



**UNIVERSIDADE DO ESTADO DA BAHIA  
CENTRO DE ARTES, HUMANIDADES E LETRAS  
CURSO DE BACHARELADO EM DESIGN**

**JACKSON DIEGO DO NASCIMENTO PAULA**

**REFERÊNCIAS IMAGÉTICAS DE AZULEJOS, EM CASARIOS DO BAIRRO  
SANTO ANTÔNIO (SALVADOR – BA), APLICADAS AO DESIGN DE  
SUPERFÍCIES**

Salvador  
2017

**JACKSON DIEGO DO NASCIMENTO PAULA**

**REFERÊNCIAS IMAGÉTICAS DE AZULEJOS, EM CASARIOS DO BAIRRO  
SANTO ANTÔNIO (SALVADOR – BA), APLICADAS AO DESIGN DE  
SUPERFÍCIES**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à  
banca examinadora da Universidade do Estado da  
Bahia para a obtenção de grau de Bacharelado em  
Design.

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Ma. Nilda Silva de Oliveira

Salvador  
2017

## RESUMO

A cidade de Salvador – BA apresenta grande quantidade de referências culturais dos povos que compõem esse país, mas infelizmente esse acervo é pouco explorado e exaltado pela sua população. Esse trabalho focou em um estudo imagético baseado na metodologia e pesquisa de Flavio Anthero, tendo como objetivo observar os azulejos das casas do Santo Antônio Além do Carmo, bairro da cidade de Salvador, que abriga uma vasta e diversificada formas de manifestações culturais pouco conhecidas pela população soteropolitana. As imagens coletadas foram transformadas em estampas, aplicadas a roupas com uma modelagem sem definição de gênero (conceito contemporâneo), o que nos fez retomar o histórico conceitual de Moda para entendermos o seu papel na identidade e costumes da sociedade. O processo resultou numa coleção de 5 (cinco) estampas, com grande variação de aplicabilidade; também um ensaio fotográfico, com o intuito de suprir demandas da sociedade, considerando o novo e o histórico.

**Palavras-chave:** Santo Antônio. Estampas. Imagético. Azulejos. Casas. Moda.

## SUMÁRIO

|                                        |           |
|----------------------------------------|-----------|
| <b>1 INTRODUÇÃO .....</b>              | <b>4</b>  |
| <b>2 PROBLEMA.....</b>                 | <b>5</b>  |
| <b>3 OBJETIVO GERAL .....</b>          | <b>5</b>  |
| <b>4 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....</b>    | <b>5</b>  |
| <b>5 MATERIAIS E MÉTODOS .....</b>     | <b>5</b>  |
| <b>6 REFERENCIAL METODOLÓGICO.....</b> | <b>6</b>  |
| <b>7 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA .....</b>   | <b>8</b>  |
| 7.1 AZULEJO NO BRASIL.....             | 8         |
| 7.2 O SANTO ANTÔNIO ALÉM DO CARMO..... | 9         |
| 7.3 MODA .....                         | 10        |
| 7.4 GÊNERO.....                        | 16        |
| <b>8 COLETA DE IMAGENS.....</b>        | <b>18</b> |
| 8.1 GRADIOS DE PROTEÇÃO.....           | 18        |
| 8.2 CORES.....                         | 20        |
| 8.4 AZULEJOS .....                     | 24        |
| <b>9 ANÁLISE DE SIMILARES .....</b>    | <b>30</b> |
| 9.1 MODELAGEM .....                    | 30        |
| 9.2 ESTAMPA.....                       | 33        |
| 10.1 CORES.....                        | 40        |
| 10.2 MODELAGEM.....                    | 41        |
| <b>11 CONCLUSÃO .....</b>              | <b>44</b> |
| <b>11 REFERÊNCIAS.....</b>             | <b>45</b> |

## 1 INTRODUÇÃO

Esse documento tem como propósito registrar as etapas do processo de produção do Trabalho de Conclusão de Curso, no Bacharelado em Design, da Universidade do Estado da Bahia – (UNEB), intitulado “Referências imagéticas de azulejos, em casarios do bairro Santo Antônio (Salvador – Ba), aplicadas ao design de superfícies”.

O mercado de criação e aplicação das estampas que seguem um modelo de repetição vem se consolidando nos últimos anos, trazendo formas diferenciadas de usabilidade, principalmente no mercado da moda. Elas usam como referências as repetições encontradas em azulejos e em padrões étnicos, como os indígenas e os africanos. Baseando-se nessa forma de consumo das estampas, esse trabalho realizou uma pesquisa sobre o Santo Antônio Além do Carmo, um dos bairros mais antigos das terras soteropolitanas, tendo seu registro desde o início no século XVII, com extensão da Cruz do Pascoal, até o largo do Santo Antônio Além do Carmo – que recebeu esse título por ser construído fora das imediações da antiga Salvador.

Esse mesmo bairro possui grande quantidade de casarios com fachadas cobertas de azulejos, os quais carregam várias imagens, formando uma padronagem de aplicação. Utilizando essa referência imagética, foram criadas estampas com o intuito de representar, de uma forma diferente, a singularidade de um dos bairros mais importantes da história soteropolitana.

Diante da diversidade de produtos de superfície, esse projeto escolheu trabalhar com a criação de um módulo de estampa que fosse aplicada numa quantidade de tecidos, utilizados na confecção de uma mine coleção de roupas, sem distinção de gênero. Isto, baseado no desejo de grupos marginalizados, formados principalmente por jovens que procuram maneiras de registrar sua individualidade, fugindo de padrões já consolidados pela sociedade contemporânea.

No mercado de vestuário soteropolitano, a existência de empresas que trabalham com essa linha de modelar sem gênero é quase inexistente. Focado nessa demanda, esse trabalho se desenvolveu, trazendo uma proposta de carregar a história de Salvador e de seus moradores, aplicada para uma população jovem, com novas necessidades.

Em função disso, a pesquisa sobre o conceito de moda, sua inteira ligação com as manifestações visuais e sobre a maneira como reflete o estado da sociedade

durante a história, foi muito relevante para a construção deste trabalho. Através dela pôde-se entender melhor como os novos anseios da população contemporânea surgem e, assim, foi possível oferecer alternativas para atender essas novas demandas, baseadas em questões de gênero, raciais e sociais.

## **2 PROBLEMA**

A falta de exploração de alguns eixos culturais em Salvador, recortando para a área da criação de estampas.

A escassez da criação de produtos de vestuário sem gênero em Salvador.

## **3 OBJETIVO GERAL**

Desenvolver uma coleção de estampas, utilizando o referencial imagético dos azulejos presente nas fachadas das casas do bairro Santo Antônio Além do Carmo, em Salvador, e aplicá-las em uma coleção de roupas sem distinção de gênero.

## **4 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Fazer uma pesquisa imagética das formas presente nos azulejos;
- Fazer uma pesquisa mais criteriosa da história do bairro Santo Antônio Além do Carmo;
- Coletar informações orais sobre o bairro, através de entrevista com seus moradores;
- Fazer experimentos de composição, utilizando formas, cores e imagens, através do processo de sublimação;
- Desenvolver um ensaio fotográfico com as estampas finalizadas.

## **5 MATERIAIS E MÉTODOS**

O projeto foi desenvolvido por meio de uma pesquisa exploratória, a qual possibilitou um planejamento mais flexível, sendo levados em consideração os mais variados aspectos em relação ao fato estudado. Foi feita uma análise de similares, em

coleções sem distinção de gênero, para entender melhor a aplicação desse conceito em vestuário.

Focando no conteúdo histórico, foram coletadas informações por meio de registros bibliográficos e os imagéticos através das fotografias de fachadas do bairro Santo Antônio.

O método utilizado para a impressão das estampas foi a sublimação, por ser um processo de revelação gráfica, usada para tecidos que possuem mais de 40% de poliéster na sua composição; aquele mostra-se mais adequado ao processo de criação, considerando o custo e benefício.

## 6 REFERENCIAL METODOLÓGICO

A forma de planejar indicada por Flavio Anthero (2006) se trata de um método de elaboração que tem o intuito de suprir todas as necessidades surgidas durante o ato de projetar, com ênfase no âmbito de ensino do Design.

Diferenciando-se de outras metodologias de projeto, nas quais há linearidade lógica nas tarefas a serem executadas e um final pré-estabelecido, o método proposto apenas indica uma sequência de ciclos de projeto onde a interferência no método fica sob a responsabilidade da pessoa que o está utilizando, assim, definindo se alguma etapa será ampliada, modificada ou até suprimida.

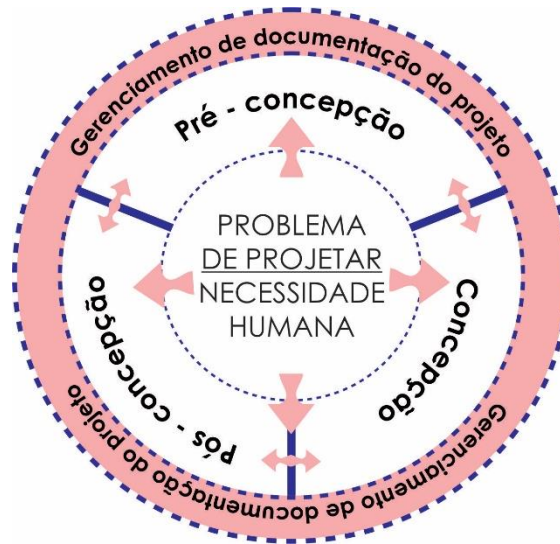
O método de desdobramento, em três etapas, tem como ponto de partida o problema do projeto, surgido de uma necessidade humana que precisa ser atendida. Neste trabalho, a carência levantada foi a falta de exploração de nichos culturais de Salvador, aplicadas em desejos da contemporaneidade.

**Figura 1** - etapa central.

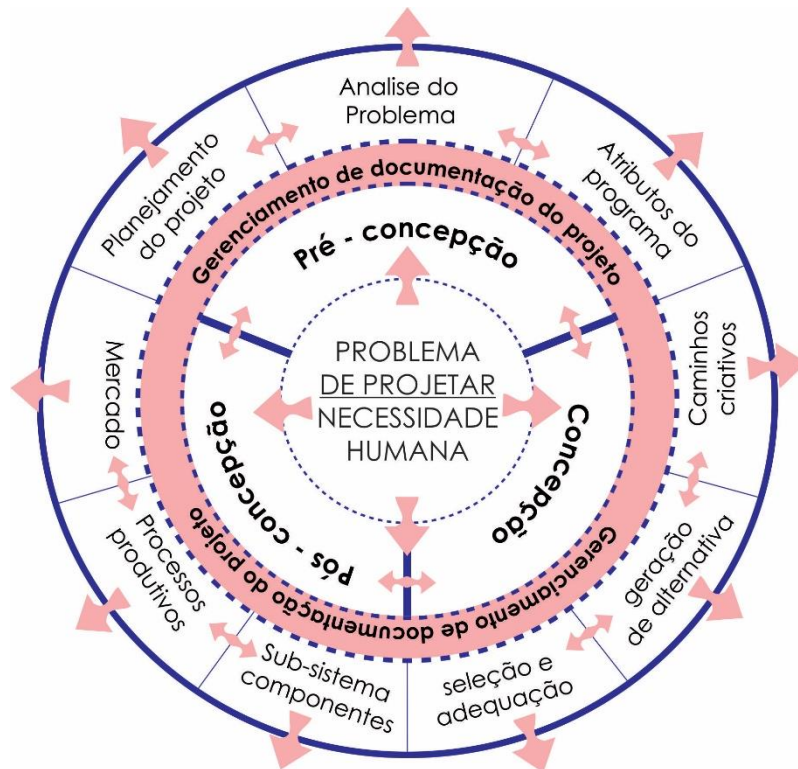


Tendo determinado ponto de partida uma estrutura radial, é possível haver melhor compreensão de causa e efeito em todas as etapas que envolvem o projeto. A próxima fase desse método de projetar tem um andamento de forma não linear e interligada, tendo como resultado três etapas que conduzirá o indivíduo à conclusão deste processo. São elas a preconcepção, concepção e pós-concepção.

**Figura 2** - Três etapas básicas: preconcepção, concepção e pós-concepção.



**Figura 3** - Gerenciamento e documentação do projeto.





A primeira etapa do trabalho terá como foco a concepção, desenvolvida a partir de pesquisas de campo, coleta de imagens do bairro, análise de similares, fatores históricos da azulejaria no Brasil. Tais coletas de informações levarão a uma base de conhecimentos voltada ao desenvolvimento das estampas gráficas, o qual se dará na fase da concepção, e à definição do produto, prevista para a pós-concepção.

## **7 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

Como a proposta foi criar uma coleção de estampas para serem aplicadas aos modelos de vestuário, surgiram alguns questionamentos, tais como: a qual grupo social seria aplicado esse vestuário? O que levaria o indivíduo a se identificar com determinada estampa? A fim de encontrar respostas para tais perguntas, fez-se necessária uma pesquisa sobre o desenvolvimento de estampas e a história do bairro observado, o que serviu como referencial imagético e sobre gênero.

O estudo de conhecimentos na área da Psicologia e Filosofia foram de suma importância para que no final do processo projetual o produto atendesse às necessidades em que o projeto se sustenta.

### **7.1 AZULEJO NO BRASIL**

Segundo o artigo “Arquitetura e arte decorativa”, da professora Liliane Simi Amaral, a azulejaria no Brasil teve início com as Capitanias Hereditárias, as quais tiveram a iniciativa de orientar a administração da nova terra com a instalação do Governo Geral. Com isso, vieram os primeiros obreiros para um planejamento civilizador, no objetivo de organizar as cidades e vilarejos. Os artistas e os artífices eram de Portugal, cuja formação estética vinha da Europa, ou ainda, alguns outros nascidos no Brasil.

Em 1522 chega à cidade de Salvador o primeiro bispo do Brasil, D. Pedro Fernandes Sardinha, que estabelece as hierarquias eclesiásticas, os franciscanos, os beneditinos e os jesuítas, os quais fundaram suas casas de catequese. É naquela época que surgem as novas igrejas e os conventos. Para a construção destas instituições foram trazidos de Portugal os mármore e as cantarias para as suas paróquias, e ornatos, como fontes, retábulos e lavabos.

Nas construções daquele período, principalmente em conventos e igrejas, o azulejo decorativo era peça fundamental devido as peças produzidas em Portugal

serem programadas em proporções que possibilitavam a sua aplicação em qualquer superfície, independente do seu tamanho.

A professora Liliane Simi Amaral também relata, em seu artigo, que os azulejos que chegaram na Bahia eram chamados de Tapetes, sua origem gráfica era muçulmana, sua decoração era simétrica, ordenada como os tapetes orientais. Suas cores são tricrômicas e as mais comuns são o amarelo, o azul e o branco, com ornamentações geométricas, laçarias, arabescos e motivos florais, estilizados de técnica de majólica.

O azulejo nas sacadas das casas foi utilizado como método de proteção, eficaz contra as intempéries deste país tropical, com abundância de chuva e muita ação do sol. Segundo Santos Simões, historiador português, é precisamente no Brasil, e ainda no século XVIII, que o azulejo sai dos interiores e vai revestir as fachadas, tornando-se um elemento decorativo.

A azulejaria no país marca a arquitetura do Nordeste, principalmente na Bahia e Recife, e no Sudeste, na cidade do Rio de Janeiro. Alguns exemplos mais significativos são os azulejos da Capela Dourada no Recife (PE), assinados por Antônio Pereira, os do Mosteiro de Santo Antônio, no Rio de Janeiro (RJ), os da igreja de Nossa Senhora do Rosário, em Cachoeira (BA) e no Convento de São Francisco (BA), conforme se observa na Figura 1. Os azulejos da capela-mor e dos dois claustros do Convento de São Francisco, na Bahia, são de autoria de Bartolomeu Antunes, de Lisboa. A partir desta data, o uso dos azulejos tornou-se frequente nas igrejas do Brasil.

## 7.2 O SANTO ANTÔNIO ALÉM DO CARMO

O centro histórico de Salvador abrange um grande núcleo primitivo colonial em sua extensão geográfica, sendo o maior de toda a América Latina, segundo o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN). São mais de 2000 casarios históricos, estando muitos em estado de abandono, necessitando de restauração e conservação.

Esse território é historicamente dividido em Cidade Baixa e Cidade Alta, ligadas pelo elevador Lacerda, o qual recebeu esse nome em homenagem ao seu criador, o engenheiro Antônio Francisco de Lacerda.

Um dos bairros que compõe a parte da Cidade Alta é o Largo do Barão do Triunfo, conhecido popularmente como Santo Antônio Além do Carmo – antigo nome dado antes da mudança para o atual. Segundo o site Ibahia, o nome se originou pelo fato de estarem situados nessa localidade a igreja de Santo Antônio e o Forte do Santo Antônio Além do Carmo. Este monumento arquitetônico foi construído para impedir a invasão holandesa, no Norte da antiga Salvador, e hoje é conhecido como Forte da Capoeira, pois nele se instalou um centro de cultura e arte africana que propõe aulas, palestras, oficinas, seminários, exibição de filmes, dentre outros eventos culturais. As atividades são coordenadas pelas seguintes instituições: o Centro Esportivo de Capoeira Angola, do Mestre João Pequeno de Pastinha e o Grupo de Capoeira Angola Pelourinho, do Mestre Moraes.

Estando a igreja católica de Santo Antônio localizada nesse bairro, ocorrem manifestações culturais preservadas até nos dias atuais. São os festejos religiosos do início do mês de julho, para o santo mencionado. A festa dura em torno de uma semana, com uma tradicional quermesse, contendo comidas típicas juninas e músicas regionais.

Devido a tantas manifestações culturais, esse bairro tem uma grande concentração de artistas plásticos, cantores, atores, pessoas que consomem e produzem arte, como o ateliê Ophicina de Papel, criado em 1993, pela artista plástica Maria Luedy. Trata-se de um espaço dedicado à pesquisa do papel, orientado pelo método do eco design, onde se criam produtos baseados na ideia de sustentabilidade.

É possível também encontrar no local um número considerável de restaurantes, hotéis e cafés, como o Caféliér. Este é um dos pontos mais apreciados pelos visitantes, devido a sua decoração que mescla um pouco dos cafés parisienses do século XX à cultura nordestina e ainda oferece uma vista privilegiada da Baía de Todos os Santos.

### 7.3 MODA

Para se entender o termo “moda” foi necessário um estudo histórico de como surgiu essa cultura. Segundo o artigo “Moda e Comunicação”, da Patricia da Silva Stefani (2005), da Universidade Federal de Juiz de Fora, a humanidade adotou o uso de vestimentas e adereços, baseada em três interesses: pudor, proteção e adorno.

O costume de usar vestes iniciou na pré-história, quando os primitivos usavam peles de animais para se proteger ou para simbolizar determinada posição social. Os povos egípcios, por exemplo, usavam perucas para evitar a proliferação de piolhos, uma temível praga da época, e sandálias feitas de palhas trançadas, para proteger os pés do calor escaldante do deserto do Saara. Os gregos e romanos tinham um apelo estético bem presente nas formas em que foram constituídas suas vestes, contudo, a sensualidade estava sempre presente, por conta da constante adoração que esses povos tinham do corpo humano e da nudez. As joias e *quítion* (roupa Grega) tingidos eram meios de apresentar a posição social, permitindo uma distinção dos pobres e imigrantes.

Com a divisão de Roma em oriental e ocidental, devido a invasão bárbara e o enfraquecimento do império, a seda ganhou um forte destaque na economia do oriente e sua fabricação se tornou um monopólio desse governo. Com isso, as togas, veste marcante da Roma antiga, ganharam um símbolo de status – o volume e a sobreposição de tecidos (em especial, a seda), indicava o quando o usuário era importante na sociedade.

Entre os séculos IX e XIII, época do feudalismo, devido o êxodo urbano, novos valores foram sendo formados. Os senhores feudais tinham voz ativa em toda a sociedade, o que enfraquecia o poder do rei, deixando que a igreja católica tomasse conta de todo o Estado. O desejo ocidental de adquirir produtos do oriente fez com que as Cruzadas invadissem cidades próximas dessa polo, o que provocou o surgimento dos Brugos, comerciantes que vendiam especiarias orientais. Essas mudanças também atingiram o setor artístico, o qual assumia uma estética gótica, expressa no vestuário: as mulheres usavam véus até os joelhos, mangas muito compridas e largas nos punhos, semelhantes às torres da arquitetura gótica, e os homens usavam o gibão, pequeno casaco, com mangas ou em forma de colete. Todas essas mudanças levaram ao surgimento da primeira fase do capitalismo comercial, o mercantilismo.

Stefani (2005) diz em seu texto que o termo “moda” surgiu na segunda metade do século XIV, uma época na qual os feudos tinham declinado e o poder absoluto estava novamente nas mãos do rei.

Com o surgimento do movimento renascentista, o ideal de beleza feminino passou a ser o corpo mais rechonchudo, acentuado por cortes terminados em bicos,

entre a blusa e a saia; sendo também utilizadas bastante joias, e no cabelo, vários acessórios. Uma característica marcante do vestuário feminino dessa época eram os *rufos*, grandes golas, semelhantes às rodas, além de outras particularidades que carregavam uma simbologia social, como a citada pelo Me. João Braga:

Sobre o órgão sexual usavam uma espécie de suporte que tinha mais característica de adorno do que proteção (...). Esse detalhe era de fato para evidenciar, ou melhor, exibir toda a masculinidade e virilidade do portador. Nas pernas usavam meias coloridas, muitas vezes com características diferentes (cores e/ou listras) para cada perna, o que simbolizava um código de pertencimento ao seu respectivo clã, uma espécie de heráldica através das roupas (BRAGA, p. 45, 2004 *citado por* STEFANI, 2005).

Com a Revolução Industrial, no século XVIII, e o capitalismo, consolidado como força de economia predominante, esse marco revolucionário impactou diretamente nas vestes da população, não se usavam mais roupas elegantes. Os franceses, por exemplo, adotaram roupas campestres, típicas da Inglaterra, onde se carregavam as cores de sua bandeira (azul, vermelho e branco). Com isso, a moda masculina na França estava sendo totalmente ditada pela Inglaterra, enfraquecendo, com isso, a economia local. Com o intuito de fortalecer a indústria têxtil francesa, assim que foi proclamado imperador, Napoleão proibiu a negociação de tecidos com a Inglaterra, pois a mesma era a principal exportadora de tecidos indianos; também proibiu que as damas da corte repetissem vestidos e, dessa forma, tentou aquecer o mercado interno francês.

Essa tentativa do imperador deu certo e fez com que as mulheres inglesas se vestissem conforme as francesas, expandindo o movimento artístico da época, que também estava na moda, o romantismo, no qual as mulheres eram as mais recatadas e submissas possível, segundo Laver e Probert (1989, p. 172). Aquele foi o período no qual as mulheres mais cobriram seus corpos com xales e grandes chapéus, saias tão amplas que o peso das anáguas foi substituído por uma anágua de arcos. O aumento dos quadris representa a fertilidade feminina e foi também um símbolo de distanciamento.

O próspero homem de negócios (...) esperava duas coisas da esposa: primeiro, que fosse um modelo de virtudes domésticas e, segundo, que não fizesse nada. Sua ociosidade total era a marca do status social do marido. Olhava-se com desprezo qualquer tipo de trabalho, e as roupas que refletiam essa atitude eram extremamente restritivas. De fato, o grande número de anáguas usadas nessa época impedia as mulheres de realizar qualquer atividade sem fadiga (LAVER e PROBERT, 1989, p. 170).

Nesse mesmo período, surge o conceito de alta costura, elaborado por M. Worth.

Foi nesse período que a moda encontrou uma grande maneira de se diferenciar, uma vez que, devido ao prestígio financeiro da burguesia industrial, o aspecto visual das roupas dessa nova rica estava semelhante àqueles da nobreza e da aristocracia. Surgiu então, na década de 50 do século XIX, na França, o conceito de alta-costura, nas mãos de um inglês, radicado em Paris, chamado Charles Frederick Worth (BRAGA, p. 63, 2004).

O século XIX foi marcado por grandes surgimentos históricos, presentes até hoje, como a invenção da máquina de costura (1830), o *jeans* (1850) e o zíper (1891). Foi também nesse contexto que as exigências do padrão de beleza feminino chegaram ao seu extremo, pois, segundo Braga, em entrevista à Patrícia da Silva Stefani (2005), foi nessa época em que as mulheres tinham que ter “silhueta ampulheta” para serem consideradas atraentes, tinham que ter a cintura mais fina possível e os quadris largos. E para conseguirem determinadas medidas, usavam espartilhos para deixar a silhueta mais próxima do ideal, no entanto isso gerava uma grande agressão aos seus corpos.

Stefani (2005) ainda aponta que outras grandes mudanças se estabeleceram no século XX, impactando diretamente a moda. Com a primeira guerra mundial, as mulheres de classe média começaram a trabalhar e suas vestes longas e apertadas não davam a mobilidade necessária para executar os afazeres. Foi então que suas saias subiram ao meio das canelas e ficaram mais estreitas nas barras, os chapéus continuavam grandes, espalharam-se botões por toda a roupa e a obrigação do uso de espartilho foi abolida. Nesse período surgiu a estilista Coco Chanel, responsável por algumas das principais mudanças no vestuário feminino do século XX. A estilista é símbolo de uma revolução nos costumes e na postura da mulher no cenário social, sua moda, atemporal e elegante, é referência até os dias atuais.

Com o fim da primeira guerra mundial, o mercado da moda retornou ao seu auge, influenciado pelas mudanças pós-guerra. Os vestidos e saias subiram ao meio dos joelhos e ficaram mais soltos no corpo, facilitando a movimentação, esse fato ajudou as mulheres que gostavam de dançar Charleston, Foxtrot e Jazz – essa nova estética sofreu forte influência do Art Déco. Coco Chanel introduziu, nessa época, a moda do bronzado, foi quando surgiram as primeiras roupas de banho com costas nuas; para os homens, o marco da moda, desse período, foram os *smokings* e os sapatos bicolores.

A década de 1930 começou com uma forte crise econômica, refletida diretamente no mercado da moda mundial, foi quando também as mulheres começaram a usar calças – Marlene Dietrich foi a responsável por difundir essa peça e colocá-la nas ruas. Os cortes das roupas começaram a ficar mais retos e masculinos, reflexos do processo de militarismo, o qual já se instalava pelo eminência da segunda guerra mundial.

A guerra trouxe um período de recessão, os materiais para confecção do vestuário eram simples e racionados, havia regras para gastos com tecidos e também uma limitação na metragem de compra. A alta-costura ficou em baixa, já que Paris estava ocupada pelos nazistas. As bolsas a tiracolo também fizeram parte da composição dos trajes femininos, por permitirem às mulheres andarem de bicicleta em uma época de dificuldades nos transportes.

Com o fim da segunda guerra, os grandes centros de alta-costura queriam voltar ao seu apogeu, foi quando surgiu Christian Dior. Este lançou a base para o retorno do *glamour* e luxo da década seguinte, com seu conceito de *new look*, tinha como proposta resgatar a feminilidade perdida nos tempos de guerra. Essa investida do Dior fez com que a indústria têxtil francesa lucrasse, pois era necessária uma grande quantidade de tecido para a composição de suas peças.

Em 1947, como era de se esperar (...) as mulheres substituem a rigidez do corte masculino de suas roupas pela valorização das curvas femininas e por saias dançantes, tendência que encontra apoio e incentivo no *new look*, iniciado nos anos 40. A roupa masculina, também impregnada de nostalgia, volta a exibir um visual “eduardiano”: paletós mais compridos e ajustados, abotoados até o pescoço, calças apertadas e chapéu-coco, com as abas viradas (EMBACHER, p. 50, 1999 citado por STEFANI, 2005).

Com a chegada da década de 1950, já no pós-guerra, surgiu entre os jovens o costume de se fazer a própria moda. Esse novo movimento se formou e se fortaleceu nas instituições de ensino, dando origem ao conceito *college* (moda colegial), composto pelo uso de sapatos baixos, meias soquetes e rabo-de-cavalo. Os meninos rebeldes usam *jeans* com a barra virada, camisa de malha, cabelos com brilhantina, topetes e costeletas, inspirados pelos mitos James Dean, Marlon Brando e Elvis Presley.

Algumas tendências dos anos 50 adentram a década seguinte, como os vestidos na linha H (tubinho), na linha Y (ombros mais largos) e na linha A (trapézio). O diferencial para a década de 1960 foi que a indústria começou a olhar para os jovens

como forte consumidores de moda, desse modo, surgiu a cultura pop (uma forma desse grupo se expressar em meio à sociedade) e isso se refletiu nos filmes e na literatura. Nas décadas seguintes, a moda começou a ser mais democrática, oferecendo alternativas para vários estilos, grupos foram se destacando com o passar do tempo, como os do movimento *hippie*, caracterizados por seus *jeans* customizados, calças bocas-de-sino, camisas com estampas indianas, saias compridas e flores espalhadas pelos cabelos. A preocupação com a saúde e o vegetarianismo virou moda, também surgiu o movimento Black-Power que veio mostrar como a população negra expressava orgulho da sua cor, com cabelo afro ouriçado e roupas carregadas de muito brilho e cores vibrantes.

A década de 1980 veio com uma evidente guerra entre os sexos: as mulheres começaram a usar ombreiras e o vestuário masculino, que deixou de ser formal desde a década de 50, então veio com calças de veludo cotetê ou denim, camisas lisas ou com uma variedade enorme de listras ou estampas florais. Paralelo à grande preocupação com o corpo, surgiram roupas tão justas que foram chamadas de segunda pele.

Com o avanço tecnológico, na indústria têxtil surgiu a microfibras, tecido leve, resistente, de rápida secagem e que não amarrota. Também ocorria uma produção em grande escala com menos tempo.

Esse período foi marcado também pelas chamadas “tribos da moda”, segundo as quais cada grupo era fiel ao seu próprio estilo.

O capitalismo e a paixão pelo dinheiro inauguram uma era em que os negócios não conhecem fronteiras (...). A moda atravessa dois momentos antagônicos: das cores fortes e reluzentes do new wave, no começo da década, ao domínio do preto, disseminado pelos movimentos punk e dark. Dietas alternativas e a multiplicação de academias de ginástica refletem uma nova tendência de beleza: o culto ao corpo. (...) Pela primeira vez na TV um programa fala abertamente sobre sexo com as mulheres (STEFANI, 2005, p. 14).

Já na década de 1990, essas tribos continuavam a existir, mas não conseguiam manter a fidelidade de estética dos seus grupos. Com a globalização, novos conhecimentos e hábitos foram criados, modificando a forma de comportamentos desses grupos. Sobreposição, peças *oversized* (manequim maior do que o real tamanho do usuário) e camisas de flanela xadrez se tornaram vestes utilizadas por vários desses movimentos. Os confrontos entre os sexos foram menores, os homens já se permitiram serem vaiados sem temer os rótulos.



A releitura de décadas passadas se tornou um costume constante, resgatando modelagens anteriores, com uma nova aplicação e tecnologia. Nesse início de século XXI, percebe-se que a moda continua democrática e globalizada, tendo diversas tendências caminhando paralelas. No entanto, diferentemente do final do século passado, a integração foi cedendo espaço ao localismo, que é a necessidade da expressão de determinados grupos mínimos, a partir das suas particularidades.

#### 7.4 GÊNERO

Vivemos em uma sociedade onde constantemente é reforçado que somos divididos em duas esferas, o masculino e o feminino, onde cada qual tem seu papel imposto e subjugado. Cada uma dessas configurações diz respeito à expressão de individualidades e comporta as formas determinadas para falar, andar, modo de se vestir, gostos pessoais, etc.

Se gênero são os significados culturais assumidos pelo corpo sexuado, não se pode dizer que ele decorra, de um sexo desta ou daquela maneira. Levada ao seu limite lógico, a distinção sexo/gênero sugere uma descontinuidade racial entre corpos sexuais e gêneros culturalmente construídos. Supondo por um momento a estabilidade binária do gênero, não decorre daí a construção de “homens” aplique-se a corpos exclusivamente masculinos, ou que o termo “mulher” interprete apenas corpos femininos. Além disso, mesmo que os sexos não pareçam problemáticamente binários em sua morfologia e constituição (o que será questionado), não há razão para supor que os gêneros também devam permanecer em numero dois (BUTLER, 1990).

O que resulta na formação das características pessoais de cada indivíduo é muito abrangente e esse conceito binário citado por Butler (1990) não é suficiente para comportar essa pluralidade de vivências. Esse argumento se consolida quando vemos que a classificação de gênero não é um método científico exato e sim uma manifestação variada de acordo com cada indivíduo, nesse conceito estão inseridas pessoas que se identificam enquanto gênero fluido e transgêneros.

Segundo a autora, o cidadão que se enxerga no contexto de transgeneridade, apresenta-se como um ser que não se sente confortável com o corpo com o qual nasceu geneticamente, tal como uma alma aprisionada em um receptáculo. Com ajuda da ciência médica e psicológica, procuram adequar seu organismo de forma a se sentir em harmonia com o corpo de sua identificação. Nesse grupo ocorrem duas variáveis que devem ser considerada: as travestis e os transexuais (BUTLER, 1990).

Em entrevista com Luana Mirantes (travesti que trabalha como garota de programa, em Salvador), ela relata que fez mudanças no seu corpo para se

assemelhar ao sexo oposto, mas tem uma boa relação com a sua genitália, a qual a acompanha desde que nasceu; relata não sentir necessidade de cirurgias de readequação de sexo e que esse posicionamento é uma realidade dentre as travestis com as quais convive. Quando se trata de transexuais, o pesquisador Alexandre Câmara Vale afirma que esses indivíduos se encontram em uma situação mais delicada, pois nada que compõe seu corpo os deixa confortáveis, o que justifica o desejo de adequá-lo inteiramente ao sexo que o opõem.

Os sujeitos de gênero fluido ou líquido, como o nome já diz, transitam naturalmente entre as diversas possibilidades de formação social, mudanças no físico podem ser aplicadas ou não, no entanto essas características não serão fundamentais no modo como eles se apresentam.

Um fator importante a ser considerado é que as questões de gênero e sexualidades não fazem parte do contexto, como explica Harry Benjamin:

o transexual se sente uma mulher (...) e se sente atraído por outros homens. Isso faz dele um homossexual se seu sexo for diagnosticado de acordo com seu corpo. No entanto, ele se autodiagnostica segundo seu sexo psicológico feminino. Ele sente atração por um homem como heterossexual, ou seja, normal (BENJAMIN, 2001, p. 30 *citado por* BENTO, 2006, p. 151).

Considerando essas variações de formação social, é necessário observar a relação entre moda e gênero. Segundo José Dutra “moda é uma técnica corporal, definida e colocada em prática em virtude das especificidades culturais de cada sociedade, valorizando certos comportamentos em detrimento de outros”. A relação entre eles se mostra totalmente complementar, guardando em si elementos relacionais entre as estratégias de visualização; ou seja, as aparências, enquanto maneiras de identificação, de elo, em determinados grupos sociais, guardam as suas devidas proporções. Essa visualização é expressa principalmente em peças de vestuário, criando uma tendência *comportamental* chamada moda.

Entre os séculos XVII e XVIII, esse grande fenômeno recebeu um novo ímpeto, propiciando sua difusão além da França, que agora dá o tom para toda a Europa. Um dos fatores mais importantes, embora bastante negligenciado, nesse desenvolvimento era de ordem econômica: a existência de uma indústria de roupa de luxo, concentrada em Paris, com uma tradição, clientes e grandes interesses em jogo (ROCHE, 2007, p. 57).

Com base nesses conhecimentos, observamos que há no sistema da moda complexidades de ordem dos usos e dos significados dos termos empregados. Moda, roupa, vestuário e indumentária estão conectados, construindo uma marca crucial de

gênero, enquanto símbolo de identificação e elemento de status social, econômico e cultural dos indivíduos que dela faz uso, principalmente, de marcas de moda.

## 8 COLETA DE IMAGENS

Nesse processo de pesquisa foram coletadas imagens dos azulejos, conforme propósito já descrito, assim como das características arquitetônicas de todo o bairro. A partir de todo esse referencial o processo de criação pôde contemplar a essência da localidade analisada.

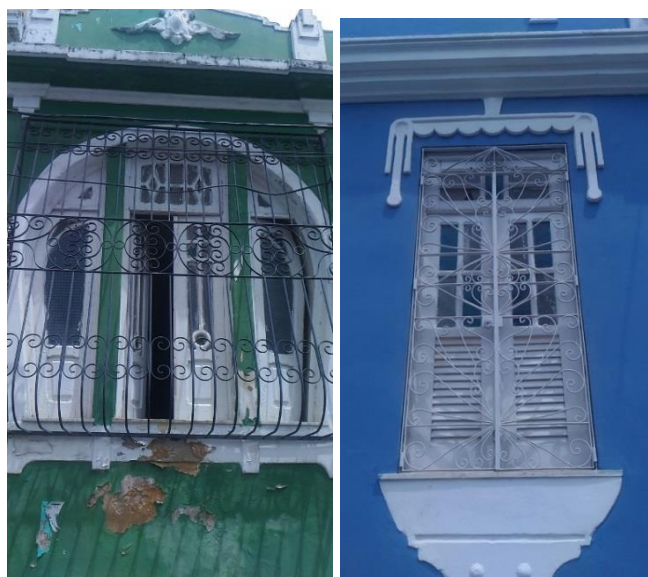
### 8.1 GRADIOS DE PROTEÇÃO

Com o processo de fotografar as fachadas das casas, percebeu-se que existia uma grande quantidade de gradios nas frentes das portas e janelas e que essa aplicação se utilizava em quase todas as residências.

Em conversa com um dos moradores, o mesmo relatou que aquele é um costume recorrente às casas de todo o centro histórico, pois elas ficam em contato direto com a rua, que há alguns anos todo aquele espaço era abandonado pela prefeitura, a qual não oferecia nem um tipo de segurança. Com medo de terem suas casas invadidas por criminosos, os moradores começaram a instalar essas estruturas de ferro para proteger suas residências.

Com isso, as grades foram ganhando formações mais elaboradas para embelezar as fachadas das casas, como é possível observar a seguir:

**Figuras 4 a 6** – Gradios, Santo Antônio, 11/08/2016.





Fotógrafo: Jackson Diego do Nascimento Paula.

Estas, em especial, chamaram a atenção por serem formadas por peixes e ser uma moradia.

**Figuras 7 e 8** – Gradios, Santo Antônio, 11/08/2016.

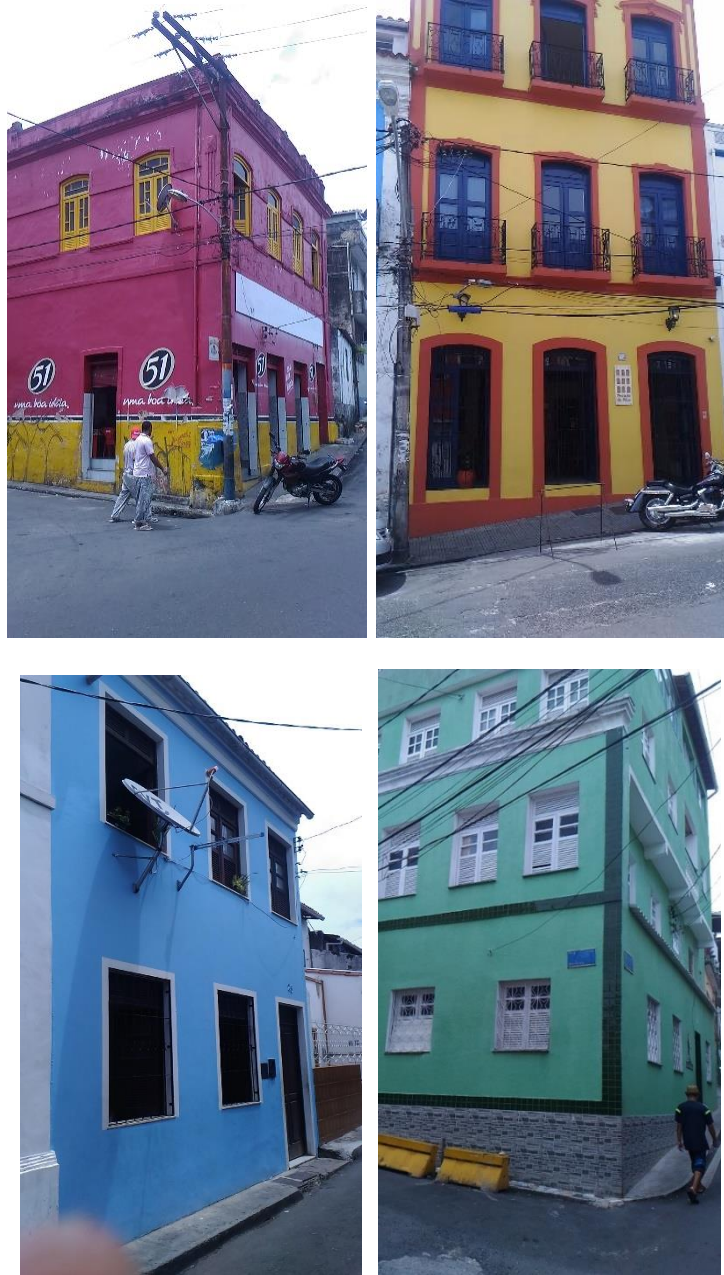


Fotógrafo: Jackson Diego do Nascimento Paula.

## 8.2 CORES

Depois que o IPHAN fez a reforma e revitalização do Centro Histórico de Salvador – BA, os moradores aderiram àquela ideia e continuaram usando cores vibrantes em toda as construções em toda a extensão do bairro. Os mesmos alegam que essa configuração deixava o ambiente mais agradável e servia de atração turística, o que é a fonte de renda para muitos moradores da localidade.





Fotógrafo: Jackson Diego do Nascimento Paula.

### 8.3 ARTE URBANA

Outro elemento que compõe a vista encantadora do Bairro Santo Antonio são as intervenções artística nas paredes das casas. Grafites, pichações e lambe-lambes (arte nordestina de colagem de poster em lugares públicos), os quais funcionam como manifestos artísticos e políticos de vários grupos sociais.

**Figuras 13 e 16** – Intervenções artísticas, Santo Antônio, 11/08/2016.



Fotógrafo: Jackson Diego do Nascimento Paula.

Figuras 17 a 20 – Intervenções artísticas, Santo Antônio, 11/08/2016.





Fotógrafo: Jackson Diego do Nascimento Paula.



#### 8.4 AZULEJOS

A partir do registro das referências imagéticas dos azulejos foi possível perceber uma variada estética nas gravuras, o que está relacionado ao período em que foram fixados. A diversidade varia de azulejos com o estilo, trazido pelos portugueses, aos geométricos e florais, mais utilizados nas decorações de cozinhas e banheiros e que depois passaram a ser utilizados nas fachadas.

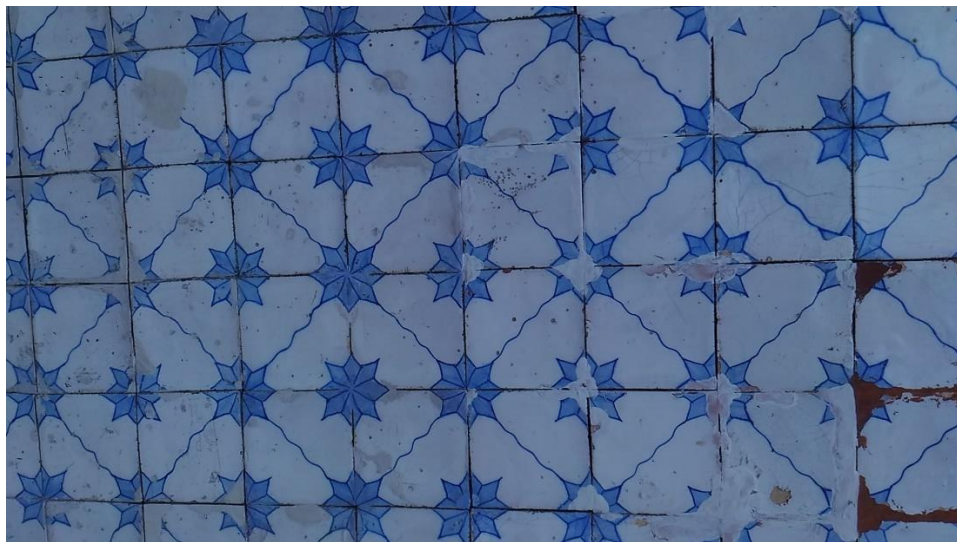
Uma das moradoras revelou que a vizinhança preserva ao máximo as fachadas das casas com azulejo e quando veem as casas abandonadas, onde as gravuras estão se perdendo, ficam preocupados, pois essa identidade não é encontrada em toda Salvador. Na imagem abaixo podemos perceber melhor essa variedade:

**Figuras 21 e 22** – Fachadas, Santo Antônio, 11/08/2016.



Fotógrafo: Jackson Diego do Nascimento Paula.

**Figuras 23 a 25** – Fachadas, Santo Antônio, 11/08/2016.



Fotógrafo: Jackson Diego do Nascimento Paula.



**Figuras 26 a 29 – Fachadas, Santo Antônio, 11/08/2016.**



Fotógrafo: Jackson Diego do Nascimento Paula.

**Figuras 30 a 24 – Fachadas, Santo Antônio, 11/08/2016.**



Fotógrafo: Jackson Diego do Nascimento Paula.



**Figuras 35 a 38 – Fachadas, Santo Antônio, 11/08/2016.**



Fotógrafo: Jackson Diego do Nascimento Paula.



**Figuras 39 a 42 – Fachadas, Santo Antônio, 11/08/2016.**



Fotógrafo: Jackson Diego do Nascimento Paula.

**Figuras 43 e 44** – Fachadas, Santo Antônio, 11/08/2016.



Fotógrafo: Jackson Diego do Nascimento Paula.

## 9 ANÁLISE DE SIMILARES

Havendo a demanda de criar módulos de estampa para serem aplicadas em peças de vestuário que não carreguem um gênero específico, fez-se necessária uma análise de similares, coleções já existentes, com o intuito de produzir propostas que solucionem o problema levantado.

Essa análise seguiu um método cujo enfoque se concentrou na modelagem das roupas, na aplicação das estampas, na paleta de cores, na composição gráfica e no público alvo.

### 9.1 MODELAGEM

Marca – Youcom

Plataforma – Loja virtual

Público – Jovens



Youcom é uma marca de *street urban* (termo utilizado para se referir à roupa urbana casual), com o conceito de trazer mais versatilidade em suas peças; em março 2016 apresentou sua primeira coleção agender. As roupas apresentam uma modelagem versátil, com tons mais fechados, como pode ser visto nas próximas imagens.

Figuras 45 a 57







Contribuição: A Youcom proporcionou uma eficaz referência quanto à versatilidade na modelagem de peças, tornando possível o seu uso por pessoas de ambos os sexos, segundo o conceito binário de gênero.

Marca – BEN

Plataforma – Loja virtual

Público – Jovens

Leandro Benites é o idealizador da marca BEN, a qual lançou sua primeira coleção em 2014, para o outono-inverno de 2016. Ele expôs sua primeira coleção sem gênero baseada no estilo de modelagem *agender light*, peças mais soltas no corpo, de tons neutros, com bastante sobreposição.

As vestes são de malha, neoprenes dublados (em casacos que ganham aberturas inesperadas nas mangas, por exemplo), sarja resinada, detalhe em tela ou tecido de *lingerie*, bermudas-saias com estampas geométricas. Segue alguns modelos da coleção:

Figuras 58 a 65



Contribuição: O trabalho oferecido pela BEN já mostra uma modelagem totalmente sem gênero e mais conceitual, com cortes *oversized* (cortes retos). Tal característica foi a principal contribuição da similar.

## 9.2 ESTAMPA

Marca – Goya Lopez

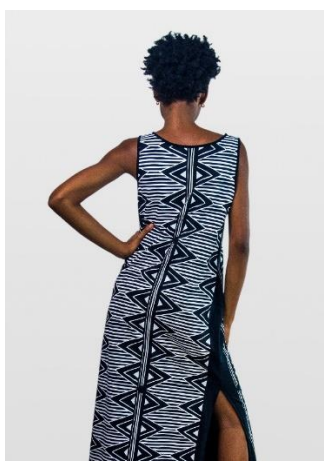
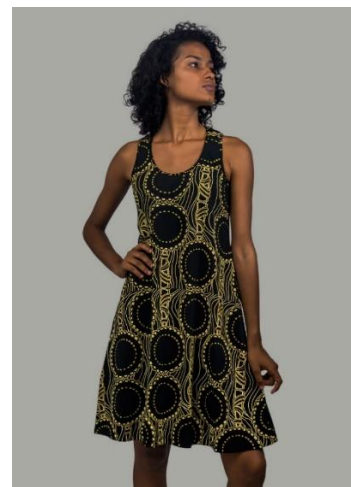
Plataforma – Loja física e virtual

Público – Jovens

Goya Lopes, dona da marca que leva seu nome, é uma designer negra que tem um trabalho serigráfico, o qual mescla elementos da cultura afrobrasileira, indígena e barroca, expressando em suas estampas sua sensibilidade como mulher preta e artista contemporânea. Goya introduz nos trabalhos traços inspirados no que ela encontra em terras baianas, representados na dança, na religiosidade e nos costumes populares.

As cores que utiliza são fortes e quentes, bem ao gosto de povos com descendência africana, de onde seu público consumidor tem origem. Pode-se dizer que são tons terrosos ou bem ligados às cores predominantes na natureza. Em suas peças ela utiliza o processo de serigrafia.

**Figuras 66 a 71**



Em 2017, em parceria com a empresa que fornece suas estampas no exterior, Goya lançou sua primeira coleção em tecidos sintéticos, utilizando a técnica da sublimação.

**Figuras 72 a 77**



Contribuição: Goya Lopez traz em suas estampas cores vivas e vibrantes e aplicadas através de 2 métodos diferentes, a serigrafia e a sublimação, em diferentes tipos de tecido. Observar esse processo contribuiu de forma definitiva para a elaboração das estampas.



## 10 GERAÇÃO DE ALTERNATIVA

Desde o início, o objetivo principal deste trabalho foi a criação de estampas que transmitissem a singularidade dos azulejos presentes nas fachadas das casas do Santo Antônio, tirando como base os elementos que compõem os grafismos das peças cerâmicas e não a reprodução exata das mesmas. Assim, foram selecionadas imagens dos azulejos que melhor proporcionavam uma nova criação gráfica. Tais referências permitiram a criação de quatro estampas, sendo que cada uma teve a variação de nove cores, para a aplicação monocromática, e uma estampa extra.

**Figuras 78 a 83** – Estampas de azulejos.



As estampas foram criadas a partir de elementos isolados das gravuras dos azulejos acima, explorando a mudança de posição para elaborar um novo componente gráfico. Também foram feitas repetições com vetores preenchidos ou



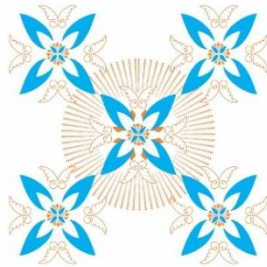
com apenas contornos, linhas retas e curvadas, para dar um sentido de fluidez na estampa.

**Figura 84 – Estampa 1.**

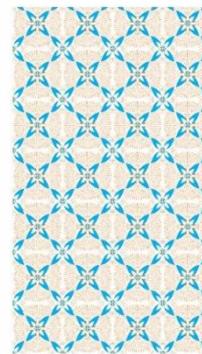
**Elementos**



**Modulo**



**Estampa**



**Variáveis**

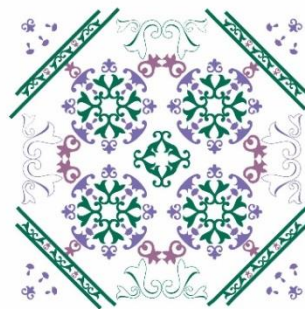


**Figura 85 – Estampa 2.**

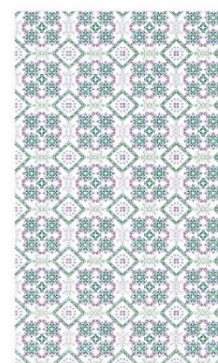
**Elementos**



**Modulo**



**Estampa**



**Variáveis**

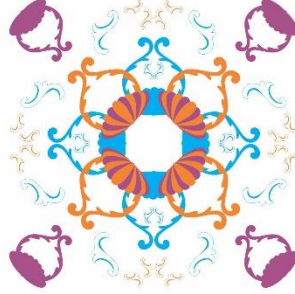


Figura 86 – Estampa 3.

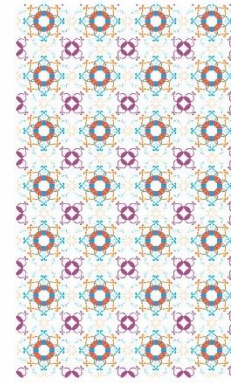
Eelementos



Modulo



Estampa



Variáveis

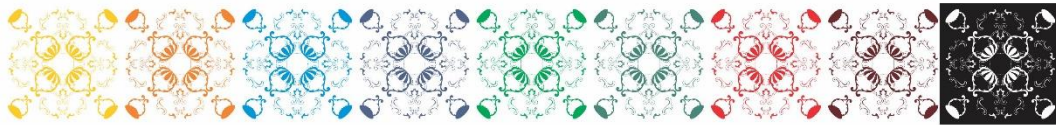
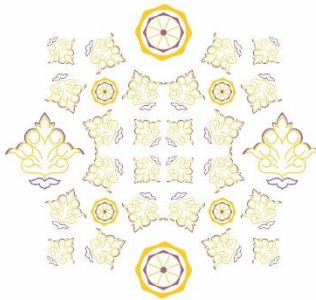


Figura 87 – Estampa 4.

Eelementos



Modulo



Estampa



Variáveis





**Figura 88 – Estampa Extra.**

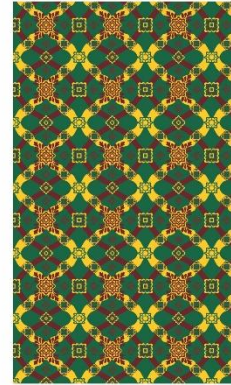
**Eelementos**



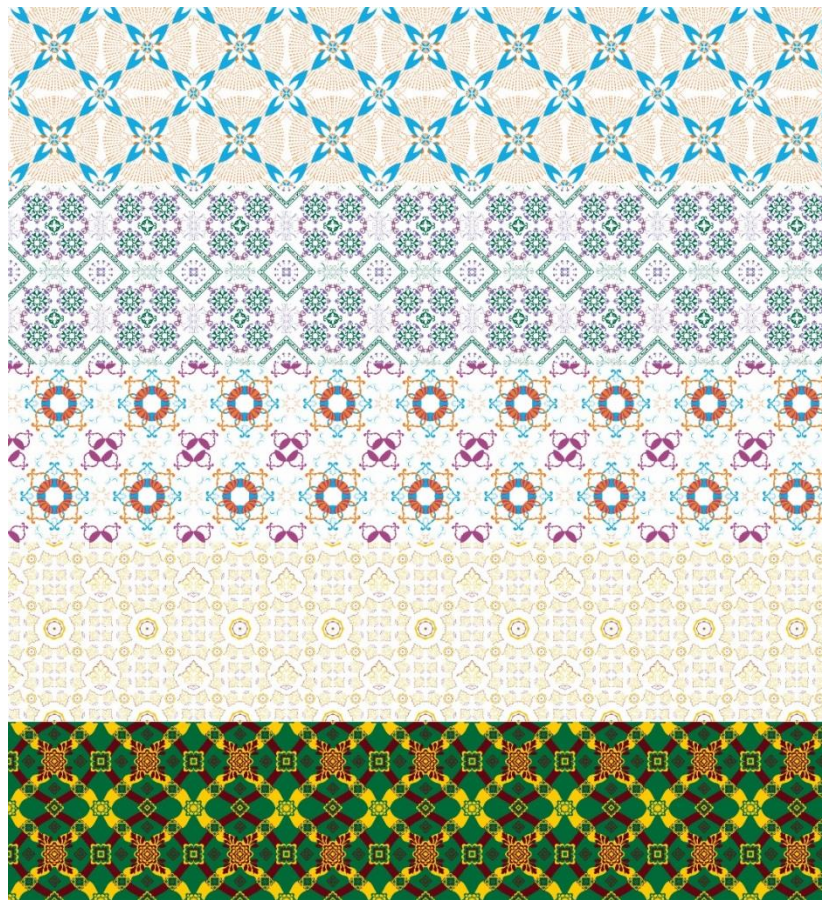
**Modulo**



**Estampa**



**Figuras 89 – Visão Geral.**



### 10.1 CORES

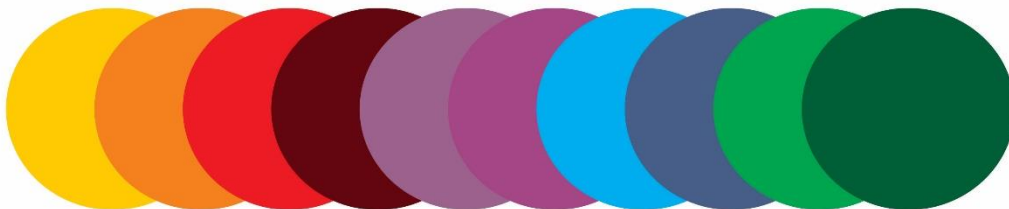
A paleta de cores escolhida para a confecção de toda a coleção, tanto a cor das estampas, quanto dos tecidos, foi apoiada nas edificações do próprio bairro Santo Antônio, as quais carregam cores fortes e vibrantes.

**Figura 90**



**Figura 91**

#### **Estampa + Tecidos**





## 10.2 MODELAGEM

O processo de modelagem teve como base o conceito de roupa sem gênero, com cortes mais retos e caimento *oversized*, não sendo acinturadas e não desenhando o corpo, permitindo um caimento mais despojado.

**Figuras 92 a 98**



**Figura 99** – Modelagem finalizada 1.



Os dois primeiros modelos consistem em dois blusões *oversize*, feitos com tecido Crepe, que tem em sua composição 70% de poliéster e 30% de algodão. Um foi confeccionado com mangas flutuantes e outro sem elas e com aberturas laterais. A bermuda e a calça pantalone foram confeccionados em Oxford, tecido que tem 100% de políester em sua construção.

**Figura 100** – Modelagem finalizada 2.



O segundo resultado mostra dois macacões que continuam com a modelagem mais reta e folgada, com uma variação de longo e curto; a parte da frente tem um zíper que vai até a altura da cintura e há também aberturas laterais e na parte superior dos modelos.

As cores, tons e modelos de estampa aplicadas foram escolhidos de forma que pudessem contemplar toda a variedade de impressão: sendo monocromática, foram dispostas em fundos coloridos e branco, e coloridas, foram aplicadas na mesma variedade de cor da superfície.

## **11 CONCLUSÃO**

No início dessa pesquisa foi gerada uma questão problema: Como criar estampas e aplicá-las em roupas com modelagem sem gênero? Nesta etapa de concepção do projeto foram desenvolvidos estudos para compreender as questões de moda, gênero e processos de estamparia. Tal etapa proporcionou boas respostas às perguntas surgidas no início investigação, as quais foram analisadas, com o objetivo de produzir e definir a melhor alternativa para o projeto.

Na etapa de Concepção foram produzidas alternativas de estampas, as quais carregavam referenciais dos elementos encontrados nos azulejos das fachadas do Santo Antônio Além do Carmo. Na etapa de Pós-concepção foi apresentada uma mine coleção de estampas, contendo quatro modelos, com nove variações de cor e tonalidades cada uma, e ainda uma estampa extra, a qual foi pensada para ser uma aplicação sem variação.

Essa pesquisa tem o intuito de continuar suas atividades de criação de estampas, através da marca Mutuka, a qual pretende iniciar uma trajetória de criação de vestuário sem gênero, utilizando como referencial as expressões culturais soteropolitanas menos exploradas. Tudo isso visando contribuir para a escrita de novas narrativas, com o uso de conhecimentos ancestrais e novas necessidades do cotidiano.



## 11 REFERÊNCIAS

BARBOSA, Simone Batinga. *Estampas têxteis Inspiradas no grafismo indígena brasileiro*. Disponível em: <<http://tcconline.utp.br/wp-content/uploads/2013/04/ESTAMPAS-TEXTEIS-INSPIRADAS.pdf>>. Acesso em: 1º set. 2016.

BENTO, Berenice. *A reinvenção corpo: sexualidade e gênero na experiência transexual*. Rio de Janeiro: Garamond, 2006.

BRAGA, João. *Moda e identidade cultural*. Disponível em: <[http://casadosaber.com.br/sp/media/mediauploader//m/o/modaeidentidadecultural\\_relatorio1.pdf](http://casadosaber.com.br/sp/media/mediauploader//m/o/modaeidentidadecultural_relatorio1.pdf)>. Acesso 05 out. 2016.

BUTLER, J. Gender. *Trouble: feminism and the subversion of identity*. New York: Routledge, 1990.

\_\_\_\_\_. *Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade*.

SANTOS, Flávio Anthero Nunes Vianna dos. *Método aberto de projeto para uso no ensino de Design Industrial*. 2006. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=66130104>>. Acesso em 05 ago. 2016.

OLIVEIRA, Denise Gonçalves. *Acesso e Direito: Movimento Hippie e Mercado Cultural da Moda*. Disponível em: <<https://repositorio.ufu.br/bitstream/123456789/16534/1/DOGoncalvesDISPRT.pdf>>. Acesso em: 20 set. 2016.

LOPES, Goya. Disponível em: <<https://goyalopes.com.br>>. Acesso em: 15 out. 2016.

ROCHE, D. História, moda e sistemas indumentários do século XVII ao século XIX. In: ROCHE, D. *A cultura das aparências: uma história da indumentária (séculos XVII-XVIII)*. São Paulo: Editora Senac São Paulo, p. 57-75, 2007.

TAVERNARI, Mariana Della Dea. Disponível em: <[http://www3.usp.br/rumores/pdf/rumores12\\_5.pdf](http://www3.usp.br/rumores/pdf/rumores12_5.pdf)>. Acesso em: 10 out 2016.

YOUCOM. Disponível em: <<http://www.youcom.com.br/campanha?q=lookbook-tanto-faz>>. Acesso em: 20 out. 2016.

<http://www.ufjf.br/facom/files/2013/04/PSilva.pdf>

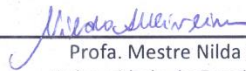
JACKSON DIEGO DO NASCIMENTO PAULA

**REFERENCIAS IMAGÉTICOS DOS AZULEJOS DOS CASARIOS DO BAIRRO DE SANTO ANTÔNIO  
(SALVADOR-BA) APLICADO AO DESIGN DE SUPERFÍCIE**

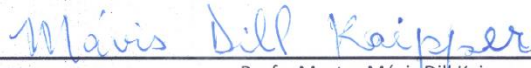
Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) apresentado ao Colegiado do Curso de Design do Departamento de Ciências Exatas e da Terra da Universidade do Estado da Bahia (UNEB) como requisito parcial para obtenção do grau de bacharel em Design.

Aprovado em 04 de julho de 2017

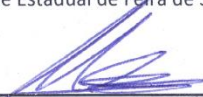
**BANCA EXAMINADORA**



Profa. Mestre Nilda Silva de Oliveira  
Universidade do Estado da Bahia - UNEB



Profa. Mestre Mávis Dill Kaipper  
Universidade Estadual de Feira de Santana - UEFS



Prof. Dr. Andre Luiz Souza da Silva  
Universidade do Estado da Bahia - UNEB