

ALQUIMIA: ANÁLISE DE UMA COLEÇÃO DE MODA AUTORAL SOB A ÓTICA DA ECONOMIA CRIATIVA

Marina Carvalho¹
Rafaela Bett Soratto²

Resumo

A economia criativa (EC) pode ser configurada como atividades advindas do capital intelectual, no qual a geração de valores que constituem produtos e serviços é oriunda da criatividade. Este artigo tem como objetivo geral compreender a dinâmica e estratégias da economia criativa no desenvolvimento de um projeto de coleção de moda autoral intitulada “Alquimia”, que foi elaborada no componente curricular de Desenvolvimento de Coleção Final do curso superior de Tecnologia em *Design* de Moda do Instituto Federal de Santa Catarina (IFSC), campus Araranguá. A pesquisa caracteriza-se como qualitativa e aplicada e pretende-se através desta pesquisa, realizar uma análise do desenvolvimento criativo do projeto sob a ótica da economia criativa. Como resultado apresenta-se uma coleção de moda com oito *looks*, dos quais um foi selecionado e produzido em formato 3D para o desfile virtual do curso de moda de uma das presentes autoras deste artigo.

Palavras-Chave: Economia Criativa. Artesanato. Moda Autoral. Desenvolvimento de Coleção.

1 INTRODUÇÃO

A economia criativa (EC) pode ser considerada um conceito que, por meio de criatividade, utiliza-se de princípios norteadores para gerar e agregar valor a um produto. A dinâmica da EC sempre foi amplamente utilizada, porém não

¹ Acadêmica do curso superior em Tecnologia de Design de Moda no Instituto Federal de Santa Catarina (IFSC), campus Araranguá, Santa Catarina, Brasil. E-mail: marinacarvalho0908@gmail.com.

² Mestra em Tecnologias da Informação e Comunicação pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Professora do Instituto Federal de Santa Catarina (IFSC), campus Araranguá, Santa Catarina, Brasil. E-mail: rafaelasoratto@gmail.com.

reconhecida, sendo assim, criou-se uma lacuna no mercado moderno a ser preenchida. O grande desafio era encontrar uma maneira de formalizar diretrizes advindas do intelecto humano. A partir dessa necessidade surgiu o Plano da Secretaria da Economia Criativa no Brasil (SEC, 2012) que busca a formulação, implementação e monitoramento de políticas públicas no direcionamento da EC.

A motivação deste estudo originou-se durante a disciplina de Projeto de Coleção Final, ministrada em um curso superior de Tecnologia em *Design* de Moda de Araranguá (SC), lecionada pelas professoras Rafaela Bett Soratto e Graziela Brunhari Kauling. Conforme o cronograma da disciplina, o tema geral do projeto de coleção apresentado - Presságios de Uma Nova Era - motivou o desenvolvimento e criação de uma coleção de moda baseada nos pilares da EC, visando valorizar e inserir o trabalho artesanal local. Assim, o presente estudo busca compreender a dinâmica e estratégias da EC no desenvolvimento de um projeto de coleção de moda autoral.

De forma mais específica, esta pesquisa pretende: realizar levantamentos bibliográficos; interpretar a dinâmica da economia criativa conforme o escopo da SEC; analisar a economia criativa como estratégia no desenvolvimento de coleções de moda; analisar de forma qualitativa a coleção de moda autoral intitulada "Alquimia", demonstrando seu processo de criação e todas as etapas do desenvolvimento na ótica da economia criativa.

Esta coleção foi elaborada pela primeira autora do presente artigo utilizando os fundamentos da EC focados na integração dos setores de *design* de moda e artesanato.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Projeto de coleção (PC) de moda autoral

O PC pode ser configurado como um conjunto de processos nos quais são definidas as etapas de desenvolvimento de criação e produção de um produto de moda (KAULING, 2011). Não existe um padrão pré-definido para a criação das fases de um PC, porém, torna-se comum visualizar o desenvolvimento de extensas pesquisas e análises detalhadas, que compreendem diversas equipes, que atuam

em diferentes áreas da produção e planejamento.

Uma das principais etapas de um projeto de moda é a realização do planejamento criativo, apresentando-se por meio: conceitos da coleção, pesquisa de tendências, criação de painéis semânticos, pesquisa comparativa de mercado, elaboração da cartela de cor, seleção de tecidos e aviamentos, ilustração do mapa de coleção e em alguns casos a criação de estampas (SEIVEWRIGHT, 2015).

A moda autoral pode ser interpretada como aqueles produtos que são desenvolvidos por criadores que acompanham todo o processo de criação, modo de produção, vendas, ou seja, participam desde a seleção dos tecidos até a venda ao seu consumidor. Por conseguinte, seu ciclo produtivo caracteriza-se pela produção em menor escala, visando a redução de poluição em todas as etapas, valorização da mão de obra e cultura local, originalidade e maior proximidade com o consumidor (MAIA, 2014).

Diversas circunstâncias da contemporaneidade acarretaram uma mudança de comportamento do consumidor e sua relação com o mercado da moda, nesse sentido a desaceleração do consumo, a sustentabilidade e o reposicionamento das marcas de moda são aspectos que explicam o crescente consumo de produtos éticos (BERLIM, 2016). A nova geração de consumidores busca valores afetivos agregados ao produto e atrelados à transparência das marcas e às responsabilidades social e ambiental, ou seja, a moda autoral apresenta um nicho que preza por peças com personalidade e qualidade.

2.2 O trabalho artesanal na moda

Para Fletcher e Grose (2019), a interação entre *designers* e artesãos desempenha um papel importante na moda e torna-se cada vez mais evidente. Um exemplo na prática são estilistas que formam parcerias e/ou projetos com artesãos e, atrelados à mão de obra artesanal local e preservando os valores tradicionais do seu ofício, produzem coleções de moda.

As atividades artesanais são consideradas aquelas em que as características do produto final derivam das habilidades do artesão, assim, imprimem ao produto personalidade cultural e valor agregado. A ampla e diversificada herança cultural presente no Brasil reflete na diversificada produção artesanal com que cada região

desenvolve produtos com referências culturais, seja baseada na flora e na fauna, seja em matéria-prima e técnicas típicas da comunidade (KUBO, 2015).

As tendências de mercado e comportamentais contribuem para o crescimento e inserção do artesanato na moda, visto que há um perfil de consumidores que buscam e valorizam a identidade cultural, mão de obra artesanal e processos sustentáveis em um produto (MANZINI, 2008). O desenvolvimento do *design* de moda atrelado ao artesanato assume um papel importante como agente de transformação, dado que, a moda se faz importante, tanto no crescimento de consumo quanto na transmissão e recepção de informações, podendo assim “[...] atuar como uma propulsora da ética e da sustentabilidade, abrindo novos caminhos e diálogos para o setor” (BERLIM, 2012, p. 34).

Um dos meios de comunicação utilizados no mundo da moda são as apresentações de coleções em eventos específicos, como o São Paulo *Fashion Week* (SPFW), que se caracteriza como principal evento de moda da América Latina. Os desfiles de moda podem ser configurados como forma de manifestação, liberdade de expressão, difusor da comunicação e informação, como também, expor valores e ideias de *designers* e marcas (BOECHAT, 2016).

De acordo com dados apresentados por Daicampi e Betta (2018, p. 9) sobre a utilização do artesanato em coleções apresentadas no SPFW, “Dentre as 300 (trezentas) coleções de moda apresentadas nos últimos cinco anos, verificou-se que 122 (cento e vinte e duas) utilizaram o artesanato, o que corresponde a 40,66% do total apresentado” e, em contrapartida, o número de “[...] coleções que não utilizaram artesanato foi superior, totalizando 178 (cento e setenta e oito), correspondendo a 59,33% do total”. Com isso, percebe-se que cada vez mais os *designers* da moda brasileira demonstram valorização e identidade cultural em suas coleções e preocupação com questões socioculturais, isso contribui com a mão de obra artesanal local e pequenos empreendedores.

2.3 Economia criativa (EC) na moda brasileira

A EC refere-se a um conceito que se utiliza do capital intelectual para o processo de criação de um produto, gerando valor econômico, promovendo a diversidade cultural, a sustentabilidade, a inclusão social, a inovação, e resultando

na criação de empregos.

De acordo com Howkins (2013), os termos “criatividade” e “economia” não são atuais, entretanto, a natureza e a extensão da relação entre elas e como as mesmas se combinam para a criação de valor e geração de riquezas torna-se algo relativamente novo e em constante evolução. A junção dos conceitos de economia e criatividade abre as portas para uma infinidade de possibilidades de inovação e criação de novos produtos e empresas.

No período de 2011 a 2014, o Ministério da Cultura criou no Brasil a Secretaria da Economia Criativa (SEC). Atualmente, ela está relacionada à pasta do Ministério do Turismo como Secretaria Nacional da Economia Criativa e Diversidade Cultural. Sua criação se deu com o intuito de institucionalizar, formular e implementar políticas de valorização e apoio para as atividades de produção cultural (MARCHI, 2014).

Devido à necessidade de formalização, criou-se o “Plano da Secretaria da Economia Criativa”, que anseia traçar o papel da cultura, definir intenções políticas, diretrizes e ações, no campo da economia criativa brasileira. Ele busca expandir os significados da economia criativa, adequando as características e potencialidades do nosso país com uma dinâmica de funcionamento próprio (SEC, 2012).

A partir do escopo da SEC (2012), tornou-se possível visualizar a definição do funcionamento da economia criativa no Brasil e seus pilares fundamentais, que são: (1) a diversidade cultural, considerada um dos principais motores do nosso país, que constitui valores humanos, possibilidades e nutre as capacidades; (2) a sustentabilidade como coeficiente de desenvolvimento; (3) inovação, como processo cultural gerador de renovação; e (4) a inclusão social brasileira como vetor para a ampliação de políticas públicas culturais no campo da EC.

A EC na moda tem se destacado com o estilista Ronaldo Fraga, conhecido por incorporar em suas coleções os conceitos desse tipo de economia. O estilista apresenta em suas obras referências culturais brasileiras, e afirma que a EC “[...] não se trata de um trabalho assistencialista. Envolve a transformação do olhar da comunidade, a capacitação profissional, e a apropriação da técnica e da matéria prima” (ARTIGAS, 2012, *online*). O estilista está envolvido há mais de vinte anos em projetos que resgatam a cultura local e a diversidade brasileira, gerando renda e valorizando a EC.

Em 2019, Fraga foi convidado pela Fundação Renova e pela Associação de Culturas Gerais (ACG) para coordenar o projeto denominado “Minha casa em mim”, com treze grupos de artesãos e empreendedores afetados de forma direta e/ou indireta por uma das maiores tragédias do país, o rompimento da barragem da mineradora Samarco em Mariana (MG).

O projeto aplica os princípios da EC, ao ressignificar as atividades e produtos artesanais e agropecuários desenvolvidos pelos 175 empreendedores locais que fazem parte deste trabalho, com o intuito de resgatar o artesanato local (ACG; FUNDAÇÃO RENOVA, 2019). A iniciativa do estilista brasileiro, segundo o *site* “Minha casa em mim” (2019), resultou em grande visibilidade para a mão de obra local, aprimoramento de técnicas e viabilidade de novos empregos, pontos importantes que norteiam a EC.

As empresas que transformam ideias em produtos ou serviços são o cerne da EC, cuja utilização torna-se importante na área da moda. Por meio desse segmento percebe-se a possível expressão da personalidade e o gosto dos indivíduos e cria-se mais que um produto de moda, pois tais empresas desenvolvem conceitos, histórias e ligação direta com o seu cliente (MIRANDA, 2008).

3 METODOLOGIA

Em relação aos procedimentos metodológicos, o artigo caracteriza-se de natureza aplicada, visto que o objetivo possibilita gerar conhecimento para aplicações práticas nas soluções de problemas específicos (GIL, 2017). Assim, pretende-se com esta pesquisa realizar uma análise da coleção de moda autoral, intitulada "Alquimia". Ela foi desenvolvida no componente curricular de Desenvolvimento de Coleção Final e apresentada em um desfile virtual em formato 3D, na disciplina de Eventos, na 6ª fase de um curso superior de Tecnologia em *Design* de Moda da cidade de Araranguá (SC). A perspectiva da economia criativa destaca o trabalho artesanal da artista Patrícia Grisard, analisado no decorrer do processo criativo do desenvolvimento do projeto de coleção.

A pesquisa é classificada como qualitativa, uma vez que foi realizada a coleta de dados acerca da problemática, com a finalidade de analisar e compreender a partir da interpretação do autor constatar uma possível solução (GIL, 2017).

Como forma de obter dados para alcançar o objetivo geral do artigo, a pesquisa foi dividida em três etapas: 1) Pesquisas bibliográficas, em materiais como artigos disponíveis virtualmente, livros e dissertações na qual foi apresentada no referencial teórico; 2) Apresentação do *book* de coleção; e 3) Apresentação das obras da artista local Patrícia Grisard, análise e compreensão dos processos criativos do *book* de coleção sob a ótica da EC, que serão apresentadas a seguir na análise dos resultados.

3.1 Análise dos resultados: *book* de coleção

O estudo foi realizado por uma análise qualitativa do *book* de coleção de moda autoral intitulado “Alquimia”, elaborada pela primeira autora do presente artigo utilizando os fundamentos da EC e integrando os setores de *design* de moda e artesanato. Para isso, dividiu-se a análise dos resultados em 2 etapas: a primeira consiste em apresentar o *book* de coleção por meio dos painéis de tema, persona, pesquisa de tendências; a segunda consiste em analisar os processos criativos do *book* de coleção sob a ótica da EC por meio das cartelas de estampas, dos croquis de moda e da renderização do croqui para o desfile 3D.

O *book* de coleção pode ser interpretado como o resultado do desenvolvimento da coleção de moda autoral, ele é considerado uma ferramenta para apresentar as informações do processo criativo da coleção em painel e texto tema, estudo de persona, cartela de cores, tecidos e aviamentos (TREPTOW, 2013). Como síntese dos processos apresenta-se um mapa de coleção com os desenhos realizados pela autora, aliado a isso foi selecionado e renderizado um *look* para apresentação em formato 3D.

3.1.1 Conceito da coleção “Alquimia”: primeira etapa da análise dos resultados

O tema da coleção pode ser elaborado após a construção do *briefing*³, este tem como finalidade apresentar as principais informações referentes ao desenvolvimento do conceito na coleção para a criação do produto (JONES, 2005;

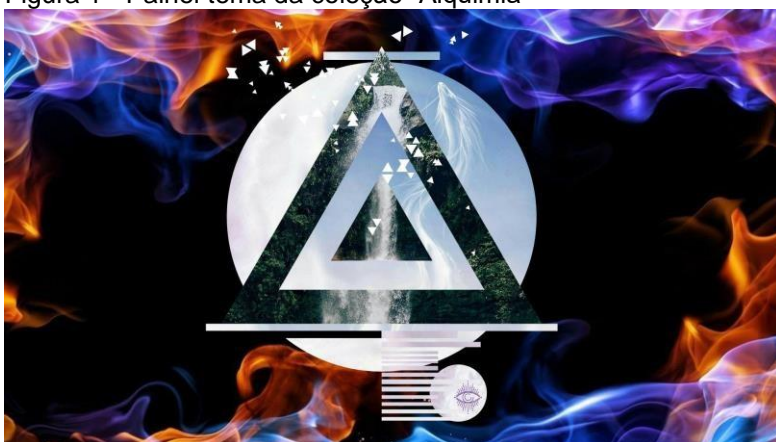
³ *Briefing* pode ser considerado um documento que funciona como um esboço de todo o desenvolvimento do projeto, delimitando as informações mais importantes a respeito das execuções e etapas do trabalho do *design*.

KELLER, 2004; SEIVEWRIGHT, 2009).

O conceito de uma coleção tem como objetivo evidenciar as ideias, os conceitos e as inspirações que o *designer* explorou em seu trabalho, ou seja, visa contar a história da pesquisa criativa (SEIVEWRIGHT, 2009; TREPTOW, 2013).

O tema geral, definido pelas professoras orientadoras da disciplina, foi “Os Presságios de Uma Nova Era”. Assim, após ampla pesquisa literária sobre o assunto, o tema escolhido que inspirou a coleção foi “Os quatro elementos da natureza e a conexão com o indivíduo”, conforme a Figura 1.

Figura 1 - Painel tema da coleção “Alquimia”



Fonte: Elaborada pela primeira autora (2021).

A proposta da coleção intitulada “Alquimia” tem como objetivo expressar reflexões acerca da pluralidade de quatro raízes fundamentais - terra, fogo, ar e água - e a interação com a jornada física do ser humano para dominar os elementos, refletindo em uma jornada espiritual em direção à iluminação. Apresenta a transformação de uma era, através da capacidade humana de redenção, seja esta por mudanças pela empatia ou por meio do poder de conexão com o outro. A busca pelo autoconhecimento, pela evolução espiritual e pessoal e por maior comunicação com a natureza conduz o ser a outro plano, este tão verossímil quanto qualquer outro.

3.1.2 Estudo de persona da coleção “Alquimia”

A pesquisa de persona consiste em realizar um estudo singularizado e detalhado acerca do perfil que representa o consumidor da marca. Assim, o estudo

visa criar características específicas, humanizar a marca e nortear os processos criativos das coleções, no intuito de atender às necessidades de seus clientes (RENFREW; RENFREW, 2010).

Figura 2 - Painel de Persona da coleção “Alquimia”



Fonte: Elaborada pela primeira autora (2021).

Conforme o Painel de Persona apresentado na Figura 2, o Texto de Persona realizado para a coleção e elaborado pela primeira autora deste artigo evidencia uma mulher que traz em sua jornada a pura essência. É audaciosa, de riso fácil e veste o minimalismo, ela é o campo com cheiro de terra e o sabor da uva cultivada na Serra Catarinense. Seu caminho é trilhado de forma única e a leveza e determinação caem-lhe muito bem. Tem o ímpeto de aproveitar cada segundo e fazer a diferença na sociedade, principalmente em questões sustentáveis e movimentos artísticos. Confia na sua conexão com a natureza e alimenta a mente, ela é transformação.

3.1.3 Estudo e painel de tendências da coleção “Alquimia”

Segundo Erner (2005), a tendência pode ser configurada como um evento amplamente aceito por um elevado número de pessoas simultaneamente. Dessa forma, interpreta-se que a tendência de moda pode estar diretamente relacionada a uma previsão de consumo, realizada por especialistas que buscam por meio de intensas pesquisas e análises, medir a popularidade relativa de materiais, tecidos, fios, modelagens e cores, em um determinado período (KAULING, 2011).

Nessa etapa realiza-se a análise e definição de tendência no desenvolvimento

de coleção, com a finalidade de compreender estratégias e o comportamento do mercado atual. De acordo com Seivewright (2015), o estilista deve coletar todos os tipos de informações, efetuar um estudo detalhado de tendências, com o intuito de criar uma ferramenta de suporte para sua criação de coleção.

A utilização do painel tendência torna-se de suma importância para o desenvolvimento de um projeto de criação de coleção, sobre isso Korner (2015) afirma que, por meio de um conjunto de imagens, a construção do painel retrata aspirações e carências do perfil consumidor.

Figura 3 - Painel de Tendências da coleção “Alquimia”



Fonte: Elaborada pela primeira autora (2021).

Na Figura 3 é possível visualizar o Painel de Tendências da coleção “Alquimia”, que pretende evidenciar um diálogo com a natureza, a fim de elevar a moda. Nesse universo, a leveza, a fluidez e as formas orgânicas são bases essenciais para a coleção. As modelagens são mais amplas, largas e com recortes assimétricos. As cores são obtidas pelo tingimento natural, e as estampas realizadas por técnicas manuais de pintura. Os tecidos selecionados são preferencialmente orgânicos e com fibras naturais, como o algodão e o linho, pois estes contêm alta capacidade de absorção de cor no processo de tingimento.

3.1.4 Estampas da coleção “Alquimia”: segunda etapa da análise dos resultados

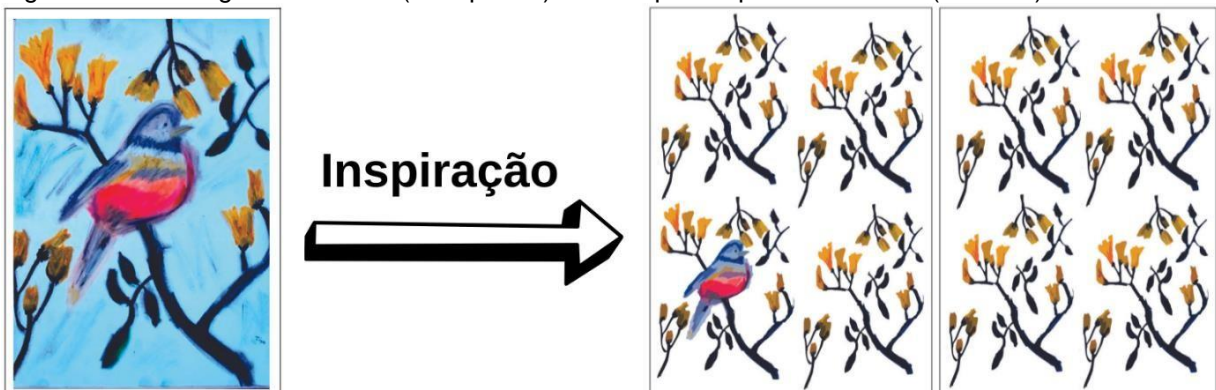
A estampagem caracteriza-se por um processo realizado por técnicas industriais ou práticas artesanais, cujo objetivo pretende conferir ao tecido e ao

produto confeccionado a comunicação visual (KAULING, 2011). A coleção “Alquimia”, baseada nos pilares da EC, foi realizada pela primeira autora em parceria com uma artesã local, visando ao estímulo e à aprendizagem de um ofício, valorização do artesanato, ressignificação de produtos, inclusão social e sustentabilidade.

As estampas artesanais autorais criadas pela primeira autora deste artigo foram inspiradas nas obras da artesã local da cidade de Araranguá (SC), Patricia Grisard. A artista trabalha há mais de 20 anos com a arte rústica, utilizando técnicas manuais específicas, produzindo colares, quadros e diversos objetos decorativos com a madeira de demolição como matéria-prima, além disso, ela realiza pinturas autorais nos quadros confeccionados.

A primeira autora deste artigo realizou o processo de escolha das artes a partir da disponibilidade do acervo da artista, mantendo a relação com o tema da coleção. A Figura 4 a seguir mostra uma das primeiras obras originais da artista (à esquerda), escolhida para a realização do PC. Ao lado (à direita), a ilustração das estampas desenvolvidas, que foi inspirada na obra original da artesã. A primeira autora do artigo optou por manter, na criação das estampas, os traços e características do trabalho da artista, a fim de valorizá-lo e dar visibilidade a ele.

Figura 4 - Obra original da artesã (à esquerda) e estampas inspiradas na obra (à direita)



Fonte: Elaborada pela primeira autora (2021) a partir de Grisard (2021).

Apresenta-se na Figura 5 a segunda obra escolhida pela autora para fazer parte do PC, que foi confeccionada com pintura artesanal autoral em uma estrutura de madeira.

Figura 5 - Obra original da artesã (à esquerda) e estampas inspiradas na obra (à direita)



Fonte: Elaborada pela primeira autora (2021) a partir de Grisard (2021).

As estampas foram criadas para a coleção “Alquimia” inspiradas na obra da artista. Salienta-se que a reprodução das mesmas seriam realizadas com a pintura artística no tecido, com o intuito de preservar a origem do trabalho artesanal e reduzir os impactos ambientais utilizando técnicas mais sustentáveis de estamparia. Em virtude da pandemia do coronavírus (covid-19) ⁴, não foi possível realizar o processo de confecção na prática, porém no planejamento do projeto a etapa de produção das estampas seria produzida de forma manual pela própria artesã.

Segundo o Plano da SEC (2012, p. 133), “A produção em massa poderia empobrecer o trabalho artesanal fazendo com que se aparte de suas raízes criativas”, assim a produção feita uma a uma pela artesã garantiria um produto exclusivo, de alta qualidade, sem esquecer da originalidade e essência da artista na coleção de moda autoral.

Conforme o conceito proposto por Barroso Neto (2001, n. p.) o artesanato é considerado “[...] toda atividade produtiva de objetos e artefatos realizados manualmente, ou com a utilização de meios tradicionais ou rudimentares, com habilidade, destreza, qualidade e criatividade”. O trabalho artesanal integra o escopo dos setores criativos do Ministério da Cultura (MinC) no campo das expressões culturais e o *design* de moda presente no campo das criações funcionais (SEC, 2012).

O trabalho artesanal de Grisard alimenta a coleção de moda “Alquimia”, possibilitando novas perspectivas e demandas como meio de valorização de trabalhos manuais, técnicas específicas e origens da localidade. Portanto, a

⁴ De acordo com o Ministério da Saúde (BRASIL, 2021, *online*): “A Covid-19 é uma infecção respiratória aguda causada pelo coronavírus SARS-CoV-2, potencialmente grave, de elevada transmissibilidade e de distribuição global”, e o primeiro caso foi registrado em 31 de dezembro de 2019, na República Popular da China.

inovação e a visibilidade do projeto incentivam empresas que desconhecem os princípios e processos que abastecem a EC, fomentando novas alternativas, como o lançamento de coleções diferenciadas no *design* de moda.

3.1.5 Mapa da coleção “Alquimia”

A Figura 6 a seguir apresenta o mapa da coleção “Alquimia” desenvolvida pela primeira autora deste artigo. Observam-se oito *looks* com ilustração de estampas inspiradas nas obras da artesã, como também os colares de madeira confeccionados pela mesma.

A autora da coleção tem como foco ressignificar os produtos artesanais e manter as características e a essência da artesã ao longo do processo de criação.

Figura 6 - Mapa da coleção



Fonte: Elaborada pela primeira autora (2021).

Os materiais utilizados pela artista em seus trabalhos, bem como os presentes na coleção, respeitam os princípios da sustentabilidade e convergem com os recursos provenientes do intelecto. O escopo da SEC (2012) alerta que grandes desequilíbrios ambientais são derivados da utilização desordenada de tecnologias poluentes e recursos naturais, em sua maioria com o objetivo de obter lucros e vantagens no mercado em um curto período.

Todos os croquis desenvolvidos foram inspirados utilizando-se do acervo da artesã, buscando autenticidade e harmonia com o tema do PC, fundamentados nos princípios da EC e promovendo o trabalho da artista.

A inserção do artesanato na coleção reforça a originalidade das peças, como

também a escolha de cores, nuances e estampas que apresentam o diálogo com a natureza e o conceito do projeto. Baseados no Plano da SEC (2012), a criatividade e o conhecimento são considerados os insumos para a excelência da inovação, tornando-se essenciais para os desenvolvimentos social e econômico.

3.1.6 Renderização em formato 3D

Após o desenvolvimento literário e *book* de coleção realizados, foi selecionado um *look* por uma banca avaliadora, composta pelas professoras da disciplina de Desenvolvimento de Coleção Final, para ser renderizado em formato 3D, visto que a pandemia do covid-19 e as restrições estabelecidas pela instituição de ensino impossibilitaram a realização de encontros e a confecção presencial das peças.

Figura 7 - *Look* selecionado



Fonte: Elaborada pela primeira autora (2021).

A Figura 7 apresenta o *look* escolhido para criação em formato tridimensional. Pretende-se, com a ilustração desenvolvida pela primeira autora deste artigo, transmitir a conexão entre a moda e o artesanato, em razão de cada detalhe do processo criativo elaborado com a contribuição da primeira autora e da artesã, bem como a troca de conhecimentos e técnicas específicas e a valorização de elementos culturais.

Para Santana (2013), técnicas artesanais são conhecimentos passados de

geração em geração, e o produto criado pelo artesão, em sua maioria, conta uma história, seja esta familiar ou até mesmo de uma região. Dessa forma, a função simbólica pode ser considerada como a mais importante do processo artesanal, pois o carinho e o cuidado na realização de cada detalhe são um diferencial em relação aos produtos industriais.

Figura 8 - *Look* em formato 3D produzido pela Hol studio



Fonte: Acervo da primeira autora (2021) conforme material elaborado pela Hol studio em 2021.

Na Figura 8 é possível observar o *look* selecionado em formato 3D, produzido pela empresa Hol studio, responsável por renderizar a apresentação do desfile de moda digital *I'FASHION 2021/22*. A pesquisa e o desenvolvimento criativo da coleção desde o princípio se deram com o compartilhamento de ideias, inspirações e conhecimentos entre a primeira autora do artigo e a artista, até mesmo a elaboração dos detalhes, como por exemplo a opção de deixar descalço o manequim digital, com o objetivo de transmitir a conexão com o solo e as energias naturais da terra, reforçando a temática da coleção.

A inserção do trabalho manual de Grisard na coleção de moda “Alquimia” cumpre um papel de catalisador da identidade cultural, desenvolvendo um produto com responsabilidades social e ambiental que o diferencia dos convencionais, possuindo propósito e conteúdo em sua criação.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo proporcionou a realização de uma análise de coleção de moda autoral, utilizando-se dos pilares da economia criativa com base na valorização do artesanato local. O processo de fundamentação teórica ocorreu por meio de consultas bibliográficas e coleta de dados em repositórios de pesquisa científica. Foi possível constatar que o assunto central da pesquisa, a EC, está em constante evolução e cada vez mais em voga no mercado atual.

A aplicação dos conceitos da EC foi amplamente utilizada em todo o processo de desenvolvimento, no qual a primeira autora se preocupou com que a produção das etapas ocorresse de forma sustentável, usando materiais e técnicas naturais, valorizando os conceitos e respeitando as originalidades do trabalho da artesã, no intuito de promover sua arte e a diversidade da cultural local, isso resultou em produtos para uma coleção de moda autoral.

A análise do *book* de coleção ocorreu a partir do detalhamento de todo o processo criativo, descrevendo-se cada etapa, desde o planejamento inicial até o protótipo final, sob a ótica da EC. Esta pesquisa possibilitou visualizar a junção do artesanato e o *design* de moda, a troca de informações e experiências entre a primeira autora do artigo e a artista.

Ressaltou-se neste trabalho a necessidade de compreensão do potencial da EC e sua vasta área de atuação, proporcionando a aquisição de conhecimento do processo de desenvolvimento de uma coleção de moda autoral. Enfim, com a realização deste estudo foi possível visualizar a importância de incentivar empresas de moda a inserirem em seus processos criativos os princípios da EC, possibilitando desenvolver coleções diferenciadas no *design* de moda, que proporcionem competitividade a partir de produtos de moda inovadores.

ALCHEMY: ANALYSIS OF A COLLECTION OF AUTHOR FASHION FROM THE POINT OF VIEW OF THE CREATIVE ECONOMY

Abstract: The Creative Economy (CE) can be configured as activities arising from intellectual capital, in which the generation of values that constitute products and services comes from creativity. This article has the general objective of understanding the dynamics and strategies of the creative economy in the development of an authorial fashion collection project entitled “Alchemy”, which was elaborated in the curricular component of Development of the Final Collection of a higher course in Technology in Fashion Design from the city of Araranguá (SC). The research is characterized as qualitative and applied and it is intended, through this research, to carry out an analysis of the creative development of the project from the perspective of the creative economy. As a result, we present a fashion collection with eight looks, one of which was selected and produced in 3D format for the virtual fashion show of one of the present authors of this article.

Keywords: Creative Economy. Craftsmanship. Author Fashion. Collection Development.

REFERÊNCIAS

ARTIGAS, L. Pra pensar. **FFW**, [S.l.], 16 jul. 2012. Disponível em: <https://ffw.uol.com.br/noticias/sustentabilidade/o-que-e-economia-criativa-e-como-ela-pode-transformar-o-mundo/>. Acesso em: 9 jun. 2022.

ASSOCIAÇÃO DE CULTURA GERAIS (ACG); FUNDAÇÃO RENOVA. **Minha casa em mim**. Mariana; Belo Horizonte, 2019. Disponível em: <http://www.minhacasaemmim.com.br/>. Acesso em: 10 maio 2022.

BARROSO NETO, E. **Artesanato e mercado** - segundo módulo. [S.l.]: [s.n.], 2001. Disponível em: https://www.rededegestoresecosol.org.br/wp-content/uploads/2015/11/cartilha_artesanato_e_mercado_autor_joao_roberto_pinto.pdf. Acesso em: 27 abr. 2022.

BRASIL. Ministério da Saúde. **O que é a Covid-19?** 8 abr. 2021. Disponível em: <https://www.gov.br/saude/pt-br/coronavirus/o-que-e-o-coronavirus>. Acesso em: 27 jun. 2022.

BERLIM, L. G. **Moda e sustentabilidade**: uma reflexão necessária. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2012.

BERLIM, L. G. **Transformações no campo da moda**: crítica ética e estética. 2016. 342 f. Tese (Doutorado em Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade) - Instituto de Ciências Humanas e Sociais, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2016.

BOECHAT, L. **Entre memória e mercado**: identidade, (re)significação e cultura empresarial. Rio de Janeiro: Gramma, 2016.

DAICAMPI, M.; BETTA, E. P. da S. O encanto dos fios que entrelaçam a moda: o artesanato nas passarelas do São Paulo Fashion Week. **Revista Científica Semana Acadêmica**, Fortaleza, ano MMXVIII, n. 126, p. 1-16, 20 jul. 2018. Disponível em: https://semanaacademica.org.br/system/files/artigos/artigo_maiara_daicampi_1.pdf. Acesso em: 2 maio 2022.

ERNER, G. **Vítimas da moda?** Como a criamos, por que a seguimos. Trad. Eric R. R. Heneault. São Paulo: Senac São Paulo, 2005.

FLETCHER, K.; GROSE, L. **Moda e sustentabilidade**: design para a mudança. Trad.: Janaína Marcoantonio. São Paulo: Sesc São Paulo, 2019.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

GRISARD, P. [Perfil]. [S.l.], 2021. Instagram: @patriciagrisard. Disponível em: <https://www.instagram.com/patriciaagrisard/>. Acesso em: 7 abr. 2022.

HOWKINS, J. **Economia criativa** – como ganhar dinheiro com ideias criativas. São Paulo: M. Books do Brasil, 2013.

JONES, S. J. **Fashion design**: manual do estilista. São Paulo: Cosac Naify, 2005.

KAULING, G. B. **Estudo da inserção da gestão do design no processo de desenvolvimento de produtos de empresas de confecção de Araranguá/SC**. 2011. Dissertação (Mestrado em Design) – PGDESIGN, UFRGS, Porto Alegre, 2011.

KELLER, J. **Gestão do design na moda**: processos que agregam valor e diferencial ao produto da moda. 2004. 149f. Dissertação (Mestrado em Mídia e Conhecimento) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2004.

KORNER, E. O painel visual como ferramenta para desenvolvimento de produtos de moda. *In*: GAMPI PLURAL, 5., 19-23 out. 2015, Joinville. **Anais [...]**. Joinville: Univille, 19-23 out. 2015.

KUBO, M. M. **Moda e economia criativa**: um estudo de possibilidades. 2015. 49f. Trabalho de Conclusão de Curso (Tecnólogo em Design de Moda) - Universidade

Tecnológica Federal do Paraná, Apucarana, 2015. Disponível em: https://repositorio.utfpr.edu.br/jspui/bitstream/1/5868/4/AP_CODEM_2015_2_04.pdf. Acesso em: 15 maio 2022.

MAIA, M. F. A. F. C. **O artesanato urbano como valor agregado à moda autoral produzida na cidade de Belém do Pará**. 2014. Dissertação (Mestrado em Artes) - Universidade Federal do Pará, Belém, 2014. Disponível em: <http://repositorio.ufpa.br/jspui/handle/2011/7420>. Acesso em: 7 abr. 2022.

MANZINI, E. **Design para a inovação social e sustentabilidade**: comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projetuais. Rio de Janeiro: E-papers, 2008.

MARCHI, L. de. Análise do Plano da Secretaria da Economia Criativa e as transformações na relação entre estado e cultura no Brasil. **Intercom - RBCC**, São Paulo, v. 37, n. 1, p. 193-215, jan./jun. 2014. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/interc/a/6KpyxCsZjRDtFM39FDP3L9P/?lang=pt&format=pdf>. Acesso em: 27 jun. 2022.

MIRANDA, A. P. C. O que é uma marca de moda alternativa? What is a underground fashion brand? *In*: COLÓQUIO DE MODA, 4., 29 set. a 2 out. 2008, Novo Hamburgo. **Anais [...]**. Novo Hamburgo: Feevale, 29 set. a 2 out. 2008.

NEWBIGIN, J. **A economia criativa**: um guia introdutório. Trad. Diana M. Rey e João Loureiro. Londres: British Council, [2010]. (Série Economia Criativa e Cultural). Disponível em: https://creativeconomy.britishcouncil.org/media/uploads/files/Intro_guide_-_Portuguese.pdf. Acesso em: 27 jun. 2022.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS (ONU). **Relatório de economia criativa**: economia criativa: uma opção de desenvolvimento viável. Brasília: Secretaria da Economia Criativa/MinC; São Paulo: Itaú Cultural, 2012. Disponível em: https://unctad.org/system/files/official-document/ditctab20103_pt.pdf. Acesso em: 27 jun. 2022.

RENFREW, E.; RENFREW, C. **Desenvolvendo uma coleção**. Porto Alegre: Bookman, 2010. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788577808700/>. Acesso em: 8 jun. 2022.

SANTANA, M. F. Design e artesanato: fragilidades de uma aproximação. **Cadernos de Gestão Social (CGS)**, Salvador, v. 4, n. 1, p. 103-115, jan./jun. 2013. Disponível em: <https://redeartesanatobrasil.com.br/download/design-e-artesanato-fragilidades-de-uma-aproximacao/#>. Acesso em: 18 maio 2022.

SECRETARIA DA ECONOMIA CRIATIVA (SEC). **Plano da Secretaria da Economia Criativa**: políticas, diretrizes e ações, 2011 – 2014. Brasília: Ministério da Cultura, 2012. Disponível em: <https://garimpodesolucoes.com.br/wp-content/uploads/2014/09/Plano-da-Secretaria-da-Economia-Criativa.pdf>. Acesso em: 11 abr. 2022.

SEIVEWRIGHT, S. **Fundamentos do design de moda**. Trad. Edson Furmankiewicz. Porto Alegre: Bookman, 2009.

SEIVEWRIGHT, S. **Fundamentos de design de moda 1: pesquisa e design**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.

TREPTOW, D. E. **Inventando moda: planejamento de coleção**. 5. ed. São Paulo: Edição da Autora, 2013.