

**CENTRO PAULA SOUZA
ETEC PROF ALFREDO DE BARROS SANTOS
TÉCNICO EM DESIGN GRÁFICO**

**DESENVOLVIMENTO DE ESTAMPAS PARA SETOR TÊXTIL:
COLEÇÃO “TODOS OS SANTOS”**

***PATTERN DEVELOPMENT FOR THE TEXTIL SECTOR:
COLLEVTION “TODOS OS SANTOS”***

Gabiella Caroline Monteiro de Vasconcelos¹

Kananda Beatriz Viotti de Castro²

Rogério Márcio Rodrigues Campos³

Resumo: O projeto "Todos os Santos" propõe o desenvolvimento de uma coleção especial formada por quatro camisetas católicas, cada uma trazendo a ilustração de um santo jovem de grande importância para a história da Igreja. A proposta busca integrar espiritualidade e o design atual, oferecendo peças exclusivas que se conectem de maneira autêntica com o público jovem.

O projeto visa posicionar a coleção de forma destacada no mercado de vestuário católico, agregando valor estético e simbólico aos produtos, além de fortalecer o reconhecimento e criar laços afetivos com o consumidor. A união entre um visual moderno e um conteúdo inspirador contribui para transmitir a mensagem evangelizadora de maneira criativa e envolvente.

Palavras-chave: Santos jovens, Espiritualidade, Design moderno, Moda católica, Evangelização, Identidade visual, Conexão com o público jovem, Coleção exclusiva, Ilustração, Arte sacra contemporânea, Valor simbólico.

Abstract: The "All Saints" project proposes the development of a special collection consisting of four Catholic T-shirts, each featuring an illustration of a young saint of great importance to the history of the Church. The proposal seeks to integrate spirituality and contemporary design, offering exclusive pieces that authentically connect with young people.

The project aims to position the collection prominently in the Catholic clothing market, adding aesthetic and symbolic value to the products, as well as strengthening recognition and creating emotional bonds with the consumer. The combination of a modern look and inspiring content helps to convey the evangelizing message in a creative and engaging way.

Keywords: Young Saints, Spirituality, Modern Design, Catholic Fashion, Evangelization, Visual Identity, Connection with Young Audiences, Exclusive Collection, Illustration, Contemporary Sacred Art, Symbolic Value.

1. INTRODUÇÃO

O projeto consiste no desenvolvimento da coleção especial "Todos os Santos", formada por quatro camisetas católicas, cada uma ilustrando um santo jovem de destaque na

¹ Aluna do curso de Design Gráfico da escola Etec Professor Alfredo de Barros Santos

² Aluna do curso de Design Gráfico da escola Etec Professor Alfredo de Barros Santos

³ Professor Orientador da escola Etec Professor Alfredo de Barros Santos

história da Igreja. A proposta abrange a criação das artes das estampas, garantindo identidade visual própria para cada peça. As estampas serão criadas com uma abordagem visual contemporânea, expressando a essência e os elementos simbólicos de cada santo.

Desta forma, a presença de uma nova coleção de camisetas marcantes e joviais, são indispensáveis para a identificação dos jovens com seu vestuário. Sendo assim, a criação da coleção “Todos os Santos” se revela de suma importância para a criação de uma identidade inovadora e jovial em seu mercado de atuação. Para que desta forma, seus objetivos possam ser atingidos e para que seu público alvo seja alcançado. Todavia, o desenvolvimento de uma coleção uniforme e com personalidade permite que o credo do público-alvo seja professado e assim, possam ter suas vidas impactadas através dos produtos.

O projeto apresentado tem como objetivo a evangelização dos jovens através da criação da coleção “Todos os Santos”, além da atração e a identificação dos mesmos com o vestuário utilizado.

Deste modo, a coleção “Todos os Santos” visa os estudos sobre o mercado de moda católica e como torna-la reconhecida e posicionada, assim sendo doatrativa e fidelizada com público, analisando o seu grupo-alvo e a mensagem que a mesma pretende passar. As pesquisas utilizadas serão de grande importância para o desenvolvimento do projeto, para que seja possível criar um vínculo com o consumidor e o reconhecimento da coleção através de sua identidade.

A metodologia escolhida para o desenvolvimento da mesma apresentada neste respectivo artigo foi o Design Thinking. Sendo este, de grande importância para a conexão entre a coleção e cliente, por meio de soluções criativas e práticas, que revelam resultados que expressam a personalidade e o seu posicionamento.

2. MODA, IDENTIDADE E ESPIRITUALIDADE

A moda, entendida como uma prática cultural, ultrapassa o simples ato de se vestir e se torna um meio de expressão da identidade individual e coletiva. No caso dos fiéis católicos, a forma como se vestem pode refletir valores espirituais, crenças pessoais e vínculos com a tradição da Igreja. O vestuário, nesse sentido, não é apenas aparência externa, mas também um reflexo da vivência interna da fé e da pertença a uma comunidade religiosa.

Como afirma Hall (2006), a identidade é um processo em constante construção, moldado pelas interações sociais e pelos contextos culturais. No universo católico, essa identidade se manifesta de forma visível: símbolos como a cruz, imagens de santos e frases bíblicas estampadas em roupas, por exemplo, não são meros elementos decorativos, mas

expressam devoção, espiritualidade e testemunho público. Além disso, as vestes litúrgicas, utilizadas em missas e celebrações carregam profundos significados espirituais e teológicos, sendo parte integrante da tradição da Igreja (Jungmann, 1951).

Dentro da espiritualidade católica, valores como modéstia, simplicidade e coerência entre interior e exterior são frequentemente enfatizados. O Catecismo da Igreja Católica, ao tratar da pureza, destaca a importância do pudor como parte da vivência cristã (CIC, §2521), o que influencia diretamente nas escolhas relacionadas ao vestuário. Em tempos recentes, movimentos como o *modesty movement* vêm resgatando a importância da modéstia no vestir como uma forma de resistir aos padrões de sexualização da moda e reafirmar uma identidade cristã autêntica (Santos, 2021).

Portanto, ao observarmos a relação entre moda e espiritualidade católica, percebemos que o modo de vestir pode se tornar uma forma concreta de viver e comunicar a fé. O vestuário, nesse contexto, ultrapassa a função estética e passa a representar um espaço onde cultura, tradição religiosa e identidade pessoal se encontram e se expressam.

3. SANTOS JOVENS NA HISTÓRIA DA IGREJA CATÓLICA

Ao decorrer da história da santa igreja católica apostólica romana muitos jovens se destacaram por viverem uma vida totalmente entregue a Deus. Mesmo estando inseridos em contextos históricos distintos estes jovens demonstraram que a santidade é possível em qualquer estado de vida sendo assim um sinal de esperança para vida de outros jovens que buscam atingir a Santidade.

Quando fala-se de uma das Santas mais querida na história do Catolicismo o nome de Santa Teresinha do Menino Jesus e da Sagrada Face (1873–1897) ganha ênfase. Sendo uma doutora da Igreja, a mesma desde sua infância já aspirava santidade através de um amor intenso a Deus. Santa Teresinha entrou no Carmelo com apenas 15 anos e é mundialmente conhecida por sua “Pequena Via”, aonde a “pequena santinha” comprova que é possível amar a Deus nos pequenos atos do cotidiano.

Outro grande exemplo é São Tarcísio, um jovem mártire romano do século III. Conhecido como padroeiro dos coroinhas e ministros da Eucaristia, já que o mesmo foi espancado até a morte protegendo a Santíssima Eucaristia, impedindo que o Corpo de Cristo fosse profanado. Desta forma, sendo um grande sinal de amor e um respeito profundo pela comunhão Eucarística.

Outra história inspirado é a vida de Santa Joana d’Arc (1412–1431), uma jovem francesa que vivia um forte chamado a de fender seu país em tempos de guerra. Onde com

apenas 17 anos liderou exércitos franceses durante a Guerra dos Cem Anos, sempre sendo guiada por sua profunda confiança e entrega a Deus. Mesmo sendo perseguida e morta, Santa Joana permaneceu fiel à vontade de Deus e sendo obediente a Tua Palavra,, sendo um grande exemplo de coragem e resiliência.

Por fim, o Venerável Guido Schäfer (1974–2015), brasileiro, médico e seminarista. Guido foi apelidado como “o surfista de Deus”, desta forma, se tornando um grande testemunho de fé nos tempos atuais. Sua causa de beatificação foi aberta em 2019, e sua vida mostra que a santidade é algo muito mais próximo do que imagina-se.

Todos esses grandes nomes mesmo inseridos em tempos diferentes compartilham um mesmo ideal: gastar a juventude pela o Reino dos Céus. Suas histórias devem ser cada vez mais conhecidas, assim se tornando estampas da coleção “Todos os Santos”, onde o design e a espiritualidade se unem como forma de evangelização

4. MERCADO DE VESTUÁRIO RELIGIOSO E TENDÊNCIAS ATUAIS

O vestuário religioso católico, antes restrito a contextos litúrgicos e a expressões de fé mais tradicionais, tem ganhado espaço como um segmento relevante dentro do mercado de moda. Nas últimas décadas, observa-se o surgimento de marcas e ateliês dedicados à criação de peças que unem espiritualidade e estilo, voltadas não apenas ao uso devocional, mas também ao cotidiano dos fiéis. Esse fenômeno reflete uma tendência mais ampla de valorização da identidade religiosa como forma de expressão pessoal e cultural (SILVA, 2023).

No contexto brasileiro, o crescimento do consumo de produtos ligados à fé católica acompanha o fortalecimento das mídias digitais e do comércio eletrônico. Segundo relatório da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB, 2024), a procura por artigos religiosos aumentou nos últimos anos, impulsionada por eventos como o Círio de Nazaré e a Jornada Mundial da Juventude, que movimentam não apenas o turismo religioso, mas também o setor têxtil e de confecção.

Entre as principais tendências, destacam-se a atualização estética de símbolos católicos, o uso de materiais sustentáveis em vestimentas litúrgicas e o crescimento de coleções inspiradas na fé, voltadas para um público jovem que busca conciliar crença e identidade visual. Dessa forma, o mercado de vestuário católico consolida-se como um campo que une devoção, design e contemporaneidade, revelando novas possibilidades para o diálogo entre religião e moda.

5. PROCESSO DA CRIAÇÃO DA ESTAMPA

O desenvolvimento das ilustrações é considerado o centro do projeto, pois é por meio das mesmas que o projeto ganha forma. Sendo assim, a escolha dos Santos que seriam representados nas camisetas da coleção é considerado o primeiro passo deste processo, juntamente com a seleção das fotos dos mesmos.

A criação de valores tonais e texturas em ilustrações monocromáticas, como as observadas, é frequentemente alcançada por meio das técnicas de *hatching* e *cross-hatching*. Tais métodos baseiam-se na manipulação da densidade e da orientação linear para simular a percepção de sombras presentes na imagem.

5.1. Software utilizado

O software CorelDRAW, foi a ferramenta que possibilitou a criação das ilustrações das imagens selecionadas, assim, sendo o único software utilizado para o desenvolvimento deste projeto. A escolha do programa está conectada com a necessidade da criação de ilustrações vetorizadas, sendo uma técnica utilizada para estampas serigráficas.

5.2. *Hatching* (Traçado Paralelo)

Consiste na aplicação de linhas retas e paralelas. A proximidade entre essas linhas determina o valor tonal: maior agrupamento resulta em áreas mais escuras, enquanto o espaçamento maior gera transições para tons mais claros.

5.3. *Cross-Hatching* (Traçado Cruzado)

Esta técnica aprofunda a modulação tonal ao sobrepor um segundo conjunto de linhas, geralmente em ângulo distinto, formando uma malha. O cruzamento potencializa a escuridão, sendo essencial para delinear sombras profundas e acentuar o contraste, além de transmitir a estética desejada desta coleção: a jovialidade.

Ademais, a direção do traçado é um fator crucial, pois a obediência ao contorno do objeto ilustrado facilita a representação volumétrica e a percepção tridimensional. Sendo assim, as quatro estampas desenvolvidas na coleção seguem o mesmo padrão de técnicas, composições, equilíbrio e ícones que representem o Santo escolhido.

6. TÉCNICAS DE ESTAMPARIA: CONCEITOS E APLICAÇÕES NO MERCADO DE MODA

6.1. Definição

A estamparia é uma das principais formas de expressão visual na moda e no design têxtil, sendo responsável por traduzir conceitos, tendências e identidades em superfícies de tecido. Por meio dela, é possível agregar valor estético e simbólico às peças, transformando o vestuário em um meio de comunicação visual. Conforme aponta Silva (2022), a estamparia é “uma linguagem gráfica aplicada ao tecido, capaz de unir arte, técnica e propósito comercial”.

No mercado atual, as técnicas de estamparia evoluíram tanto em recursos manuais quanto em processos industriais e digitais, permitindo maior liberdade criativa e eficiência produtiva. Dentre as diversas modalidades, a serigrafia se destaca por sua versatilidade, durabilidade e relevância histórica dentro da moda.

6.2. Conceitos e Tipos de Estamparia

A estamparia consiste na aplicação de pigmentos, corantes ou tintas sobre um substrato têxtil, de forma que o desenho ou padrão desejado se fixe na superfície. As principais técnicas utilizadas na indústria e no ateliê são: serigrafia, sublimação, impressão digital, estamparia por transferência, batik e carimbo manual (COSTA, 2021).

Cada método apresenta características próprias quanto a custo, acabamento e escala produtiva. A sublimação, por exemplo, é amplamente utilizada em tecidos sintéticos devido à vivacidade das cores e à agilidade de produção. Já a estamparia digital vem ganhando espaço pela precisão dos detalhes e pela possibilidade de personalização em pequenas tiragens.

6.3. Serigrafia: Princípios e Processo de Produção

A serigrafia, também conhecida como silk screen, é uma das técnicas mais tradicionais e difundidas da estamparia. Seu processo consiste na utilização de uma matriz normalmente uma tela de poliéster esticada sobre um quadro na qual se grava o desenho a ser impresso. A tinta é então aplicada com o auxílio de um rodo, passando apenas pelas áreas vazadas da matriz (SOUZA, 2020).

Essa técnica permite imprimir sobre diversos tipos de materiais, como algodão, poliéster, couro e papel, o que explica sua popularidade tanto em produções artesanais quanto em larga escala. Além disso, a serigrafia oferece excelente fixação e durabilidade das cores, tornando-se ideal para peças que exigem resistência à lavagem e ao uso contínuo.

No contexto da moda, a serigrafia é amplamente empregada na confecção de camisetas, uniformes, acessórios e produtos personalizados. A variedade de tintas como tintas

à base d'água, plastisol e metálicas permite resultados estéticos diferenciados, atendendo às demandas de marcas que buscam exclusividade e identidade visual.

Imagem 1: Revelação das telas utilizadas



Fonte: Autoras

6.4. Aplicações no Mercado de Moda

O mercado de moda tem utilizado a estamparia não apenas como elemento decorativo, mas também como meio de comunicação e posicionamento de marca. Em coleções contemporâneas, observa-se o uso de estampas conceituais, temáticas e autorais que reforçam discursos identitários e socioculturais (FERREIRA, 2023).

A serigrafia, nesse cenário, destaca-se por sua capacidade de combinar tradição artesanal com potencial comercial. Muitas marcas independentes adotam o método por ser economicamente acessível, adaptável a pequenas produções e oferecer resultados estéticos de alta qualidade.

Além disso, há um movimento crescente de valorização do trabalho manual e da produção local, o que fortalece o papel da serigrafia como ferramenta criativa e sustentável. Ateliês e estúdios de design têm explorado o uso consciente de tintas ecológicas e a reutilização de matrizes, integrando a técnica a práticas sustentáveis na moda.

6.5. Considerações Finais

A estamparia, em suas múltiplas formas, continua sendo um dos pilares da inovação e da identidade no setor têxtil. A serigrafia, por sua vez, mantém-se como uma técnica atemporal, que une precisão, expressividade e valor artístico. Sua aplicação no mercado de moda demonstra que, mesmo diante das inovações digitais, os processos manuais ainda possuem relevância estética e cultural.

Compreender essas técnicas é essencial para profissionais e pesquisadores que buscam explorar novas possibilidades criativas e desenvolver produtos alinhados às demandas contemporâneas do design e da sustentabilidade.

7. DEFINIÇÃO DAS CORES E PALETA CROMÁTICA PARA CADA ESTAMPA

A escolha das cores nas estampas desenvolvidas está diretamente relacionada aos significados simbólicos e contextos históricos das figuras representadas. A cor, como elemento fundamental da composição visual, atua não apenas como componente estético, mas também como veículo de expressão emocional e narrativa. Segundo Itten (2003), “as cores comunicam antes mesmo que a forma seja compreendida”, evidenciando sua importância na construção do sentido visual.

7.1. Estampa “São Tarcísio”

Para a estampa inspirada em São Tarcísio, foi adotada uma paleta em vermelho e off-white, remetendo às vestes utilizadas pelos coroinhas, figura simbólica de serviço e pureza no ambiente litúrgico.

O vermelho representa o martírio, a coragem e o amor divino, atributos associados à entrega e à fé do santo. Já o off-white, tonalidade suave do branco, simboliza pureza, luz e espiritualidade, criando equilíbrio visual e reforçando o aspecto sagrado da composição.

A combinação entre essas cores cria uma leitura visual harmoniosa, com contraste equilibrado e forte impacto simbólico, reforçando o caráter devocional da estampa.

Imagem 2: Estampa São Tarcísio



Fonte: Autoras

7.2. Estampa “Santa Joana d’Arc”

Na estampa dedicada a Santa Joana d’Arc, a paleta definida utiliza vinho e branco, inspirada tanto na simbologia do fogo quanto no contraste entre sofrimento e transcendência. O vinho, derivado do vermelho escuro, representa a intensidade do fogo que marcou o

martírio da santa, além de remeter à força, paixão e determinação espiritual. O branco, por sua vez, expressa pureza, fé e vitória espiritual sobre o sofrimento terreno.

Essa combinação estabelece uma narrativa visual dual: o vinho traduz o sacrifício e a coragem, enquanto o branco revela a elevação e a santidade, resultando em uma composição que reflete o caráter heroico e místico da figura de Joana d’Arc.

Imagem 3: Estampa Joana D’arc



Fonte: Autoras

7.3 Estampa “Santa Teresinha do Menino Jesus e da Sagrada Face”

A definição da cor da camisa dedicada a Santa Teresinha recaiu sobre um tom de rosa mais fechado. A escolha não se limitou a critérios estéticos, mas foi orientada pelo significado simbólico que essa tonalidade encerra. As rosas, intimamente relacionadas à trajetória espiritual da santa, evocam sua delicadeza, a simplicidade de sua fé e a confiança plena no amor divino. Nesse sentido, o rosa mais intenso remete às célebres “chuvas de rosas” prometidas por Santa Teresinha àqueles que recorrem à sua intercessão, transformando a cor da vestimenta em expressão de homenagem e devoção.

Imagem 4: Estampa Santa Teresinha



Fonte: Autoras

7.4 Estampa “Bem Aventurado Guido Schaffer”

A definição do azul-marinho na estampa e do azul imperial na camisa destinada a representar Guido Schäffer não ocorreu de maneira fortuita. A seleção desses tons foi orientada pelo vínculo direto com sua trajetória e vocação. O azul, tradicionalmente associado à serenidade e ao cuidado, remete à medicina, profissão na qual Guido se dedicou ao serviço de inúmeras pessoas com zelo e amor. Paralelamente, a intensidade do azul evoca o mar, elemento que marcou sua vida como surfista e admirador das ondas. Dessa forma, as cores escolhidas articulam suas duas grandes paixões, a medicina e o surf, configurando uma homenagem visual que traduz sua história com profundidade e significado.

Imagem 5: Estampa Bem Aventurado Guido Schaffer



Fonte: Autoras

7.5 Considerações sobre a paleta cromática

A seleção das cores em ambas as estampas busca equilibrar simbolismo e estética, respeitando a iconografia católica e os princípios de harmonia visual. Cada paleta foi desenvolvida de forma a reforçar a mensagem espiritual associada ao personagem representado, contribuindo para a identidade visual do projeto.

Assim, o uso consciente da cor atua como elemento comunicador entre fé, design e emoção, tornando as estampas não apenas produtos gráficos, mas expressões visuais de devoção e significado.

8. TIPOGRAFIA

8.1. Conceito de tipografia

A tipografia é entendida como o conjunto de práticas e conhecimentos voltados para a criação e a organização dos caracteres utilizados na comunicação escrita. Mais do que a

escolha de letras, ela envolve decisões que influenciam diretamente a legibilidade, a hierarquia visual e a identidade de um material gráfico ou digital.

Quando se utiliza o termo tipográfica, faz-se referência a qualquer aspecto ligado a essas escolhas e ao modo como os elementos textuais são dispostos. Isso inclui o tipo de letra selecionado, o tamanho adotado, o espaçamento entre linhas e caracteres, além da forma de alinhamento aplicada ao texto. Cada uma dessas decisões afeta a maneira como o leitor percebe e compreende a informação.

A tipografia desempenha papel fundamental na comunicação escrita, pois organiza visualmente o conteúdo e contribui para que a mensagem seja transmitida com clareza. A escolha adequada dos tipos, dos tamanhos e dos espaçamentos favorece a legibilidade e a fluidez da leitura, permitindo que o leitor compreenda o texto sem esforço.

Além da função prática, a tipografia também possui valor expressivo. Ela é capaz de reforçar o tom e o propósito da mensagem, criando uma atmosfera visual que dialoga com o conteúdo. Em materiais gráficos e digitais, a tipografia participa ativamente na construção da identidade visual, auxiliando na diferenciação de marcas, produtos e publicações.

Outro aspecto relevante é que a tipografia orienta a hierarquia das informações. Por meio de variações no peso, no estilo e na estrutura dos caracteres, o designer ou editor destaca elementos essenciais e organiza o texto de modo que o leitor identifique facilmente o que é principal ou secundário.

8.2. Tipografia “IMPACT”

A fonte Impact é conhecida por seu desenho robusto e comprimido, criada para gerar forte presença visual em espaços reduzidos. Desenvolvida por Geoffrey Lee na década de 1960, ela possui traços espessos e pouco contraste, o que favorece sua utilização em títulos e chamadas que exigem destaque imediato.

Seu uso é comum em cartazes, anúncios e conteúdos que necessitam de impacto rápido no leitor. Embora seja muito associada à internet e a usos informais, continua sendo uma opção eficaz quando aplicada de maneira pontual. Contudo, devido à baixa legibilidade em textos extensos, recomenda-se sua utilização apenas em elementos curtos e de caráter enfático.

A fonte Impact foi utilizada ao centro com a escrita “Todos os Santos” para dar destaque imediato ao nome da coleção. Seu formato robusto e concentrado reforça a presença visual do título, tornando-o o elemento principal da composição e facilitando sua identificação pelo público.

Imagem 5: Família Tipográfica Impact



Fontes: Word

Imagem 6: Frente das Camisas da Coleção “Todos os Santos”



Fonte: Autoras

8.3. Tipografia “Humanst521 Lt BT”

A Humanist 521 LT BT é uma tipografia *sans serif* humanista, derivada das tradições caligráficas renascentistas, caracterizada por traços orgânicos, curvas suaves e uma estrutura que privilegia a legibilidade. Seu desenho é frequentemente associado à família Gill Sans, apresentando proporções equilibradas e ritmo visual fluido. Por essas características, é amplamente utilizada em contextos editoriais, institucionais e identidades que buscam transmitir clareza e proximidade, sendo considerada uma fonte de “personalidade discreta e funcional” (LUPTON, 2011).

No desenvolvimento da coleção “Todos os Santos”, buscou-se uma tipografia capaz de veicular uma mensagem textual complementar de caráter descritivo e afetivo sem competir visualmente com o nome da coleção, que constitui o elemento principal de comunicação. Conforme apontam Samara (2014) e Ambrose & Harris (2011), fontes secundárias devem reforçar a hierarquia tipográfica, contribuindo para a harmonia do conjunto sem desviar o foco do elemento de maior peso informativo.

Dessa forma, a Humanist 521 LT BT foi selecionada por apresentar leveza estrutural, alto grau de legibilidade e neutralidade estética, características que a tornam adequada para textos de apoio. Sua aplicação proporcionou equilíbrio visual, permitindo que a mensagem complementar fosse apresentada de maneira elegante e clara, ao mesmo tempo em que preservou o destaque tipográfico exclusivo do título “Todos os Santos”. Assim, a fonte

cumpra o papel de suporte semântico e visual, alinhada aos princípios de hierarquia e coerência tipográfica preconizada pelos autores contemporâneos do design.

Imagem 7: Família Tipográfica “Humanst521 Lt BT”



Fonte: Dafont

9. RESULTADOS

Os resultados obtidos demonstram que a proposta de uma estampa **jovial, inovadora e** visualmente atrativa ao público-alvo foi plenamente alcançada. A combinação entre elementos gráficos contemporâneos, soluções tipográficas coerentes e uma identidade visual bem estruturada contribuiu para a construção de um produto final harmonioso e pertinente ao conceito da coleção.

Imagem 8: Estampas Prontas



Fonte: Autoras

Imagem 9: Camisa Pronta

Fonte: Autoras

10. CONCLUSÃO

Desta forma, concluímos que a coleção “Todos os Santos” é um grande exemplo do resultado da fusão do design e o mercado religioso. Assim, sendo notável o resultado assertivo da junção de técnicas do design gráfico, como o desenvolvimento de ilustrações vetoriais e a aplicação no setor têxtil por meio da serigrafia e o desejo de transmitir a fé e engajar a evangelização por meio do mercado desejado.

Entretanto, o projeto presente é uma grande prova de que o design é uma grande ferramenta que permite o desenvolvimento de peças gráficas que sejam compatíveis ao credo do seu público-alvo, desta forma alavancando a identificação dos mesmos com os produtos desenvolvidos.

Sendo assim, a coleção atende os objetivos traçados no início do projeto, se revelando um conjunto de camisetas funcionais, inovadoras e joviais. Onde a mesma é um grande reinventamento do mercado de moda católica, já que as ilustrações desenvolvidas saem do padrão do mercado religioso, de camisetas com pedrarias e estampas antigas e abrem espaço para uma nova era da vestimenta religiosa, com a presença de um vestuário descolado e cativante.

11. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMBROSE, G.; HARRIS, P. *Fundamentos de Design Gráfico*. Porto Alegre: Bookman, 2011.

BRINGHURST, R. *Elementos do Estilo Tipográfico*. São Paulo: Cosac Naify, 2013.

- CATECISMO da Igreja Católica. *Catecismo da Igreja Católica*. São Paulo: Edições Loyola, 2000.
- CNBB – CONFERÊNCIA NACIONAL DOS BISPOS DO BRASIL. *Relatório anual do mercado religioso*. Brasília: CNBB, 2024.
- COREL CORPORATION. *CorelDRAW Graphics Suite: User Guide*. Ottawa: Corel Corporation, 2020.
- COSTA, Ana. *Técnicas de estamparia: fundamentos e aplicações*. São Paulo: Estampa Brasil Editorial, 2021.
- FERREIRA, Lucas A. *Estamparia contemporânea e comunicação visual na moda*. Rio de Janeiro: Editora Estilo, 2023.
- HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.
- ITTEN, Johannes. *A arte da cor*. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- JUNGMANN, Josef Andreas. *Missarum Sollemnia: A Missa do Rito Romano*. Nova York: Benziger Brothers, 1951.
- LUPTON, E. *Thinking with Type*. New York: Princeton Architectural Press, 2011.
- MEGGS, P. B.; PURVIS, A. W. *História do Design Gráfico*. 5. ed. São Paulo: Cosac Naify, 2016.
- SAMARA, T. *Design Elements: Typography Fundamentals*. Beverly: Rockport Publishers, 2014.
- SANTOS, Mariana P. *Modéstia e cultura contemporânea: uma revisão do modesty movement*. Belo Horizonte: Editora Horizonte Cristão, 2021.
- SILVA, João Carlos. *Estamparia: linguagem gráfica aplicada ao tecido*. São Paulo: Editora Técnica Têxtil, 2022.
- SILVA, Renata M. *Moda religiosa e identidade visual no mercado católico*. São Paulo: Editora Comunicare, 2023.
- SOUZA, Pedro Henrique. *Serigrafia: processos e técnicas do silk screen*. Porto Alegre: Art&Print Editora, 2020.