

EPISTEMOLOGIA\_Y\_METODOLOGIA\_JUAN\_SAMAJA [Fecha de consulta: 12/12/2020].

Strathern, P. (2000). El sueño de Mendeléiev. De la alquimia a la química. Barcelona: Siglo XXI Editores. Disponible en línea: [https://www.sigloxxieditores.com/libro/el-sueno-de-Mendeleiev\\_17504/](https://www.sigloxxieditores.com/libro/el-sueno-de-Mendeleiev_17504/) [Fecha de consulta: 12/12/2020].

**Abstract:** This research proposes a brief analysis of the three methods of scientific thinking: (1) the inductive, (2) the hypothetico-deductive and (3) the abductive; to finish relating it to the design research method of Design Thinking. The method, the criterion of truth, the criterion of demarcation and its relationship with metaphysics are essential to understand how to proceed methodologically.

**Keywords:** Scientific thinking methods - Design Thinking - Creative methodology.

**Resumo:** Esta pesquisa propõe uma breve análise dos três métodos de pensamento científico: (1) o indutivo, (2) o hipotético-dedutivo e (3) o sequestrador; para concluir, relacionando-o ao método de pesquisa de design do Design Thinking. O método, o critério de verdade, o critério de demarcação e sua relação com a metafísica são essenciais para entender como proceder metodologicamente.

**Palavras chave:** Métodos de pensamento científico - Design Thinking - Metodologia criativa.

(\* **Ibar Federico Anderson:** Diseñador Industrial (UNLP, 1999). Universidad Nacional de La Plata (UNLP). Master en Estética (UNLP, 2008). Doctor en Arte (UNLP, 2014). Postítulo en Formación Docente ISFD N° 17 (Instituto Superior de Formación Docente), Provincia de Buenos Aires. Profesor en Disciplinas Tecnológicas de las Escuelas de Educación Técnica Secundarias de la Provincia de Buenos Aires y Entre Ríos. Agente de Propaganda Médica (APM) con matrícula farmacéutica para las Provincias de Entre Ríos, Santa Fe y Buenos Aires. Becario de Investigación en Ciencia y Técnica de la UNLP. Período: 2004-2011. Investigador Categoría III. Secretaría de Ciencia y Técnica (SCyT-FBA). Universidad Nacional de La Plata (UNLP). República Argentina. Período: 2000-2019. Profesor Titular "Cultura 1" Departamento de Diseño Industrial-FBA-UNLP. Miembro del Consejo Científico de la Revista "Tableros", Editorial Papel Cosido. Departamento de Diseño Industrial, Universidad Nacional de La Plata. Aprobó 17 Posgrados en la Facultad de Arquitectura, Arte e Ingeniería de la UNLP. Presentó 50 trabajos/ponencias en Congresos de Diseño en la Argentina en diversas Universidades públicas y privadas en Argentina y el extranjero. Escribió en 7 revistas científicas con referato de la UNLP. Escribió en 9 revista internacionales con referato. Publicó en 8 Actas de Diseño de la Universidad de Palermo. Escribió un Capítulo de 1 libro sobre Educación, Innovación y Diseño en Latinoamérica. Presentó 6 trabajos que fueron seleccionados para el Catálogo INNOVAR del Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva de la Nación y del Ministerio de Educación de la Nación. Links de mi presencia profesional en sitios oficiales de investigación en la web: Google Scholar: <https://scholar.google.com/citations?user=WfLjtjeoAAAAJ&hl=en> ResearchGate: [https://www.researchgate.net/profile/Ibar\\_Federico\\_Anderson](https://www.researchgate.net/profile/Ibar_Federico_Anderson) Orcid.org: <https://orcid.org/0000-0002-9732-3660> Academia.edu: <https://unlp.academia.edu/IbarFedericoAnderson>

## Fundamentos do processo criativo de estampas com DNA cultural brasileiro

Bruna Luz M. Lopes y Ana Paula Lima de Carvalho (\*)

Actas de Diseño (2022, octubre),  
Vol. 41, pp. 126-129. ISSN 1850-2032.  
Fecha de recepción: julio 2021  
Fecha de aceptación: diciembre 2021  
Versión final: octubre 2022

**Resumo:** O estudo parte do conceito que a estampa pode ser considerada um dos possíveis diferenciais de um projeto de Design de Moda. A título de exemplificação utilizou-se padronagens criadas pela marca Farm, que mundialmente é identificada como brasileira e utiliza técnicas manuais e digitais. Neste sentido, as docentes desenvolveram estampas com o alunado para produtos de vestuário com base em métodos de processo e inovação de criação, que atendam as demandas do mercado de moda, enfatizando o DNA cultural Brasileiro. Ao analisar as ferramentas projetuais utilizadas pelos designers definiu-se técnicas, métodos e processos que representem as diversas possibilidades para a criação de estampas.

**Palavras chave:** Design de Estampas, Metodologia, Ferramentas do Design, Ensino na moda.

[Resumos em espanhol e inglês e currículo na p. 129]

### 1. Introdução

O artigo aborda os aspectos relacionados ao processo de criação de padronagens com referências culturais

brasileiras. O objetivo do artigo é mostrar a metodologia de ensino das autoras em orientar projetos de conclusão em cursos de especialização e graduação em Design, com ênfase em Estamparia e

apresentar como a marca Farm obtêm sucesso em escalas nacional e internacional, com o desenvolvimento de padrões diferenciados.

Dessa forma, a abordagem do estudo parte dos processos de: construção ou análise do briefing (conjunto de informações), seleção de referências ou inspirações para a elaboração de moodboards (painel imagético), experimentações de desenhos ou fotografias e finalização da estampa por meio digital.

A Farm introduziu conceitos de brasilidade em vários países, através de suas estampas nos mais diversos produtos, utiliza processos de construção de estampas brasileiras, muito próximos do ensino aprendizagem elaborado pelas autoras no cotidiano da sala de aula, em parceria com o alunado, no que se refere as características e fases de desenvolvimento tanto das estampas localizadas quanto das corridas.

Cabe destacar que muitos profissionais que atuam como designer de estampa na marca, foram ex-alunos das autoras, e levam para o ambiente profissional a bagagem de conhecimento das técnicas e processos oriundos da formação de Design de Moda e de Estampas do SENAI CETIQT situado no estado do Rio de Janeiro.

## 2. As estampas como um diferencial na marca farm

A escolha da marca carioca Farm teve como critério o fato de ser reconhecida internacionalmente e, também, por ter mais de duas décadas de mercado de moda. Uma vez que foi iniciada em 1997, no Rio de Janeiro, em um evento que reunia marcas alternativas e jovens estilistas denominado Babilônia Feira Hype (Pessoa, 2017).

Uma das características da empresa mais marcantes é o desenvolvimento de estampas exclusivas que junto com seu conceito e posicionamento a FARM trouxe à tona o estilo de vida (*lifestyle*) carioca, solar, praiano, traduzido nas coleções em cores, símbolos e referências provenientes da própria natureza: pôr do sol, folhagens, frutas e outros elementos do dia a dia.

À vista disso, a estação mais evidente é o verão, pois parece ser a estação que perpassa o ano inteiro no Rio de Janeiro, tornando-se desejo em outros estados brasileiros e países que podem ter temperaturas muito baixas no outono e inverno, enquanto no sudeste do Brasil, a praia é uma referência de lazer o ano todo.

Cabe destacar que o personagem fictício Zé Carioca (apelido do papagaio José Carioca) desenvolvido pelos estúdios Walt Disney, nos anos de 1940 é um dos “diferenciais” da Farm. E curiosamente tem referência “Carioca” no nome, apelido também dado para os residentes da Cidade do Rio de Janeiro, local onde a marca surgiu e, talvez por essa “coincidência” seja utilizado em toda coleção como estampa localizada.

E junto com ícones da fauna e da flora brasileira, como o tucano, o caju, o abacaxi, a arara e outros, que estão sempre em estampas institucionais da marca, em toda sazonalidade, a Farm cria tendências, valoriza a cultura do seu país de origem e é identificada como símbolo do DNA brasileiro.

Além da brasilidade, também reforçam o reconhecimento mundial da marca as parcerias (collabs) estratégicas com as marcas Havaianas, Adidas, Pantone, marca de mochilas JanSport, Levi's, Yawanawa, além disso, o recente site internacional de vendas, o escritório de design em Nova York, as lojas em Nova York, em Miami no Aventura Mall e na Europa, que potencializam os produtos da marca.

No site oficial da Farm2 brasileiro, por exemplo, tem roupas, acessórios, parcerias, linhas, bazar e acesso direto para o site da Fábula voltado para o público infantil. Dentro dessas opções ainda tem mais segmentação, por exemplo, as linhas se dividem em: a quero (produtos de decoração para casa ou pranchas de surfe, skate e bicicleta); jeans re-farm (que busca reduzir o impacto no meio ambiente), me leva (tênis mule, necessaire, bolsa praiana e outros); Farm com eles (com camisas, bermudas, calças e blusas com diferentes estilos e estampas); viva! Fitness (peças para fazer exercícios, com produtos da linha viva e da parceria com a adidas); top e calcinhas (moda íntima) e lisos (produtos sem estampas).

A segmentação de produtos para melhor navegação no site da Farm, evidencia não só a diversidade de mix de produtos, como também de estampas e suas variantes de coloração, bem como o compromisso com a sustentabilidade e projetos vinculados ao empreendedorismo com parcerias, para cada vez mais conquistar o mercado de moda.

## 3. Metodologias de projeto em design de estampas

De um modo geral, os designers de estampas utilizam o seguinte método<sup>3</sup> no processo criativo, a saber: construção ou análise do briefing, seleção de referências ou inspirações para a elaboração de moodboards, experimentações de desenhos ou fotografias e finalização da estampa por meio digital.

Desse modo se faz necessário apresentar as técnicas mais abordadas pelas docentes nos cursos de Graduação em Design de Moda e de Pós-graduação de Inovação e Tecnologia em Design de Estampa: o primeiro passo é compreender o briefing proposto pela empresa, cliente ou pelo próprio designer (quando está criando seu portfólio), no sentido de identificar o desafio e encontrar soluções projetuais para atender um conjunto de informações com diretrizes e instruções pertencentes ao projeto.

É proposto pelas docentes o desenvolvimento de estampas para produtos de vestuário com base em métodos e processos criativos, que atendam às demandas do mercado de moda, as mesmas em aula, propõem como tema referências do DNA cultural Brasileiro. Desde o regionalismo, as festas, a fauna e a flora que tanto representam a expressão cultural brasileira.

Com base no antropólogo DaMatta (1997), a construção da brasilidade foi feita por meio da diversidade cultural existente no Brasil, ou melhor, nos Brasis, que devido ao regionalismo, as manifestações culturais que partem das festas, carnavais, espaços públicos, identificando as matrizes indígenas, africanas, portuguesas e de imigrantes, como formadoras do “jeito de ser do brasileiro”, sempre associado à criatividade, ao improviso, trazendo à tona a

cultura local, regional para as dimensões representativas da cultura brasileira.

A segunda etapa é a utilização de referências ou inspirações, termo que alguns designers, sobretudo de moda, preferem utilizar, que consiste em fazer um levantamento de dados comumente mais imagético para compor a pesquisa de referências sobre o(s) tema(s), nas mais variadas fontes: livros, revistas, páginas eletrônicas entre outros meios de comunicação.

A partir da prévia seleção de imagens ou qualquer outro repertório de objetos que fazem parte da cultura material, torna-se viável, também, a definição da cartela de cores e a construção de moodboard como forma de síntese da pesquisa, isto é a representação imagética mais significativa acerca do tema proposto no briefing.

Por conseguinte, no moodboard é possível uma visualização mais abrangente sobre as inspirações, acerca da temática proposta. De um modo geral é construído com imagens, cores, que favorecem a visualização da(s) ideia(s) e das possibilidades para a criação de estampas. Em seguida, no campo da elaboração das estampas se faz necessário o processo de experimentações do(s) motivo(s) que podem ser manuais, fotográficos e/ou digitais.

As ilustrações manuais são feitas com o uso de um ou mais recursos de pintura, são escaneadas e recebem um tratamento de imagem com o auxílio de algum aplicativo ou programa gráfico, como por exemplo: Photoshop. Assim, buscando realçar os detalhes e as cores que foram perdidas com o processo de escaneamento, pois elas tendem a ficar um pouco mais esmaecidas.

Cabe destacar que no programa Photoshop, por exemplo, o fundo de cada ilustração pode ser removido com as ferramentas de seleção, máscara e suavização disponíveis no software, para as imagens terem fundo transparente, possibilitando então a criação de uma “colagem virtual”, a utilização de um fundo ou cor por trás. Além de outras soluções estéticas que o designer pode conferir para os elementos e outras possibilidades que podem ser realizadas pelas diferentes ferramentas dos programas disponíveis no mercado.

Os elementos digitais, como o nome já diz, são criados digitalmente, ou seja, através de programas ou aplicativos, os mais conhecidos são os programas da empresa Adobe (Photoshop e Illustrator), o Corel Draw e o aplicativo Procreate, criado pela Apple.

As ferramentas de desenho em muitos desses dos programas, e aplicativos simulam técnicas manuais e artísticas bem semelhantes. Além de não gastar materiais como papel, tintas, lápis, canetas esferográficas, hidrográficas, pastel oleoso, pastel seco, giz e outros, se o elemento não for criado com camada de fundo, tem sua transparência preservada. Desta maneira, não se faz necessária a etapa de seleção, tal como no desenho criado manualmente, que pode ser bem longa dependendo da complexidade do desenho.

Além disso, diferentemente do mouse tradicional, que não tem variação de espessura na mesma linha, com o auxílio de caneta touch, da mesa digitalizadora ou de tablets, pode-se ter na mesma linha traços mais finos e mais grossos, dependendo da pressão que é feita com a caneta para a elaboração dos desenhos, bem como,

dependendo da prática do designer, o tempo de criação pode ser reduzido com a facilidade tecnológica.

Já os elementos fotográficos, são aqueles capturados por câmeras fotográficas pelo próprio designer ou retirados em sites com fotos profissionais gratuitas ou pagas. Posto isto, vale ressaltar a importância de respeitar os direitos autorais, pois muitas vezes nos moodboards inspiracionais selecionam-se imagens sem essa preocupação ética, já que é criado apenas para estimular a criatividade do designer, podendo ser apresentado ou não. O ideal é sempre buscar imagens de domínio público.

Também é possível gerar uma imagem realista através do escaneamento, podendo o designer ser cada vez mais criativo em relação ao que será convertido para uma versão digital. Do mesmo modo, o processo de escanear pode ser “similar” a tirar uma foto, possibilitando criar um banco de dados pessoal no computador.

Ainda dentro do processo de experimentações, são feitos testes de coloração, de estilos, de disposição dos elementos, das possibilidades de escala, dos sistemas de repetição, quando é uma estampa corrida e das aplicações em mockups (foto de produtos) quando o designer deseja simular a sua estampa e ter uma melhor projeção de como a estampa ficaria em um produto real. Todas essas etapas fazem a composição do processo de seleção dos melhores resultados para a construção das estampas.

A última etapa, a finalização, geralmente é feita de forma digital em softwares já na escala que será adotada nos produtos, e é chamada de arte, se for uma estampa localizada e de rapport, se for uma estampa corrida, pois para esse último tipo de padronagem se faz necessário adotar técnicas de encaixe nos lados e cantos para formar a estampa. Sendo assim, o elemento que é colocado de um lado, ultrapassando a borda da página, é repetido, na distância da largura do rapport, do outro lado, da mesma forma é feito em cima e embaixo, mas utiliza-se a medida da altura do rapport, para que os elementos se encaixem na repetição.

Então, o rapport, é a área necessária para a repetição da estampa indefinidamente, ao contrário da estampa localizada que não se repete pois é estampada em uma área limitada (Rüthschilling, 2008).

Nas estampas corridas, os elementos podem estar: em uma só direção, duas ou mais, rotacionados, espelhados ou aleatórios, isto é, em várias direções, facilitando o corte das modelagens em mais de um sentido e reduzindo as sobras de tecido.

Nas estampas localizadas e corridas, os elementos geralmente são distribuídos procurando formar uma composição harmoniosa, com balanço visual assimétrico, buscando equalizar o peso visual do contraste entre os motivos com tamanho e/ou cores diferentes; ou balanço simétrico para a sensação de unidade e ordem na estampa.

E dentro das técnicas de estamparia: serigrafia e rotativa (somente utilizado para estampas corrida) é necessário separar as cores da arte da estampa localizada e do rapport da estampa corrida. Geralmente é estampado primeiro as cores mais claras, em vista disso, o designer ou arte finalista aumenta alguns milímetros as cores acima e/ou a mais escuras, ou somente o contorno para não dar linhas na estampa caso ocorra algum erro na hora de estampar.

Consequentemente, para atingir o objetivo de criar estampas, com diferencial e elaboradas dentro do briefing da brasilidade, é necessário aguçar a criatividade imaginativa do alunado, estimular experimentações com as imagens e informações coletadas, além de ser fundamental, conhecimentos artísticos e técnicos, para a realização de desenhos manuais e/ou digitais e para construir as estampas nos programas disponíveis no mercado.

### Considerações finais

Assim sendo a proposta apresentada mostra práticas e metodologias em Design relacionadas ao desenvolvimento de estampas, tanto a corrida, quanto a localizada no cotidiano da sala de aula, e a apresentação da marca Farm como uma das representações de soluções estéticas na criação de padronagens com elementos constitutivos da cultura brasileira.

As atividades experimentais desenvolvidas pelas docentes possibilitam não só uma imersão no processo criativo de desenvolvimento de produtos de moda em que a estampa seja a composição de diferenciação do produto, mas também uma metodologia a seguir, já que muitos de seus discentes disseminam os conhecimentos adquiridos profissionalmente no mercado de moda como a Farm, entre outras.

Portanto, a cada dia o design de produto está vinculado ao desenvolvimento de estampas, por conseguinte valorizando não só o processo criativo autoral, mas a diversidade do processo de produção desde a arte de fazer, como também o uso de ferramentas tecnológicas para compor a pluralidade de estampas no cenário tanto nacional como internacional.

### Referências

- Bürdek Bernhard E. História, teoria e prática do design de Produtos. 1st ed. São Paulo: Edgard Blucher; 2006.
- DaMatta, Roberto. 1936-. Carnavais, malandros e heróis: para uma sociologia do dilema brasileiro /. Roberto DaMatta. - 69 ed. Rio de Janeiro: Rocco, 1997. 1.
- FARM [Internet]. Rio de Janeiro; [2021] [cited 2021 May 28]. Available from: <https://www.farmrio.com.br/>.
- Pessoa Daniela. Farm completa 20 anos com faturamento de meio bilhão de reais: A grife celebra duas décadas em grande estilo... [Internet]. Rio de Janeiro; 2017 Jun 23 [cited 2021 May 28]. Available from: <https://vejario.abril.com.br/cidade/farm-completa-20-anos-com-faturamento-de-meio-bilhao-de-reais/>.
- Rüthschilling Evelise Anicet. Design de superfície. Porto Alegre: UFRGS; 2008.

**Abstract:** The study starts from the concept that the print can be considered one of the possible differentials of a Fashion Design project. As an example, patterns created by the Farm brand were used, which worldwide is identified as Brazilian and uses manual and digital techniques. In this sense, the documents developed prints with students for clothing products based on creative process

and innovation methods, which meet the demands of the fashion market, emphasizing the Brazilian cultural DNA.. When analyzing the design tools used by the designers, techniques, methods and processes were defined that represent the different possibilities for the creation of prints.

**Keywords:** Pattern Design, Methodology, design tools, fashion education.

**Resumen:** El estudio parte del concepto de que el estampado puede considerarse uno de los posibles diferenciales de un proyecto de Diseño de Moda. Como ejemplo, se utilizaron patrones creados por la marca Farm, que a nivel mundial se identifica como brasileña y utiliza técnicas manuales y digitales. En este sentido, los documentos desarrollaron estampados con estudiantes para productos de confección basados en procesos creativos y métodos de innovación, que atienden las demandas del mercado de la moda, enfatizando el ADN cultural brasileño. Al analizar las herramientas de diseño utilizadas por los diseñadores, se definieron técnicas, métodos y procesos que representan las diferentes posibilidades para la creación de estampados.

**Palabras clave:** diseño de patrones, metodología, Tools Design, Educación de moda.

**(\*) Bruna Luz M. Lopes:** Especialista (brunaluzdesigner@hotmail.com.br). Designer. Especialista em Docência na Educação Profissional, Especialista Design de Estamparia, Bacharelada em Design de Moda e em Tecnologia em Produção de Vestuário (Modelagem), todos, pelo SENAI CETIQT e Técnica em Estilismo e Coordenação de Moda pelo Senac. Atualmente é professora nos cursos de Extensão, Graduação e Pós-Graduação do SENAI CETIQT, nas modalidades presencial e a distancia, desde de 2013, ao mesmo tempo que atuou como Gestora Técnica (de Conteúdo) da Pós-graduação em Design de Estampas e da Pós-graduação em Design de Moda de 2013 a 2016. Trabalhou como designer de moda no Atelier de noivas, La boda e na Complexo B e fez treinamento para figurinista na Globo Produções. E como autônoma, realiza trabalhos nacionais e internacionais nas áreas de moda, estamparia, ensino, produto, modelagem e design gráfico. **Ana Paula de Carvalho:** (aplcarvalho2019@gmail.com). Mestre em Design pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (2001). Graduada em História (licenciatura e bacharelado) pela mesma faculdade em 1988. Atualmente é professora do ensino superior do SENAI CETIQT, como também foi Gestora Técnica do curso de pós-graduação em Design de Moda, nas modalidades presencial e a distância. Ministra disciplinas nos cursos de graduação em Design de Moda e no Programa de pós-graduação em Design de Moda e atuou como professora no curso de Pós graduação em Design de Acessórios na disciplina de Metodologia do trabalho científico. Foi membro do Núcleo Docente Estruturante do curso de Design de Moda do SENAI CETIQT. Orienta Iniciação Científica na pesquisa Cultura, Design e Memória, como também orienta projetos de conclusão de curso em Design com ênfase em Moda, ministra aulas nas Pós graduações em Design de Produto de Moda e Planejamento em Modelagem: Alfaiataria. Atualmente faz parte do grupo de pesquisa Laboratório de Estudos cotidiano (Labec).