

BRASILIDADE: COLEÇÃO DE MODA INSPIRADA NA ÁRVORE PAU-BRASIL¹

Giane Carraro Mendonça²

Geannine Cristina Ferreira Martins³

Andressa Schneider Alves⁴

RESUMO

Este trabalho tem como finalidade o desenvolvimento de uma coleção de moda feminina inspirada na árvore Pau-Brasil. Visto que muitas das marcas brasileiras buscam identidades internacionais para desenvolverem produtos de moda, criando assim uma moda não brasileira, o objetivo do trabalho é valorizar a identidade brasileira por meio do Pau-Brasil, revitalizando a importância histórica da mesma no universo da moda. Esta pesquisa é exploratória, pois se baseia em levantamentos bibliográficos e imagéticos, sobre a história do Pau-Brasil e sua relação com o vestuário. Para ajudar no processo de desenvolvimento da coleção foi feita uma pesquisa da árvore, como fotos das folhas e flores da árvore. A coleção de moda feminina inspirada no Pau-Brasil tem como foco, demonstrar que as roupas com inspiração histórica e originalmente brasileira podem portar conceitos de moda.

Palavras-Chave: Identidade da Moda Brasileira. História do Pau-Brasil. Pau-Brasil na Moda. Coleção de Moda.

1 INTRODUÇÃO

O tema geral proposto para a coleção foi o Manifesto Criativo, uma macrotendência que valoriza a inovação, a criatividade e as mudanças positivas no mundo. Segundo WGSN (2018), essa tendência exige verdade e a transparência, onde o desejo de ser diferente e de causar impacto será mais intenso. A criatividade e a auto expressão serão importantes habilidades no design e nos negócios para assim promover essa mudança. Com a desglobalização muitos consumidores se concentraram nas economias locais e regionais, enquanto outros estarão ligados na

¹ Artigo científico elaborado como requisito parcial à obtenção do título de Tecnólogo em Design de Moda, pelo Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda, do Instituto Federal de Santa Catarina, Campus Gaspar. Apresentado no dia 18 de Nov de 2019.

² Discente do Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda, do Instituto Federal de Santa Catarina, Câmpus Gaspar. E-mail: gianeccm@gmail.com.

³ Orientador. Docente do Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda, do Instituto Federal de Santa Catarina, Câmpus Gaspar. E-mail: geannine.martins@ifsc.edu.br.

⁴ Co-orientador. Docente do Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda, do Instituto Federal de Santa Catarina, Câmpus Gaspar. E-mail: andressa.alves@ifsc.edu.br.

economia mundial, por meio de mídias sociais, com o intuito de encontrar novos mercados. O desejo de estar próximo de coisas emocionais e reconfortantes será o início de uma nova era, com design ainda mais voltado ao apelo emocional e original (WGSN, 2018).

Segundo entrevista feita com Cristina Marinho⁵, proprietária da N.Marinho, especializada em Marketing da Moda e viagens internacionais, a cada ano, em torno de quarenta e oito empresas brasileiras viajam para o exterior, em viagens organizadas por sua empresa, com o objetivo de buscar peças diferenciadas e pesquisar novas tendências. E a cada ano, cerca de vinte empresas compram as fotos tiradas pela N.Marinho nas lojas de Milão, Londres, Amsterdam e Paris. A partir dessa informação, percebe-se que no geral as marcas brasileiras buscam inspirações internacionais no seu processo de pesquisa de moda para desenvolvimento de coleção.

Palomino (2010) afirma que, a moda brasileira costuma ser desvalorizada por ser considerada muitas vezes como cópia das coleções internacionais, como se o brasileiro não tivesse uma cultura de valor ou uma identidade. Por outro lado, para competir e ganhar destaque no mundo da moda, o mercado de moda brasileira percebeu que havia a necessidade de um produto diferenciado, buscando, apresentarem em suas coleções uma moda com identidade nacional. Pois, prezar as riquezas culturais, aumentam as fontes de inspiração, estimulando a criatividade e possibilitando novas expressões no universo da moda (FARIAS; SERTÓRIO, 2016). Sob tal perspectiva, há uma necessidade de buscar inspirações nacionais, que funcionam muitas vezes como “herança cultural e DNA” (PALOMINO, 2010, p.92).

O primeiro produto brasileiro a ser oferecido ao mercado externo foi o Pau-Brasil, árvore nacional que era encontrada na região da Mata Atlântica Brasileira, dela era extraído um pigmento raro, da cor vermelha, utilizado para o tingimento de tecidos e pinturas. Isso resultou na exploração de tal matéria-prima logo nos anos iniciais da colonização (BRAGA, 2011). A extração do Pau-Brasil era

⁵ Cristina Marinho é proprietária da N.Marinho e especialista em Marketing, atendimento e vendas, Pós Graduada em Marketing pela FGV e especialista em marketing da moda, comportamento de compra e pesquisa de mercado, foi entrevistada no dia 05 novembro 2018.

feita pelo povo indígena, obtida a partir da prática da troca de mercadorias europeias pelo trabalho pesado. Com a exploração indiscriminada do Pau-Brasil, ocorreu vários impactos ambientais, em que, diversas espécies de animais e plantas foram extintas (CHATAIGNIER, 2010).

Sob esse panorama buscou-se a inspiração em uma planta genuinamente brasileira para o desenvolvimento de uma coleção de moda feminina e conseqüentemente a valorização da identidade brasileira.

2 REVISÃO DE LITERATURA

2.1 Identidade da Moda Brasileira

A identidade da moda brasileira é um assunto debatido na mídia, nas grandes feiras de moda e no universo acadêmico, porém o assunto mais recorrente é referente às cópias internacionais. O estilista brasileiro Tufi Duek, em entrevista para Folha de São Paulo (1994, p.1) conta que “o Brasil está amadurecendo em relação a moda, pois os estilistas brasileiros estão percebendo que são capazes de realmente criar algo novo, com nosso clima, nossa situação socioeconômica e cultural”. Semprini (2010 *apud* CARVALHAL, 2014) diz que para as marcas terem sucesso em seus produtos os mesmos devem ter significado para as pessoas. A partir disso, Castilho e Garcia (2001) afirmam que no que diz respeito ao potencial de criadores nacionais e para revitalizar a identidade brasileira é preciso deixar de lado essa conduta de cópias internacionais e procurar aspectos ligados ao DNA brasileiro. Com tudo, para Ribeiro *et al.* (2015) o termo *brasilidade* nas criações de moda, compreende como ser brasileiro, não apenas em referências culturais, mas também no que se refere a riquezas naturais, onde assim, os produtos são reconhecidos, originais e diferenciados, sendo reveladores de uma brasilidade.

Dentro da moda brasileira existem alguns estilistas que se destacam por se inspirarem na brasilidade para criar produtos e desenvolver suas coleções, segundo Prada e Braga (2011 *apud* VEISSID, 2018) a pioneira nesse contexto foi Zuzu Angel,

uma estilista e costureira que acreditou em uma moda nacional livre de cópias e levou isso em suas criações. Em meados dos anos 50, apresentou sua moda diferenciada e original, trazendo consigo inspirações da cultura nacional (SABBAG, 2008 *apud* NEUMANN; RISSI, 2008). O primeiro desfile da estilista Zuzu foi apresentado em 1966, no Rio de Janeiro, a coleção ganhou espaço na mídia, pelo fato de não estar copiando as marcas internacionais, mas sim, criando uma moda brasileira (PRADA; BRAGA, 2011 *apud* VEISSID, 2018). Simili e Morgado (2014 *apud* VEISSID, 2018) afirmam que, Zuzu Angel dizia que as características europeias não importavam em suas criações, mas sim a valorização das mulheres brasileiras. A estilista queria transmitir em suas coleções um caráter tipicamente brasileiro, uma das escolhas mais importantes foi em utilizar o tecido chita, que era fabricado em sua cidade-natal, usado também para forros de colchão, a criatividade da estilista causou impacto tanto na utilização do tecido chita quanto ao usar a renda bilro que era produzida no Ceará, “Zuzu ressignificou esses tecidos não-nobres no momento em que os inseriu no universo da moda de luxo, rompendo uma barreira no jeito de fazer moda no Brasil” (PRADA; BRAGA, 2011 *apud* VEISSID, 2018).

Alguns estilistas contemporâneos que estão fazendo uma moda que busca mostrar uma identidade brasileira são Alexandre Herchcovitch, Glória Coelho, Reinaldo Lourenço e André Lima. Todavia, Ronaldo Fraga é um dos estilistas mais conhecidos pelo costume de valorizar nossa cultura brasileira, com seus trabalhos manuais e sua criatividade gerando resultados autorais e artísticos (SANT’ANNA, 2014). Algumas coleções de Ronaldo Fraga em destaque são: em 2001 lançou a coleção “Quem matou Zuzu Angel?” que abordou os momentos mais difíceis da estilista que usou a moda como instrumento de protesto e denúncia, “Nuvens azuis e chuva de sangue, cataventos verde-amarelos de propaganda do período militar, azulejos dos anos 1970, samambaias e andorinhas de alpendres” (FRAGA, 2007, p. 32). Na coleção de 2002, inspirou-se em um domingo de visitas no presídio José Maria Alckmin, de Ribeirão de Neves em Minas Gerais, “nas estampas, gráficas de tatuagens do universo penitenciário, sarjas de algodão, tricôs, sedas acetinadas e estampas listradas. A cartela de cores tem forte apelo popular, com verdes, rosas e

azuis” (FRAGA, 2007, p. 44).

2.2 A árvore Pau-Brasil

Segundo Cronquit (1981 *apud* AGUIAR *et al.*, 2007, p.2), “*Caesalpinia echinata* Lam. é uma árvore pertencente à família *Caesalpinaceae* e, conforme a Lei 6.607 de 07/12/1978”, foi instituída a árvore nacional e seu dia é comemorado em 03 de maio. O Pau-Brasil (*Caesalpinia echinata* Lam.) é uma espécie endêmica em três escalas, globalmente, nacional e regional (ROCHA, 2010). O Pau-Brasil (Figura 1) teve grande importância na história do Brasil, econômica e também simbolicamente, pois foi por causa do “pau de cor abrasada e vermelha” que as terras descobertas foram chamadas de Brasil, substituindo o nome anterior de Terra de Santa Cruz (CHATAIGNIER, 2010).

Figura 1 - Árvore Pau-Brasil



Fonte: Petrópolis (2018).

A árvore do Pau-Brasil atinge até quinze metros, a flor da mesma surge somente uma vez por ano e possui espinhos longos e afiados, contendo de 3 a 6 sementes, em média. Ela possui quatro pétalas amarelas e uma vermelha, conforme figura 2 (D'AGOSTINI *et al.*, 2013).

Figura 2 - Flor do Pau-Brasil



Fonte: I Love Flores (2018).

Com a descoberta do Brasil, os portugueses viram a importância da árvore, para a utilização da resina e de sua madeira. O comércio do Pau-Brasil foi a principal atividade econômica desenvolvida pelos portugueses nos primeiros anos de contato com as terras onde hoje está o Brasil. Da sua madeira era produzido corantes que variam do vermelho ao castanho-claro e conforme a diluição e as misturas produziam-se diversos tons (Figura 3). As manufaturas têxteis europeias utilizavam esses corantes para tingir tecidos (PELLEGRINI *et al.*, 2015).

Figura 3 - Resina Pau-Brasil



Fonte: Gino (2018).

Conforme D'agostini *et al.*(2013, p. 2), “na Europa, para onde eram levadas a madeira e o corante eram denominados brecilis, brezil, brazily ou brasil, todos nomes derivados da palavra latina brasília que significa cor de brasa ou vermelho”. O corante vermelho extraído da madeira do Pau-Brasil era usado somente por reis, rainhas, princesas, bispos e pelo Papa. Ainda na segunda metade do século XIX o Pau-Brasil aparecia com destaque nas exportações. Nos primeiros anos de colonização, os brasileiros eram os que estavam envolvidos com a exploração do pau-brasil (CHATAIGNIER, 2010). Os índios cortavam a madeira e a transportavam para os navios, onde, trocavam o trabalho por bugiangas europeias, considerado, como a primeira atividade comercial brasileira (D'AGOSTINI *et al.*, 2013).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

3.1 Metodologia da pesquisa

A metodologia utilizada neste trabalho é baseada nos autores Prodanov e Freitas (2013). A pesquisa, classifica-se como aplicada, pois se destina a realizar geração de conhecimentos a partir do estudo da identidade brasileira na moda e visa sua aplicação no desenvolvimento de uma coleção de moda, buscando mudança

positivas na sociedade. Dessa forma, essa pesquisa tem como direcionamento colaborar para a valorização da identidade brasileira na moda por meio do Pau-Brasil.

Quanto ao objetivo da pesquisa, é classificado como exploratório, pois se baseia em levantamentos bibliográficos e imagéticos, sobre a história do Pau-Brasil e sua relação com o vestuário. Quanto aos procedimentos são bibliográficos e documentais. Para a fase 1, refere-se a pesquisa bibliográfica sobre os temas abordados na fundamentação teórica. A fase 2 refere-se ao desenvolvimento do *Book de Coleção*, que para sua execução é necessário seguir as seguintes etapas: pesquisa de tema, subtema e conceito; pesquisa de público-alvo e *lifestyle* deste público; pesquisa e elaboração de parâmetros de coleção; definição e elaboração de cartela de cores; pesquisa e elaboração de cartela de tecidos; pesquisa e elaboração de cartela de aviamentos; definição de design têxtil; geração de alternativas; fazer desenhos técnicos. Na fase foi realizada a Materialização. Nesta fase, foi o momento de confeccionar dois modelos escolhidos. Inicialmente, foi feita a modelagem e depois os protótipos. Após os protótipos serem aprovados, os modelos são confeccionados.

Quanto à natureza, é uma metodologia qualitativa, por se basear em uma pesquisa descritiva e explicativa. Elaborada a partir de pesquisa histórica sobre o Pau-Brasil e sua relevância na moda brasileira, baseando-se nisso foi feita uma coleção de moda inspirada na árvore do Pau-Brasil.

3.2 Metodologia do projeto de produto

Para o projeto desta coleção de Moda foi utilizado a metodologia de produto proposta por Lobach (2001), no qual, sintetiza o percurso de desenvolvimento do produto de moda em sintonia com as fases delimitadas a seguir:

- A. Análise do problema e coleta de informações;
- B. Pesquisa do tema, subtema e conceito da coleção;

- C. Definição do público-alvo e parâmetros da coleção;
- D. Geração de alternativas;
- E. Seleção de cores, tecidos e aviamentos;
- F. Seleção de modelos escolhidos;
- G. Desenhos técnico;
- H. Desenvolvimento de modelagem e protótipo;
- I. Modelagem e costura das peças finais;
- J. Desfile.

4 BOOK DE COLEÇÃO

4.1 Tema/Conceito da coleção

Segundo Seivewright (2015, p.46), “o tema ou conceito é a essência de uma boa coleção, pois é o que a torna única e pessoal”. Treptow (2013) define o tema de coleção, como a ideia, o argumento e a história a ser contada por meio das roupas que compõem a coleção. Sendo assim, o tema desta coleção é Brasilidade (Figura 4), uma coleção de moda casual inspirada na árvore Pau-Brasil, pois, valorizar as riquezas culturais significa aumentar as possibilidades de expressão e fontes de inspiração (FARIAS; SERTÓRIO, 2016). O Pau-Brasil teve grande importância na história do Brasil, econômica e também simbólica. A partir disso, buscou-se mostrar nesse painel apresentado na Figura 4 a importância da valorização da identidade brasileira no universo da moda por meio de uma árvore genuína, de uma maneira que inspire a procurar a melhor forma de representar a moda Brasileira.

Figura 4 - Painel Conceito de coleção



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

4.2 Lifestyle: o público-alvo da coleção

Criar uma coleção de moda tendo uma musa ou cliente específico como inspiração, mantém o estilista focado no desenvolvimento, e permite mais acertos na coleção (SEIVEWRIGHT, 2015). Com isso, o público-alvo desta coleção, conforme representado na Figura 5, são mulheres que vivem em um mundo cheio de estímulos internos, onde o ritmo de vida acelerado contrapõe com seu estilo único e despretensioso. Busca pela harmonia que se dá entre o contexto cosmopolita e a natureza. Sabendo seu lugar no mundo, e com uma invejável consciência de si, tem um estilo diferenciado com peças de roupas que possuam história e significado, além de apenas vestir. Questionam marcas que não tem um propósito cultural e

genuíno. Possuem uma ligação com o que é natural, buscando cuidar da natureza da melhor forma possível. Gostam de marcas com uma visão, principalmente aquelas que têm significado, e diretrizes nacionais. São mulheres detalhistas e que procuram um estilo único de ser.

Figura 5 - Painel *Lifestyle*



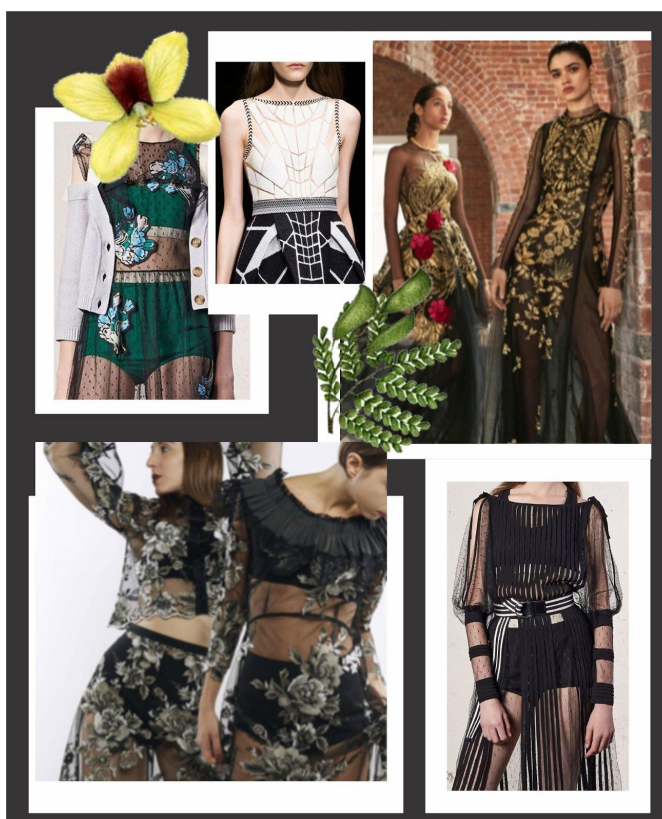
Fonte: Elaborado pela autora (2019).

4.3 Parâmetros da coleção

Treptow (2013) afirma que a pesquisa de parâmetros de moda é onde se coletou todo o tipo de informação e materiais que possam servir de suporte para o criação da coleção. O painel abaixo evidencia cores, formas, texturas e elementos de estilo que foram extremamente úteis no processo de inspiração e criação da coleção. A autora ressalta também a importância do painel para ajudar o designer a enxergar com clareza suas diversas possibilidades de criação. Segundo Seivewright

(2015), o painel é uma forma de explorar as ideias de inspirações e abrir novos caminhos para o design. A Figura 6 mostra o painel de parâmetros composto por uma série de imagens, que sem impor as tendências de moda mundiais, as inspirações vêm dos formatos originais da árvore Pau-Brasil, pensando diretamente nas escolhas das modelagens, tecidos, cores, formas, estampas, materiais e texturas. A coleção foi desenvolvida para dias de Primavera/Verão, portanto, foram utilizados como parâmetros, peças frescas com transparências, tecidos mais leves e com caimento. As texturas como retrata o painel de parâmetros, remete aos detalhes da árvore. Além disso, foram pesquisados as folhas e flores da árvore, para utilizar como referência de formas, volumes e estamparia. Foram pesquisadas peças com recortes para simbolizar e revitalizar a importância do Pau-Brasil na época da exploração da mesma.

Figura 6 - Painel de Parâmetros



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

4.4 Design Têxtil da coleção

Segundo Treptow (2013), criação de moda, significa gerar novas harmonias para cores, texturas e formas através de tecidos e aviamentos. O design têxtil desta coleção foi desenvolvido com os detalhes originais da árvore Pau-Brasil (Figura 7). A forma de trazer essas referências é para que a brasilidade seja sentida através desta estampa. A técnica utilizada para essa estampa é a sublimação, onde a estampa desejada é produzida em softwares como Corel ou Photoshop e é enviada para que o profissional a imprima no papel próprio para sublimação e, com o calor de uma prensa específica, o desenho é passado para o tecido de poliéster.

Figura 7 - Estampa Pau-Brasil



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

4.5 Coleção

Segundo Treptow (2013), uma coleção de moda deve ser coerente e contemplar os seguintes contextos, perfil do consumidor, identidade da marca, conceito da coleção, cartela de cores e aviamentos. A Figura 8 ilustra o mapa da coleção composta por 10 looks, sendo 5 conceituais e 5 comerciais, destacando-se

os dois modelos que serão confeccionados.

As cores escolhidas tem os seguintes significados para a coleção, o preto, representa o luto pela exploração da árvore, o vermelho valorizando a tinta que era produzida pela resina da mesma, o verde e o amarelo para os detalhes remetendo a cor da flor e das folhas do Pau-Brasil (Apêndice A).

Frings(2012) afirma que a escolha dos tecidos para uma coleção é um dos aspectos mais importantes, pois, se refere ao primeiro toque do cliente com a peça de roupa. Para essa coleção de primavera foram escolhidos tecidos leves e com caimento, o tule é um tecido 100% poliéster que tem texturas e é possível fazer o processo de sublimação em sua base. O neoprene é um tecido composto por 95%poliéster e 5% elastano, adequado às peças da coleção com estruturas e mais justas ao corpo (Apêndice B).

O mix de produtos desta coleção foi dividido em três categorias, utilizadas para identificar famílias de produtos e determinados detalhes (Figura 8). A categoria 1(um) é composta por quatro looks, dois conjuntos de saia e dois vestidos com destaque para a cor vermelha. A categoria 2, tem três modelos, dando ênfase ao design têxtil da coleção, a flor do Pau-Brasil. A última categoria, foi elaborada destacando a modelagem e detalhes mais conceituais da coleção, como plissado e recortes assimétrico (Apêndice C). No Apêndice D seguem os croquis de moda e seus respectivos desenhos técnicos.

Figura 8 - Mapa de coleção



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

5 MATERIALIZAÇÃO

5.1 Desenvolvimento do *Look* Conceitual

O modelo Conceitual é composto por 3 peças, sendo um top *cropped*, uma saia, e um vestido. Foi utilizado o tule sublimado para o vestido e o neoprene para o top *cropped* e para a saia. O tule tem caimento para dar um aspecto de leveza ao *look*. A saia e o top *cropped* tem uma proposta mais justa ao corpo, sendo possível utilizar em outras combinações. A modelagem do vestido foi pensada para ser versátil e confortável. O protótipo foi costurado em um tecido semelhante ao escolhido, onde observa-se na Figura 9 que precisou de alguns detalhes de modelagens a serem alterados, no decote, no quadril do vestido, lateral e costas do top *cropped* diminuindo 8 cm no total.

Figura 9 - Protótipo *Look* Conceitual



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

5.2 Desenvolvimento do *Look Comercial*

O *look Comercial* é composto por 2 peças, sendo, dois vestidos, um mais justo ao corpo feito de neoprene e outro em tule sublimado, usado sobreposto ao vestido de neoprene. Conforme Figura 10, percebe-se a sobra de tecido que ficou na parte superior do vestido de tule, precisou-se então de ajustes de modelagem nessa parte da peça, diminuindo no total 6 cm no comprimento da frente e costa superior.

Figura 10 - Protótipo *Look Comercial*



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

6 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

6.1 *Look* Conceitual

Com o protótipo pronto, precisou-se fazer alguns ajustes de modelagem. Logo após, a peça foi costurada nos tecidos escolhidos: tule e malha neoprene. Observa-se o modelo conceitual na Figura 11.

Figura 11 - *Look* Conceitual



Fonte: Tais Rojas Urquizar (2019).

6.2 Look Comercial

O *look* Comercial é composto por 2 peças, sendo um vestido de neoprene e outro vestido de tule sublimado. O vestido de tule é com decote de ombro a ombro que dá leveza e sofisticação ao *look*. O vestido de neoprene tem uma proposta mais justa ao corpo, sendo possível utilizar em outras combinações.

Figura 12 - *Look* Comercial



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

7 CONCLUSÃO

Visto que, em geral, as marcas brasileiras utilizam tendências internacionais para criação de seus produtos de moda, o objetivo deste trabalho foi desenvolver uma coleção de moda feminina, que valorizasse a identidade brasileira através da árvore do Pau-Brasil. Inicialmente foi pesquisado sobre a identidade brasileira, onde percebeu-se que a moda nacional muitas vezes é desvalorizada por ser considerada cópia das grandes coleções internacionais, como se o brasileiro não tivesse uma cultura de valor ou uma identidade. Para isso, buscou-se uma inspiração que fosse genuinamente brasileira, ou seja, que só existisse no Brasil, para assim, contribuir para o desenvolvimento de uma moda brasileira.

A árvore do Pau-Brasil era encontrada na região da mata atlântica brasileira, que logo no início da colonização os portugueses exploraram de tal forma que nos dias de hoje a árvore está em extinção. Do Pau-Brasil era extraído um pigmento de cor vermelha, que era utilizado para tingimentos de tecidos e pinturas. Além disso, o Pau-Brasil teve grande importância na história do Brasil, pois foi por causa da resina avermelhada que as terras descobertas foram chamadas de Brasil. Na coleção, para expressar a identidade brasileira, foram utilizados os detalhes da árvore para modelagem e estamparia. Todo esse processo buscou valorizar a identidade nacional, com uma coleção pensada para brasileiros, no nosso clima, na nossa situação socioeconômica e cultural.

Conclui-se então, que é possível desenvolver e materializar uma coleção de moda brasileira sem utilizar tendências de moda internacionais, obtendo um produto nacional, valorizando a identidade brasileira através do Pau-Brasil, e revitalizando a importância histórica da árvore no universo da moda.

Hoje existem designers de moda que exploram a cultura e reforçam uma identidade brasileira na moda, um dos maiores nomes é Ronaldo Fraga. Contudo, esse é um assunto que pode ser mais explorado em diversos aspectos, desde a pesquisa por artistas, artesãos e elementos autenticamente brasileiros que possam colaborar com a moda brasileira, até mesmo pesquisas que incentivem o

desenvolvimento ou a aplicação de metodologias de design que abordem o tema de identidade da moda brasileira.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, Francismar Francisco Alves *et al.* Maturação de frutos de *Caesalpinia echinata* Lam., PAU-BRASIL. **R. Árvore**, Viçosa-MG, v.31, n.1, p.1-6, 2007. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rarv/v31n1/01.pdf>. Acesso em: 19 ago. 2019.

BRAGA, João. **História da moda no Brasil**: das influências às autorreferências. São Paulo: Pyxis, 2011.

CARVALHAL, André. **A moda imita a vida**: como construir uma marca de moda. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2014.

CASTILHO, Kátia e GARCIA, Carol. **Moda Brasil**: fragmentos de um vestir tropical. São Paulo: Ed. Anhembi Morumbi, 2001.

CHATAIGNIER, Gilda. **História da moda no Brasil**. [S.l.]: Estação das Letras e Cores, 2010.

D'AGOSTINI, S. Ciclo econômico do Pau-Brasil - *Caesalpinia Echinata* Lam., 1785. **Instituto Biológico**, São Paulo, p. 1-16, jan. 2013. Disponível em: http://www.biologico.sp.gov.br/uploads/docs/pag/v9_1/dagostini.pdf. Acesso em: 12 set. 2018.

FARIAS, Helayny Andreia Barbosa; SERTÓRIO, Ruth Goret Ávila Amorim. Um diálogo entre tradição e apropriação cultural. In: Colóquio de moda, 12., 2016, [S.l.]. **Anais eletrônicos [...]** [S.l.], 2016. Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202016/COMUNICACAO-ORAL/CO-03-Cultura/CO-03-Um-dialogo-entre-tradicao-globalizacao-moda-e-apropriacao-cultural.pdf>. Acesso em: 28 out. 2018.

FLOR do Pau-Brasil. [S.l.], 2018. Disponível em: <https://iloveflores.com/pau-brasil/>. Acesso em: 15 set. 2018.

FRAGA, Ronaldo. **Coleção moda Brasileira**. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

FRINGS, Gini Stephens. **Moda do conceito ao consumidor**. Porto Alegre: Bookman, 2012.

GINO, Devanir. **Resina Pau-Brasil**. [S.l.], 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/campinas-regiao/terra-da-gente/noticia/dia-do-pau-brasil-simbolo-da-exploracao-e-da-resistencia-da-natureza.ghtml>. Acesso em: 15 set. 2018.

JOORY, Eva; PALOMINO, Erika. **Entrevista sobre o tema Será que existe**

identidade brasileira na moda?. Entrevista concedida a Tufi Duek, Folha de São Paulo, 1994.

Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/1994/11/05/ilustrada/21.html>.

Acesso em: 19 set. 2019.

LÖBACH, Bernd. **Design industrial**: bases para a configuração dos produtos industriais. [S.l.]: Editora Blucher, 2001.

MARINHO, Cristina. **Dados**: Pesquisas internacionais. [mensagem pessoal]

Mensagem recebida por: cristina@nmarinho.com.br. em: 05 nov. 2018.

NEUMANN, Jaqueline Morbach; RISSI, Tais. **A moda brasileira**: uma avaliação sobre a busca pela essência das criações internacionais. In: Colóquio de moda [S.l.].

Anais eletrônicos [...] [S.l.], 2008. Disponível em:

<http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202008/40624.pdf>. Acesso em: 28 out. 2018.

PALOMINO, Erika. **A moda**. 3. ed. São Paulo: Publifolha, 2010.

PETRÓPOLIS. Prefeitura municipal. **Pau-Brasil**: flora da Mata Atlântica. Petrópolis, RJ, 2018. Disponível em:

<http://www.petropolis.rj.gov.br/sma/index.php/mata-atlantica/flora/365-pau-brasil.html>. Acesso em: 15 set. 2018.

PELLEGRINI, Marco; DIAS, Adriana Machado; GRINBERG, Keila. **Novo olhar**: história. [S.l.]: Ftd, 2015.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico**: Métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. 2. ed.

Novo Hamburgo: Feevale, 2013. Disponível em:

<http://www.feevale.br/Comum/midias/8807f05a-14d0-4d5b-b1ad-1538f3aef538/E-book%20Metodologia%20do%20Trabalho%20Cientifico.pdf>. Acesso em: 18 set. 2018.

ROCHA, Yuri Tavares. **Distribuição geográfica e época de florestamento do Pau-Brasil (Caesalpinia Echinata Lam. - Leguminosa)**. São Paulo: Revista do Departamento de Geografia, 2010.

SANT'ANNA, Patrícia. **Resposta técnica sobre a Cultura brasileira nos produtos de moda**. [S.l.]: SEBRAE, 2014.

Disponível em:

http://www.sebraemercados.com.br/wp-content/uploads/2015/11/RT_Moda_Maio_Cultura_Brasileira.pdf. Acesso em: 22 out. 2019.

SEIVEWRIGHT, Simon. **Pesquisa e design**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2015. (Fundamentos de design de moda; 1).

TREPTOW, Doris. **Inventando Moda**: Planejamento de Coleção. 5. ed. São Paulo:

Edição da Autora, 2013.

VEISSID, Paula Di Leone. **Zuzu Angel**: uma marca fiel a si mesma. 2018.

Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/181674>. Acesso em: 15 out. 2019.

WGSN. **Manifesto Criativo**. [S.l.], 2018. Disponível em: <https://www.wgsn.com/pt/>.

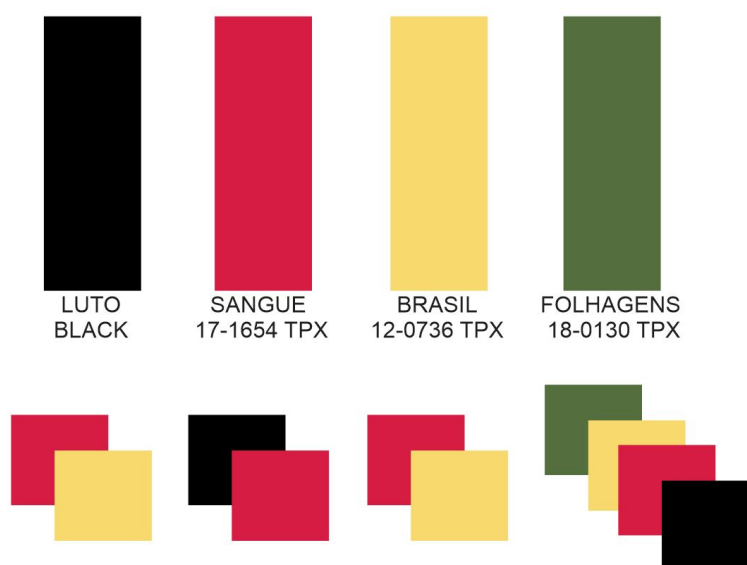
Acesso em: 02 set. 2018.

APÊNDICE A – Cartela de cores e Harmonias da coleção

Segundo Frings (2012, p.224) “a cor é o primeiro elemento ao qual os consumidores respondem, sendo, muitas vezes, o elemento determinante na escolhida ou rejeição de uma peça”. É muito importante que as cores sejam identificadas por nomes e códigos, nesta cartela foi utilizada o sistema PANTONE de codificação de cores, para ter mais segurança de que a cor da cartela será a mesma cor do tecido, dos aviamentos e assim por diante (TREPTOW, 2013).

Conforme a figura 1, escolhemos as determinados cores tendo os seguintes significados para a coleção, o preto, representando o luto pela exploração da árvore, o vermelho dando significado a tinta que era produzida pela madeira da mesma, e o verde e o amarelo para os detalhes remetendo a cor da flor e das folhas do Pau-Brasil. Nas harmonias de cores, os tons vibrantes caracterizam o DNA brasileiro.

Figura 1 - Cartela de Cores



Fonte: Elaborado pela autora (2018).

APÊNDICE B – Tecidos e Aviamentos da Coleção

Os tecidos e aviamentos são importantíssimos para o sucesso de uma coleção de moda, Treptow afirma que:

É através dos tecidos que as ideias do designer serão transformadas em produtos de vestuários. É importante que o designer conheça as características dos tecidos, suas classificações e suas propriedades de caimento e adequação (TREPTOW, 2013 p. 112).

Para Frings (2012, p. 221), “[...] escolher o tecido certo para uma determinada roupa é um dos aspectos mais importantes do design”. Portanto, conforme a proposta da coleção, serão utilizados tecidos (figura 2) com caimento e transparências. Representando os detalhes da árvore Pau-Brasil teremos os tules e suas texturas, as estampas digitais e detalhes nas modelagens totalmente retiradas do formato da árvore.

Treptow (2013 p.112), afirma ainda que “os aviamentos são os materiais utilizados para a confecção de uma roupa além do tecido-base”. Nesta coleção serão utilizados apenas botão e elástico como aviamentos para os acabamentos de costura, conforme a figura 3.

Figura 2 - Cartela de Tecidos



Fonte: Elaborado pela autora (2018).

Figura 3 - Cartela de Aviamentos



Fonte: Elaborado pela autora (2018).

APÊNDICE C – Mix de produtos

Treptow (2013) afirma que o Mix de produto se refere à variedade de peças que uma marca oferecerá naquela coleção. Estes produtos podem ser mais variados, incluindo objetos de outros setores da indústria, como acessórios diversos, bijuterias e até mesmo calçados, ou limitando-se somente ao vestuário. Nesta coleção foi elaborado um Mix de produtos, por sua vez, com três categorias utilizadas para identificar certos tipos de produtos, sendo elas: família 1, 2 e 3 conforme mostra abaixo:

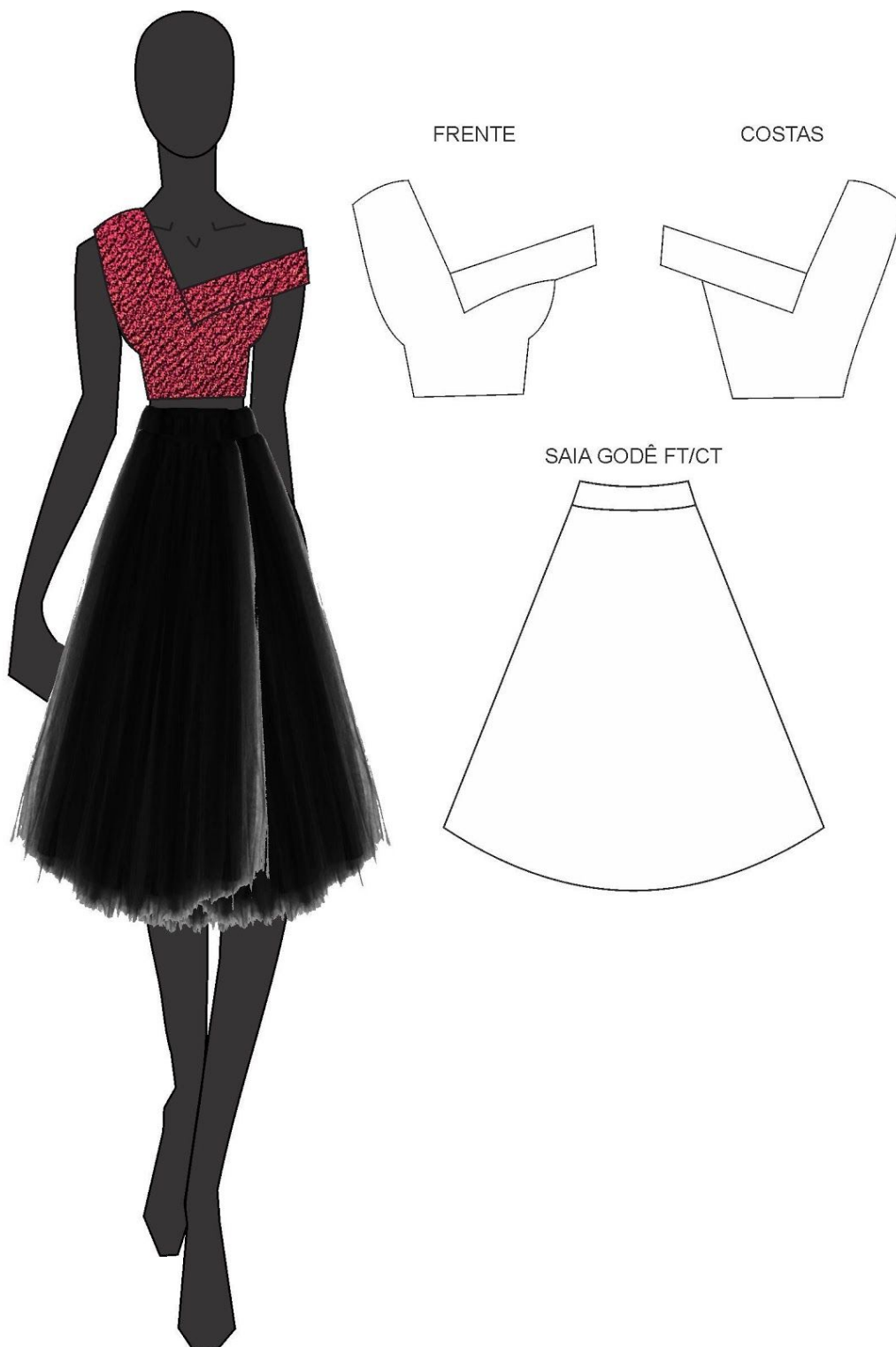
Figura 4 - Mix de produtos

COLEÇÃO:	BRASILIDADE									
	Família 1				Família 2			Família 3		
	Look 1	Look 2	Look 3	Look 4	Look 1	Look 2	Look 3	Look 1	Look 2	Look 3
Top		CROPPED		CROPPED	TOP		CROPPED	CROPPED	BLUSA	
Bottom		SAIA		SAIA	SAIA	SAIA LONGA	SHORT + SAIA LONGA	SAIA	CALÇA	
Outwear										
One Piece	VESTIDO		VESTIDO		VESTIDO	VESTIDO				VESTIDO
Complementos								CALCINHA HOT PAINT		
Total:	19									

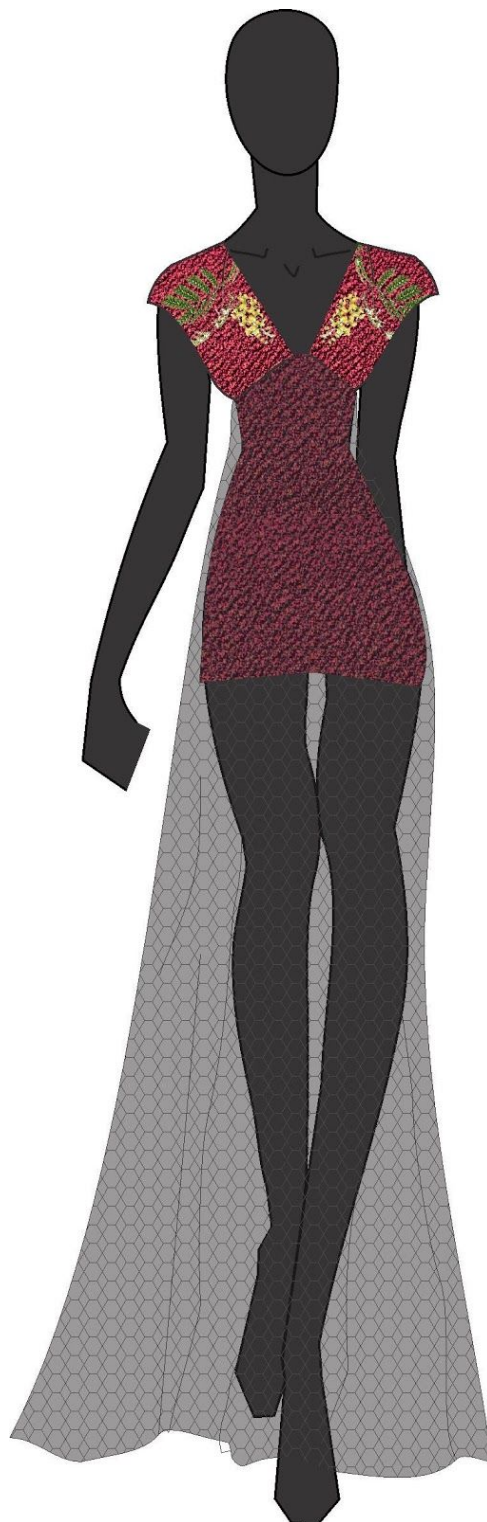
Fonte: Elaborado pela autora (2018).

APÊNDICE D – ColeçãoFigura 5 - Croqui *Look* Conceitual 1

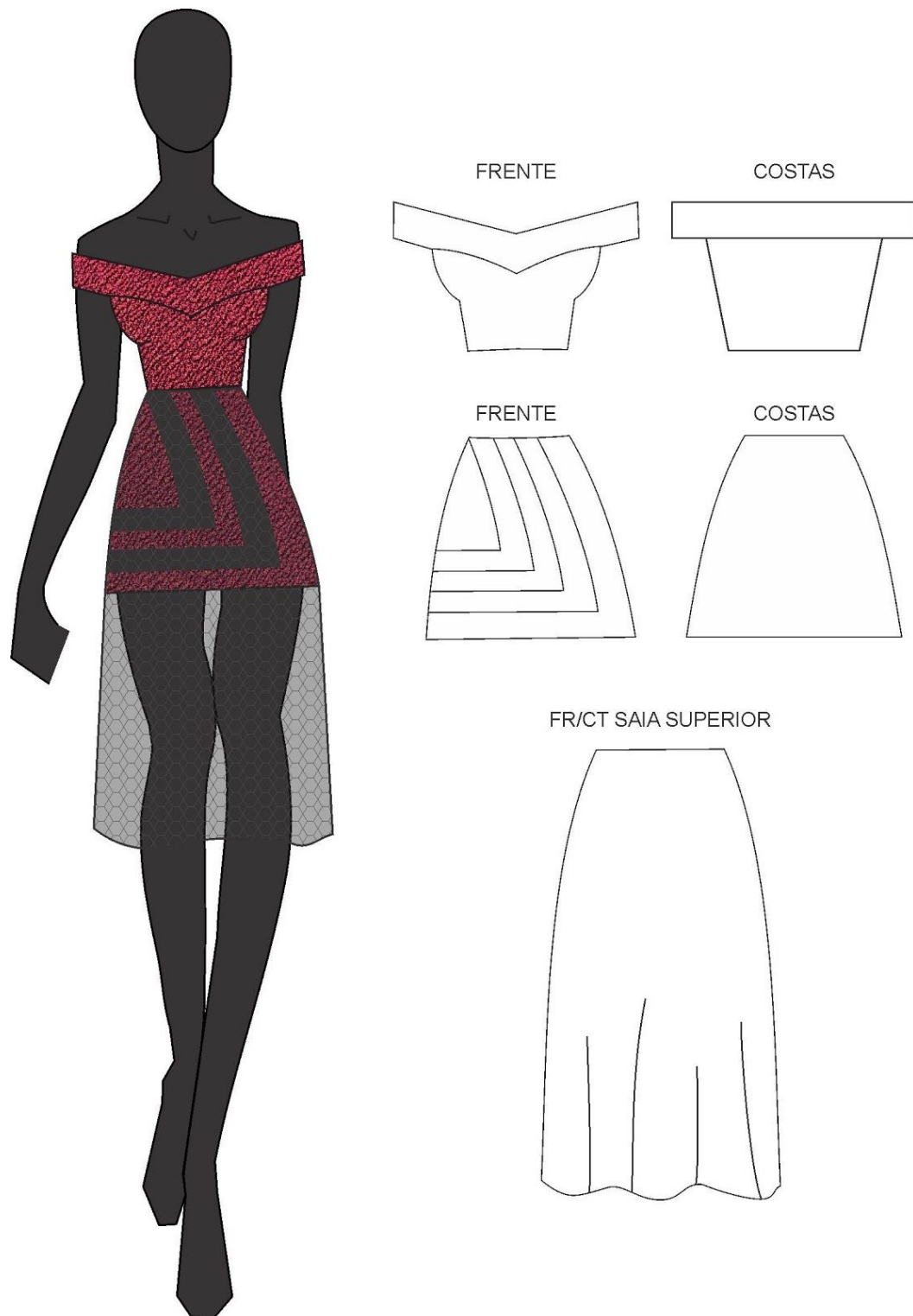
Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Figura 6 - Croqui e Desenho técnico *Look Comercial 2*

Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Figura 7 - Croqui *Look* Conceitual 3

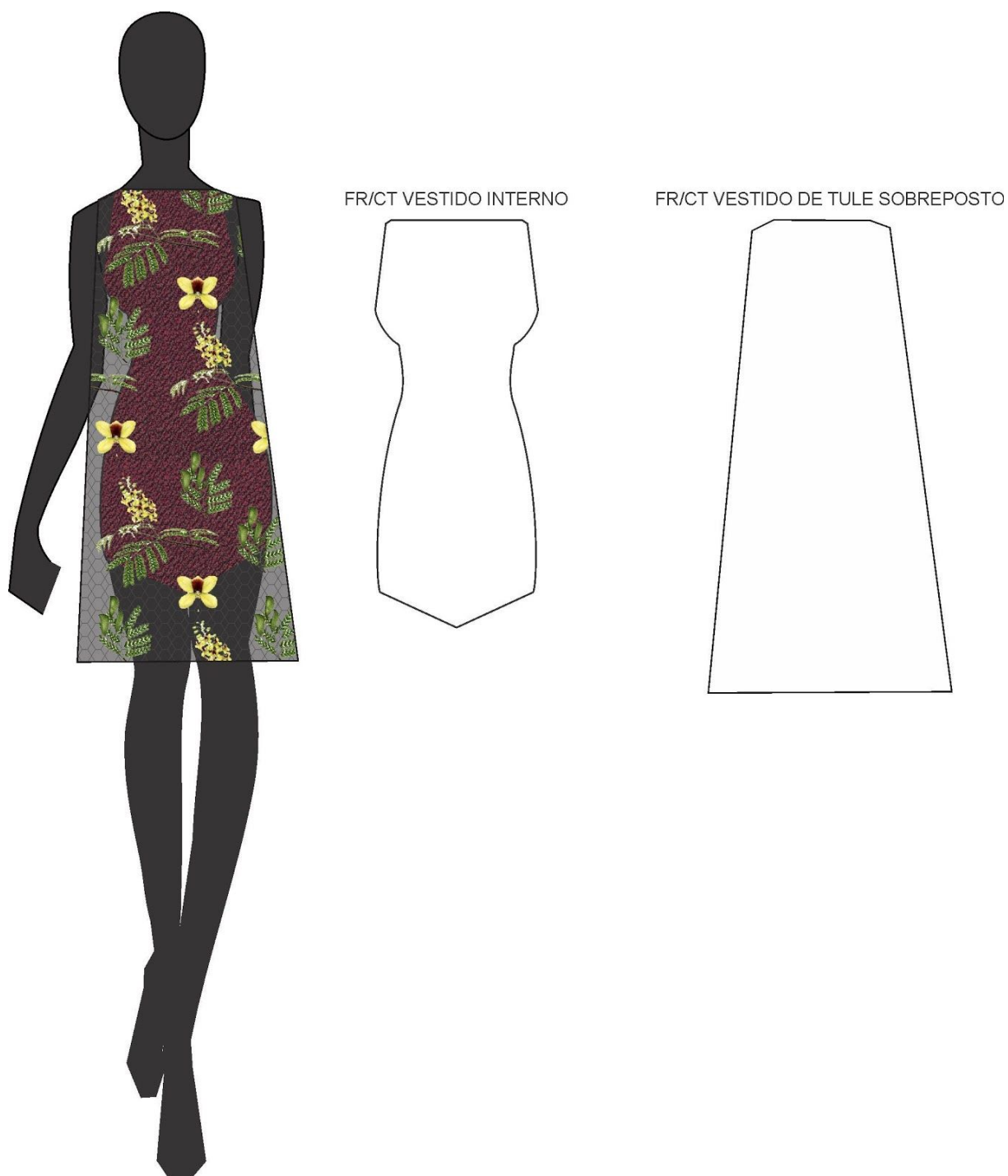
Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Figura 8 - Croqui e Desenho técnico *Look Comercial 4*

Fonte: Elaborado pela autora (2019).

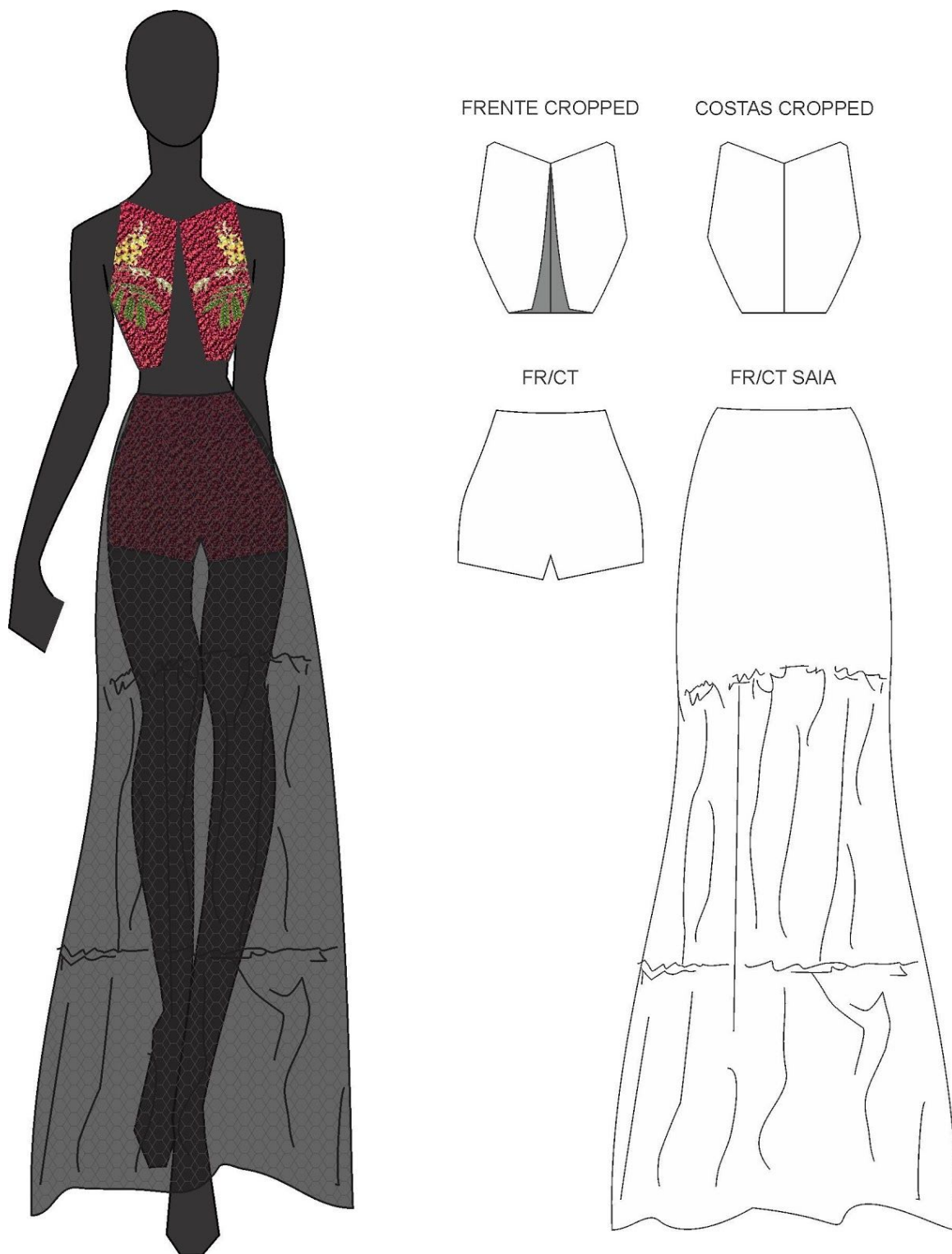
Figura 9 - Croqui e Desenho técnico *Look Conceitual 5*

Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Figura 10 - Croqui e Desenho técnico *Look Comercial 6*

Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Figura 11 - Croqui e Desenho técnico Look Comercial 7



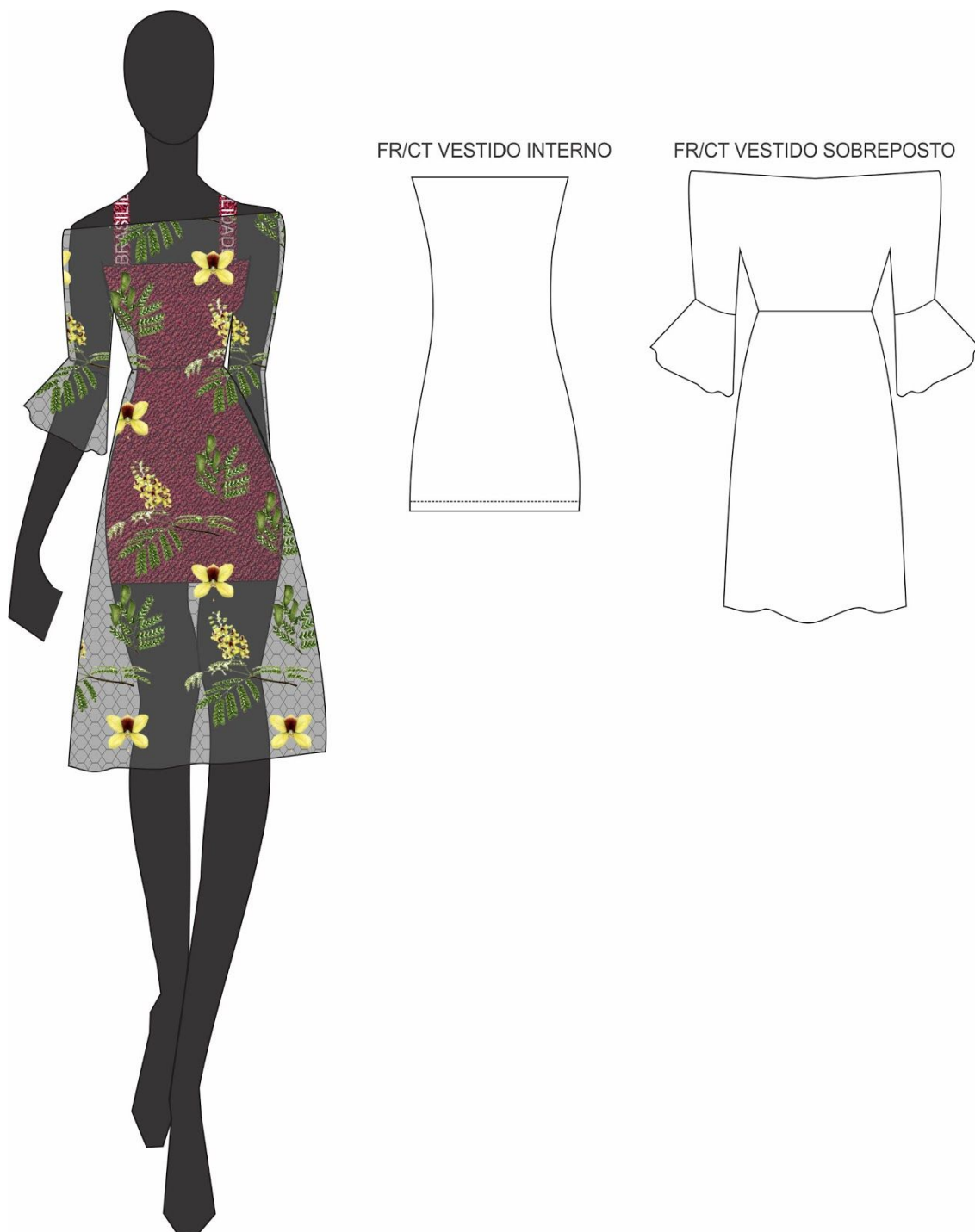
Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Figura 12 - Croqui *Look* Conceitual 8

Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Figura 13 - Croqui *Look* Conceitual 9

Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Figura 14 - Croqui e Desenho técnico *Look Comercial 10*

Fonte: Elaborado pela autora (2019).

ANEXO A – Mix de produtos

Figura 15 - Mix de produtos família 1

Nome: Giane Carraro Mendonça
Coleção: Brasilidade

Estação: Summer 20

Tecido: Neoprene  Tecido: Tule 

CORES

 SANGUE
17-1654 TPX

 LUTO
BLACK

MIX DE PRODUTOS

Looks	Look 1	Look 2	Look 3	Look 4
Top		CROPPED		CROPPED
Bottom		SAIA		SAIA
Outwear				
One Piece	VESTIDO		VESTIDO	
Complementos				
Total:				

FAMÍLIA 1

Look 1 - Conceitual 

Look 2 - Comercial 

Look 3 - Conceitual 

Look 4 - Comercial 

Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Figura 16 - Mix de produtos família 2

Nome: Ciane Carraro Mendonça
Coleção: Brasilidade

Estação: Summer 20

FAMÍLIA 2

Tecido: Neoprene

Tecido: Tule

Estampa

CORES

LUTO BLACK

FOLHAGENS 18-0130 TPX

BRASIL 12-0736 TPX

SANGUE 17-1654 TPX

MIX DE PRODUTOS

Looks	Look 1	Look 2	Look 3
Top	TOP		CROPPED
Bottom	SAIA	SAIA LONGA	SHORT + SAIA LONGA
Outwear			
One Piece	VESTIDO	VESTIDO	
Complementos			
Total:			

Look 1 - Conceitual

Look 2 - Comercial

Look 3 - Comercial

Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Figura 17 - Mix de produtos família 3

Nome: Giane Carraro Mendonça
Coleção: Brasilidade
Estação: Summer 20

Tecido: Neoprene Tecido: Neoprene Tecido: Tule Estampa

CORES

LUTO BLACK SANGUE 17-1654 TPX BRASIL 12-0736 TPX

MIX DE PRODUTOS

Looks	Look 1	Look 2	Look 3
Top	CROPPED	BLUSA	
Bottom	SAIA	CALÇA	
Outwear			
One Piece			VESTIDO
Complementos	CALCINHA HOT PAINT		
Total:			

Look 1 - Conceitual



Look 2 - Conceitual



Look 3 - Comercial



FAMÍLIA 3

Fonte: Elaborado pela autora (2019).

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer primeiramente a Deus, que apesar de todas as dificuldades enfrentadas nesta trajetória, deu-me forças para que pudesse concluir este trabalho acadêmico e, conseqüentemente, minha tão esperada conclusão de curso. Posteriormente, agradeço a minha família, ao Julio meu namorado e amigos por todo carinho e compreensão.

Gostaria também de agradecer a professora Andressa, que foi a minha orientadora no quarto e quinto semestre, e que esteve presente durante a primeira etapa de desenvolvimento do TCC. E por fim, quero agradecer a minha orientadora e coordenadora Geannine, que me acompanhou no último semestre do curso e na finalização deste artigo, proporcionando toda a atenção, paciência, dedicação e conhecimento.