

Universidade Federal de Pernambuco
Centro Acadêmico do Agreste
Curso de Design

O Deus do barro: coleção de vestuário com referência nas obras de Mestre Vitalino

IRENE THAMYRES SOBRAL DE OLIVEIRA RIBEIRO

Caruaru, 2018

Irene Thamyres Sobral de Oliveira Ribeiro

O Deus do barro: coleção de vestuário com referência nas obras de Mestre Vitalino

Projeto de graduação apresentado como requisito final para à obtenção do título de Bacharel do Curso de Graduação em Design, da Universidade Federal de Pernambuco, Campos do Agreste.

Orientador: Profa. Flavia Zimmerle Da Nobrega costa

Caruaru, 2018

Catálogo na fonte:
Bibliotecária – Simone Xavier - CRB/4 - 1242

R484d Ribeiro, Irene Thamyres Sobral de Oliveira.
 O Deus do barro: coleção de vestuário com referência nas obras do mestre Vitalino. /
 Irene Thamyres Sobral de Oliveira Ribeiro. - 2018.
 61f.; il.: 30 cm.

 Orientadora: Flávia Zimmerle da Nóbrega Costa.
 Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso) – Universidade Federal de Pernambuco,
 CAA, Design, 2018.
 Inclui Referências.

 1. Moda. 2. Cultura. 3. Moda. 4. Vitalino, 1909-1963. 5. Vestuário. I. Costa, Flávia
 Zimmerle da Nóbrega (Orientadora). II. Título.

740 CDD (23. ed.)

UFPE (CAA 2018-113)

PARECER DE COMISSÃO EXAMINADORA
DE DEFESA DE PROJETO DE
GRADUAÇÃO EM DESIGN DE

IRENE THAMYRES SOBRAL DE OLIVEIRA RIBEIRO

**“O DEUS DO BARRO: COLEÇÃO DE VESTUÁRIO COM REFERÊNCIA NAS OBRAS DE
MESTRE VITALINO”**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentada ao
Curso de Design do Centro Acadêmico do Agreste da
Universidade Federal de Pernambuco para a obtenção do
grau/título de bacharel/licenciado em Design.

Aprovado em: 26/06/2018.

BANCA EXAMINADORA

Profº. Dr. Flávia Zimmerle da Nóbrega Costa (Orientador)
Universidade Federal de Pernambuco

Profa. Nara Oliveira de Lima Rocha (Examinador Interno)
Universidade Federal de Pernambuco

Marcel Perreira Feitosa (Examinador Externo)

À minha família, por sua capacidade de acreditar em mim e investir em mim. Mãe, seu cuidado e dedicação foi que deram, em alguns momentos, a esperança para seguir, sua presença significou segurança e certeza de que não estou sozinho nessa caminhada..

Agradecimentos

Agradeço...

A Deus, por todas as oportunidades a mim concedidas para que chegasse até aqui. Por ter me guardado e protegido e ter dado muita paciência para terminar e este dia chegasse e assim pudesse realizar meu grande sonho de me formar.

A professora Dani, pelo seu esforço e por ter acreditado na minha capacidade de realizar este trabalho, me acalmando nos dias de loucura e dizendo que eu iria terminar.

A minha orientadora Flávia, que me aceitou no último mês como orientanda, e acreditou que juntas poderíamos terminar esse trabalho, me fazendo concluir e me ajudando bastante e me incentivando sempre.

A minha família, ao meus pais e especialmente minha mãe, por estar ao meu lado me apoiando incondicionalmente nas minhas decisões e me proporcionando toda ajuda necessária, sem ela eu não teria nem começado a faculdade, minha querida e dramática irmã Thaysa, e todas nossas fofocas e ridas nas madrugadas.

Ao meu noivo e, amigo, Leandro, pela paciência, nos dias que eu estava nervosa, carinho, ajuda e amor que me fez acreditar na conclusão deste trabalho. São sete anos de muito cumplicidade.

A minha melhor amiga Fran, que sempre me escutou e chorou junto comigo, pelas risadas, alegria e amizade ao longo dos anos, que me motivaram a chegar até aqui.

Minhas amigas Luana, Fernanda e Rayane, que estiveram junto comigo em toda jornada na universidade, foram quatro anos de muitas histórias, festas e risadas, vou sentir falta, mas vou aperrear vocês de madrugada ainda.

Resumo

Esse trabalho apresenta o passo a passo da criação de uma coleção baseada no estudo sobre cultura popular brasileira, como reafirmação de tradição passadas materializadas nos objetos, usando como fonte de inspiração as obras um dos principais ícones da cidade de Caruaru, o Mestre Vitalino. Para criação de uma coleção de vestuário onde pudesse estudar os aspectos que chamam atenção em suas peças e transforma-los em elementos e acreditando que o uso da escultura no processo de inspiração pode levar muitos nordestinos a se identificarem com sua realidade do dia a dia, revelando seus traços culturais e ambientais e assim aproximando o público da criação, foram criadas dezesseis peças usando o método de Simões (2009) que usa de quatro etapas, também usamos neste processo de construção e investigação: análise documental e referências bibliográficas para dar base para a criação de um projeto de design que poderá ver Vitalino com outros olhos além de escultor, mas também como ícone da cidade de Caruaru.

Palavra-chave: Mestre Vitalino, Cultura e Coleção de moda

Abstract

This work presents the step by step of creating a collection based on the study of Brazilian popular culture, as a reaffirmation of past tradition materialized in objects, using as inspiration source the works one of the main icons of the city of Caruaru, Mestre Vitalino. To create a collection of clothing where he could study the aspects that draw attention to his pieces and transform them into elements and believing that the use of sculpture in the process of inspiration can lead many Northeastern to identify with their day to day reality, revealing its cultural and environmental traits and thus bringing the public closer to creation, sixteen pieces were created using the Simões method (2009) that uses four stages, we also use in this process of construction and investigation: documentary analysis and bibliographic references to provide a basis for the creation of a design project that could see Vitalino with other eyes besides sculptor, but also as icon of the city of Caruaru.

Keyword: Vitalino Master, Culture and Fashion Collection

Lista de figuras

Figura 1. Coleção Abaporu da osklen.....	12
Figura 2. Mestre Vitalino e sua criação.....	24
Figura 3 - Casa-Museu de Mestre Vitalino	25
Figura 4 - Obra O noivo e a noiva.....	26
Figura 5 - Cachorro mordendo teju.....	26
Figura 6 - Obra os retirantes.....	27
Figura 7 - Obra gato de maracajá.....	28
Figura 8. Painel de público alvo.....	37
Figura 9. Painel de tendência	40
Figura 10. Painel de conceito	41
Figura 11. Paleta de cores, caderno inova moda	42
Figura 12. Paleta de cores, escolhida para coleção	42
Figura 14. Rascunhos das criações.....	43
Figura 15. Blusas sem mangas	45
Figura 17. Saia e Pantacourt.....	46
Figura 18. Macacão	47
Figura 19. Vestidos.....	47
Figura 20. Ficha técnica 1	48
Figura 21. Ficha técnica 2	49
Figura 22.ficha técnica 3.....	50
Figura 23. Blusa com manga fashion	53
Figura 24. Macacão básico.....	54
Figura 25. Short <i>fashion</i>	55

Lista de quadros e tabelas

Quadro 1- Temáticas e estações para coleção em vendas e vitrines	35
Quadro 2- Estilos de Vida para segmentação de mercado.....	36
Tabela 1- variedade de estilo	38
Tabela 2-variedade de produto.....	39

Sumário

1.	INTRODUÇÃO	11
1.1	Pergunta de pesquisa	14
1.2	Objetivo Geral	15
1.3	Objetivos Específicos	15
1.4	Justificativa	15
1.5	Organização do Trabalho	16
2.	REFERENCIAL TEÓRICO	17
2.1	A Cultura como tema da coleção	17
2.2	Mestre Vitalino: Vida e Obra	24
2.3	Desenvolvimento de coleção de moda	29
3.	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS ADOTADOS	32
3.1	Classificação de Pesquisa	32
3.2	Metodologia Projetual	33
4.	APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	35
4.1	Rabiscando	35
4.2	Aliavando	38
4.3	Ajustando	39
4.4	Arrematando	45
4.4.1	<i>Apresentação das peças</i>	52
5.	CONSIDERAÇÕES FINAIS	55
	REFERÊNCIAS	57
	ANEXO A- FICHA TECNICA	60

1. Introdução

Podemos entender a valorização e o conhecimento de uma cultura a partir de suas características étnicas, hábitos, costumes, modos de vida e tradições de grupos que vivem em determinado território e época. Especificamente no âmbito nacional, são esses ocorridos da nossa sociedade que fazem com o que o Brasil seja considerado multifacetado em termos culturais, uma vez foi formado pela miscigenação de diversos grupos étnicos, devendo-se isso também a sua própria extensão territorial. É importante saber nosso país foi formado essa diversidade cultural, e que a mesma foi e continua sendo produzida por grupos sociais e políticos no decorrer de sua história e que, de acordo com o modo que se comportam na sua vida social, criam hábitos e costumes próprios que os diferencia de outros grupos.

A partir da compreensão desses aspectos, é possível criar utilizando traços ou elementos de uma cultura de modo a valorizar um produto. Essa escolha, além de gerar valor para o produto por sua singularidade, ajuda a disseminar os valores específicos de um modo de vida, promovendo o entendimento e o respeito à cultura de um povo. Nesta pesquisa vamos investigar como se dá a relação entre a cultura e a sociedade, que as faz modificar-se ao longo do tempo, e de quais expressões culturais o designer pode utilizar para a construção das formas simbólicas. Por meio dessa pesquisa, trataremos dos principais componentes que envolvem o conceito de cultura, sua relação com a arte e, além de como a cultura cria todos os aspectos de formação de uma sociedade como comportamentos, pensamentos, expectativas e educação. Ao mesmo tempo em que as culturas preservam tradições, elas também integram tradições de outras culturas e de outros povos, inserindo novos costumes, transformando tradições etc.

Contudo, a cultura em uma sociedade pode analisada de diversas formas, sob diversos olhares. Primeiramente, não existe uma cultura melhor que outra, o que a valoriza é, exatamente, esse foco ou olhar. Segundo Pena, no site mundo e educação (2018), as sociedades se modificam, evoluem, passam por crises de valores, porém a cultura permanece. Com a chegada da globalização em nosso cotidiano, cada ser humano tem sua identidade orientada pela sua cultura e isso não se desfragmenta, as

transforma, mesmo com evolução das máquinas e tecnologia. Muito está relacionado com a expressão artística, principalmente no dia a dia. Nas artes, ela pode ser explorada de diversas formas, e assim se adaptando as mudanças.

Na visão de designers do vestuário é de suma importância o uso de elementos e contextos culturais, uma vez que deles se alimentam e usando-os para destacar e valorizar suas peças; a partir dessas ricas fontes de inspiração, esses criadores produzem significados para suas coleções. Oskar Metsavaht, por exemplo, usou as obras de Tarsila do Amaral, uma artista que foi uma das figuras centrais da pintura na primeira fase do movimento modernista no Brasil. Nela se inspirou para desenvolver uma *pocket collection* da marca de roupas e acessórios Osklen, fazendo uma junção de cultura e moda. Podemos ver uma imagem do desfile apresentado pela marca na Figura 1.

Figura 1. Coleção Abaporu da osklen



Fonte: CICREIRA, 2018.

Podemos entender que designers de moda e marcas quase sempre irão associar sua criação a um estudo, seja ele cultural ou não, adaptando tendências e trazendo para as necessidades e gostos do público que ele quer atingir. Embora cada criador de produtos de moda-vestuário possua uma bagagem de experiências únicas, que é trazida como elementos em suas criações, sempre deve prevalecer a inspiração

na qual ele está se referenciando, como também cabe a ele fazer com que o público-alvo da marca entenda a proposta lançada, para assim se identificar e consumir os produtos criados.

Como as manifestações culturais são representadas geralmente da forma visual, podemos entender que arte é muito relacionada com a cultura, especialmente em sua questão de representação. Afinal, os objetos artísticos que são responsáveis por colocar sentidos na experiência vivida por cada indivíduo. Desse modo, cabe a interpretação de cada um, mas principalmente a capacidade de expressão do artista, as relações que o público faz com esses objetos. No geral, são os costumes e as crenças que irão entrar na vida das pessoas de forma significativa, fazendo com que cada indivíduo interprete o que foi passado de maneira diferente, e de que modo essas pessoas vão sofrer influência.

A cidade de Caruaru é rodeada de referências culturais, pois a principal renda da cidade vem da venda de variados objetos na feira de Caruaru, na feira podemos identificar como é importante para o nordestino e como é fácil identificar quem é daquela região por suas marcas corporais, uma troca de não somente objetos, mas também de cultura, tradição e daquele povo dentro da feira, como diz Austregésilo:

A temporalidade do que se pode chamar de “nenhum lugar” aponta para os retratos que os rostos apresentam no queimado do sol que identifica, além da pele, homens e mulheres que, ali instalados, realizaram no tempo a exposição de suas trocas. A produção de cultura que resulta desse processo ergue um espaço, onde o real e o imaginário mesclam as fronteiras de unidades, binarismos recalcitrantes de um entendimento maior do povo nordestino. É o rosto o próprio retrato, a coleção infinita da formação cultural de um povo espalhado pelo mundo, espalhado dentro da feira (AUSTREGÉSILO, p.12, 2006).

Segundo Medeiros (2006) a Feira de Caruaru tem uma importância simbólica, sua produção artesanal vende produtos artesanais e todo o município, bem como de toda a região do Agreste Pernambucano. Por muito tempo só se tinha a feira como ponto de venda do artesanato, então os moradores do Alto do Moura levavam suas criações para lá serem comercializadas, e essas retratavam o seu dia-a-dia.

Atualmente existem pontos de venda no próprio Alto do Moura, porém não se deixou de vender na Feira.

A produção artesanal acontece de forma continuada, pelas várias atividades ainda praticadas pelas gerações sucessivas de artesãos que moram no Alto do Moura. Garças a força desta tradição familiar, a tradição de construir formas no barro é mantida viva. Apesar de muitas famílias recorrentemente passarem por dificuldades financeiras, isso não desestimulou nem o aprendizado nem a paixão pela arte.

O artista Mestre Vitalino, um dos principais ícones da cultura caruaruense, que era um morador do Alto do Moura. Esse reconhecido artista tem suas obras na região bastante consumidas pelos moradores e pelos visitantes. Segundo a pesquisadora Frota (1988), autora de livro sobre o artista, Vitalino foi um homem que transformou a região. Ele fez do trabalho com o barro, uma tarefa relativamente comum e de fácil acesso, ser reconhecido como arte no mercado nacional. Esse reconhecimento não veio apenas para suas obras, mas também para os vários escultores de sua geração e de depois dela, que a partir de seus ensinamentos e de suas referências de ceramista, ainda se mantém dessa atividade, como os 200 artesões hoje moradores do Alto do Moura, cujas famílias ainda vivem somente das peças que produzem.

Dono de um estilo marcante e pessoal, Mestre Vitalino trouxe para as esculturas gestos e posturas corporais de cenas vivenciadas no dia a dia do artesão. Vale salientar que as peças de barro antes eram, digamos, mais funcionais, produzidas para utensílios domésticos. O sucesso da mudança veio da valorização dos traços e técnicas culturais, pois o artista ressaltou a cultura nordestina e assim fez as pessoas se identificarem com a simplicidade e autenticidade, virando um modelo para a população de artesões locais e posteriormente para os do restante do Brasil. Considerando essas reflexões e partindo da intenção de valorização cultural que se pretendeu com essa pesquisa, chegou-se ao seguinte questionamento:

1.1 Pergunta de pesquisa

Como criar uma coleção de produtos de vestuário baseada nas obras de Mestre Vitalino?

1.2 Objetivo Geral

Desenvolver uma coleção de produtos de vestuário com referências da obra de Mestre Vitalino.

1.3 Objetivos Específicos

- A Explanar sobre cultura e cultura popular;
- Apresentar vida e obra de Mestre Vitalino;
- Pesquisar metodologias de design de moda para desenvolver coleções;
- Aplicar metodologia de design de moda para desenvolvimento da coleção com referências do mestre Vitalino.

1.4 Justificativas

O objetivo desse trabalho foi desenvolver uma coleção de moda casual inspirada nas obras de Mestre Vitalino. Ao reconhecer e demonstrar a importância desse artesão para a Cidade de Caruaru, região em que a Universidade está inserida, buscamos ressaltar a importância da cultura popular como um potencial manancial de referências para criação de um design diferenciado e exclusivo. Esse trabalho tem por objetivo construir uma coleção que transforme o elemento cultural, respeitando os costumes e tradições daqueles que vivem nela.

Acreditamos que o uso da escultura do Mestre Vitalino no processo inspiração pode levar muitos nordestinos a se identificarem com sua realidade do dia a dia, por revelarmos seus traços culturais e ambientais, utilizando para tanto uma linguagem de moda. Por sua vez, a necessidade de fazer intervenções de design, apoiados em uma metodologia de criação de coleção de vestuário, nos propicia a alcançar um resultado satisfatório, tanto academicamente, quanto para nossa cultura, podendo ser base para outros trabalhos acadêmicos que pretendem usar a cultura como fonte principal de seus trabalhos. Ao trazer essas discussões sobre como obter uma coleção específica de um tema e toda sua preocupação com o mercado e o público-alvo, este trabalho também contribui para revelar diretamente a maneira como os indivíduos decidem

efetuar a compra de um produto, indicando como as empresas podem desenvolver apelos de venda, em consonância com a vivência desse público.

1.5 Organização do trabalho

Desse modo, este trabalho está organizado em cinco capítulos. O primeiro apresenta a introdução, onde se tem uma breve contextualização sobre o assunto, com pergunta de pesquisa, onde é encontrado o problema, objetivo geral, que sabemos o que almejamos com esse trabalho, objetivo específico, as definições que buscamos e justificativa, explicando o porquê da realização do mesmo.

O segundo capítulo conceitua de forma sucinta a cultura popular complementando dizendo que o homem é o resultado do meio cultural em que foi socializado e herda essa cultura construída ao longo do tempo por um processo acumulativo, ainda no referencial teórico fala-se um pouco da vida de Mestre Vitalino, de modo a compreender como a cultura é contada por meios de suas obras; essa parte é muito importante, pois é a partir de suas obras que esse trabalho será construído. E como último tópico, explicando um pouco como é feita uma pesquisa, para a construção de uma coleção de moda segundo Treptow.

O terceiro apresenta a metodologia utilizada e os objetivos a serem alcançados a partir deste tema. O método de desenvolvimento de coleção de vestuário escolhido foi o de Simões (2009). O mesmo aqui é posto em prática para organizar a criação, a execução e a produção de uma coleção.

O capítulo quatro apresenta os resultados alcançados em cada etapa, a partir da aplicação da metodologia. A mesma se realizou em quatro partes, que são: rabiscando, alinhavando, ajustado, arrematando. Essas etapas trazem a variedade de estilo e produto, tendências e conceitos utilizados, cores e materiais, elementos de estilo e criação usados, tendo por base de inspiração as obras de Vitalino. Nessa fase os painéis imagéticos e as tabelas elaboradas fornecem melhor compreensão do que foi o objetivo do trabalho.

O quinto parágrafo contém nossas considerações finais.

2. Referencial Teórico

Nesse capítulo apresentamos nosso referencial teórico, iniciando por mostrar como é entendida a cultura de acordo com diferentes autores e como a mesma influencia e determina, de forma significativa, a vida das pessoas de uma região. Nesse tópico tratamos de como a globalização e a cultura de massa exercem influências nos modos de vida atuais, trazendo modificações culturais e impondo adaptações a diferentes situações do cotidiano. A cultura é abordada no sentido de justificar a importância da escolha temática para o desenvolvimento dessa coleção. No tópico seguinte abordamos um pouco da vida e da história do Mestre Vitalino, o escultor cuja obra selecionamos para nossa inspiração, por sua representatividade na cultura da região nordestina, especificamente a de Caruaru; a partir dessa referência criamos a coleção de vestuário objeto desse projeto. Por fim abordamos acerca dos conhecimentos necessários para o desenvolvimento de uma coleção de produtos de moda.

2.1 A cultura como tema da coleção

A Cultura embasa os conhecimentos de uma sociedade e gera significados acerca de costumes, manifestações (música, Literatura, dança e folclore), tradições, religião, arte e ambientes cotidianos. Segundo Laraia (2006, p.25), “tomando em seu amplo sentido etnográfico [cultura] é este todo complexo que inclui conhecimentos, crenças, arte, moral, leis, costumes ou qualquer outra capacidade ou hábitos adquiridos pelo homem como membro de uma sociedade”. Sendo assim, o desenvolvimento das atividades e práticas geradas por cada indivíduo, separadamente ou em conjunto, possuem e exercem significações na cultura.

Cuche (2012, p.103) esclarece que, para “além disso, a palavra ‘cultura’ também tem sido utilizada em diferentes campos semânticos em substituição a outros termos como ‘mentalidade’, ‘espírito’, ‘tradição’ e ‘ideologia’”. Pode-se dizer que tudo que se é pensado ou produzido por um grupo em sua vida social e, é transmitido de

geração para geração, pode receber tal nomeação. Segundo Cuche (2012) no Século XIX começou a se chamar de cultura todas as atividades artísticas.

Desde a Antiguidade, estudiosos tentam explicar os diferentes comportamentos da sociedade, e as variações dos ambientes. Essa mistura de raças e linguagens, criaram alguns padrões de comportamento, mas “os antropólogos estão totalmente convencidos de que as diferenças genéticas não são determinantes das diferenças culturais” (LAIARA, 2006, p.17), que também não depende especificamente da nacionalidade, mas sim do contexto onde se é educado.

A questão envolve o que Hall (2006) trata por identidade cultural. Hall (2006) afirma que a identidade cultural não está vinculada ao local onde nascemos, que é metafórico falar que somos de determinado lugar, pois com o processo de globalização e suas mudanças constantes, as diferenças culturais foram minimizadas. O autor analisa um processo amplo de mudanças que inclui a globalização e seu impacto sobre as identidades culturais, e considera que esse conceito (identidade cultural) que, na modernidade tinha por base o pertencimento a uma cultura nacional, foi deslocado. Nesse processo, estruturas sociais antes consideradas sólidas, foram estremecidas, assim como ocorreu com várias bases referenciais do mundo social. Assim, as antigas identidades que por séculos estabilizaram o mundo social, sofreram fragmentação e transformação, abrindo espaço para o surgimento de novas identidades.

Saramago (2001) também avalia que as influências mútuas entre contextos culturais particulares foram trazidas pela globalização, e geram condições que não podem ser minimizadas; além de não trazerem benefícios para todos e gerarem desigualdade entre pessoas.

Desta forma, significa que as identidades culturais estão sofrendo mudanças com a globalização, e que muitas comunidades vivem na memória do passado, e imaginam novas, “são atravessadas por profundas divisões e diferenças internas, sendo unificadas apenas através do exercício de diferentes formas de poder cultural” (HALL, 2006, p.62). Neste sentido o autor fala que nesse contexto as nações tornaramse “híbridos culturais”, e avalia que isso se dá principalmente pelas ações da indústria do entretenimento, em produtos como músicas, cinema, televisão, livros,

internet, jogos para computador, todos na grande maioria, oriundos da cultura de massa americana. Tais artefatos foram disseminados e caíram no gosto do consumo popular mundial, influenciando culturas.

Salientamos que, embora existam influências mútuas, cultura popular difere de cultura de massa. Chaui (1986) explica a diferença entre a cultura popular e a cultura de massa, considerando a divisão de classes sociais. Para ele, a cultura de massa é aquela transmitida pelas mídias, onde determinada classe dominante/ empoderada dita as normas por meio da publicidade e dos meios de comunicação, e assim, a mesma não é considerada a cultura específica de um povo, exatamente por ser programada e não criada no imaginário. A cultura do povo é própria, desenvolvida historicamente e inclui a não-identificação de uma classe com outras classes.

A divisão se estabelece como oposição pois, para alguns autores, a inserção de novas identidades culturais pode prejudicar a tradição, pois seu próprio processo de disseminação inicia uma desvalorização da cultura dos países. Entretanto, para outros, a cultura é viva, se transforma cotidianamente acompanhando às mudanças sociais e, nesse momento de processos globalizados, essa condição é representada pela cultura (híbrida), pois essa traduz a forma de vida que se organizou globalmente, com espaços e tempos – duas condições basilares para organização social – totalmente transformados.

Assim, podemos entender que, do mesmo modo que traz benefícios, o mundo globalizado contemporâneo traz também malefícios pois, temos muita interferência das mídias (celular, internet, jogos eletrônicos) e suas tecnologias, e a informação que é trazida por outros países tende a ser valorizada, diminuindo o contato dos jovens com as práticas artesanais tradicionais. Entretanto, a cultura popular vem de manifestações culturais regionais que são muito importantes para o desenvolvimento local. Nesse sentido, Chaui (1986, p.10) discute se essa "seria a cultura do povo ou a cultura para o povo? A autora levanta um importante questionamento ao diferenciar o que entende por cultura popular e por seu processo de construção.

Assim, supomos que o folclore e os produtos da tradição possam gerar renda.

De certo modo Hall (2006) explica essa valorização da cultura local. Segundo o autor, com o novo modelo de gestão descartável, existe a perda de identidade, pois existem três etapas que passam os processos de globalização de identidades, sendo

elas: a desintegração em que acontece a perda dos costumes; portanto, surge o reforço pela resistência às mudanças e lugares que tentam valorizar e exaltar a cultura; e, por fim, a mutação dessa cultura. Para o autor ao final do circuito dessas etapas a tradição tende a ser esquecida, uma vez que "o efeito geral desses processos globais tem sido o de enfraquecer ou solapar formas nacionais de identidade cultural. [...] existem evidências de um afrouxamento de fortes identificações com a cultura nacional, e um reforçamento de outros laços e lealdades culturais, acima e abaixo do nível do estado-nação" (HALL, 2006, p.73).

Williams (1979) também endossa nosso argumento pois, quando fala das tradições, salienta que alguns grupos sociais abandonados e sem recursos, usam a acepção de tradição como oposição à inovação e ao contemporâneo, não se restringindo somente ao "folclore" e as "exóticas" tradições e costumes. Isso porque, para Williams, a cultura engloba as maneiras de um grupo ou população se relacionar nos mais variados espaços: aqueles de educação formal e informal (nos quais são transferidos conhecimentos práticos, ofícios, preceitos morais, formas de relacionamento familiar, na vizinhança, etc. através da oralidade e dos exemplos reais); e também, embora não somente, no lazer, na expressão da fé, na culinária, na música, dança, entre outros.

Seguindo essa linha de pensamento, ainda que exista modificações comerciais com a globalização e suas ameaças, ao mesmo tempo também se reforça o valor de culturas singulares, e se deseja consumir produtos que as represente. Assim, existem apreciadores, portanto consumidores, para a arte cultural que emerge de tradições e de costumes, especialmente a que é feita à mão e sua técnica é passada de geração para geração. Por meio dessa arte se pode conhecer a linguagem de símbolos culturais peculiares, o que desperta a curiosidade, promove diferencial e desejo de consumo.

A escultura, por exemplo, permite ao seu criador apresentar suas ideias e seus costumes desde a pré-história, sendo utilizada junto com outras representações, tais como os desenhos e as pinturas. Essas artes representam suas crenças, histórias e contos, já que a escrita não era ainda utilizada, fazendo com que a arte tenha um grande valor por seu significado na linguagem de expressão. Ao visualizar uma escultura, o indivíduo passa a ter uma ligação com o escultor, pois entra em contato

com suas vivências e aspectos da cultura, sendo isso de extrema importância quando se trata de uma cultura secular. Nelson (2010, p. 71.) endossa que “a obra de arte popular constitui um tipo de linguagem por meio da qual o homem do povo expressa sua luta pela sobrevivência. Cada objeto é um momento de vida. Ele manifesta o testemunho de algum acontecimento, a denúncia de alguma injustiça”.

Por sua vez, o conhecimento/divulgação das expressões populares regionais fortalece a valorização das mesmas e traz desenvolvimento para a região, sendo esse um dos seus principais objetivos. Consideramos de grande importância se estudar como os aspectos culturais vem sofrendo alterações em suas tradições, e como isso pode afetar os fatores econômicos de produção e trabalho locais, inclusive ponderando os riscos da própria sobrevivência dos artesãos, pois quanto maior for a visibilidade desse tipo de produto, maiores serão as oportunidades de consumo e geração de renda.

Nesse sentido, vivemos em um país rico em tradições culturais. A miscigenação própria à nossa cultura, possibilitou o desenvolvimento de tradições particulares em cada cantinho do Brasil. Falar em cultura brasileira torna imprescindível considerar suas origens, uma vez que esse patrimônio vem sendo construído desde a colonização dos portugueses, seu encontro com os índios, a escravidão que também trouxe ao país os africanos, os bantos e os sudaneses, a migração (após o século XIX) dos espanhóis, holandeses, franceses, italianos, alemães, asiáticos, árabes, judaicos, entre outros, compondo nossa cultura mista e rica. Contudo, em cada região do país ela se desdobrou, criou seu próprio sistema de símbolos, assumindo padrões de fácil identificação por região.

Com tal diversidade, o Brasil possui várias culturas e cada representação dessas pertencem ao nosso imaginário e ao imaginário do que é ser brasileiro. Apesar da desigualdade social que enfrenta o país, nele reside um povo criativo formado pelo hibridismo cultural. No estado de Pernambuco nascemos envolvidos pela cultura regional muito rica, que se estende da literatura, a produção artesanal e musical. Nossas representações folclóricas são marcantes e vivas, cheias de cor, e em cada época do ano possuímos festejos peculiares. Nesse sentido, podemos entender como a mídia globalizada é benéfica, uma vez que, ao divulgar nossas tradições, valoriza nossos costumes, fortalecendo-os.

Assim ao produzir artefatos culturais se promove a cultura particular, também se incentiva a comercialização, se gera renda para as pessoas e para a cidade e se promove identificação fazendo um resgate de épocas e/ou de ídolos. Assim, a identidade cultural engloba a identidade de quem faz arte, de quem as divulga e de quem as conhece ao consumir um pedacinho de determinada cultura, estabelecendo uma identidade pessoal que enriquece sua existência social. Trabalhar com resgate de tradições por meio de produção artesanal pode também transformar a vida de indivíduos em situação de risco. Segundo Regina (2016) no Brasil existem atualmente diversos grupos isolados trabalhando a cultura com a intenção de integrar indivíduos à sociedade. Ela acredita que por meio da produção cultural podemos combater os graves problemas socioeconômicos de nosso país. Esse tipo de produção, em alguns casos, interfere na autoestima, pois promove disciplina e motivação para mudar e, com isso, gera prazer e autoconfiança, substituindo a vontade de se drogar, por exemplo. Esse tipo de trabalho promove um bem-estar mental, fortalece relações e aproxima a pessoa da família.

Por essa razão, acreditamos que seja importante que nossa sociedade e, principalmente, nossos governos, incentivem à produção de artefatos culturais populares, pois esses são verdadeiros patrimônios, portanto devem ser apreciados, respeitados e, principalmente, ensinados às próximas gerações, assim fortalecendo a cultura regional, não deixando se perder suas técnicas e práticas singulares que, transformados em produto, geram renda para as localidades. O artista deve ser respeitado pelo que realiza, e se tiver qualquer incentivo, mesmo na velhice continuará a criar, podendo transmitir aos jovens suas vivências e o jeito de criar sua arte. Desta forma, além de gerar emprego e renda, esse tipo de prática tem a função de incentivar a cultura.

Reconhecemos a importância dos programas de apoio a cultura e da existência de leis que regulem os mesmos. A Lei Rouanet (Lei 8.313/1991), promulgada durante a gestão do ministro Sérgio Paulo Rouanet, instituiu o Programa Nacional de Apoio à Cultura (PRONAC), cuja finalidade é a captação e canalização de recursos para os diversos setores culturais. O PRONAC foi instituído em dezembro de 1991, apoia e direciona recursos para investimento em projetos culturais. Os produtos e serviços gerados a partir desse programa deverão ser de exibição, utilização e circulação

pública, que só pode ser destinado ou restrito a projetos privados e a coleções particulares. Esse tipo de ação pública, além de facilitar acesso as fontes culturais, apoia os artesãos e preserva patrimônios históricos. Com isso pessoas físicas pagadoras de Imposto de Renda, Empresas tributadas com base no lucro real, podem apoiar projetos com doações ou patrocínios e com isso trazer benefícios para a própria empresa, fazendo assim uma troca onde ambas as partes são beneficiadas.

Por sua vez, fundações como a Fundação de Cultura e Turismo de Caruaru se coloca como responsável pela execução de políticas culturais e afirma ter por atribuições:

“a promoção, o apoio, o incentivo, a preservação e a difusão das identidades e produções culturais de Caruaru de forma estruturadora e sistêmica focada na inclusão social, na universalização do acesso, na diversidade cultural, na interiorização das ações e no desenvolvimento regional integrado. Propondo também incentivar e estimular o turismo no município, cabe a Fundação zelar pela preservação dos monumentos históricos e artísticos de Caruaru” (PREFEITURA MUNICIPAL DE CARUARU, sd.).

A Fundação do Patrimônio Histórico e Artístico de Pernambuco - FUNDARPE, também faz a promoção, o apoio e o incentivo a difusão das identidades e produções culturais de Pernambuco. A FUNDARPE foi criada em 17 de julho de 1973 e, desde então, apoia projetos como o Museu do Mestre Vitalino, o Centro de Artesanato Pernambucano e a Casa da Cultura. Também foram criados no país sites como o Mapa de Financiamento de Projetos Culturais, que é um convênio de cooperação técnica e financeira firmado em setembro de 2013, entre o Instituto Alvorada Brasil e o Sebrae Nacional.

A plataforma fornece ferramenta de busca onde se tem informações sobre projetos financiados por meio de mecenato cultural, nos níveis federal, estadual e municipal. E os usuários podem ter acesso a aproximadamente 75 mil projetos apoiados pela Lei Rouanet e pelas leis estaduais e municipais de incentivo à cultura no período de setembro de 2008 a setembro de 2013 (MINISTÉRIO DA CULTURA, 2018).

Desse modo, tendo em vista a riqueza de nossas tradições culturais e considerando a importância de se fazer conhecer ou ainda exaltar a cultura local tanto para a economia, como para os grupos sociais que vivem do artesanato, nossa temática teve inspiração no Mestre Vitalino, um mestre do barro cujo estilo é reconhecido nacionalmente, cuja na vida e obra serão tratados no tópico seguinte.

2.2 - Mestre Vitalino: vida e obra

De acordo com o que conta Severino Vitalino (2011), filho de Mestre Vitalino, **Vitalino Pereira dos Santos** (Figura 2) começou a modelar o barro quando criança: *“meu pai começou a trabalhar aos seis anos, como brincadeira de criança, ele criou peças e bois para brincar”* (VITALINO, Severino, documentário Mestre Vitalino, 2011). Vitalino fazia animais das sobras de barro de sua mãe, que vendia na feira utensílios domésticos.

Filho de lavrador, Vitalino é oriundo de família humilde e nunca imaginou que um dia sua arte ganharia o mundo. Por volta de 1920 ele se tornou músico e, na banda zabumba, passou a tocar pífano se tornando um músico renomado. Mudou-se para o povoado do Alto do Moura por volta dos anos 1940, e na ocasião, já estava casado e tinha seis filhos. No Alto do Moura já haviam outros ceramistas e ele decidiu continuar suas atividades de ceramista, mas diferenciava suas peças ao retratar seu dia a dia, que incluía seus animais.

Figura 2. Mestre Vitalino e sua criação



Fonte: Imagem do pinterest, 2018

Em 1947 foi quando o mestre ficou conhecido no Brasil, ocasião em que Augusto Rodrigues (1913 - 1993) fez no Rio de Janeiro a 1ª Exposição de Cerâmica Pernambucana, e lá expôs várias obras de Vitalino, como ele mesmo contou:

Estudei um dia de fazer uma peça... peguei um pedacinho de barro e fiz uma tabuleta; do mesmo barro peguei uma talisca e botei em pé, assim; botei três maracanãs (onças) naquele pé de pau, o cachorrinho acuada com os maracanãs e o caçador fazendo ponto nos maracanãs para atirar (Depoimento de Vitalino, Revista História, Mascelani, 2009)

Aos 53 anos ele faleceu acometido pela doença de varíola, porém seu legado continuou vivo. O mestre não se interessava em vender utensílios como sua mãe, gostava de produzir arte e fez 118 temas ligados ao cotidiano nordestino sempre compondo o cenário com bonecos e bichos. Ao incentivar muitos ceramistas a produzir esculturas, trouxe mais renda para a cidade e sustento a muitos artesãos caruaruenses. Tendo por suporte o barro, sua arte se espalhou, conquistou o mundo e conseguiu exportar um pouco dos costumes, crenças e símbolos da cidade de Caruaru. A casa Museu Mestre Vitalino (vide Figura 3), foi inaugurada em 1971, na casa onde o mestre morou até o fim de sua vida e lá são expostas obras e objetos, como ferramentas e moveis (SEVERINO, 2011).

Figura 3 - Casa-Museu de Mestre Vitalino



Fonte: imagem do Pinterest, 2018

Ele deixou muitos discípulos, entre eles Zé Rodrigues e Zé Caboclo, além dos filhos e dos netos, que ainda produzem trabalhos de cerâmica com o mesmo tema e estilo criado por Vitalino. Seus trabalhos mais reconhecidos são: Casamento no Mato, O Noivo e a Noiva (vide Figura 4).

Figura 4 - Obra O noivo e a noiva



Fonte: Arte Popular do Brasil, 2018

Enterro na Rede, Enterro no Carro de Boi, Enterro no Caixão, A Luta do Homem com o Lobisomem (sic), O Vaqueiro que Virou Cachorro e Diabo Atentando o Bêbado. Essas são obras conhecidas e possuem muitas cenas com cachorros, como pode-se observar na Figura 5,

Figura 5 - Cachorro mordendo teju



Fonte: Arte Popular do Brasil, 2018

Bandidos e soldados, policiais, ladrões de cabra e de galinha, vaqueiros, lavradores, homens carregando água ou tirando leite, figuras femininas, tais elas lavadeiras, rendeiras, mulheres cozinhando e costurando, também são figuras presentes na sua obra. Destacam-se as figuras dos cangaceiros como Lampião, Maria Bonita e Corisco, e de profissionais como dentista, médico, veterinário, barbeiro, costureira, vendedor de fumo de rolo, bem como de seus famosos bichos: boi, burro, cavalo, onça. Duas das imagens mais fortes e conhecidas são os Retirantes (Figura 6) e do gato de maracajá (Figura 7).

Figura 6 - Obra os retirantes



Fonte: Itaú cultura, 2018

Segundo a pesquisadora segundo Frota (1988), autora de livro sobre o artista, Vitalino transformou sua região com seu sucesso, atraindo muitos olhares para a arte da região, o que também gerou demanda e emprego para muitos moradores do Alto do Moura em Caruaru. Hoje são mais de 500 artesãos.

Figura 7 - Obra gato de maracajá



Fonte: Arte popular do Brasil, 2018

Vitalino foi criador de um estilo visual para esculturas de barro. Em suas cenas valorizou traços da cultura popular, sendo por isso considerado um exemplo de brasilidade, servindo de modelo para muitos artistas do Século XX. Segundo o documentário retratado por Frederico Pernambucano e historiador:

A percepção dele é capacidade de ver de maneira especial que confere o valor a chamada arte expressionista sobre o ponto de vista. [...] Ele alterava a visão da realidade e mostrava uma exacerbação de certos aspectos, com isso conseguia transmitir como conteúdo para ser vista pelas pessoas. A ser identificado e discutido e debatido (Documentário do mestre Vitalino, FREDERICO, 21/07/2009)

Atualmente, mesmo após 50 anos de sua morte, o artesão ainda é muito reconhecido. Suas esculturas são expostas e replicadas, tornando-se um ícone da

sociedade pernambucana. Como está presente no dia a dia dos caruaruenses, mesmo que esse não seja o seu meio, ele reconhece sua obra e importância.

Enfim, após levantarmos as informações acerca do tema escolhido para desenvolver essa coleção, no próximo tópico situamos como se dá esse desenvolvimento.

2.3 Desenvolvimento de Coleção de Moda

Desenvolver uma coleção de moda requer do designer conhecimentos específicos, organização dessas informações e assunção de processos. De acordo com Moraes (2010) para começar um projeto é necessário que se determine uma fase inicial ou ponto de partida, que pode ser realizada através da observação da realidade ou de cenários futuros. Ainda, deve-se fazer uma pesquisa sobre o produto que vai ser desenvolvido, de modo a juntar e organizar as informações, traçando um caminho projetual. Em desenvolvimento de produtos de moda esse caminho projetual já existe traçado, sendo dado por meio da adoção de uma metodologia para criação de coleção.

Segundo Treptow (2013) para esse desenvolvimento é necessário obter e analisar informações oriundas de 6 eixos: comportamento de consumidor, mercado, tecnologia, vocações regionais, tendências e tema de coleção. A autora diz que para realização deste trabalho é necessário organizar tais informações, e recomenda que se crie sempre que possível painéis imagéticos, pois esses facilitam a integração e incorporação desses dados nos produtos.

A autora diz também que devesse selecionar um público alvo, para qual será direcionada a criação dos painéis. É necessário que o designer conheça e respeite as características desse público, gerando mais facilidade na hora da criação e na construção das estratégias de venda. Isso reflete diretamente no trabalho do designer para uma marca, pois "a marca é o identificador de um produto"[...] representa o significado que um produto possui para o meio social, e isso inclui o nome, a representação gráfica (logomarca) e as emoções associadas pelas pessoas aos produtos" (TREPTOW, p.53, 2013).

Assim, o perfil desse público deve ser preestabelecido. Santos (2011) comenta acerca do estilo de vida como um fator importante, uma vez que por meio desse, podemos segmentar o público-alvo em oito tipos de grupos diferentes, cada um com sua definição própria, o que facilita ao designer a escolher ou identificar o consumidor de determinado produto. Assim, deve-se sempre levar em consideração as expectativas dos consumidores e fazer uma junção entre as características desse público, o tema escolhido e as condições do mercado.

Nesse sentido, para Treptow (2013, p. 72) existem alguns eixos principais de pesquisas a ser considerado. O primeiro trata das questões comportamentais, e a pesquisa deve levantar tais características, pois "acompanha os hábitos de consumo do público-alvo e seus interesses atuais". No segundo eixo estão as pesquisas de mercado, em geral feitas de modo comparativo, em que se considera a marca para a qual vai se trabalhar e se investiga os "estilos e preços praticados pela concorrência, produtos paralelos direcionados ao mesmo público-alvo, novas marcas (futuros concorrentes)" (IDEM, 2013, p. 72). Esses são os chamados concorrentes diretos e indiretos e essas informações são consideradas essenciais para a criação do painel.

Para dar valor a coleção e torná-la economicamente viável, é importante usar pesquisas que possam somar ao trabalho, como por exemplo a pesquisa de vocações regionais, em que cabe ao designer pesquisar onde e como se produz determinados materiais artesanais, garantindo a produção da coleção dentro de padrões e custos aceitáveis. Esse tipo de pesquisa "visa a obter fontes para materiais e técnicas alternativas, conforme a disponibilidade de insumos ou mão de obra" (TREPTOW, 2013, p. 72). Assim, são investigadas as tradições artesanais de cada região e cabe ao designer agregar um valor especial ao produto, ao aplicar elementos artesanais em suas criações. A ideia de se apoiar nos chamados fatores socioculturais, nos remete a Morais (2010, p.71), que defende que "a identidade local, por meio de valorização do território (*terroir*), aponta-se como um modelo de diferenciação para os bens de produção industrial contemporânea". Para o autor a moda brasileira destaca-se mundialmente, quando trazidos os traços culturais nas coleções, quando o designer reforça essa identidade.

Um terceiro eixo importante para Treptow (2013, p.72) é a pesquisa de tendências, em que se deve buscar identificar "[...] temas de inspiração de outros

designers, informações sobre cores, tecidos, aviamentos, elementos de estilo". O designer recolhe essas informações e interpreta estas tendências, levantando o que está sendo considerado como "os queridinhos" do mercado, também faz um estudo de cores, sendo essas pesquisas feitas de diferentes modos, e também gerando um painel com essas tendências. Segundo a autora (IDEM, 2013, p. 81-82), é "através do painel de tendências que o designer pode visualizar quais os elementos de estilo poderão utilizar em sua coleção para que se apresente contextualizada com os demais lançamentos".

Por último fim, o último eixo de pesquisa trata do tema de coleção. Segundo Treptow (2013, p.72) o tema é a história, o argumento, a inspiração de uma coleção, pois "a partir da inspiração escolhida, [a pesquisa] reúne informações que possam ser usadas criativamente no desenvolvimento de coleção". Esse tema será a alma da coleção e quanto mais estudado ele for, mais claro ficara para o público o que se quer passar, trazendo o sucesso para a coleção.

No próximo capítulo apresentamos nosso caminho projetual, ou seja, as construções metodológicas adotadas e a metodologia de desenvolvimento de produtos de moda adotada.

3. Procedimentos Metodológicos

O presente estudo tem abordagem de pesquisa analítica, com intenção de conceber e executar, um projeto no qual é desenvolvida uma coleção de moda seguindo as normas de pesquisa, a proposta de fazer a interpretação de peças e aplica-la no projeto de forma prática.

3.1 Classificação da Pesquisa

Este trabalho configura-se como **Pesquisa aplicada**, com a intenção de, “gerar conhecimentos para a aplicação prática e dirigida à solução de problemas específicos” (SILVA & MENEZES, 2005, p. 20) envolvendo verdades das pesquisas feitas, sobre cultura popular e gerando um problema de pesquisa da coleção de moda criada que foi baseada em Mestre Vitalino e pôr fim a solução dos problemas encontrados, e por sua vez gerando conhecimentos. Deste modo utilizou-se a abordagem de pesquisa **qualitativa** que, por analisar o sujeito e o mundo real, usando a interpretação dos significados das peças de Vitalino e deste fazendo uma extração de dados, sem usar de estatísticas, e com isso fazer aplicação nas peças criadas, obtendo valorização e conhecimento, segundo cita Silva e Menezes (2005).

Esta pesquisa constitui-se do tipo **exploratória**, pois dentro da sua elaboração será necessário explorar o cotidiano e os processos da vida e obra de Mestre Vitalino. Mesmo familiarizado com a realidade, é muito importante obter estudos. Deste modo, buscamos o suporte bibliográfico e documental. Assim, Gil (2002) cita que uma pesquisa exploratória tem por objetivo o aprimoramento de ideias ou a descoberta sobre o tema, tornando o pesquisador mais por dentro do assunto, e Malhotra (2001, p. 105) completa dizendo: “a pesquisa exploratória é usada em casos nos quais é necessário definir o problema com maior precisão, identificar recursos relevantes de ação ou obter dados a mais antes que se possa desenvolver uma abordagem.”

3.2 Metodologia Projetual

Para a construção de nosso projeto adotamos a metodologia desenvolvida por Simões (2009). A autora construiu uma cartilha contendo um passo a passo simples e eficaz criar um projeto de coleção de moda/vestuário. O mesmo é dividido em quatro etapas, que são: Rabiscando, Alinhavando, Ajustando e Arrematando.

Simões (2009) inicia a cartilha com a primeira etapa - Rabiscando, em que é definido o mês de lançamento da coleção. Dependendo dessa definição, levantamos e situamos essa criação nas datas comemorativas do período, entendendo melhor o que o consumidor deseja naquele período. Ainda nessa etapa é indicado o estudo sobre as características desse público-alvo. Seguindo Santos (2011), categorizamos esse público por gostos, maneiras de viver, renda mensal e estilo de vida. Desse modo, de acordo com essa classificação, conhecemos as preferências deste público e construímos um painel indicativo de como o mesmo se comporta perante a sociedade.

O segundo passo é chamado de Alinhavando e comporta a escolha de quantas peças farão parte da coleção (definindo se é uma *mini* coleção ou uma *normal*). Ainda, dentre das peças que serão criadas, é feita uma tabela de *mix* de produtos para dividilas entre básicas, *fashion* e vanguarda; essa divisão também é feita de acordo com o tipo de público escolhido. Por fim, é construída uma tabela em que é definido quantas peças serão *tops* (peças que vestem a parte superior do corpo, tais como blusas), *bottoms* (peças que vestem a parte inferior do corpo, tais como calças) e peças inteiras, categoria em que se incluem vestidos e macacões, por exemplo (SIMÕES, 2009).

A etapa três - Ajustando, é onde se dá início as pesquisas sobre tendências da estação e tecidos. Tais pesquisas são feitas com a intuito de fazer peças vendáveis. Nessa etapa também se constrói um painel de referência, facilitando a criação e geração de alternativas, e favorecendo a definição dos elementos escolhidos para definir a coleção. Nessa fase também é escolhido pelo designer o conceito da coleção, que também gera um painel referencial do conceito, que se presta para tirar as ideias para a criação da coleção e indicar a cartela de cores.

Aqui são geradas muitas alternativas, de modo a deixar opções de escolha. Por fim são definidas as melhores opções dentre as alternativas (SIMÕES, 2009).

A última etapa – Arrematando - é onde se distribui as peças de acordo com as tabelas de quantidade de peças e tabela de *mix*, assim definindo a coleção. As peças devem ser apresentadas vetorizadas, tornando-as de fácil leitura e compreensão. Elas seguem para o processo de prototipagem e que são modeladas, cortadas e montadas. O protótipo se presta para verificar sua condição de produção e os resultados obtidos. Depois de aprovadas serão feitas suas fichas técnicas. As fichas técnicas são de fundamental importância, pois elas contém informações importantes para a produção tais como, referências, descrição da peça, o tecido que foi usado e sua composição, o desenho detalhado da peça, os aviamentos que foram necessários; a ficha ainda pode conter o processo de montagem, uma explicação de como deve ser costurada, por quais máquinas essa deverá percorrer no circuito produtivo (SIMÕES, 2009).

4. Apresentação e discussão dos resultados

Os resultados encontrados no presente estudo serão apresentados neste capítulo. Como antecipamos, para chegar ao mesmo, tomamos por base o procedimento metodológico de Simões (2009). Seguindo tais diretrizes, dividimos a apresentação dos resultados pelas quatro etapas da metodologia: rabiscando, alinhavando, ajustando e arrematando.

4.1 Rabiscando

Segundo Simões (2009) Iniciando a primeira etapa nomeada como rabiscando, escolhe-se o **mês de lançamento** onde será lançada a coleção. Foi escolhido o mês de maio, que é o mês de lançamento das coleções de lançamento de inverno. Como a coleção é destinada ao público feminino e a época também indica o dia das mães, seguimos o calendário do vitrinista, apresentado no Quadro 1.

Quadro 1- Temáticas e estações para coleção em vendas e vitrines

Mês	Coleção em vendas	Temas para vitrines
Janeiro	Promocional alto-verão	Praia, verão
Fevereiro	Promocional alto-verão	Praia, carnaval
Março	Lançamento outono	Outono, páscoa, dia da mulher
Abril	Outono	Páscoa, outono
Maio	Lançamento inverno	Dia das mães
Junho	Inverno	Dia dos namorados, festa junina
Julho	Outono-inverno	Férias de inverno
Agosto	Outono-inverno	Dia dos pais
Setembro	Lançamento primavera	Primavera
Outubro	Lançamento verão	Dia das crianças, <i>halloew</i>

Novembro	Lançamento linha festa	Verão, natal, festas
Dezembro	Alto-verão e linha festa	Natal, <i>reveillon</i>

Fonte: Treptow (2005, p.97).

Para o auxílio e entendimento do público-alvo, pois não estamos dentro de uma confecção, Simões (2009) indica fazermos um painel de público-alvo.

Este painel foi construído seguindo a classificação de Kotler & Armstrong (1993 apud SANTOS, 2011) para segmentação de mercado a partir de estilos de vida. Para que as características escolhidas sejam direcionadas para esse grupo, se faz uma pesquisa sobre sua personalidade, seus hábitos de consumo, o nível de renda, de instrução, as mídias a que estão expostos etc. O Quadro 2 apresenta os estilos de vida de Kotler & Armstrong (1993 apud SANTOS, 2011).

Quadro 2- Estilos de Vida para segmentação de mercado

Estilo de vida	Características
modernizadores	Público com alto nível de renda, é importante para eles, status, independência, caráter e seus gostos. compra novidades.
Satisfeitos	Público que tem grau de escolaridade, são profissionais e curte família e lazer. Consumidores práticos, que buscam informação, novidades e possuem um razoável padrão financeiro.
Crédulos	Público que segue princípios da igreja e são conservadores. Se tornam previsíveis como consumidores, tem menor nível de renda, tem preferência por produtos nacionais e marcas consolidadas. Vida baseada na família, sua comunidade e país.
Realizadores	Público empreendedor bem-sucedidos, foco em trabalho e família, consomem produtos já conhecidos e os serviços que exibam sua autoimagem.
Batalhadores	Similar ao público dos "Realizadores", não são bem-sucedidos quanto eles. O estilo de vida é importante, imitar status de grupos com maiores condições financeira.
Experimentadores	Público jovem, foco em atividades sociais e esportivas. São consumidores de roupas, fast-food, música e produtos criados para o público jovem. Curte novidades.

Criadores	Público ligado ao ambiente e a praticidade, valorizando. Se concentram no trabalho, a si próprio, a família e a recreação, consumo de produtos práticos e não se importam com novidades.
Lutadores	Formam o grupo de menor renda e, por isso mesmo, não podem formar um padrão de consumo, embora sejam leais às marcas

Fonte: Kotler & Armstrong (1993 apud SANTOS, 2011)

O público escolhido para esse trabalho foi o dos **satisfeitos** uma vez que ele se encaixa nos parâmetros definidos para essa coleção de vestuário, pois é um público com nível de escolaridade, o tornando conhecedores de cultura, um público que curte família e lazer e novidades, os deixando a par de tendências e informações, contendo um razoável padrão financeiro, isso o torna um público próximo ao dia a dia de identificação dos elementos trazidos nas peças.

A Figura 8 apresenta o **painel de público-alvo**.

Figura 8. Painel de público alvo



Fonte: elaborado pela autora com imagens de Pinterest, 2018

O painel da figura 8 foi baseado totalmente nas mulheres possuidoras das características do público dos satisfeitos. Esse é um público que se identifica com a moda e com as tendências atuais, com o artesanato e com adereços, curtem música seja para escutar ou para dançar, gosta de festas a fantasias e viajam para lugares

históricos. Apreciam o *fast food* são mulheres que, por adorar a leitura, são conhecedoras da cultura e do lazer, sem deixar a tecnologia de lado e sempre se permitindo a experimentar o que deseja.

4.2 Alinhavando

Aqui damos início à segunda etapa que chamasse alinhavando, onde Simões (2009) cita que devemos escolher **quantas peças terá a coleção**. Como será uma minicollection, para constitui-la optamos por dezesseis peças. Após essa definição, devemos decidir como segmenta-las pela **variedade de estilos**, que são três: **a) básicas** que se compõe de peças que tem tudo a ver com o conceito atemporal, cores neutras, peças lisas e bem costuradas, tecidos com caimento suave, tornando a mulher bem vestida para qualquer ocasião, uma vez que a peça básica pode ser usada em todos os momentos do seu dia; **b) *fashion*** que são modelos que estão comprometidos com as tendências de moda, através de cores, formas e padronagens; por fim **c) *vanguarda***, que caracterizam as peças que carregam o “espírito” da coleção e podem não ter forte apelo comercial, pois são mais diferenciadas e carregadas de tendência.

Na Tabela 1 apresentamos como ficou nossa divisão das classificações para a construção da **variedade de estilos**, segundo Simões (2009).

Tabela 1- variedades de estilo

Tipo		Porcentagem
Básico		~ 37%
Fashion		50%
Vanguarda		~ 13%

Fonte: elaborada pela autora, 2018

E por último definimos a **variedade de produtos** a ser adotada, ou seja, os tipos de peças (blusas, saias etc.) que comporão nossa coleção. Segundo Simões (2009) esse quantitativo deve ser definido já considerando sua divisão pelos em três segmentos. Os tipos de peça são caracterizados por: *top* (partes de cima), *bottoms*

(partes de baixo) e peças inteiras (tais como macacão e vestido). Distribuímos as 16 peças na Tabela 2 de acordo com a variedade de estilos e produtos. Ainda consideramos que para cada 1 *bottom*, há 2 opções de tops, conforme indica metodologia.

Tabela 2- variedade de produtos

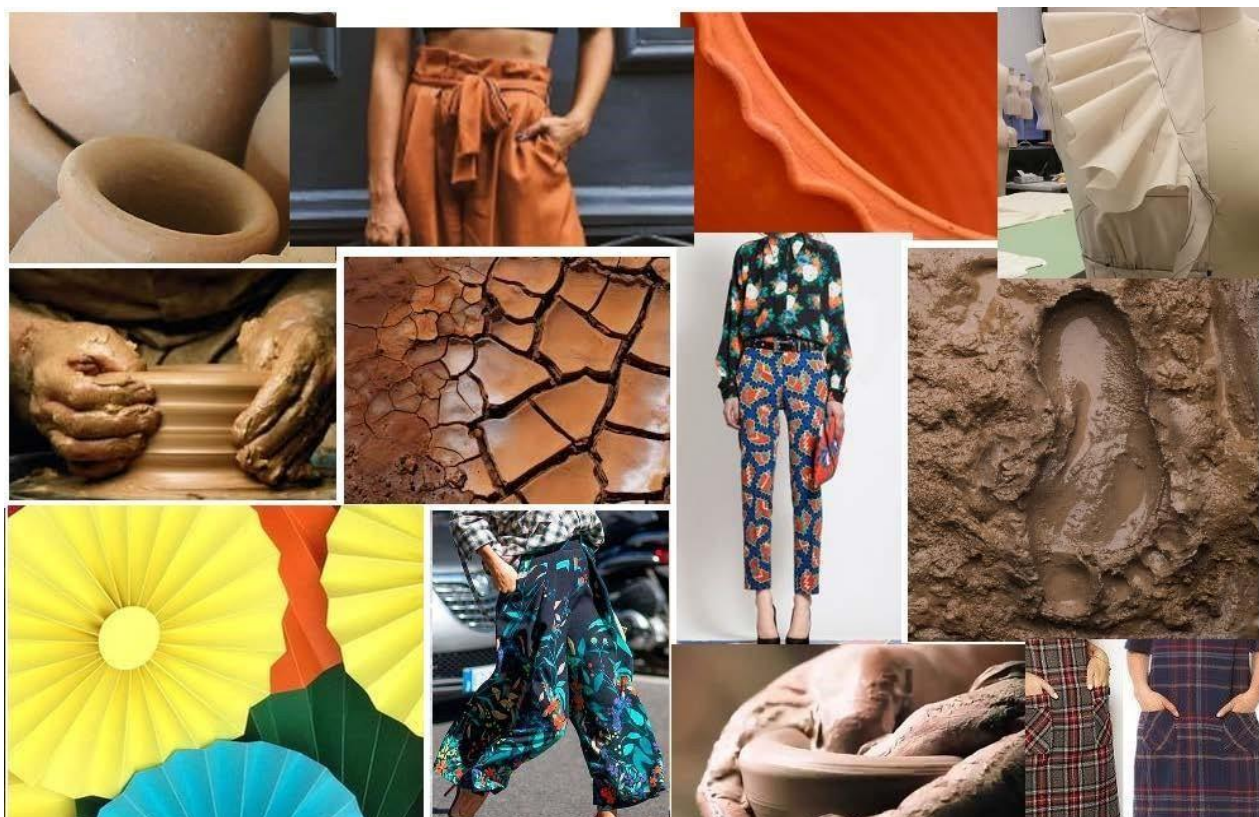
	Produtos	Básico	Fashion	Vanguarda	Total
Tops	Blusa c/ manga	1	3	x	8
	Blusa s/ manga	1	1	x	
	Blusa Ombro a ombro	1	1	x	
Bottoms	Pantacourt	x	1	x	4
	Short	1	1	x	
	Saia	x	X	1	
Inteiros	Vestido	1	1	x	4
	Macacão	1	X	1	
Total (%)		6 (~37%)	8 (50%)	2 (~13%)	16 (100%)

Fonte: elaborada pela autora, 2018

4.3 Ajustando

Simões (2009) apresenta que nesta etapa se inicia a **pesquisa sobre tendências**, onde procura-se tecidos e elementos que serão usados em suas coleções, gerando assim um painel imagético para definir o que será o seu direcionamento para esta coleção. Segundo Simões (2009, p.14), “criar uma roupa dentro das tendências de mercado, assegura maior aceitação pelo público alvo”. Nas tendências foram escolhidos quatro elementos, sendo eles: babado, bolso aparente, *mix* de estampas e *clochard*. O painel que vemos na Figura 9 trouxe de uma forma resumida e ilustrativa tudo que embasou nossa geração de alternativas, gerando as peças escolhidas para a coleção, e por sua vez, as peças que foram escolhidas para a execução.

Figura 9. Painel de tendência



Fonte: elaborado pela autora, imagens do Pinterest, 2018

Na etapa seguinte após a pesquisa de tendência, definimos o conceito da coleção. O conceito escolhido para essa criação foi a representação imagética das obras de Mestre Vitalino. Desse modo, elaboramos um painel (Figura 10) com imagens para nos servirem de fonte de inspiração, assim seguindo a cartilha Simões (2009).

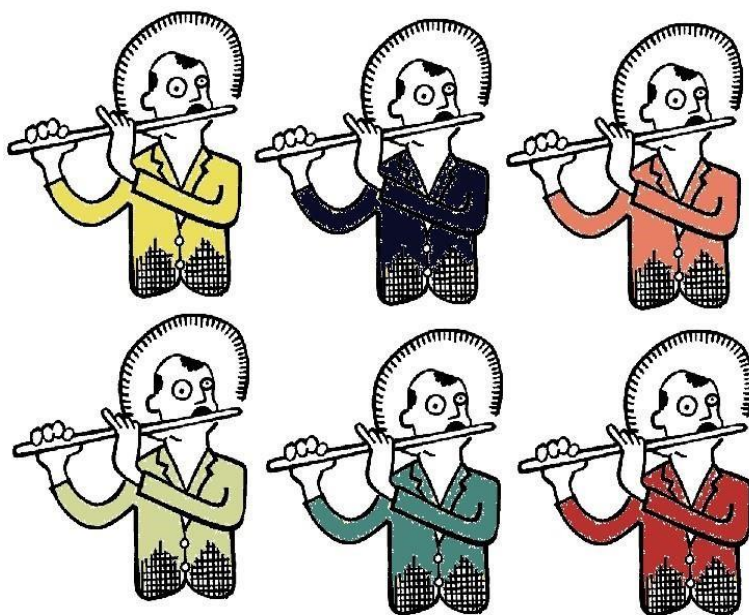
Figura 11. Paleta de cores, caderno inova moda.



Fonte: Caderno Inova Moda (2018)

As cores escolhidas são tons de amarelo, azul, rosa, bege, verde e vermelho, formando 6 cores, mais o preto e branco, que não são representados na Figura 12, mas serão encontradas como cores neutras na coleção.

Figura 12. Paleta de cores, escolhida para coleção



Fonte: elaborado pela autora, 2018

Estas foram as cores escolhidas, através da paleta de cores do Caderno Inova, e, como é uma mine coleção, só foram escolhidas 8 cores. Para as estampas manuais que foram aplicadas nas peças, foram utilizadas as mesmas cores que eram

empregadas por Vitalino, da mesma forma que os desenhos acompanharam as estampas que Mestre Vitalino aplicava em suas peças de cerâmica.

Para a definição dos **elementos de estilo**, Simões (2009) indica que nesta parte devem ser escolhidos os detalhes, onde serão repetidas vezes vistos, formando um conjunto, que por sua vez forma a unidade da coleção. Nesta coleção tais elementos foram representados pelo babado das roupas das bonecas por ele criadas, e os tecidos foram diferenciados pelo trabalho de estamparia manual aplicados nas peças. Duas estampas foram desenvolvidas e pintadas nas peças.

A última parte desta etapa é a **criação**. Foram geradas trinta e duas alternativas de peças, duas alternativas para cada peça final, seguindo o método de Simões (2009). Na figura 13 apresentamos alguns rascunhos da criação.

Figura 13. Rascunhos das criações



Fonte: elaborado pela autora, 2018

4.4 Arrematando

Após a geração das trinta e duas alternativas, foram selecionadas as 16 peças finais, sendo elas: 8 *tops*, 4 *bottoms* e 4 peças inteiras. As Figuras 14, 15, 16, 17 e 18 apresentam as peças escolhidas para formar a coleção: O Deus do Barro.

Figura14. Blusas com mangas



Fonte: elaborado pela autora, 2018

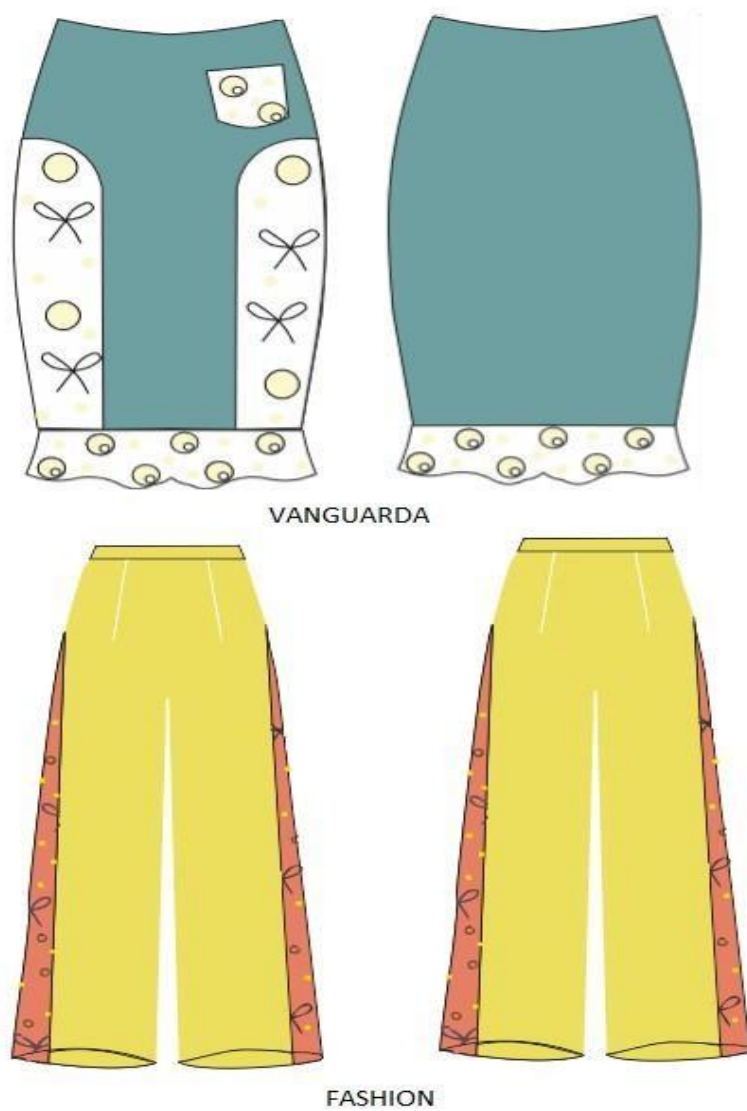
Figura 15. Blusas sem mangas

Fonte: elaborado pela autora, 2018

Figura 16. Shorts

Fonte: elaborado pela autora, 2018

Figura 15. Saia e Pantacourt



Fonte: elaborado pela autora, 2018

Figura 16. Macacão

Fonte: elaborado pela autora, 2018

Figura 17. Vestidos

Fonte: elaborado pela autora, 2018

Após a definição da coleção, a metodologia indica a prototipação de peças e realização de fichas técnicas. Por ser um estudo acadêmico, construímos 3 delas (Figura 17, 18 e 19) e realizamos as suas fichas técnicas (Fig. 20, 21 e 22), cujo modelo consta no Anexo 1 desse trabalho.

Figura 18. Ficha técnica 1

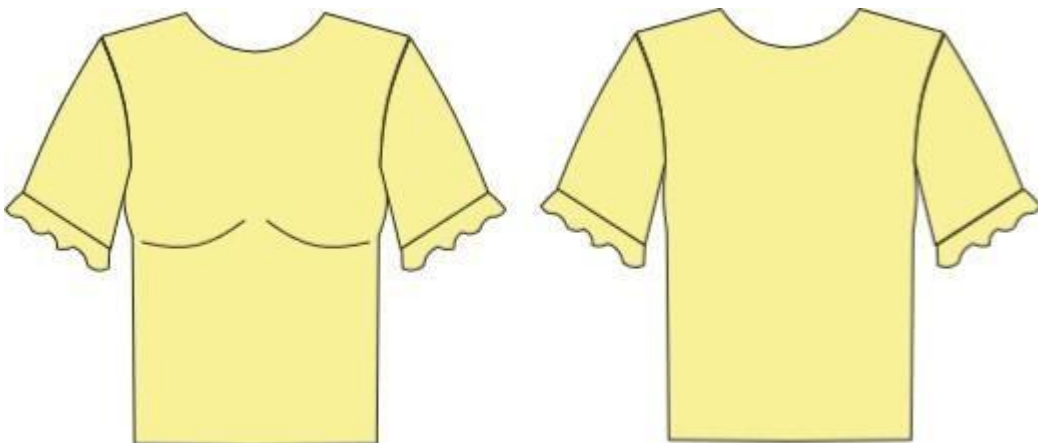
FICHA TÉCNICA	
REF.: Short	TAM.: 36
COLEÇÃO: O deus do barro	ANO:2018
DES. DA PEÇA: Short com cos anatômico, zíper na lateral, recorte nas laterais e dois bolsos traseiros.	
TECIDO: Sarja	
COMPOSIÇÃO: 97% algodão 3% elastano	
DESENHO: 	
AVIAMENTOS: zíper -azul, 25cm Linha correia - azul royal	

MONTAGEM:		
SEQ.	DESCRIÇÃO	EQUIPAMENTO
01	Unir com costura o recorte frontal	Maquina domestica
02	Posicionar e costurar bolsos traseiros	Maquina domestica
03	Fechar com costura, pence traseira	Maquina domestica
04	Unir com costura gancho frontal	Maquina domestica
05	Unir com costura gancho traseiro	Maquina domestica
06	Unir com costura o fundo frontal e traseiro	Maquina domestica

07	Fechar com costura a lateral direita	Maquina domestica
08	Costurar cos	Maquina domestica
09	Posicionar o zíper, pregar com costura no lado esquerdo	Maquina domestica
10	Fechar o final da perna esquerda, depois do zíper	Maquina domestica
11	Tirar linhas que sobraram da peça	Maquina domestica
12	Fazer bainha das pernas	Maquina domestica

Fonte: elaborado pela autora, 2018

Figura 19. Ficha técnica 2

FICHA TÉCNICA	
REF.: camisa	TAM.: 40
COLEÇÃO: O deus do barro	ANO:2018
DES. DA PEÇA: camisa de mangas curtas com babados	
TECIDO: viscose	
COMPOSIÇÃO: 100% viscose	
DESENHO: 	
AVIAMENTOS: Linha Correia - Amarelo	

MONTAGEM:		
SEQ.	DESCRIÇÃO	EQUIPAMENTO
01	Unir com costura ombros	Maquina domestica
02	Costurar viés na gola	Maquina domestica
03	Posicionar e costurar mangas	Maquina domestica
04	Pregar com costura balado nas mangas	Maquina domestica
05	Fechar com costura laterais	Maquina domestica

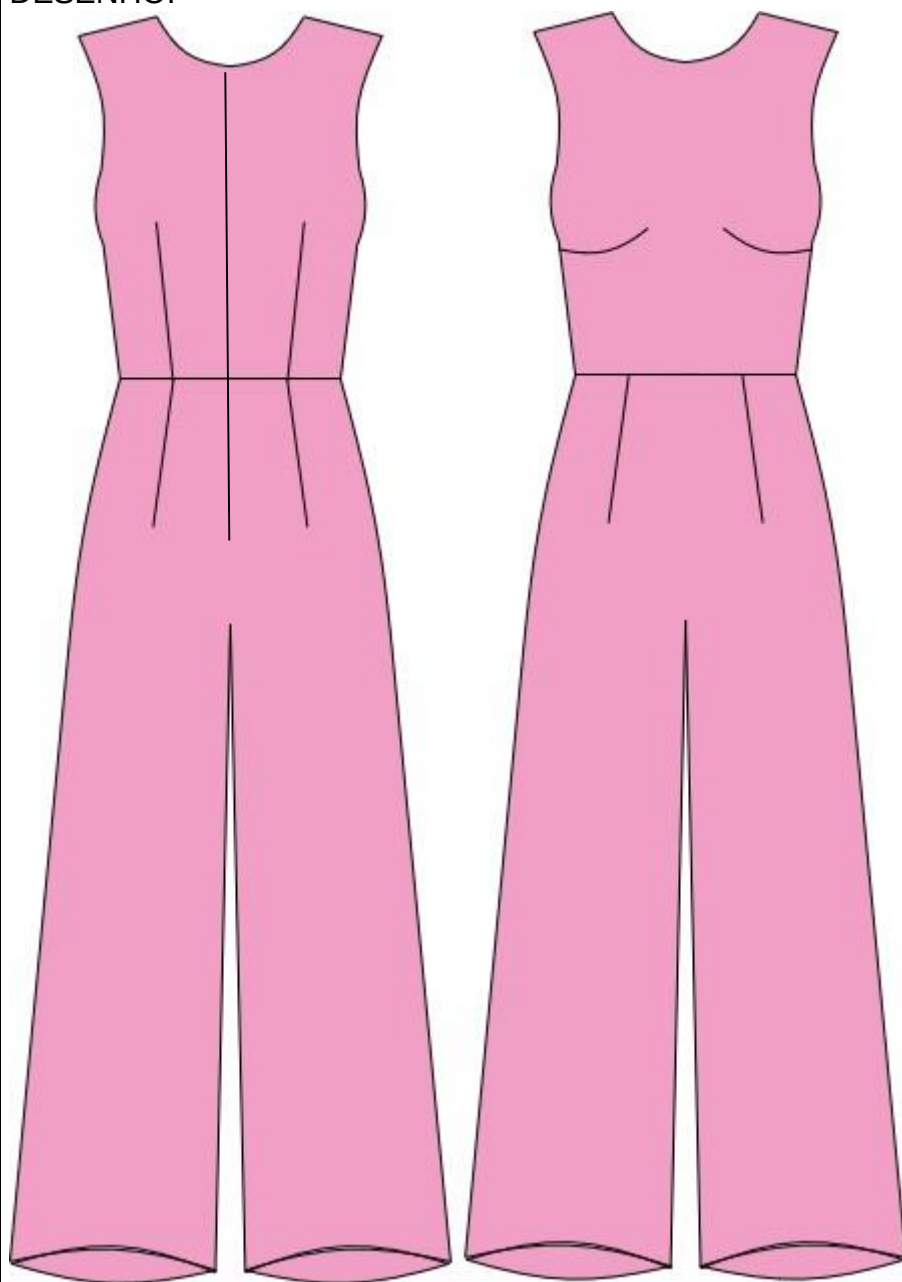
06	Fazer bainha da barra	Maquina domestica
07	Tirar linhas que sobraram da peça	Maquina domestica

Fonte: elaborado pela autora, 2018

Figura 20. ficha técnica 3

FICHA TÉCNICA	
REF.: Macacão	TAM.: 40
COLEÇÃO: O deus do barro	ANO:2018
DES. DA PEÇA: macacão pantacourt	
TECIDO: Tricoline com elastano	
COMPOSIÇÃO: 67% Algodão/30% Poliéster/3% Elastano	

DESENHO:



AVIAMENTOS: zíper invisível – rosa, 40 cm

Linha correia- Rosa

MONTAGEM:

SEQ.	DESCRIÇÃO	EQUIPAMENTO
------	-----------	-------------

	Parte 1- parte de cima	
01	Unir com costura ombros	Maquina domestica
02	Costurar viés na gola e cava	Maquina domestica
03	Fechar com costura pences busto e frontais	Maquina domestica
04	Fechar com costura laterais	Maquina domestica
	Parte 2 – parte de baixo	
05	Fechar pence frontais e traseiras	Maquina domestica
06	Unir com costura gancho frontal	Maquina domestica
07	Unir com costura gancho traseiro	Maquina domestica
08	Unir com costura o fundo frontal e traseiro	Maquina domestica
09	Fechar com costura a lateral direita	Maquina domestica
	Parte 3- unir	
10	Posicionar zimper,	Maquina domestica
11	Unir com costura, parte de cima e parte de baixo	Maquina domestica
12	pregar com costura zíper	Maquina domestica
13	Fazer bainha da barra	Maquina domestica
14	Tirar linhas que sobraram da peça	Maquina domestica

Fonte: elaborado pela autora, 2018.

4.4.1. Apresentação das Peças

Nessa última fase apresentamos as imagens de nossa peças prototipadas. A

Figura 23 apresenta a blusa com mangas e classificada como peça *fashion*, a Figura 24 mostra o macacão classificado como peça básica e a Figura 25 apresenta o short classificado como peça *fashion*.

Figura 21. Blusa com manga *fashion*



Fonte: elaborado pela autora, 2018

Figura 22. Macacão básico



Fonte: elaborado pela autora, 2018

Figura 23. Short *fashion*



Fonte: elaborado pela autora, 2018

5. Considerações finais

Conclui-se que um designer de moda, deve desenvolver a coleção identificando as tendências de moda e buscando os elementos de inspiração no tema proposto para criação. É muito importante pesquisar sobre o mercado da moda, e estudar o estilo de vida do consumidor deste produto, bem como todo o processo de desenvolvimento.

A coleção baseada em Mestre Vitalino é um produto que veio de peças artesanais que envolve muita atenção para fazer os detalhes durante a produção. Seus acabamentos são de fácil adaptação, por isso, não é preciso de muitas inovações no produto, porque serão realizadas rapidamente na hora em que as peças estão em processo de produção.

O objetivo deste trabalho foi abordar o desenvolvimento de uma coleção de vestuário, com as peças de Mestre Vitalino com a ótica da moda e do consumidor, demonstrando as possibilidades de metodologia, na construção do objeto, pois a execução das mesmas resultou no esperado. Ouve uma busca pela solução de problemas e principalmente pela concretização de algo novo, com vestígios do passado, é que torna significativa este trabalho de conclusão de curso, quando se fala sobre design na moda é com a intenção de desenvolver objetos novos, objetos que atendam principalmente aos consumidores que sempre buscam por novidades e preços reduzidos e os vendedores que desejam diferenciação e vantagens para renda, através da facilidade na fabricação e facilidade de montagem.

Introduzir metodologias de como desenvolver uma coleção de vestuário de moda é de fundamental importância, pois as mesmas compreendem o estudo da melhor maneira de encontrar soluções de um problema, integrando novos conhecimentos adquiridos sobre os métodos aplicados. O objetivo deste artigo foi alcançado no momento da construção desta coleção, pois foi feito a partir de uma sequência: a pesquisa sobre os temas que seriam utilizados como base, pesquisa de construção da coleção, ou seja, coleção baseada em peças de Vitalino. Observou-se também que para desenvolver uma metodologia ideal, deve-se levar em consideração o projeto e as metodologias existentes, adequando e criando um ideal para o trabalho que será executado. É possível desenvolver produtos que atendam o consumidor com a utilização de metodologias que permitem a construção deste de maneira lógica,

simples e consistente, além de proporcionar vários valores agregados e diferenciais aos produtos. Como resultado principal desta monografia, espera-se incentivar aos criadores de moda a utilizarem sempre de novas propostas com o objetivo de continuarem participando com maior competitividade do mercado.

Referências

AUSTREGÉSILO, J. M. (2006) **Rastros e Rostos da Feira de Caruaru**, Recife, (contribuição para este Dossiê: mimeo). brasileiro, M. (27 de 03 de 2018). Fonte: Brasil: <http://www.cultura.gov.br/projetosincentivados1>

SIMÕES, D. S. Passo a passo para criação de coleções: vestuário e acessórios. Recife: EDUPE, 2009.

BÜRDECK, B. E. **História, teoria e prática do design de produtos**. Tradução Freddy Van Camp. São Paulo: Edgard Blücher, 2006.

CHAUÍ, M. D. **Conformismo e resistência**: aspectos da cultura popular no Brasil. São Paulo: Brasiliense, 1986 .

CUCHE, D. **A noção de cultura nas ciências sociais**. Bausu: EDUSC, 2012.

MINISTERIO DA CULTURA. **Projetos Incentivados**. Fonte: Governo Federal. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/projetos-incentivados1>> Acesso em: 03/04/2018.

RODRIGUES, S. R. R. **A importância da cultura na formação do cidadão**. Fonte: qdivertido. Disponível em: <<http://www.qdivertido.com.br/verartigo.php?codigo=57>> Acesso em: 03 de 04 de 2018.

FROTA, L. C. **Mestre Vitalino** . São Paulo: Publicações e Comunicações, 1988.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2006.

JOSÉ, S. **Economia** . Lisboa: Seara Nova, 2001

LARAIA, R. D. **Cultura**: um conceito antropológico . Rio de Janeiro: Copyrigh, 2006.

MEDEIROS, B. **Feira de caruaru**. Recife: Dossie, 2006.

MESTRE Vitalino. In: **Enciclopédia Itaú Cultural de Arte e Cultura Brasileiras**. São Paulo: Itaú Cultural, 2018. Disponível em: <<http://enciclopedia.itaucultural.org.br/pessoa9523/mestre-vitalino>>. Acesso em: 02 de Mar. 2018. Verbete da Enciclopédia. ISBN: 978-85-7979-060-7

MORAES, D. **Metaprojeto**: o design do design. São Paulo: Blucher, 2010.

NELSON, A. **Mostra de redescobrimento**: arte popular, coleção de BEUQUE jacques van de, arte popular. São Paulo: Arte e Escola, 2010.

PEER, J. **Cultura popular brasileira**. Fonte: Portal Educação, Disponível em:
<[https://www.portaleducacao.com.br/conteudo/artigos/pedagogia/culturapopular -
brasileira/28092](https://www.portaleducacao.com.br/conteudo/artigos/pedagogia/culturapopular-brasileira/28092)> acesso em: 23 de 01 de 2018

PENA, R. F. A. **Cultura e Globalização**. In: Mundo e Educação. Disponível em:
<<https://mundoeducacao.bol.uol.com.br/geografia/cultura-globalizacao.htm>>
acesso em: 23 de 01 de 2018.

REBOLÇAS, F. In: info escola. Disponível em:
<www.infoescola.com/biografias/mestre-vitalino/> acesso em: 21/01/2018.

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

VITALINO, S. (04/06/2011). **A historia de mestre Vitalno contada por seu filho Severino**. Disponível em:
<<https://www.youtube.com/watch?v=GbrnQQCeiyY>> Acesso em: 21/01/2018.

.

ANEXO A - FICHA TÉCNICA

FICHA TÉCNICA	
REF.:	TAM.:
COLEÇÃO:	ANO:
DES. DA PEÇA:	
TECIDO:	
COMPOSIÇÃO:	
DESENHO:	
AVIAMENTOS:	

MONTAGEM:		
SEQ.	DESCRIÇÃO	EQUIPAMENTO
01		
02		
03		
04		
05		
06		
07		
08		
09		
10		
11		
