



ESTAMPAS QUE CELEBRAM O CARNAVAL DE PERNAMBUCO: UM DIÁLOGO ENTRE A CULTURA E O DESIGN DE SUPERFÍCIE

Luiza Zanette Pizzoni¹

Solange Silverio Bianchini²

Resumo: O presente artigo tem como objetivo desenvolver uma coleção de estampas têxteis inspiradas no Carnaval de Pernambuco, visando exaltar a cultura brasileira e suas características regionais. Busca-se também evidenciar de que forma o design auxilia e enriquece este processo de criação. A metodologia utilizada parte da adaptação dos métodos “Superfícies de um lugar”, de Mol (2018), e da metodologia de Tradução Intersemiótica de Medeiros, Teixeira e Gonçalves (2016), acrescentando etapas de acompanhamento vivenciadas no cotidiano da indústria. Propõe-se um novo método para projetos de superfície têxtil que abordam aspectos culturais e utilizam da tradução intersemiótica para o desenvolvimento das suas padronagens. A pesquisa fundamenta-se a partir de ferramentas e técnicas de criação do design de superfície, onde utiliza-se da tradução intersemiótica para transpor os elementos culturais e do estudo de tendências para embasar as decisões tomadas ao longo do projeto. Pode-se observar que o uso das ferramentas do design contribui consideravelmente para o desenvolvimento de produtos que contenham significado e estejam condizentes com as tendências de consumo atuais, gerando produtos mais atrativos e que atendam às necessidades do mercado.

Palavras-chave: Semiótica. Tendências. Design de Superfície. Carnaval.

1 INTRODUÇÃO

Com o intuito de agregar valor a produtos, o design aplicado às superfícies vem se destacando como ferramenta importante na busca pela diferenciação, e uma das principais funções do design de superfície é a busca incessante por elementos que servirão como inspiração criativa. Esses elementos podem ser representados através de cores, grafismos, formas e texturas.

Aliado a isso, ao abordar o design de superfície têxtil direcionado especialmente para o ramo da moda, campo que essa pesquisa irá tratar, é preciso incorporar a pesquisa de tendências e comportamentos no processo, antecipando tendências de mercado e utilizando seus estudos como uma importante ferramenta

¹ Graduanda no curso de Design UniSATC, 2023/2. E-mail: luiza.zanettep@gmail.com

² Professora e orientadora do Centro Universitário UniSATC. E-mail: solange.bianchini@satc.edu.br



competitiva, trazendo uma maior assertividade ao criar produtos compatíveis com o que os consumidores estão buscando.

A inspiração para a criação das estampas pode partir de diversos locais e contextos. Os aspectos culturais são um deles, agregando importante valor sógnico para as padronagens e despertando identificação com o produto desenvolvido, enriquecendo as estampas ao torná-las elementos comunicativos que despertam sentimentos de pertencimento ao evocar a representatividade cultural e/ou regional.

Conforme dados do Ministério do Turismo (2023), o carnaval é um grande exemplo disso: sendo uma festividade extremamente relevante para o contexto cultural brasileiro, representa a maior festa popular do país, unindo fatores sociais, históricos e culturais que atraem todos os anos milhares de pessoas e turistas, movimentando significativamente a economia³. Possuindo diversos símbolos e elementos representativos, é um rico espaço inspiracional para a criação das mais diversas padronagens e produtos, podendo gerar resultados satisfatórios quando alinhados às tendências de consumo.

O objetivo desta pesquisa é desenvolver uma coleção de estampas têxteis inspiradas no Carnaval de Pernambuco, utilizando de ferramentas e conceitos do design para transpor esses elementos, valorizando a cultura brasileira e a pluralidade encontrada nas diferentes regiões do país.

A partir do contexto apresentado, gera-se a seguinte pergunta: Como desenvolver uma coleção de estampas têxteis baseadas no Carnaval de Pernambuco, unindo o estudo de tendências e o uso das ferramentas do design para transpor elementos culturais e gerar significado?

Para auxiliar na concretização do objetivo estipulado para essa pesquisa, identificou-se três principais objetivos específicos, sendo eles: 1) compreender a importância das ferramentas do design no processo de criação de uma coleção de estampas; 2) apresentar o processo de tradução intersemiótica de tendências na criação de superfícies têxteis; 3) destacar e exaltar a cultura brasileira, contribuindo para a valorização da sua pluralidade e regionalidade.

A metodologia utilizada partirá de uma adaptação do método “Superfícies de um lugar”, de Iara Aguiar Mol (2018), e da metodologia de Tradução Intersemiótica

³ Disponível em: <<https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/carnaval-2023-bate-recorde-e-aquece-turismo-do-pais>>. Acesso em: 19 mar. 2023.



de Medeiros, Teixeira e Gonçalves (2016), unindo pontos relevantes de ambas para o presente trabalho e apresentando uma proposta de metodologia projetual para demais projetos baseados em fatores culturais e tradução intersemiótica aplicados ao design de superfície.

Segundo Prodanov e Freitas (2013), em relação a sua natureza, a pesquisa classifica-se como aplicada, pois vai desenvolver uma coleção de estampas e gerar conhecimentos específicos acerca do design têxtil e, quanto ao seu objetivo, é classificada como exploratória, já que se baseia em pesquisas bibliográficas e busca gerar mais informações sobre o tema abordado.

Referindo-se aos seus procedimentos técnicos, também segundo Prodanov e Freitas (2013), a pesquisa é definida como bibliográfica, pois é apresentada a partir de materiais já publicados, especialmente por livros e artigos acadêmicos, e tem uma abordagem qualitativa, pois não faz uso de dados estatísticos por possuir um objeto repleto de subjetividade.

Nos capítulos seguintes, serão abordadas as pesquisas teóricas pertinentes para o entendimento do projeto, apresentando o design de superfície e suas técnicas, a semiótica e suas funções, as características do Carnaval Pernambucano e todo o processo metodológico utilizado para a concretização do resultado final.

2 DESIGN DE SUPERFÍCIE

Conforme afirma Freitas (2018), o design de superfície é a área do design responsável por atuar e explorar as propriedades que revestem os objetos, sejam eles bidimensionais ou tridimensionais. Seu objetivo é transformar tais propriedades, fazendo com que um suporte não seja apenas uma superfície, mas sim um elemento comunicativo, carregado de informações e significados. Para isso, trabalha-se explorando o uso de diferentes cores, texturas e grafismos. Segundo Freitas:

A relação entre as superfícies e o público acontece na interação das qualidades sensoriais, “[...] qualidade em si mesma, que é um poder-ser não necessariamente realizado” (Peirce, 1974, p. 89), que essas superfícies oferecem. (PEIRCE, 1974, p. 89 apud FREITAS, 2018, p.13).

Reforçando o olhar de Freitas (2018), Rubim define o design de superfície como sendo “todo projeto elaborado por um designer, no que diz respeito ao



tratamento e cor utilizados em uma superfície, industrial, ou não” (RUBIM, 2010, p.21), compreendendo-o como um projeto para uma superfície de qualquer natureza, abrangendo o design têxtil, cerâmico, de plásticos, papéis, emborrachados e sobre utilitários.

Para Rubim (2010), o design de superfície lida principalmente com fatores estéticos, possuindo extrema relevância no momento de atrair ou repelir os consumidores. Isso porque o sentido visual será o primeiro mediador deste contato, possuindo importância significativa neste processo de aceitação. Contudo, é importante também levar em consideração fatores subjetivos e culturais no momento da criação, no qual Freitas (2018) destaca, a partir da fala de Niemeyer (2003), que o designer é um articulador diante das interferências e rupturas. Nesse sentido, Freitas (2018, p. 26), destaca que “todas essas convergências e divergências interferem no resultado estético-funcional desejado. Os produtos gerados são resultados da multiplicidade e da interdisciplinaridade entre essas conexões”.

O design de superfície têxtil está diretamente conectado à moda, ramo que este projeto irá contemplar, buscando inovações e novas composições imagéticas que valorizam esteticamente seus produtos, gerando valor e conexão com o público. Tais composições estão atreladas à percepção individual de cada pessoa e, para auxiliar nesse quesito, são elaboradas levando em consideração os estudos de tendência. (SILVA, 2016)

É preciso criar padronagens não apenas atrativas esteticamente, mas também que atendam as demandas do mercado e estejam alinhadas com as tendências de consumo do setor, pois “[...] é o design que se adapta às mudanças estéticas e funcionais dos usuários, e não o contrário.” (FREITAS, 2018, p.30), assunto esse que será melhor desenvolvido na seção 6.1 desta pesquisa.

2.1 FERRAMENTAS E TÉCNICAS DE CRIAÇÃO

Ao abordar o Design de Superfície como elemento criativo, Ruthschilling (2008) e Rubim (2010) descrevem em seus estudos a importância de se pensar em módulos para escala industrial, não se limitando somente a superfície bidimensional, mas sim em uma estrutura gráfica com propriedades visuais. Deste modo, o

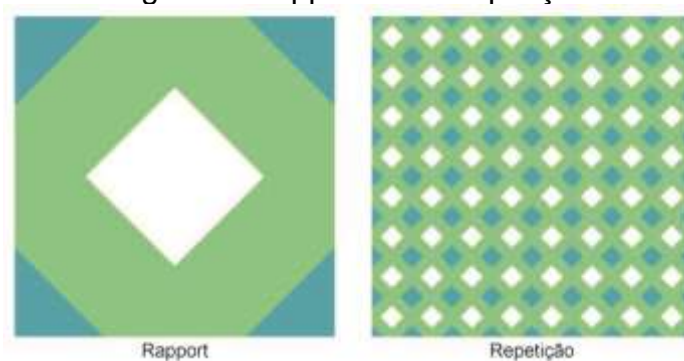
desenvolvimento criativo pode ser aperfeiçoado, expandindo suas possibilidades gráficas durante a construção do projeto.

De acordo com Ruthschilling (2008), o design de superfície é predominantemente formado por um sistema de repetição, possuindo importância significativa para a área. Especialmente ao falar da indústria têxtil, onde há uma grande produção em massa, pensar em projetos de superfície com módulos de repetição é essencial. Para auxiliar neste processo, existem alguns conceitos indispensáveis envolvendo a criação dos módulos e sua repetição (conhecido como *rapport*), os quais serão detalhados a seguir.

- **Módulo:** O módulo pode ser entendido como a menor unidade visual do padrão, contendo todos os elementos que se repetem na estampa.
- **Rapport:** Segunda Silva (2016), *rapport* é um termo em francês que significa repetição (ou *repeat*, em inglês). Ele representa um sistema de repetição linear, onde todos os seus lados se encaixam igualmente quando colocados lado a lado, conforme apresentado na figura 1. Silva complementa ao dizer que:

O *rapport*, em sua composição, é formado por elementos compositivos como: pontos, linhas, cores, texturas, espaços, tensão, respiro, repetição e harmonia. Lembrando que o ponto é a menor unidade visual e a partir dele se produz qualquer forma de percepção visual. (SILVA, 2016, p.17)

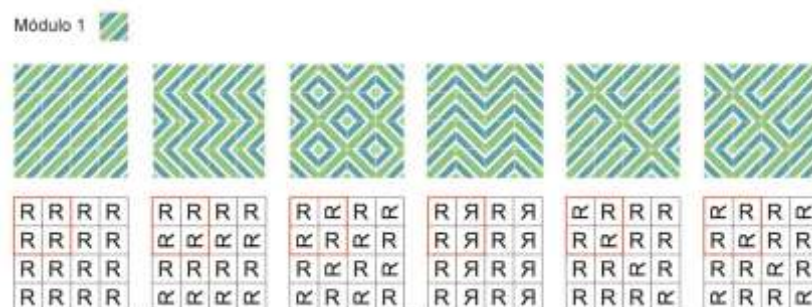
Figura 1: Rapport e sua repetição



Fonte: Da autora

- **Diferentes formas de repetição:** Existem também diferentes possibilidades de repetição do módulo, conforme apontado por Ruthschilling (2008), utilizando repetições em intervalos constantes, podendo gerar diversos resultados a partir de um único desenho, conforme ilustrado na figura 2.

Figura 2: Módulo e suas possibilidades de repetição



Fonte: RUTHSCHILLING, 2013, p.70

Além das técnicas de desenvolvimento das padronagens citadas acima, é preciso que o profissional conheça também as diferentes técnicas de impressão e produção têxtil, possuindo carga para compreender o melhor processo a ser utilizado em cada situação e as limitações que cada abordagem possui.

De acordo com Kinas, a estamparia pode ser classificada como o “processo em que a coloração de um tecido é feita por perfis ou desenhos pré-concebidos” (2011, p.23). Dentro da área têxtil, encontra-se a maior variedade de técnicas e aplicações, envolvendo processos de tecelagem, estampas, bordados e termocolantes. O interessante é a possibilidade de combinar diferentes técnicas, gerando resultados ainda mais atrativos, diversificados e inovadores.

Alguns dos processos de impressão mais comuns são a serigrafia, a sublimação e a estamparia digital. Aliado a elas, as técnicas de bordado e termocolante também são amplamente utilizadas na moda.

A serigrafia, também conhecida como quadro ou *silk-screen*, é uma técnica de molde vazado, inspirado no estêncil, permitindo grande precisão nos desenhos (SCHNEIDER, 2019). Nesta técnica, conforme aponta Kinas (2011), o tecido é esticado e preso em uma moldura (quadro) e são gravadas matrizes para as diferentes cores utilizadas na estampa, utilizando uma emulsão fotossensível para determinar as áreas por onde a tinta deverá ou não passar. Cada matriz é aplicada individualmente, utilizando-se um rodo de borracha para espalhar e aplicar a tinta.

A impressão por sublimação é um processo onde a impressão da estampa é feita por meio de um papel de transferência térmica, penetrando nas fibras do tecido. Para este tipo de estamparia, é preciso utilizar tecidos sintéticos, como o poliéster, para alcançar melhores resultados (KINAS, 2011). Segundo Carvalho e Ruthschilling



(2016), este processo pode acontecer de duas formas: por prensa térmica, onde o papel sublimado é prensado contra o tecido; ou calandra, onde papel e tecido passam juntos por rolos aquecidos. Independentemente do modo como é feita, essa técnica resulta em uma estampa sem toque.

A impressão digital é baseada nas técnicas de impressão a jato sobre papel. Kinas descreve essa impressão como o processo onde “o desenho se constrói por pequenas gotas (sic) de tinta de cores distintas, seguindo um padrão pré-determinado sobre uma superfície” (2011, p.29). Sendo uma das formas de impressão mais tecnológicas atualmente, é mais sustentável e permite a impressão em diversos tipos de suporte, abrangendo as fibras naturais - como algodão, seda e lã - e também as sintéticas - como o poliéster. Conforme complementa Kinas:

Nos métodos tradicionais, um trabalho com muitas cores custa mais, pois é produzida uma matriz para cada cor. Na estamperia a jato de tinta, não há diferença entre o número de cores utilizadas. Os pigmentos utilizados têm mostrado muitas vantagens sobre as outras tintas: são mais resistentes à descoloração e às lavagens, costumam ser mais baratos, podem ser utilizados sobre variados tipos de tecidos e sua fixação é mais simples. Pode-se produzir todo tipo de imagens devido ao processo de quadricromia (CMYK), em que se permite a reprodução de meios-tons e trabalhar com milhões de cores. (KINAS, 2011, p.34)

Já os bordados se tratam de uma técnica de customização amplamente utilizada no ramo da moda. Conforme descreve Silva (2022), neste tipo de aplicação uma linha é colocada em uma agulha, formando elementos com textura e relevo. Originada dos bordados manuais, que são um traço cultural muito presente no Brasil, os bordados industriais são produzidos com maior rapidez e em maior escala. Utilizando *softwares* específicos para desenvolver os desenhos digitais, “a partir de qualquer imagem em formato JPG, o desenvolvedor de bordado pode manusear os pontos, direção, densidade e todas as características que o bordado vai ter até o último furo da agulha” (SILVA, 2022, p.24).

Os termocolantes, também conhecidos como *hotfix*, são os acabamentos que necessitam de uma prensa térmica para serem aplicados no tecido. Seu processo, segundo Iervolino, Ramos e Vieira (2020), consiste em desenvolver o desenho a ser estampado em qualquer *software* compatível com o corte à laser, cortar uma chapa de PVC - chamada de cartela - com o molde onde os termocolantes serão encaixados e, após preencher todos os espaços, transferi-los utilizando uma folha



transparente autoadesiva, que será posicionada no local onde a aplicação será realizada.

Todas as técnicas citadas possuem limitações e diversos fatores que podem levar a um bom ou mau resultado. É imprescindível que o design conheça cada uma delas e compreenda que o tipo de tecido utilizado também deve ser levado em consideração na decisão das técnicas utilizadas. É preciso, ainda, estar alinhado às tendências que estão em alta no mercado, pesquisando as técnicas que mais vem sendo utilizadas para incorporá-las ao produto desenvolvido.

3 A IMPORTÂNCIA DAS TENDÊNCIAS

O conceito de tendência, segundo Caldas (2013), está baseado em ideias de movimento, mudança e representação do futuro, correspondendo a uma consequência do próprio presente. Derivando do latim *tendentia*, está ligada ao significado de “tender para”, “inclinar-se para” ou ser “atraído por”, onde os indivíduos dirigem-se a objetivos que possam satisfazer suas necessidades.

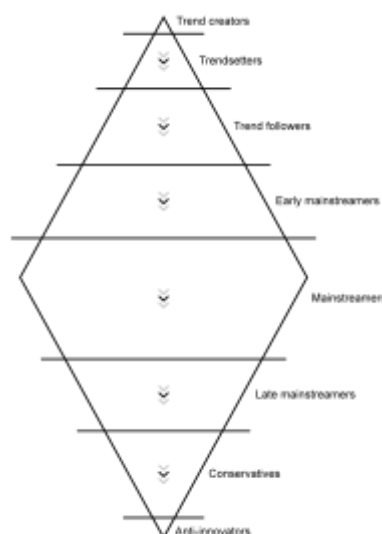
Ainda conforme Caldas (2013), a tendência representa um ciclo finito, podendo ser classificada como macrotendência - movimentos longos, duradouros, de maior impacto, mas menos perceptíveis no cotidiano - ou microtendência - movimentos curtos e passageiros, representando uma oscilação rápida e frequente. Elas são definidas com base na sociedade consumidora, nos nichos de consumo e acontecimentos socioculturais, sendo imprevisíveis quanto ao seu real impacto. (CAMPOS, RECH, 2010)

As tendências são sempre criadas por pessoas, por isso a identificação das tendências está diretamente ligada à observação de seus comportamentos. Vejgaard (2008) aborda que não é preciso comunicar-se com outras pessoas para descobrir o que há de novo, basta observar. A partir disso surgem os *coolhunters*, classificados por Riezu (2011) como pessoas responsáveis por investigar os costumes, mitos e histórias de determinados locais. Para isso:

[...] precisam ter intuição, sensibilidade, capacidades organizativas e analíticas. Teorizam com base na pesquisa ativa, ou seja, prestam atenção sem intervir, e contribuem com algo pessoal para o fenômeno posteriormente. Observar está a meio caminho entre olhar e perceber. É um ato deliberado, reflexivo, em que se seleciona uma parte da realidade. (RIEZU, 2011, p.11)

Os *coolhunters*, denominados por Vejlgaard (2008) como *trendsetters* - ou lançadores de tendência - são o início do processo constante de determinação de novas tendências. Conforme ilustra em seu modelo (figura 3), as tendências nascem a partir dos *coolhunters* - englobando *trend creators* e *trendsetters* -, são adotadas pelos *trend followers* e propagadas para a sociedade pelos *mainstreams*. Quando alcançam os conservadores e anti-inovadores, elas começam a desaparecer.

Figura 3: Modelo de tendências em formato de diamante



Fonte: Vejlgaard (2008, p.64)

Erner (2005) afirma que a adoção de tendências está ligada a processos de aceitação coletiva, visto que desperta o sentimento de pertencimento e identificação. Bauman (2008) complementa esta percepção ao citar a frase "sou o que sou porque outros me reconhecem como tal", descrevendo a vida social como "uma expressão de sentimentos de pertenças sucessivas". (BAUMAN, 2008, p.107)

Para gerar tal diferenciação diante dos demais, existem determinados grupos de pessoas que estão mais abertos e propensos à adesão das novas tendências. Vejlgaard (2008) os divide em sete grupos, sendo eles:

- Jovens: são exploradores e costumam ter uma mente mais aberta;
- Designers: interessados em coisas novas, imaginativos e flexíveis;
- Artistas: criativos, imaginativos e adeptos às mudanças;
- Pessoas com maior poder aquisitivo: seu estilo acompanha e dita as tendências, podem adquirir peças mais caras e luxuosas;
- Celebidades: criativas e confortáveis com mudanças;



- Gays: mais emocionados e empáticos, preferência por variação;
- Subculturas e antenados à moda: se preocupam com o estilo, diversos traços psicológicos e variação quanto à receptividade de mudanças.

Unindo as tendências ao setor *fashion*, segundo Campos e Rech (2010) a moda é um fator comunicativo, pois por meio dela “os indivíduos significam seus corpos e com isso constroem suas identidades e subjetividades” (2010, p.172), ideia que reforçam ao dizer que:

As roupas, por serem signos que carregam em si uma série de significados [...] imprimem ao seu portador uma escolha diária de posicionamento no conjunto maior das teias de significados compostos como a cultura” (SANT’ANNA, 2007, p. 75 apud. CAMPOS; RECH, 2010, p.174)

Neste aspecto, a fala de Kinas (2011) faz a ligação entre moda e o design têxtil, afirmando que a estamparia tem o objetivo de tornar os tecidos mais cativantes para o consumidor, envolvendo questões socioculturais e subjetivas, sendo um fator decisivo para a aceitação ou não de uma determinada padronagem.

Por este motivo, é de suma importância que o desenvolvimento de novas padronagens esteja alinhado às tendências de consumo, atendendo ao desejo dos consumidores para que elas sejam aceitas de forma positiva pelo público e gerem resultados mercadológicos satisfatórios e inovadores.

4 SEMIÓTICA E TRADUÇÃO INTERSEMIÓTICA

A semiótica é uma ciência que explora as mais diversas linguagens, estudando a produção de significado e sentido gerado a partir delas. Santaella (2005), baseada no estudo semiótico de Peirce, aborda a semiótica como uma fenomenologia que estuda o processo de desenvolvimento dos signos. Para entender este processo, é preciso iniciar pelo entendimento do que é um fenômeno.

Conforme Santaella (2005), um fenômeno é tudo aquilo que é percebido pela mente humana, sendo dividido por Peirce em três categorias: a primeiridade trata das qualidades, características e sensações; secundidade é a determinação, existência e indicação de algo; a terceiridade trata da generalidade, inteligência, cultura e simbolismo. Uma está diretamente ligada à outra, sendo o signo a forma mais simples de manifestação da terceiridade. Isso porque o signo pode ser entendido como um primeiro (fenômeno), “ligando um segundo (aquilo que o signo indica, se



refere ou representa) a um terceiro (o efeito que o signo irá provocar em um possível interpretante)” (SANTAELLA, 2005, p.7).

Um signo é tudo aquilo que representa uma outra coisa, denominada de objeto do signo, que poderá provocar um efeito interpretativo, chamado de interpretante do signo (SANTAELLA, 2005). Por exemplo, no caso de um filme biográfico: o filme é o signo da vida desta pessoa, sendo esta o objeto do signo, e o efeito produzido nos telespectadores é o interpretante.

A tradução desses signos acontece a todo momento, visto que Plaza (2010, p. 18) afirma que “[...] qualquer pensamento é necessariamente tradução”, pois a partir do momento em que uma experiência assume o caráter pensante, ela está conectando experiências e conhecimentos prévios para gerar significado. Ao abordar a transmutação destes signos de uma linguagem para outra, identifica-se a tradução intersemiótica.

Segundo Medeiros, Teixeira e Gonçalves (2016), a linguagem pode ser compreendida como tudo aquilo que gera comunicação e significado, dividindo-se em verbal (fala) e não-verbal - sons, códigos, cores, gestos e imagens, permitindo maiores possibilidades interpretativas, pois está ligada às questões subjetivas e culturais. Para melhor abordar todos esses aspectos, é possível unir as três categorias de fenômenos citadas anteriormente às três classes de signo definidas por Plaza (2010) a partir do estudo de Peirce, sendo elas:

- Ícone: qualidades e características, como cores e formas.
- Índice: sensações e relação com o ícone, indicação, existência.
- Símbolo: convenção, hábito, aprendida culturalmente, simbólica.

Para Plaza (2010), ao trabalhar com a tradução intersemiótica é preciso realizar adaptações com base na linguagem em que se apresenta, tornando a comunicação mais eficiente para aquilo que ela se propõe. Como trabalha com signos de diferentes naturezas, muitas vezes essa adaptação vai gerar novos signos e objetos do signo, afastando-se cada vez mais da sua origem. Conforme Medeiros, Teixeira e Gonçalves (2016), o foco da tradução não está em assemelhar-se ao signo original, mas sim manter seu significado e essência.

Como ocorre a necessidade de adaptação entre as traduções, o processo de tradução intersemiótica envolve também muita criatividade, pois cada sistema semiótico se apresenta melhor de determinada forma. Por exemplo, coisas que se



apresentam muito bem na forma escrita podem não expressar um resultado satisfatório em formato audiovisual. Nessas situações, cabe ao tradutor determinar o que deve ser eliminado, substituído ou acrescentado para que seu significado seja preservado. (MEDEIROS; TEIXEIRA; GONÇALVES, 2016)

Segundo Plaza (2010), em casos onde busca-se a semelhança por meio das qualidades, acontece a tradução icônica, transcrevendo a descrição de textos para a linguagem visual mantendo a maior quantidade de semelhança possível. Contudo, conforme destacado anteriormente, a tradução entre as linguagens sempre gerará adaptações, criando singularidades que caracterizam a tradução icônica. Nos casos de tradução intersemiótica onde acontece a transcrição de formas, é preciso destacar o *legi-signo* semiótico. Sua capacidade de gerar leis permite a aplicação de normas nas formas, sendo possível o reconhecimento de semelhanças entre o objeto original e sua tradução.

Ao inserir a abordagem de tradução intersemiótica no contexto cultural cujo esta pesquisa está inserida, é possível explorar o uso das qualidades icônicas, indiciais e simbólicas dos elementos culturais para gerar produtos repletos de carga significativa, proporcionando identificação e representatividade por parte do grupo sociocultural escolhido como objeto de estudo.

5 RIQUEZA CULTURAL: O CARNAVAL COMO INSPIRAÇÃO

O Carnaval é uma festividade extremamente importante para o contexto sociocultural brasileiro, abrangendo diversos aspectos históricos intrínsecos à sua origem, bem como refletindo toda a pluralidade cultural brasileira e suas diferentes ramificações e adaptações sofridas ao longo do tempo. Para compreender melhor suas diferentes abordagens, faz-se necessário retornar para o ponto de origem do Carnaval, nos tempos coloniais do século passado.

Conforme Flores (1996), na Idade Média o período da quaresma - tempo de quarenta dias que antecede a Páscoa - era rigorosamente pautado pelas questões religiosas da Igreja, envolvendo jejuns e restrições. Contudo, nos três dias que antecede o início deste período de abstinência, realizava-se uma grande festa, repleta de danças, brincadeiras, comidas, bebidas e liberdade para extravasar. Chamada originalmente de *intróito*, passou a ser conhecida como entrudo devido à



pronúncia utilizada pelos povos. Trazido ao Brasil pelos Portugueses, o entrudo foi a primeira forma de manifestação da festa no país.

O primeiro relato atribui sua origem à Pernambuco, em 1553, onde era “caracterizado pela brincadeira de sujar uns aos outros com polvilho, pó-de-sapato ou farinha de trigo e de atirar limões-de-cheiro (limões recheados de água, urina ou outras coisas) em familiares e vizinhos” (DINIZ, 2008, p.17).

A prática era vista como uma festividade brutal e suja pelas camadas mais altas da sociedade e, para que eles também pudessem festejar de alguma forma, criaram-se as sociedades. Oriundas das partes elitizadas do Rio de Janeiro, as sociedades realizavam diversas atividades, destacando-se os desfiles com carros ornamentados, mulheres produzidas e grupos musicais, além de bailes com uso de máscaras, fantasias e uso de confete e serpentinas. (DINIZ, 2008)

Rapidamente o Carnaval se espalhou pelas diferentes regiões do Brasil e novas tradições foram sendo criadas, afinal, conforme aponta Risério (1995):

Como se um caótico e colorido reino do ritmo, da exuberância erótica, do extravasamento generalizado, se estendesse uniformemente pelo país, com os mesmos tambores, as mesmas fantasias, os mesmos quadris em transe, numa incrível proliferação de bailes e desfiles diuturnos. Mas não é bem assim. De cidade a cidade, de Recife a Porto Seguro, são grandes as diferenças (RISÉRIO, 1995, p. 90).

Na região sudeste, especialmente em São Paulo e Rio de Janeiro, é muito forte a presença dos desfiles das escolas de samba, além dos bloquinhos e do carnaval de rua. Na Bahia, a principal atração são os trios elétricos, geralmente embalados por grandes cantores brasileiros, que arrastam multidões pelas ruas através dos mais de 150 blocos organizados durante os dias de festa. Pernambuco é bastante caracterizado pelo frevo, maracatu e os bonecos gigantes que encantam o carnaval de Olinda. A região norte, de uma forma geral, aborda principalmente questões folclóricas em sua celebração, como a Festa do Boi-Bumbá, em Manaus, trazendo também aspectos regionais da cultura indígena. (ESCOLA, 2023)

Para este projeto, escolheu-se abordar o carnaval de Pernambuco, por toda sua carga histórica e cultural para o contexto brasileiro. Além de ser associado ao primeiro relato da festividade no Brasil, o carnaval pernambucano possui símbolos e características culturais extremamente marcantes, os quais se pretende exaltar e ressaltar com a execução deste trabalho.

6 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Os métodos científicos guiam a busca de soluções para o assunto proposto, auxiliando todo o processo por meio de um conjunto de ações sistemáticas, oferecendo maior confiabilidade e segurança nos resultados alcançados (PRODANOV; FREITAS, 2013).

Figura 4: Etapas das metodologias



Fonte: Da autora (2023)

Com o objetivo de desenvolver uma coleção de superfícies têxteis inspiradas no Carnaval de Pernambuco, a metodologia utilizada partirá de uma adaptação das metodologias “Superfícies de um Lugar”, de Iara Aguiar Mol (2018), - um método para projetos de design de superfície que busca valorizar elementos e valores culturais do território brasileiro, e da metodologia de Tradução Intersemiótica de Medeiros, Teixeira e Gonçalves (2016), que visa facilitar a transposição e adaptação dos signos linguísticos e visuais entre diferentes mídias.

A metodologia proposta para este trabalho, conforme observado na figura 4, combina etapas de ambos os métodos e acrescenta novos passos, estando estes direcionados ao acompanhamento e desenvolvimento real das estampas e técnicas, procedimentos vivenciados no dia a dia dos profissionais inseridos na indústria.



6.1 PESQUISA

A primeira etapa do método consiste em captar informações que sirvam de base e apoio para os desenvolvimentos das demais fases do projeto, guiando e embasando as decisões subsequentes. Ela compreende as etapas de “Pré-Pesquisa” e “Imersão I” da metodologia de Mol (2018), definindo e aprofundando o tema a ser estudado. Traz também informações para abastecer o *briefing* e acumular dados para a iniciação do projeto, correspondendo à etapa de “Necessidades do Projeto” do método de Medeiros, Teixeira e Gonçalves (2016).

Como definido anteriormente, esta pesquisa tem como objeto de estudo o Carnaval de Pernambuco, uma festividade bastante reconhecida por possuir características únicas e marcantes, como o frevo e os bonecos gigantes de Olinda, assuntos os quais serão detalhados a seguir.

Assim como no restante do país, em Recife somente as festas celebradas pela elite eram chamadas de carnaval, enquanto os festejos e manifestações populares de rua eram denominadas de entrudo, assunto melhor detalhado no capítulo 5 desta pesquisa. Com as reformas urbanas ocorridas no século XX, a burguesia criou um novo carnaval de rua, buscando abolir as festas populares. Porém, com os custos elevados dos desfiles e a baixa da economia açucareira, o carnaval de rua da elite declinou, dando espaço às celebrações populares organizadas por agremiações, que atraíam cada vez mais foliões. (RAULINO, 2012)

Conforme Silva e Felipe (2018), o frevo é uma manifestação oriunda dessas agremiações. Unindo música e dança, seu nome vem do verbo ferver, que era pronunciado como “frevo” pelos menos instruídos, originando assim o nome do novo elemento cultural de Recife. Durante o Carnaval, segundo os autores, o frevo toma conta dos principais festejos da região metropolitana de Recife, onde acontece o maior bloco carnavalesco do estado, o Galo da Madrugada.

Além do frevo, conforme Silva e Felipe (2018) outra grande atração do carnaval pernambucano são os bonecos gigantes presentes nas ladeiras da Cidade Alta, em Olinda. Iniciado no ano de 1919, em Belém de São Francisco, sertão de Pernambuco, com o personagem Zé Pereira, sua figura vem de uma tradição medieval europeia, conectada à igreja e ao carnaval, onde os excessos e figuras extravagantes eram usadas como forma de crítica social e humor. Em Olinda, o primeiro boneco que



se tem registro é o Homem da Meia-Noite que, ao lado de Zé Pereira, abre oficialmente o carnaval da cidade à zero hora. (RAULINO, 2012). Além deles, estão presentes também as figuras de Vitalina, companheira de Zé Pereira, a Mulher do Meio-dia e o Menino da Tarde, representando os mais tradicionais bonecos gigantes de Olinda.⁴

Existem ainda diversas músicas e marchinhas carnavalescas que marcam o carnaval de Pernambuco todos os anos, estando entre as mais tocadas⁵ algumas canções como “Frevo Mulher”, de Zé Ramalho, “Hino do Galo”, de José Mario Chaves, “Voltei Recife”, de Luiz Bandeira, “Tropicana”, de Alceu Valença e Vicente Barreto, e “Chuva de Sombrinhas”, de André Rio e Nena Queiroga.

Outra grande manifestação cultural típica de Pernambuco é o Maracatu. Conforme o Portal da Cultura Pernambucana – CULTURA.PE (2023), ele é nascido da resistência cultural do povo negro, que anseia manter viva suas tradições, sendo um movimento que remonta as festas feitas por escravos para celebrar a coroação do Rei do Congo. O termo “maracatu” era usado pelos senhores para expressar a “confusão e bagunça” dos escravos, enquanto estes o utilizavam para alertar os demais sobre a presença de policiais que viriam a reprimir sua festividade. Inserido nas comemorações carnavalescas mais tarde, existem dois tipos de maracatu: o maracatu nação representa um cortejo, onde são representadas diversas figuras da realeza, bem como animais; enquanto no maracatu rural é realizado um desfile que lembra uma espécie de batalha. A expressão do maracatu rural envolve também a manifestação religiosa de aspectos indígenas e afro-brasileiros, além de uma fantasia extremamente característica e vibrante.

Partindo para o campo das tendências, a WGSN - *Worth Global Style Network* aponta como uma grande previsão de macrotendência para o campo da moda o tema ‘Conexões comunitárias’, destacando produtos que afirmam os valores individualidade de cada um e seu poder como seres em comunidade. Apresentada como tópico para a construção de estampas da Primavera/Verão 2025, seu foco está em desenvolver “designs que podem nos conectar tanto com nossa própria cultura, tradição e identidade, quanto com comunidades e culturas externas às nossas

⁴ Disponível em: <<https://www.carnaxe.com.br/histor/zepereira/bonecosgigantesolinda.htm>>. Acesso em 13 out. 2023

⁵ Disponível em: <<https://g1.globo.com/pe/pernambuco/carnaval/2020/noticia/2020/02/18/hino-do-galo-voltei-recife-frevo-mulher-confira-a-lista-das-musicas-mais-tocadas-no-carnaval-de-pernambuco.ghtml>> Acesso em 15 out. 2023.



vivências” (WGSN, 2023). Fundamentada em propósito, destina-se a pensar em itens que podem melhorar o mundo através da individualização, adaptando produtos e serviços para necessidades e emoções singulares.

O tema desperta sensações anti perfeccionistas, bem como valores de inclusão e empatia, “o artesanato e a contação de histórias representam a base dessa tendência” (WGSN, 2023), enriquecendo os designs através de técnicas e elementos que exaltam as tradições locais. Seu objetivo é acrescentar um viés terapêutico aos produtos por meio do design, gerando propostas que atendam melhor os consumidores, tanto de forma individual quanto coletiva.

A tendência foi escolhida para este projeto por comunicar-se com os objetivos da pesquisa, que busca exaltar os aspectos culturais do carnaval pernambucano, bem como trazer uma conexão com as diferentes culturas e tradições encontradas nas diferentes partes do nosso país, reafirmando a brasilidade como forte elemento emocional de identificação.

6.2 DEFINIÇÃO

A etapa de definição compila as etapas de “Conceitos-Chave”, “Mídia” e “Painéis Semânticos” da metodologia de Medeiros, Teixeira e Gonçalves (2016), e as fases de “Seleção” e “Imersão II” de Mol (2018). Como a metodologia é específica para a superfície têxtil, substituiu-se a escolha do suporte pela definição das técnicas a serem utilizadas no desmembramento de cada padronagem.

Nesta etapa são delimitadas as produções que serão feitas durante o projeto, seus principais conceitos e as técnicas utilizadas. É desenvolvido um mapa mental com conceitos-chave que serão a base para a criação de painéis visuais, o qual guiarão a elaboração das estampas.

Após a análise dos dados levantados na etapa de pesquisa, definiu-se para este projeto a produção de três estampas direcionadas para a moda feminina, que posteriormente terão seus elementos individualizados na utilização de técnicas e estampas localizadas. Cada desenvolvimento buscará representar um dos elementos da cultura pernambucana, abordando o frevo, os bonecos gigantes e uma marchinha de carnaval.

Como primeiro passo, é feito um mapa mental com conceitos-chave que guiarão a busca por referências e símbolos visuais (Fig. 5). As palavras e expressões utilizadas partiram da fundamentação descrita na etapa de Pesquisa.

Figura 5: Mapa mental com conceitos-chave



Fonte: Da autora (2023)

A partir dos principais conceitos, foram construídos painéis semânticos que serviram de referência visual para a criação das padronagens delimitadas anteriormente (Fig. 6). Além das referências sobre o assunto, foram escolhidas também referências de estamparia e possíveis estilos de ilustração para os desenvolvimentos

O primeiro painel representa os bonecos gigantes de Olinda, trazendo seus principais personagens e destacando o grande número de pessoas que participam desta grande festa. Acrescentou-se a este painel o Marco Zero⁶, um grande ponto turístico que representa o início do nascimento da cidade de Recife, usada como ponto de partida para todas as distâncias rodoviárias. É também um local que recebe diversos eventos e comemorações, especialmente no Carnaval. A partir dele, delimitou-se um estilo de ilustração com viés cubista, trazendo uma estampa geométrica em grande escala, a fim de representar a grandeza deste símbolo para o Carnaval de Pernambuco.

⁶ Disponível em: <<https://summitmobilidade.estadao.com.br/urbanismo/marco-zero-recife-qual-e-a-historia-do-ponto-turistico/>> Acesso em 28 out. 2023.

O segundo painel é uma representação do frevo, trazendo alguns dos seus principais passos de dança e de seus símbolos, como a sombrinha colorida e roupas características. Para esta padronagem, definiu-se uma construção mais limpa, com áreas de respiro entre os elementos. Será utilizada a cor azul em maior evidência e as demais distribuídas em detalhes na composição. Buscou-se também trazer alguns traços que lembrassem a ilustração de Cordel, pois este tipo de literatura se mostra muito forte no estado⁷.

Figura 6: Painéis semânticos



Fonte: Da autora (2023)

O último painel traz os elementos extraídos da música “Frevo Mulher”, de Zé Ramalho, uma marchinha bastante conhecida e cantada nos carnavais pernambucanos. Esta padronagem seguirá um estilo de ilustração referenciando as roupas do Maracatu, simulando suas lantejoulas na estamparia corrida e trazendo técnicas em aplicações locais.

Como técnica de impressão, o método utilizado será a sublimação, por eliminar a necessidade de matrizes e possuir menor custo para o projeto. Junto a ele, serão utilizadas as técnicas de bordados e termocolantes, visando aumentar a atratividade das composições. Além das estampas corridas, serão feitas também aplicações locais em diferentes tipos de peças.

⁷ Disponível em: <<https://pe.unit.br/blog/noticias/dos-barbantes-ao-mundo-digital-a-literatura-de-cordelpersiste/#:~:text=Em%20Pernambuco%2C%20a%20cultura%20do,compartilham%20a%20arte%20na%20regi%C3%A3o>>. Acesso em 28 out. 2023.

6.3 CRIAÇÃO

A terceira etapa do método compreende desde o desenvolvimento dos primeiros rascunhos até a conclusão do *rapport* e a escolha de cores, unindo as etapas “Geração”, de Mol (2018), com a fase de “Geração de alternativas” e a definição final presente na etapa “Solução e validação” de Medeiros, Teixeira e Gonçalves (2016).

O estilo de ilustração escolhido para o desenvolvimento das estampas parte de um subtópico da macrotendência “Conexões comunitárias”, trazendo o conceito do “Tropical maximalista” (Fig. 7). Segundo a WGSN (2023), este conceito aborda a questão de longevidade e propósito versátil, trazendo a alegria do verão por meio de cores vivas e estampas vibrantes, direcionando o design para padronagens desenhadas à mão, “pintadas de forma livre ou esboçadas de forma genuína” (WGSN, 2023).

Figura 7: Conceito Tropical Maximalista



Fonte: WGSN (2023)

Além deste conceito, a WGSN (2023) aponta para a chamada “*Painterly Patterns*” (Fig. 8), um estilo de estampa que vem crescendo como tendência e está se apresentando nos principais desfiles de Primavera/Verão 24 até o momento⁸. Contemplando um traço bastante artístico e imperfeito, traz aquarelas manchadas, marcas de esboço e pinceladas espontâneas e autênticas para as padronagens.

⁸ O estilo *Painterly Patterns* pode ser observado nos desfiles da Semana de Moda de Nova York e Milão, para a coleção de P/V 24. Disponível em: <<https://www.wgsn.com/fashion/article/6501af50ed8a0c81d76a1c15>>. Acesso em 30 out. 2023.

Figura 8: Estilo de estamparia *Painterly Patterns*



Fonte: WGSN (2023)

Em questão de cores, a WGSN (2023) traz para a P/V 25 uma cartela repleta de tons quentes e vibrantes para esta tendência. A paleta comunica-se muito bem com o conceito do “Tropical maximalista” e com a temática desta pesquisa, servindo de base para a paleta de cores da coleção. Combinada com a previsão de cores da temporada para a moda feminina⁹, teve algumas tonalidades adaptadas para melhor representar as questões simbólicas do carnaval pernambucano. (Fig. 9)

Figura 9: Cartela de cores



Fonte: Da autora (2023)

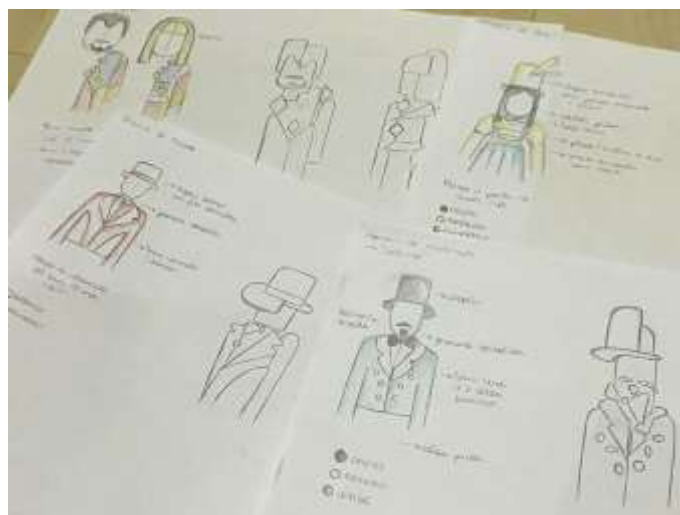
Para o desenvolvimento da estampa referente aos bonecos gigantes, foram feitos estudos preliminares dos principais personagens a fim de extrair suas

⁹ Disponível em: <<https://www.wgsn.com/fashion/article/6478633a63a9e3884e421cee>>. Acesso em 28 out. 2023.

características mais marcantes para destacá-las na produção (Fig. 10). A partir disso, seguiu-se com as seguintes definições:

- Homem da meia-noite: chapéu, gravata borboleta e barba preta, terno verde e branco.
- Menino da tarde: chapéu e gravata branco, terno vermelho e branco.
- Mulher do meio-dia: chapéu e roupa amarela e azul, cabelo preto.
- Zé Pereira: cabelo e barba preto, roupa multicolorida.
- Vitalina: cabelos loiros, roupa multicolorida.

Figura 10: Estudos preliminares



Fonte: Da autora (2023)

A partir dos esboços, os desenhos foram coloridos digitalmente com a ferramenta *Adobe Photoshop*, utilizando um pincel que simula o efeito da aquarela. Para esta estampa, escolheu-se um visual bastante carregado, sem áreas de respiro, buscando representar o grande número de foliões que enche as ruas de Pernambuco durante os carnavais. (Fig. 11)

Figura 11: Estampa Bonecos Gigantes



Fonte: Da autora (2023)

Para a estampa direcionada ao frevo, o objetivo era priorizar e apresentar alguns dos passos de dança do estilo. Utilizando das fotografias de referência para traçar a ilustração (Fig. 12), optou-se por manter um contorno nos elementos e utilizar um traço de ilustração que remete às características do Cordel.

Figura 12: Processo de desenvolvimento



Fonte: Da autora (2023)

Para trazer leveza e movimento na composição, foram utilizadas bastante áreas de respiro entre os elementos, rotacionando-os para criar uma estampa dinâmica e acrescentado pequenos complementos em lugares pontuais. Além disso, foi colorida com uma aquarela manchada, trazendo em evidência cores vibrantes e com mais luminosidade. (Fig. 13)

Figura 13: Estampa Frevo



Fonte: Da autora (2023)

O desenvolvimento da estampa sobre a música “Frevo Mulher” partiu da delimitação de palavras-chave extraídas da letra da música (Fig.14), apresentadas também no mapa mental da etapa 6.1. A partir delas, criaram-se os principais elementos da padronagem, usando um pincel de bolinhas para simular as lantejoulas bordadas nas roupas do Maracatu.

Figura 14: Estampa Frevo Mulher



Fonte: Da autora (2023)

Os elementos foram dispostos de modo que criassem uma composição dinâmica, buscando retratar o movimento de procura cantado na música (Fig. 15). Os

movimentos sinuosos e os caminhos traçados entre os elementos principais anseiam representar os versos “É quando o tempo sacode a cabeleira” e “E desemboca no primeiro açude de meu amor”. Dentro da estampa, cria-se um caminho visual que vai de encontro ao único coração da composição, representando “aquela mulher” que os tantos “elementos amam”.

Figura 15: Estampa Frevo Mulher



Fonte: Da autora (2023)

6.4 FINALIZAÇÃO

A etapa de finalização consiste em fazer a impressão da estampa e calibrar as cores para atingir o resultado esperado, além de ajustar a escala dos elementos e desenvolver a ficha técnica da padronagem. Esta fase da metodologia compila as etapas de “Aplicação” e “Finalização” descritas por Mol (2018), adaptando e acrescentando outras informações.

Para melhorar visualizar o resultado físico das estampas e suas proporções, pode-se fazer impressões em diferentes escalas de arte, procurando o melhor resultado possível para a padronagem. Após definido o tamanho, são solicitados pedaços de tecido estampados, testando as cores e calibrando-as, caso necessário, para melhorar a harmonia visual da composição. (Fig. 16)

Dentro do contexto industrial, quando a estampa tem suas cores aprovadas é necessário criar sua ficha técnica, contendo informações como: coleção a que pertence, nome da estampa, tamanho do rapport, amostra física aprovada, Pantones

utilizados, data de aprovação, designer responsável, se a estampa possui pé ou não - ou seja, se seus elementos precisam estar sempre posicionados de forma vertical para que sejam compreendidos, e espaço para observações extras.

Figura 16: Teste de escala e cor



Fonte: Da autora (2023)

6.5 EXPANSÃO

Na etapa de expansão é onde ocorre o desmembramento dos elementos das estampas, criando composições locais e unindo diferentes técnicas para a aplicação nas peças. Em casos onde o objetivo destina-se apenas à construção das estampas corridas, esta etapa pode ser eliminada e/ou adaptada.

Conforme especificado na etapa de Definição, as técnicas escolhidas para este projeto são os bordados e termocolantes. Com a escolha dos bordados, busca-se fazer uma associação ao grande apelo cultural que os bordados manuais possuem no Brasil, conforme Silva (2022) aponta em sua pesquisa. Os termocolantes foram escolhidos por dar brilho e trazer ainda mais vida às peças, conversando diretamente com o tema da pesquisa, além de estarem em grande alta na moda feminina.

Cada estampa pode gerar inúmeras possibilidades dentro do desenvolvimento de produtos. Dentro deste cenário, foram criadas algumas soluções para a aplicação local em diferentes peças, utilizando elementos extraídos das estampas corridas, bem como adicionando grafismos complementares nas composições.

Para as peças originadas da estampa de bonecos gigantes, buscou-se manter a grandeza dos elementos, criando composições assimétricas e incluindo bordados de paetês em partes específicas do desenho, além de desenvolver um barrado de listras complementares para peças locais. (Fig. 17)

Figura 17: Aplicações locais da estampa Bonecos Gigantes



Fonte: Da autora (2023)

Com a estampa do frevo, criaram-se composições mais leves e limpas, seguindo o mesmo conceito da estampa corrida. Foram criados barrados delicados utilizando as ilustrações das sombrinhas, além de desenhos localizados com alguns dos passos do frevo. Tais produtos foram enriquecidos por meio de detalhes em bordados e termocolantes. (Fig. 18)

Na estampa que une a música e o Maracatu, criaram-se arranjos locais, barrados e também uma espécie de “faixa” lateral com a trança da padronagem, alternando entre composições mais carregadas e outras contendo apenas pequenos detalhes. Buscando se aproximar das roupas típicas do Maracatu, escolheu-se trabalhar com a técnica de termocolante, onde é possível representar os círculos que compõem a estampa por meio das pedras. Em contrapartida, para trazer peças de composição mais leves, foi escolhido como complemento bordados em ponto cruz, criando um efeito artístico para os elementos. (Fig. 19)



servindo apenas como documentação para o uso em futuros projetos e/ou conhecimento para futuros profissionais da área.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao ter como intenção desenvolver uma coleção de estampas inspirada no Carnaval de Pernambuco, utilizando de ferramentas do design, esta pesquisa cumpriu seu objetivo. A metodologia proposta mostrou-se bastante satisfatória, contemplando etapas relevantes para o processo de desenvolvimentos pensado para a indústria e contribuindo para atingir os objetivos específicos elencados no início deste projeto.

Apresentados estes pontos, encontra-se a pergunta problema que guiou este trabalho: Como desenvolver uma coleção de estampas têxteis baseadas no Carnaval de Pernambuco, unindo o estudo de tendências e o uso das ferramentas do design para transpor elementos culturais e gerar significado?

Durante sua execução, percebeu-se a importância das ferramentas e métodos de design para guiar a produção, elencando pontos a serem trabalhados e etapas que conduzem para um resultado mais assertivo e carregado de significados. A pesquisa de tendências é, também, parte fundamental do processo, trazendo tópicos atuais relevantes para o contexto do projeto, enriquecendo a produção através de estudos de comportamento e apresentando qualidades gráficas em alta no mercado, criando vantagem competitiva e diferenciação com seus produtos.

O auxílio da tradução intersemiótica mostrou-se essencial para transpor os elementos para a superfície têxtil, agregando o valor cultural pernambucano aos produtos desenvolvidos, sem deixar de manter seus traços de identificação, que contam uma história através das padronagens. É notável como a utilização de aspectos culturais e regionais cria produtos com grande carga significativa e emocional, gerando conexão e aproximação com as pessoas inseridas no contexto da criação, além de inúmeras possibilidades de desenvolvimento dentro de um tema extremamente rico culturalmente.

Sugere-se, como continuidade do estudo, abordar os carnavais de outras regiões do país, bem como demais festividades tipicamente brasileiras. Abre-se também a possibilidade de utilizar outras macrotendências de design e comportamento para guiar a produção. A metodologia proposta pode ser utilizada para



outros contextos de pesquisa, bem como ter suas etapas adaptadas e/ou melhoradas conforme as necessidades do projeto. Sugere-se acrescentar uma etapa de validação com o possível público consumidor para avaliar a recepção das produções.

REFERÊNCIAS

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias**. 1. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar. 2008. 197 p. ISBN 9788537800669.

CALDAS, Dário. **Observatório de sinais: teoria e prática da pesquisa de tendências**. São Paulo: E-ODES Editora Observatório de Sinais, 2013. Disponível em: <<https://lelivros.love/book/baixar-livro-observatorio-de-sinais-dario-caldas-em-pdf-epub-e-mobi-ou-ler-online/>>. Acesso em: 08 nov. 2022.

CAMPOS, Amanda Queiroz; RECH, Sandra Regina. Considerações sobre moda, tendência e consumo. 2010. Artigo (Mestrado em Gestão Estratégica do Design - UFSC). **Iara - Revista de Moda, Cultura e Arte**. São Paulo, v. 3, n. 3, p. 170-198, 2010.

CARVALHO, Nathalia Alborghetti; RUTHSCHILLING, Evelise Anicet. Inovação em metodologia de projeto aplicada ao design de superfície voltado para moda. 2016. 194p. Artigo (Mestrado em Design) - **ModaPalavra e-periódico**. Florianópolis, n. 17, p. 178-194, 2016. Disponível em: <<https://www.redalyc.org/journal/5140/514054174013/>>. Acesso em: 12 mar. 2023.

CULTURA.PE. "**Maracatu**"; Cultura.PE. Disponível em: <<https://www.cultura.pe.gov.br/pagina/cultura-popular-e-artesanato/cultura-popular/manifestacoes/maracatu/>>. Acesso em: 07 nov.. 2023.

DINIZ, André. **Almanaque do carnaval: a história do carnaval, o que ouvir, o que ler, onde curtir**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 2008. Disponível em: <https://books.google.com.br/books/about/Almanaque_do_carnaval.html?id=q1uBAAAAMAAJ&redir_esc=y>. Acesso em: 28 ago. 2023.

ERNER, Guillaume. Tradução: Eric Roland René Heneault. **Vítimas da Moda? Como a criamos, por que a seguimos**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2005.

ESCOLA, Equipe Brasil. "**Carnaval no Brasil**"; Brasil Escola. Disponível em: <<https://brasilescola.uol.com.br/carnaval/carnaval-no-brasil.htm>>. Acesso em: 23 ago. 2023.

FLORES, Moacyr. Do entrudo ao carnaval. **Estudos Ibero-Americanos**. Rio Grande do Sul, v. 22, n. 1, p. 149–162, 1996. DOI: 10.15448/1980-864X.1996.1.28783. Disponível em: <<https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/iberoamericana/article/view/28783>>. Acesso em: 23 ago. 2023.



FREITAS, Ernani Cesar de, PRODANOV, Cleber Cristiano. **Metodologia do projeto científico: Métodos e Técnicas de Pesquisa e do Trabalho Acadêmico**. 2ª edição. Novo Hamburgo - Rio Grande do Sul: Universidade Feevale, 2013. Disponível em: <<https://www.feevale.br/institucional/editora-feevale/metodologia-do-trabalho-cientifico---2-edicao>>. Acesso em: 9 mar. 2023.

FREITAS, Renata Oliveira Teixeira de. **Design de Superfície: ações comunicacionais táteis nos processos de criação**. 2. ed. São Paulo: Bluncher. 2018. 107 p. ISBN 9788521213291.

IERVOLINO, Fernanda; RAMOS, Izabela de Andrade; VIEIRA, Milton Luiz Horn. Técnicas de estamparia para calças leggings de tecidos sintéticos: hotfix, foil e flocado. **Projética**, Londrina, v. 11, n. 2, p. 126-150, 2020. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/347883833_Tecnicas_de_estamparia_para_calcas_legging_de_tecidos_sinteticos_hotfix_foil_e_flocado>. Acesso em: 12 mar. 2023.

KINAS, Marina Kurth. **Estamparia digital e o design de superfície: múltiplas possibilidades**. 2011. Trabalho de Conclusão de Curso em Design, Habilitação Design Gráfico. Universidade do Estado de Santa Catarina. Centro de Artes, Florianópolis, 2011. Disponível em <<https://silo.tips/download/estamparia-digital-e-o-design-de-superficie-multiplas-possibilidades>>. Acesso em: 11 mar. 2023.

MEDEIROS, Diego Piovesan; TEIXEIRA, Felipe; GONÇALVES, Marília Matos. **Metodologia de tradução Intersemiótica aplicada ao design gráfico**. Revista Vincci – Periódico Científico da Faculdade SATC, v. 1, n. 1, p. 23-38, jan./jul., 2016. Disponível em: <<https://revistavincci.satc.edu.br/index.php/Revista-Vincci/article/view/48/6>>. Acesso em: 15 nov. 2022.

MOL, Iara Aguiar; LANA, Sebastiana Luiza Bragança. Design de Superfície: proposição de método de ensino a partir de valores culturais brasileiros. 2018. 115p. Artigo (Mestrado em Design) - **ModaPalavra e-periódico**. Florianópolis, v. 11, n. 21, p. 097-115, 2018. Disponível em: <<https://www.revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/view/10369>>. Acesso em: 09 mar. 2023.

PLAZA, Júlio. **Tradução Intersemiótica**. 1. ed. São Paulo: Perspectiva, 2010.

RAULINO, Francielli Comin. **Afirmção da brasilidade por meio do revestimento cerâmico: a cultura Frevo como elemento de design e diferenciação estética**. 2012. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Faculdade SATC, 2012.

RIEZU, Domínguez Marta. **Coolhunters**: caçadores de tendências na moda. Tradução de Paulo Augusto Almeida Seemann. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2011.

RISÉRIO, A. Carnaval: as cores da mudança. **Afro-Ásia**, Salvador, n. 16, 1995. DOI: 10.9771/aa.v0i16.20848. Disponível em:



<<https://periodicos.ufba.br/index.php/afroasia/article/view/20848>>. Acesso em: 30 mar. 2023.

RUBIM, Renata. **Desenhando a Superfície**. 2. ed. São Paulo: Edições Rosari. 2010. 95 p. ISBN 9788588343962.

RUTHSCHILLING, Evelise Anicet. **Design de Superfície**. 1. ed. Porto Alegre: Ed. Da UFRGS. 2008. 104 p. ISBN 9788536800350.

SANTAELLA, Lúcia. **Semiótica aplicada**. 1. ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.

SCHNEIDER, Joana; SACCO, Helene Gomes. **Estêncil e serigrafia: os usos tradicionais e artísticos da técnica de molde vazado**. Revista Seminário de História da Arte - ISSN 2237-1923, v. 01, n. 08, 2019. Disponível em: <<https://periodicos.ufpel.edu.br/ojs2/index.php/Arte/article/view/17912>>. Acesso em: 12 mar. 2023.

SILVA, Camila; FELIPE, André. **A cultura carnavalesca enquanto patrimônio cultural imaterial: uma análise das ações de preservação e disseminação do Frevo na cidade do Recife**. 2018. ENEBD - Anais do XLI Encontro Nacional de Estudantes de Biblioteconomia e Documentação - Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro. Disponível em: <<https://app.uff.br/riuff/handle/1/15653>>. Acesso em: 27 set. 2023.

SILVA, João Paulo Florêncio da. **Bordando tipos: as possibilidades de aplicação da tipografia no bordado industrial**. 2022. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte, CCHLA - Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Graduação em Design, Natal/RN, 2022. Disponível em: <<https://repositorio.ufrn.br/handle/123456789/48835>>. Acesso em: 12 mar. 2023.

SILVA, Tânia Cristina do Ramo; PATRÍCIO, Fabiana dos Santos. **Design de superfície têxtil: além da imagem estampada**. 2016. 18 f. Tese (Doutorado) - Curso de Pós-Graduação em Têxtil e Moda, Escola de Artes, Ciências e Humanidades - Universidade de São Paulo Av. Arlindo Bettio, São Paulo, 2016. Disponível em: <<http://www.entremeios.inf.br/published/326.pdf>>. Acesso em: 11 mar. 2023.

VEJLGAARD, Henrik. **Anatomy of a trend**. United States of America: McGraw-Hill, 2008. Disponível em: <<https://epdf.tips/anatomy-of-a-trend.html>>. Acesso em: 22 mar. 2023.

WGSN. **"Previsão de estampas e padronagens femininas P/V 25: Conexões comunitárias"**; WGSN. Disponível em: <<https://www.wgsn.com/fashion/article/64b531210317f2eeaaaf157e4?lang=pt>>. Acesso em: 28 set. 2023.