

GESTALT E DESIGN DE SUPERFÍCIE: O SERVIÇO DE ENTREGAS DA KIKI COMO INSPIRAÇÃO

Larissa da Rocha Barbosa¹

Rodrigo Casteller Vicentin²

Resumo: Este artigo busca propor uma coleção de superfícies têxteis tendo como inspiração o universo das animações japonesas do Studio Ghibli, especificamente, do filme "O serviço de entregas da Kiki", utilizando como base a teoria da Gestalt. Para isso, a fundamentação teórica foi embasada nos conceitos que englobam o design de superfície, tendo como principais autoras Ruthschilling (2008) e Rubim (2004). Também foram levantadas considerações sobre o design e a sintaxe da linguagem visual, bem como o papel das funções estéticas e simbólicas nos produtos de design, trazendo autores como Dondis (1997) e Löbach (2001). Com isso, tratou-se também das questões relacionadas à percepção visual humana, e à teoria da Gestalt e seus princípios, com os principais autores sendo Baxter (2011) e Filho (2008). Com a intenção de alcançar o objetivo proposto, foi escolhido o método projetual "Superfícies de um lugar" de Mol (2014), que tem o intuito de transmitir valores culturais para elementos gráficos em uma superfície. Por meio da criação da coleção de estampas obteve-se resultados positivos e satisfatórios diante dos objetivos da pesquisa, evidenciando a importância da teoria da Gestalt na criação de um projeto de design.

Palavras-chave: Superfície. Design. Gestalt. Percepção Visual.

1 INTRODUÇÃO

Os objetos de uso cotidiano e individual são capazes de manifestar sensações positivas e de identificação ao público que os utiliza ou consome. Isso é possível de se alcançar através de valores estéticos e simbólicos estabelecidos pelo designer durante o desenvolvimento do produto. Para que as características incluídas no objeto despertem a atração do usuário, é necessário que seja feito um estudo acerca do comportamento do mesmo e da percepção humana (LÖBACH, 2001).

¹ Graduanda em Design. E-mail: larissadarochab@gmail.com

² Prof. Rodrigo Casteller Vicentin. E-mail: rodrigo.vicentin@satc.edu.br

Além disso, uma maneira de atribuir um significado a mais e ainda possibilitar a identificação do usuário com o produto é buscar inspiração no universo de produtos culturais como filmes, músicas e jogos, entre outros. Visto que, segundo Löbach (2001), a função simbólica envolve fatores sociais, culturais e até sentimentais, associando-se com as experiências passadas do usuário. Portanto, enxerga-se então a oportunidade de atender ao desejo de um público que consome produtos relacionados a um determinado objeto ou cultura em geral.

Segundo Barros e Da Hora (2013), um produto cultural que vem expandindo sua popularidade são os *animês*, termo que significa, para os ocidentais, animações advindas do Japão. Ainda segundo os autores, essas produções, por demandarem um grande investimento e dedicação, acabam gerando não só o entretenimento do público, mas também um segmento de mercado que está presente no mundo todo.

No meio desse cenário está o Studio Ghibli, um estúdio de animações japonesas fundado por Hayao Miyazaki e Isao Takahata, em 1985. Barros e Da Hora (2013) relatam que a Ghibli possui um reconhecimento bastante notável no ocidente, devido aos seus grandes sucessos de bilheteria, bem como a premiação de *Chihiro* (uma de suas obras) como melhor filme de animação no Oscar em 2003. Os autores prosseguem ao expor que o ocidente passou a apreciar o universo único das animações japonesas, dando origem a uma legião de fãs composta por pessoas de todas as idades e que está em expansão. Tamanho sucesso se dá pela estrutura visual impactante e a capacidade das obras de repassar uma imagem mais humana e realista para personagens fictícios. Com isso, é possível fazer com que o espectador se sinta mais à vontade ao apreciar as obras, sendo capazes de vivenciar o cotidiano dos protagonistas.

Baseado nesse contexto, as funções estéticas e simbólicas de um produto, bem como a percepção visual sobre o mesmo são importantes ferramentas no desenvolvimento de produtos, pois são fatores determinantes na compra dos mesmos, além de gerar maior bem-estar ao usuário. Com o cenário apresentado, como as leis da Gestalt podem atuar no desenvolvimento de uma coleção de estampas baseada na narrativa cinematográfica de Hayao Miyazaki?

O objetivo geral deste artigo é propor uma coleção de estampas têxteis com base no filme "O serviço de entregas da Kiki", utilizando os princípios da Gestalt. Para isso, expõe-se como objetivos específicos: Apontar a relação da Gestalt com o design; identificar as técnicas de design de superfície para a indústria têxtil; analisar a narrativa e as características estéticas do filme "O serviço de entregas da Kiki".

Entre as motivações dessa pesquisa está o interesse pessoal da autora por um aprofundamento com relação ao tema, além da admiração pelo objeto de estudo. Do ponto de vista mercadológico, esse projeto busca considerar a crescente popularidade das animações do Studio Ghibli, conforme citado anteriormente. Além disso, também há o intuito de mostrar como as noções de design de superfícies e das leis da Gestalt possuem um papel importante na hora de desenvolver um projeto de design e torná-lo mais atrativo ao público.

Em conformidade com Gerhardt e Silveira (2009), esta pesquisa, no que se refere a sua natureza, classifica-se como aplicada. Isso se dá pois ela se utiliza de conhecimentos da pesquisa básica para geração de um produto, que nesse caso será uma coleção de estampas. Quanto a sua abordagem, a pesquisa se caracteriza como qualitativa, já que ela trabalha com um universo de significados e se preocupa com a proposição de uma coleção de estampas têxteis, aspecto que não pode ser quantificado (GERHARDT; SILVEIRA, 2009).

Ainda em conformidade com as autoras (2009) em relação aos objetivos, a pesquisa é classificada como exploratória pois visa, por meio da revisão bibliográfica, proporcionar maior familiaridade com o problema a fim de, nesse caso, propor estampas têxteis que utilizam como base os princípios da Gestalt. Por fim, quanto aos seus procedimentos técnicos, trata-se de uma pesquisa bibliográfica e experimental pois é elaborada a partir de um material já publicado sobre o tema e segue um planejamento com etapas e experimentações, priorizando a prática como forma de adquirir conhecimento (GERHARDT; SILVEIRA, 2009).

A presente pesquisa divide-se em quatro seções. Na primeira encontra-se o objetivo geral, objetivos específicos, justificativa e metodologia científica. Já a segunda seção diz respeito à fundamentação teórica, dividindo-se em duas

subseções; a primeira engloba o design de superfície e as funções estéticas e simbólicas nos produtos de design, com os autores Cardoso (2008), Coelho (2008), Da Silva e Menezes (2014), Löbach (2001), Rinaldi e Menezes (2010), Rubim (2004) e Ruthschilling (2008). A segunda subseção é destinada à relação entre a teoria da Gestalt e o design, tendo como base Arnheim (2012), Baxter (2011), Coelho (2008), Dondis (1997), Filho (2008), Löbach (2001), e Ostrower (2014). Na terceira seção é abordada a metodologia projetual, utilizando o método de Mol (2014). Por fim, a seção quatro trata das considerações finais do projeto.

2 DESIGN DE SUPERFÍCIE

O campo do design possui uma ampla gama de atividades, papéis e funções. Tem caráter interdisciplinar, técnico e científico, criativo e artístico (COELHO, 2008). Sua conceituação é levantada por autores com visões diferentes sobre o termo. Cardoso (2008) expõe que o principal consenso entre a maioria dessas definições é de que o design junta o aspecto abstrato de conceber, projetar e atribuir com um lado concreto de registrar, configurar e formar. Löbach (2001) complementa esse pensamento ao colocar o design como a materialização de uma ideia, que ao passar por uma fase de projeto resulta na solução de um problema. Ele ainda argumenta que o conceito em si é amplo, pois o objeto fica em aberto, mas quando associado a outro conceito torna-se mais específico. É o caso do design de superfície, uma ramificação que vem se expandindo.

A importância das superfícies no cotidiano das pessoas cresce a cada dia, mas elas não são uma exclusividade atual. A partir de exemplos da pré-história e do início do século XX onde são introduzidas as noções de design de superfície, Ruthschilling (2008) relata que o homem se relaciona e se expressa simbolicamente através de superfícies desde sempre. No Brasil, o design de superfícies é uma área relativamente nova, sendo introduzida no país somente na década de 80 pela designer Renata Rubim (RUBIM, 2004). Na visão da autora, o termo corresponde a "todo projeto elaborado por um designer, no que diz respeito ao tratamento e cor

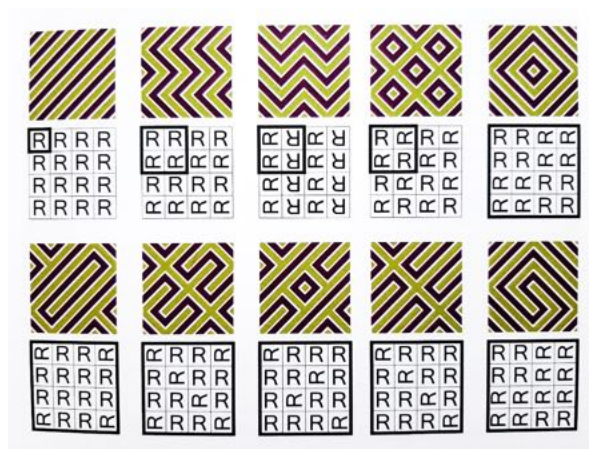
utilizados numa superfície, industrial ou não” (RUBIM, 2004, p. 21). Ruthschilling amplia esse conceito ainda mais. Para ela, o design de superfícies é:

[...] uma atividade criativa e técnica que se ocupa com a criação e desenvolvimento de qualidades estéticas, funcionais e estruturais, projetadas especificamente para constituição e/ou tratamentos de superfícies, adequadas ao contexto sócio-cultural e às diferentes necessidades e processos produtivos (RUTHSCHILLING, 2008, p. 23)

Dentre as especialidades desse campo, Rubim (2004) destaca o design têxtil, o de papéis, o cerâmico, o de plásticos, de emborrachados e os desenhos e/ou cores sobre utilitários. Além disso, ela cita o envolvimento em ilustrações, peças gráficas ou web-design. Ao projetar para qualquer uma dessas subdivisões, é importante ter conhecimento acerca de técnicas e processos que envolvem o produto (RUTHSCHILLING, 2008). No ponto de vista de Rubim (2004), é comum na área projetar superfícies contínuas, como tecidos a metro. Sendo assim, é fundamental que o designer saiba como criar e projetar um desenho. A autora comenta que "uma imagem relativamente simples pode se tornar uma composição interessante e cativante, em virtude de ter sido habilmente transformada numa padronagem" (RUBIM, 2004, p. 36). Em vista disso, Ruthschilling (2008) argumenta que os princípios básicos para compor uma padronagem são as noções de módulo e repetição.

O módulo diz respeito à menor área que inclui todos os elementos visuais que concebem uma padronagem, sendo que para esta ser formada, é necessário que haja uma repetição dos módulos. Com isso, para obter um resultado harmônico é necessário organizar os elementos visuais de uma maneira que haja o encaixe e a continuidade entre os mesmos. Além disso, deve-se levar em consideração o sistema de repetição que, por sua vez, define a maneira pela qual o módulo irá se repetir nos sentidos de comprimento e largura (RUTHSCHILLING, 2008). Rubim (2004) complementa ao afirmar que a repetição (ou *rapport*, termo originário do francês) pode apresentar diversas variações (Fig. 1), desde as mais simples até as mais complexas.

Figura 1 – Sistemas de Repetição variados



Fonte: Ruthschilling (2008)

Rinaldi e Menezes (2010) acrescentam que existe também uma outra situação onde a superfície não é contínua, portanto, não há repetição. É quando uma determinada área é preenchida, como se houvesse apenas um módulo. Portanto, fica evidente a importância de conhecer essas formas de representação, para que assim seja possível escolher a mais adequada para cada projeto.

Em conjunto aos tópicos abordados acima, outro ponto importante a ser levantado é a relação da função estética e simbólica na construção da superfície, uma vez que elas valorizam o poder de escolha e identificação das pessoas em relação ao produto. Da Silva e Menezes (2014) pontuam que a questão estética é bastante relevante para determinar o valor de um produto dessa área. Portanto, é pertinente considerar os valores estéticos do público ao qual o produto se destina.

Löbach (2001) menciona que a função estética de um produto é essencial para a saúde psíquica do ser humano, visto que ela promove uma sensação de bem-estar e ainda possibilita a identificação do usuário com o produto durante o uso. O autor ainda comenta que essa função pode ser o fator decisivo na compra do objeto, visto que a estética é a função percebida imediatamente pelo usuário. Isso posto, Löbach (2001) também afirma que a função estética, por meio de elementos como forma e cor, dá origem à função simbólica do produto. Esta, por sua vez, possibilita ao usuário fazer associações com experiências e sensações passadas, agregando então um significado a mais para o produto. Vale acrescentar que,

segundo Löbach (2001, p. 171), a "percepção é um processo pelo qual uma aparência estética se transforma em significado". Cabe, então, ao designer delimitar as funções estéticas e simbólicas do produto de acordo com a percepção humana. Para tanto, considera-se fundamental o estudo da linguagem visual e das teorias que discorrem sobre a percepção.

2.1 O DESIGN E A GESTALT

A teoria da Gestalt vem da psicologia experimental, introduzida pelos autores Wertheimer, Kohler e Koffka (1912). É um movimento que atua no campo da teoria da forma com estudos sobre percepção, linguagem, memória, entre outros. Essa escola foi a responsável por difundir uma nova teoria sobre a percepção da forma, buscando explicar o porquê de algumas formas agradarem as pessoas, e outras não (FILHO, 2008).

Para compreender a teoria da Gestalt, é necessário observar os conceitos que envolvem a percepção humana que, segundo Baxter (2011), é dominada pelo sentido da visão. Assim sendo, Arnheim (2012, p. 35) explica que, inicialmente, o processo de percepção visual se dá quando "a luz é emitida ou refletida pelos objetos do ambiente. As lentes dos olhos projetam as imagens destes objetos nas retinas que transmitem a mensagem ao cérebro". Baxter (2011) complementa ao mencionar que as células do sistema nervoso dividem a imagem visual em componentes como linhas, cores e movimentos, que são transmitidos ao cérebro a fim de produzir um significado, podendo ainda ser armazenados na memória para uso futuro. O cérebro vai então agrupar esses componentes, formando a imagem para que seja percebida como um todo e não apenas como partes desse todo.

O autor prossegue ao descrever que o processo de percepção visual ocorre em duas etapas: pré-atenção e atenção visual. Na primeira, são reconhecidos padrões e formas de uma determinada imagem de maneira rápida. Já na segunda parte, os detalhes da imagem são colocados em foco e deliberados. Ou seja:

Nós olhamos para uma imagem e, sem pensar, extraímos suas principais características. A partir dessas características, a nossa mente trabalha na sua identificação com algum padrão conhecido. Segue-se uma visão mais

focalizada, guiada por essa visão inicial, para se examinar os detalhes (BAXTER, 2011, p. 52).

Isto posto, é relevante salientar que a partir de todo esse processo, os teóricos da Gestalt observaram algumas constantes que foram essenciais para a formulação dos princípios da teoria. Segundo Filho (2008), dividiu-se o fenômeno da percepção em duas forças, as externas e as internas, que ao interagirem resultam na percepção da forma. A primeira diz respeito aos agentes luminosos que bombardeiam a retina. Já a segunda se refere à tendência de organizar e estruturar os estímulos exteriores.

Assim sendo, a teoria da Gestalt revela que não vemos partes isoladas de uma forma, e sim relações entre as mesmas. As partes de uma forma são inseparáveis do todo, sendo que quando estas estão fora da forma, são percebidas de outra maneira (FILHO, 2008). Para elucidar melhor esse pensamento, Ostrower (2014, p. 79) coloca que “ao se observar duas manchas vermelhas lado a lado, vê-se uma forma. Ela abrange as manchas e os relacionamentos existentes entre as manchas. Portanto, a forma não seria uma mancha isolada, seria a mancha relacionada a alguma coisa”.

De acordo com Coelho (2008), a percepção é um dos termos-chave no design, e é comumente associado à teoria psicológica da Gestalt. Dondis (1997, p. 51) complementa esse raciocínio ao relatar que “grande parte do que sabemos sobre a interação e o efeito da percepção humana sobre o significado visual provém das pesquisas e dos experimentos da psicologia da Gestalt”.

Para que uma mensagem possa ser percebida da melhor maneira, o designer deve então, conhecer e fazer o uso de elementos básicos da linguagem visual, como ponto, linha, forma, direção, tom, textura, entre outros (DONDIS, 1997). Ruthschilling (2008, p. 68) comenta que “todas as áreas do design, com maior ou menor apelo visual, utilizam recursos da linguagem visual”, corroborando Dondis (1997), ao mencionar sobre a importância de o designer [de superfície] ter um domínio dos elementos da linguagem visual e das estratégias de composição.

Em vista disso, Filho (2008) apresenta oito fatores que caracterizam as leis da Gestalt: unidade, segregação, unificação, fechamento, continuidade, proximidade, semelhança e pregnância da forma.

Para entender cada um desses fatores, vale esclarecer primeiramente o conceito de unidade. De acordo com Filho (2008), as unidades são elementos que configuram a forma, sendo partes de um mesmo objeto. Geralmente, esses elementos são pontos, linhas, planos, cores, texturas e outros atributos. Diante disso, uma só unidade também pode ser percebida como a relação entre vários desses elementos. No logo da marca Adidas (Fig. 2), é possível perceber as partes isoladas que se encerram em si, mas que também compõem um todo.

Figura 2 – Logo Adidas, Unidade.



Fonte: Disponível em: <<https://tinyurl.com/3kmm8xks>> Acesso em: 04 Jun. 2021

As leis de segregação e unificação são as que regem o processo de percepção visual, produzindo no campo visual estímulos que se opõem. A primeira diz respeito ao contraste de elementos, e por isso é responsável por separar, destacar, identificar unidades em um todo (FILHO, 2008). Como descrito por Dondis (1997, p.108), “o contraste é um poderoso instrumento de expressão, o meio para intensificar o significado, e, portanto, simplificar a comunicação”. Já a segunda está relacionada à harmonia das partes ou do todo (FILHO, 2008). Dondis (1997) afirma que essa unificação é fundamental para o funcionamento da percepção humana, já que o organismo tende a buscar o equilíbrio. Na estampa de Renata Rubim da Linha Pets (Fig. 3), é possível perceber os dois princípios. As figuras dos animais se destacam da cor predominante no fundo, ocasionando a segregação. Já as linhas

que formam a figura de cada animal geram uma unificação por possuírem uma fluidez visual sem interrupções.

Figura 3 - Estampa da Linha Pets, segregação e unificação.



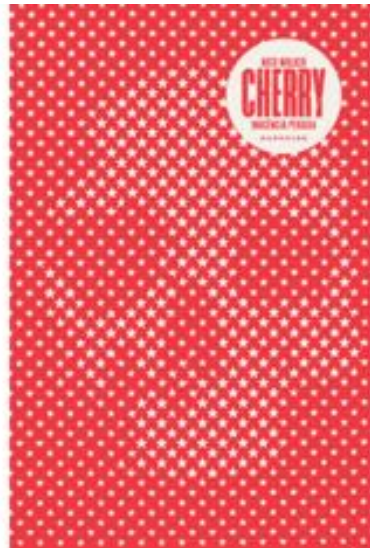
Fonte: Disponível em: <<https://tinyurl.com/4x3b7neh>> Acesso em: 15 Set. 2021

Segundo Filho (2008), outros dois princípios estão ligados ao conceito de unificação, sendo eles a proximidade e a semelhança. Isso se justifica, pois o olho humano tende a agrupar elementos próximos entre si, formando uma unidade e configurando a unificação. Do mesmo modo acontece com os elementos e estímulos que se parecem entre si, seja por conta da forma, da cor, do tamanho ou de qualquer outra semelhança. É por isso que essas duas leis se reforçam mutuamente. Elas podem ser facilmente percebidas na capa do livro “Cherry” (Fig. 4), onde as unidades maiores se agrupam pela semelhança de tamanho e por aproximação, formando a imagem de uma caveira.

Outra lei que ajuda a constituir uma unidade é o fechamento. Para obtê-lo, Filho (2008) alega que é necessário haver uma organização espacial da forma que propicie a sensação de fechamento visual, como pode ser percebido na estampa da designer Orla Kiely (Fig. 5). Nosso cérebro tende a agrupar as formas, preenchendo as lacunas e formando imagens. Nesse caso, as formas circulares presentes na

estampa formam figuras florais. Isso se justifica na visão de Baxter (2011), que expõe que figuras ambíguas ou incompletas levam a mente a buscar hipóteses visuais acerca da figura, recorrendo a padrões já conhecidos.

Figura 4 - Capa do livro "Cherry", proximidade e semelhança.



Fonte: Disponível em: <<https://tinyurl.com/aeu8c88w>> Acesso em: 04 Jun. 2021

Figura 5 - Estampa de Orla Kiely, fechamento e continuidade.



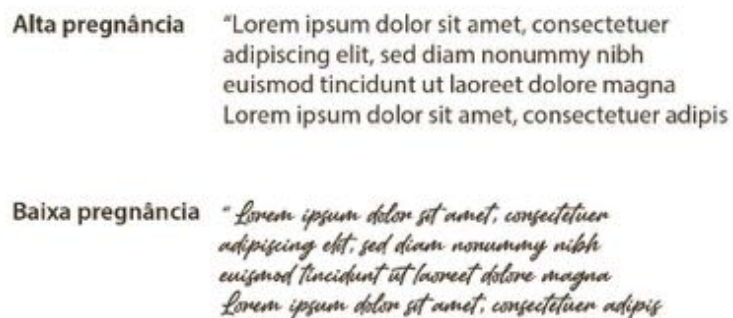
Fonte: Disponível em: <<https://tinyurl.com/567fxca5>> Acesso em: 15 Set. 2021

O modo como as formas estão organizadas na composição acima sugere ainda um outro princípio, o de continuidade. Como caracteriza Filho (2008, p. 33), essa lei consiste na “impressão visual de como as partes se sucedem por meio da organização perceptiva da forma de modo coerente, sem quebras ou interrupções”.

Ou seja, aqui os elementos precisam gerar uma fluidez visual que permita que o olhar do leitor não seja interrompido.

Como já foi citado anteriormente, a mente humana tende a procurar o equilíbrio, e é por isso que a lei básica da Gestalt é a pregnância da forma. Filho (2008) relata que um objeto com alta pregnância é aquele que possui harmonia, unificação e clareza formal em suas partes. Com isso, possibilita uma melhor compreensão e interpretação da mensagem que se deseja transmitir. Um exemplo fácil de compreender é observando a tipografia. Uma fonte com elementos rebuscados torna a compreensão do texto mais difícil (Fig. 6) e, portanto, tem uma baixa pregnância. Enquanto isso, uma fonte mais simples promove alta pregnância.

Figura 6 – Exemplo de alta e baixa pregnância da forma.



Fonte: Disponível em: <<https://tinyurl.com/j7h8hxtp>> Acesso em: 04 Jun. 2021

Para Filho (2008) o estudo das teorias da Gestalt é indispensável no desenvolvimento de composições visuais, sejam elas gráficas ou de outra natureza. Isso se dá pois existe no ser humano uma necessidade em buscar os fatores de equilíbrio, clareza e harmonia visual.

Dessa maneira, para demonstrar a aplicação das leis da Gestalt em um projeto de superfície, será utilizado um método de design. Assim sendo, durante o processo serão transmitidos os fundamentos apresentados no referencial teórico, com o intuito de adequar as superfícies ao mecanismo da percepção humana. Além disso, com a intenção de incorporar a função simbólica ao produto, será utilizado como objeto de estudo a obra cinematográfica “O serviço de entregas da Kiki”.

3 METODOLOGIA E PROJETO

Para o desenvolvimento deste projeto foi utilizado o método de Iara Aguiar Mol (2014), denominado “Superfícies de um Lugar”. Ele se faz pertinente pois foi gerado com foco na criação de superfícies, com o objetivo de auxiliar e facilitar a transmissão de valores culturais de um território brasileiro para determinada superfície. Nesse projeto os valores culturais serão reimaginados como equivalentes a um objeto cultural e não necessariamente a um território brasileiro. O método é constituído por sete etapas (Fig. 7), sendo elas: pré-pesquisa, imersão I, seleção, imersão II, geração, aplicação e finalização (Mol, 2014).

Figura 7 – Método Superfícies de um Lugar.



Fonte: Adaptado de Mol (2014)

Na etapa de **pré-pesquisa** é definido o objeto cultural no qual serão baseadas as superfícies. Para isso é necessário realizar uma pesquisa que forneça dados básicos e suficientes para que a escolha do objeto seja feita (Mol, 2014).

Já na segunda etapa, a **Imersão I**, é necessária uma pesquisa mais aprofundada acerca do objeto de estudo, a fim de definir os elementos-chave que farão parte do projeto. É feito então um levantamento de dados utilizando como ferramenta a pesquisa desktop³, a pesquisa bibliográfica e registros (Mol, 2014).

Depois de definir esses elementos, é possível prosseguir para a etapa de **seleção**. Nela, é feita a definição do suporte e da técnica que serão utilizadas no projeto. Estas dizem respeito ao processo de produção e configuração das estampas. Mol (2014) explica que esses conceitos devem estar alinhados em uma tríade entre território, técnica e suporte. O território é o objeto cultural já definido na primeira etapa; a técnica e o suporte precisam estar inseridos no contexto do objeto para que a tríade faça sentido.

Na etapa de **Imersão II** são levantados os dados referentes ao suporte, além dos seus meios de produção ou fabricação. Para que essas questões sejam exploradas, Mol (2014) recomenda a pesquisa bibliográfica e em desktop.

A quinta etapa é a de **geração**, onde devem ser criadas as padronagens, utilizando como base os dados levantados anteriormente. Nesse processo a autora sugere o uso de softwares de criação, a ilustração, carimbo ou stencil (Mol, 2014).

A partir disso, prossegue-se para a etapa de **aplicação**. Nela, é escolhido um produto que tenha relação com o objeto de estudo, com o intuito de realizar a aplicação das padronagens desenvolvidas. (Mol, 2014).

Por fim, Mol (2014) recomenda que na última etapa seja feito um dossiê relatando todo o processo de criação da superfície, contendo informações textuais e imagéticas.

3.1 APLICAÇÃO DO MÉTODO

³ Pesquisa em materiais digitais. N.A.

Neste bloco será descrita a aplicação do método e como ele foi empregado no desenvolvimento de uma coleção de estampas têxteis inspiradas no filme “O serviço de entregas da Kiki” com base nos princípios da Gestalt.

3.1.1 PRÉ-PESQUISA

Através de uma pesquisa bibliográfica e desktop, compreendeu-se todo o conceito acerca do design de superfície, o quanto ele faz parte do cotidiano das pessoas e é usado para se expressar simbolicamente (RUTHSCHILLING, 2008). Com base nas autoras Ruthschilling (2008) e Rubim (2004) entendeu-se que ao projetar uma superfície é necessário ter conhecimentos acerca de técnicas e processos que envolvem o produto, como noções de módulo e repetição ou até mesmo de elaboração de desenhos. Além disso, para que o produto desperte uma sensação de bem-estar, provoque uma identificação com o usuário e carregue um significado a mais, é importante considerar a relação da função estética e simbólica do mesmo (LÖBACH, 2001).

Por meio dos autores Filho (2008), Dondis (1997) e Baxter (2011) foi possível compreender o papel da sintaxe da linguagem visual e da teoria da Gestalt no design. Ao fazer uso desses conceitos em um projeto é possível estruturá-lo de modo que a mensagem pretendida seja entendida pelo observador (DONDIS, 1997). Para assimilar os princípios da Gestalt, estudou-se as características de cada um deles, listadas na Tabela 1. Entendeu-se, então, que as leis da Gestalt são de grande importância para o desenvolvimento de projetos de design (FILHO, 2008), podendo até serem utilizadas para agregar funções estéticas e simbólicas a um produto (LÖBACH, 2001).

Diante desse contexto, a definição do objeto cultural deu-se por meio da escolha da autora de trazer um valor simbólico para o projeto por meio da narrativa cinematográfica de Hayao Miyazaki. Através de uma pesquisa bibliográfica percebeu-se que o universo das animações japonesas (principalmente dos filmes de Hayao Miyazaki) fazem grande sucesso entre pessoas de todas as idades e vem

expandindo sua popularidade pelo ocidente (BARROS; DA HORA, 2013). Enxerga-se então uma oportunidade de atender a demanda desse público por meio de um projeto de superfície. Assim sendo, definiu-se como objeto cultural para este projeto o filme “O serviço de entregas da Kiki”.

Tabela 1: Leis da Gestalt

Leis	Características
Unidade	Elementos que configuram a forma, sendo partes de um mesmo objeto.
Segregação	Contraste de elementos, responsável por separar, destacar e identificar unidades em um todo.
Unificação	Harmonia das partes ou do todo.
Proximidade	Agrupamento de elementos próximos entre si, formando uma unidade.
Semelhança	Agrupamento de elementos que se parecem, seja na forma, na cor, no tamanho, etc.
Fechamento	Sensação de fechamento visual que forma figuras, provocado pelo modo como as formas estão organizadas.
Continuidade	Organização da forma sem quebras ou interrupções, onde há fluidez visual.
Pregnância da forma	Quando o objeto possui harmonia, unificação e clareza formal em suas partes, sendo fácil de compreender.

Fonte: FILHO (2008)

3.1.2 IMERSÃO I

Para executar a segunda etapa foi realizada uma pesquisa desktop acerca da narrativa cinematográfica de Hayao Miyazaki, com o intuito de aprofundar-se no

assunto. Além disso, foi assistido e estudado os aspectos do filme escolhido a fim de coletar as características estéticas e indicar por onde o projeto deve seguir.

Conforme relatado, o Studio Ghibli, estúdio de animações japonesas fundado por Hayao Miyazaki e Isao Takahata em 1985, possui reconhecimento notável no ocidente. Isso se dá devido a sua estrutura visual impactante e aspecto mais humano e realista dos personagens de suas tramas (BARROS; DA HORA, 2013). Esse estilo de narrativa tem origem no método criativo de Miyazaki, onde a observação precede a criação, garantindo que a arte tenha um vínculo com a humanidade. O método contribui para que, mesmo em mundos de fantasia e imaginação, as emoções demonstradas sejam reais. Além disso, traz toda uma sutileza e atenção aos detalhes, aspecto que diferencia a narrativa cinematográfica de Miyazaki de outras animações japonesas (HAYAO, 2020).

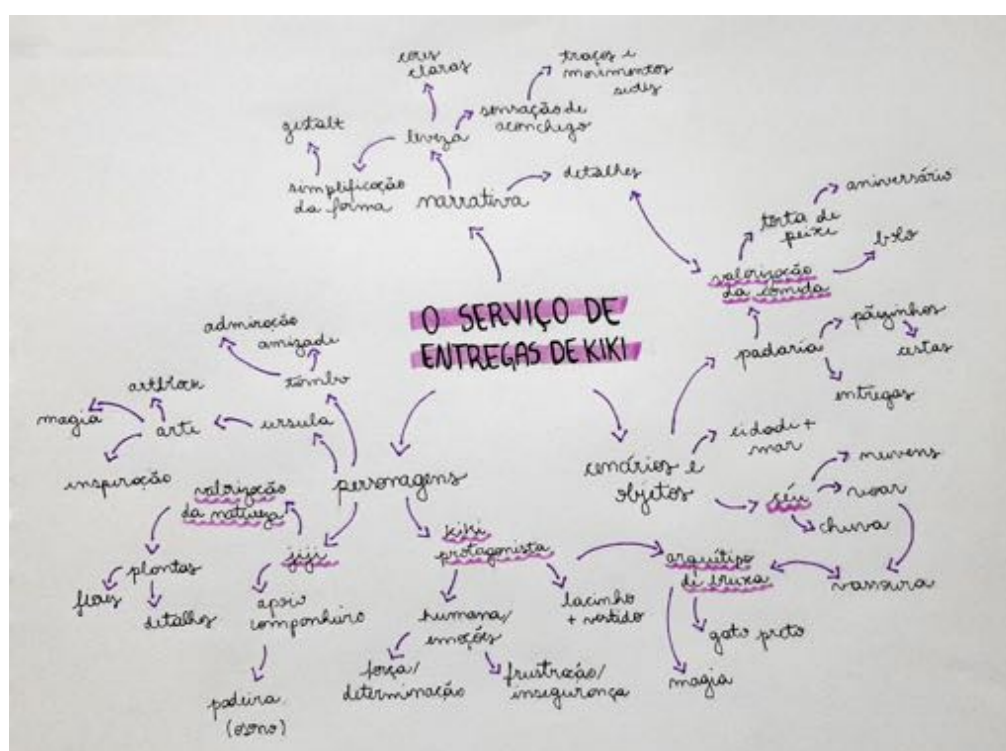
Nos filmes de Miyazaki, algumas outras particularidades se convergem, como o fato de haver sempre uma protagonista feminina, que são personagens complexas, reais, assumem papel de liderança e contestam padrões (HAYAO, 2020). Além disso, a valorização da natureza e a presença de animais fantásticos são pontos recorrentes nas obras de Miyazaki. Por exemplo, no filme "O serviço de entregas de Kiki", objeto deste estudo, a protagonista conta com um gato preto falante, Jiji, que interage e auxilia ela em diversas situações. Dentro desses aspectos, destaca-se ainda a valorização dos momentos de refeição, nos quais, de acordo com a crença japonesa, são transmitidos o amor e o carinho entre entes queridos. Além de tudo, a metáfora do amadurecimento e a leveza da narrativa também são pontos importantes nas obras do diretor (BASTOS, 2019).

Após assistir o filme é possível identificar os aspectos supracitados, como o fato da protagonista ser uma jovem bruxa que começa a enfrentar uma nova vida longe de toda sua família. Em busca de aperfeiçoar sua magia, Kiki se instala em uma cidade junto do seu gato preto Jiji, conforme descrito anteriormente. O filme mostra situações como pequenas decepções, imprevistos e a frustração vividas por Kiki, tornando tudo mais humano e cheio de sentimentos. Apesar disso, o filme transmite também sensações como o aconchego e o acolhimento em uma narrativa

bem leve. É através de traços delicados, movimentos sutis e cores pouco vibrantes que essa suavidade é demonstrada. Além disso, é possível perceber a predominância de formas mais arredondadas e orgânicas no estilo de ilustração, reforçando as sensações de leveza citadas anteriormente. A riqueza nos detalhes do cenário e dos objetos reforça o cuidado com a representação da realidade e a contemplação.

Com o objetivo de afunilar essa análise e definir os conceitos-chave para prosseguir com o projeto, criou-se um mapa mental (Fig. 8) a partir do estudo feito anteriormente, partindo do título do filme. Com isso em mente foi possível destacar os elementos relacionados ao filme, selecionando conceitos variados para cada estampa. Os elementos realçados foram: a protagonista, Kiki, e o arquétipo de bruxa que ela carrega; a valorização da natureza, representada tanto pelas plantas e flores que aparecem no filme quanto pelo personagem Jiji; o céu como cenário, presente em diversas cenas da obra; a valorização da comida, representada tanto pelos pães da padaria em que Kiki trabalha quanto pelas outras receitas que aparecem no filme.

Figura 8 – Mapa Mental



Fonte: A autora (2021)

A partir disso, para dar continuidade ao projeto foram elaborados os painéis de referência visual de acordo com cada conceito (Fig. 9), a fim de organizar melhor as informações visuais. Além disso, cada um deles servirá como base para criação de grafismos, ilustrações, cores e demais elementos na etapa de geração. Para construção dos painéis foram utilizadas imagens disponibilizadas no site oficial do Studio Ghibli⁴, bem como imagens encontradas no site *Pinterest*⁵. Neste último site pesquisou-se pelo termo “*Kiki’s Delivery Service*”⁶, a partir do resultado escolheu-se imagens de cenas que aparecem no filme e que representam a ideia de cada tema.

O primeiro painel se refere à protagonista, Kiki. Nota-se a presença da uniformidade na forma como ela se apresenta na maior parte do filme, com seu laço vermelho e vestido preto. São evidenciados também a vassoura de Kiki e seu companheiro Jiji, o gato preto, “típico das bruxas”. Além disso, é possível perceber suas distintas expressões e sentimentos que vão se revelando durante o filme.

O segundo painel traz a questão da valorização da natureza. Aqui, ela é representada através da variedade de plantas, que aparecem em sua maioria no início do filme, visto que a personagem se muda do interior para uma cidade. Jiji, o gato, entra também como símbolo dessa natureza, comum nos filmes de Miyazaki.

O terceiro painel é composto por cenas da personagem voando em sua vassoura, uma vez que caracteriza o conceito do céu como cenário. Podem ser vistos nessas cenas elementos como pássaros, nuvens e até a chuva.

O último painel reúne uma série de alimentos evidenciados durante o filme, sugerindo a questão da valorização da refeição. Nele é possível perceber os pães como destaque, por fazer parte do local de trabalho de Kiki. Além disso, outras receitas também aparecem, como a torta de peixe e o bolo inspirado na protagonista. Uma vez construído os painéis, obtém-se cores, traços, elementos e texturas que poderão ser aplicadas na coleção a ser desenvolvida.

⁴ Disponível em: <<https://www.ghibli.jp/works/majo/#frame>> Acesso em: 14/10/2021

⁵ Rede social com foco no compartilhamento de imagens, que ajuda os usuários a encontrar ideias e inspirações: <<https://br.pinterest.com>>

⁶ O serviço de entregas da Kiki.

Figura 9 – Painéis de Referência Visual



Fonte: A autora (2021)

3.1.3 SELEÇÃO

Após finalizada as etapas anteriores, foi possível prosseguir para a seleção de suporte e técnica, que irão compor a tríade mencionada pela autora do método.

Existem, no design de superfície, uma gama de suportes para aplicação de uma composição. Como foi relatado, as que mais se destacam são a área têxtil, a de papéis, a cerâmica, a de plásticos, emborrachados e desenhos e/ou cores sobre utilitários (RUBIM, 2004). Com isso, o suporte escolhido para transmissão das características do objeto cultural selecionado é a superfície têxtil. A aplicação das estampas se dará em produtos voltados para jogos de cama e peças para dormir. Essa escolha se justifica devido a intenção de relacionar as sensações de leveza e aconchego que o filme carrega com o momento de descanso, que proporciona sentimentos equivalentes.

Dessa forma, a técnica de impressão proposta é a de sublimação, onde não é necessário o uso de matrizes, nem a separação de cor, possibilitando uma maior liberdade na hora de criar as estampas. Outra característica desse processo é ser um dos mais ecológicos da estampa, já que ele é simplificado, sendo uma transferência 100% limpa a seco, utilizando corantes a base de água que geram o mínimo de resíduo (RUTHSCHILLING; LASCHUK, 2013). É relevante então traçar um paralelo entre esse aspecto ecológico e a questão da valorização da natureza, presente nos filmes de Miyazaki. A partir das seleções e conexões estabelecidas, é possível apontar que o objeto cultural, o suporte e a técnica estão alinhados.

3.1.4 IMERSÃO II

Através de uma pesquisa desktop, foram levantados dados acerca do processo de sublimação, onde a estampa é primeiro impressa no papel para depois ser transferida ao tecido. Por definição, a sublimação é quando a matéria muda do seu estado sólido para o estado gasoso, sem passar pelo líquido. (RUTHSCHILLING; LASCHUK, 2013)

Constatou-se que nessa técnica de impressão, a arte a ser transferida para a superfície é desenvolvida em programas computacionais como editores gráficos. A imagem desejada é então impressa sobre papel especial com pigmentos sublimáticos. O papel funciona como *transfer* - elemento de transferência da imagem

para o tecido. Em menor escala são utilizadas impressoras digitais adaptadas para sublimação, onde os cartuchos são abastecidos com toner sublimático (RUTHSCHILLING; LASCHUK, 2013).

O processo de impressão pode ser feito com calandra ou prensa térmica onde serão reguladas a temperatura, a pressão e o tempo. Com isso, o papel *transfer* é colocado no equipamento em contato direto com o tecido. A alta temperatura vai fazer com que o pigmento vaporize e se transfira do papel para o tecido (RUTHSCHILLING; LASCHUK, 2013).

Para que a impressão funcione, o tecido utilizado deve ser de fibra de poliéster ou alguns tipos de poliamida. É possível que haja também a mistura entre o poliéster, algodão e outras fibras. No entanto, essa mistura resulta em cores mais enfraquecidas, visto que não há transferência do pigmento sublimático para fibras que não reagem quimicamente com o mesmo (RUTHSCHILLING; LASCHUK, 2013).

3.1.5 GERAÇÃO

A partir dos dados levantados tanto nas etapas anteriores quanto na fundamentação, deu-se início a fase de geração. Em um primeiro momento foram feitos alguns esboços a mão, com ideias de elementos a serem aplicados nas estampas. Posteriormente esses desenhos foram passados para o *software Adobe Photoshop*, onde prosseguiu-se na idealização e ilustração dos elementos, bem como testes de repetição e outras experimentações (Fig. 10). Já a paleta de cores a ser utilizada foi gerada através do painel de referências da etapa 3.1.2 (Fig. 11).

Figura 10 – Esboços e Experimentações



Fonte: A autora (2021)

Figura 11 - Paleta de Cores



Fonte: A autora (2021)

Por terem grande importância em projetos de design, as leis da Gestalt foram consideradas durante toda a etapa de idealização dos *rappports*. Ao longo da concepção dos elementos a serem utilizados nas padronagens, atentou-se para o princípio da pregnância da forma, onde o objeto deve possuir harmonia, unificação e clareza formal em suas partes, sendo fácil de compreender. Portanto, buscou-se

trazer essa lei em toda a coleção de estampas através da simplificação das formas. Ademais, com o objetivo de aproximar-se mais da proposta dos filmes de Miyazaki, utilizou-se nas ilustrações traços orgânicos e imperfeitos, agregando um aspecto mais natural e humano às mesmas.

Cada painel de referência auxiliou na criação de um *rapport*, sendo que por meio da observação foram extraídas as formas necessárias para a criação de cada unidade. Aqui fez-se importante a atenção aos detalhes, a fim de coletar informações importantes para compor as estampas, assim como Hayao Miyazaki põe em prática em suas obras.

Dito isso, a primeira padronagem é inspirada no primeiro dos painéis e contém itens que remetem a personagem principal do filme (Fig. 12). A ideia de dedicar uma das estampas para essa temática partiu do destaque que as protagonistas femininas possuem nos filmes de Miyazaki. Nesta estampa percebe-se a simplificação das formas, que tornam os elementos fáceis de serem entendidos, gerando a pregnância da forma.

Figura 12 - Resultado final do primeiro *rapport*.



Fonte: A autora (2021)

A escolha do fundo claro contendo componentes de cores mais escuras promove uma sensação de contraste entre essas duas partes, sendo possível

identificar as unidades do todo por meio da segregação. Além disso, o modo como os itens estão organizados e encaixados dentro do *rapport* sugere uma direção e uma fluidez visual que resulta em mais um princípio da Gestalt, a continuidade.

Na segunda estampa os elementos utilizados foram plantas, folhas, flores e borboletas, buscando trazer a temática da valorização da natureza, e o personagem Jiji, o gato falante, considerando a constante presença de animais fantásticos nas obras de Miyazaki (Fig. 13). Aqui, a principal lei da Gestalt empregada é a de fechamento, onde o arranjo dos elementos trabalha juntamente com o fundo para sugerir a sensação de fechamento visual e formar figuras. Ela pode ser percebida na figura do gato, onde as orelhas, olhos, nariz e bigodes formam a ilustração, bem como nas folhas, nas pétalas da flor e nas borboletas.

Figura 13 - Resultado final do segundo *rapport*.



Fonte: A autora (2021)

Os elementos presentes nesta padronagem (como as folhas e flores) dispõem da unificação entre suas partes, já que estas últimas estão próximas entre si e possuem semelhança em relação a cor. O cérebro agrupa essas partes, permitindo que a figura seja percebida como um todo e não apenas como unidades distintas. Esses são princípios da Gestalt que se reforçam mutuamente.

O terceiro *rapport* é composto por elementos relacionados à culinária, que aparecem no filme e podem ser vistos no painel de referências. A intenção aqui é trazer a valorização dos momentos de refeição para a estampa, aspecto recorrente nos filmes de Miyazaki. Cada componente foi pensado de modo a encaixar-se da melhor maneira na composição, gerando fluidez visual e continuidade. Para contribuir com essa sensação foram adicionados caminhos formados por pontos e linhas. É possível perceber que esses caminhos formam uma unidade por serem próximos entre si e semelhantes em relação à cor, gerando unificação da mesma forma que foi descrito na padronagem anterior. De forma sutil, os elementos também apresentam a relação figura-fundo, como pode ser visto nas partes da luva, em alguns pães e no bolo. Além disso, as figuras também são fáceis de compreender por meio da simplificação da forma e suas cores mais claras geram contraste em relação ao fundo roxo, resultando na segregação.

Figura 14 - Resultado final do terceiro *rapport*.



Fonte: A autora (2021)

Por fim, as últimas estampas foram inspiradas no painel de referências com a temática céu. No filme, a personagem se desloca nesse cenário para realizar seu serviço de entregas, passando por diversas situações, como as chuvas. Buscou-se então trazer a personagem inserida nesse contexto, carregando suas entregas e

cercada de alguns fenômenos. Nestas padronagens, a pregnância da forma e a segregação são as principais leis da Gestalt que podem ser percebidas. A composição é constituída por silhuetas que representam de forma objetiva a personagem principal, as estrelas, as nuvens e a chuva, elementos que aparecem no filme e que fazem parte do cenário, o céu. Esses componentes segregam-se do fundo, principalmente os de tom mais escuro. Por esses motivos, é possível afirmar que as figuras criadas são de fácil compreensão e promovem então a pregnância da forma. Além disso, para simbolizar a chuva foram feitos alguns traços que se agrupam por meio da proximidade e da semelhança, formando uma só unidade. Por fim, a estampa corrida foi produzida primeiro, dando origem a estampa localizada com os mesmos elementos, pensando na aplicação em conjuntos de dormir, como será demonstrado na seção 3.1.6.

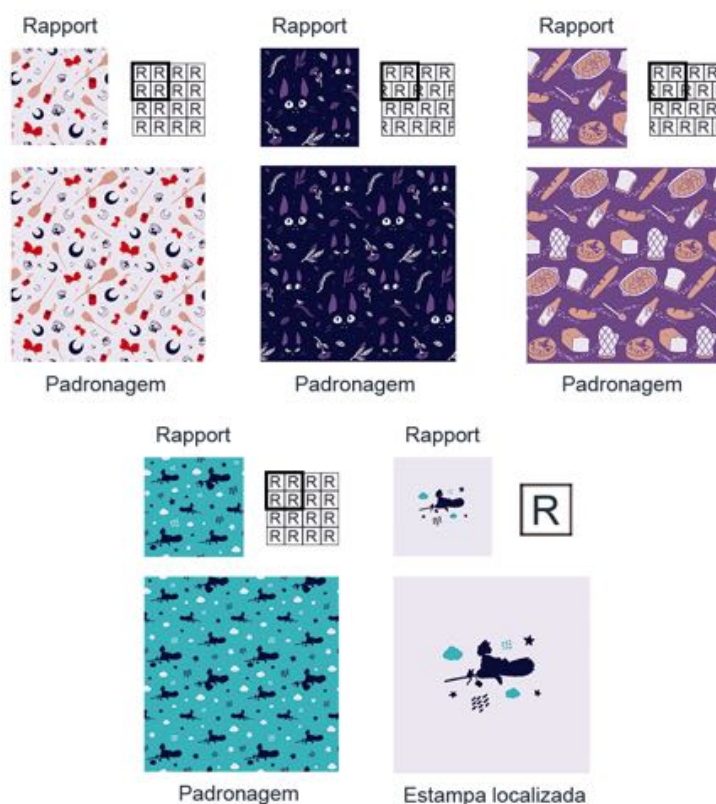
Figura 15 - Resultado final do quarto *rapport* e da estampa localizada.



Fonte: A autora (2021)

Conforme assimilado anteriormente, as técnicas de repetição são parte básica e essencial na criação de um projeto de superfície (RUTHSCHILLING, 2008). Para desenvolvimento das padronagens utilizou-se dois tipos de repetição diferentes bem como a estampa localizada, como pode ser visto na figura 16.

Figura 16 - *Rapports*, padronagens e repetições



Fonte: A autora (2021)

3.1.6 APLICAÇÃO

Para construção desta etapa, simulou-se a aplicação das estampas em alguns produtos por meio de *mockups*⁷ (Fig. 17). Para escolha dos objetos que farão essa demonstração, adotou-se o mesmo princípio da narrativa de Miyazaki: mesmo em um mundo de fantasia, as emoções são reais. Portanto, mesmo as padronagens sendo inspiradas em uma obra cinematográfica fantástica, elas devem promover sensações reais. Assim sendo, optou-se por produtos associados ao momento de dormir, com intenção de relacionar as sensações de leveza e aconchego que o filme “O serviço de entregas da Kiki” provoca, com o momento de descanso, que proporciona sentimentos semelhantes.

⁷ Modelo utilizado para representação digital de determinado objeto de design.

Figura 17 - Aplicação das estampas em *mockups*



Fonte: A autora (2021)

Isto posto, as peças para dormir (pijama e camisola) são as que apresentam as estampas relacionadas à protagonista, como forma de sugerir que o usuário é o personagem principal da própria história. Além disso, a camisola é uma peça que se assemelha ao vestido que Kiki veste durante o filme, traçando um paralelo entre esses dois pontos.

Já a padronagem que traz o gato Jiji como componente foi aplicada no cobertor, uma peça aconchegante, que coincide com a sensação que os animais de estimação passam e com papel do personagem no filme, de reconfortar e acolher a protagonista.

A estampa aplicada na almofada é a da valorização da refeição. Como esse ponto está presente nos filmes do Studio Ghibli e faz parte da cultura japonesa,

buscou-se trazer um pouco da cultura também na aplicação. Por isso, associou-se a temática culinária com as refeições tradicionais do Japão, onde as mesas são baixas e as pessoas utilizam almofadas para sentar-se à mesa.⁸ Ao mesmo tempo, a almofada também é um artefato utilizado em momentos de descanso, podendo também fazer parte da decoração.

3.1.7 FINALIZAÇÃO

Nesta última etapa de finalização é necessário documentar todo o processo de criação das padronagens. Isto posto, o presente artigo configura-se como documento de registro, já que ele descreve todas as etapas cumpridas na elaboração da coleção de estampas.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como visto, as leis da Gestalt possuem relevante papel na elaboração de projetos de design. Para este projeto, elas foram essenciais na hora de trazer maior harmonia e equilíbrio visual, características notáveis que geram bem-estar ao usuário, evidenciando assim a função estética presente no produto. Ademais, por meio de elementos como cores e formas, é possível fazer a associação das mesmas com o objeto cultural estudado, de acordo com as experiências passadas do usuário. Com isso, obtém-se a função simbólica do produto, agregando um significado a mais a ele.

Além disso, observou-se que ao projetar uma superfície é necessário ter conhecimentos acerca de técnicas e processos que envolvem o produto. Neste projeto, verificou-se esses argumentos a partir do desenvolvimento de uma coleção de estampas têxteis, bem como estudou-se e aplicou-se os conhecimentos técnicos necessários para o desenvolvimento das mesmas. Foram elaboradas cinco

⁸ Disponível em: <<https://tinyurl.com/2uzsyr5e>> Acesso em: 02 Nov. 2021

estampas, trazendo elementos baseados no objeto de estudo, organizados considerando as leis da Gestalt.

Portanto, com a intenção de propor uma coleção de estampas têxteis com base no filme "O serviço de entregas da Kiki", utilizando os princípios da Gestalt, considera-se que o estudo cumpriu seu objetivo geral. Em relação aos objetivos específicos, constata-se que também foram atingidos. O primeiro apontou a relação da Gestalt com o design, a fim de demonstrar a importância da teoria no desenvolvimento de projetos da área. O segundo foi identificar as técnicas de design de superfície para a indústria têxtil, se mostrando necessário para a criação e adequação do produto às mesmas. Por fim, foram analisadas a narrativa e as características estéticas do filme "O serviço de entregas da Kiki", sendo uma etapa crucial para coleta de informações e elementos a serem utilizados nas estampas.

Para nortear o desenvolvimento do projeto, realizou-se todas as etapas do método Superfícies de Um Lugar (Mol, 2014), que consiste na transmissão de valores culturais para elementos gráficos em uma superfície. O método mostrou-se essencial para obtenção do êxito na organização e na coleta de componentes e informações necessárias para elaboração da coleção.

Ao final deste projeto concluiu-se então que é possível alcançar-se maior harmonia e equilíbrio visual ao projetar superfícies levando em consideração os princípios da Gestalt. Além disso, foi por meio da investigação detalhada do método de criação de Hayao Miyazaki e das particularidades da obra "O serviço de entregas da Kiki" que se pôde identificar com clareza pontos essenciais para a elaboração das estampas. Fica evidente então a relevância do estudo prévio de um objeto cultural quando se almeja tê-lo como inspiração. Sendo assim, esta pesquisa respondeu à pergunta problema, que questiona como as leis da Gestalt podem atuar no desenvolvimento de uma coleção de estampas baseada na narrativa cinematográfica de Hayao Miyazaki?

Em caráter pessoal, esse estudo contribuiu para a compreensão mais detalhada dos conceitos abordados, bem como a percepção do modo como eles estão interligados e como se fortalecem quando utilizados em conjunto. Por ser da

área de interesse da pesquisadora e por atingir os objetivos propostos, o resultado do projeto apresentou-se como satisfatório. Assim sendo, a investigação abre caminho para a sugestão de novas pesquisas, como um aprofundamento no estudo da estética de Hayao Miyazaki, bem como a criação de estampas baseadas em outras obras cinematográficas.

REFERÊNCIAS

ARNHEIM, Rudolf. **Arte e Percepção Visual**. São Paulo: Cengage Learning, 2012.

BARROS, Miriam Souto Maior; DA HORA, Rodrigo Duguay. Studio Ghibli: A consolidação do animê como produto de consumo. In: **Anais do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 2013. Disponível em:

<<https://www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2013/resumos/R37-0535-1.pdf>>

Acesso em: 08 Jun. 2021

BASTOS, Luiza Pires. O modelo de cinema do Studio Ghibli, que conquistou os japoneses. In: **A Produção do Conhecimento nas Letras, Linguísticas e Artes 3**, 2019. p. 1-388–416. Disponível em:

<<https://www.atenaeditora.com.br/post-artigo/12895>> Acesso em: 12 Out. 2021

BAXTER, Mike. **Projeto de Produto**: guia prático para o design de novos produtos. São Paulo: Blücher, 2011.

CARDOSO, Rafael. **Uma introdução à história do design**. Editora Blücher, 2008.

COELHO, Luís Antônio. (Org.). **Conceitos-chave em Design**. Rio de Janeiro: Ed. Puc-Rio Novas Ideias, 2008.

DA SILVA, Dailene Nogueira; MENEZES, Marizilda dos Santos. Design de Superfície: um estudo entre a estampa e o vestuário. In: **Pesquisas em design, gestão e tecnologia de Têxtil e Moda**: 2º semestre de 2014, p. 31. Disponível em:

<<http://www.livrosabertos.sibi.usp.br/portaldelivrosUSP/catalog/download/72/63/304-1?inline=1>> Acesso em: 06 Jun. 2021

DONDIS, Donis A. **Sintaxe da linguagem visual**. 2. Ed. São Paulo: Martins fontes, 1997.

FILHO, João Gomes. **Gestalt do objeto**: sistema de leitura visual da forma. 8.ed. rev. e ampl. São Paulo: Escrituras, 2008.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo. **Métodos de pesquisa**. Plageder, 2009.

HAYAO Miyazaki, o Observador. Produção de Meteoro Brasil. 2020, 14 min, son., color. Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=y5XEHNyPni8&ab_channel=MeteoroBrasil>. Acesso em: 12 Out. 2021.

LÖBACH, Bernd. **Design industrial**: bases para a configuração dos produtos industriais. Rio de Janeiro: Edgard Blücher, 2001.

MOL, Iara Aguiar. **Superfícies de um lugar: proposição de método de ensino para design de superfície a partir de valores culturais brasileiros**. Tese de

Doutorado. Dissertação (Mestrado em Design) – Universidade do Estado de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2014. Disponível em:

<http://anapaulanasta.com/wp-content/uploads/2014/12/Disserta%C3%A7%C3%A3o_lara-_Aguiar_Mol.pdf> Acesso em: 02 Out. 2021

OSTROWER, Fayga. **Criatividade e processos de criação**. 30 ed. Petrópolis, Vozes, 2014.

RINALDI, Ricardo Mendonça; MENEZES, Marizilda dos Santos. **Contribuições do design gráfico para o design de superfície**. Educação Gráfica, p. 144-163, 2010. Disponível em:

<<http://www.educacaografica.inf.br/artigos/contribuicoes-do-design-grafico-para-o-de-sign-de-superficie>> Acesso em: 06 Jun. 2021

RUBIM, Renata. **Desenhando a superfície**. Ed. Rosari, 2004.

RUTHSCHILLING, Evelise Anicet. **Design de superfície**. Porto Alegre: Ed. UFRGS, 2008.

RUTHSCHILLING, Evelise Anicet; LASCHUK, Tatiana. Processos contemporâneos de impressão sobre tecidos. **ModaPalavra e-periódico**, n. 12, p. 60-81, 2013.

Disponível em: <<https://www.redalyc.org/pdf/5140/514051625004.pdf>> Acesso em: 17 Out. 2021