

Brincando com a roupa: um estudo sobre a compreensão do uso de elementos lúdicos na moda infantil

Playing around with the clothes: a study on the understanding of the use of entertainment elements in children's fashion

Bezerra, Marcela Figueiredo; Mestranda em Design; Universidade Federal de Pernambuco
marcelaf@supranet.com.br

Waechter, Hans; PHD em Comunicação Social; Universidade Federal de Pernambuco
hnwaechter@terra.com.br

Resumo

O presente trabalho introduz um estudo das coleções de moda infantil que se utilizam de elementos lúdicos em suas produções e pretende investigar como esses elementos são compreendidos pelas crianças e se eles as estimulam durante as diversas fases do desenvolvimento. Os resultados dessa investigação poderão posteriormente contribuir para o desenvolvimento e aplicação de novas práticas no mercado de moda de Pernambuco.

Palavras Chave: Design de moda. Linguagem gráfica. Moda infantil

Abstract

The article introduces a study of children's fashion collections, which use the element playful and wants to investigate elements that allow further analysis of these collections are understood and stimulate the child during the various stages of development. The results of this research may subsequently contribute to the development and implementation of new practices in the market place of fashion.

Keywords: *fashion design, graphic language, child*

Anais do 8º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design

8 a 11 de outubro de 2008 São Paulo – SP Brasil ISBN 978-85-60186-03-7

©2008 Associação de Ensino e Pesquisa de Nível Superior de Design do Brasil (AEND|Brasil)

Reprodução permitida, para uso sem fins comerciais, desde que seja citada a fonte.

Este documento foi publicado exatamente como fornecido pelo(s) autor(es), o(s) qual(is) se responsabiliza(m) pela totalidade de seu conteúdo.

Introdução

A exploração da mídia e a valorização do consumo, cada dia, abrem novas portas para o mercado da moda, e as peças criadas para as crianças não fogem à regra. A mídia direcionada para os baixinhos faz com que o consumo seja remodelado e novas tendências surjam principalmente na apresentação dos produtos infantis. Cores e formas aplicadas às peças vêm sendo comuns no mercado, aliando diversão ao ato de vestir, ao se utilizarem do repertório lúdico – comparando-se a jogos e brincadeiras – da criança. Dessa forma, o objeto desse estudo é o uso do elemento lúdico na moda infantil, sendo o objetivo geral analisar como esses elementos são entendidos pelas crianças e se eles as estimulam durante as fases do desenvolvimento (fig1).



Fig1. Grifes como ZigZigZaa(1), Marisol(2) e Brandili(3) criam coleções valorizando o universo das crianças

O estudo pretende dar continuidade à análise da linguagem formal como transmissora de informações para a criança, realizado pela autora anteriormente¹. Vimos que a proposta de análise aqui sugerida pode auxiliar os estudos sobre linguagem gráfica, em especial no que diz respeito ao design na educação. Além disso, no interior do Estado está localizado o Pólo de Confecções do Agreste de Pernambuco. Os resultados da pesquisa poderão contribuir para a criação de novas práticas no mercado de moda local.

Fundamentação teórica

Moda

Desde os tempos bíblicos, podemos dizer que há o cuidado em esconder o corpo nu com algum material, seja com pele ou folhagens. Flügel (1966) aborda de maneira atual a relação entre o aspecto emocional do usuário com a roupa, descrevendo-a como a primeira impressão dos nossos semelhantes. Segundo ele, as roupas têm três funções básicas: enfeite, pudor e proteção. O enfeite valoriza o corpo, destacando elementos da silhueta, o pudor estimula o contrário, cobrindo o corpo a fim de esconder suas vergonhas, e a proteção é a qualidade que tem a roupa de amparar o corpo do frio.

Cidreira (2005), uma das referências em moda e cultura, questiona as suas implicações hoje, tratando o tema sob diversos pontos de vista, dentre os quais as interferências da moda na personalidade, sua relação com o consumo e seu viés com a comunicação. Para o homem, afirma a autora, vestir-se é, em sua essência, um ato de significação, indo além dos usos como

¹ A pesquisa abordou estudos de embalagens de xampu que tinham formas e desenhos diferenciados, agregando valor simbólico aos produtos. FIGUEIREDO, Marcela. **Embalagem brinquedo: um estudo formal**. Recife, 1999.

pudor, enfeite ou proteção, como defende Flügel (1966). Para Cidreira (2005), existe um movimento entre o individual e o coletivo, ou seja, o que o indivíduo resolveu vestir reflete sua imagem perante um grupo, mesmo que essa escolha tenha sido inicialmente de outro. Segundo a autora, a personalidade faz a moda, mas o contrário também é verdadeiro, a moda revela a personalidade.

Outro aspecto que envolve o campo da moda é o consumo. Esse é incentivado inclusive quando se fala em público infantil. Os meios de comunicação, comumente, se utilizam da valorização do consumo, envolvimento de personagens que refletem diversão para conquistar o pequeno consumidor. Dentre os segmentos existentes, o público infantil destaca-se como um valioso nicho de mercado na indústria têxtil (FEGHALI, 2004, p.92). Grifes infantis vêm tendo destaque no mercado e a valorização da moda para as crianças vem sendo cada vez mais rotineiro. Várias empresas têm dado atenção redobrada a esse setor, fazendo com que o mercado fique sempre aquecido, possibilitando uma vasta lista de opções durante diversas idades das crianças.

Linguagem Visual

Vários elementos visuais compõem o objeto, qualquer que seja ele. É válido ressaltar que essas configurações não são ligadas ao material de confecção ou meio de expressão, mas, como afirma Dondis (1991, p.51), esses elementos formam a estrutura básica do que se vê: textura, cor, forma, entre outros. A combinação deles é fundamental para leitura de mensagens visuais e dá ao produto uma definição própria de uso, público-alvo e função. Além disso, os agrupamentos formados entre eles visam à composição da mensagem como um todo. Gomes Filho (2004, p.49) defende que existem dois grupos de categorias que complementam a prática de leitura visual buscando torná-la mais eficaz: as categorias conceituais fundamentais e as que se fazem técnicas visuais aplicadas. Essas técnicas interferem e até direcionam a maneira como a mensagem chega ao seu receptor. Partindo desse princípio, a escola de Gestalt² caracteriza-se por analisar, dentre outras questões, estudos acerca da percepção, valorizando a harmonia visual, considerada para o homem uma necessidade. Wong (1998, p. 41) afirma que, diferentemente da linguagem falada ou escrita, a linguagem visual não responde ‘a nenhuma lei evidente’. Muito da interpretação vai depender do observador e do repertório que ele carrega.

A importância da análise desses elementos se deve à infinidade de usos e combinações entre eles que podem ser aplicados ao processo de criação nas áreas do design, dentre elas, a moda (fig2).



Fig2. Personagens estão presentes nas peças e conquistam as crianças

² Gestalt. Escola de Psicologia que atuou especialmente nas áreas de teoria da forma, contribuindo de maneira relevante nos estudos de percepção, linguagem, aprendizagem entre outros. (GOMES FILHO, 2004)

A criança e o brinquedo

Para os adultos, brincar significa lazer. É a forma que eles encontram para esquecer problemas do cotidiano. Ao contrário disso, brincar para a criança é exatamente seu cotidiano. Através da brincadeira ela se descobre e descobre o mundo ao seu redor. Brincar “constitui-se um dos aspectos mais autênticos do comportamento infantil”. (KUDO et all, 1994)

Em cada idade, é possível notar como a criança utiliza sua brincadeira como forma de conhecer seus sentimentos, o ambiente que a cerca, tornando-se independente. Através dos brinquedos, ela descobre como manipular objetos, aprende a noção de espaço e forma deles, além de seu inter-relacionamento. Segundo Kudo et all (1994), o brinquedo torna-se um instrumento de exploração e estímulo da capacidade motora e cognitiva da criança. Brincando, ela pode exercitar suas funções, provar desafios, investigar e conhecer o mundo de maneira espontânea. De acordo com Piaget (apud KUDO, 1994), o desenvolvimento infantil divide-se em estágios, que remetem à idade da criança e ao que ela compreende em cada um. É relevante conhecer cada uma dessas etapas, pois, a partir disso, é possível desenvolver projetos contemplando-as, atingindo, assim, o público-alvo de maneira eficaz.

Metodologia

No que diz respeito à metodologia, a proposta é que o desenvolvimento do projeto seja dividido em três estágios distintos, porém interligados: (a) coleta, (b) análises e (c) resultados.

- a) na coleta de dados, é feita uma revisão bibliográfica a fim de definir as etapas a serem seguidas com relação aos objetivos da investigação.
- b) partindo dessa revisão, serão escolhidos os objetos a serem analisados, as coleções lançadas que se proponham a incentivar a brincadeira da criança a partir de seus modelos de roupa. Procuraremos analisar os vestuários que sejam direcionados a cada uma das fases do desenvolvimento da criança, fazendo com que haja uma interação entre produto e usuário a partir dos elementos aplicados. As análises serão feitas com crianças de 3 a 10 anos, divididas em grupos pelas faixas etárias correspondentes a cada fase do desenvolvimento. As peças de vestuário lhes serão apresentadas e, a partir disso, será analisado como cada grupo reage aos produtos. Como não se conhece nenhum modelo de análise que possa ser usado para a pesquisa, nessa fase se pretende desenvolver o modelo, visando viabilizar o andamento do projeto.
- c) Os dados obtidos nas fases anteriores serão catalogados de acordo com as características das peças e, principalmente, com a reação das crianças quando em contato com elas, nas diversas fases do desenvolvimento. Segundo Löbach (1976), “para a avaliação de alternativas de design é importante que, no final da fase de análise, sejam fixados critérios de aceitação do novo produto”. Dessa forma, o designer pode avaliar o grau de aceitação do produto e, a com isso, entender qual a solução mais indicada para o problema em questão.

Os métodos escolhidos, de acordo com Lakatos (2006, p.106), servem para facilitar o andamento da pesquisa e são divididos em “métodos de abordagem” e “métodos de procedimento de pesquisa”. Dentre os métodos de abordagem existentes, foi identificado para a pesquisa o método indutivo. “O principal objetivo desse método é levar a conclusões cujo conteúdo é muito mais amplo do que o das premissas nos quais se basearam” (LAKATOS, 2006, p.86).

A partir da obtenção de respostas das pesquisas e dados mais concretos, o método de procedimento comparativo será utilizado para organização dos resultados finais, pois esse

método destina-se comparar com a “finalidade de verificar similitudes e explicar divergências” (LAKATOS, 2006, p.106). A pesquisa possui caráter empírico-analítico, pois propõe analisar e estudar as peças de vestuário, utilizando-se, também, das respostas do seu público consumidor.

Conclusões

Com essa breve discussão a respeito da moda infantil, enquanto objeto de estudo e sua implicação na compreensão do público-alvo, pôde-se observar as diversas opções de se trabalhar com um tema tão rico para aprofundamentos da prática do design. Pode-se ver uma série de desdobramentos para a pesquisa em questão, aprofundando mais os conhecimentos acerca do design que pode contribuir para questões além da forma, estabelecendo uma nova maneira de dar funcionalidade aos objetos tão comuns presentes na moda infantil.

REFERÊNCIAS

CIDREIRA, Renata Pitombo. **Os sentidos da moda: vestuário, comunicação e cultura**. São Paulo: Annablume, 2005.

DONDIS, D. A. **Sintaxe da linguagem visual**. Tradução de Jefferson Luiz Camargo 1.ed. São Paulo: Martins Fontes, 1991.

FEGHALI, Maria Kasznar. **As engrenagens da moda**. Rio de Janeiro: Senac Rio, 2004

FLÜGEL, J. C. **A psicologia das roupas**. São Paulo: Mestre Jou, 1966

FIGUEIREDO, Marcela. **Embalagem brinquedo: um estudo formal**. Recife, 1999. (Trabalho de conclusão de curso apresentado a Universidade Federal de Pernambuco para obtenção do título de Programador Visual)

GOMES FILHO, João. **Gestalt do objeto: sistema de leitura visual da forma**. São Paulo: Escrituras Editora, 2004.

KUDO, Aide M. et all. **Fisioterapia, fonoaudiologia e terapia ocupacional em pediatria**. São Paulo: Sarvier, 1994.

LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 2006.

LÖBACH, Bernd. **Design industrial: bases para a configuração dos produtos industriais**. São Paulo: Edgard Blücher, 2001.

WONG, Wucius. **Princípios de forma e desenho**. São Paulo: Martins Fontes, 1998.