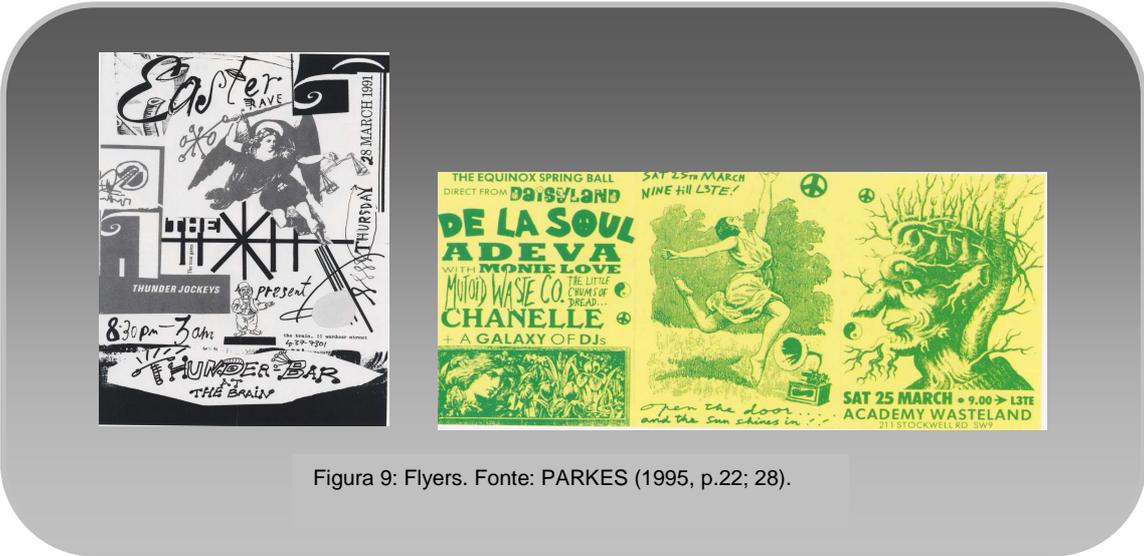


Figura 9: Flyers. Fonte: PARKES (1995, p.22; 28).

Nessa coleção, malhas e tecidos justapostos em uma só peça produzem diversas sensações táteis sobre o corpo do usuário. Em função de sobreposições de materiais, algumas peças da coleção apresentam texturas diferentes entre a que está em contato com a pele e a que se conecta com o exterior. Aqui, direito e avesso são trabalhados para gerar toques variados e uma nova forma de percepção tátil. “A relação interior-exterior oferece a possibilidade de aprofundar na qualidade bidimensional do tecido e nos recursos de sobreposição” (SALTZMAN, 2004, p. 104).

Aberturas, fendas, alças foram trabalhadas nas peças exteriores (jaquetas, paletós, sobretudo) para que permitissem a visualização das peças interiores (camisetas, camisas) ou de abrigo intermediário (coletes, moletons). O efeito de sobreposição entre peças possibilitava um outro tipo de colagem.

Nessa coleção foi formada uma equipe que passou a trabalhar em conjunto o conceito a partir do momento da implantação do projeto. Inicialmente foram chamados os designers gráfico e de estamperia, possibilitando elaborar as concepções de linguagem tátil e visual. Na seqüência entraram para a equipe o *stylist*, o fotógrafo e o *videomaker* na etapa em que as peças da coleção

começavam a ser aprovadas. O trabalho com outros profissionais foi importante e, desde então, uma equipe é montada. Com esta formação é possível levar ao usuário uma somatória de dados que promovam melhor recepção da coleção.



Começava a se detectar a preocupação em aproximar os referenciais de promoção de tangibilidade dos recursos usados no design das peças do resultado obtido pela fotografia e pelo vídeo. Neste ensaio, optou-se por fotografar em estúdio para permitir maior proximidade com os detalhes da roupa sem a interferência de outros elementos. Apenas o modelo no espaço em branco.

Como seqüência desse projeto, foi elaborada a coleção “Graffiti”. Dessa vez, as referências eram provenientes dos trabalhos de *stickers* e grafiteiros presentes em paredes, postes, viadutos, calçadas da cidade de São Paulo. Uma característica que distingue o trabalho dos grafiteiros em relação ao dos *stickers* é que estes desenhavam, primeiramente, sobre o papel para depois colarem-no sobre paredes e outras peças do mobiliário urbano.

Esta diferenciação serviu como base para o desenvolvimento da coleção. Tecidos leves foram importantes na cartela têxtil, pois o trabalho de estampas levou em conta o processo usado pelos *stickers*, que teve sua adaptação para uma coleção de primavera-verão. As imagens também serviram como subsídios para a seleção de tecidos, e assim propiciaram a identificação das qualidades táteis de outros materiais que foram empregados na coleção.

As texturas de paredes e do papel, os aspectos de tinta escorrida, além das camadas de colagens sobre os muros da cidade foram observados com a finalidade de fazer a transposição destes elementos para o tecido. Um *sticker* foi convidado para trabalhar em conjunto as imagens usadas na estamparia. Nela, às técnicas empregadas nas coleções anteriores foi acrescida a aerografia em substituição ao spray dos grafiteiros. A roupa foi dimensionada como uma cartografia em que a associação de imagens, as marcas da cidade dialogavam com marcas corporais como escarificações. Como um traçado de ruas a roupa se dividia em linhas que demarcavam áreas do corpo.

Do tato à visão ou desta perfazendo o caminho inverso, foi possível direcionar os processos para o desenvolvimento das coleções. Em qualquer dos casos o fator principal a ser observado refere-se ao resultado da soma entre estampas e tecidos e de que maneira eles poderiam construir as formas da coleção. SALTZMAN (2005, p.14) nos diz que “para fora (o tecido) constrói forma, volume, silhueta, transformando a anatomia, e para dentro configura espacialidade, habitat, um mundo de percepção que se antepõe às relações sucessivas com os outros espaços e os outros corpos”.

Nesse projeto, o personagem veste referenciais da cidade. Mais do que um habitante que circula entre os limites urbanos, ele transpõe e leva para fora do mapa, sensações e imagens próprias da cidade assim como importa de outros locais os desenhos que reconfiguram sua anatomia.



Figura 11: Imagens da coleção “Graffiti”. A) Estampa escarificações em relevo; B) Camisa com estampa grafitada; C) Calça com estampa grafitada; D) Bermuda com estampa jornal. Fonte: Uranio. Graffiti. 2005. fotografia, il. Color. Coleção particular.

3.2.2 “A festa”: as sensações no desenvolvimento do projeto

A próxima coleção e as seguintes passam a ter suas propostas derivadas de sensações. A primeira delas, “A festa”, para a primavera-verão 2006/2007, é pensada inicialmente sobre o medo, a insegurança, a impotência e também sobre o desejo. Esse projeto nasce com a cidade de São Paulo dominada por um grupo criminoso, no mesmo momento em que ocorria a celebração de cinco anos da loja Uranio. Sem querer abandonar a festa, o projeto propôs refletir sobre a situação do homem contemporâneo, que se mostrava aprisionado entre a possibilidade de tudo ter e o medo de nada poder fazer.

O resultado dessas reflexões surge por meio de imagens fotográficas e também de estampas tradicionais dos tecidos. E nelas, uma cerca de arame (fotografia), o camuflado, listras e xadrezes (estampas) ocupam a imaginação. Contra a idéia de cerceamento, aprisionamento, as sensações propostas indicavam para a liberdade, o conforto e o bem-estar. As referências de imagens passam a integrar a coleção, porém, contrário ao uso habitual, as

estampas são usadas pelo avesso restando à visão apenas um sombreado do desenho original.

Também nessa coleção há sensações que remetem ao tato, surgem em decorrência das imagens. O estudo de sua transposição em percepções sensoriais a ser alcançadas domina o projeto em vários pontos, a começar pelos tipos de tecidos e as qualidades que eles deveriam agregar a partir do referencial estabelecido. Diferentemente do que viria a ocorrer nas estações seguintes, o sentimento dessa coleção era influenciado por fatores externos. Minha percepção da ambiência da cidade contaminava de alguma maneira, o discernimento necessário para a elaboração de um projeto. Vi-me como o próprio personagem que precisava urgentemente de uma roupa para se proteger. As imagens sugeridas talvez não representassem a coleção, mas a mim próprio.

Compreender esse sentimento configurou-se como a chave a abrir as portas desse trabalho. A pesquisa têxtil exigiu maior atenção do que em todas as coleções anteriores, com o interesse de tentar conectar um sentimento que deveria ser apresentado na coleção. Como em um *insight* esta situação me remeteu à fala de um dos deficientes visuais entrevistados em que para ele o cheiro do tecido era muito importante para ajudá-lo a escolher uma roupa. Trabalhar apenas com fibras naturais, em especial o algodão, foi a resposta.

O algodão com todas as suas peculiaridades, e por ser a fibra mais característica do país, foi a resposta para a definição da matéria-prima. Além disso, os tecidos desta fibra permitem diferenciados beneficiamentos: lavar, amaciar, tingir, desbotar, mudar o estado do tecido, proporcionando mais conforto, mais prazer, e deixar que a estamparia fosse leve, delicada, sutil.

Listras e xadrezes que na Idade Média foram chamados de “o pano do diabo” (CHATAIGNIER, 2006, p. 92) foram usados em bases de tricoline e sarjas leves para dar forma à alfaiataria acompanhada pela camisaria em cambraia e malha de algodão.



Mais uma vez uma equipe foi formada para dar visão ao projeto. E para o registro da coleção “A festa”, alguns amigos foram convidados a desempenhar o papel de modelo. Não havia idade, cor de pele, ou um corpo ideal. Foram muitas as faces e os corpos do personagem dessa coleção. Os convidados para “A festa” representaram os muitos personagens criados desde a coleção “Olhar, Olhares”.

Se o princípio desse processo era dominado pelo medo, por um desconforto com a situação anteriormente provocada, esse fato interfere na concepção das fotos e do cenário escolhido que mostrava o contraste entre a destruição e a esperança.

Pude perceber que as sensações poderiam ser usadas para sugerir o desenvolvimento de um projeto. Ao se projetar uma roupa, criam-se as possibilidades de percepção a partir da indicação de distintos recursos que envolvem desde a escolha da matéria-prima até a maneira como o produto será apresentado no espaço comercial ou ainda em um desfile. Em ambas as formas de apresentação, outras ferramentas podem trabalhar os sentidos da

audição e do olfato, que ao final estabelecem uma relação com a percepção tátil. Se no primeiro momento o usuário é atraído por meio da visão, o tato pode contar uma história diferente. Como explica CHATAIGNIER (*ibid* p.12), “o tecido é um texto que responde a diferentes categorias de leituras: a visual, a tátil, a estesia”.

É pela ponta dos dedos que o deficiente visual faz a leitura de frases e roupas. Do toque surgem os adjetivos que falam de sensações como macio, áspero, felpudo, sedoso, suave, seco, frio, quente; são palavras que falam pelo tato. Para os videntes a realidade, com relação à roupa e aos tecidos, é a mesma.

Segundo MONTAGU (1988, p.28), “quando usamos o termo ‘sensação’ ou ‘sentir’, estamos muitas vezes fazendo referência a estados emocionais como felicidade, alegria, tristeza, melancolia e depressão; o próprio termo freqüentemente implica ainda uma referência ao toque, ao ser tocado”, que acontece quando a mão percorre a roupa e desenha uma imagem repleta de dados, informações e significados. Ela descobre costuras, investiga direito e avesso, encontra etiquetas, entretelas e pontos de linhas emboladas. Define golas, bolsos, lapelas, alamares, cós. Constrói a forma final do produto. Reflete sobre o seu desenho.

As sensações para uma proposta de coleção não precisam surgir necessariamente do tato. Os outros sentidos podem estar presentes e atuantes para identificar o que uma roupa exprime e, como comentado anteriormente, o tato pode ser o sentido em que se manifesta a sensação.

MONTAGU (*ibid*, p. 127) observa que “o que percebemos como realidade por meio dos outros órgãos dos sentidos na verdade não nos é mais do que uma boa hipótese, sujeita à confirmação do tato”, e com relação à visão, ele diz que ela “é uma forma de tocar à distância, mas tocar fornece a verificação e a confirmação da realidade”.

Apesar de suas constantes mudanças inclusive no que concerne à beleza e aparência, pode-se dizer, contudo, que permanecem emoções, sensações e percepções, alimentadas pelo desejo e pelo prazer. Mudam-se os tecidos e as texturas, porém a pele segue como a camada do corpo que recebe a nova roupa. É para o corpo que se desenha e se desenvolve um projeto de design, seja têxtil ou de uma coleção de roupas.

Para o personagem criam-se imagens de moda que se inscrevem como parte da cultura, ou melhor, segundo BARNARD (2003, p.64) nos diz:

como fenômenos culturais no momento em que a própria cultura pode ser entendida como um sistema de significados, como as formas pelas quais as crenças, os valores, as idéias e as experiências de uma sociedade são comunicadas por meios de práticas, artefatos e instituições.

A partir da somatória de todos estes dados iniciei o projeto da coleção “Religare”. Esta coleção e a seguinte, “Identidades”, foram desenvolvidas como propostas de estudos em que se alinham as informações advindas do exercício profissional com a pesquisa teórica realizadas durante os anos de 2006 e 2007.

3.3 Projetando pelo têxtil. Religare: uma modelagem, muitos tecidos.

O desdobramento das pesquisas realizadas a partir da intenção de observar o comportamento dos não videntes e a moda, em um primeiro momento, e os videntes como uma continuidade, possibilitou que as investigações feitas gerassem novas inquietações. Estas levaram à necessidade de prosseguimento dos projetos sempre em busca de maior entendimento das relações sensoriais para o desenvolvimento de coleções.

Como apresentado até este ponto, certas coleções funcionaram como mola propulsora para a seguinte, levando a um esgotamento da questão levantada a

cada projeto. Na verdade, essa busca não se esgota, mas ocorre a compreensão de um processo capaz de suscitar o interesse em outro subsequente.

É possível dizer que foram empreendidas fases de pesquisa e estudo de caráter retro alimentadores e este dado é necessário esclarecer. Se as coleções são realizadas na confecção e encontram os usuários na loja, há um espaço de tempo em que o desenvolvimento de um novo projeto coincide com a exposição do produto, ou seja, enquanto se cria a coleção de verão na confecção, na loja o usuário confere a coleção anterior de inverno. As respostas dadas por ele ao projeto servem, ao mesmo tempo, como indicadores de complementação da coleção vigente quanto para aquela em desenvolvimento.

A integração entre loja e confecção funciona como uma espécie de laboratório onde as experiências são realizadas e o produto auferido e (re)processado. Esta estratégia enriquece o presente estudo, pois a partir dela foi possível detectar as necessidades de avanço ou retrocesso das pesquisas, corrigir possíveis falhas e adequar, cada vez mais, os estudos teóricos à realidade prática.

Apresento, desde esse ponto, a última fase de projetos relativos a este estudo. As fases precedentes trouxeram o início das investigações com portadores de deficiência visual e a aplicação dos resultados das informações obtidas por entrevistas e visitas a instituições que visam a qualidade de vida dessas pessoas. Dela resultaram as coleções “Olhar, Olhares”, “Safári urbano” e “Caleidoscópio”, e o tato foi o sentido sensorial que propiciou o começo de cada uma, com atenção voltada para os recursos de beneficiamento de tecidos por meio de estamparia e lavanderia. Esse processo teve continuidade com a coleção “Tramas” que traz o contraste entre texturas ao trabalhar com tecidos artesanais e industriais.

Os projetos “(des)Construindo H” e “Graffiti” recorrem à visão como sentido inicial com vias à transposição de elementos visuais específicos em fontes de percepção tátil por meio de uma leitura ótico-tátil das imagens.

A coleção “A festa”, proposta inicialmente para ser desenvolvida como continuação das anteriores, revela uma possibilidade de trazer sensações como ponto de partida de novos processos, e que passo a descrever por meio das coleções “Religare” e “Identidades”.

Em todas as coleções descritas os tecidos escolhidos eram usados, em geral, em distintas modelagens. Na coleção “Religare” para o outono-inverno 2007, foi feita a opção de trabalhar um número reduzido de modelagens e ampliar o número de texturas têxteis. Nesse caso, a ordem dos fatores altera o produto. Elaborar o desenho de uma peça de roupa como decorrência do que sugere o tecido diferencia-se de adequar tecidos distintos a uma só forma. Além disso, nem todos os tecidos que sugerem uma mesma sensação devem ser usados em um projeto.

Dessa maneira, partindo da equação em que se somam sensações com tecidos e modelagens, fez-se necessário estabelecer uma nova metodologia de desenvolvimento de coleções. De início a idéia de pesado, rígido, duro se conectava às sensações que, por sua vez, deveriam ser contempladas pelo caimento, resistência e também pela maleabilidade dos tecidos.

Em uma coleção a cartela têxtil deve compor uma relação entre as matérias-primas da parte de cima (membros superiores) e da de baixo (membros inferiores), como estabelecer também os pontos de ligação com toda a composição do personagem. No caso dessa coleção sua característica principal era a austeridade. O aspecto primordial para os tecidos é de que fossem encorpados e resistentes. Em função do caimento, foram selecionados tecidos (planos e malhas) que variavam entre médios e pesados para a confecção das peças. Com essa opção foi possível estruturar a modelagem garantindo o aspecto sugerido pelas sensações indicadas.

Os pontos de apoio da roupa sobre o corpo definem as variantes de modelagem desse projeto. Cabeça e ombros oferecem apoio natural para o tecido, porém outras partes do corpo como braço ou cintura exigem um ajuste que pode ser feito pela compressão do tecido, ou ainda por meio de cintos ou por alças, “para que a roupa não caia com a força da gravidade” (SALTZMAN, 2004, p. 77).

Como uma das partes das roupas, o capuz foi usado de diferentes maneiras, ou seja, solto e apoiado sobre a cabeça, ajustado com cadarço em volta do rosto ou cobrindo o rosto com abertura para os olhos como nas *burkas*. Diferentes tecidos como suedine, sarja de algodão, tela de algodão com elastano e moletom foram usados e aplicados em peças de roupa com as bases de capuz descritas que se ajustavam a modelagens de camisa, camiseta, *parka*, jaqueta e paletó. Como no restante da coleção cada um dos itens apresentava modelagem única e eram confeccionados em diferentes tecidos com seus respectivos pesos, caimentos e texturas.



Figura 13: Imagens da coleção “Religare”. A) Blazer com capuz; B) Camiseta com capuz estilo *burka*, e calça estilo saruel; C) Detalhe de estampa bordada. Fonte: Uranio. Religare. 2007. fotografia, il. Color. Coleção Particular.

Os ombros definem o segundo ponto de apoio. Sua estrutura foi dimensionada de maneira a aumentar sua proporção e sugerir um peso maior para esta parte do corpo. Em consequência, a modelagem da roupa como um todo ganhou amplitude em função da proporcionalidade das medidas. A partir desse dimensionamento, a silhueta da parte superior ganhou volume maior que na inferior.

As calças ganharam três modelagens que variavam entre o corte alfaiataria, o corte tradicional cinco bolsos do jeans e o estilo saruel. No primeiro e no segundo caso o cós é ajustado com abotoamento e a silhueta é mais próxima do corpo, e no terceiro, por se tratar de estrutura ampla, o uso de faixas ajustava o cós à cintura.

A cartela de cor com predominância de tonalidades de cinza e preto entra em contraste com verde, vermelho e violeta em tons escuros. A opção por esta paleta visou acentuar visualmente a sensação de peso.

Adequar os muitos tecidos a poucas modelagens exigiu maior atenção neste projeto em relação aos anteriores. O estudo do caimento de cada matéria-prima define a possibilidade de uso, mas deve ser considerada a pertinência de cada base têxtil às sensações propostas para o projeto. Essa interligação foi possível após muitos testes de modelagem.

A coleção “Identidades” parte do mesmo princípio no que diz respeito à metodologia de trabalho, porém volta a ter na estamparia um de seus diferenciais.

3.4 Projeto “Identidades”: conexões

Para essa coleção, dirigida para a primavera-verão 2007/2008, dois pontos foram relevantes em relação ao seu desenvolvimento. O primeiro, como na coleção anterior, diz respeito às sensações resultantes do contato do tecido com a pele “que pertence à classe de órgãos denominados exteroceptores

porque recolhe sensações de fora do corpo” (MONTAGU, 1988, p. 113). No caso desse projeto, a intenção é de que essa recepção correspondesse às sensações de suave, macio, refrescante e natural. Em decorrência destas qualidades, os tecidos teriam as características de fluidez e conforto para envolver o corpo do personagem criado.

São recorrentes nos últimos tempos artigos em jornais e revistas, TV e internet que comentam que o homem mudou. O outro ponto refere-se a este homem. O que representa esta mudança no tocante ao desenvolvimento de um projeto foi a questão colocada. Tão representativo quanto a questão anterior foi refletir sobre o alcance dessa mudança. O que isto implica em relação à identificação desse homem? E este novo homem responde por apenas uma identidade? E, ainda, essas transformações comprometem ou interferem em sua percepção, sua maneira de sentir?

A informação e o acesso a produtos e serviços antes reservados apenas às mulheres interfere nas atitudes desse novo homem que “no momento atual vive a complexidade das imagens do *marketing* e suas estratégias semiológicas que passam pela estética da segurança, do desafio de vencer o tempo, o espaço, a idade, o corpo” (VILLAÇA, 2007, p. 245).

A identidade passa a requerer uma atenção especial, em virtude das questões que suscita para esse homem contemporâneo. BAUMAN (2005, p. 17) nos diz que:

tornamo-nos conscientes de que o “pertencimento” e a “identidade” não têm a solidez de uma rocha, não são garantidos para toda a vida, são bastante negociáveis e revogáveis, e de que as decisões que o próprio indivíduo toma, os caminhos que percorre, a maneira como age – e a determinação de se manter firme a tudo isso – são fatores cruciais tanto para o “pertencimento” quanto para a “identidade”.

Com as questões relativas às sensações e todas as perguntas sobre esse novo homem, iniciei esse projeto. O primeiro passo foi observar e tentar reconhecer suas características marcantes na maneira de se vestir. Passei a ler mais

atentamente o conteúdo das revistas voltadas para o público masculino. A partir delas, preparei perguntas que usei em conversas com amigos e conhecidos, e também com os homens que freqüentam a loja Uranio para começar a formar as bases conceituais a respeito das informações passadas pela mídia. Com estes dados em mãos dei continuidade ao projeto.

Sem perder o foco sobre as sensações iniciei a pesquisa visual para possibilitar transpor os conceitos para a coleção. O tato como princípio trouxe a imagem da digital, da ponta dos dedos, das palmas das mãos. A pele se modifica ao longo da vida e registra nossas mudanças e segundo MONTAGU (1988, p. 30), “não apenas nossa geometria e nossa física, mas toda nossa concepção do que existe fora de nós, baseiam-se no sentido do tato” e sobre a pele o autor comenta que “é interessante que a ‘pele’ seja quase universalmente utilizada como metáfora para a sobrevivência” (*ibid*).

Utilizei-me dessas referências para compreender esse novo homem e sobre a maneira como ele escolhe sua segunda pele. O personagem dessa coleção é um homem em processo de mudanças, e que usa a roupa, como forma de manifestação, ou a indicação dos caminhos de seu processo. Mais cedo do que nas coleções anteriores montei a equipe desse projeto. Coincidentemente, até o momento da produção de fotos ela era formada apenas por homens. E dessa vez, ao final, eu não tinha apenas uma coleção, mas o “Projeto Identidades”.

Ao mesmo tempo em que foram selecionados os tecidos, desenvolvidas as modelagens e pilotagens, levantei algumas perguntas para a equipe com as seguintes colocações: a) se o homem mudou por que definir um só padrão de vestimenta; b) como mostrá-lo em fotos a partir do pressuposto que ele pode mudar sua aparência em função de suas escolhas entre as várias peças de roupas da coleção; c) por que escolher apenas um tipo físico, o que quer dizer, cor de pele ou cabelo, entre outras características, para representar vários homens em processo de mudança; d) como permitir que, a partir do que lhe é apresentado, ele possa fazer suas próprias escolhas no ambiente do site.

A necessidade de montar a equipe com antecedência maior surge da necessidade de organizar o projeto que não termina com o lançamento da coleção de roupas na loja. Ela foi formada por designers de estamparia, web e gráfico, *stylist*, fotógrafo, videomaker e uma maquiadora.

Muitos pontos foram levantados e discutidos nas reuniões com os participantes da equipe e dentre eles, a necessidade de continuidade do estudo dentro do site da Uranio, quando o usuário teria total liberdade de fazer suas opções sem a interferência de opiniões de terceiros. BAUMAN (2005, p. 19) comenta que “as ‘identidades’ flutuam no ar, algumas de nossa própria escolha, mas outras infladas e lançadas pelas pessoas em nossa volta, e é preciso estar em alerta constante para defender as primeiras em relação às últimas”.

Foi preciso estar atento às diversas maneiras de vestir no masculino contemporâneo. Como vestir e para quem vestir? De um momento para o outro as mudanças poderiam acontecer. Do aspecto formal e cores discretas muitos passam para a informalidade e cores vivas. Assim, o moletom mescla desestruturado, toma o lugar do terno preto que é trocado pela camiseta puída ajustada ao corpo, substituída pela regata da academia que conviveu com o blazer desbotado. E, entre uma troca e outra, o corpo continuou o mesmo, mas as múltiplas aparências não pararam de se suceder. Identidades visuais.

Como discutir tantas identidades em um projeto? Voltei ao toque com o intuito de procurar diferenças em tecidos que poderiam ser fluidos ou confortáveis, mas que ao mesmo tempo provocassem reações distintas no contato com a pele. Essa nova pesquisa envolveu uma procura por fios das mesmas fibras que ainda assim não fossem iguais. A espessura, a composição com outros fios e o acabamento, são elementos que, somados, resultam em propostas renovadas nos tecidos.

A partir da definição dos tecidos que representassem as propriedades necessárias, o projeto pôde seguir em frente. A definição de modelagens e a criação das estampas seguiam as etapas do processo, separadas de um lado, mas com grande ligação pelo outro. Modelo e estampa devem conversar.

Na estamparia busquei fundir as referências já estabelecidas: pele, toque, identidades. E mais uma vez identifico a questão de diferenças. A percepção tátil não é sentida da mesma maneira por todos nós, bem como nossas peles têm características únicas, particulares. Em relação às identidades até a maneira como é reconhecido um indivíduo se modifica. Registros em cartórios, com números de certidão de nascimento, depois chamados de RGs e quanto mais crescemos, mais números ganhamos: CPF, DRT, passaporte, cartão bancário e de crédito e, a cada dia, somamos números e códigos que nos identificam. Assim, a textura da pele passou a conviver com números e códigos nas estampas da coleção.

E para aumentar a soma vieram as cores. No início cores neutras, cinza e bege ganharam companhia com o verde, o laranja, o azul e o amarelo em tonalidades capazes de transmitir o frescor já proposto anteriormente.



Figura 14: Imagem da coleção "Identidades". Fonte: Uranio. Identidades. 2007. fotografia, il. Color. Coleção particular.

A partir de determinada etapa do processo projetual foi necessário pensar como transformar as peças da coleção em imagens. Isso significa pensar em *looks*, agrupamentos entre paletós, camisas e camisetas a calças e bermudas.

Ao mesmo tempo foi necessário escolher o modelo para a produção de fotos e vídeo capaz de vestir as roupas do personagem. Em reuniões ficou estabelecido que apenas um modelo fosse usado nas fotos e ele contracenaria com manequins de vitrine. Para cada *look* proposto para o modelo, uma peça de roupa foi selecionada e vestida nos manequins, apresentando outros *looks*. A imagem do modelo também deveria representar o frescor, o bem-estar, o conforto relacionado em todo o projeto.

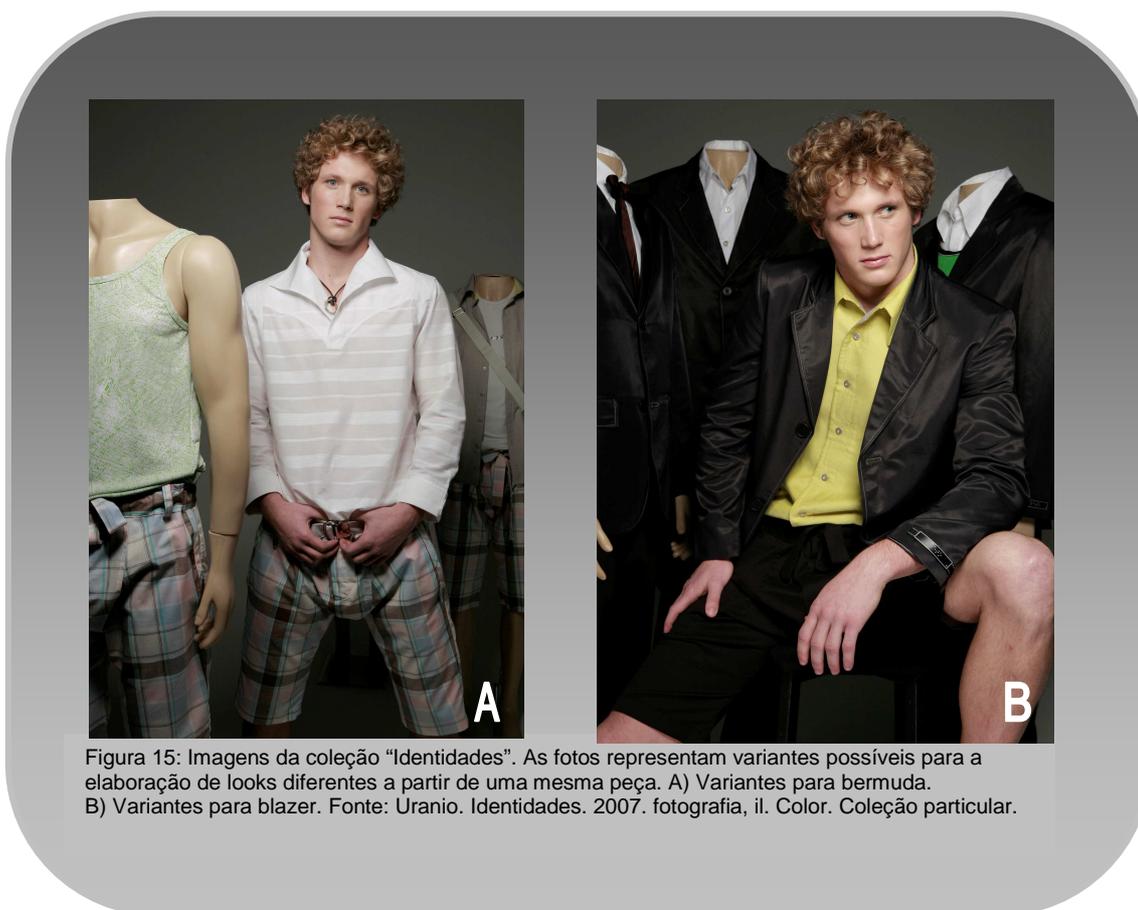
Vestir esse personagem implica em pensar sobre a forma final de seu corpo, sua aparência. “Inserir-se na temática do corpo implica em considerá-lo em termos morfológicos, sensoriais e dinâmicos (...) conceber o corpo como espaço de percepção individual e coletivo: como usuário que percebe o mundo através da roupa, e como integrante de uma cultura e um contexto”, observa SALTZMAN (2005, p.19). O usuário pode se identificar com o próprio modelo que veste, posa para as fotos e carrega sobre si uma proposta de contato com o mundo, por intermédio da visão particular de uma equipe de trabalho.

Cada um dos elementos que envolvem este momento de exposição, a fotografia ou o vídeo, em meio a uma cenografia e iluminação interagem com o movimento de corpos e roupas, pele e têxtil. Primeira e segunda pele que se encontram no toque. E são registrados pelo olhar do fotógrafo, do videomaker e dos designers. E o resultado deste trabalho transformado em catálogo impresso, em site e em vídeo.

Desenvolver o “Projeto Identidades” representa um passo além na compreensão das variantes possíveis de um projeto em design de moda que tem como princípio o estudo da sensorialidade tátil. Nele foram compreendidas diferentes etapas além das anteriormente enunciadas como importantes para um projeto. Desde a coleção “Olhar, Olhares”, o tato apresentou-se como um

sentido sensorial relevante, porém nas outras coleções sua presença foi destacada no que diz respeito ao contato entre a pele e a roupa. O entendimento do processo projetual dentro desse parâmetro restringe a capacidade de atuação do designer de moda aos limites do desenvolvimento da coleção.

Ao ultrapassar as etapas compreendidas entre a concepção do projeto e a entrega da coleção, além de permitir o diálogo com outras áreas que ampliem o espaço de fruição de idéias, foi possível manifestar as relações de sensorialidade não apenas tátil, mas também visual no sentido em que “ver é uma forma de tocar à distância” (MONTAGU, 1988, p. 127).



Neste capítulo foram apresentadas nove coleções, compreendidas entre os anos de 2002 e 2007. Elas aparecem na seqüência em que foram realizadas e

descrevem um trajeto de pesquisas e estudos aplicados ao desenvolvimento de coleções do segmento do vestuário masculino, representado pelas coleções da marca Uranio.

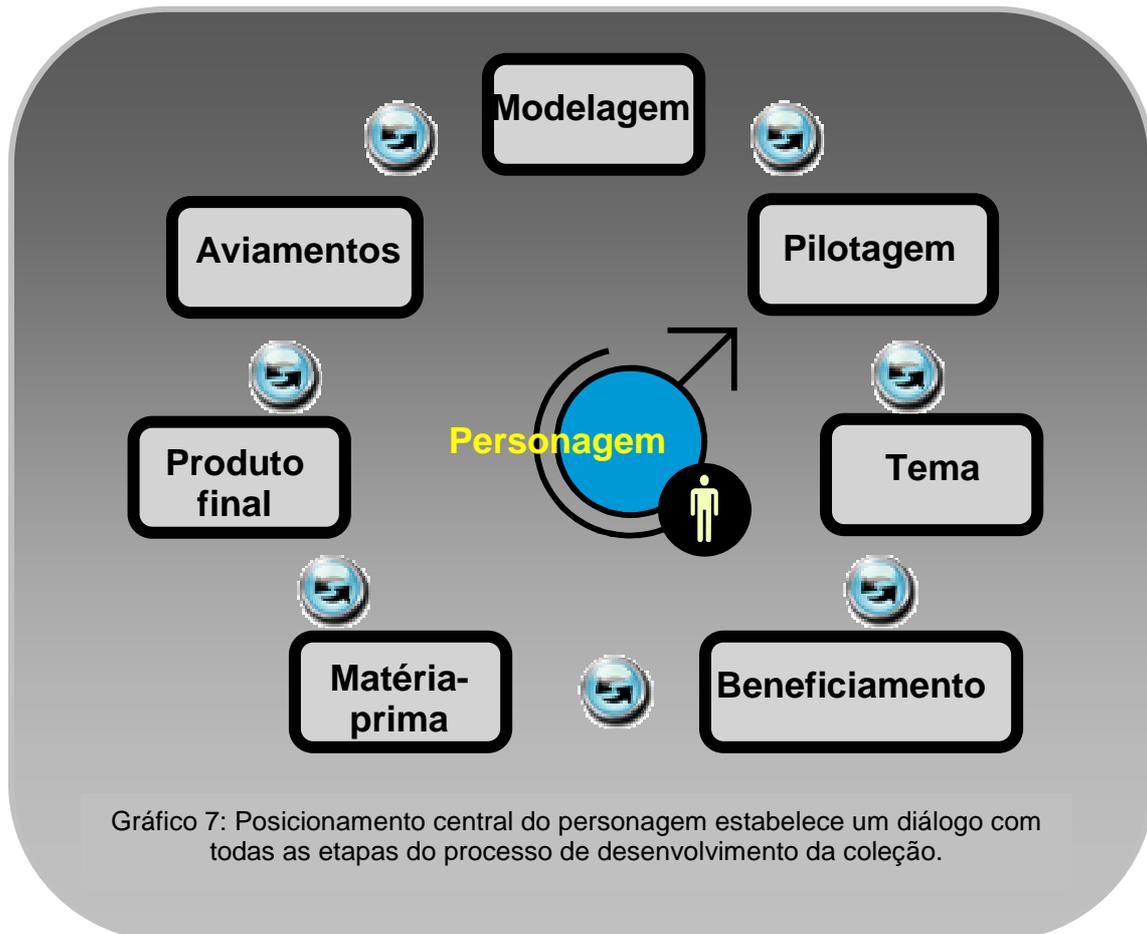
Os desdobramentos dessas coleções e seus seqüenciamentos são frutos de investigações que têm no sentido do tato um fio condutor. Nelas, o contato entre pele e tecidos com diferentes fibras, processos de estamparia, bordado e beneficiamentos têxteis, utilização de aviamentos com características variadas, foi experimentado, avaliado e registrado. A cada fase, as informações resultantes da precedente, alimentam os processos subseqüentes.



Figura 16: Imagem da coleção "Identities". Fonte: Uranio. Identities. 2007. fotografia, il. Color. Coleção particular.

O tato, sentido presente na pele e, por conseguinte, em toda a área de cobertura do corpo, é o receptor de todas as sensações que um tecido ou peça de roupa é capaz de provocar. Diferentes tecidos e modelagens promovem distintas percepções por parte do corpo.

Características e qualidades dos tecidos ou do vestuário são passíveis de ser conferidas desde o início do processo projetual e podem direcionar um projeto de coleção, com vias a proporcionar uma combinação adequada entre o tecido, o desenho da roupa e as sensações táteis que o corpo do usuário pode ter. No centro desse desenvolvimento o personagem ocupa um papel de grande importância, pois, cabe a ele, o ponto de ligação das etapas que constituem o projeto.



Em função do que apresento, acredito que processos de investigação sejam capazes de complementar o desenvolvimento de projetos em design, independente das referências tradicionais que regem o mercado de moda.

4. Considerações finais

“Como aprender as emoções e os estados mentais a não ser por reconhecê-los nos outros? Como reconhecê-los sem experimentá-los? Como experimentá-los sem imitá-los? Como aprendê-los sem imitá-los, como imitá-los sem aprendê-los? A repetição deste círculo cresce e nos faz crescer” (SERRES, 2004, p. 70).

O caminho do aprendizado trouxe-me até este momento, o da pesquisa acadêmica. Primeiramente aprendendo com os deficientes visuais a sentir e a perceber. Sem restrições nem bloqueios. A falta de visão propicia a aproximação, o contato. Este permite reconhecer o áspero e o liso. Uma experiência que começa no próprio corpo, na pele, nos pêlos, nas dobras, nos líquidos. Identifica a temperatura, suas diferenças, o quente e o frio. De tanto se tocar, deixar que a mão encontre o rosto, o peito, o braço, as pernas, o sexo, a repetição percebe as diferenças quando aparecem. Em mim e no outro.

Repetir, reconhecer, diferir. Depois dos que não viam foi possível perceber o corpo dos que podem ver. A visão estimula a distância e pode até bloquear a aproximação de um corpo imaginário, mas pleno de sentidos conexos, proprietário de percepções.

Perceber esse corpo que sente foi essencial para este estudo. Por seu intermédio foi possível detectar que as etapas de um projeto em design de moda podem ser descritas tendo em vista sua sensorialidade. Ao mesmo tempo, foi necessário reconhecer nos tecidos suas qualidades táteis. Cada tecido, cada matéria-prima traz informações valiosas para a construção de uma roupa. A visão reconhece as características táteis do tecido, identifica seu peso, sua queda, e esse olhar tátil reconduz sensações para a pele. Esta se modifica assim como o corpo que assume registros próprios. Um corpo se distingue do outro. Cada um sente, percebe, interage com seu meio social e, de acordo com ele, assume posturas, move-se, comporta-se de forma

particular, o que se reflete na maneira com que toca ou sente a roupa que veste.

Projetar uma roupa é edificar seus planos, determinar suas proporções, conferir-lhe estrutura e lados, dentro e fora, direito e avesso, frente e costas, mas também caracterizá-la a partir das referências de um tempo, um espaço, um ambiente, uma sociedade e uma cultura. A moda lida com estes elementos referenciais e distingue qualidades táteis desde o fio e o tecido, passando pelas tecnologias de construção têxtil, até o espaço em que a roupa é pendurada e mostrada, atizando o desejo, estimulando sensações.

O corpo recebe e sente o toque dos tecidos que interagem com seus movimentos, sua postura, sua forma, seus volumes. O design de uma peça de roupa pode contribuir para estas percepções. Nesse corpo, o designer de moda constrói seu personagem para projetar a coleção. Nele, o personagem, reconhece-se uma história narrada a partir de suas referências que falam sobre sua idade, gostos, gênero, relações parentais e sociais, seu estilo de vida, sua sexualidade, sua casa, um cenário sociocultural em que ele vive e se desnuda para que possa ser vestido pelo designer.

O personagem tem suas necessidades reconhecidas e identificadas com vias a lhe oferecer um projeto em que estão determinadas as cores, os tecidos e a silhueta da roupa que quando pronta passa a vestir um outro corpo, daquele que de fato vai habitá-la, o seu usuário. Elaborar a relação entre design de moda e usuário implica em descrever os elementos que fazem parte do projeto. É preciso determinar matérias-primas, composições, beneficiamentos que incidirão sobre tecidos, relacionar os aviamentos pertinentes, definir os processos de construção da roupa e, dessa maneira, permitir que todas as partes agrupadas resultem em um produto com a aparência e a característica desejadas.

Os tecidos têm textura e armação que os diferenciam visual e tatilmente. Por este motivo, um designer deve estar atento às suas escolhas, pois elas formam

a base de sustentação de sua coleção. As avaliações a respeito do comportamento dos têxteis após recursos de beneficiamento como lavanderia ou tinturaria são importantes, na medida em que cada recurso resulta em um tipo de toque. Situação análoga acontece no tocante às técnicas de estamparia. Testes com tecidos pilotos devem ser feitos quando não se conhece a base, suas propriedades, pois além da textura, alterações podem ocorrer em relação a encolhimento, enrugamento ou esgarçamento. Este deve ser previsto desde a fase de modelagem, pois em caso contrário a peça pode não se ajustar ao corpo do usuário, pressionando-o, deixar manchas ou resíduos de tinta sobre sua pele e irritá-la, ou causar desconforto em função da criação de texturas inconvenientes.

Estabilidade, maleabilidade, peso, caimento ou flexibilidade são qualidades têxteis que devem ser diagnosticadas. Elas estão diretamente ligadas aos processos de modelagem e pilotagem. Adequar o molde ao tecido é imprescindível na medida em que após a peça confeccionada deve ocorrer o ajuste ideal entre roupa e corpo, o que significa dizer que não apenas o molde deve estar correto, mas cabe ao designer de moda estar atento e indicar o tipo de costura e o maquinário empregado na confecção. Assim como os tecidos, os beneficiamentos, os acabamentos, a modelagem e costura da peça piloto são fatores que se unem na identificação das qualidades táteis de uma peça de roupa.

Dessa maneira, entende-se que o conjunto de peças agrupadas conhecido como coleção deve ter uma unidade também no tocante à linguagem sensorial que o designer imprime ao projeto. Essa proposta que merece ser feita no início do processo projetual, pode alinhar às sensações táteis ao longo das peças da coleção.

Cada projeto tem suas particularidades que podem ser indicadas desde seu início ou detectadas durante seu trajeto. Cabe ao designer atentar para as etapas do desenvolvimento e, caso haja necessidade, corrigir ou alterar a rota

de direção. Projetos diferentes podem estar interligados, determinando fases, como foi apresentado neste estudo, que indicam possibilidades de investigação que ultrapassam um só processo projetual. Além da continuidade de exploração de determinadas formas, silhuetas ou cores, o designer pode eleger fatores adversos das referências de moda que possam abrir novas possibilidades de trabalhar o desenvolvimento de suas coleções.

No tocante a este estudo, as questões relativas à sensorialidade tátil no design de moda, a partir do segmento do vestuário masculino, mostraram-se relevantes, pois foram capazes de orientar procedimentos, determinar o seqüenciamento de processos e redirecionar as suas etapas desde que não fosse alterado o resultado final mantendo a consonância com a proposição inicial, que, por sua vez, encontravam-se atreladas ao oferecimento de produtos com qualidade para atender às necessidades do usuário em sintonia com os fatores ligados à percepção.

A formação de equipes de trabalho multidisciplinar permitiu o estabelecimento de diálogos com outros designers e profissionais de áreas correlatas. O efeito resultante desta união foi o de permitir que outras formas de comunicação como o catálogo, o vídeo e o site, fossem canais de informação das proposições dos projetos, estando cada uma delas em sintonia com as questões relativas à tangibilidade das peças. Com relação às coleções descritas, a seleção dos participantes das equipes foi feita de maneiras distintas, em função das necessidades surgidas durante as etapas de cada processo projetual. Ficou claro que uma equipe que acompanhe o desenvolvimento mais próximo de seu começo pode enriquecer os resultados substancialmente.

Nas próximas páginas, apresento uma parte do resultado desse projeto que, na realidade, integra este estudo. Como uma ferramenta de reconhecimento das preferências e do gosto dos usuários em relação às peças da coleção “Identidades” para a primavera-verão 2007/2008, dentro do site

www.uraniourn.com.br, a seção “Vitrine” disponibiliza para o usuário, um menu de peças de roupa e acessórios com as quais ele pode fazer suas opções, que começam com a cor da pele e se complementa com a produção do *look*. Dentre todas as mensagens recebidas com estas montagens, vinte foram selecionadas e são mostradas em grupos de cinco. Cada um deles traz uma peça em comum para o grupo, e que são complementadas de distintas maneiras, segundo a escolha de cada usuário.

Por fim, sendo que, na realidade, ele é o início, o usuário deve ser observado, investigado, avaliado e cortejado, para que o produto do design de moda, seja ele uma coleção ou uma só peça, atenda a seus desejos e necessidades. E que, se possível, ele possa manifestar-se com relação a estes mesmos desejos e necessidades e ser visto, ouvido, sentido pelo designer, e tocado pela roupa emocionalmente, sensorialmente.



Figura 17: Imagens extraídas dos arquivos da seção Vitrine do site www.uraniourn.com.br. Nela o usuário faz suas escolhas a partir de um menu de peças de roupa, e monta seu look, optando também por uma tonalidade de pele. Nesta montagem, a camiseta com estampa de código de barras é opção comum para cinco diferentes usuários.



Figura 18: Imagens extraídas dos arquivos da seção Vitrine do site www.uraniourn.com.br. Nela o usuário faz suas escolhas a partir de um menu de peças de roupa, e monta seu look, optando também por uma tonalidade de pele. Nesta montagem, a camiseta listrada com estampa digital é opção comum para cinco diferentes usuários.



Figura 19: Imagens extraídas dos arquivos da seção Vitrine do site www.uraniourn.com.br. Nela o usuário faz suas escolhas a partir de um menu de peças de roupa, e monta seu look, optando também por uma tonalidade de pele. Nesta montagem, a camiseta pólo com estampa de mãos é opção comum para cinco diferentes usuários.



Figura 20: Imagens extraídas dos arquivos da seção Vitrine do site www.uraniourn.com.br. Nela o usuário faz suas escolhas a partir de um menu de peças de roupa, e monta seu look, optando também por uma tonalidade de pele. Nesta montagem, o paletó de sarja preto é opção comum para cinco diferentes usuários.

5. Referências

- BAITELLO JÚNIOR, Norval. *O animal que parou os relógios: ensaios sobre comunicação, cultura e mídia*. São Paulo: Annablume, 1999.
- BARNARD, Malcolm. *Moda e comunicação*. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.
- BARTHES, Roland. *O sistema da moda*. Portugal: Edições 70, 1999.
- BAUMAN, Zygmunt. *Identidade: entrevista a Benedetto Vecchi/Zygmunt Bauman*; tradução, Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.
- BRASIL, Sandra; JAGGI, Marlene; MOHERDAUI, Bel; VALLADARES, Ricardo. "Mudança radical". *Veja*, São Paulo, 14 jul. 2004. Disponível em <http://www.vejaonline.com.br/140704/p_084.html>. Acesso em 31 ago.2007
- BURNS, Leslie Davis e BRYANT, Nancy O. *The business of fashion: designing, manufacturing, and marketing*. New York: Fairchild Publications, 2002.
- CARR, Harold e POMEROY, John. *Fashion design and product development*. Oxford: Blackwell Scientific Publications, 1992.
- CARDOSO, Rafael. *Uma introdução à história do design*. São Paulo: Edgard Blücher, 2004.
- CASTILHO, Kathia, MARTINS, Marcelo M. *Discursos da moda: semiótica, design e corpo*. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2005.
- CASTILHO, Kathia. "Interrelações da mídia, do design do corpo e do design da moda". In: GARCIA, Wilton (org.). *Corpo e subjetividade: estudos contemporâneos*. São Paulo: Factash Editora, 2006.
- CHATAIGNIER, Gilda. *Fio a fio: tecidos, moda e linguagem*. São Paulo: Estação das Letras, 2006.
- CIDREIRA, Renata Pitombo. *Os sentidos da moda: vestuário, comunicação e cultura*. São Paulo: Annablume, 2005.
- CLARKE, Sarah E. e O'MAHONY, Marie. *Techno textiles 2: revolutionary fabrics for fashion and design*. Londres, Thames and Hudson, 2007.
- DIDI-HUBERMAN, Georges. *O que vemos, o que nos olha*. São Paulo: Editora 34, 1998.
- FEGHALI, Marta Kasznar. *As engrenagens da moda*. Rio de Janeiro: Senac - Rio, 2001.
- GARCIA, Wilton. *Corpo, mídia e representação*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.

- GARCIA, Carol e MIRANDA, Ana Paula. *Moda é comunicação*. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2005.
- JAMESON, Fredric. *Pós-modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio*. São Paulo: Ática, 2004.
- KALIL, Gloria. "O mito do DNA brasileiro". *Key*. São Paulo, ano 2, n. 6, p. 46-49, jul. 2007.
- KAWAMURA, Yuniya. *Fashion-ology: an introduction to fashion studies*. New York: Berg, 2005.
- LEHNERT, Gertrude. *História da moda do século XX*. Colônia: Könemann, 2001.
- LEITE NETO, Alcino. "Última Moda". *Folha de S. Paulo*, São Paulo, p. E6, 10 ago. 2007.
- LIPOVETSKY, Gilles. *O império do efêmero*. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.
- MAYER, David. *Costume and make-up*. Londres: Phaidon, 2001.
- MELO, Chico Homem de. *Signofobia*. São Paulo: Edições Rosari, 2005.
- MERLEAU-PONTY, Maurice. *Fenomenologia da percepção*. São Paulo: Martins Fontes, 2006.
- MONTAGU, Ashley. *Tocar: o significado humano da pele*. São Paulo: Summus, 1988.
- MUNIZ, Rosane. *Vestindo os nus: o figurino em cena*. Rio de Janeiro: Editora Senac Rio, 2004.
- PALOMINO, Erika. "Forma e funcionalidade". *Key*. São Paulo, ano 2, n. 06, p. 78-83, jul. 2007.
- PARKES, Brian. *Highflyers: clubravepartyart*. Londres: Booth-Clibborn, 1995
- PEREIRA, Paula. "A nova família". *Época*. 29 dez. 2003. Disponível em: <<http://revistaepoca.globo.com/Epoca/0,6993,EPT650852-1653,00.html>> Acesso em 13 jun.2007.
- PIRES, Beatriz Ferreira. *O corpo como suporte da arte*. São Paulo: Editora Senac-SP, 2005.
- POLHEMUS, Ted. *Style surfing: what to wear in the 3rd millennium*. London: Thames and Hudson, 1996.
- PRECIOSA, Rosane. *Produção estética*. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2005.

QUEIROZ, José J. “Deus e Crenças Religiosas no Discurso Filosófico Pós-Moderno. Linguagem e Religião”. *Rever: revista de estudos da religião*. Disponível em <http://www.pucsp.br/rever/rv2_2006/p_queiroz.pdf>. Acesso em 13 jun.2007

ROGAR, Silvia. Sucesso feito sob medida. *Veja*, São Paulo, 27 jun. 2007. Disponível em <http://veja.abril.com.br/270607/p_088.shtml>. Acesso em 01 jul. 2007.

SALTZMAN, Andrea. *El cuerpo diseñado*. Buenos Aires: Piados, 2004.

SERRES, Michel. *Os cinco sentidos*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.

_____. *Variações sobre o corpo*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2004.

SOLOMON, Michael. *O comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo*. Porto Alegre: Bookman, 2002.

SOUZA, Patrícia de Mello. *A modelagem tridimensional como implemento do processo de desenvolvimento do produto de moda*. 2006. Dissertação (Mestrado em Desenho Industrial) – Universidade Estadual Paulista, Bauru, SP, 2006.

TREPTOW, Doris. *Inventando moda: planejamento de coleção*. Brusque: D. Treptow, 2003.

VAL, André do. “O arquiteto da moda”. *Key*. São Paulo, ano 2, n. 06, p. 92-93, jul. 2007.

VILLAÇA, Nízia. *A edição do corpo: tecnociência, artes e moda*. Barueri, SP: Estação da Letras, 2007.

VILLAS-BOAS, André. *Identidade e cultura*. Rio de Janeiro: 2AB, 2002.

Livros Grátis

(<http://www.livrosgratis.com.br>)

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

[Baixar livros de Literatura](#)
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)
[Baixar livros de Matemática](#)
[Baixar livros de Medicina](#)
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)
[Baixar livros de Meteorologia](#)
[Baixar Monografias e TCC](#)
[Baixar livros Multidisciplinar](#)
[Baixar livros de Música](#)
[Baixar livros de Psicologia](#)
[Baixar livros de Química](#)
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)
[Baixar livros de Serviço Social](#)
[Baixar livros de Sociologia](#)
[Baixar livros de Teologia](#)
[Baixar livros de Trabalho](#)
[Baixar livros de Turismo](#)