

Moda, Identidade e Branding

Natalia Colombo
(Organizadora)

 **Atena**
Editora
Ano 2020

Moda, Identidade e Branding

Natalia Colombo
(Organizadora)

 **Atena**
Editora
Ano 2020

2020 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do Texto © 2020 Os autores

Copyright da Edição © 2020 Atena Editora

Editora Chefe: Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Diagramação: Karine de Lima

Edição de Arte: Lorena Prestes

Revisão: Os Autores



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição *Creative Commons*. Atribuição 4.0 Internacional (CC BY 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores. Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Conselho Editorial

Ciências Humanas e Sociais Aplicadas

Profª Drª Adriana Demite Stephani – Universidade Federal do Tocantins

Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas

Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso

Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior – Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais

Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília

Prof. Dr. Carlos Antonio de Souza Moraes – Universidade Federal Fluminense

Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa

Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa

Profª Drª Denise Rocha – Universidade Federal do Ceará

Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia

Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Farias – Universidade Estácio de Sá

Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima

Prof. Dr. Fabiano Tadeu Grazioli – Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões

Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná

Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionale delle Figlie di Maria Ausiliatrice

Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense

Profª Drª Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso

Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins

Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte

Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Universidade Federal do Maranhão

Profª Drª Miranilde Oliveira Neves – Instituto de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará

Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa

Profª Drª Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa

Profª Drª Sandra Regina Gardacho Pietrobon – Universidade Estadual do Centro-Oeste

Profª Drª Sheila Marta Carregosa Rocha – Universidade do Estado da Bahia

Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador

Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará

Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande

Prof. Dr. William Cleber Domingues Silva – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro

Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Ciências Agrárias e Multidisciplinar

Prof. Dr. Alexandre Igor Azevedo Pereira – Instituto Federal Goiano

Prof. Dr. Antonio Pasqualetto – Pontifícia Universidade Católica de Goiás

Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná

Profª Drª Diocléa Almeida Seabra Silva – Universidade Federal Rural da Amazônia
Prof. Dr. Écio Souza Diniz – Universidade Federal de Viçosa
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Fágner Cavalcante Patrocínio dos Santos – Universidade Federal do Ceará
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Prof. Dr. Júlio César Ribeiro – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Profª Drª Lina Raquel Santos Araújo – Universidade Estadual do Ceará
Prof. Dr. Pedro Manuel Villa – Universidade Federal de Viçosa
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Profª Drª Talita de Santos Matos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Tiago da Silva Teófilo – Universidade Federal Rural do Semi-Árido
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas

Ciências Biológicas e da Saúde

Prof. Dr. André Ribeiro da Silva – Universidade de Brasília
Profª Drª Anelise Levay Murari – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Benedito Rodrigues da Silva Neto – Universidade Federal de Goiás
Prof. Dr. Edson da Silva – Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri
Profª Drª Eleuza Rodrigues Machado – Faculdade Anhanguera de Brasília
Profª Drª Elane Schwinden Prudêncio – Universidade Federal de Santa Catarina
Prof. Dr. Ferlando Lima Santos – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. Igor Luiz Vieira de Lima Santos – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. José Max Barbosa de Oliveira Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Profª Drª Magnólia de Araújo Campos – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Mylena Andréa Oliveira Torres – Universidade Ceuma
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federaci do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Paulo Inada – Universidade Estadual de Maringá
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande

Ciências Exatas e da Terra e Engenharias

Prof. Dr. Adélio Alcino Sampaio Castro Machado – Universidade do Porto
Prof. Dr. Alexandre Leite dos Santos Silva – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Carlos Eduardo Sanches de Andrade – Universidade Federal de Goiás
Profª Drª Carmen Lúcia Voigt – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Fabrício Menezes Ramos – Instituto Federal do Pará
Prof. Dr. Juliano Carlo Rufino de Freitas – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Marcelo Marques – Universidade Estadual de Maringá
Profª Drª Neiva Maria de Almeida – Universidade Federal da Paraíba
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista

Conselho Técnico Científico

Prof. Msc. Abrãao Carvalho Nogueira – Universidade Federal do Espírito Santo
Prof. Msc. Adalberto Zorzo – Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza
Prof. Dr. Adailson Wagner Sousa de Vasconcelos – Ordem dos Advogados do Brasil/Seccional Paraíba
Prof. Msc. André Flávio Gonçalves Silva – Universidade Federal do Maranhão
Profª Drª Andreza Lopes – Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento Acadêmico
Profª Msc. Bianca Camargo Martins – UniCesumar
Prof. Msc. Carlos Antônio dos Santos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Msc. Cláudia de Araújo Marques – Faculdade de Música do Espírito Santo
Prof. Msc. Daniel da Silva Miranda – Universidade Federal do Pará
Profª Msc. Dayane de Melo Barros – Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Dr. Edwaldo Costa – Marinha do Brasil
 Prof. Msc. Eliel Constantino da Silva – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita
 Prof. Msc. Gevair Campos – Instituto Mineiro de Agropecuária
 Prof. Msc. Guilherme Renato Gomes – Universidade Norte do Paraná
 Prof^a Msc. Jaqueline Oliveira Rezende – Universidade Federal de Uberlândia
 Prof. Msc. José Messias Ribeiro Júnior – Instituto Federal de Educação Tecnológica de Pernambuco
 Prof. Msc. Leonardo Tullio – Universidade Estadual de Ponta Grossa
 Prof^a Msc. Lilian Coelho de Freitas – Instituto Federal do Pará
 Prof^a Msc. Liliani Aparecida Sereno Fontes de Medeiros – Consórcio CEDERJ
 Prof^a Dr^a Lívia do Carmo Silva – Universidade Federal de Goiás
 Prof. Msc. Luis Henrique Almeida Castro – Universidade Federal da Grande Dourados
 Prof. Msc. Luan Vinicius Bernardelli – Universidade Estadual de Maringá
 Prof. Msc. Rafael Henrique Silva – Hospital Universitário da Universidade Federal da Grande Dourados
 Prof^a Msc. Renata Luciane Polsaque Young Blood – UniSecal
 Prof^a Msc. Solange Aparecida de Souza Monteiro – Instituto Federal de São Paulo
 Prof. Dr. Welleson Feitosa Gazel – Universidade Paulista

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
 (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)**

M689 Moda, identidade e branding [recurso eletrônico] / Organizadora
 Natalia Colombo. – Ponta Grossa, PR: Atena, 2020.

Formato: PDF
 Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader.
 Modo de acesso: World Wide Web.
 Inclui bibliografia
 ISBN 978-65-81740-12-2
 DOI 10.22533/at.ed.122201102

1. Moda e arte. 2. Cultura. I. Colombo, Natalia.

CDD 391.009

Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422

Atena Editora
 Ponta Grossa – Paraná - Brasil
www.atenaeditora.com.br
 contato@atenaeditora.com.br

APRESENTAÇÃO

“Moda, Identidade e Branding” articula pesquisas realizadas em diferentes regiões e Instituições de Ensino Superior do Brasil, em uma abordagem histórico-contemporânea de fenômenos sociais observados nos contextos culturais analisados.

Os primeiros textos tratarão das relações estabelecidas pelo *branding* além do contexto comercial: como suas dimensões funcionais e simbólicas podem valorizar, promover e fortalecer a identidade dos cidadãos com seu lugar de residência e aumentar sua autoestima, demonstrando que o *branding* envolve mais do que o planejamento estratégico. Ele pode ligar-se afetivamente, numa relação marca-cliente, sendo assim, responsável por entregar promessas de experiência de marca. Pode, também, promover, no espaço de moda, uma exploração sensorial do sentido do olfato, divisando arte como simples mercadoria e arte como pura significação por uma intenção simbólica, enraizando a experiência de consumo nos aspectos de memória, através do cheiro.

Na sequência, moda e seu campo fértil para o ativismo são explorados em dois textos: demonstrando que a performance da moda está associada ao contexto social e identidade pessoal e/ou coletiva dos indivíduos, e seu crescente caráter representativo passou a ser uma forma de comunicação, influência e combate para determinados grupos de pessoas – práticas observadas desde a passarela até a rede social digital, demonstrando que um novo poder, feito por muitos, aberto e participativo ganha terreno sem previsão de recuar.

Os próximos dois textos apresentam as perspectivas da apropriação em favor de perpetuar noções balizadas no século anterior que continuam a gerar sentido e identificação no consumo, nos dias de hoje; sendo assimilado como um conjunto heterogêneo de criação e recriação, motivado por elementos culturais, sociais, políticos e econômicos - importante na medida em que evoca e renova velhas tradições.

Encerramos com dois textos que abordam a importância da interpretação da modelagem – não apenas em seus aspectos técnicos – mas como a forma que vai condicionar sua relação com tudo o que a roupa representa no seu caráter mais puro de veículo de comunicação. A aplicação de métodos de modelagem em função de proporcionar o figurino ideal para que a bailarina possa se expressar livremente no palco e as aplicações da tecnologia em favor de uma produção mais consciente, visando a não geração de resíduos durante a etapa de criação, modelagem, corte e costura do vestuário através do uso de *softwares* para a criação de produtos, assim, otimizando tempo e custo de fabricação.

Á Atena Editora agradecemos o espaço frutífero para a articulação e divulgação da pesquisa científica e aos que chegaram até este material, desejamos uma excelente leitura!

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	1
<i>BRANDING</i> TERRITORIAL NA CRIAÇÃO DA IDENTIDADE DO <i>OPEN SHOPPING</i> RUA VIDAL RAMOS NA REGIÃO CENTRAL DE FLORIANÓPOLIS/SC	
Icléia Silveira Mariana Luísa Schaeffer Brilhante Silene Seibel Redaviqui Davilli	
DOI 10.22533/at.ed.1222011021	
CAPÍTULO 2	13
A INCORPORAÇÃO DO CHEIRO COMO UMA ESTRATÉGIA COMERCIAL	
Paloma Almeida Romanos Frederico Braida Isabela Monken Velloso	
DOI 10.22533/at.ed.1222011022	
CAPÍTULO 3	21
A MODA COMO FORMA DE MANIFESTAÇÃO NO ATUAL CENÁRIO SOCIOPOLÍTICO BRASILEIRO	
Danithielle Ferreira da Silva Brenda Blagojevic Guimarães Livia Marsari Pereira Raquel Rabelo Andrade	
DOI 10.22533/at.ed.1222011023	
CAPÍTULO 4	28
O PAPEL DAS MÍDIAS SOCIAIS EM TEMPOS DE ATIVISMO DIGITAL	
Amanda Pereira Santos	
DOI 10.22533/at.ed.1222011024	
CAPÍTULO 5	34
JOVEM GUARDA: MODA, RELEITURAS E LEGADOS NO VESTUÁRIO FEMININO NO ANO DE 2018	
Andreza Moraes Borges Camila Maria Albuquerque Aragão	
DOI 10.22533/at.ed.1222011025	
CAPÍTULO 6	42
FÉ QUE MOVE O RECÔNCAVO BAIANO. TRAZENDO A RESISTÊNCIA CONTÍNUA DA IRMANDADE DA BOA MORTE PARA UMA COLEÇÃO	
Ineide Hora do Nascimento Marcus Vinicius Souza Santos	
DOI 10.22533/at.ed.1222011026	
CAPÍTULO 7	53
A MODELAGEM NA CONSTRUÇÃO DE FIGURINOS PARA BALÉ CLÁSSICO	
Damaris Priscilla Rodrigues Lucimar de Fatima Bilmaia Emidio	
DOI 10.22533/at.ed.1222011027	

CAPÍTULO 8	60
MODELAGEM ZERO WASTE EM CAD: DA GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS À PEÇA FINAL Camila Bertoglio de Carvalho Anerose Perini DOI 10.22533/at.ed.1222011028	
SOBRE A ORGANIZADORA	66
ÍNDICE REMISSIVO	67

FÉ QUE MOVE O RECÔNCAVO BAIANO. TRAZENDO A RESISTÊNCIA CONTÍNUA DA IRMANDADE DA BOA MORTE PARA UMA COLEÇÃO

Data de aceite: 05/02/2020

Ineide Hora do Nascimento

Discente do Curso de Design de moda, e do curso de Markentig na Universidade Salvador - UNIFACS

Discente; Universidade Salvador,
ineide.nascimento@gmail.com

Marcus Vinicius Souza Santos

Graduado em Desenho Industrial e Especialista em design de produto pela Universidade do Estado da Bahia – UNEB e Mestre em Educação e Contemporaneidade, também pela UNEB, atua como docente do Bacharelado em Design e dos cursos de Graduação Tecnológica em Design de Moda e Design de Interiores da Universidade Salvador – UNIFACS.

MSc.; Universidade Salvador,
marcus.santos@unifacs.br

RESUMO: Esta pesquisa contribuiu como inspiração para o desenvolvimento de uma coleção visando abordar uma das manifestações mais tradicionais da cultura afro brasileira, a Irmandade da Boa Morte, contextualizando sua identidade visual e imaterial da celebração comemorada há vários séculos.

PALAVRAS-CHAVE: Coleção, Boa Morte, identidade.

FAITH THAT MOVES THE RECÔNCAVO BAIANO. BRINGING THE CONTINUOUS RESISTANCE OF THE IRMANDADE DA BOA MORTE TO A COLLECTION

ABSTRACT: This research has contributed as inspiration for the development of a collection aimed at addressing one of the most traditional manifestations of Afro-Brazilian culture, the Irmandade da Boa Morte (Sisterhood of good death), contextualizing its visual and material identity of the celebration celebrated several centuries ago.

KEYWORDS: collection; Good death; identity.

INTRODUÇÃO

Este artigo é resultado de uma pesquisa desenvolvida para o Trabalho Interdisciplinar do Semestre (TIS), do curso de Design de Moda da Universidade Salvador – Unifacs, realizada no segundo semestre de 2018. Tendo como influência e inspiração a Irmandade da Boa Morte, uma manifestação secular da cidade de Cachoeira, situada na região do Recôncavo Baiano, e que se destaca como um grande símbolo da capacidade de resistência da população negra, mas precisamente da mulher negra, na sociedade brasileira.

A proposta relaciona aspectos culturais, visuais e religiosos, descrevendo uma

combinação de fé e identidade dos negros e afrodescendentes, relatando também a importância da expressão e simbologia das vestimentas das irmãs da Boa Morte. Considerando que “a roupa compreendida na sua dimensão simbólica, é um elemento importante na constituição cultural; reforça mitos e signos, reestrutura valores e tradições...” (CIDREIRA, 2015, p. 30).

Como metodologias para a confecção da pesquisa foram utilizados alguns métodos, como: pesquisa exploratória, qualitativa, somados com pesquisas bibliográficas, documentais e de campo a qual considera-se de extrema importância, visto que através dela, foi possível conhecer pessoalmente a cidade de Cachoeira e participar dos dias de festejos e comemoração a Nossa Senhora da Boa Morte, vivenciando em loco o tema estudado e percebendo a importância e a influência, ainda hoje, da Irmandade para a comunidade local.

O RECÔNCAVO BAIANO: CACHOEIRA

Situado a 116 km da capital baiana, o município de Cachoeira localizado no Recôncavo Baiano, as margens do Rio Paraguaçu, possui uma paisagem singular. A charmosa cidade apresenta uma beleza arquitetônica colonial indescritível nas suas construções, assumindo a posição de Cidade Monumento Nacional por toda estrutura física existente no local, que foi tombada em 1971 por seu conjunto arquitetônico dos séculos XVIII e XIX, em estilo barroco e neoclássico que, infelizmente, em boa parte encontra-se em ruínas. Dentre os monumentos da cidade, destaca-se a ponte de ferro importada da Inglaterra, construída a mando do imperador D. Pedro II, sobre o rio Paraguaçu, que liga Cachoeira à cidade de São Félix, na outra margem do rio.

Economicamente Cachoeira começou a ser explorada por conta das suas riquezas geradas no cultivo da cana de açúcar e do fumo, atingindo o ápice da sua economia entre os períodos dos séculos XVIII e XIX.

A cidade também adquiriu grande importância na história do país por ter servido como sede de muitos acontecimentos importantes nas lutas decisivas pela independência do Brasil. Foi sede do governo durante a Guerra da Independência. Ali foram organizados e treinados os batalhões que lutaram em Salvador e no recôncavo baiano contra os ataques portugueses. Nesta guerra destacaram-se vários nomes femininos, uma delas, a ilustre filha da cidade de Cachoeira, Maria Quitéria de Jesus Medeiros, que lutou travestida de homem. Outra filha ilustre da cidade foi Ana Néri (1814-1880), a primeira mulher a se formar como enfermeira no país, que participou da Guerra do Paraguai, cuidando dos soldados feridos.

Cachoeira carrega consigo uma característica marcante e vibrante, a sua religiosidade, tendo como base o catolicismo e a cultura africana, devido toda sua diversidade populacional. A cidade é famosa também pelas igrejas e pelos muitos terreiros de candomblé. Suas festas religiosas e as juninas são monumentais, com

missas, procissões, palestras, comidas típicas e rodas de samba. A cidade hoje sedia uma das manifestações populares afrodescendentes mais importantes do calendário religioso nacional, a Festa da Irmandade da Boa Morte, a qual é comemorada anualmente no mês de agosto movimentando a economia e o turismo do local, atraindo olhares de todos os lugares do mundo.

A IRMANDADE DA BOA MORTE

No século XIX surge na Igreja da Barroquinha na cidade de Salvador uma irmandade composta exclusivamente por mulheres negras e ex-escravas cuja sua veneração e invocação se sucediam em Nossa Senhora da Boa Morte, a celebração ocorria no dia 15 agosto, sendo uma das procissões mais concorridas e com o percurso mais extenso, acompanhada por todas as outras irmandades existentes na época.

Uma organização feminina e negra, uma manifestação secular que acontece no estado da Bahia, trazendo consigo o símbolo de resistência e reinvenção da mulher negra na sociedade, reconstruindo sua identidade e rompendo diversas barreiras. A organização dá início a sua história não somente sob o aspecto religioso, mas sim por toda luta sociocultural e econômica que foram enfrentadas na época. Essas mulheres e ex-escravas não estavam apenas concentradas em batalhar e aceitar sua própria liberdade, mas também intercedendo na compra das cartas de alforria dos demais escravos que permaneciam nos engenhos. O grupo abolicionista, que foi intitulado de mulheres ganhadeiras, teve que se articular para conseguir tal feito na compra das cartas, tornando-se comerciantes e angariando assim recursos financeiros para financiar as alforrias.

Um movimento marcado pelo contraste étnico e racial trouxe uma resignificação dentro das relações religiosas católicas, unificando e compartilhando para além de uma única crença. Mesmo cultuando e venerando uma santa europeia, essas mulheres não perderam a sua identidade negra, pois todas elas mantinham também uma relação estreita com sua religião de matriz africana, o candomblé, dando início assim a existência das irmandades leigas, que são irmandades que começam a surgir com ou sem autorização do clero da época, e reforçando a ideia de sincretismo entre as duas religiões, o catolicismo e o candomblé, mantendo as práticas da religião de matriz africana disfarçadas em ritos cristãos, visto que o candomblé foi reprimido pela sociedade escravocrata, pela Igreja Católica, pelo Estado e rejeitado pela sociedade até meados do século XX na Bahia.

A formação dessas irmandades leigas acontecia da seguinte forma: os grupos escolhiam um(a) santo(a) para sua veneração construía uma igreja e decidiam ser católicos. Assim a Irmandade da Boa Morte edificou a Igreja da Glória na Barroquinha e adotaram Nossa Senhora da Boa Morte para veneração, porém, no mesmo lugar a irmandade mantinha, nos fundos, um terreiro de candomblé cultuando também seus

deuses africanos. Esse acontecimento não foi visto com olhares positivos na sociedade baiana, pois o grupo era formado apenas por mulheres negras e ex-escravas fazendo manifestações abolicionistas, e que na ocasião também estavam compartilhando mais de uma única fé, ou crença, sincretizando os ritos da religião da matriz africana com os ritos católicos. Essas mulheres sofreram perseguições política e religiosa do atual governo da época, fazendo com que se disseminassem para vários lugares do Brasil e algumas delas voltando inclusive para África.

O Recôncavo Baiano foi o local escolhido para maior concentração das irmãs, que se instalaram em Cachoeira numa casa de nº 41, na Rua da Matriz, atual Rua Ana Nery, chamada de Casa Estrela, possuindo na calçada uma estrela de granito de cinco pontas, e onde deram continuidade a Irmandade e aos rituais afro-religiosos.

Hoje, a celebração da festa de Nossa Senhora da Boa Morte acontece anualmente no mês de agosto tendo início no dia 13 e prosseguindo até o dia 17 deste mesmo mês, cumprindo diversos ritos adotados para festividade, trazendo pessoas de todos os lugares do mundo, movimentando o turismo e a economia da cidade, transformando Cachoeira em um grande palco de uma manifestação cultural e da fé afro-brasileira.

O SIGNIFICADO E SIMBOLOGIA DAS VESTIMENTAS

As vestimentas das irmãs da Boa Morte carregam grandes significados, exibindo muita tradição, costume e valores, os quais não se perderam mesmo com o passar do tempo. “O vestuário, sendo uma das formas mais visíveis de consumo, desempenha um papel da maior importância na construção social da identidade”. (CRANE, 2013, p. 21). Assim a indumentária do evento não traduz apenas uma estética visual, ela carrega acima de tudo uma representatividade sócio-histórica e cultural, reforçando uma identidade através das suas referências, conforme afirma Renata Pitombo Cidreira, no livro intitulado *As Vestes da Boa Morte*, de 2015.

Na Irmandade, as joias, além de ratificarem certo status à condição social dessas mulheres, representam ainda o rigor a um ritual de fé e adoração a uma divindade. Perceber a grandeza desses signos e conceber a roupa como um elemento de extrema relevância cultural e simbólica, significa acreditar que as nossas memórias e legados vão além da existência física de nossos corpos, nos conectam com a posteridade. (CIDREIRA, 2015, P. 62).

As negras alforriadas, conhecidas também como negras do partido alto por representarem na sociedade uma posição diferenciada das demais, foram às precursoras da Irmandade da Boa Morte, possibilitando qualidade e liberdade para uma condição de vida melhor. O empoderamento dessas mulheres faz expressar símbolos de fartura e riqueza traduzidos nos seus ornamentos, adereços e joias, também chamadas de joias de crioulas (são ornamentos afro-brasileiros confeccionados entre os séculos XVIII e XIX, usados por mulheres africanas e crioulas escravizadas ou libertas, que

funcionavam como signos de afirmação social e poder). As irmãs apresentam também nas suas roupas o significado de resistência e fé, pois carregam inspirações específicas nas cores, aviamentos e tecidos que são utilizados para suas confecções. Um dos destaques da indumentária da Irmandade é o bordado de richelieu, preservando um símbolo das religiões de matriz africana e uma tradição mantida até os dias atuais.

DIAS COMEMORATIVOS

Dia 13 de agosto se inicia as comemorações. O dia é destinado às irmãs falecidas e ao corpo de Maria, imagem sacra que vai estar deitada no centro da capela. Neste dia todas vestem branco como mulheres de santo, traduzindo respeito, paz e santidade, reverenciando também o santo Oxalá, as irmãs também utilizarão poucos acessórios. Usando somente algumas contas do candomblé e brincos mais discretos na cor prata, elas passam o dia na sede e à noite rezam, incensam e entoam cânticos na capela ao redor da imagem de Maria, depois saem em procissão pelas ruas de Cachoeira segurando tochas acesas.

O dia 14 de agosto é reservado ao “enterro simbólico” de Nossa Senhora, as irmãs vestidas com saias longas na cor preta e plissadas, bata branca, pano da costa feito de veludo preto e forrado com tecido vermelho transpassado na cintura, sobre a cabeça um torço e por cima dele um bioco¹, saem pelas ruas em procissão segurando tochas acesas e bastões. Nesse dia os acessórios são o mais discreto possível.

Dia 15 de agosto é dedicado a Assunção de Maria, vestidas com saias pretas plissadas, lindas batas bordadas com richelieu, sobre os ombros o pano da costa vermelho representando o sangue, a guerra, a batalha e a vida, na cabeça um lindo torço e para completar a indumentária muitos acessórios são utilizados como: correntes, brincos, pulseiras, braceletes, e muitas joias douradas. No mesmo dia acontece o samba de roda, as irmãs tiram a roupa de gala e vestem saias estampadas rodadas.

Por fim, no dia 16 acontece o cozido, e no dia seguinte 17 de agosto a distribuição de caruru e mugunzá.

PLANEJAMENTO E DESENVOLVIMENTO DE COLEÇÃO

Para Rech (apud TREPTOW, 2013, p. 37) “coleção é um conjunto de produtos, com harmonia do ponto de vista estético ou comercial”. A autora cita ainda a importância da relação entre essas peças (GOMES apud TREPTOW, 2013), que pode ser conseguida a partir do tema escolhido, desde que este seja condizente com o estilo do consumidor e a imagem da marca.

O tema é a essência de um bom trabalho de design, pois é o que o torna único e pessoal. Com ele, é possível explorar aspectos de identidade, interesse e visão em

¹ Espécie de mantilha usada pelas mulheres para cobrir a cabeça e parte do rosto, como demonstração de reserva, modéstia, virtude.

busca da inovação. Quando se trata de escolher/identificar o tema, o designer precisa, em primeiro lugar, considerar algo que responda ao briefing do projeto e, em segundo lugar, que estimule sua criatividade. O tema pode ser baseado em várias abordagens diferentes.

A moda tem o poder de absorver diversos tipos de informação como fonte de inspiração, tais como características históricas, sociais, culturais, étnicas, religiosas, como forma de se conectar com um público ou despertar interesse. Para Seivewright (2009, p. 30), “as influências culturais podem vir tanto da apreciação da literatura, das artes e da música do seu próprio país quanto de outros costumes civilizações”. Ainda para o autor, um elemento chave da pesquisa de referência para inspiração no processo criativo é o vestuário de época ou o traje típico regional (SEIVEWRIGHT, 2009). Ele cita a estilista Vivienne Westwood, que descreve o processo de olhar para o vestuário histórico em busca de inspiração como uma forma de “sintetizar o velho no novo”.

Renfrew e Renfrew (2010, p. 64) citam as referências multiculturais, muito exploradas pelos designers e estilistas, particularmente, a partir dos anos 1960, como grande vetor criativo para o desenvolvimento de novos produtos, influenciando enormemente nossos conhecimentos e o modo como decoramos nossas casas, as escolhas da nossa alimentação e a forma como nos vestimos.

A falta de uma metodologia específica, testada e comprovada, para o desenvolvimento de produto em design de moda, leva a maioria dos autores a adaptar, para o planejamento de coleção, as etapas do método projetual do design em geral. Neste caso, após análise comparativa entre vários autores, podemos perceber que as etapas de planejamento e desenvolvimento de uma coleção dividem-se basicamente em quatro fases: planejamento, geração de alternativas, avaliação e detalhamento e produção (SANCHES apud, PIRES, 2008).

A etapa de planejamento, para Treptown (2013), não deve se resumir apenas à concepção ou ao processo criativo do design. Para a autora, o planejamento deve ir além e incluir uma análise da viabilidade produtiva e comercial e a coerência da coleção. A Coleção ora apresentada foi desenvolvida considerando todos os aspectos do processo de planejamento e desenvolvimento de produtos de moda, incluído a análise e contextualização mercadológica da mesma, passando pela elaboração de ilustrações e fichas técnicas dos produtos e chegando a etapa de desenvolvimento de algumas peças piloto bem como a comunicação e apresentação das mesmas em ambiente acadêmico.

No entanto, neste artigo, cabe apenas a apreciação da etapa de inspiração da referida coleção e a exploração do tema Irmandade da Boa Morte como catalisador do processo criativo através da exploração das cores, formas e texturas fornecidas pela pesquisa de referencial imagético do tema, conforme moodboard ilustrado na figura 01.



Figura 01: moodboard (painel de referencial imagético do tema).

Fonte: Criação própria com Fotografias de Jomar Lima, tiradas durante a comemoração da Irmandade da Boa morte; disponíveis em: <https://www.facebook.com/pg/IrmandadedeBoaMorte/photos/>, 2016, 2017, 2018

A coleção desenvolvida foi inspirada em todo contexto histórico da Irmandade da Boa Morte. Algumas composições semelhantes foram adotadas: aviamentos, tecidos e o bordado de richelieu, ressignificando toda simbologia visual e material que a indumentária das irmãs da Boa Morte expressa. Foi realizado um editorial fotográfico em um Bairro histórico de Salvador, o Santo Antônio Além do Carmo, em frente à Igreja da Ordem Terceira do Carmo e nas suas imediações, local que a Irmandade também percorreu enquanto estava em Salvador.



Figura 02: Imagem Coleção (editorial fotográfico)

Fonte: Criação Própria, 2018.



Figura 03: Imagem da Coleção (editorial fotográfico)

Fonte: Criação Própria, 2018.



Figura 04



Figura 05

Fonte: Criação Própria, 2018.



Figura 06: Imagem da Coleção (editorial fotográfico)

Fonte: Criação Própria, 2018.

Durante o processo criativo foram desenhadas para coleção 30 peças exclusivas para o vestuário feminino, sendo confeccionadas e desenvolvidas 10 peças para o ensaio fotográfico, que também contou com a parceria da Designer de moda Ângela Duarte fundadora da marca Afrolook, uma marca de acessórios inspirada na moda afro, produzindo peças com recortes e estampas diversificadas e exclusivas, e que cedeu os acessórios e calçados para a produção do editorial.



Figura 07: Imagem da Coleção (editorial fotográfico)

Fonte: Criação Própria, 2018.



Figura 08



Figura 09

Fonte: Criação Própria, 2018.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Irmandade traduz um acontecimento histórico social e econômico que surgiu no século XIX, mas que se interliga diretamente com a sociedade de hoje. Infelizmente

o sofrimento perpassa até os dias atuais. Hoje a Bahia é o local com maior número de negros fora da África, e, conforme diversas pesquisas e censos oficiais, a mulher negra que ocupa a maior parcela dessa população, segue condicionada aos piores salários, com condições de trabalho precárias, vivendo em lugares sem infraestrutura adequada atingindo assim os piores indicadores sociais e econômicos do país.

Resistência é a principal marca que a mulher negra carrega na sua trajetória, não cabendo deixa de lutar em nenhum momento, lutando por uma sociedade mais justa e igualitária, tentando romper os preconceitos e discriminações entre a pobreza, o machismo e o racismo, uma realidade que infelizmente é rotineira no seu dia a dia.

Assim, pode-se perceber como o tema torna-se elemento de extrema importância para o planejamento e desenvolvimento de uma coleção, visto que permeia todo o processo criativo e estratégico desta, aparecendo nos elementos de design que norteiam o processo criativo (cores, formas e texturas), refletido em estratégias construtivas dos produtos (materiais, modelagem, estampas, bordados) e também nos elementos de comunicação desta coleção (imagens da coleção) como editorial fotográfico e ambiência para apresentação da mesma. Pode-se ainda destacar que o uso desta importante referência histórica e cultural do povo baiano e brasileiro, faz-se importante para o processo de afirmação da nossa cultura, à medida que evoca as velhas tradições da mulher negra do recôncavo baiano, como forma de resistência e sobrevivência, renovando estes símbolos e suas influências no contexto atual, impactando de alguma forma no vestir da mulher contemporânea, empoderada agora pelas imagens das vestimentas da mulher de outrora.

REFERÊNCIAS

CADERNOS DO IPAC. **Festa da Boa Morte**. Salvador: Editora EGBA, 2011.

CRANE, Diana. **A moda e seu papel social**: Classe, gênero e identidade das roupas. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2013.

CIDREIRA, Renata Pitombo. **As vestes da Boa Morte**. Cruz das Almas: Editora UFRB, 2015.

PIRES, Dorotéia B. **Design de Moda**: olhares diversos. Barueri: Estação das Letras e Cores, 2008.

RENFREW, Elionor e RENFREW, Colin. **Desenvolvendo uma Coleção**. Tradução: Daniela Fetzner. Porto Alegre: Bookman, 2010.

SEIVEWRIGHT, Simon. **Pesquisa e Design**. Tradução: Edson Fumankiewicz e Sandra Figueiredo. Porto Alegre: Bookman, 2009.

TREPTOW, Doris Elisa. **Inventando Moda**: planejamento de coleção. São Paulo: Edição da Autora, 2013.

SOBRE A ORGANIZADORA

Natalia Colombo: Bacharel em Design de Moda (2015) e Mestre em Comunicação e Linguagens pela Universidade Tuiuti do Paraná (2018). Bolsista Taxa PROSUP/CAPES (2016-2018). Membro no grupo de pesquisa: Tecnologias: Experiência, Cultura e Afetos (TECA) do PPGCom UTP/Curitiba (2017). Pesquisadora nas áreas de Moda, Comunicação, Consumo e Identidade. Experiente na área de Desenho Industrial, com ênfase em Planejamento e Desenvolvimento de Produto e Gestão de Comunicação com ênfase em Eventos Científicos.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Ações estratégicas 1, 2, 7, 11

Análise de tarefa 55

Apropriação 3

Ativismo digital 28, 29, 30

B

Branding 1, 2, 4, 5, 6, 7, 10, 11, 12, 13, 21, 28, 34, 42, 53, 60

Branding territorial 1, 2, 4, 6, 7, 10, 11

C

CAD 60, 61, 62, 64, 65

Cheiro 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20

Cidadania 28, 29, 32

Coleção 23, 24, 25, 26, 42, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 56, 60, 61, 62, 65

Comportamento 5, 14, 15, 17, 19, 31, 37

Comunicação 1, 2, 5, 11, 15, 18, 19, 22, 23, 27, 29, 35, 41, 47, 52, 58, 66

Consumo 4, 5, 9, 11, 14, 18, 28, 29, 30, 31, 32, 45, 66

Criação 1, 2, 3, 5, 7, 11, 13, 35, 48, 49, 50, 51, 53, 56, 60, 61, 62, 64

Cultura 4, 5, 7, 11, 16, 22, 25, 26, 30, 34, 36, 42, 43, 52, 66

Custo 28

E

Ergonomia 54, 58

Espírito do tempo 36, 40

Experiência 5, 6, 13, 14, 15, 16, 18, 19, 66

F

Ferramentas de design 53

Fidelização 6, 19

Figurino 53, 54, 56, 57

Função 1, 5, 15, 22, 56, 62

G

Gestão 2, 5, 7, 12, 13, 14, 15, 16, 66

H

Hábitos 37

I

Identidade 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 11, 12, 13, 15, 16, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 28, 34, 36, 37, 42, 43, 44, 45, 46, 52, 53, 60, 66

Imagem da marca 1, 2, 6, 11, 46
Irmandade 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 51

J

Jovem guarda 34, 35, 36, 37, 39, 40, 41

L

Limites de contorno 55, 56

M

Manifestação 21, 22, 25, 42, 44, 45

Mapa radial de sanches 55

Marca 1, 2, 4, 5, 6, 11, 12, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 23, 24, 25, 36, 46, 50, 52

Marketing 12, 13, 14, 15, 17, 19, 20

Memória 14, 15, 16, 17, 19

Mídias sociais 28, 29

Moda 1, 9, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 21, 22, 23, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 34, 35, 36, 37, 39, 40, 41, 42, 47, 50, 52, 53, 54, 59, 60, 61, 62, 65, 66

Modelagem 40, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 60, 61, 62, 63, 64, 65

Modelo MODThink 58

Movimento cultural 34, 35, 36

P

Pertencimento 7

Política 11, 22, 23, 25, 27, 30, 45

Ponto de venda 13, 17, 19, 20

S

Significado 4, 6, 39, 40, 45, 46

Simbologia 43, 45, 48

Sociedade 12, 19, 22, 23, 26, 27, 29, 30, 35, 39, 42, 44, 45, 51, 52

Sociopolítico 21, 22, 23, 24, 26

Sustentabilidade 28, 30, 32, 62, 65

T

Território 2, 3, 4, 6, 7, 10, 11, 12

V

Valor 2, 5, 7, 12

Valores 7, 11, 22, 23, 34, 36, 39, 40, 43, 45

Z

Zero waste 60, 61, 62, 64, 65

 **Atena**
Editora

2 0 2 0