

JULIANA MENDES PIO



**POP ARTE: RELEITURAS ATRAVÉS DE ESTAMPAS DE CAMISETAS**

GOVERNADOR VALADARES

2011

JULIANA MENDES PIO

**POP ARTE: RELEITURAS ATRAVÉS DE ESTAMPAS DE CAMISETAS**

Monografia apresentada ao Curso de Especialização em Ensino de Artes Visuais do Programa de Pós-graduação em Artes da Escola de Belas Artes da Universidade Federal de Minas Gerais como requisito parcial para a obtenção do título de Especialista em Ensino de Artes Visuais.

Orientador: Rodrigo Borges Coelho

GOVERNADOR VALADARES

2011

PIO, Juliana Mendes

Pop Arte: Releituras através de estampas de camisetas:  
Especialização Em Ensino de Artes Visuais / Juliana Mendes  
Pio. – 2011  
38 f.

Orientador (a): Rodrigo Borges Coelho

Monografia apresentada ao Programa de Pós-Graduação  
em Artes da Escola de Belas Artes da Universidade Federal de  
Minas Gerais, como requisito parcial à obtenção do título de  
especialista em Ensino de Artes Visuais.

1. Artes visuais – Estudo e ensino I. Coelho, Rodrigo Borges  
II. Universidade Federal de Minas Gerais. Escola de Belas  
Artes III. Título.



**Universidade Federal de Minas Gerais**  
**Escola de Belas Artes**  
**Programa de Pós-Graduação em Artes**  
**Curso de Especialização em Ensino de Artes**  
**Visuais**

Monografia intitulada “*Pop Arte: Releituras através de estampas de camisetas*”, de autoria de *Juliana Mendes Pio*, aprovada pela banca examinadora constituída pelos seguintes membros:

---

Orientador(a): Rodrigo Borges Coelho – EBA/UFMG

---

Maria Luiza Dias Viana – EAU/UFMG

Governador Valadares, 08 de outubro de 2011

## **AGRADECIMENTOS**

A minha mãe, Dady Mendes, pelo apoio constante. Minha grande incentivadora em todos os momentos da minha vida.

Ao amigo, Robson Carvalho, que me cedeu suas aulas na Escola do SEBRAE.

Aos tutores da UFMG, que durante todo o curso me auxiliaram, me direcionando sempre para o melhor caminho.

Ao tutor Elias Dias de Oliveira, pelo seu apoio e incentivo, principalmente nesta última etapa.

Ao orientador, Rodrigo Borges Coelho, pelos direcionamentos.

E a todos que contribuíram para a elaboração deste trabalho.

Obrigada!

## RESUMO

Nesta pesquisa estudaremos a Pop Arte, utilizando a moda como meio para criar releituras de obras, através de estampas de camisetas. Este estudo contribui com o estudo do processo ensino/aprendizagem, dos alunos do Ensino Médio. O Processo de elaboração abordará temas como o Ensino de Arte, Releitura, Pop Arte, Moda, Camiseta e Estamparia. A partir destes estudos foi elaborado um Plano de Aula para ser ministrado com os alunos do Ensino Médio. A camiseta foi utilizada como forma de comunicação, através das estampas feitas com o stencil (molde vazado), os alunos fizeram um trabalho, colocando em prática os conhecimentos adquiridos e sua criatividade, atribuindo seus gostos e desejos nas estampas criadas.

Palavras-chave: Ensino de Arte, Releitura, Pop Arte, Moda, Camiseta e Estamparia.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Obras de Andy Warhol.....	31
Figura 2 – Obras de Roy Lichtenstein.....	31
Figura 3 – Slides de 01 a 10 .....	32
Figura 4 – Slides de 11 a 20 .....	33
Figura 5 – Fotos Aula SEBRAE 12/09/2011 .....	34
Figura 6 – Fotos Aula SEBRAE 19/09/2011 .....	34

## SUMÁRIO

Introdução .....	09
1. Ensino de Arte, Releitura e Pop Arte .....	11
1.1. Ensino de Arte .....	11
1.2. Releitura.....	14
1.3. Pop Arte .....	15
2. Moda, Camiseta e Estamparia .....	19
2.1. Moda .....	19
2.2. Camiseta .....	22
2.3. Estamparia .....	24
3. Plano de Aula e Análise dos Procedimentos Realizados .....	28
3.1. Plano de Aula.....	28
3.2. Análise de Procedimentos Realizados .....	33
Considerações finais.....	35
Referências Bibliográficas.....	36

## Introdução

Nesta pesquisa a moda será utilizada como meio de estudar a Pop Arte, levantando discussões sobre as relações que os adolescentes têm com a moda. É muito importante para o professor ter conhecimento dos gostos e das necessidades dos estudantes adolescentes. Ao estudarmos um movimento artístico devemos procurar contextualizá-lo e criar uma didática que estabeleça um diálogo com os alunos.

A realização desta pesquisa se justifica pela necessidade de reflexões teóricas sobre o processo de ensino/aprendizagem dos alunos do ensino médio, no que tange ao ensino de arte, e algumas possíveis relações com a moda. A pesquisa envolve, ainda, dois pontos: a prática de se trabalhar em equipe ou grupo e a criação de estampas para camisetas utilizando o stencil.

O primeiro momento desta monografia contextualiza as discussões sobre o Ensino da Arte, a releitura e a Pop Arte. A Pop Arte é um movimento artístico que tem o objetivo de trazer à tona o bombardeamento da sociedade capitalista pelos objetos de consumo. Ela trabalha com signos estéticos, de cores inusitadas, reproduzindo objetos do cotidiano em tamanho consideravelmente grande, entre outras práticas. A base das criações compõe: a linguagem da publicidade e da televisão, os quadrinhos, as embalagens industrializadas, a fotografia, os ídolos populares, os produtos descartáveis e o conceito *fast-food*. É uma arte que consegue chamar muita atenção dos adolescentes pela sua linguagem, suas imagens coloridas e pelo uso de imagens populares.

No segundo momento foi estudado a Moda, a Camiseta e a Estamparia. Hoje em dia, os adolescentes tem a necessidade cada vez maior de fazerem parte de grupos sociais, e na maioria deles a moda é utilizada como meio de agregação e, também, de separação. Culturalmente podemos analisar a moda como uma espécie de espelho, onde podemos identificar refletidos a identidade, os valores de cada cultura. Ao longo da história humana as roupas sempre carregaram valores simbólicos, e por esse ponto de vista podemos compreendê-la e utilizá-la como área de conhecimento, deixando de lado o estereótipo de algo sem valor e fútil. A moda também é uma forma de comunicação que está presente durante o dia a dia. Informações, sobre o que as pessoas pensam, são passadas através dela. A roupa sempre foi um diferenciador social, independente

da época ou lugar; expressa a personalidade e o perfil de uma pessoa, podendo revelar, influenciar, impressionar, seduzir, chocar e comunicar. A estampanaria, aqui tratada como um comunicador de mensagens e conceitos, será utilizada através da técnica do stencil, uma forma comum e de técnica simples de impressão.

No terceiro momento será desenvolvido o Plano de Aula e a Análise dos Procedimentos, que serão aplicados nos alunos do Segundo Ano, do Ensino Médio da Escola do SEBRAE. Assim os alunos aprenderão o movimento artístico Pop Arte e utilizando a moda como meio, criarão estampas para camisetas, desenvolvendo um trabalho de releitura.

## 1. Ensino de Arte, Releitura e Pop Arte

### 1.1. Ensino de Arte

O Ensino de Arte no Brasil passou por várias modificações ao longo da história. Em cada época tinha um objetivo e as mudanças ocorriam dependendo do período político. Em alguns momentos foi dada importância ao ensino de desenho, em outras a noções de higiene e educação moral e cívica. Em 1920 com as reformas educacionais reforçaram-se as ideias entorno da arte como expressão e do desenho como reflexão visual. No anos 70, com a LDB n. 5692/71, foram reunidas em uma única disciplina chamada Educação Artística, as atividades de Artes Plásticas, Música e Artes Cênicas, entrando assim, para o currículo obrigatório do Ensino Fundamental, mas sem um foco claro no conhecimento.

Foi apenas nos anos 80, quando realmente começamos ver alterações significativas para o Ensino de Arte como área de conhecimento. A Constituição de 1988 colocou como dever do Estado e direito do cidadão o acesso à educação pública de qualidade gratuita e universal. Em 1996 surgiu a Lei de Diretrizes Bases Nacional (LDBN – Lei 9.394. de 20 de dezembro 1996), com uma nova concepção de educação, e com a promulgação desta foi extinta a denominação Educação Artística entrando em campo a disciplina Arte, agora sim, reconhecida como área de conhecimento.

O ensino da arte constituirá componente curricular obrigatório, nos diversos níveis da educação básica, de forma a promover o desenvolvimento cultural dos alunos”. *Artigo 26, parágrafo 2º*. Essa mudança não foi apenas nominal, “mas de toda a estruturação que envolve o tratamento de uma área de conhecimento. De atividades esporádicas de cunho mais próprio de relaxamento e recreação, passa-se ao compromisso de construir conhecimentos em Arte. (GOUTHIER, 2009, p. 19 apud PIMENTEL, 2006, p.1)

Outro passo importante foi dado em 1998, com a formulação dos Parâmetros Curriculares Nacionais (PCN), reconhecendo a importância da Arte na formação de crianças e jovens e incluindo seu conhecimento como componente curricular obrigatório da educação básica.

.... entende-se que aprender arte envolve não apenas uma atividade de produção artística pelos alunos, mas também compreender o que fazem e o que os outros fazem, pelo desenvolvimento da percepção estética, no contato com o fenômeno artístico visto como objeto de cultura na história humana e como conjunto de relações. É importante que os alunos compreendam o sentido do fazer artístico, ou seja, entendam que suas experiências de desenhar, cantar, dançar, filmar, videografar ou dramatizar não são atividades que visam a distraí-los da “seriedade” das outras áreas. (PCN, p. 43).

Os objetivos gerais do ensino de arte segundo os Parâmetros Curriculares Nacionais (PCN), página 48, são:

- experimentar e explorar as possibilidades de cada linguagem artística;
- compreender e utilizar a arte como linguagem, mantendo uma atitude de busca pessoal e/ou coletiva, articulando a percepção, a imaginação, a emoção, a investigação, a sensibilidade e a reflexão ao realizar e fruir produções artísticas;
- experimentar e conhecer materiais, instrumentos e procedimentos artísticos diversos em arte (Artes Visuais, Dança, Música, Teatro), de modo que os utilize nos trabalhos pessoais, identifique-os e interprete-os na apreciação e contextualize-os culturalmente;
- construir uma relação de autoconfiança com a produção artística pessoal e conhecimento estético, respeitando a própria produção e a dos colegas, sabendo receber e elaborar críticas;
- identificar, relacionar e compreender a arte como fato histórico contextualizado nas diversas culturas, conhecendo, respeitando e podendo observar as produções presentes no entorno, assim como as demais do patrimônio cultural e do universo natural, identificando a existência de diferenças nos padrões artísticos e estéticos de diferentes grupos culturais;
- observar as relações entre a arte e a realidade, refletindo, investigando, indagando, com interesse e curiosidade, exercitando a discussão, a sensibilidade, argumentando e apreciando arte de modo sensível;
- identificar, relacionar e compreender diferentes funções da arte, do trabalho e da produção dos artistas;

- identificar, investigar e organizar informações sobre a arte, reconhecendo e compreendendo a variedade dos produtos artísticos e concepções estéticas presentes na história das diferentes culturas e etnias;
- pesquisar e saber organizar informações sobre a arte em contato com artistas, obras de arte, fontes de comunicação e informação.

Para o reconhecimento da Arte como área de conhecimento e para a criação dos Parâmetros Curriculares Nacionais (PCN), houve uma importante contribuição da “Abordagem Triangular”, proposta pela pesquisadora e professora Ana Mae Barbosa. A Abordagem ou Proposta Triangular compreende a interligação de três ações básicas: o fazer, a leitura e a contextualização.

A Proposta Triangular deriva de uma dupla triangulação. A primeira é de natureza epistemológica, ao designar os componentes do ensino/aprendizagem por três ações mentalmente e sensorialmente básicas, quais sejam: criação (fazer artístico), leitura da obra de arte e contextualização. A segunda triangulação está na gênese da própria sistematização, originada em uma tríplice influência, na deglutição de três outras abordagens epistemológicas: as *Escuelas al Aire Libre Mexicanas*, o *Critical Studies* inglês e o Movimento de Apreciação Estética aliado ao DBAE (*Discipline Based Art Education*) americano. (BARBOSA, 1998, p. 34)

Para Barbosa (1998) o que constitui a aprendizagem é a construção de significados pelo observador, sendo a imagem considerada um campo de sentido. Assim, a Proposta Triangular atua como um facilitador entre a obra e o público. O que se pretende com a Proposta Triangular é a educação cultural crítica do conhecimento, construído pelo próprio aluno, com a mediação do professor, acerca do mundo visual.

A Proposta Triangular é construtivista, interacionista, dialogal, multiculturalista e é pós-moderna por tudo isto e por articular arte como expressão e como cultura na sala de aula, sendo esta articulação o denominador comum de todas as propostas pós-modernas do ensino da arte que circulam internacionalmente na contemporaneidade. (BARBOSA, 1998, p. 41).

A valorização da Arte como área de conhecimento e como disciplina obrigatória, mostra o importante passo dado pelo Ensino de Arte. A criação dos Parâmetros Curriculares Nacionais (PCN) baseados na Abordagem Triangular, proposta por Ana Mae, possibilitou mudanças significativas no processo de ensino/aprendizagem da Arte no Brasil.

## 1.2. Releitura

Segundo o dicionário Michaelis o significado da palavra releitura é “1. *Ato de reler.* 2. *Segunda leitura*”. Em Artes quando falamos de releitura, estamos nos referindo a um processo de produção/criação que utiliza como referência uma obra de arte, ou um objeto, ou uma coisa qualquer. Podemos dizer que fazemos releituras quando criamos novos significados a partir de algo que já existe.

Ana Mae Barbosa demonstra grande preocupação com o fazer artístico, com o que acontece na produção dos trabalhos nas salas de aula e com o processo de ensino/aprendizagem baseado na Proposta Triangular. Para ela:

O erro mais grave é o de restringir o fazer artístico, parte integrante da triangulação, à releitura de obras. Outro é pensar que há uma hierarquia de atividade, isto é, primeiro a leitura da obra de arte, depois a contextualização e finalmente o fazer, a criação. Esta não é uma interpretação correta. (BARBOSA, 1998, p. 39)

Para Barbosa (1998) a releitura é uma atividade possível e quanto mais problematizadora mais criadora. Como procedimento constante e mecânico ela pode transformar o fazer artístico em mero exercício escolar. “*A insistência na releitura me provoca medo da cópia pela cópia.* (BARBOSA, 1998, p. 40).”

A releitura é ler outra vez, reler. Ao se fazer uma releitura pega-se algo como referência e não como cópia. Recria-se a obra, acrescentando ou retirando elementos, apropriando-se do que foi feito, mas nunca copiando.

Hoje, a arte contemporânea, por alguns chamada pós-moderna, explora o mundo das imagens produzidas anteriormente como referências, isto é, os artistas hoje usam as imagens dos outros como referência, mas tornam explícito para o observador este uso. É como usar uma primeira pessoa um pronome de terceira

peessoa, sem destruir a identidade do outro. (BARBOSA, 1998, p. 67)

Segundo Barbosa (1998) o movimento pop recuperou a dignidade para o uso da imagem pronta na arte. Diferente dos períodos anteriores, o artista pop usa a imagem industrializada, repetindo e multiplicando as imagens produzidas em um contínuo processo de reprodutibilidade.

### **1.3. Pop Arte**

O movimento da Pop Arte refere-se a arte que emerge com a sociedade de consumo e que incorpora imagens da cultura popular, veiculadas pelos meios de comunicação de massa. O termo foi utilizado pela primeira vez na Inglaterra em 1954, mas acabou sendo utilizado mais para designar um fenômeno, sobretudo norte-americano. Com o objetivo da crítica irônica ao bombardeamento da sociedade capitalista pelos objetos de consumo da época, ela operava com signos estéticos de cores inusitadas massificadas pela publicidade e pelo consumo, usando como materiais principais gesso, tinta acrílica, poliéster, látex, produtos em cores intensas, fluorescentes, brilhantes e vibrantes, reproduzindo objetos do cotidiano em tamanho consideravelmente grande. A base das criações compõe: a linguagem da publicidade e da televisão, os quadrinhos, as embalagens industrializadas, a fotografia, os ídolos populares, os produtos descartáveis e o *fast-food*.

Para Proença (1994) a expressão “pop art” também vem do inglês e significa “arte popular”. A fonte da criação, para os artistas ligados a esse movimento, era o dia-a-dia das grandes cidades norte-americanas. Suas propostas passavam pelo rompimento de qualquer barreira entre a arte e a vida comum. Para a Pop Arte interessavam as imagens, o ambiente, enfim, a vida que a tecnologia industrial criou nos grandes centros urbanos. Muitos dos seus temas e símbolos estão baseados em produtos industriais dirigidos às massas urbanas: lâmpadas elétricas, dentifrícios, automóveis, sinais de trânsito, eletrodomésticos, enlatados e até mesmo a imagem das grandes estrelas do cinema norte-americano, que também são consumidas em massa nos filmes, nas tevês e nas revistas.

Agora, parece haver um consenso geral de que a arte pop, em sua definição mais rigorosa, começou na Inglaterra e originou-se de uma série de debates no Instituto de Arte Contemporânea em Londres, realizados por um grupo autodenominado Independent Group, composto por artistas, críticos e arquitetos, entre os quais Eduardo Paolozzi (1924-), Alison e Peter Smithson (1928-93; 1923-), Richard Hamilton (1922-), Peter Reyner Banham (1922-88) e Lawrence Alloway (1926-90). O grupo era fascinado pela nova cultura popular urbana e, sobretudo, por suas manifestações americanas. (LUCIE-SMITH, 2006, p. 101)

Toda produção de massa destinada ao consumo tem sua própria lógica, que é a de máximo consumo. Para Morin (1997) como toda cultura, a cultura de massa elabora modelos e normas; mas, para essa cultura estruturada segundo a lei do mercado, não há prescrições impostas, mas imagens ou palavras que fazem apelo à imitação, conselhos, incitações publicitárias. A eficácia dos modelos propostos vem, precisamente, do fato de eles corresponderem às aspirações e necessidades que se desenvolvem na vida cotidiana.

Segundo Veneroso (2009) os artistas pop utilizavam imagens geradas pela cultura pop nos contextos das “belas artes”, o artista pop não re-cria, ele escolhe imagens que já foram processadas, como fotografias impressas, se apropriando da cultura em substituição à imitação da natureza em seus trabalhos.

Podemos citar como propulsores desse movimento Andy Warhol (1927-1987) e Roy Lichtenstein (1923 -1997). Com trabalhos que, paradoxalmente, exaltavam e criticavam a sociedade de consumo, eles passaram a transformar o real em irreal e os super-astros em pessoas comuns, dentre outras práticas.

Andy Warhol foi um importante artista plástico e cineasta norte-americano que nasceu na cidade de Pittsburgh (Estados Unidos) e ganhou grande destaque no cinema de vanguarda e na literatura, estudou design com 17 anos na Universidade Carnegie Mellon, após se formar morou em Nova Iorque onde trabalhou como ilustrador de revistas de destaque, atuou também elaborando material publicitário para lojas. Na década de 1960, começou a incorporar conceitos da publicidade em suas obras de arte. Warhol foi um dos artistas mais conhecidos e controversos da Pop Arte, usou sobretudo, a técnica de serigrafia numa série de retratos de ídolos da música popular e do cinema como Elvis Presley, Michael Jackson, Liz Taylor e Marilyn Monroe, utilizou a mesma técnica com os objetos produzidos em massa para o consumo, as garrafas da Coca-Cola

e as latas das sopas Campbell, também produziu filmes e discos de um grupo musical. Andy Warhol dizia: “*No futuro todos serão famosos durante quinze minutos*”

De todos os artistas pop americanos, Andy Warhol (1928-87) é o mais polêmico e o mais famoso. Suas atividades vão muito além das fronteiras convencionais da pintura: fez vários filmes, dirigiu um espetáculo em casa noturna, o *Velvet Underground*, e desfrutou de uma fama semelhante à de atores famosos ou astros do cinema. Em 1965, quando se realizou a primeira retrospectiva da obra de Warhol, na Filadélfia, a multidão presente à mostra particular era tão grande que algumas das peças tiveram que ser removidas, temendo-se estragos. Obviamente, o que os visitantes desejavam ver era o próprio artista, e não seus produtos. (LUCIE-SMITH, 2006, p. 121)

Roy Lichtenstein (1923-1997) nasceu em Nova Iorque em uma família de classe média. Seu interesse pela arte começou na adolescência e desde cedo tinha o propósito de se tornar artista. Por volta de 1940 ingressou na Escola de Belas-Artes da Universidade do Estado de Ohio e suas primeiras pinturas pop remontam à década de 60. Em seus quadros a óleo e tinta acrílica ampliou características das histórias em quadrinho e dos anúncios comerciais, produzindo a mão, com fidelidade, os procedimentos da indústria gráfica, empregando a técnica pontilhista, simulando os pontos reticulados, as cores brilhantes, planas e limitadas, delineadas por um traço negro; constituindo um conjunto de grande impacto visual. O interesse de Lichtenstein pelas histórias em quadrinhos começou provavelmente com uma pintura do camundongo Mickey que desenhou em 1960 para seus filhos.

As primeiras obras de Lichtenstein inspiraram-se em histórias em quadrinhos como *Whaam!* e *Hopeless*, e até mesmo os pontos que fazem parte do processo barato de impressão em cores são meticulosamente reproduzidos. Certa vez, o artista declarou: Acho que meu trabalho é diferente daquele feito em histórias em quadrinhos, mas eu não o denominaria transformação... O que faço é formar, ao passo que a história em quadrinhos não é formada no sentido em que uso a palavra; as histórias em quadrinhos têm figuras, mas não se faz nenhum esforço para unificá-las intensamente. O objetivo é outro; elas pretendem representar e eu pretendo unificar. Além disso, minha obra difere das histórias em quadrinhos porque cada marca está realmente em outro lugar, por menor que a diferença possa parecer para alguns.” (LUCIE-SMITH, 2006, p. 117)

A história em quadrinhos, um dos meios mais comuns, difundidos e consumidos na indústria de comunicação de massa, foi o objeto de análise e inspiração da obra feita por Roy Lichtenstein. Ele dizia: *“Toda a minha arte é de certo modo sobre outra arte, mesmo que a outra arte sejam o cartoons.”*

## **2. Moda, Camiseta e Estamparia**

### **2.1. Moda**

A moda é uma espécie de espelho que reflete a cultura de um povo. Cada cultura possui a sua identidade, seus valores, variando de cultura para cultura a simbologia das roupas, e por isso é importante compreender a moda de modo a alargar seu entendimento e não limitar-se a associações superficiais que ligam a moda apenas ao consumo banal ou funcional ou a um universo social desprovido de valor e fútil. A moda também é uma forma de expressão e de comunicação. Ela está presente durante todo o nosso dia. Informações sobre o que as pessoas pensam e são, através da roupa são passadas. A roupa expressa a personalidade e o perfil de uma pessoa, podendo revelar, influenciar, impressionar, seduzir, chocar e comunicar, sendo um diferenciador social, independente da época ou lugar,

Para Stefani (2006) todas as fases vivenciadas pela humanidade, todos os acontecimentos históricos, influenciaram a indumentária e refletiram na maneira de vestir das pessoas. Por meio da análise histórica, é possível termos uma visão da importância que o vestuário assumiu ao longo dos séculos e dos papéis representados pela moda na cultura e nos valores predominantes em cada momento.

Moda é uma forma especializada de ornamentação do corpo. Exploradores e viajantes foram os primeiros a documentar e a comentar os ornamentos corporais e os estilos de se vestir que encontravam ao redor do mundo. Alguns voltaram de suas viagens com desenhos e exemplos de vestimentas, ascendendo o desejo não só pelos artefatos em si, mas também por uma compreensão deles. (JONES, 2005, p. 24)

A roupa é uma forma de comunicação não verbal, podendo ser definida como uma linguagem onde muitas peças e estilos adquirem significados simbólicos. Em todas as sociedades usaram-se roupas e ornamentos para transmitir informações sociais e pessoais.

Um exame da história da moda e dos usos e costumes dos diferentes países revelam que todas as sociedades, das mais primitivas às mais sofisticadas, usam roupas e ornamentos para

transmitir informações sociais e pessoais. Assim como tentamos ler as expressões faciais das pessoas ao nosso redor, também lemos os sinais emitidos por suas roupas e inferimos, às vezes erroneamente, o tipo de gente que são. Essa comunicação não-verbal – a linguagem da moda – pode ser aprendida como qualquer outra linguagem. (JONES, 2005, p.34)

Para Lipovetsky (1989) a moda reflete os conceitos, a cultura e os anseios da sociedade. A indústria da moda ao trabalhar os desejos de seus consumidores, desperta a necessidade do consumo, evidenciando conceitos como vaidade, status, sensações de pertencimento e posicionamento de identidades que são demonstrados através das roupas.

A era da moda consumada significa tudo menos uniformização das convicções e dos comportamentos. Por um lado, ela certamente homogeneizou os gostos e os modos de vida pulverizando os últimos resíduos dos costumes locais, difundiu os padrões universais de bem-estar, do lazer, do sexo, do relacional, mas, por um outro lado, desencadeou um processo sem igual de fragmentações dos estilos de vida. (LIPOVETSKY, 1989, p.275)

Para Sant'Anna (2007) a moda está situada num campo indefinido de materialidade. De acordo com sua abordagem, o vestir é um campo privilegiado da experiência estética, permitindo na apropriação dos objetos de vestimenta o usufruto de uma infinidade de signos que operam subjetivamente a partir de cada sujeito. Como agenciador desse processo, a moda impulsiona, qualifica, seleciona e resignifica a ação do parecer.

Para Lipovetsky (1989), o domínio da aparência ocupou um lugar preponderantemente na história da moda, evidenciando o mundo das futilidades e da superficialidade. A moda conseguiu fazer do superficial um instrumento de salvação, uma finalidade da existência, estetizou e individualizou a vaidade humana. *“A moda testemunha o poder dos homens para mudar e inventar sua maneira de aparecer; é uma das faces do artificialismo moderno, do empreendimento dos homens para se tornarem senhores de sua condição de existência”* (LIPOVETSKY, 1989, p.34).

A moda e o vestuário estão intrinsecamente ligados, o vestuário proporciona o exercício da moda. A moda atua no campo do imaginário, dos significantes, sendo parte integrante da cultura. As roupas por serem signos

carregam em si uma série de significados, imprimindo ao seu portador uma escolha diária de posicionamento.

Desta forma, as roupas, por serem signos que carregam em si uma série de significados atrelados à beleza, à juventude, à feminilidade ou masculinidade, à riqueza e distinção social ou à marginalidade, à alegria ou tristeza etc., imprimem ao seu portador uma escolha diária de posicionamento no conjunto maior das teias de significados compostos como cultura. A apropriação desse signo permite desde a exaltação dele próprio a sua contestação irônica. (SANT'ANNA, 2007, p.75)

Sant'Anna (2007) afirma que os signos do vestuário são constituídos por formas, cores e texturas, oferecendo ao usuário uma gama de indícios variados para a leitura de sua simbologia. De acordo com a autora, a constituição de signos do vestuário combina formas desdobradas em linhas, direções e volumes; cores e texturas; trabalham arranjo de pontos, contrastes e simetrias ou assimetrias, comprimentos e larguras oferecendo ao usuário uma gama de indícios variados para a leitura de sua simbologia mimética.

Inserir-se em um grupo social é dominar minimamente os códigos ali constituídos em relação à seleção e combinação de signos vestimentares; é dominar a possibilidade de compor uma mensagem digerível aos outros que compartilhem dela. (SANT'ANNA, 2007, p.76)

Emerenciano (2004) afirma que o vestuário é um produto resultante do trabalho do homem, e sendo assim, é um bem da cultura material humana. O vestuário estabelece uma comunicação eficiente, de modo a transmitir uma determinada mensagem.

Pelo caráter simbólico, o vestuário, se tornou a primeira materialização do fenômeno da moda juntamente com os “costumes” que são a essência da cultura humana, as normas de convivência em sociedade, transmitidas ao longo das gerações. Os aspectos práticos e simbólicos do vestuário são indissociáveis, resultando da elaboração cultural, da qual fazem parte a linguagem abstrata e a confecção de objetos. Como prática significante situa-se ao lado da linguagem e da arte, e como objeto faz parte do conjunto de instrumentos através do qual o homem interfere no ambiente natural, fazendo assim parte do domínio da cultura material. “*Utilizado como interface entre o corpo humano e o meio natural e*

*cultural, o vestuário tem múltiplas funções cujas origens são complexas, não podendo ser reduzido unicamente à sua funcionalidade” (NACIF, 2007, p.1).*

Para Stefani (2006) a moda como linguagem é fruto de uma convenção a qual todos se submetem com o objetivo de comunicar. Para a ocorrência da transmissão das mensagens, os símbolos, precisam ser compartilhados, ter uma significação comum entre as pessoas. A linguagem do vestuário é um conjunto constituído por roupas, calçados, bolsas e acessórios, cada adereço tem sua própria significação e quando somados, resultam no aspecto exterior do indivíduo, sendo esse o discurso da indumentária. A aparência de uma pessoa expressa informações sobre sua identidade.

A sociedade moderna, ao circular em torno de seu mito da imagem, faz com que o trajar, entendido como sistema de significação de um caráter simbólico e como forma particular de codificação de informação, adquira a condição de texto, cuja leitura requer capacidade e atenção, porém todos os sujeitos modernos estão capacitados a fazê-la. (SANT'ANNA, 2007, p.76)

Segundo Eco (1989 *apud* EMERENCIANO, 2004) tal como a linguagem verbal, a linguagem do vestuário, não serve apenas para transmitir certos significados, mediante certas formas significativas, serve também para identificar posições ideológicas, segundo os significados transmitidos e as formas significativas que foram escolhidas para transmitir.

Quando um consumidor decide comprar uma roupa, ele não está apenas comprando alguns pedaços de panos bem costurados. Ele está comprando sua própria alma, para se refletir no outro. Está comprando também toda a representação imagética de grupo que a vestimenta representa. (MONTEIRO, 2007, p.1)

## **2.2. Camiseta**

A camiseta, ou t-shirt, além de vestuário é um ícone de conforto, praticidade e estilo, uma forma de comunicação que se apropria de determinada simbologia. Por sua vez, as pessoas se apropriam das imagens impressas nas camisetas, para falarem de si mesmas, mostrando e afirmando uma personalidade.

Uma peça que acompanha a todos, em todas as épocas, faça chuva ou faça sol. Que já passou por outras décadas, outras vontades, outras necessidades, ideologias se mostrando ou se escondendo. Que, de maneira espetacular, consegue fugir das regras e preconceitos e se coloca num patamar privilegiado, conquistado pela vontade coletiva de varias gerações. Ela é roupa, é porta-voz, é política, é chique, é simples, é masculino, é feminino. É o que for preciso. Sim, nossa fiel companheira, a camiseta. (DUALIBI, 2005, p.1).

Segundo Dualibi (2005) a camiseta foi feita para ser “roupa de baixo”, a princípio ela não poderia aparecer, servia para proteger as camisas do desgaste e das inconveniências da transpiração, além de servir como uma proteção para enfrentar dias de temperaturas menores com as roupas tradicionais. No Brasil, a camiseta começou a sua trajetória na época da colonização, ficando assim conhecida como “coisa de português”, acostumados com temperaturas bem diferentes os europeus se viram obrigados a tirar todas as suas roupas pesadas, exibindo assim, apenas as roupas de baixo. Mas foi só na década de 60 que começou a popularidade da camiseta. Como forma de contestação os jovens se rebelaram e resolveram mostrar a camiseta. Com as mudanças de comportamento que aconteceram nos anos 60, a sociedade industrial avançou e introduziu a cultura uniforme e sem fronteiras, criando produtos específicos para os jovens. As camisetas passaram a ser conhecidas como t-shirts, por causa da modelagem parecida com a letra “T”. A sua popularização se deve ao fato de sua aparição no cinema. Um exemplo disso é o filme “Juventude Transviada”, de 1955, estrelada por James Dean, o galã da época, a partir do qual a camiseta passou a ser associada como símbolo sutil de erotismo. Desde então, a camiseta faz parte do guarda-roupa como peça indispensável a qualquer pessoa, de qualquer classe social, sexo ou ideologia.

A camiseta, a partir dos anos 60, passa a desfilar nas passarelas da moda. Incorporada à maneira brasileira de vestir, assume novos estilos, novas cores e estampas que refletem os atuais modismos urbanos e o desejo de moda do brasileiro, transitando por corpos masculinos e femininos, sendo essa uma grande arma, ser unissex, tornando um símbolo tanto de masculinidade quanto de feminilidade. Com sua simplicidade e suas mil maneiras de aparecer, a camiseta, conquistou as pessoas e o mundo da moda, sendo uma das peças mais utilizadas em todas as estações do ano.

Segundo Pereira & Ribeiro (2008), a influência dos produtos do design e da comunicação, constroem subjetividades no mundo contemporâneo. Os elementos simbólicos presentes nas estampas de uma coleção de moda determinam a relação entre roupas e sujeitos e entre os sujeitos e a coletividade através do vestuário. Ao adquirir um produto de moda, o consumidor pode ter a intenção de fazer parte e ser aceito em seu âmbito social. Outro comportamento intrínseco ao ser humano preza a necessidade da expressão da individualidade e a necessidade de se apresentar diferente dos padrões impostos. A subjetividade coletiva permeia nosso inconsciente através do poder da mídia, da indústria da propaganda, da moda e do design, construindo padrões que tentam moldar a subjetividade contemporânea e as configurações pré-estabelecidas de forma impositiva.

A moda do vestuário é um dos componentes das condições sociais de subjetivação e construção identitária estabelecendo uma rede de relações com esses sujeitos de possibilidades. A roupa e o corpo compõem subjetividades, criando e exprimindo imagens e formas que correspondem às identificações e diferenciações donde emergem as identidades. A instantaneidade dessas mudanças não permite que identidades antigas se desfaçam coexistindo com novas. A moda impõe padrões e ao mesmo tempo permite a distinção entre pessoas e grupos sociais e desse modo favorece a recriação permanente dos sujeitos sempre em devir. A diversidade de estilos não elimina a diferenciação das marcas. (MOTA, 2008, p. 1)

### **2.3. Estamparia**

Estampar consiste em imprimir sobre substratos têxteis, materiais, corantes ou produtos químicos capazes de colorir ou descolorir áreas pré-determinadas. As estampas dão aos tecidos as mais variadas e coloridas padronagens. Os materiais têxteis submetidos à estampagem podem ser tintos ou não. Podemos utilizar a estamparia como forma de comunicação, transferindo idéias e pensamentos. A camiseta de algodão lisa é apenas uma peça de vestuário, podendo, com a estampa se tornar um canal de comunicação. A estampa pode ser impressa pelo processo chamado de serigrafia, que é uma técnica gráfica, um processo de impressão. A serigrafia é apenas um dos vários processos de impressão utilizados hoje.

O stencil também é um processo de impressão. No processo de serigrafia pode-se dizer que são utilizadas várias folhas de stencil para produzir a imagem com policromia. Stencil é um desenho ou ilustração que forma uma imagem figurativa ou abstrata, que pode ser delineada por corte ou perfuração em algum material que possa servir como molde (papel, papelão, plástico, metal, etc.). O stencil obtido é usado para imprimir imagens sobre diversos tipos de superfícies, é, também uma forma difundida de grafite.

Grafite e vertentes como stencil, stickers e posters, com influência de sub-culturas nascidas na rua, vindas do skate, punk, hip hop, histórias em quadrinhos, artes gráficas, tatto, imprimem um gosto bem particular às artes visuais dos anos 2000. (PALOMINO, 2009)

A estamparia é uma eficiente opção para a exibição de mensagens, que podem ser assumidas como pessoais, através das escolhas de cada indivíduo. A partir do momento que se usa uma determinada roupa, carregando uma estampa, está-se comunicando algo, um gosto, um estilo. Com uma estampa o indivíduo pode, por exemplo, comunicar que pertence a um grupo.

Para Juliano & Pacheco (2008) não faz sentido desenhar uma estampa sem que haja determinada finalidade. Sob o ponto de vista de formação de desenhista é necessário despertar a criatividade, não diretamente em função da finalidade, mas com objetivo estimular a expressão cultural em um trabalho de pesquisa e desenvolvimento.

Para despertar a criatividade poderão ser utilizados vários métodos, sendo um deles as fontes para criação de desenhos. As principais fontes para a criação, segundo Juliano & Pacheco (2008), são: individuais, naturais, culturais e abstratas.

**Fontes individuais:** residem na pesquisa de vertente interiorista e psicológica das preferências colorísticas e formais do indivíduo, procurando evidenciá-las através de métodos projetivos, encontrando motivos para formalizar para se adaptar à construção de padrões para estamparia.

**Fontes naturais:** consistem no aproveitamento de elementos da natureza, ou de elementos urbanos e humanos, que serão sujeitos a um tratamento de formalização e combinações apropriadas.

**Fontes culturais:** podem ser encontradas no estudo de obras de arte, tanto nas cores dominantes e mesmo no desenho, servindo para o desenvolvimento de vários tecidos ou padrões, também a pesquisa etnográfica das características de uma região podem servir de base, estudando-se as cores e formas dominantes na arte popular.

**Fontes abstratas:** estão ligadas as fontes individuais, naturais e culturais, levando em conta que a geometria plana favorece uma gama enorme de possibilidades estruturais que se adaptam facilmente a desenhos geométricos simples, perfeitamente reproduzíveis por meios mecânicos limitados.

Para desenhar a estampa, segundo Juliano & Pacheco (2008), deve-se considerar na criação: o modelo/padrão, as cores e o rapport.

**Modelo ou padrão:** é a área mínima do desenho, que contém todos os elementos que o constituem, sendo repetido segundo as leis de repetição para haver uma continuidade na estampa.

**Cores:** são fundamentais, pois, a cor é o primeiro fator estético que nos atinge, na estampa, as cores se misturam através de uma sobreposição segundo a lei subtrativa da mistura de cores.

**Rapport:** é a dimensão máxima do desenho, permitindo a repetição correta da imagem, evitando eventuais desacertos de cor, uma seleção de cores deve acompanhar cada modelo, assim como estudos de combinações alternativas, estes estudos são chamados de bandeira de cores.

Para produzir as estampas existem métodos de estampagens que, segundo Juliano & Pacheco (2008), se classificam em:

**Estamparia direta:** consiste em estampar motivos coloridos sobre um fundo branco.

**Estampagem por cobertura:** consiste em estampar grandes áreas de um substrato, de onde se ver o fundo original ou não.

**Estampagem por corrosão:** consiste em estampar sobre um artigo tinto uma pasta que vai destruir o corante nos locais estampados.

**Estampagem por termo-transferência:** consiste em estampar um motivo sobre um suporte intermediário, em geral papel, transferindo para o tecido sobre a ação de calor.

**Estamparia por reserva:** consiste em aplicar sobre um tecido branco uma pasta que impedirá que o tingimento posterior se desenvolva nos locais estampados.

**Estamparia devorê:** consiste em estampar produtos químicos sobre uma mistura de fibras, em que uma das fibras é conservada e a outra é destruída nas áreas do desenho estampado, o resultado dá a aparência de um bordado.

A Arte tem sido uma fonte de inspiração na conexão com o processo de criação de diversos criadores de moda. Para criar expressões estéticas com estilização de formas, inovação de materiais, elaboração de interferências, estamparia e motivos, com técnicas para realçar o design de superfície têxtil, designers e estilistas apropriam-se das referências artísticas.

Neste sentido a arte simboliza um aspecto criativo, enquanto o desenvolvimento projetual, essencial na prática do design, refere-se à aplicação competente do designer, do estilista em desenvolver formas e estruturas na realização e materialização do bem pretendido. Moda, arte e design formam a trilogia balizar no conceito de desenvolvimento de um objeto, considerando-se ainda a tecnologia sob a ótica dos procedimentos técnicos e tecnológicos, fundamental para a viabilidade e otimização do processo produtivo. (MEDEIROS, 2007, p.2.)

### **3. Plano de Aula e Análise dos Procedimentos Realizados**

#### **3.1. Plano de Aula**

O Plano de Aula foi desenvolvido e aplicado em alunos do Segundo Ano do Ensino Médio da Escola SEBRAE de Governador Valadares, MG.

**Tema:**

Pop Arte: releituras através de estampas de camisetas

**Duração:**

02 aulas de 50 min.

**Objetivo da aula:**

O ensino da Pop Arte.

**Descrição da atividade proposta:**

Aula 1:

Será apresentado para os alunos o que é o movimento da Pop Arte e suas características principais. Em seguida será abordado o conceito de releitura. Apresentação de três obras do Andy Warhol e três obras do Roy Lichtenstein. Passo a passo do processo de estamparia e da técnica do stencil, mostrando os materiais que serão necessários para produção do trabalho na próxima aula e camisetas estampadas com a técnica do stencil. Será dado um texto de apoio e uma bibliografia e indicações de site para pesquisa.

Em casa:

Após a primeira aula os alunos irão analisar, em casa, as seis obras apresentadas.

Aula 2:

Após análise das seis obras apresentadas os alunos irão estampar em camisetas as releituras das obras escolhidas.

**Material utilizado para a Aula 1:**

Data show

Folhas de acetato – retroprojektor

Tinta para Tecido

Fita Crepe

Pedaço de Papelão

Rola para tinta

Bandeja para Tinta

Estilete

**Material utilizado para a Aula 2:**

As imagens das seis obras escolhidas

Folhas de acetato – retroprojektor

Tinta para Tecido

Fita Crepe

Pedaço de Papelão

Rola para tinta

Bandeja para Tinta

Estilete

Camiseta

Obras a serem apresentadas:



Figura 1 – Obras de Andy Warhol



Figura 2 – Obras de Roy Lichtenstein

Apresentação de Power Point feito para utilização na aula:

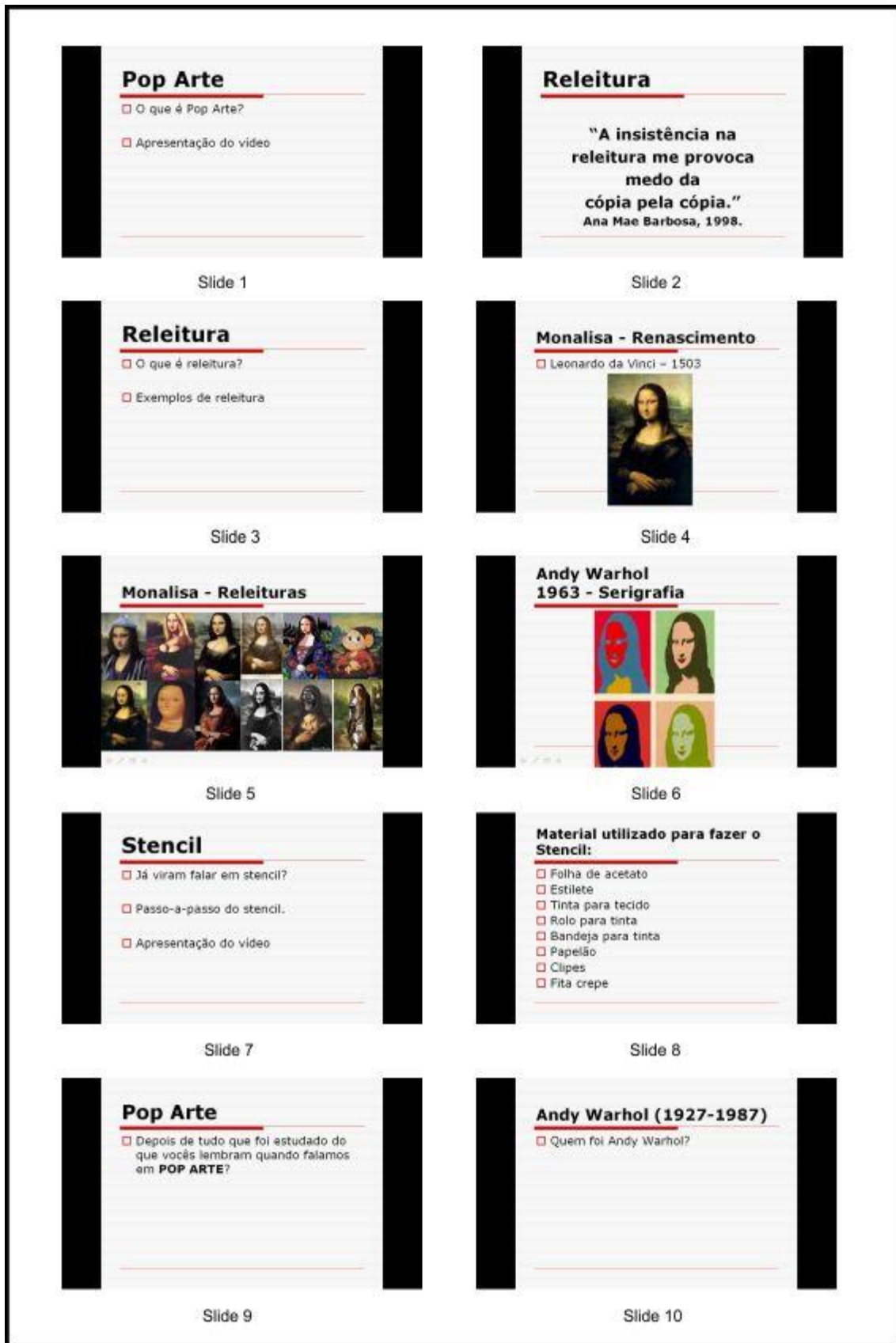



Figura 3 – Slides de 01 a 10

**Obras para serem analisadas:**

Slide 11

**Andy Warhol**

□ 210 Coca Cola Garrafas, 1962.



Slide 12

**Andy Warhol**


□ Capa do primeiro disco do Velvet, de 1967.



Slide 13

**Andy Warhol**

□ Marilyn Monroe, 1962. Serigrafia



Slide 14

**Roy Lichtenstein (1923-1997)**

□ Quem foi Roy Lichtenstein?


Slide 15

**Obras para serem analisadas:**

Slide 16

**Roy Lichtenstein**


□ Vicky, 1964. Esmalte sobre aço.



Slide 17

**Roy Lichtenstein**


□ Quando Abri Fogo, 1964. Magna sobre tela.



Slide 18

**Roy Lichtenstein**

□ Rapariga com Bola, 1961. Óleo sobre tela.



Slide 19

**Atividade:**

- Faça uma análise das 06 obras apresentadas
- Vamos fazer um stencil
- Utilizando o stencil vamos fazer uma releitura de uma das 06 obras analisadas
- Utilize a camiseta como suporte para o seu trabalho

Slide 20

Figura 4 – Slides de 11 a 20

## Fotos das Aulas: SEBRAE – 2º ano



Figura 5 – Fotos Aula SEBRAE 12/09/2011



Figura 6 – Fotos Aula SEBRAE 19/09/2011

### 3.2. Análise dos Procedimentos Realizados

Na primeira aula (Figura 5), no dia 12/09/2011, foi apresentado o movimento da Pop Arte (Figura 3) com suas características e os alunos

conseguiram identificar como nos dias atuais esse movimento artístico é, ainda, bastante presente e utilizado como referências em embalagens de produtos, em capas de CD's, etc. Com os exemplos de releitura, eles puderam perceber que quando se faz uma releitura, o intuito não é o de se produzir uma cópia e sim um novo trabalho a partir do original. Com as seis obras escolhidas para a análise (Figura 1 e 2), os alunos se comprometerão a pesquisar imagens em casa para que na próxima aula o trabalho prático com o stencil fosse desenvolvido.

Na segunda aula (Figura 6), no dia 19/09/2011, os alunos trouxeram as imagens pesquisadas em casa para a produção do molde vazado. No processo da escolha das imagens a serem estampadas nas camisetas, os alunos, procuram identificar e escolher imagens atuais que representavam e faziam sentido para eles, mas que guardavam algo em comum - cor, traço, atitude – com as imagens “pops” analisadas. A partir das imagens escolhidas e das seis obras apresentadas, foram criadas estampas aplicadas em camisetas, por meio do processo de stencil (molde vazado), utilizando cores fortes e desenhos chapados.

Os alunos do segundo ano, da Escola SEBRAE, participaram das aulas com interesse, se identificando com o conteúdo explicado. Eles puderam escolher e utilizar as imagens que tinham um significado para eles tendo como referência o movimento artístico pop arte, criando releituras das obras analisadas.

## **Considerações Finais**

Esta monografia contribui com o estudo do processo de ensino/aprendizagem, dos alunos do Ensino Médio. Na execução deste projeto, além das reflexões teóricas sobre o Ensino da Arte, Releitura, Pop Arte, Moda, Camiseta e Estamparia, foi elaborado um Plano de Aula para ser aplicado para os alunos do segundo ano, do ensino médio, para ser ministrada em duas aulas de 50 minutos, sendo escolhida, como estudo de caso, a Escola do SEBRAE, em Governador Valadares, MG.

Usando a moda como interface para estudar a Pop Arte, percebeu-se um interesse dos alunos para participarem da aula proposta. Nesta faixa etária há uma preocupação dos alunos com a aparência e com a moda. Estudando a Pop Arte eles se identificaram, pelas cores e formas, com o trabalho de Andy Warhol, e pela linguagem em quadrinhos utilizada por Roy Lichtenstein. Utilizando a camiseta como uma forma de comunicar, os alunos mostraram, através das estampas feitas com o stencil (molde vazado), os seus gostos e desejos. Na produção das camisetas, colocou-se em prática a criatividade, atribuindo identidade a cada peça e utilizando as obras estudadas para criar releituras. Pode-se perceber a necessidade que essa faixa etária tem em pertencer a um grupo social. Mesmo o trabalho sendo desenvolvido de forma individual os grupos se formaram, mostrando claramente a necessidade de pertencimento, própria da faixa etária.

Através da produção da camiseta, trabalhou-se a ideia da moda como meio de agregação. Além de uma peça de roupa, a camiseta é um ícone de conforto, praticidade e estilo, uma forma de comunicação, usada desde meados do século XX, por todas as gerações, que ao se apropriarem das imagens impressas, estampadas nas camisetas, falam de si mesmas, do seu tempo, do seu jeito de ser e de viver.

Com esta pesquisa pode-se perceber que ao ensinar um conteúdo utilizando novas técnicas os alunos participaram da aula. Um processo de ensino/aprendizagem realizado de maneira prazerosa, o que torna gratificante para todos envolvidos no processo.

## Referências Bibliográficas

- BARBOSA, Ana Mae. *Tópicos utópicos*. Belo Horizonte: C/ARTE, 1998.
- BRASIL. Secretaria de Educação. *Parâmetro Curriculares Nacionais: Arte*. Brasília: MEC, 1998.
- CALDAS, Dário. *Observatório de sinais: teoria e prática de pesquisa de tendências*. Rio de Janeiro: Editora SENAC Rio, 2004
- DUALIBI, Thiago. *O Fenômeno da Camiseta*. 2005. Revista Digital IBModa. Antena Web. Disponível em: <<http://www.antennaweb.com.br/edicao2/artigos/pdf/artigo3.pdf>>. Acesso em: 20 fev. 2009.
- EMERENCIANO, Juliana. *A comunicação através de roupas: uma compreensão de design de moda além da superficialidade*. Revista Design em Foco, v.II, n.1 jan./jun.2005. Salvador, 2004. Semestral. p. 09-25.
- HENDRICKSON, Janis. *Lichtenstein*. Trad. Zita Morais. Taschen, 2007.
- JANSON, H. W. *Iniciação a História da Arte*. Trad. Jefferson Luiz Camargo. 3ª Ed. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes. 2009.
- JONES, Sue Jenkyn. *Fashion design – manual do estilista*. Trad. Iara Biderman. São Paulo: Cosac Naify, 2005.
- JULIANO, Luciane Nóbrega; PACHECO, Sabrina Moro. *Apostila de Estamparia e Beneficiamento Têxtil*. 2008. Centro Federal de Educação Tecnológica de Santa Catarina. Unidade de Ensino de Araranguá. Disponível em: <[http://wiki.cefetsc.edu.br/mediawiki/images/3/30/Apostila\\_Estamparia\\_edicao\\_1\\_revisada.pdf](http://wiki.cefetsc.edu.br/mediawiki/images/3/30/Apostila_Estamparia_edicao_1_revisada.pdf)>. Acesso em: 18 fev. 2009.
- LIPOVESTSKY, Gilles. *Império de Efêmero: a moda e seus destinos nas sociedades modernas*. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.
- LUCIE-SMITH, Edward. *Os movimentos artísticos a partir de 1945: 288 ilustrações, 90 em cores*. São Paulo: Martins Fontes, 2006. 307p.
- MCCARTHY, David. *Arte Pop*. Trad. Otavílio Nunes. São Paulo. Cosac Naify, 2002. Disponível em: <[http://books.google.com.br/books?id=pMFZcUD5oTMC&printsec=frontcover&dq=POP+ARTE&hl=pt-BR&ei=hvJ3ToWqFczzqQfqt-HoDQ&sa=X&oi=book\\_result&ct=result&resnum=1&ved=0CDDMQ6AEwAA#v=onepage&q&f=false](http://books.google.com.br/books?id=pMFZcUD5oTMC&printsec=frontcover&dq=POP+ARTE&hl=pt-BR&ei=hvJ3ToWqFczzqQfqt-HoDQ&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=1&ved=0CDDMQ6AEwAA#v=onepage&q&f=false)>. Acesso em: 12 set. 2011.
- MEDEIROS, Maria de Jesus Farias. *Design de superfície têxtil: interferências da arte versus moda na criação do estilista Lino Villaventura*. 2007. Disponível em: <<http://www.anpedesign.org.br/artigos/pdf/Design%20de%20superf%EDcie%20t%>>

[EAxtil\\_%20interfer%EAncias%20da%20arte%20versus%85.pdf](#) >. Acesso em: 25 fev. 2009.

MONTEIRO, Gilson. *Metalinguagem das roupas*. 1997. BOCC. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação. Disponível em: <<http://bocc.ubi.pt/pag/texto.php3?html2=monteiro-gilson-roupas.html>>. Acesso em: 05 de março. 2009.

MOTA, Maria Dolores de Brito. *Moda e Subjetividade: corpo, roupa e aparência em tempos ligeiros*. 2008. Disponível em: <[http://www.ceart.udesc.br/modapalavra/files/moda\\_e\\_subjetividade-maria\\_dolores.pdf](http://www.ceart.udesc.br/modapalavra/files/moda_e_subjetividade-maria_dolores.pdf)>. Acesso em: 18 de fev. 2009.

MORIN, Edgar. *Cultura de Massas no Século XX: Neurose*. trad. Maria Ribeiro Sardinha. 9 ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.

NACIF, Maria Cristina Volpi. *O vestuário como princípio de leitura do mundo*. 2007. ANPUH - Associação Nacional de História. XXIV Simpósio Nacional de História, 2007. Disponível em: <<http://snh2007.anpuh.org/resources/content/anais/Maria%20Cristina%20V%20Nacif.pdf>>. Acesso em: 16 de março, 2009.

PALOMINO, Érika. *Nova street art*. Disponível em: <[http://www.erikapalomino.com.br/moda/tendencias/index.php?md\\_tend\\_id=916](http://www.erikapalomino.com.br/moda/tendencias/index.php?md_tend_id=916)> Acesso em: 17 de março de 2009

PROENÇA, Graça. *História da Arte*. São Paulo. Editora Ática. 1994.

PROENÇA, Graça. *Descobrimo a História da Arte*. Editora Ática. 2005

SANTANA, Ana Lucia. *Andy Warhol*. Disponível em:<<http://www.infoescola.com/biografias/andy-warhol/> > Acesso em 07/06/2010.

SANT'ANNA, Maria Rúbia. *Teoria de moda: sociedade, imagem e consumo*. Barueri, SP: Estação das Letras Editora, 2007.

STEFANI, Patrícia da Silva. *Moda e Comunicação: a indumentária como forma de expressão*. Projeto Experimental do Curso de Comunicação Social. Juiz de Fora: UFJF, FACOM, 2. sem. 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: 04 de março de 2009.

*Stencil Brasil*. Disponível em: <<http://www.stencilbrasil.com.br/>>. Acesso em: 09 de fev. 2009.

*Stencilando*. Disponível em: < <http://www.youtube.com/watch?v=uk9b5Z8u-k4> >. Acesso em 10 set. 2011.

*Trabalho Pop Arte*. Design Digital Uniara. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=l7ONw6seHQo> >. Acesso em: 10 set. 2011.

VENEROSO, Maria do Carmo Freitas. *Crítica das Artes Visuais Moderna e Contemporânea*. Arte Moderna e Contemporânea: conceitos, referências e análise. Curso de Especialização em Ensino de Artes Visuais. Belo Horizonte. Escola de Belas Artes da Universidade Federal de Minas Gerais, 2009.

GOUTHIER, Juliana. *História do Ensino da Arte no Brasil*. A trajetória do ensino da arte no Brasil, desde a chegada dos jesuítas às práticas contemporâneas. Curso de Especialização em Ensino de Artes Visuais. Belo Horizonte. Escola de Belas Artes da Universidade Federal de Minas Gerais, 2009.

PIMENTEL, Lucia Gouvêa. *Metodologias do Ensino de Artes Visuais*. Método e metodologia. O ensino de artes visuais e o uso de métodos. A construção de metodologia. Curso de Especialização em Ensino de Artes Visuais. Belo Horizonte. Escola de Belas Artes da Universidade Federal de Minas Gerais, 2009.