

## A narrativa visual inserida na roupa infantil

Livia Marsari Pereira (Mestranda em Design da Universidade Estadual Paulista, UNESP e Professora do curso de Tecnologia em Design de Moda da UTFPR).

Marizilda dos Santos Menezes (Doutorada em Estruturas Ambientais Urbanas, USP e Professor Titular da graduação e pós-graduação em Design da UNESP).

Artur Tessaro Leal (Designer e discente da MBA em Gestão Empresarial na Fundação Getulio Vargas)

### Resumo

O presente trabalho estuda uma coleção de moda infantil que se utiliza de linguagem visual em suas produções para ensinar e entreter as crianças. Analisou-se o conteúdo dos elementos visuais que compõe as peças da coleção e sua disposição a fim de contribuir para novas aplicações do design no mercado de moda infantil.

**Palavras Chave:** Comunicação visual. Vestuário infantil. Design de moda.

### Abstract

This paper studies a collection of children's fashion that makes use of visual language in their productions to teach and entertain children. We analyzed the content of the visual elements that make up the collectibles and willingness to contribute to new applications of design in children's fashion market.

**Keywords:** Visual communication. Infantile clothes. Fashion design.

### Introdução

Narrar é o ato de contar histórias, consiste em arranjar uma seqüência de fatos na qual os personagens se movimentam num determinado espaço à medida que o tempo passa.

Esse termo vem do latim *narrare* e tem como definição: “contar, descrever, dizer, comunicar alguma coisa a alguém, seja oralmente, seja por escrito” (NASCENTES, 1966, p.453).

As histórias podem ser contadas de diversas formas, oralmente, por escrito, por imagens ou associação entre elas. Junior *apud* Ferraro (2001) descreve que as imagens sempre oferecem uma corrente flutuante de significados mais ampla do que a proporcionada pelo texto verbal.

A narrativa é dada por uma seqüência de imagens ou textos que possuem ou não vínculos entre si. As informações contidas nessa composição são consideradas uma linguagem, portanto uma ferramenta de comunicação.

A mensagem visual pode ser inserida em diversos meios, dentre eles o vestuário. Vários elementos compõem as peças de vestuário, como cor, textura, texto e imagens que carregam significados na sua configuração e disposição.

O vestuário é um produto de forte visibilidade para as crianças e essa preocupação com a comunicação visual na roupa infantil surgiu recentemente e há poucos estudos que abordam esse tema. O presente trabalho estuda uma coleção de moda infantil que se utiliza de linguagem visual em suas produções

para ensinar e entreter as crianças. Pretende-se analisar o conteúdo dos elementos visuais que compõe as peças da coleção e sua disposição.

## FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### Vestuário infantil

A concepção de infância sofreu alterações significativas ao longo da história. Até o fim do século XVIII, não existiam crianças caracterizadas por sua expressão particular, pois eram simplesmente retratadas como adultos de tamanho reduzido. Ariès (1981, p.32) afirma que “assim que a criança deixava os cueiros, ou seja, a faixa de tecido que era enrolada em torno de seu corpo, ela era vestida como os outros homens e mulheres de sua condição”. Nessa época, vestiam-se indiferentemente todas as faixas etárias, preocupando-se apenas em manter visíveis os graus da hierarquia social, nada no traje separava a criança do adulto.

A mudança de paradigma no que se refere ao conceito de infância está diretamente ligada ao fato de que as crianças eram consideradas adultos imperfeitos.

A “descoberta” da infância teria de esperar pelos séculos XV, XVI e XVII, quando então se reconheceria que as crianças precisavam de tratamento especial, antes que pudessem integrar o mundo dos adultos (HEYWOOD, 2004, p.23).

Sendo assim, somente em tempos comparativamente recentes surgiu a compreensão de que crianças são especiais e diferentes, e, portanto dignas de serem estudadas por si só.

Na história da infância as roupas ocupam lugar de destaque. Ariès (1986) abordou aspectos da relação entre infância e roupas, ao mostrar que o surgimento do sentimento de infância, teria mudado o panorama dos trajes. Até aquele período, a idéia de que as crianças eram adultos em miniatura refletiam-se nas suas vestimentas, sendo vestidas com roupas iguais as dos adultos. As concepções que acompanham o sentimento de infância, como uma etapa da vida diferente da dos adultos, foram produtoras de um modo de vestir, com roupas apropriadas à idade.

Nas interpretações da moda infantil, a contribuição de Jean Jacques Rousseau é considerada fundamental para o entendimento das mudanças observadas a partir do século XVIII. De acordo com Moutinho e Valença (2005), Rousseau no livro *Émile ou da educação*, defendeu a idéia de que a educação é um processo espontâneo e destacou a importância de que criança vivesse em contato com a natureza. Para tanto, era necessário mudar o seu traje. Elas deviam ser vestidas com roupas folgadas para que se movessem com facilidade e não restringisse o movimento e o crescimento.

Ao abordarem as reflexões de Rousseau, Moutinho e Valença (2005), afirmam que os conselhos daquele pensador permanecem válidas e úteis até hoje, visto que o que a indústria da moda vem incutindo no vestuário infantil a idéia de usarem roupas confortáveis e que não limite os movimentos e que ainda contribuam para o desenvolvimento e aprendizagem das crianças. As roupas assumiram um aspecto prático, leve, menos restritivos, mais confortáveis e duráveis e geralmente carregam estampas com variados elementos visuais do mundo dos infantes.

## **Moda e design**

A moda possui significado abrangente por estar presente nos mais diversos produtos e como fenômeno social. Rech (2002, p.29) a define pelas “mudanças sociológicas, psicológicas e estéticas, intrínsecas à arquitetura, às artes visuais, a música, à religião, à política, à literatura, à perspectiva filosófica, à decoração e ao vestuário”.

O vestuário inserido no sistema de moda tem por finalidade, além de vestir o corpo, outras associações como satisfação de necessidades emocionais do consumidor-usuário. Produtos destinados ao consumo como as roupas denotam aspectos sociais, econômicos, ambientais e mercadológicos. Diante dessa premissa Montemezzo (2003, p.34) afirma:

Se a concepção destes produtos envolve a articulação de fatores sociais, antropológicos, ecológicos, ergonômicos, tecnológicos e econômicos, em coerência às necessidades e desejos de um mercado consumidor, é pertinente afirmar que tal processo se encaixa perfeitamente na conduta criativa da resolução de problemas de design.

O design encaixa-se na condução do processo técnico e criativo relacionado à configuração, concepção e desenvolvimento de produtos. Pires (2004) explica que fazer design é designar aspectos de formas, silhuetas, texturas, cores, materiais, emoções associando-se a ergonomia na ampliação de benefícios, voltada para soluções estéticas, funcionais e confortáveis.

Desta forma o design pode contribuir para uma otimização do produto de moda, tornando-o competitivo e capaz de viabilizar o crescimento da indústria do vestuário. Emerenciano e Waechter (2006) acreditam que ao abordar o produto vestuário pelo enfoque do design propicia uma apreciação abrangente de sua situação de uso seja ela de consumo ou utilização propriamente dita.

O design inserido no vestuário possibilita uma otimização de processos e utilização de materiais que garantem à diferenciação e exclusividade desses produtos, bem como o maior valor, a comunicação.

## **Comunicação visual**

A linguagem visual comunica-se por meio de mensagens diversas, onde relacionam-se: imagens, cores, formas, tipografia, aspecto gráfico (diagramação), proporção, tons e texturas a fim de transmitir informações. Joly (1996, p.55) acredita que:

Considerar a imagem como uma mensagem visual composta de diversos tipos de signos equivale, como já dissemos, a considerá-la como uma linguagem e, portanto, como uma ferramenta de expressão e de comunicação.

Na mensagem visual, vários elementos precisam ser manipulados, mesclando-se técnicas de composição visual e criação. Cada um destes elementos constituintes da mensagem deve ser conhecido em seu potencial e usado a fim de estabelecer-se a comunicação mais eficiente com o receptor.

Bruno Munari (1977) propõe a decomposição da mensagem visual em duas partes básicas: a informação, ou seja, o conteúdo da mensagem e o suporte visual, o “visível” na mensagem, como a textura, a forma, a cor e outros. O suporte visual é muitas vezes responsável pela eficácia da

mensagem em ser entendida, através de fatores como a legibilidade, as imagens escolhidas, a diagramação, a tipografia empregada nos textos e a boa manipulação de técnicas visuais.

No conjunto de elementos visuais da mensagem o texto e imagem possuem é uma relação de referência, onde a imagem pode apenas repetir o que já está escrito ou trazer novas informações. Barthes (apud Santaella & Nöth, 1997, p.55) acrescenta essa complementaridade afirmando que “o texto e a imagem se encontram numa relação complementar. As palavras, assim como as imagens, são fragmentos de um sintagma mais geral e a unidade da mensagem se realiza em um nível mais avançado”.

A mensagem visual pode ser transmitida por diversos meios como: cartazes, jornais, revistas, livros, mapas, vídeos, cinema, Internet e as roupas.

Os elementos visuais compostos e combinados, na forma de texto, imagens, texturas e cores no vestuário tornam-se um dinâmico canal de comunicação. Cândido (2008, p. 5) afirma que “a partir do momento em que a estampa da camiseta é descoberta, como nova mídia, jamais deixará de ser utilizada com esse intuito”.

O vestuário infantil pode se estabelecer como um dinâmico instrumento de comunicação, pois está presente na maior parte do tempo como uma extensão do corpo e interage com o organismo humano de maneira generalizada e direta. Stefani (2005, p.69) completa essa afirmação dizendo que “a indumentária, ao cobrir o corpo, também transmite informações”.

As roupas colocam-se como uma página em branco ou um espaço vazio a disposição de elementos como: imagens, texturas e cores que são capazes de contar mini-histórias, com informações que entretêm, ajudam no desenvolvimento e despertam a curiosidade das crianças. Chaves et all (1993) acrescentam que a imagem desempenha um forte papel informativo e cultural, onde a criança faz aprendizagens constantes com bases nas imagens que lhe chegam através dos meios de comunicação.

Esses elementos visuais combinados podem ser “lidos” pela percepção do receptor, pois a mensagem visual suscita emoções e apela ao consciente e até o inconsciente, impulsionando o espectador a uma reação. Epstein (apud Guerra, 1984) afirma que a imagem é sedutora e tem algo mágico, é uma visão que foi recriada ou reproduzida e que contém uma carga racional e outra afetiva ao mesmo tempo em que informa faz emergir o sentimento. É uma chamada a sensibilidade. Antes de apresentar um significado, a imagem provoca uma resposta emotiva.

A carga emotiva que as imagens podem despertar pode ser associada à fantasia, principalmente no mundo infantil. Todo conteúdo destinado a primeira e segunda infância existe fantasia. Yanaze (2002, p. 9) afirma que na infância “a fantasia é necessária, importante para que se estimule uma série de processos psicológicos, inclusive o desenvolvimento de raciocínio e de resolução de problemas”. É um recurso usado pela criança para compreender situações e sentimentos e, sem dúvida um estímulo para a criatividade.

## **PROCEDIMENTOS DE PESQUISA**

O estudo foi conduzido em fases seqüenciadas que levaram a obtenção de dados que puderam servir de base para a discussão, seguindo os objetivos da pesquisa. Dentro das características do projeto, uma abordagem analítica

de um estudo de caso, a metodologia aplicada tem a seguinte estrutura: a) estudo do contexto e seleção de amostra; b) análise e c) resultados.

Para a realização da pesquisa, a fonte de consulta para o material de análise foram os materiais de propaganda da coleção Zig Zig Zaa, disponibilizados no site da Malwee ([www.zigzigzaa.com.br](http://www.zigzigzaa.com.br)).

Considerando que o marketing empresarial desenvolvido pela Malwee é o de disponibilizar as coleções lançadas anualmente, a seleção e análise do material recaíram sobre o ano de 2008. A seleção das imagens foi pautada no critério dos sexos e das idades, conforme perfil da coleção.

A pesquisa do material na internet foi realizada no segundo semestre de 2008, entre os meses outubro e dezembro. Foi analisada toda a coleção de alto-verão 2008 de meninas e meninos entre quatro e seis anos. Sendo que a coleção masculina é composta por nove peças e a feminina por onze.

### **Análise das peças**

Diante dessas informações foi realizada uma análise da coleção de meninos e meninas de marca Zig Zig Zaa, utilizando como método de auxílio na decodificação dos elementos visuais os princípios da Gestalt. Esse trabalho apresenta um recorte da pesquisa realizada trazendo uma peça de cada coleção de meninos e meninas.

A coleção para as meninas tem como tema “Tempo de Brincar” e explora noções de tempo e espaço. As roupas trazem estampas e detalhes que ajudam na coordenação motora, na compreensão e no desenvolvimento do raciocínio.

Todas as peças contam por meio de estampas, texturas, cores e detalhes, pequenas histórias com textos e imagens, que ilustram as informações. Como na roupa da Figura 1, os desenhos junto com o texto narram os dias da semana de uma fada:

“segunda: começam as aulas na escola da magia, terça: cuidar do jardim secreto das fadas, quarta: transformar sapo em príncipe, quinta: comprar ingredientes mágicos, sexta: fazer bolinhos encantados, sábado: dia de brincar com fadinhas no bosque, domingo: assistir filmes da vovó Peta”.



Figura 1 – Blusa da coleção das meninas com os dias da semana  
 Fonte: Zig Zig Zaa, 2008 (adaptado)

Percebe-se nessa peça o emprego da técnica da seqüencialidade, que refere-se à ordenação de unidades ou elementos organizados de modo contínuo e lógico. Filho (2004) explica que a seqüência pode dar-se por meio de diversos tipos de elementos como linhas, planos, volumes, cores e texturas, dispostos em profundidade, em espiral, sobrepostos ou alinhados lado a lado. Nessa peça pode ser percebida por meio da sucessão de quadrados que representam o decorrer dos dias de uma semana, transmitindo uma ordem cronológica e visual.

Outra técnica visual empregada na peça é simplicidade, que cria uma organização harmoniosa, unificada e associada a minimalismo e clareza. Filho (2004, p.78) explica a simplicidade “como técnica visual, é livre de complicações e elaborações secundárias – normalmente tende a apresentar baixo número de informações ou unidades visuais”. A simplicidade nessa peça caracteriza-se por organizações formais fáceis de ser assimiladas, lidas e compreendidas rapidamente, como na representação gráfica dos elementos principais do texto em cada quadro que representa o dia da semana.

A técnica da harmonia visual também está presente na peça e diz respeito à disposição formal organizada, que possibilita uma leitura simples e clara. Filho (2004) afirma que harmonia é o resultado de uma perfeita articulação visual na integração e coerência formal das unidades ou partes daquilo que é representado. Nessa peça o conceito de harmonia apresenta-se com fatores de regularidade, equilíbrio visual, distribuição homogênea das unidades e dos pesos cromáticos com suas cores. Como: todas as imagens possuem cores em comum, a disposição dos quadrados dos dias da semana e o padrão e estilo dos desenhos da imagem.

Para a coleção dos meninos o tema escolhido foi “Super Bichos” e explora o conceito pedagógico de ciência. As roupas trazem estampas, cores, texturas e detalhes com curiosidades sobre animais que estimulam a criatividade, raciocínio e o hábito por pesquisar novas informações.

Por meio da análise das peças que compõe a coleção masculina pode-se perceber que os desenhos e textos inseridos nas roupas prezam pela realidade. Desde os textos que trazem informações verdadeiras sobre os animais até os desenhos que os retratam com realidade. Porém, a fantasia também está presente nas peças na ambientação.

Como na roupa da Figura 2 que trás a informação: “inseto mais forte, besouro, ergue até 850 vezes o seu próprio peso”. A peça também traz o desenho de um besouro com aplicação de radiofrequência que dá uma textura ao desenho semelhante ao animal verdadeiro. Existe também uma ambientação com características mais fantasiosas que auxiliam na compreensão da informação. A taça, os raios e as estrelas reforçam que o besouro é o campeão de força.



Figura 2 – Camiseta da coleção dos meninos com informações sobre o besouro  
Fonte: Zig Zig Zaa, 2008 (adaptado)

Nessa peça pode-se perceber a técnica da exageração que representa uma expressão visual intensa e amplificada. Filho (2004, p.84) explica que “trata-se de uma técnica que recorre, amiúde, a configurações extravagantes, visando uma expressão visual intensa e amplificada”. Na peça ela confere um caráter de riqueza visual e chama atenção a mensagem por meio da representação dos elementos visuais da roupa em proporções exageradas, como na tipográfica, nos elementos complementares como estrelas, taça e raios. Também é percebida na proporção da imagem de besouro que o coloca em evidência e representa sua grande força.

Outra técnica que pode ser percebida na análise da peça é da simetria, que é uma configuração que dá origem a formulações visuais iguais, ou seja, as unidades de um lado são idênticas às dos outro lado (FILHO, 2004). Os

agrupamentos simetricamente organizados tendem a ser percebidos mais facilmente. Na peça ela encontra-se de forma axial no eixo vertical, como na duplicidade de raios e estrelas e na própria simetria da imagem do besouro e da taça.

A técnica da profundidade também é encontrada nessa peça e diz respeito à sucessão de figuras e traz a composição visual um efeito visual atraente e instigante. Filho (2004, p.97) explica que “as impressões sensoriais que acompanham as percepções de profundidade ou de distância em uma superfície contribuem podem ser chamadas de profundidade de perspectiva”. Na peça essa técnica pode ser percebida pela variação cromática, os contrastes dos tons e a sensação de movimento, como: das estrelas e raios, do besouro que parece erguer a taça e da tipografia que aparenta saltar da camiseta.

O contraste visual também está presente nessa peça da coleção masculina, essa técnica começa no nível básico da visão por meio da ausência ou presença da luz e é de extrema importância para o controle visual de uma mensagem. Filho (2004, p.62) explica que “em todas as artes o contraste é uma poderosa ferramenta de expressão, o meio para intensificar o significado e, portanto, para simplificar a comunicação”. O contraste é também uma contra força a tendência do equilíbrio absoluto, ele desequilibra, sacode, estimula e atrai a atenção características importante em especial para o público infantil. Essa técnica pode ser percebida pelo emprego de cores fortes, a relação entre o besouro realista e as outras figuras fantasiosas, e os tipos de tipografia.

Com essa breve discussão a respeito da moda infantil e os elementos visuais inserido nelas, percebe-se que ocorre uma comunicação, tanto com a criança que usa a roupa como as que a vêem. As peças analisadas da coleção mostram que existe uma narrativa visual inserida em cada roupa contando pequenas histórias com informações inerentes ao gosto feminino e masculino. As informações são exploradas por meio de desenhos, texturas, variadas cores e textos para despertar o interesse infantil e estabelecer uma conexão com a criança.

Tanto na coleção dos meninos como das meninas pode-se perceber a presença da fantasia nos desenhos, textos e cores. Percebe-se por meio da análise de toda a coleção, que nas roupas femininas é mais explorado a fantasia, o mágico e o lúdico, como em: desenhos de fadas humanizadas com olhos, boca, nariz e atributos físicos de pessoas, passarinhos cor de rosa, sol com olhos e boca e flores que se transformam em relógios.

Na coleção dos meninos percebe-se o uso da tipografia sem serifa, simetria, contraste, profundidade e exageração nas composições visuais, enquanto na das meninas as fontes são trabalhadas, há seqüencialidade, simplicidade e harmonia.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Vale ressaltar o importante papel que os códigos da comunicação não-verbal veiculados através dos gestos, das posturas corporais, das expressões faciais e da ambientação desempenham na elaboração das tramas vinculadas nas roupas. Esses elementos auxiliam na compreensão das informações transmitidas e ainda possibilitam variadas leituras.

O emprego em conjunto de texto, imagens, cores e texturas emprestam as peças de roupa uns efeitos visuais atraentes e instigantes para as crianças



e as composições apresentam formais fáceis de ser assimiladas, lidas e compreendidas rapidamente.

As roupas com narrativas visuais estabelecem uma nova forma de leitura e fornece uma história aberta. É um convite ao inesgotável trabalho de atribuição de sentido e de interpretação do mundo e da vida, onde os elementos visuais transmitem informações e geram conhecimento.

## REFERENCIAS

AMADEO, J. R. **Diagramação Eficaz**. São Paulo: COM-ARTE, 2002.

ARIÈS, Phillipe. **História social da criança e da família**. Tradução Dora Flaksman. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora Guanabara, 1986.

CÂNDIDO, Mário. **A estampa de camiseta como atributo de expressão, comunicação e relação com o corpo**. Anais Colóquio de moda, 4, 2008. Novo Hamburgo.

EMERENCIANO, Juliana; WAECHTER, Hans. **O produto como momentum do sistema de moda: materializando identidade, desejo e necessidades**. Anais Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, P&D, 7, 2006. Curitiba.

FERRARO, Mara Rosângela. **O livro de imagens e as múltiplas leituras que a criança faz do seu texto visual**. Dissertação de Mestrado. Universidade Estadual de Campinas. Campinas, SP. 2001.

FILHO, J. G. **Gestalt do objeto: sistema de leitura visual da forma**. 6. ed. São Paulo: Escrituras, 2004.

GUERRA, Miguel. **Imagen y Education**. Madrid: Ediciones Anaya.

HEYWOOD, Colin. **Uma história da infância**. Porto Alegre: Artmed, 2004

JOLY, Martine. **Introdução à análise da imagem**. Campinas: Papyrus Editora. (1996)

MALWEE. **Zig Zig Zaa**. Disponível em: <<http://www.zigzigzaa.com.br>>. Acesso em: 12 outubro 2008.

MONTEMEZZO, Maria Celeste de Fátima Sanches; SANTOS, João Eduardo Guarnetti. **O papel do vestuário na interação homem-ambiente**. Anais do P&D DESIGN, 5, 2002. Brasília.

MOUTINHO, Maria Rita; VALENÇA, Máslova Teixeira. **A moda no século XX**. Rio de Janeiro: Editora Senac, 2005.

NASCENTES, Antenor. **Dicionário Etimológico Resumido**. Instituto Nacional do Livro/MEC, 1966.

PIRES, Dorotéia Baduy. **O Desenvolvimento de Produtos de Moda: Uma Atividade Multidisciplinar.** Anais Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, P&D, 6, 2004, São Paulo.

RECH, Sandra Regina. **Moda: por um fio de qualidade.** Florianópolis: UDESC, 2002.

SANTAELLA, Lucia e NÖTH, Winfried. **Imagem: Cognição, semiótica, mídia;** Editora Iluminuras, 1997.

STEFANI, Patrícia da Silva. **Moda e comunicação: a indumentária como forma de expressão.** Monografia apresentada à Faculdade de Comunicação Social da Universidade Federal de Juiz de Fora. 2005. Disponível em: <[http://www.facom.ufjf.br/projetos/2sem\\_2005/pdf/PSilva.pdf](http://www.facom.ufjf.br/projetos/2sem_2005/pdf/PSilva.pdf)>. Acesso em: 17 julho 2009.

YANAZE, Liriam Luri Higuchi. **O mercado de produtos infantis e a adequação da linguagem publicitária – um estudo comparativo dos Contextos Brasileiro e Japonês.** In: XX Intercom, 2002, Salvador. Disponível em: <site> Acesso em: 25 maio 2008.