

UNIVERSIDADE DO VALE DO PARAÍBA
FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS E COMUNICAÇÃO CURSO DE
DESIGN DE MODA

ALEXIA ZARONI TEIXEIRA

COLEÇÃO DE MODA E CRIAÇÃO DE MARCA
JARDIM SECRETO: A RELAÇÃO DO FEMININO COM A NATUREZA

SÃO JOSÉ DOS CAMPOS - SP

2021

UNIVERSIDADE DO VALE DO PARAÍBA
FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS E COMUNICAÇÃO CURSO DE
DESIGN DE MODA

ALEXIA ZARONI TEIXEIRA

COLEÇÃO DE MODA E CRIAÇÃO DE MARCA
JARDIM SECRETO: A RELAÇÃO DO FEMININO COM A NATUREZA

Trabalho de Graduação de Curso apresentado à Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas, como complementação dos créditos necessários para obtenção do grau de bacharel em Design de Moda.

Orientador: Prof.^a Natalie de Oliveira Manso

SÃO JOSÉ DOS CAMPOS - SP

2021

TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE DIVULGAÇÃO DA OBRA

Ficha catalográfica

Teixeira, Alexia Zaroni
Coleção de moda e criação de marca : Jardim Secreto: A
relação do feminino com a natureza / Alexia Zaroni Teixeira;
orientador, Natalie De Oliveira Manso. - São José dos Campos,
SP, 2021.
104 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) - Universidade do Vale
do Paraíba, São José dos Campos. Design de Moda .

Inclui referências

1. Design de Moda . 2. A relação do feminino com a natureza .
3. Natureza enquanto mecanismo para autoconhecimento humano. 4. A
grande Deusa e suas representações. 5. Moda consciente e Slow
Fashion. I. De Oliveira Manso, Natalie ; orient. II. Universidade
do Vale do Paraíba. Design de Moda . III. Título.

Eu, Alexia Zaroni Teixeira, autor(a) da obra acima referenciada:

Autorizo a divulgação total ou parcial da obra impressa, digital ou fixada em
outro tipo de mídia, bem como, a sua reprodução total ou parcial, devendo o
usuário da reprodução atribuir os créditos ao autor da obra, citando a fonte.

Declaro, para todos os fins e efeitos de direito, que o Trabalho foi elaborado
respeitando os princípios da moral e da ética e não violou qualquer direito de
propriedade intelectual sob pena de responder civil, criminal, ética e
profissionalmente por meus atos.

São José dos Campos, 16 de Dezembro de 2021.

Alexia Zaroni

Autor(a) da Obra

Data da defesa: 07 / 12 / 2021

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer primeiramente meus pais Rubia e Ricardo, por serem excelentes e exemplos de pais, me ensinando valores essenciais para minha formação como pessoa, como: Respeito, compreensão e amor ao próximo, valores que levo comigo em toda minha passagem pelo plano terrestre; Por sempre me apoiarem em todas as minhas decisões e compreenderem as minhas escolhas ao decorrer da vida, fazendo tudo possível para que eu realize meus sonhos. A minha mãe de criação: Margarida, por cuidar de mim desde meu nascimento, estando sempre presente com seu amor em todos os momentos da minha vida, principalmente por me mostrar o que é o amor puro e genuíno. Ao meu grande amigo Leonardo, que não pode estar presente fisicamente comigo nessa etapa da minha vida, mas que me guia e cuida de mim a onde eu estiver lá do plano espiritual; Quem me ensinou o valor de amizades sinceras e o valor da vida, mostrando que a vida é passageira e que dela nós não levamos nada, apenas deixamos nossos rastros aqui na terra, me fazendo querer ser uma pessoa melhor e que minha jornada aqui no plano terrestre deixe apenas rastros de amor. *“Be Water, My Friend”*. Ao meu companheiro de vida Gabriel, com seu amor incondicional pelos animais, me mostrando os encantos da natureza e a sua grande beleza, dando um novo sentido pra minha vida, me fazendo me conectar com minha própria essência, sendo assim parte crucial para a criação deste trabalho. A Professora Natalie, por me auxiliar na construção desse projeto, fazendo do meu sonho algo possível, estar comigo nessa etapa da minha vida e sempre incentivar a seguir minha jornada. Por fim, queria agradecer em especial três mulheres maravilhosas: Noêmia, Isabelle e Rebeca e a todas as mulheres incríveis que cruzaram de alguma forma o meu caminho, me ensinando a crescer como mulher e evoluir espiritualmente, esse projeto é dedicado a todas elas.

RESUMO

O presente Trabalho de Conclusão de Curso tem como tema o desenvolvimento da coleção Jardim Secreto e da marca de moda Bem Me Quer inspirada na relação do feminino com a natureza. Seu objetivo é restabelecer a cosmovisão da natureza enquanto mecanismo para o autoconhecimento feminino, promovendo o contato da mulher com sua própria essência feminina e a reconexão com a terra, proporcionando uma busca por outros modos de relacionamentos entre a humanidade e o meio ambiente. Uma reflexão sobre os atuais enfrentamentos ecológicos, sociais e políticos. Através da moda, conectar-se com a natureza em uma viagem de autoconhecimento feminino, buscando a Deusa existente em cada mulher. Por outro lado, pretende buscar a criação de uma marca sustentável e feminina de moda local com propósito e valores, além de elementos de informação de moda na cidade de São José dos Campos. A problemática deste trabalho é a falta de marcas locais *Slow Fashion* com elementos e informações de moda que tenham como prioridade a sustentabilidade e o empreendedorismo feminino em nossa região. Busca-se com este projeto, trazer uma eco reflexão e um olhar para o nosso interior, ressurgindo o pensamento que todos nós fazemos parte da teia da vida, por assim formular questões compreensões profundas acerca da natureza humana e feminina. A metodologia é composta por pesquisas bibliográficas, quantitativas e qualitativas e levantamento de campo, analisando o comportamento e o interesse do público-alvo, auxiliando no desenvolvimento deste Projeto.

Palavras - chave: Moda, Autoconhecimento, Eco reflexão, Feminino e Natureza, Deusa.

ABSTRACT

The hereby Graduation Term Paper, has as its theme the development of the Secret Garden collection and the Bem Me Quer brand inspired by the relationship between the femininity and nature. Its objective is to reestablish the worldview of nature as a mechanism for female self-knowledge, promoting women contact with their inner feminine essence and reconnection with the soil, enabling a search for other modes of relationships between humanity and the environment. A reflection on the current ecological, social, and political crises. Through fashion, it aims to connect all women with nature on a journey of feminine self-knowledge and discovery, seeking the goddess existing in every woman. At the same time, it intends to create a sustainable and local feminine brand with purpose and values, incorporating elements already existing from São José dos Campos' city fashion style. This Graduation Term Paper outlines the problematic of absence or insufficiency of local Slow Fashion brands with elements and fashion information that prioritize sustainability and female entrepreneurship in our region. Our intention is to encourage an ecological reflection and a self-discovery journey, resurfacing the thought that we are all part of this intricated web of life, which would allow us to formulate profound questions about humanity and feminine nature. The methodology is composed of bibliographic, quantitative, and qualitative research and field survey, analyzing the behavior and interest of the target audience, assisting in the development of this Project.

Key Words: *Fashion, Self-knowledge, Eco reflection, Feminine and Nature, Goddess.*

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 - A natureza vista de perto	20
FIGURA 2 - <i>“Wild Flower”</i>	21
FIGURA 3 - <i>“Everything Always Returns To Her”</i> E.A.R.T.H.	23
FIGURA 4 - Deusa Deméter, Pandora e Flora	24
FIGURA 5 - “Gaia” de Lorenzo Quinn	25
FIGURA 6 - A Grande Deusa	26
FIGURA 7 - Deusa Mãe	27
FIGURA 8 - Representações da Deusa criadora	29
FIGURA 9 - A Natureza e a Tecnologia	30
FIGURA 10 - <i>“Fern”</i> de Rob Mulholland	31
FIGURA 11 - <i>“Celestial Journeys”</i> de Josephine Wall	33
FIGURA 12 - <i>“Leap of Faith”</i> de Tahlia Stanton	35
FIGURA 13 - <i>“Return to Mother Earth”</i> de Chad Knight	36
FIGURA 14 - <i>“Similarities between the human body and nature”</i>	37
FIGURA 15 - Painel Semântico Bem Me Quer	38
FIGURA 16 - Rede Social Bem Me Quer	39
FIGURA 17 - Jardim Secreto por Maria Paula	40
FIGURA 18 - Logotipo Bem Me Quer	41
FIGURA 19 - Coração Bem Me Quer	42
FIGURA 20 - Etiqueta de composição	42
FIGURA 21 - Etiqueta fantasia e bandeirinha	43
FIGURA 22 - <i>Tag</i> (Frente e Verso)	43
FIGURA 23 - Adesivo redondo	44
FIGURA 24 - Embalagem <i>E-commerce</i>	44
FIGURA 25 - Embalagem	45
FIGURA 26 - <i>Ecobag</i>	45
FIGURA 27 - Painel Semântico Público - Alvo	52
FIGURA 28 - Painel Semântico Jardim Secreto	53
FIGURA 29 - Cartela de cor	54
FIGURA 30 - Cartela de tecido	56
FIGURA 31 - Cartela de aviamentos	56
FIGURA 32 - Linhas e Silhuetas	58

FIGURA 33 - Elementos de Estilo	59
FIGURA 34 - Estamparia Bem Me Quer	60
FIGURA 35 - <i>Mix</i> de Produtos	61
FIGURA 36 - Mapa da Coleção	62
FIGURA 37 - Demonstração da Referência	63

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 - Qual sua idade?	47
GRÁFICO 2 - Qual seu gênero?	47
GRÁFICO 3 - Você é de São José dos Campos?	48
GRÁFICO 4 - Qual sua faixa salarial?	48
GRÁFICO 5 - Você consome marcas <i>Slow Fashion</i> ?	49
GRÁFICO 6 - Você conhece marcas <i>Slow Fashion</i> em São José dos Campos?	49
GRÁFICO 7 - Como você definiria seu estilo?	50
GRÁFICO 8 - O que você mais valoriza na hora de comprar uma peça?	50
GRÁFICO 9 - Você prefere comprar <i>online</i> ou em loja física?	51
GRÁFICO 10 - Você acha importante que as marcas que se preocupem com causas ambientais, sociais e políticas?	51

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	11
2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	11
2.1 Origem da moda	12
2.1 <i>Design</i> de moda	13
3. TENDÊNCIA DE MODA	15
3.1 Macrotendência e Microtendência	16
4. COLEÇÃO JARDIM SECRETO	18
4.1 A Natureza Onipresente	19
4.2 A Natureza como divindade feminina: Um culto a mãe terra	22
4.3 O Arquétipo da Deusa e o Sagrado Feminino	25
4.4 A desconexão da humanidade com a natureza	29
4.5 Eco Reflexão e autoconhecimento	34
5. CRIAÇÃO DA MARCA	37
5.1 Conceito	37
5.2 Painel semântico Bem Me Quer	38
5.3 Plataforma de conteúdo Bem Me Quer	39
5.4 “Jardim Secreto” por Maria Paula	40
5.5 Identidade visual Bem Me Quer	41
6. DEFINIÇÃO DO PÚBLICO-ALVO	46
6.1 Resultados das pesquisas	46
6.2 Painel de público-alvo	52
6.3 Persona	52
7. PROCESSO CRIATIVO	53
7.1 Painel semântico JARDIM SECRETO	53
7.2 Cartela de cor coleção “Jardim Secreto”	54
7.3 Cartela de tecido coleção “Jardim Secreto”	55
7.4 Cartela de aviamentos	56
7.5 Linhas e Silhuetas	57
7.6 Elementos de estilo	58
7.7 Estamparia Bem Me Quer	59
7.8 Mix de produtos e moda	60
7.9 Croqui	61

7.10 Mapa da coleção JARDIM SECRETO	61
7.11 Ficha técnica	63
8. CONSIDERAÇÕES FINAIS	63
REFERÊNCIAS	64

1. INTRODUÇÃO

A diferenciação de gênero através das roupas, segundo Strey (2000) começa desde o nascimento: embora a criança recém-nascida possa ser vestida mais “neutralmente”, logo começará a ser influenciada segundo as prescrições de sua cultura (Eicher e Roach-Higgins, 1992).

As roupas femininas durante a maior parte da história moderna era feita para sugerir capacidade para a maternidade. Elas sublinhavam contornos arredondados, insistiam em tecidos ricos e macios, e tendiam centrar o interesse no busto e no estômago. Depois, o vestido feminino passou a levar uma noção de debilidade e fragilidade e, mais tarde, a uma noção de liberdade e liberação e assim por diante. (STREY, Marlene, 2000, p.150)

Para Strey (2000) a feminilidade que a roupa pode expressar tem um significado concreto em cada período da história humana. A identidade feminina é expressa pela forma de seu corpo, por seus vestidos, maquiagem e penteados.

Este projeto tem como intuito abordar a relação do feminino com a natureza e, a forma em que essa conexão é essencial para o autoconhecimento da mulher. E juntamente com a criação de uma marca de moda e confecção local com valores e princípios, por uma moda mais consciente e feminina; Com isso apresentar uma coleção inspirada na beleza feminina que há presente nos diversos elementos da natureza, afim que se reflita sobre questões ambientais e de gênero, um despertar para uma jornada de auto reflexão e de autoconhecimento feminino.

A coleção seguirá uma linha comercial, que será desenvolvida a partir das características femininas ligadas à natureza dentro da estética da marca de moda Bem Me Quer, a fim de criar uma coleção jovem, divertida e feminina, que atendam as necessidades do mercado da cidade de São José dos Campos. Para a criação, serão utilizados elementos que trazem como referências as diversas formas da natureza e a ligação delas com o conceito do feminino, como a delicadeza das flores e a importância delas no âmbito de gerar vida e de criação, já que são responsáveis pela produção de novas sementes para a formação de novas plantas.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Origem da moda

A roupa acompanha o homem desde o início de sua jornada e evolução; Os homens pré-históricos se cobriam com peles de animais para enfrentar as diversas situações climáticas, porém acredita-se que havia outro motivo além do uso exclusivo de proteção. Para Treptow (2013. p.19) alguns historiadores defendem a teoria de que o homem pré-histórico era místico e tinha duas crenças sobre as caçadas: A primeira é que desenhando os animais que pretendiam caçar, ele já estava retratando sua vitória, como se desenhasse o futuro: e a outra é que vestindo a pele de animais anteriormente caçados, ele adquiria a força daquele animal.

Essas crenças seguiram o homem conforme sua evolução, vemos nas primeiras civilizações o significado místico da roupa, que era usado pelos sacerdotes e governantes, usando esses trajes de maneira que os diferenciavam do resto da civilização.

Até esse momento, a roupa era uma forma de identificar a condição do indivíduo dentro da sociedade, existindo inclusive leis suntuárias que proibiam o uso de um ou outro traje, pois tais eram privilégio da nobreza ou governante maior. (TREPTOW, 2013. p.20)

Podemos considerar que nesse período até o final da Idade Média, existia uma indumentária, roupas, mas não o fenômeno que hoje chamamos de moda. A partir da Revolução Comercial houve um crescimento da burguesia e o aumento do acesso a tecidos trazidos do Oriente, com isso surge uma necessidade maior por parte da nobreza de diferenciação.

Para Treptow (2013, p 21) a moda surge no momento histórico em que o homem passa a valorizar-se pela diferenciação dos demais através da aparência, podendo ser traduzido em individualização. Todavia essa diferenciação de uns, visa a uma identificação com outros, pois a moda se dá através da cópia do estilo daqueles a quem se admira. A moda passa a ser vista como um fenômeno social, em que as pessoas mudam sua forma de vestir em função de influências sociais, pela necessidade de pertencimento a algum grupo social.

O Sociólogo inglês Herbert Spencer (CARTER, 2003:31) descrevia esse fenômeno como imitação reverencial e imitação competitiva. A primeira tratando da cópia de estilos adotados por pessoas influentes

em um grupo por outras que almejam ou admiram sua posição social. A segunda referente ao desejo de pessoas de classes inferiores igualarem-se a grupos mais elevados na escala social. (TREPTOW, 2013, P.20)

Com o surgimento do *Prêt-à-Porter* é possível ver a moda se segmentando cada vez mais e com isso uma crescente democratização da moda que contribui para minimizar seu caráter diferenciador social e o surgimento de diversos estilos, caracterizada atualmente pela pluralidade de opções ao se vestir.

2.1 *Design* de moda

Para Matharu (2011) os *designers* trabalham muito para se conectar ao consumidor nos níveis estético e emocional. Moda é *design*, ou seja, possui modos de fazer que se assemelham aos modos de fazer de outros objetos desenvolvidos por *designers* e, portanto, pode ser entendida como pertencente ao campo do *design*.

O designer de moda é a personificação do sistema da moda, dentro do modelo *Trickle-down*. O processo de proposta de um novo produto inicia-se a partir do desfile ou da apresentação da coleção assinada por um estilista. Este precisa ser reconhecido pelos formadores de opinião da indústria da moda, que o apoiarão divulgando e consumindo suas criações. (TREPTOW, Dóris, 2013. p.24)

Segundo Christo (2008) podemos observar que, cada vez mais, a Moda e o *Design* estão se aproximando, e esta aproximação não está marcada apenas pela inserção da palavra *design* para nomear o profissional que atua no campo da moda. De alguma forma o *design*, não apenas como palavra, mas também como conceito, passou a fazer parte do universo da moda. Não só a moda assimilou o *design* em seu universo, também o design incorporou a moda ao seu campo.

Por um lado, o termo “design” é entendido como atividade que precisa seguir as restrições impostas pelo mercado, não podendo ter autonomia e liberdade. Assim, o “*designer* de moda” é entendido como um profissional limitado por todas as demandas da indústria que são direcionadas pelas demandas do mercado, enquanto o “estilista” aparece associado com um profissional criativo, inovador, livre para a conceituação de um objeto e desvinculado, ou pouco vinculado, das questões que envolvem o mercado, ou seja, livre para criar peças que expressem demandas próprias, pessoais e individuais. (CHRISTO, Deborah y SABRÁ, Flávio, 2016, p.8).

Para Christo e Sabrá (2016), o “estilista” se aproxima do conceito tradicional de artista como um gênio, pertencente ao campo da arte, enquanto o “*designer* de moda” se adequa a um técnico racional e lógico, ou seja, o “estilista” é entendido e valorizado como produtor de objetos criativos, inovadores e autorais e o “*designer* de moda” é entendido como um profissional vinculado às demandas do mercado e dos produtores sem autonomia para criar e inovar.

Independente dos vários questionamentos, ambiguidades e embates presentes nos diversos conceitos que permeiam a relação entre moda e *design*, a atividade do criador de objetos de vestuário vinculados à noção de moda passou a ser nomeado e qualificado como *designer* de moda. (CHRISTO, Deborah y SABRÁ, Flávio, 2016, p.9).

Por outro lado, o entendimento sobre a palavra “*design*” também aparece vinculado à noção de projeto como ferramenta capaz de planejar e organizar o desenvolvimento do produto a partir da identificação das demandas do usuário, da sociedade, do mercado e dos produtores, diferenciando e valorizando o objeto produzido. Desta forma, um produto desenvolvido seguindo a lógica do *design* seria um objeto pensado, planejado e estruturado, ou seja, um objeto cujos resultados podem ser controlados e previstos e, assim, ser detentor de uma qualidade superior que o diferenciaria de outros produtos e garantiria um bom desempenho no mercado. (CHRISTO y SABRÁ 2016)

3. TENDÊNCIA DE MODA

Tendência de moda, ou modismo, é o nome dado aos produtos que retratam o gosto dominante de um determinado tempo, caracterizada pela temporalidade e pela massificação. De acordo com Treptow (2013.p 27) as tendências surgiram com o próprio advento da moda, a partir do renascimento. Nessa época, a adoção de novos padrões visuais ainda não eram uma constante, e a quebra de tradições era vista com reservas. Todavia, alguns grupos vanguardistas enxergavam, na adoção de novos valores, não uma ruptura com o passado, mas um processo de evolução. Dessa maneira, o surgimento de novos padrões no vestir era visto positivamente, como a valorização do novo.

Entende-se que uma tendência existirá por tempo limitado, seu período de existência vai do lançamento por grupos de vanguarda e tem seu fim após a massificação e totalmente absorvida pelo mercado consumidor.

As tendências de moda são fenômenos que concernem o gosto e o estilo. Segundo Erner (2012) e Lipovestky (2007), são convergências de desejos e de gesto, caracterizadas por ciclos de variável duração e rápida modificação. Apesar das rápidas renovações responderem diretamente aos interesses da indústria da moda – traduzidas em lucro –, cada tendência envolve duas esferas: [a] esfera cultural arbitrária e [b] uma esfera econômica comercial. Por isso, essa discussão sobre o conceito de tendências considera principalmente o seu sentido ao invés das causas por trás da renovação. (Queiroz Campos, Amanda, Wolf, Brigitte. 2018 p.15).

A palavra tendência está diretamente ligada a movimento, tendo o futuro como objetivo principal. Ela não pode ser analisada como algo que segue uma única direção, mas um conjunto de mudanças dentro de um sistema, sendo consideradas como um todo seja um pensamento, uma forma de se vestir ou de se comunicar. A moda é uma linguagem que as pessoas utilizam todos os dias, com isso o mercado de moda está em constante expansão. A importância da pesquisa de tendência se dá justamente neste cenário em que a inovação dos produtos de moda necessita ser guiados pelas oportunidades de mercado, pois as empresas de moda devem criar produtos que os clientes não só os desejem, mas que efetivamente os consumam. Desta forma, a pesquisa de tendência é informação estratégica para os processos criativos de toda a cadeia produtiva de moda.

Há diversas abordagens para se pesquisar tendências. O *coolhunting* surge para estudar e analisar as tendências de comportamento jovem, focando seus interesses comuns, destacando suas atitudes inovadoras. Música, vestuário, filmes, artes e política são áreas pesquisadas pelos *coolhunters*, que evidenciam as novidades, o *cool* que pode gerar tendências de consumo. (RECH y MORATO. 2009. p. 634).

Para Campos (2020) a associação entre tendências e moda explica-se pela percepção do ritmo acelerado com que as mudanças ocorrem em roupas, acessórios e penteados. Consideradas estratégicas, tendências fazem referência a um contexto sociocultural, mesmo nos casos em que a explicação sociocultural da tendência se esconde por detrás do desejo pela mudança. As tendências consistem em transformações que envolvem as esferas social, cultural, individual e estética. Tais transformações são aceitas como positivas devido à lógica da ordenação,

renovação e normalização da mudança fundamentada no *ethos* moda. As tendências podem ser mudanças autolegitimadas, mas elas alinham-se, em maior ou menor grau, com o espírito da época, *Zeitgeist*.

3.1 Macrotendência e microtendencia

De acordo com Campos (2020) A duração de um modismo equivale exatamente ao ciclo de vida de um produto, já uma moda tem uma duração quase três vezes maior, durando cerca de cinco anos. Por sua vez, um clássico, afeta um grande número de pessoas por um período temporal mais extenso, gerando inclusive mudanças comportamentais e sociais. As tendências de curto prazo fenecem rapidamente. Uma tendência de longo prazo, mesmo aplicada a um produto, percorre o trajeto mais longo antes de perder seu valor de novidade.

Tendências de fundo são aquelas que influenciam aspectos sociais e têm duração mais longa, enquanto tendências de curto prazo têm influência mais passageira e são coloquialmente denominadas fenômenos de moda. Normalmente, as tendências de fundo influenciam diferentes séries de tendências de curto prazo, as quais são mais voláteis e frágeis e geralmente se expressam em produtos por meio de direções estéticas e conceituais.
(CAMPOS, Queiroz Amanda. 2020.p. 321 *Apud* CALDAS. 2015).

Macrotendências têm duração de uma a duas décadas e abarcam mudanças econômicas, políticas e tecnológicas. Elas são altamente impactantes em diferentes setores e relevantes para a construção de novos cenários. As macrotendências são consideradas movimentos ou mudanças socioculturais que influenciam a sociedade por longos períodos de tempo. Seu principal parâmetro é o potencial de impacto, uma vez que alcançam repercussão no estilo de vida da sociedade, principalmente de consumidores, orientando suas preferências e gostos (CAMPOS, 2020 *Apud* BRANNON, 2010).

Uma macrotendência consiste em mudança com efeito duradouro, estendendo-se de cinco a vinte anos. Elas são bem fundamentadas por mudanças em aspectos culturais, sociais, políticos e econômicos e influenciam diferentes áreas da vida social. Macrotendências são largamente adotadas, influenciando a população em geral. Devido a tais características, pode-se afirmar que macrotendências têm relação com os fenômenos intitulados como tendências massivas, socioculturais, pesadas, de fundo, de longa duração e cultura lenta.
(CAMPOS, Queiroz Amanda. 2020.p.325).

Segundo Campos (2020) microtendências são fenômenos de duração temporal inferior quando comparadas às macrotendências, também alcançando inferior abrangência e amplitude. Elas são altamente representativas da volatilidade contemporânea, representam influências em menor escala e, igualmente, força de intensidade inferior. Relacionam-se a mudanças pequenas e perceptíveis que ocorrem cotidianamente ao nosso redor: o que vestimos, o que preferimos comer, sobre quais assuntos preferimos conversar, até mesmo quais palavras utilizamos para expressar-nos. Falando especificamente da moda, as macrotendências são o pilar para todo o segmento porque delas derivam as estratégias e diretrizes das microtendências.

Por sua vez, as microtendências geralmente têm menor resistência e impacto. Com duração de até cinco anos, elas podem ser consideradas como a aplicação de macrotendências em áreas específicas, geralmente relacionadas a aspectos estéticos. Por serem relegadas à aparência e aos atributos expressivos dos objetos e não explicitarem sua relação direta com as tendências socioculturais e são consideradas arbitrárias. Mesmo tendo difusão viral, raramente abrangem a sociedade de modo completo e fundamental. (...) Os termos entusiasmo, onda, modinha *fad*, *craze*, *hype*, correspondem a fenômenos de duração e impacto ainda menos intensos. (CAMPOS, Queiroz Amanda. 2020.p 326-326).

4. COLEÇÃO: JARDIM SECRETO

O tema Jardim Secreto vem com a finalidade de criar no imaginário do público um espaço físico misterioso e encantador que nos leva a um profundo mergulho em nossa própria essência feminina. A natureza está completamente ligada ao feminino. A energia feminina assim como a natureza é fértil, geradora de vida e nutridora de toda criação. O feminino é capaz de dar a vida, pois contém a receptividade e o vazio de onde tudo pode nascer. A natureza de um jardim remete a tudo que é a energia feminina. As flores, além de responsáveis pela reprodução das plantas, na arte sempre foram ligadas à beleza, à delicadeza, ao feminino, por serem belas, coloridas, perfumadas e encantadoras; Assim como a mulher é capaz de perpetuar sua espécie, as flores têm a mesma função; Levar adiante sua espécie com mais vida na terra. Delicadas, as flores representam a força da mulher, que não é bruta, mas sutil.

Nos Hinos Órficos, escritos no início da era imperial romana por diversos poetas, mas creditados à Orfeu, o poema sobre Afrodite entrega algumas características da energia feminina, representada na mitologia pela deusa do amor, da beleza e da fertilidade. Rainha de risada amorosa, gentil, amante da noite, fonte de persuasão, doadora de vida, são algumas características mencionadas no Hino à Afrodite, nos trazendo a percepção do feminino como uma energia de gentileza e não agressiva. Amorosa e não bruta. Que flerta com a profundidade, com o mistério do que é oculto em nossa alma, do que é sombra, assim como a noite. Fértil como a terra e encantadora a ponto de conquistar a todos que lhe olham os olhos.

Assim se dá a semelhança às flores: geradoras de vida, encantadoras, vulneráveis e fortes em sua delicadeza que cumpre sua função de enfeitar, de inspirar, de criar, enquanto com suas profundas raízes suportam com força os ventos, tempestades e outras fúrias da natureza, assim como uma mulher em sua vulnerabilidade resiste com firmeza. O contato com a energia feminina permite o mergulho às profundezas da alma, o recolhimento. Conhecer-se profundamente, acessar suas sombras e os lados ocultos e inconscientes de si mesmo só é possível quando se está conectado com sua energia feminina. Portanto, o jardim que nos conecta com nossa essência. Tem certo mistério, é repleto de descobertas que nos levam a acessar o que estava oculto dentro de nós.

Representado com flores coloridas, de formatos intrigantes, com a perfeita mistura da luz e da sombra, da vida e da morte, do dia e da noite, esse espaço repleto de conexão profunda é a simbologia de todo o contato com a nossa alma feminina em essência; Além de místico e lúdico, o jardim secreto permite a reconexão com a própria essência do ser, com a nossa verdade interna, um espaço repleto de vida pulsante leva diretamente em contato com a mulher que existe em nós.

4.2 A Natureza Onipresente

A natureza nos apresenta uma multiplicidade de formas, cores, texturas, e são infinitas suas faces e múltiplas suas manifestações. É a diversidade da vida. É quem cria e destrói, é a conexão profunda entre todos os seres, é a luz, o sol, o canto dos pássaros, cada molécula de água, é a semente que é levada pelos ventos, a sombra de uma árvore, os pássaros, todas as criaturas viventes e não viventes, é

a energia que tem em cada processo, é o equilíbrio, as estações, é a força envolvida em cada transformação de todo o universo, é o todo onipresente. A natureza está presente em todas as formas e estados da matéria e energia, a vida e a morte, o que é visível e invisível, ela é o próprio espaço e tempo que transcende cada átomo em sua energia. A natureza vive em todas as coisas, intrínseca em todos os seres, é a energia vital da vida, a força governante do universo, é a razão e a sustentação de tudo.

O termo natureza provém da palavra latina *natura* que, em sentido amplo, faz referência aos fenômenos do mundo físico, abstrato e da vida em geral. Complexas são suas definições, envolvendo qualidades de essencialidade, origem, instinto, espontaneidade, materialidade, abstratividade, tempo, espaço (incluindo o próprio universo), vida, funcionalidade e substancialidade. (DUARTE, 2018, p.311).

Figura 1: A natureza vista de perto



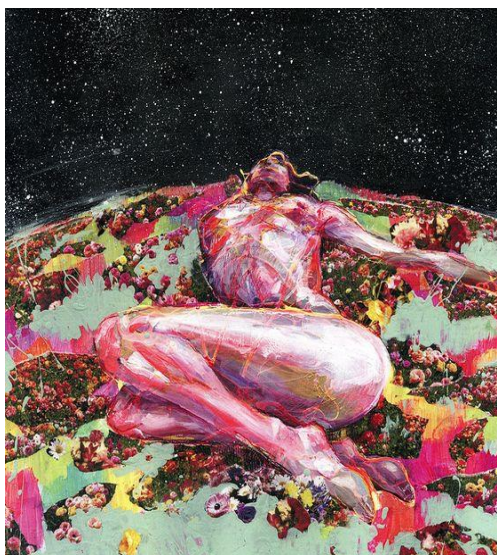
Fonte: Autoria Própria (Seleção de imagens do *Pinterest*)

Revela em suas infinitas formas que toda matéria morta carrega em si o potencial gerador de vida, a casca de uma fruta, o adubo, o resto de um animal já morto, tudo vira matéria orgânica que é utilizada pela terra como fonte de fertilidade, transformando-se em energia. A natureza faz da morte uma fonte geradora de vida.

A criação é um processo contínuo, em que a destruição e a criação se mesclam, dependendo uma da outra; Formas antigas se desfazem e novas são construídas, um corpo que nasce e outro que morre.

Além da semelhança óbvia trazida pela visão da Terra como organismo vivo, e não apenas o lugar onde a vida se dá, as duas cosmovisões se aproximam na sua concepção da Terra como uma Mãe ambígua, simultaneamente, criadora e destruidora, dona da vida e da morte. (OLIVEIRA, 2005, p.10).

Figura 2: "Wild Flower"



Fonte: thirdeyetapestries.com

Repleta de mistérios que a ciência não consegue explicar é nela onde se encontram todas as respostas. A natureza mostra sua ambiguidade numa visão maniqueísta entre o bem e o mal: Aquela que nos oferece oxigênio, lar, alimento e a vida a todos os seres com toda sua grandiosidade e beleza, é a mesma que tem a capacidade e potencial de destruir tudo e todos, com seus desastres naturais, a natureza revela seu poder que muitas vezes, para algumas pessoas é considerado um ato de fúria, revelando um lado sombrio na natureza.

Por fim, entende-se que o verso "você me tem todo dia, mas não sabe se é bom ou ruim" (SEIXAS, 1974) traduz o sentimento ambivalente que muitas pessoas têm em relação à natureza. Amam-na e odeiam-na no colo de sua fartura ou na violência de suas tempestades. Aliás, faz parte do percurso natural de tudo que vive interagir a morte aos processos da vida, os prazeres aos desprazeres, o bem ao mal, o belo ao feio, o alegre ao triste. A natureza é tudo, e esse tudo é o que faz da vida "a vida". (DUARTE, 2018, p.312).

4.3 A Natureza como divindade feminina: Um culto à Mãe Terra

O culto ao divino feminino é o mais antigo que se tem registro, sendo a terra o primeiro elemento a ser cultuado pelos humanos, Nas sociedades antigas, há milhares de anos, a relação do homem com a natureza era completamente diferente do que nós vivenciamos atualmente; era cultuada e respeitada como divindade. Para os primitivos, a natureza e suas manifestações eram a própria presença divina; Mantendo uma estreita conexão com a natureza, conhecida como Grande Mãe

Natureza, ou Mãe Terra era reverenciada em diversas situações: Nas mudanças de estação, nas florestas, dia e noite, sol e lua, os animais e nas demais manifestações naturais.

Mediante a complexidade do meio natural, o homem, sobretudo em tempos arcaicos, divinizava a natureza e os seus fenômenos porque dela angariava recursos para a sua sobrevivência e fundamentos para os seus conhecimentos. (DUARTE, Alisson, 2018, p. 310).

Em diversas mitologias podemos ver fenômenos naturais e própria natureza sendo representados em sua maioria por figuras femininas; A terra sempre esteve simbolicamente ligada ao corpo feminino, nitidamente associado à origem da vida, o corpo gerador, criador e a fertilidade, assim como a expressão espiritual da antiguidade repousavam sobre as bases do culto ao feminino. A descoberta da agricultura teve um grande papel nessa associação; A fertilidade da terra era vinculada simbolicamente à fertilidade feminina. As mulheres se tornaram responsáveis pela fartura das colheitas, de acordo com Oliveira (2005) uma vez que concebiam e compartilhavam do mistério da criação.

A essência feminina, advinda da capacidade de procriar, parir e amamentar faria com que as mulheres tivessem uma compreensão diferenciada dos processos naturais e maior proximidade da natureza. (GARCIA, 2009, p.12).

Figura 3: "Everything Always Returns To Her" E.A.R.T.H. De Brian Kirhagis



Fonte: store.bktheartist.com

Nas inúmeras mitologias existentes, podemos ver essa relação da natureza ligada ao feminino, como exemplo: Deméter como deusa da fertilidade da terra, Pandora, a Deusa das árvores, Gaia como Mãe Terra, de acordo com Ribeiro (2008 p.105) a Grande Mãe era cultuada em diversas culturas: Ísis, no Egito, Hera, na cidade de Atenas, Ártemis, em Éfeso, Afrodite, na Frígia, Rea em Micenas, Dea, na Síria, Istar, na Babilônia, Anaitis, na Pérsia, Astarte, na Fenícia, Mã, na Capadócia, Atargatis, na Cananéia entre outras; Todas como representações da Deusa Mãe.

O Animismo foi o termo utilizado pelos antropólogos para descrever a espiritualidade daqueles que acreditavam que espíritos viviam nos fenômenos naturais; também justifica a relação de integração e de sacralidade do homem primitivo com seu meio. Segundo esse conceito, nos primórdios da humanidade, o homem acreditava que os animais, as plantas, os rios, as montanhas, as estrelas, o sol e a lua detinham entidades ou deuses, os quais eram fundamentais apaziguar através de oferendas e sacrifícios rituais. (DUARTE, 2018, p. 311).

Figura 4: Deusa Deméter, Pandora e Flora.



Fonte: Autoria Própria (Seleção de imagens no *Pinterest*)

A Deusa Mãe, a Grande Mãe ou simplesmente a Mãe Natureza, era reverenciada em todas as manifestações da natureza; A Grande Mãe, para essas sociedades primitivas, era caracterizada pela sabedoria e pela grandeza; Por ser considerada a mãe criadora de tudo, provedora de todos os filhos, de acordo com Duarte (2018) *apud* Jung (2000; 87) afirma que “o conceito de Grande Mãe provém da história das religiões”, fato que provavelmente sugere que o culto a natureza seja à base de toda religião antiga.

A natureza, para o homem primitivo, era vista como o grande seio no qual a humanidade se alimentava e supria todas as necessidades, fato esse que, provavelmente, levou a associá-la à figura materna. (DUARTE, 2018, p.319).

Figura 5: “Gaia” de Lorenzo Quinn



Fonte: lorenzoquinn.com

A Grande Deusa, não era apenas uma mitologia, era considerada uma filosofia de vida, a primeira noção do divino em que a humanidade se baseou. É nela que se buscava a resposta para os grandes mistérios da vida.

4.4 O arquétipo da Deusa e o Sagrado Feminino

A religião que cultuava a Grande Deusa, vista como Senhora da Vida, foi esquecida por muitos anos pela humanidade, morta há tanto tempo que sequer lembramos que um dia existira, mas seu culto foi renascido no fim do século XX. O culto a Deusa teve seu auge no período neolítico, conhecido como momento de grande notoriedade do feminino, momento em que seus aspectos positivos foram valorizados. Deusa da fecundidade, criadora do mundo, criadora da vida, suprema, absoluta. A cultura da Deusa concebiam o mundo humano e o mundo natural unidos na grande teia da vida, compartilhando o mesmo destino como filhos da terra. A descoberta da agricultura teve um grande papel na associação vinculando simbolicamente a fertilidade feminina com a fertilidade da terra. A Deusa incorporava a materialidade, a beleza, a grandeza, e a fertilidade da natureza, exercendo influência em todas as ações humanas.

O Neolítico é considerado um momento de grande prestígio feminino, fato atestado pelo impressionante número de esculturas, gravuras e outras imagens representando imponentes personagens femininos,

cujo poder e natureza divina se afirmam nitidamente. (OLIVEIRA, 2005, p.3).

Figura 6: A Grande Deusa



Fonte: aminoapps.com/wicca

No seu simbolismo encontra aquilo de mais profundo no ser feminino, a sacralidade da vida e dos corpos. A Deusa tem seu corpo no mundo físico, diferentemente do Deus-Pai, que seu corpo é afastado da matéria. A Deusa está em tudo, ela é tudo, todas as coisas: Das pedras as árvores, passando pelos por todos. São muitas suas formas de existir, é o divino que está dentro de nós, sendo assim nosso corpo é visto como sagrado. Celebrando a vida e a própria diversidade.

Tais imagens simbolizavam o poder primordial do Grande Feminino divino em seu papel de gerar e de destruir que o homem arcaico percebeu nos fenômenos naturais das águas, do fogo, da terra, dos astros celestes (sol, lua, estrelas, chuva, raio, relâmpagos, trovões), na vida dos animais de todas as espécies porque tudo constitui o corpo da Deusa... (RIBEIRO, 2008, p.105).

Senhora da terra, das águas, dos animais, das plantas e dos destinos, eram a ela oferecidos à soberania do céu, pois possuía o poder sobre a vida e a morte, uma contínua nascer, morrer e renascer. Assim como natureza, a Deusa assemelha-se na visão ambígua que a natureza carrega, ela não é apenas vista como a mãe benevolente, mas também como a mãe que pune a que cria e a que destrói. Seu culto centralizava na harmonia com a natureza, a própria Grande Mãe boa e má ao mesmo tempo.

Erich Neumann (1996, p. 25-58) comenta que um dos traços fundamentais da Deusa era a *coincidentia oppositorum*, ou seja, mesmo sendo uma era, paradoxalmente, reverenciada com dupla personalidade: Como Mãe Bondosa e como Mãe Terrível -útero e túmulo da humanidade- porque exercia o ambíguo papel de promover a vida e a morte. (RIBEIRO, 2008, p.104) *apud* (NEUMANN, 1996, p. 25-58).

Figura 7: Deusa Mãe



Fonte: pilulasdefelicidade.com

O culto a Deusa e a matrifocalidade caminham juntas. Enquanto o termo “matriarcado” diz respeito a um governo feito pelas mães, contrapondo o termo “patriarcado” que tem como significado o governo feito pelos pais; Já os termos “matrifocal” e “matricêntrico” referem-se à ideia de uma sociedade centralizada na mulher, mas não obrigatoriamente governado por ela, o que faz a alusão do termo matriarcado ser um modelo de sociedade estruturada a partir da dominação de um gênero pelo o outro.

A verdadeira alternativa ao patriarcado -diz ela- não é o matriarcado, mas sim, **“a alternativa, agora revelada como a direção original da nossa evolução cultural, a de uma sociedade de parceria: uma maneira de organizar as relações humanas na qual a diversidade é equiparada com inferioridade ou superioridade” (1998: 23).** (OLIVEIRA, 2005, p 5) *apud* (EISLER,1998).

As sociedades do período Neolítico eram consideradas culturas pacíficas e cooperativas, nas quais as mulheres tinham papéis sociais consagrados onde não se encontravam diferenciações nos papéis baseados nos gêneros. Nas sociedades matrifocais, os pensamentos e as práticas espirituais se baseavam em torno de uma Deusa-Mãe, considerada uma realidade cósmica, o mundo matricêntrico era muito diferente das sociedades patriarcais atuais.

Uma realidade que, ao reificar a ligação entre o todo o mundo vivo e sacralizar o mistério da criação, tendia a enfatizar valores, como a cooperação e a convivência pacífica. (OLIVEIRA, 2005, P.5).

Figura 8: Representações da Deusa criadora



Fonte: Autoria Própria (Seleção de imagens do *Pinterest*)

Nos tempos atuais, a filosofia da Deusa o “Sagrado Feminino” vem ganhando espaço no dia a dia das mulheres, muitos movimentos feministas utilizam do termo sagrado feminino para fazer alusão ao estilo de vida no qual se estende a força da mulher como um dos seus focos principais. Focado em entender nossa sacralidade e o poder que o feminino carrega, abre um mundo de autoconhecimento e aceitação do próprio corpo, uma corrente de amor próprio e sororidade.

O Sagrado feminino é um movimento de despertar, de cura, de conexão e de empoderamento de mulheres. É um mundo de mistérios e clareza. É permitir que a mulher e não só ela, mas ambos os sexos despertem em seu interior a energia feminina. (MACHADO, 2020 p.1).

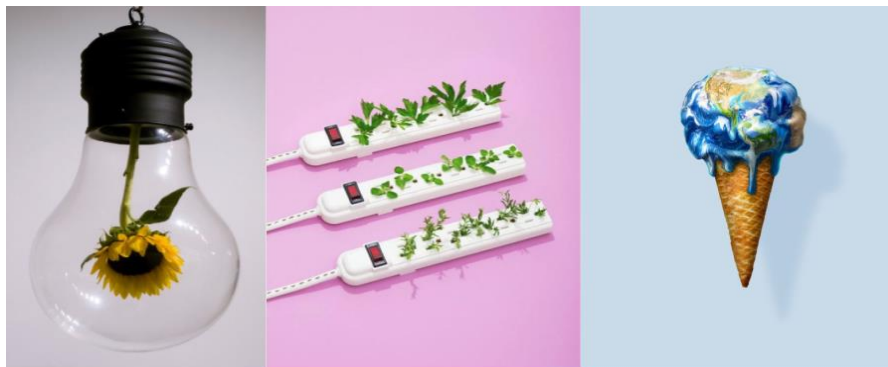
4.5 A desconexão da humanidade com a natureza

O culto a natureza e suas manifestações assim como a Deusa foram destruídos e substituídos ao longo dos tempos, primeiro pelos deuses guerreiros e depois pelo culto a um Deus único. Esse processo de esquecimento do culto à Deusa e suas representações se iniciou há cerca de 5000 anos atrás e moldou a forma em que vemos o mundo, pensamos, e nos relacionamos como sociedade, realidade que ainda é predominante em nossos dias atuais.

Desse modo, a grande mãe foi primeiro, associada a um Deus o - como filha, mãe ou consorte- e, finalmente, banida da psique humana pela predominância do Deus único apregoado pelas religiões monoteístas. (OLIVEIRA, 2005, p. 2).

Nesse sistema patriarcal em que a nossa sociedade foi construída e que predomina até os dias atuais, a visão antropocêntrica e capitalista em que o mundo é concebido, como um espaço de comando em que o Deus-pai delega ao homem o dever de comandar e governar as outras espécies consideradas pelo homem como inferiores e o próprio ambiente em que vivemos, tornando a nossa relação com mundo não humano uma relação de dominação, baseado nos pensamentos que a natureza foi criada para nos servir e que nos permite exercer amplamente o controle sobre todas as criaturas, afirmando a superioridade humana em relação à natureza, sendo considerada como patrimônio capitalista da humanidade.

Figura 9: A natureza e a Tecnologia



Fonte: Autoria Própria (Seleção de imagens no *Pinterest*)

Com o avanço da modernidade, a desconexão do homem com a natureza tem crescido cada dia mais. A maioria das pessoas se considera fora da natureza, não têm consciência de que tudo tem suas origens na natureza e acreditam que o mundo moderno não depende mais da natureza. Dentro de uma perspectiva positivista em que se consideram os seres humanos mais complexos e ilusoriamente independentes da natureza, perde-se o valor e o culto às manifestações naturais.

Na sede pela independência, o avanço tecnológico e a urbanização conseguiram ilusoriamente afastar o homem de suas raízes e de sua conexão com a Mãe Terra. Fato que não têm gerado apenas danos ao meio ambiente, mas à própria vida psíquica do homem moderno. (DUARTE, 2018, p. 317).

A vida nas grandes cidades tem contribuído para esse distanciamento, desde o exílio rural e o início da urbanização, os seres humanos têm perdido o contato com a natureza e a vida pulsante, longe das paisagens, dos verdes das árvores, da diversidade e do contato direto com os animais, as celebrações a natureza deixam cada vez mais de serem reverenciadas.

Figura 10: “Fern” de Rob Mulholland



Fonte: robmulholland.org

A percepção da natureza cíclica é perdida quando passamos a maior parte do tempo nos ecossistemas artificiais chamados de cidades. Nelas não vivenciamos os ciclos das plantas da terra. Vivemos a ilusão vendida pelo *marketing* do instantâneo, nos supermercados e *shoppings*, onde tudo pode ser comprado com um cartão de crédito, a qualquer momento do dia ou em qualquer estação. (DUARTE, 2018, p.313 *apud*, LAYRARGUES, 2004, p.149).

Esse distanciamento se dá perda de valor nas manifestações da natureza, coisas consideradas “corriqueiras” como o nascer do sol, o canto de um pássaro, o desabrochar de uma flor, a cada gota de chuva que cai, o arco íris que se forma ao encontrar com a luz do sol após a chuva, manifestações que para o homem moderno não tem importância, sufocado pelo trabalho, e a correria da vida nas grandes cidades, as “pequenas” manifestações da natureza perdem sua importância. Quanto mais o homem domina a natureza, por meio de seu orgulho e

poder, mais profundo se torna seu desprezo pelo mundo natural e maior o seu distanciamento na sua relação com o meio ambiente.

É preciso repensar profundamente os valores sobre quais se erigiu uma cultura violenta, consumista, predatória e mercantilizadora que reduziu a natureza a uma matéria inerte e passiva e, cada vez mais, limita as trocas entre os seres humanos aquelas mediadas pelo mercado. (OLIVEIRA, 2005, p.13).

Nos dias atuais, tem se usado o termo preservação ecológica superficialmente, e de forma egocêntrica em que o meio ambiente deve ser preservado devido sua importância para a sobrevivência dos seres humanos e pelo seu valor como fonte de recursos de exploração e não porque o homem se vê como natureza e parte dela, realmente se importando com ela e os outros diversos seres vivos, não levando em consideração o meio ambiente e o homem como organismos indivisíveis de um todo.

Precisamos reconhecer nossa dependência da grande matriz produtora de vida no planeta para aprendermos a reintegrar nosso sistema humano de produção, consumo e emissão de dejetos em padrões ecológicos a partir dos quais a natureza sustenta a vida. (GARCIA, 2009, p.13).

É preciso restabelecer as ligações perdidas com a natureza e com a Mãe terra, e lembrar que a nossa existência como seres humanos dependem unicamente da existência dela. Para Oliveira (2005) o princípio feminino está ligado à natureza e a espiritualidade matrifocal, que carrega em si o potencial de reconciliação entre os seres humanos e a natureza, interna e externa, superficial e profunda.

Já em 1974, *Françoise d'Eaubonne* adotou pela primeira vez o termo eco feminismo para destacar o potencial que as mulheres têm para encabeçarem uma revolução ecológica, que estabelecerá novas relações entre os gêneros, entre todos os seres humanos e com a natureza. (GARCIA, 2009, p.12).

Figura 11: “*Celestial Journeys*” de Josephine Wall



Fonte: artforyourwallpaper.blogspot.com

Com a crescente percepção ecológica e o iminente colapso ambiental no qual vivemos, a redescoberta da Deusa traz um novo ponto de apoio para a criação de uma sociedade diferente, a recuperação da história das mulheres e sua retribuição para a cultura, sustentada pela união e integração ao todo. Reconciliar a humanidade com o mundo natural, interno e externo, transita pelo princípio feminino, e a Deusa aproxima-se nos chamando para criar novamente uma sociedade e cultura que celebre a vida e a diversidade.

No seu simbolismo, homens e mulheres têm encontrado inspiração para propor um mundo diferente, um mundo no qual a posse e o domínio não sejam as únicas formas de relacionamento nem entre os seres humanos, nem entre nós e aqueles com quem partilhamos a vida na Terra. (OLIVEIRA, 2005, p.3).

4.6 Eco reflexão e autoconhecimento

Ao entender que nós seres humanos fazemos parte de um todo, sendo parte indivisível da natureza, chegamos à conclusão que para podermos entender quem nós realmente somos, é preciso nos conectar profundamente com o todo, para resgatar nossa verdadeira essência, inserida em cada face da natureza, entendendo o mundo natural como extensão de nós mesmo. Refletir sobre a natureza é refletir a vida: Nós mesmos. É nela que residem todas as respostas para todos os possíveis questionamentos. Para Duarte (2018: 315) é nela que se abrigam mistérios que

possivelmente nunca serão indagados e, que nunca serão compreendidos pela razão humana ou por qualquer outra função psicológica dos seres humanos.

A Ecologia Profunda tem uma visão holística da natureza, o mundo natural é um todo integrado, do qual nós e outros organismos somos partes. Isto nos encoraja a resgatar nossa verdadeira identidade, inserida nos círculos mais amplos da natureza, entendendo o mundo natural como extensão de nós mesmos, nosso eu estendido. (GARCIA, 2009, p.15).

Figura 12: “*Leap of Faith*” de Tahlia Stanton



Fonte: tahliastanton.com

Vivenciar a natureza em sua profunda conexão está além do pensamento lógico, é preciso sentir e se entregar verdadeiramente; abrir o coração e entender os sentidos. De acordo com Duarte (2018: 315) é preciso sensibilidade para senti-la em sua simplicidade.

A conexão com a natureza, em todos os seus aspectos, pode levar as pessoas a vivências de experiências tão profundas que dificilmente seriam descritíveis, isso porque a descrição cabe aos mecanismos da lógica. Tal experiência, muitas vezes não se alcança por vias racionais, e sim por vias pouco conhecidas pelo espírito. De toda forma, em um esforço e descrição, considera-se o ato de conexão com a natureza uma experiência de "integração com o divino". (DUARTE, 2018, p.315).

A compreensão da ecologia humana é a única ciência que nos permite entender que a complexidade da mente humana advém de uma visão instruída a reconhecer o ser humano como ser indivisível de sua totalidade, assim atingido pelas mesmas leis. É preciso acima de tudo entender que a natureza precisa ser

sentida e não racionalizada, conforme Jung (2002: 117) apud Duarte (2018, p.218) chega-se à natureza não mediante a razão, “mas por sua experiência”.

Conforme Jung (2008:167), “a ciência termina nas fronteiras da lógica, o que não ocorre com a natureza, que floresce onde teoria alguma jamais penetrou. A *venerabilis natura* não para no antagonismo, mas serve-se do mesmo para formar um novo nascimento”. (DUARTE, 2018, p.315).

Figura 13: "Return to Mother Earth" de Chad Knight



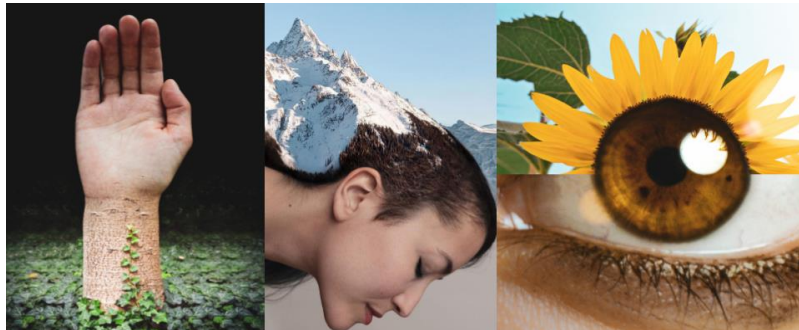
Fonte: casacor.abril.com.br

Além da necessidade de reconexão do homem com seu meio para a compreensão dos elementos naturais como fontes de uma jornada de autoconhecimento humano, é preciso de acordo com o movimento de Ecologia Profunda, propor mudanças na construção da nossa sociedade e no modo em que vivemos as alterações culturais, políticas, econômicas e sociais, de forma a alcançar a harmonia na existência e convivência entre todos os seres e a biosfera terrestre. A Ecologia Humana, Ecologia Profunda e a Matrifocalidade são considerados recursos de autoconscientização capazes de gerar a possibilidade de um novo mundo, a construção de um novo modelo de ser humano: Consciente de si mesmo e do mundo a sua volta, capaz de reconhecer suas raízes e sua singularidade, respeitar sua e a liberdade de todos, habilitado em conviver em paz com todos os seres e consigo mesmo.

Como não poderia ser diferente, o presente estudo promove a reconexão do homem com a natureza enquanto fonte de

conhecimento sobre a vida, o mundo, o universo e si mesmo. Mas é fundamental nesse processo que o homem relegue seu antropocentrismo e se coloque na posição de mais um ser da natureza, não mais importante do que qualquer outro. É preciso certificar-se de que a natureza não está a serviço da humanidade, nela pulsa vida que não pertence exclusivamente ao homem. (DUARTE, 2018, p.318).

Figura 14: “Similarities between the human body and nature” de Monica Carvalho



Fonte: *boredpanda.com*

5. CRIAÇÃO DA MARCA

5.1 Conceito

A Bem Me Quer é uma marca de moda com propósito, que carrega diversos valores e princípios. Com foco exclusividade e na moda local, a marca *Slow Fashion* Bem Me Quer apresenta confecção própria, visando uma mão de obra justa; A marca conta com sua cadeia de produção 100% feminina, desde o desenvolvimento de cada peça, *collabs*, ensaios fotográficos, gerenciamento de conteúdo nas redes sociais até a entrega a consumidora final, promovendo o trabalho de mulheres e o empreendedorismo feminino e a indústria de confecção na cidade de São José dos Campos; Voltada às causas sociais, políticas e ambientais, a Bem Me Quer tem o intuito de gerar conteúdo relevante nas mídias sociais, trazendo uma nova visão de consumo de moda, não apenas focada em vendas, mas sim em uma plataforma com diversos conteúdos, estilo de vida, informações de moda entre outras dicas.

Jovem, livre, divertida e feminina, a Bem Me Quer traz em suas roupas não só elementos e informações de moda, mas um estilo de vida com propósito; Inspirando mulheres a se libertarem e serem o que eu quiser, livres e autênticas. Através das roupas, se vestirem de autoestima e si mesma. Conectar-se com a sua essência feminina em uma jornada de autoconhecimento e amor próprio é um ato

marca. O objetivo é realizar parcerias e *collabs* com artistas, lugares e empreendedoras femininas para promover o trabalho e o empreendedorismo feminino na região. Com conteúdo de moda, estilo de vida, arte e informação, a Bem Me Quer procura incentivar seu público através de suas redes sociais, a seguir uma vida mais consciente, abordando questões de autoconhecimento, autoestima, atualidades, uma visão através da moda e das mídias sociais para questões ambientais, sociais e políticas, de acordo com o propósito da marca.

A intenção da Bem Me Quer é ser uma marca e uma plataforma de conteúdo totalmente instagramável, transformando o uso da internet não apenas superficial, mas de forma relevante. Levando informação e conteúdo de autoconfiança e amor próprio, um pouco de amor, diversão e informação em forma de uma experiência completa para nós mulheres. A marca atuará nas redes sociais como *Instagram*, *Facebook*, *Twitter*, além de outras mídias, como *Spotify* e o próprio site da marca onde estarão todos os conteúdos disponíveis e o próprio *e-commerce* da marca. #BemMeQuero.

Figura 16: Rede Social Bem Me Quer



Fonte: Autoria Própria

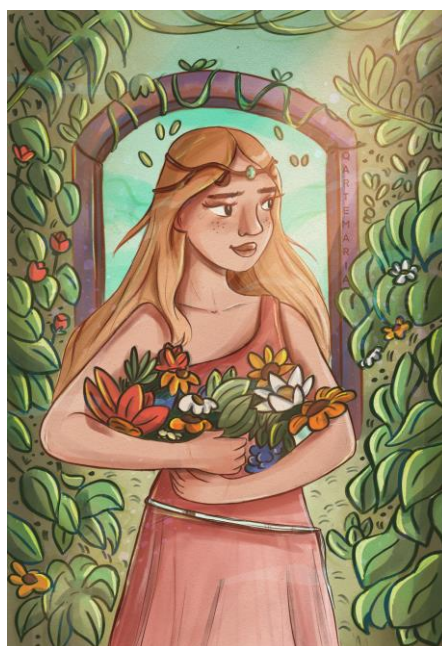
5.3.1 “Jardim Secreto” por Maria Paula

No intuito de desenvolver uma estratégia de promover o trabalho de artistas femininas independentes da região do Vale do Paraíba, com foco na cidade de São José dos Campos, a marca Bem Me Quer criou uma coleção colecionável de *Cards* inspirados em cada coleção de roupas da marca, com uma arte exclusiva feita por

artistas femininas e independentes, pensadas no propósito de cada coleção, incentivando novas artistas e levando além da moda, a arte para outras mulheres.

A marca Bem Me Quer realizou uma parceria com a artista visual Maria Paula Bins Lobo de 23 anos; Formada em Artes e Mídias Digitais pela Universidade do Vale do Paraíba- UNIVAP Maria Paula atua na área de ilustração e *Design* há quatro anos, hoje trabalha em colaboração com a Associação de Síndrome de Down dando aulas de inclusão digital. A artista é apaixonada pelas artes e pelas diversas formas de se criar, acredita que é através da arte que conseguimos levar amor para o mundo.

Figura 17: Jardim Secreto por Maria Paula



Fonte: Maria Paula

5.4 Identidade visual da Bem Me Quer

A identidade visual da marca é de extrema importância, pois é ela quem apresenta a identidade da marca ao público alvo, criando uma comunicação e conexão direta com o consumidor.

Segundo Treptow (2013) A marca é superior ao produto, pois o produto muda a cada estação, e a marca, embora possa ser redesenhada e adaptada a novos tempos, possui uma permanência maior que as coleções. A identidade da marca deve ser considerada na elaboração de todos os elementos que estarão

relacionados a ela, na logomarca da empresa, na embalagem dos produtos, no slogan e nas coleções. A marca representa o espírito do produto, pois, enquanto este é palpável e avaliado pela razão para atender às necessidades objetivas, a marca é capaz de transmitir emoção, seduzindo o consumidor com valores e atributos que falam diretamente às suas necessidades psicológicas.

Para a marca “Bem Me Quer” foi desenvolvido logotipo e a identidade visual, utilizando das cores sólidas como o preto e branco no *lettering* e a cor rosa como base para o fundo para criar contraste; Baseadas na cartela de cor presente no painel semântico da marca, a cor rosa foi escolhida para trazer impacto visual e causar sensações que condizem com a proposta da marca.

A cor rosa predominante no painel semântico da marca, presente no logotipo, traz juntamente com o símbolo da marca, o coração, a sensação de sensibilidade, sentimentalidade, feminilidade, ternura e cortesia. (Psicologia das cores, 2006, p.105). A fonte utilizada no logo foi *Lucida Bright Regular*.

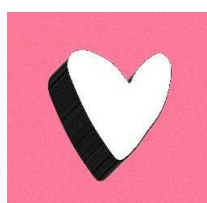
Figura 18: Logotipo Bem Me Quer



Fonte: Autorial Própria

Foi criado o coração Bem Me Quer, utilizado como símbolo da marca, presente nas etiquetas e em toda identidade visual da marca.

Figura 19: Coração Bem Me Quer



Fonte: Autorial Própria

Para a etiqueta de composição foi utilizado o logotipo da marca juntamente com as informações necessárias de instruções de lavagem, composição dos tecidos e a grade de numeração de cada peça.

Figura 20: Etiqueta de composição



Fonte: Autoria Própria

Para a criação da etiqueta fantasia de algodão, foi utilizado o logotipo reduzido da Bem Me Quer com as iniciais BMQ juntamente com o símbolo da marca; E para as etiquetas bandeirinhas que ficam expostas nas peças, apenas com o símbolo Bem Me Quer.

Figura 21: Etiqueta fantasia e bandeirinha



TAMANHO: 6 x 1,2 cm



TAMANHO: 4,5 x 2 cm

Fonte: www.grupocmk.com

Na construção da Tag na parte da frente foi utilizado apenas o logotipo da marca e no verso apresenta apenas o símbolo Bem Me Quer.

Figura 22: Tag (Frente e Verso)



Fonte: Aatoria Própria

Para as embalagens *e-commerce* serão utilizadas caixas de papelão, sacola de papel *kraft*, materiais mais recicláveis, com o uso de adesivos para lacrar embalagem final de envio e para o uso interno, ambos apresentam o logotipo da marca.

Figura 23: Adesivo redondo



Fonte: Aatoria Própria

Figura 24: Embalagem *E-commerce*



Fonte: Aatoria Própria

Nas vendas na loja física, serão utilizadas sacolas de papel *Kraft*, estampada manualmente com o uso de carimbos personalizados com a logo da marca, junto com o papel seda na cor rosa e o adesivo Bem Me Quer.

Para Treptow (2016) a embalagem é importante, pois dá vida ao produto, é ela quem traz informações a seu respeito, que o protege e promove.

Figura 25: Embalagem



Fonte: Aatoria Própria

Haverá opção de compra das *ecobags* da Bem Me Quer para presente, feita de algodão cru, com a estampa Bem Me Quer; Uma alternativa sustentável para substituir as sacolas plásticas, sendo reutilizável e muito *fashion*.

Figura 26: *Ecobag*



Fonte: Aatoria Própria

6. DEFINIÇÃO DO PÚBLICO-ALVO

De acordo com Treptow (2013) para conquistar consumidores e compradores, o designer de moda precisa conhecer o mercado-alvo da empresa. Mercado-alvo é o grupo de consumidores e compradores potenciais para um determinado produto: é a fatia do mercado em que uma empresa concentra seus esforços de marketing.

Para a criação e a viabilização da marca Bem Me Quer é preciso identificar o público alvo e seus principais consumidores, para a obtenção desses resultados, foram aplicados questionários visando entender quais as necessidades dos consumidores em potencial e seu perfil de consumo, assim como a aceitação da marca e do tema escolhido.

O público alvo da marca Bem Me Quer, são mulheres de 20 a 25 anos de idade, residentes na cidade de São José dos Campos, com renda salarial de um salário mínimo. Mulheres que se importam com causas sociais, políticas e ambientais; Divertidas e alegres, procuram expressar sua essência e ideologias através da maneira de vestir, usando roupas autênticas e cheias de significado, sem largar mão do conforto, pois precisam enfrentar as barreiras diárias de ser mulher na sociedade atual.

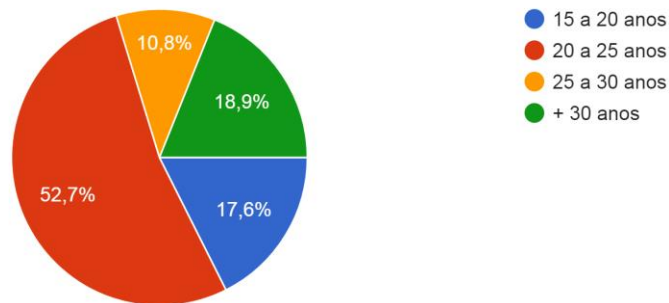
6.1 Resultados das pesquisas

Os resultados das pesquisas foram obtidos através de um questionário quantitativo e qualitativo aplicado por meio da plataforma *Google Forms*, criado na segunda-feira dia de Maio e finalizado na sexta-feira dia 07 de Maio, foram obtidas 74 respostas. A partir dos dados demográficos, foi possível obter para análise informações como faixa etária, gênero, renda salarial, entre outros, além do comportamento do consumidor, foi possível analisar e a aceitação do público-alvo com a marca.

A pesquisa a seguir, consiste na apresentação de dados demográficos das pesquisas quantitativas e qualitativas feitas ao público. Foi identificada a aceitação do público-alvo com o tema proposto e mapeado o comportamento dos consumidores, viabilizando a criação da marca *Slow Fashion* de moda na região de São José dos Campos.

Gráfico 1: Qual sua idade?

Sua idade
74 respostas

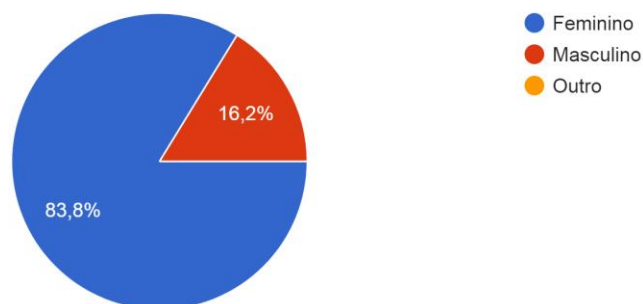


Fonte: Autoria Própria

A partir das 74 respostas obtidas, foi possível identificar que a faixa etária predominante pertence ao grupo de 20 a 25 anos de idade, com o total de 52,7% dos jovens que se incluem nessa faixa. Seguido por 18,9% com mais de 30 anos, 17,6% na faixa de 15 a 20 anos e por fim, 10,8% na faixa de 25 a 30 anos de idade.

Gráfico 2: Qual seu gênero?

Qual seu gênero
74 respostas



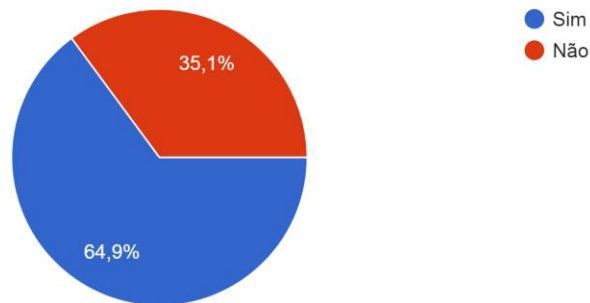
Fonte: Autoria Própria

A partir dos dados coletados relacionados aos gêneros, foi possível observar em sua maioria o sexo feminino com 83,8 %, e o sexo masculino com 16,2 %.

Gráfico 3: Você é de São José dos Campos?

Você é de São José dos Campos?

74 respostas



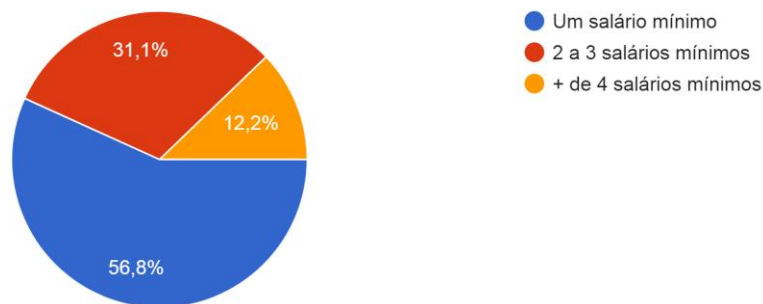
Fonte: Autoria Própria

Em relação a localidade 64% das respostas foram de moradores da cidade de São José dos Campos, já 35,1% são de outras cidades.

Gráfico 4 : Qual sua faixa salarial?

Qual sua faixa salarial?

74 respostas



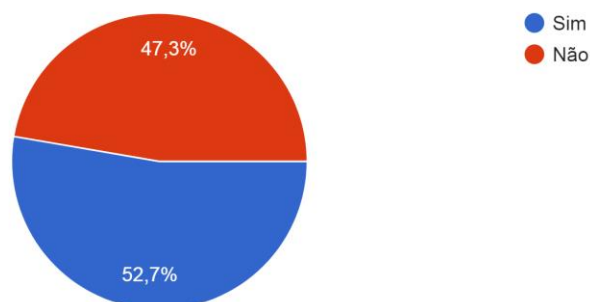
Fonte: Autoria Própria

De acordo com as respostas dos possíveis consumidores, a maioria recebe um salário mínimo, com 56,8% das respostas, 31,1 % recebe entre 2 a 3 salários mínimos e 12,2% recebe mais de quatro salários mínimos.

Gráfico 5: Você consome marcas *Slow Fashion*?

Você consome marcas *Slow Fashion*? (Consumo consciente e sustentabilidade)

74 respostas



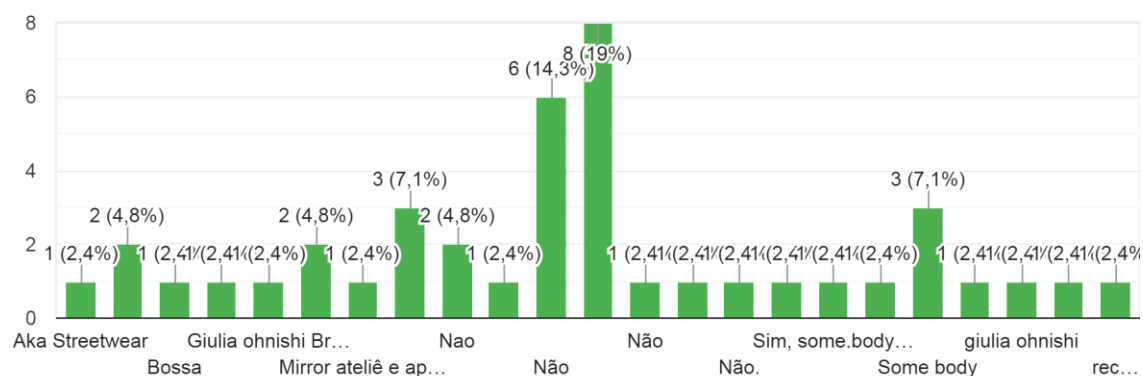
Fonte: Autoria Própria

Com relação ao consumo de marcas *Slow Fashions*, 52,7% das respostas correspondem a sim, e 47,3% disseram que não consomem.

Gráfico 6: Você conhece marcas *Slow Fashion* em São José dos Campos?

Você conhece marcas *Slow fashion* em São José dos Campos? Se sim, qual?

42 respostas



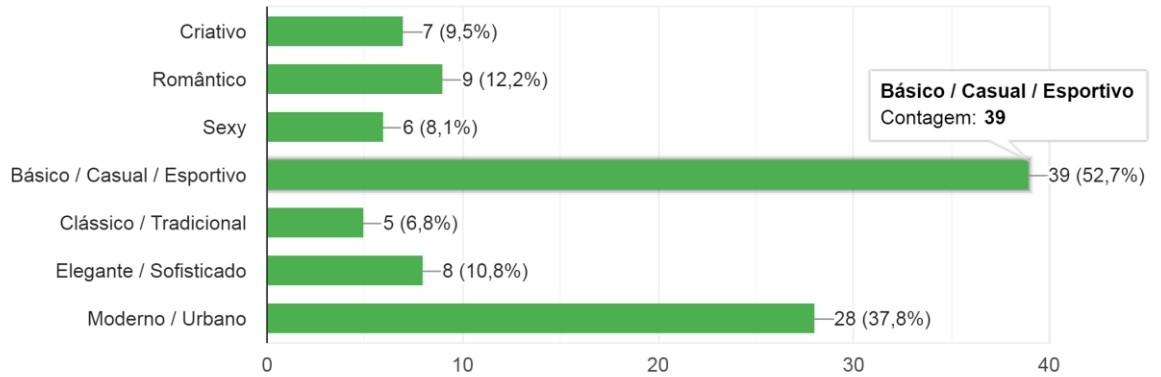
Fonte: Autoria Própria

Entre as respostas, foram citadas as marcas *Aka Streetwear*, *Bossa*, *Giulia Ohnishi*, *Some Body*, *True Body Store*, *Mirror Ateliê*, *Nuvie*, *Vaka Azul*, *Recrie* e outros brechós em São José dos Campos.

Gráfico 7: Como você definiria seu estilo?

Como você definiria seu estilo?

74 respostas



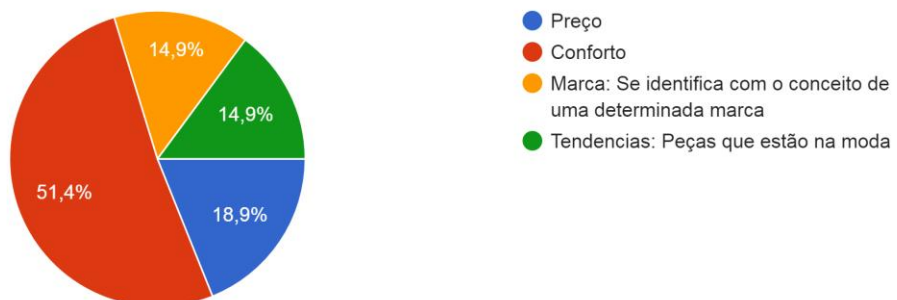
Fonte: Autoria Própria

Com base nas respostas com foco no perfil dos consumidores na sua definição de estilo, 52,7% definem-se como Básico/Casual/Esportivo, 37,8% no estilo Moderno/Urbano, 12,2% como Romântico, 10,8% como Elegante/Sofisticado, 9,5% se identificam com o estilo Criativo, 8,1 % como Sexy e 6,8% como Clássico/Tradicional.

Gráfico 8: O que você mais valoriza na hora de comprar uma peça?

O que você mais valoriza na hora de comprar uma peça?

74 respostas



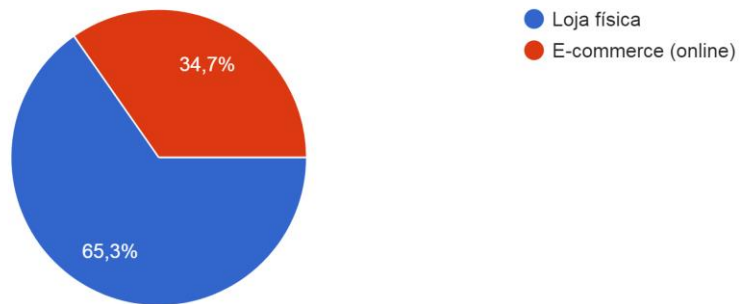
Fonte: Autoria Própria

De acordo com informações obtidas, 51,4% dos consumidores valorizam o conforto, 18,9% levam em consideração o preço, 14,9% compram através de uma marca e outros 14,9% por peças que estão em tendência.

Gráfico 9: Você prefere comprar *online* ou em loja física?

Você prefere comprar online ou em loja física?

72 respostas



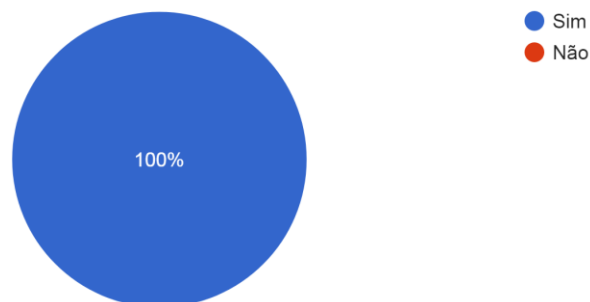
Fonte: Autoria Própria

Com base nas respostas dos consumidores notamos uma preferência para compras em lojas físicas, com 65,3% das respostas, e 34,7% preferem comprar pelo *E-commerce*.

Gráfico 10: Você acha importante marcas que se preocupam com as causas ambientais, sociais e políticas?

Você acha importante marcas que se preocupam com causas ambientais, sociais e políticas?

74 respostas

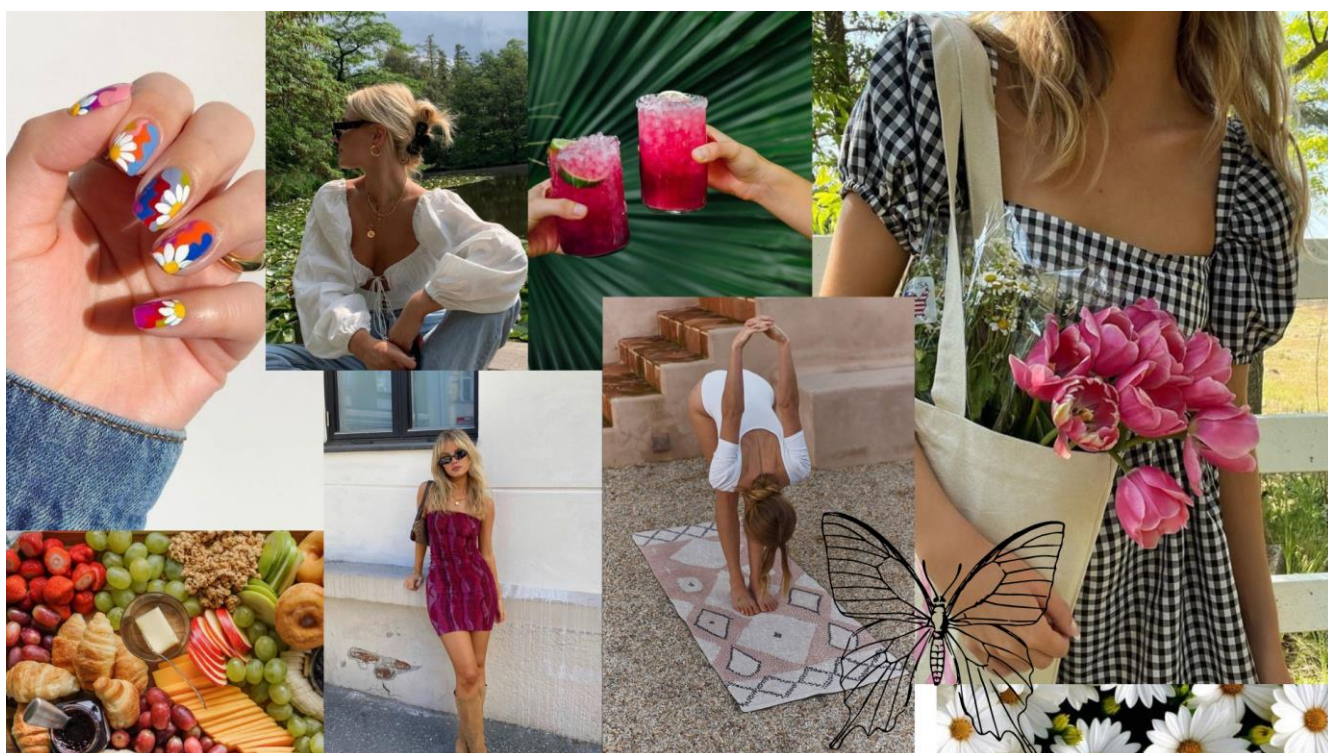


Fonte: Autoria Própria

Ao serem questionados sobre a relevância de marcas que abordam causas sociais, políticas e ambientais 100% das respostas foram sim. Com base nas respostas do questionário, podemos identificar o perfil dos possíveis consumidores da marca Bem Me Quer, assim mapeando suas necessidades e desejos, nos mostrando a aceitação do público e a viabilidade da criação da marca e seus possíveis concorrentes.

6.2 Painel de público-alvo

Figura 27: Painel Semântico Público-Alvo



Fonte: Autoria Própria

6.3 Persona

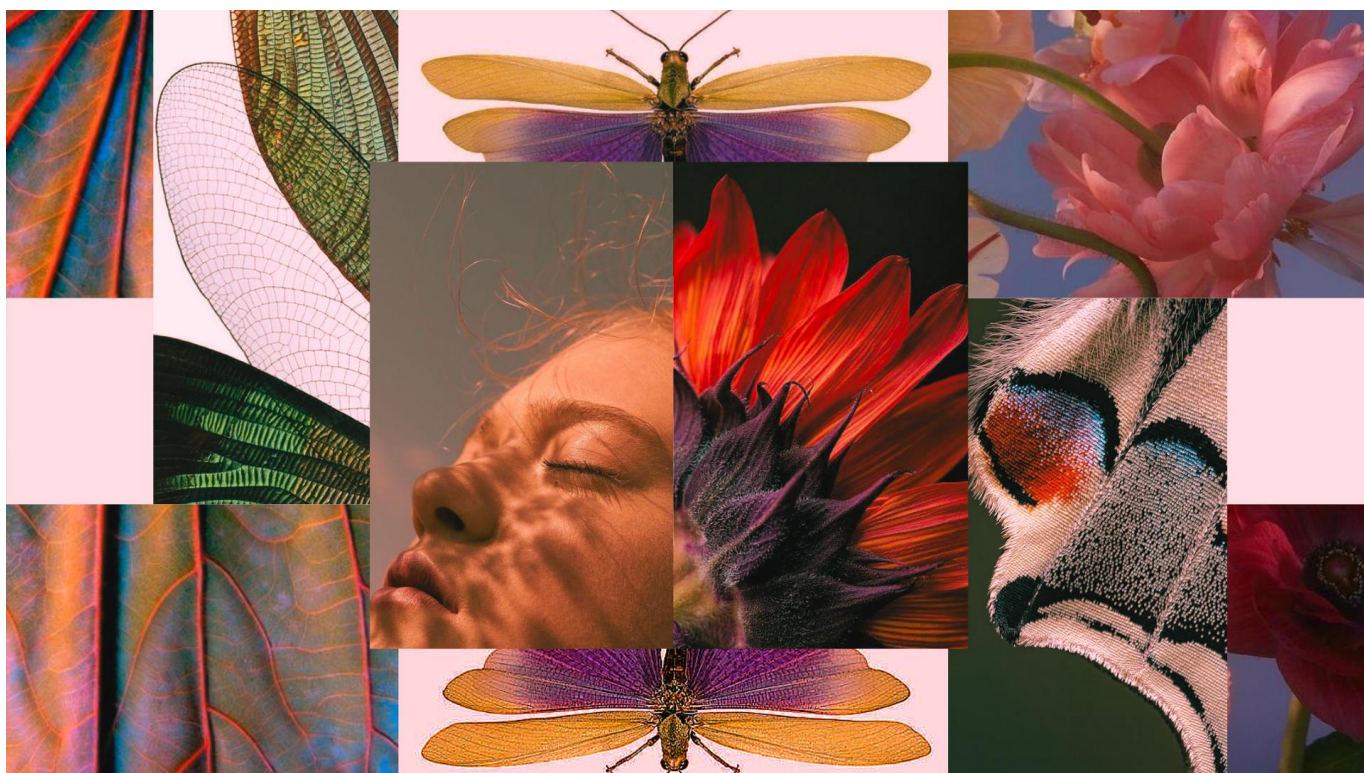
Manuela é sagitariana e é apaixonada pela vida, com seus 23 anos de idade, ela aproveita a vida e todas as oportunidades que lhe aparece, afinal para ela é melhor se arriscar do que se arrepender. Alegre e divertida, Manu ama os animais, não é atoa que cursa medicina veterinária na Universidade do Vale do Paraíba, logo após as aulas, ela pratica trabalho voluntário em ONG's que ajudam pessoas em

vulnerabilidade. Muito certa do que acredita, Manuela luta por uma sociedade mais igualitária e defende os direitos e pautas sociais e ambientais em sua cidade. Ela procura ver a vida da maneira mais simples possível. Busca por uma rotina balanceada e saudável, com práticas de yoga e uma alimentação vegana, Manu passeia todos os dias com seu cachorrinho Buda, pelo Jardim Esplanada, bairro onde mora, mas o que ela mais ama fazer é sair para um barzinho com suas amigas, ou fazer um jantar com vinho na sua casa. Manuela ama moda desde pequena, acredita que pode se expressar através de suas roupas, sempre atenta nas tendências de moda, Manu adora postar em suas redes sociais, para seus 5 mil seguidores, dicas de uma vida com propósitos veganos e seus looks fashionistas, mas é quando se conecta com a natureza do jardim da sua casa é quando ela se sente na verdadeira paz, e nada é mais importante pra ela do que sentir sua própria essência.

7. PROCESSO CRIATIVO

7.1 Painel Semântico Jardim Secreto

Figura 28: Painel Semântico Jardim Secreto



Fonte: Autoria Própria

7.1 Cartela de cor coleção “Jardim Secreto”

A cor é parte integrante de nossas vidas; Tudo aquilo que vemos e com que interagimos tem cor. A cor não só oferece uma visão objetiva sobre o mundo, mas também afeta nossos sentimentos (MATHARU, 2011).

Para Treptow (2013) a cartela de cores de uma coleção deve ser composta por todas as cores que serão utilizadas, incluindo preto e branco. A cartela deve reportar ao tema escolhido para a coleção.

A cartela de cor da coleção Jardim Secreto foi inspirada a partir do painel semântico. Com o intuito de trazer conceitos de feminilidade e a delicadeza das flores e a natureza, a cartela apresenta diferentes tonalidades de rosa, verde, azul, roxo e amarelo, com uma baixa saturação, trazendo sensações de leveza e tranquilidade assim como a elegância e sofisticação presentes nas diversas formas das flores.

A escolha das cores determinará o clima da estação, e as sensações representadas através de roupas, por ser uma coleção de Primavera / Verão o uso das cores é de extrema importância, tons pastéis, cores quentes, luminosas e brilhantes são associadas a essa época do ano.

Figura 29: Cartela de cor



Fonte: Autoria Própria

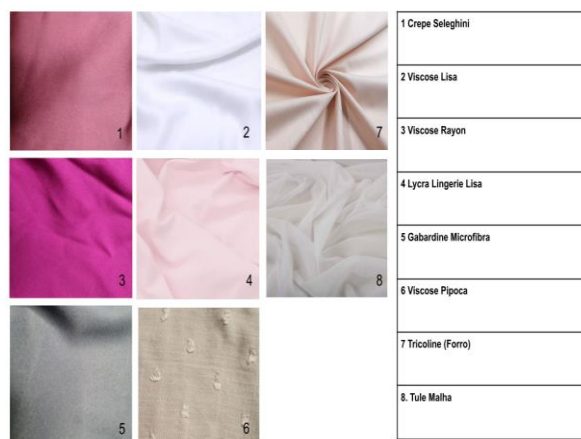
7.2 Cartela de tecidos coleção “Jardim Secreto”

A escolha dos tecidos é uma das etapas mais importantes para a coleção, pois são esses que oferecerão a estrutura e caimento do produto final, é a base da criação. Para Treptow (2013) A escolha dos tecidos para uma coleção não depende apenas da preferência estética do *Designer*. Deve-se considerar a adequação do tecido ao artigo que se pretende produzir.

A escolha de tecidos para uma coleção não depende apenas da preferência estética do designer. Deve-se considerar a adequação do tecido ao artigo que se pretende produzir. (TREPTOW, 2013. p. 119).

Para Treptow (2013) A seleção de tecidos deve considerar a estação do ano e o tipo de produto a que se destina. Foram escolhidos para a coleção de Primavera/Verão, tecidos com caimento fluídos e leves, o toque e a delicadeza foram levados em consideração também. A partir disto, foi selecionado um *mix* entre tecidos nobres e leves e tecidos mais comuns, a fim de trazer um *design* elegante e sofisticado e ao mesmo tempo útil e divertido, trazendo as características da marca Bem Me Quer. Assim foram escolhidos: Crepe Seleghini por ser um tecido nobre e ter um toque acetinado. As viscoses (Rayon, Lisa e Pipoca) trazem a delicadeza do toque de um tecido mais sofisticado e a leveza por serem tecidos de verão. Lycra Lingerie para peças mais justas ao corpo e com franzidos; Que contém um toque macio e gelado, além de ser confortável. O Gabardine microfibra traz a presença de uma alfaiataria desconstruída, jovem e despojada. Para as peças com o uso de transparência, foram usados o Tule Malha para obter esse resultado. Por fim, o uso do Tricoline para as peças que necessitam de um acabamento com forro.

Figura 30: Cartela de tecidos



Fonte: Autoria Própria

7.3 Cartela de aviamentos

Para esta coleção os aviamentos utilizados serão: Elástico usado nas peças com cós de elástico. Zíper, presentes em calças, blusas, vestidos, dando uma maior vestibilidade às roupas. Botões de acrílico e Fios de elástico (*Elastex*).

Os aviamentos podem ser classificados quanto à sua função quanto à sua visibilidade na roupa. Quanto à função, podem ser componentes ou decorativos; quanto à visibilidade podem ser aparentes ou não aparentes. (TREPTOW, 2013, P.124).

Figura 31: Cartela de Aviamentos

Botão de acrílico
Fio de acetinado
Elástico
Zíper comum e invisível
Elastex

Fonte: Autoria própria

7.4 Linhas e Silhuetas

O olhar humano tende a seguir o traçado de linhas, focando sua atenção na direção delas. As linhas podem ser suaves ou marcantes, implicando na flexibilidade ou rigidez. (TREPTOW, 2013)

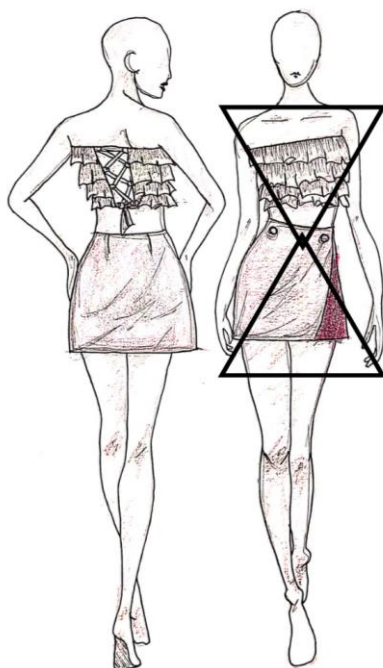
A criação da coleção Jardim Secreto foi desenvolvida baseada em cima de linhas e silhuetas que mais se adaptam ao tema e que transmitem sensações e a mensagem esperadas através da roupa; Para Jones uma coleção não deve ter muitas variações na silhueta, pois isso costuma diluir o impacto total e enfraquecer a mensagem a ser transmitida ao público. Dentro de uma silhueta, proporções e linhas têm papéis importantes na criação de um modelo equilibrado e harmonioso que agrade ao olho e favoreça o corpo (MATHARU, 2011)

A silhueta é essencial para o sucesso de qualquer modelo ou coleção; ela pode ajudar a apresentar um contexto atual ou a estabelecer uma atitude visual geral para coleção. (MATHARU, 2011, p. 102).

No entanto, foram utilizadas na criação da coleção linhas curvas e silhuetas ajustadas e a cinturadas; A coleção transmite conceitos de feminilidade e valorização do corpo feminino, com formas fluidas e leves; A cintura marcada divide a silhueta, trazendo equilíbrio proporcionalmente na linha superior e inferior do corpo, criando um efeito visual harmonioso e delicado. As linhas curvas conferem certa amplitude e feminilidade à roupa e são muito usadas para diminuir a cintura e chamar mais atenção para o busto e os quadris. (JONES, 2011)

Linhas curvas são, em geral, mais favoráveis às formas femininas. Elas criam contornos suaves que minimizam a cintura e acentuam busto e quadris. (MATHARU, 2011, p. 104).

Figura 32: Linhas e Silhuetas



Fonte: Autoria Própria

7.5 Elementos de estilo

Segundo Treptow (2013) uma coleção deve apresentar unidade visual: as peças precisam manter uma relação entre si. Essa relação é obtida através dos elementos de estilo e do tema da coleção, com todas as peças reportando à mesma inspiração.

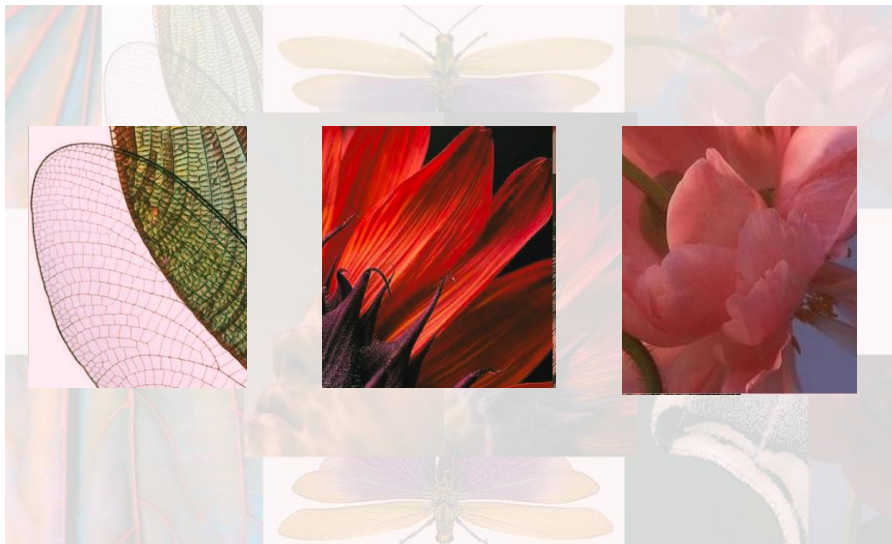
Elementos de estilo são detalhes utilizados repetidamente em uma coleção, mas com variações de uma modelo para outro. Eles podem

ser elementos do *design*, como o corte império (linha) ou uma estampa floral (padronagem), ou ainda uma utilização dos princípios do *design*, como na tendência *color blocking* (contraste). Podem ainda estar representados pela presença maior de uma cor em relação às demais, pela utilização de um tecido diferenciado, mas, principalmente pelo uso de aviamentos e detalhes de modelagem. Os elementos de estilo têm por objetivo criar a unidade visual entre as peças. (TREPTOW. 2013. p.132-133).

Os principais elementos de estilo da coleção Jardim Secreto foram retirados do painel semântico, inspirados nas texturas e formas das nas flores, os elementos estão inseridos em babados, pregas, franzidos, amarrações, laços, assim como na transparência e toque delicado dos tecidos, como no crepe, viscose e etc.

A coleção visa trazer as semelhanças entre a natureza, em especificamente as flores, com a feminilidade, fazendo referências à delicadeza das flores com modelagens e tecidos delicados, a sensualidade através de decotes, além das linhas e silhuetas, e por fim as amarrações como referências às raízes que sustentam e dão força às flores e as mulheres.

Figura 33: Elementos de Estilo



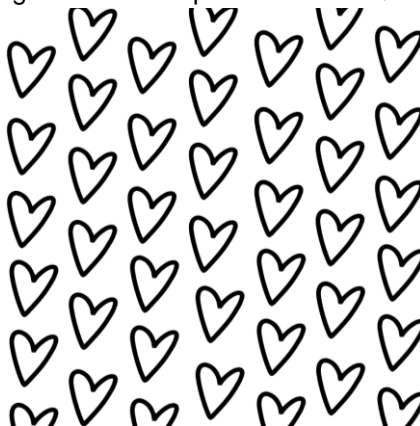
Fonte: Autoria Própria

7.6 Estamparia Bem Me Quer

Foi desenvolvida uma estampa exclusiva para coleção, utilizando o método de *rapport* muito utilizado Na área do *Design* de Superfície e Estamparia, o termo

Rapport é definido como *Repeat* ou Repetição e é usado para denominar um desenho em repetição. Para a criação da estampa que será utilizada em peças que apresentam acabamento com forro; Desenvolvida no tecido Tricoline 100 % algodão, a estampa conta com o símbolo da marca; O coração da Bem Me Quer.

Figura 34: Estamparia Bem Me Quer



Fonte: Autoria Própria

7.7 Mix de produtos e moda

O *mix* de produtos refere-se à variedade de produtos oferecidos por uma empresa. Pode ser avaliado mediante a sua abrangência (número de produtos em cada linha), sua extensão (número de produtos em cada linha) e sua profundidade (número de versões de cada produto). (Treptow 2013).

Segundo Treptow (2013) em uma coleção de moda, Pires (2000) identifica três categorias de produto: Básico, *fashion* e vanguarda, sendo eles básicos: modelos que estão presentes em quase todas as coleções. Peças funcionais que costumam ter venda garantida. *Fashion*: Modelos que estão comprometidos com as tendências do momento através de formas, cores e padronagem. Vanguarda: São as peças complementares. Comprometidas com as tendências atuais ou futuras, nem sempre apresentam características muito comerciais.

A coleção Jardim Secreto apresenta um *mix* de produto e de moda bem variado, por ser uma coleção comercial, apresenta peças básicas e *fashions* que variam entre duas ou mais opções de cor cada peça, tendo uma grade bem variada nas numerações PP ao GG, visando atender diversos corpos e tamanhos.

Figura 35: Mix de produto/ moda

MIX DE PRODUTO/ MIX DE MODA	BÁSICO	FASHION	TOTAL
BLUSAS	2	7	9
CALÇAS	1	2	3
SAIAS	3	1	4
SHORTS	2		2
VESTIDOS	1	1	2
MACACÕES		2	2 = 22 peças

Fonte: Autoria Própria

7.8 Croqui

O croqui de moda, para Treptow (2013) apresenta uma grande vantagem: a capacidade de visualizar combinações entre as peças da coleção. O croqui é uma ferramenta importante, pois através dele é que o *designer* transmite a relação entre as peças isoladas e o tema da coleção.

A coleção Jardim Secreto apresenta 20 looks de Primavera/Verão 2021.

7.9 Mapa da coleção JARDIM SECRETO

A coleção comercial Jardim Secreto para a marca Bem Me Quer é composta por peças básicas e *Fashion* que transitam entre peças com comprimento longo e curto, modelagens mais amplas e outras mais justas, sendo compostas por um *mix* de blusas, saias, *shorts*, calças, *tops*, vestidos, macacões entre outras.

Apresentando 20 Looks a coleção é dividida em duas partes, contando duas histórias diferentes. Na primeira parte é voltada para o público mais jovem, a menina que está em processo de se tornar mulher, já na segunda parte mostra o final deste processo em que apresenta a mulher completa.

Figura 36: Mapa da coleção



Fonte: Aatoria Própria

7.10. Ficha técnica

A ficha técnica é o documento descritivo de uma peça de coleção. Ela inclui ilustrações e anotações sobre materiais utilizados, dimensões dos modelos, procedimentos de manufatura e acabamentos. É a partir da ficha técnica que o setor de custos e o departamento comercial estipularão o preço de venda. (TREPTOW, 2013).

Para a coleção Jardim Secreto foram executadas fichas técnicas contendo a descrição de cada peça, desenho técnico frente e costas, e todas as informações necessárias para o desenvolvimento do produto; como grade de numeração, nome e informações da peça, variação de cor, aviamentos e tecidos, composição dos tecidos, fornecedores, e sequência operacional e referência de cada peça.

As fichas técnicas das peças da coleção serão apresentadas no Apêndice B. Abaixo informações do modelo de referência presente nas fichas.

Figura 37: Demonstração de referência



Fonte: Autoria Própria

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir deste projeto concluiu-se que é possível desenvolver uma coleção de moda que traga reflexões além do vestir, iniciando uma jornada de reflexão sobre o meio ambiente e autoconhecimento feminino, impactando não somente na visão sobre moda, mas também como forma de se comunicar-se com o mundo.

Cada etapa da criação deste projeto foi totalmente pensada em satisfazer uma necessidade de mercado assim como fomentar o empreendedorismo feminino juntamente com a indústria de confecção da cidade de São José dos Campos.

REFERÊNCIAS

RIBEIRO, Maria Goretti. **O Arquétipo da Deusa na vida, na cultura e na arte literária**. 2008. João Pessoa. Graphos. Vol. 10. N° 1.

OLIVEIRA, Rosalira. **Em nome da Mãe: O arquétipo da Deusa e sua manifestação nos dias atuais**. 2005. Revista Ártemis. N° 3.

DUARTE, Alisson José Oliveira. **Ecologia humana: A natureza enquanto divindade arquetípica**. 2018. Revista Ártemis. Vol. XXV, n° 1.

GARCIA, Loreley. **A relação da mulher e Natureza: Laços e nós na teia da vida**. 2009. Gaia Scientia.

MACHADO, Regiane. **O sagrado Feminino: Poder que vem de dentro - Despertar, cura e empoderamento de mulheres**. 2020. 3° Colóquio Internacional Feminismo e agroecologia. Vol. 15. N° 3.

MATHARU, Gurmit. **O que é design de moda?** . 2011. Companhia Editora Ltda.

JONES, Sue Jenkyn. **Fashion design - O manual do estilista**. 2011. 3° Edição. Cosac Naify.

TREPTOW, Doris. **Inventando moda: planejamento de coleção**. 2013. 5° Edição. São Paulo: Edição da Autora.

QUEIROZ CAMPOS, Amanda e WOLF, Brigitte. **O Conceito de Tendência na Moda: significado, histórico, conotação**. 2018. Moda Palavra e-periódico 11.

SANT'ANNA, Patricia e BARROS, André Ribeiro de. **Pesquisa de tendências para moda**. 2010. VII Colóquio de Moda.

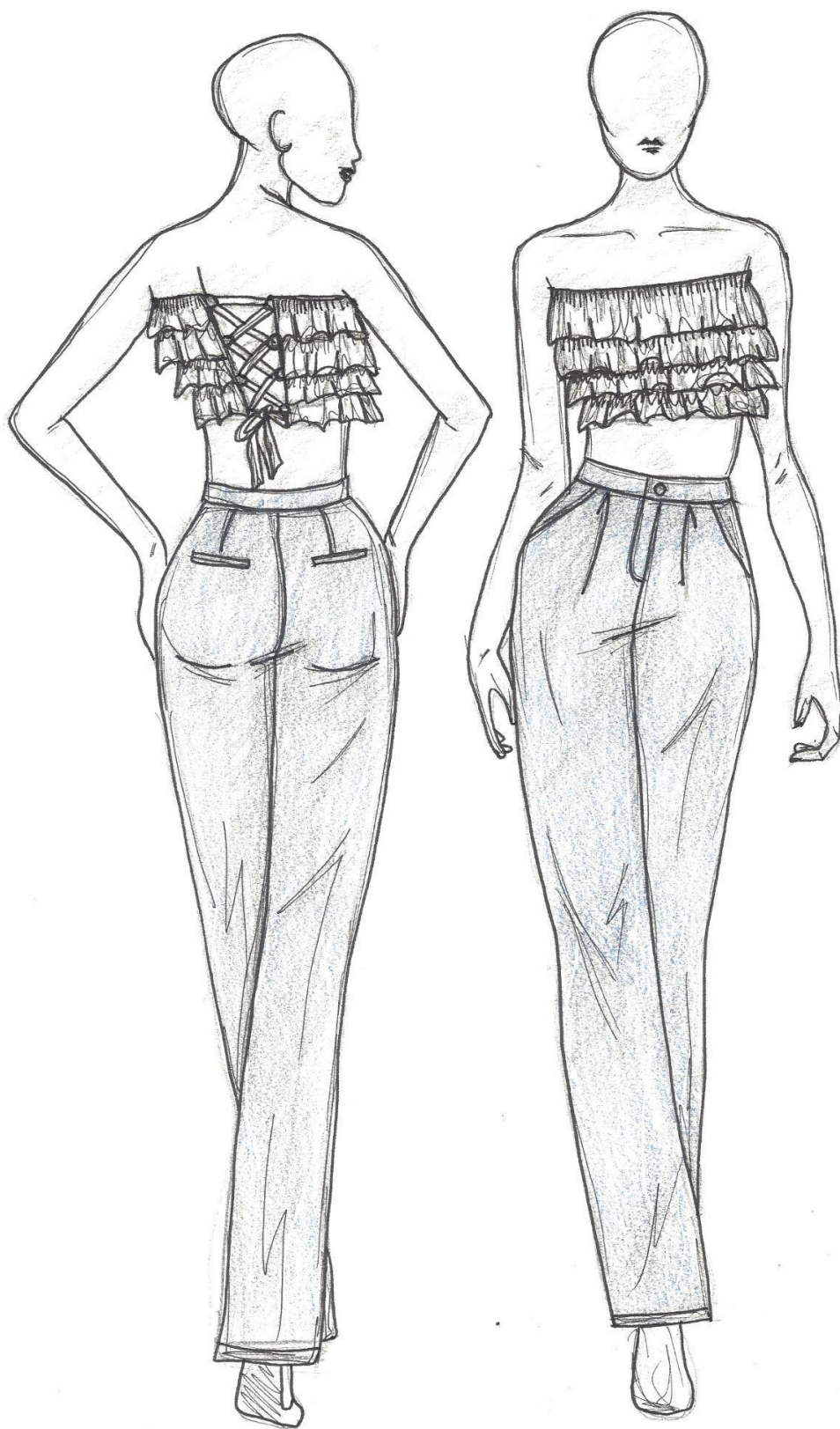
CAMPOS, Amanda Queiroz. **Taxonomia dos tipos de tendências: uma proposta concisa** 2020. DATJournal Vol.5 n.2 .

CHRISTO, Deborah Chagas e SABRÁ, Flávio Glória Caminada. **Moda é design, ou design.** 2016. 12º Colóquio de Moda – 9ª Edição Internacional 3º Congresso Brasileiro de Iniciação Científica em Design e Moda.

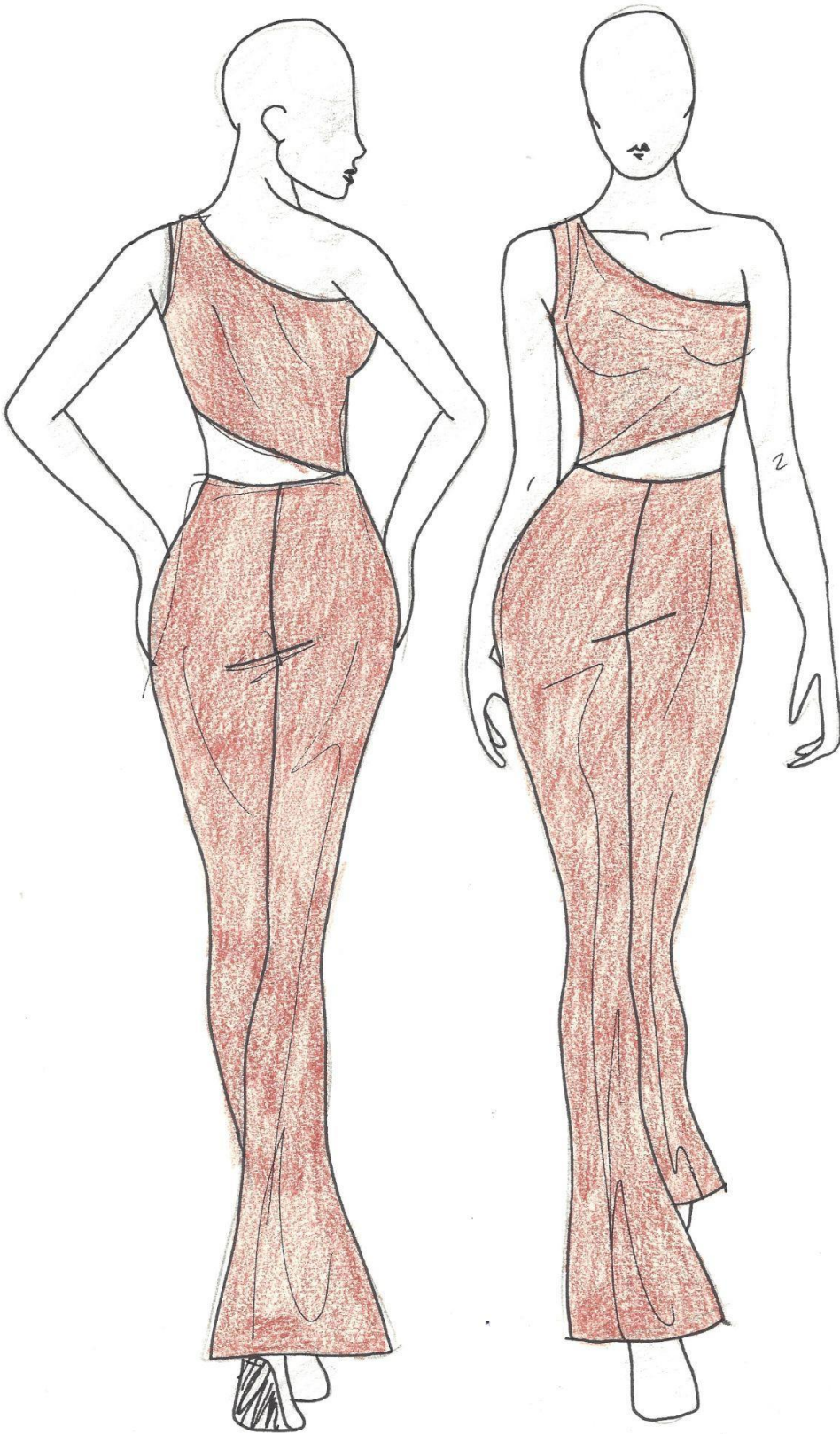
CHRISTO, Deborah Chagas. **Designer de moda ou estilista? Pequena reflexão sobre a relação entre noções e valores do campo da arte, do design e da moda.** 2008. Colóquio de moda.

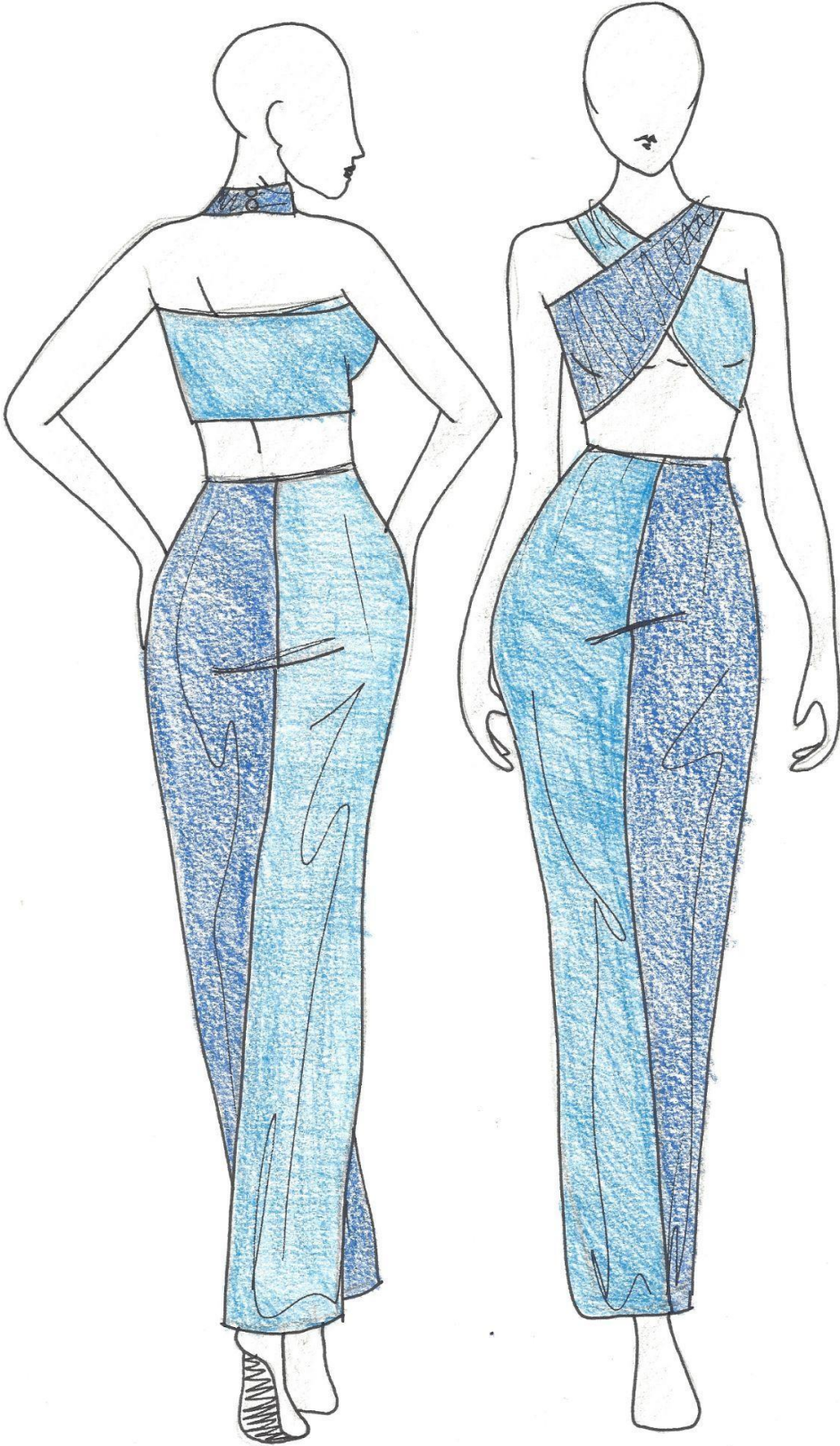
STREY, Marlene Neves. **Mulheres e moda: a feminilidade comunicada através das roupas.** 2000. Revista Flamecos. Nº 13. Porto Alegre.

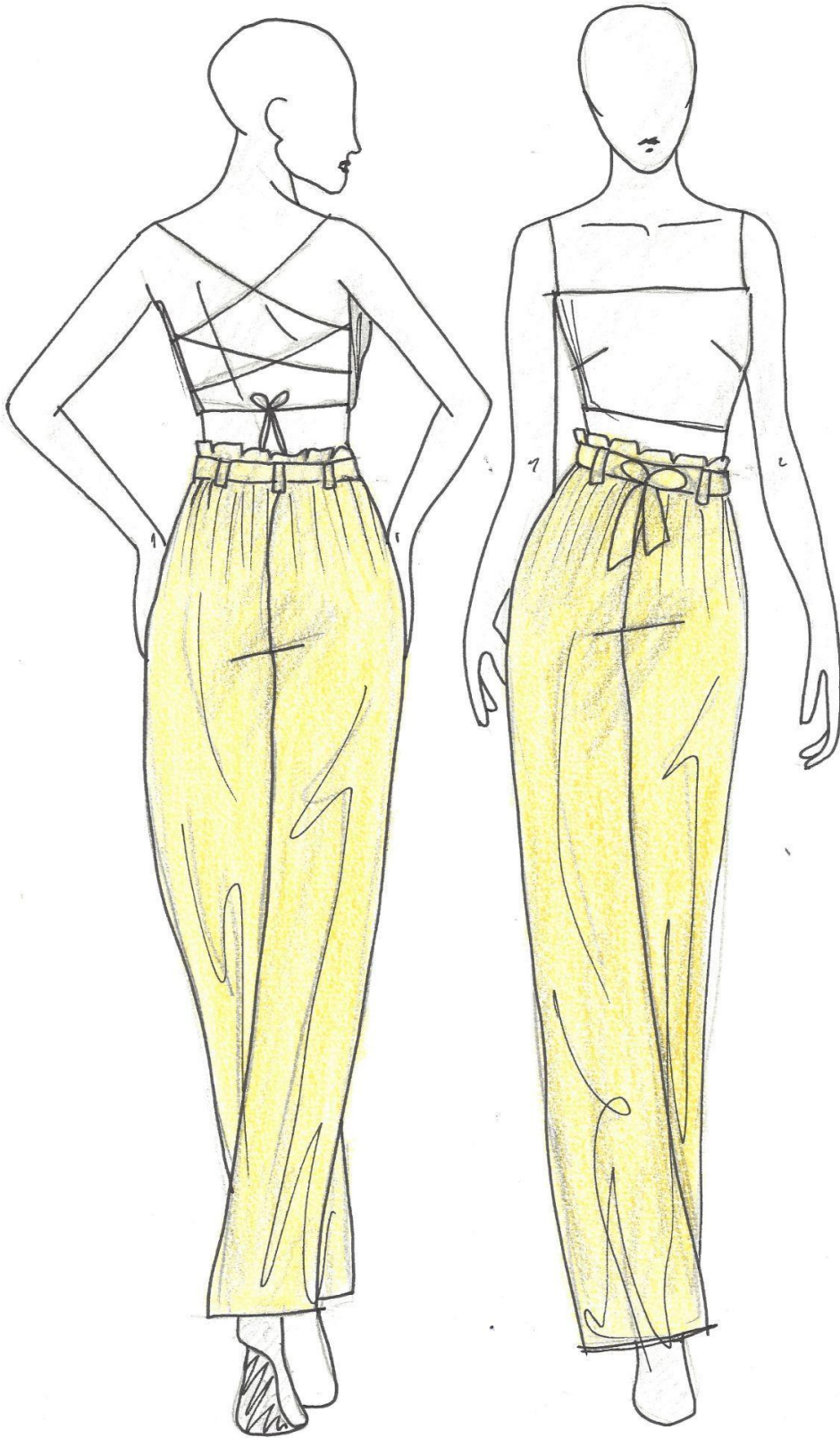
Apêndice A - Croquis coleção Jardim Secreto



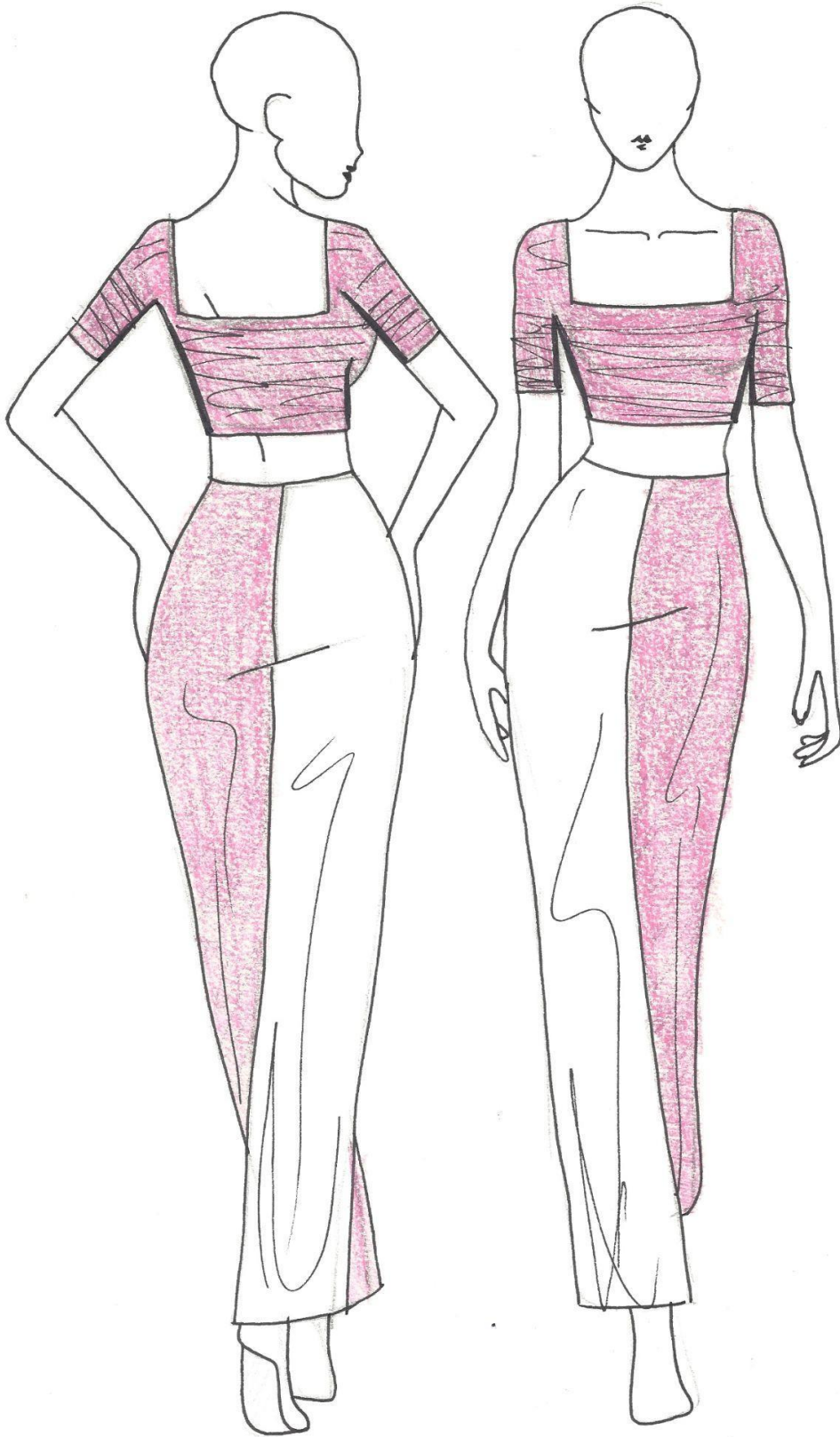




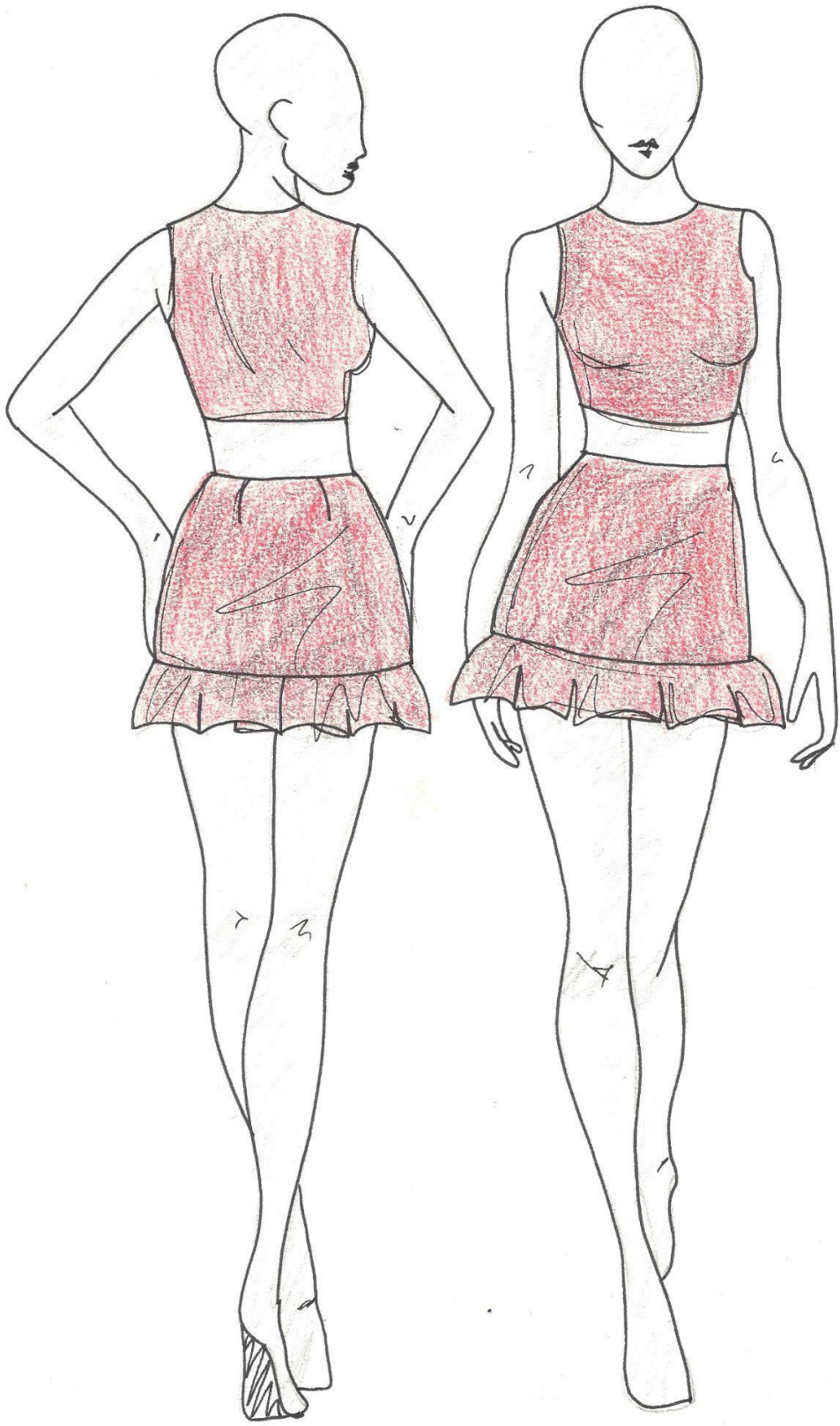


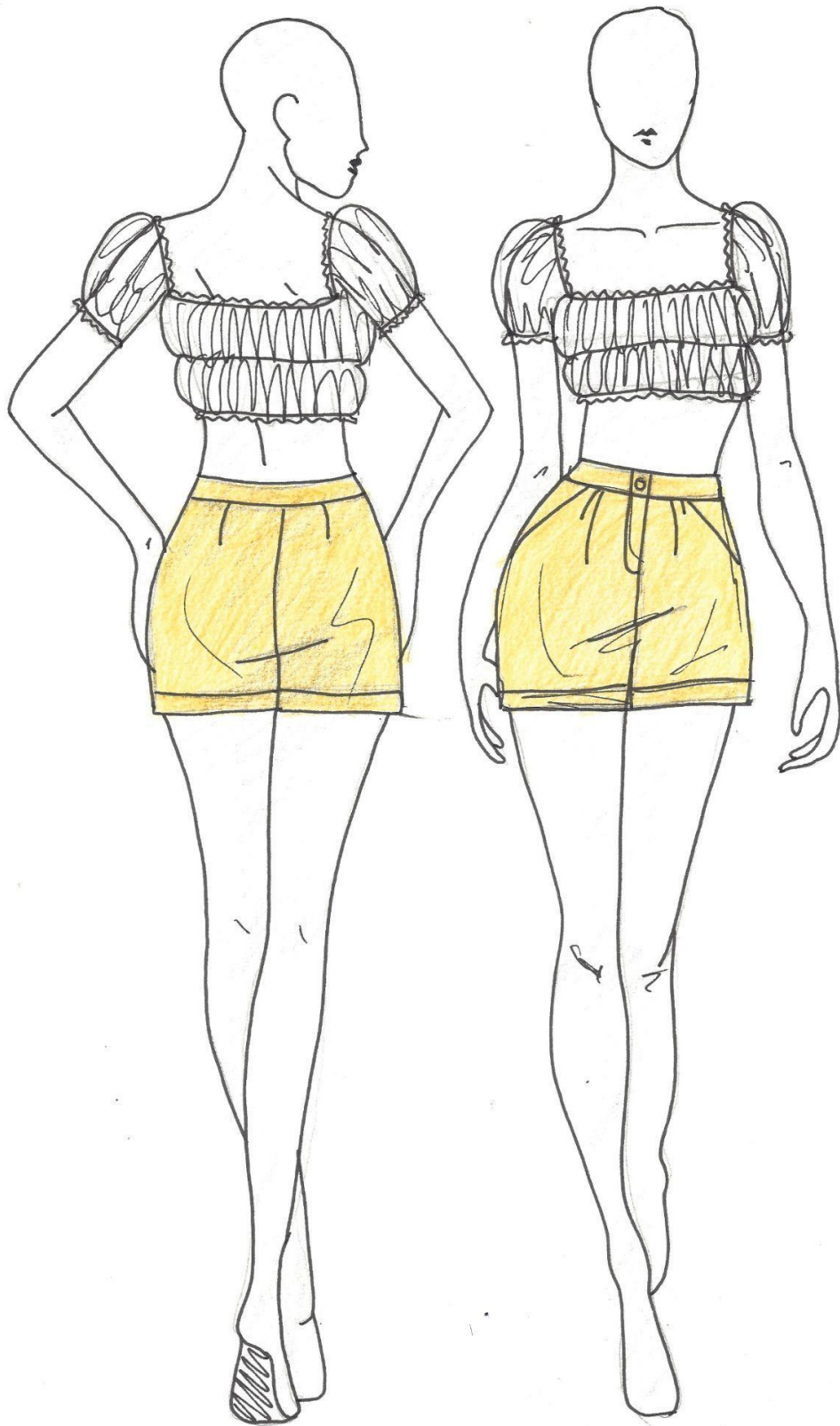


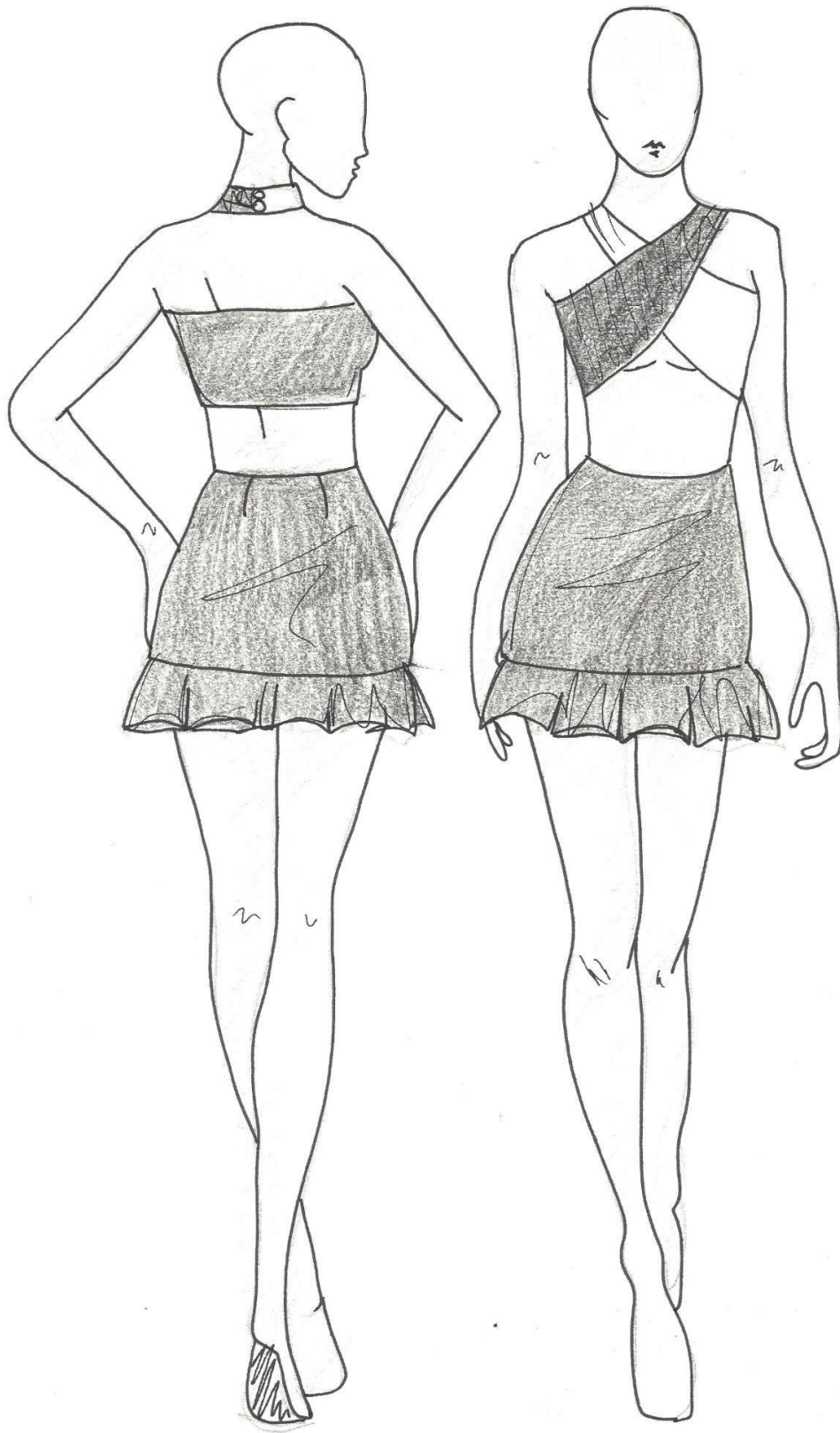


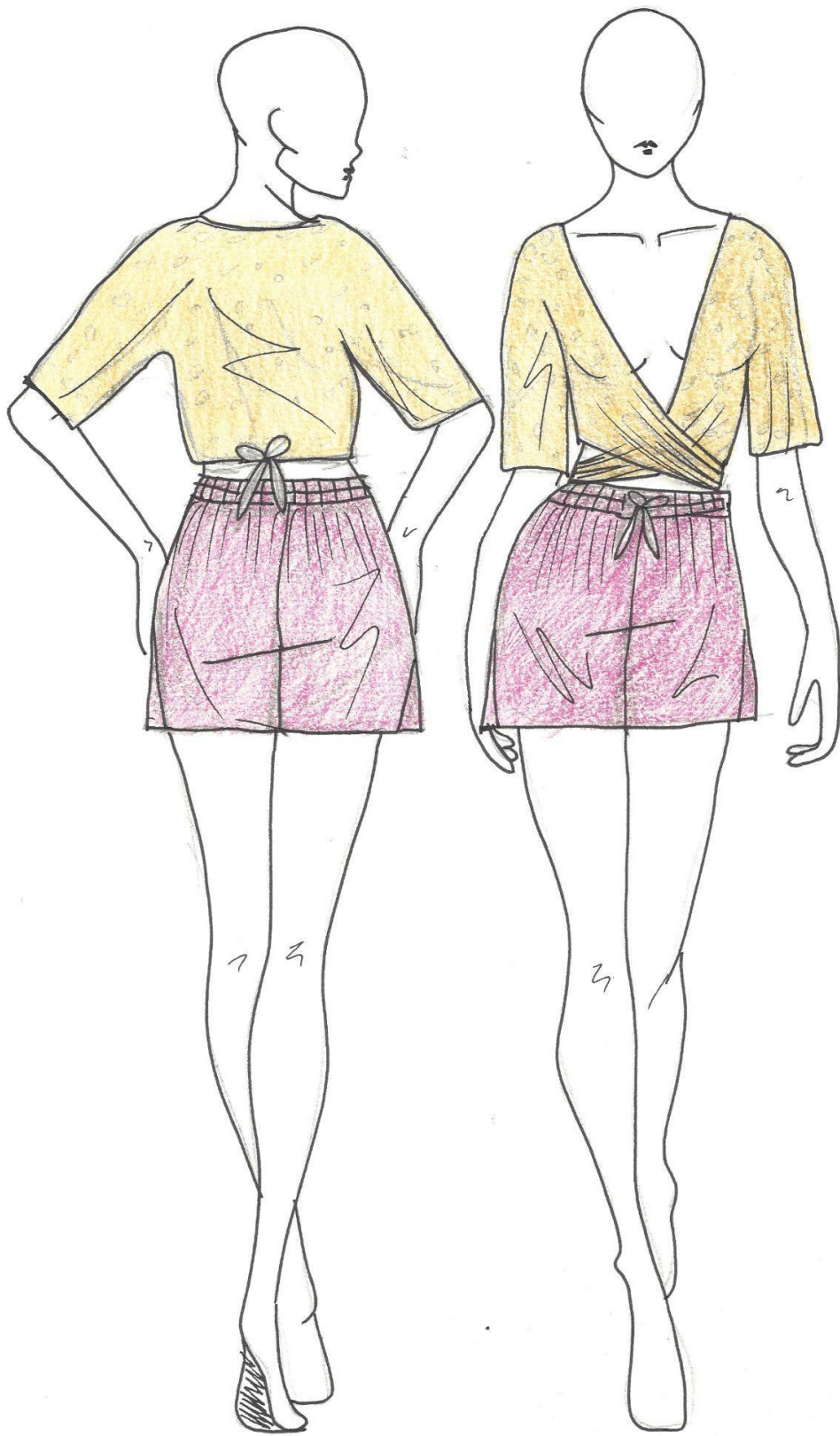




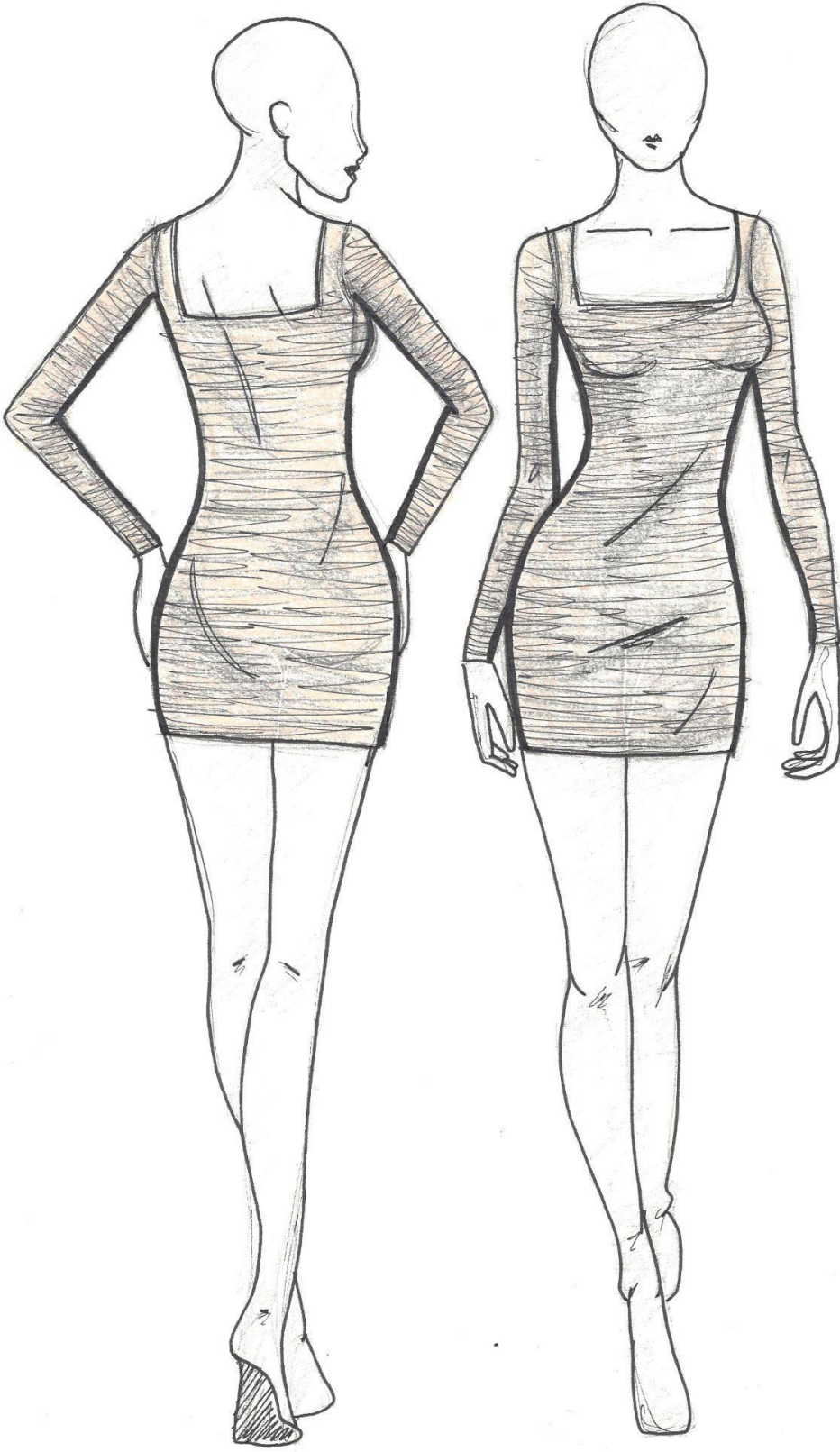


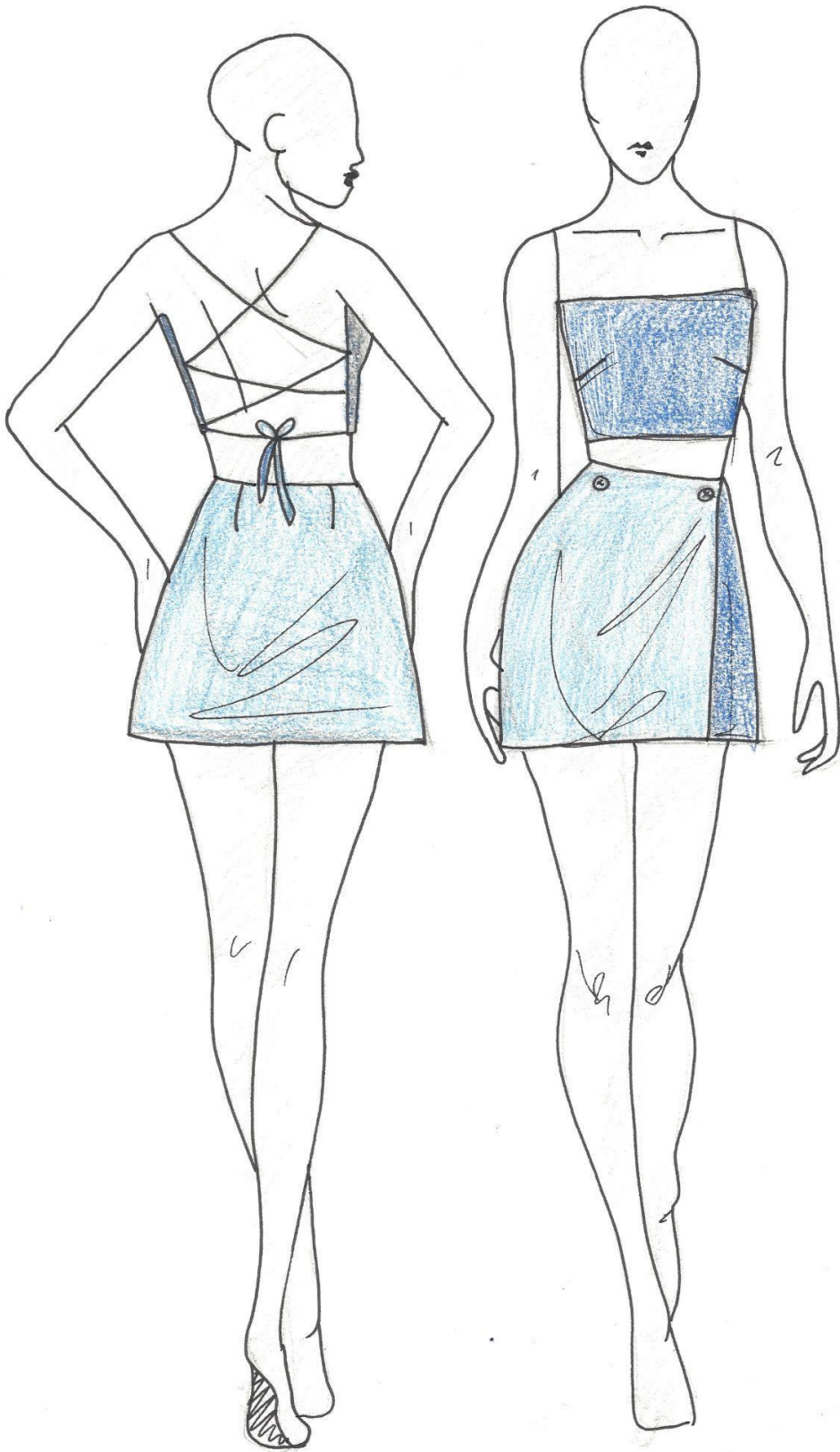


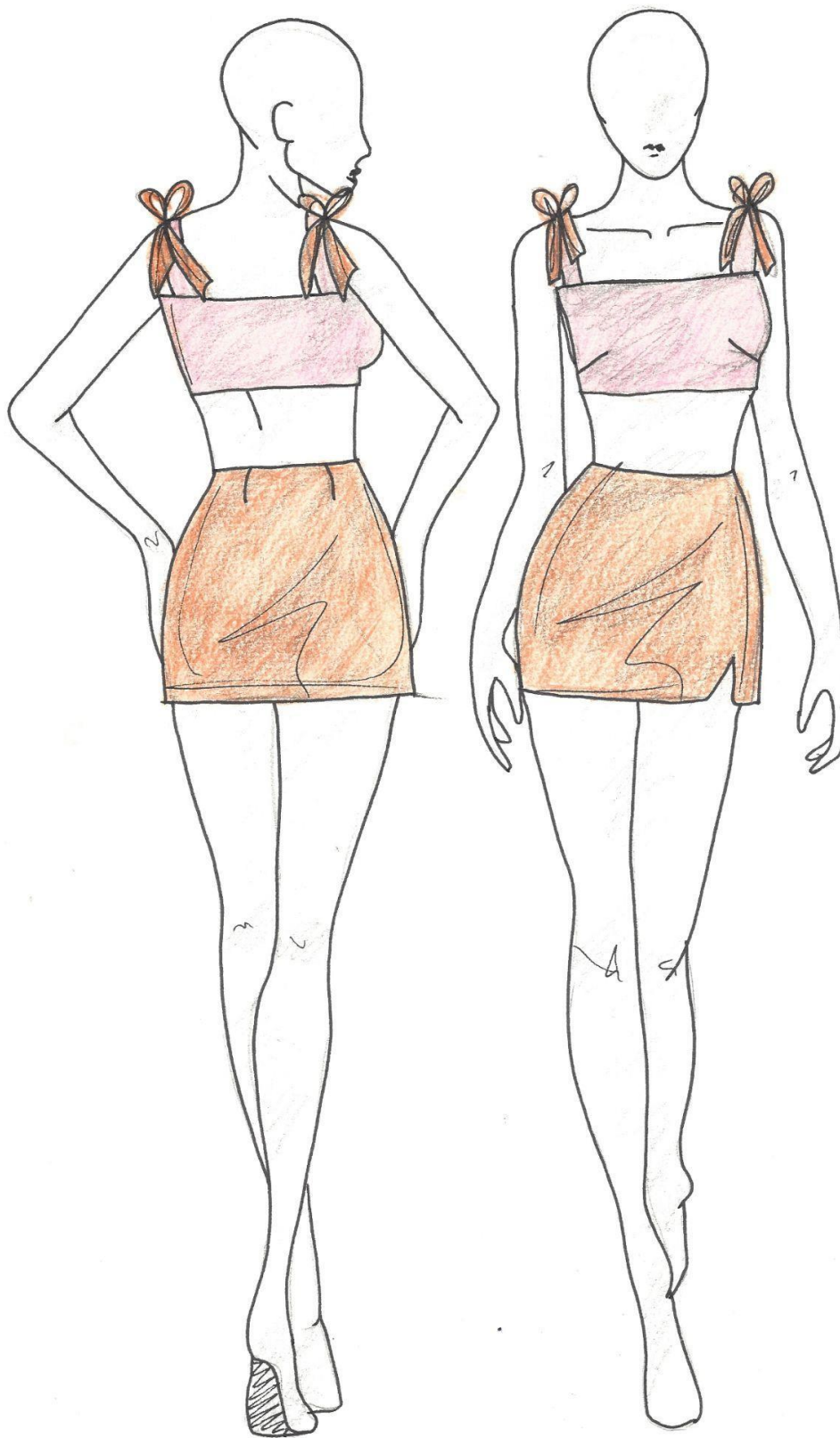


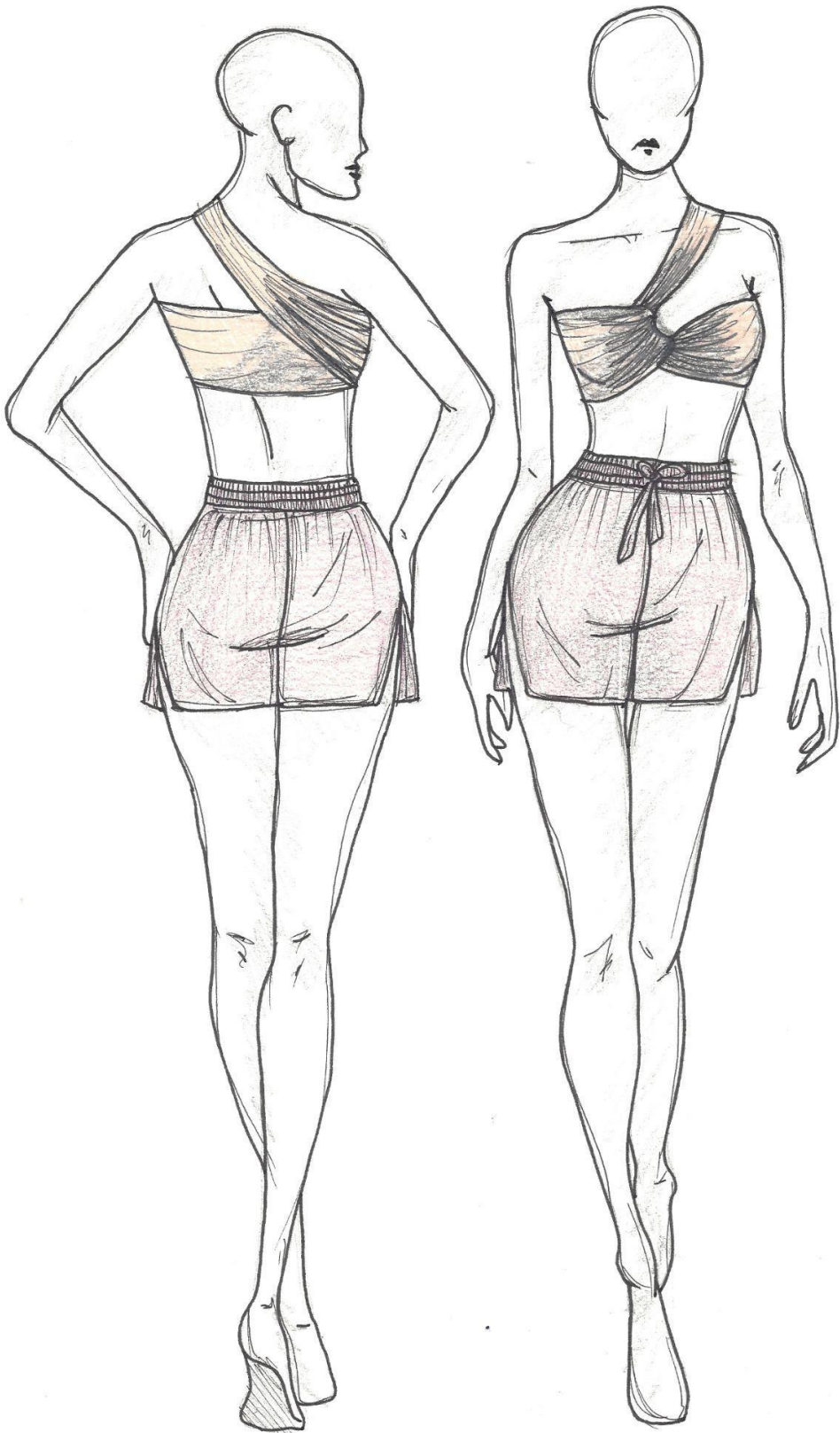




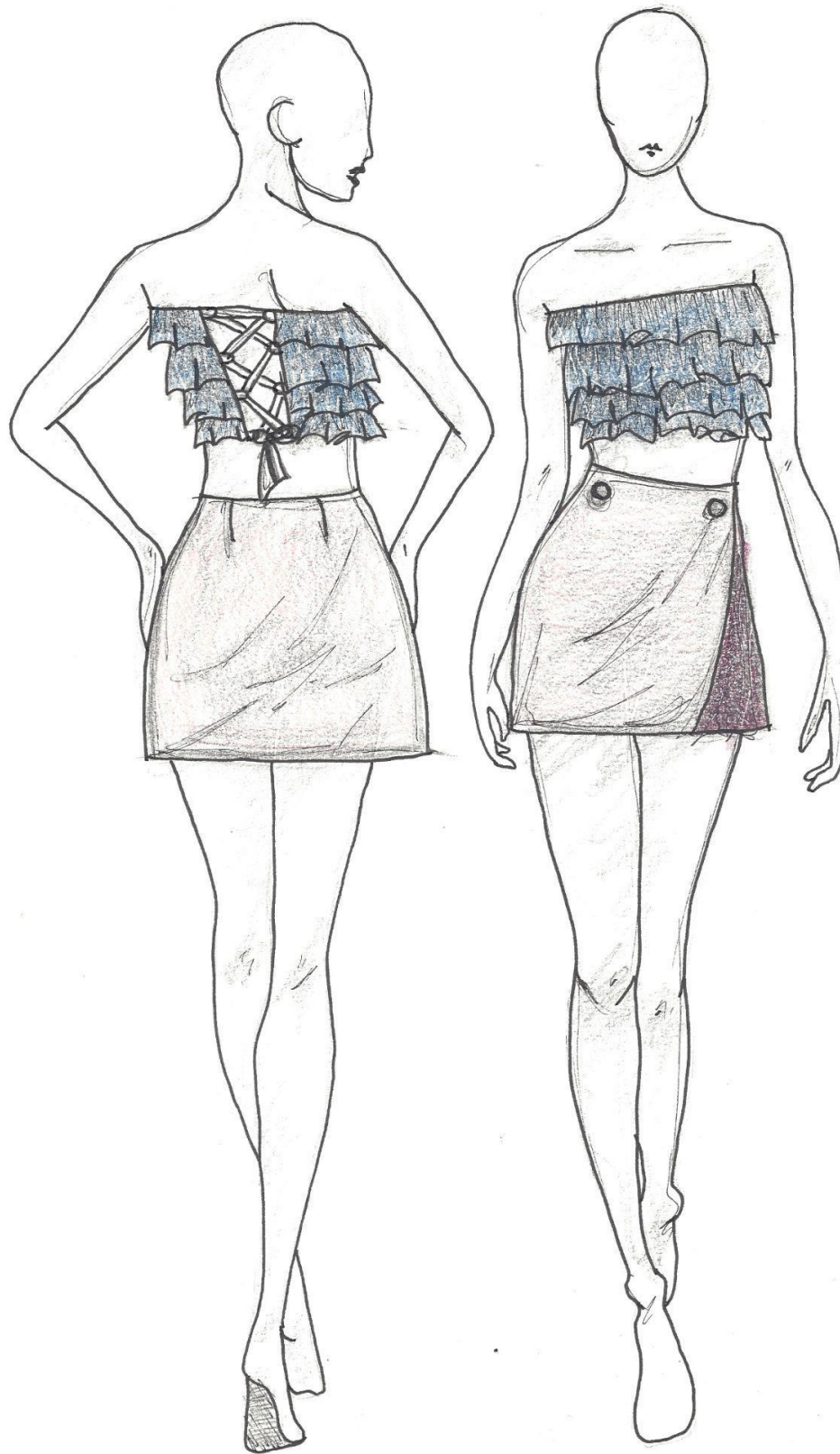


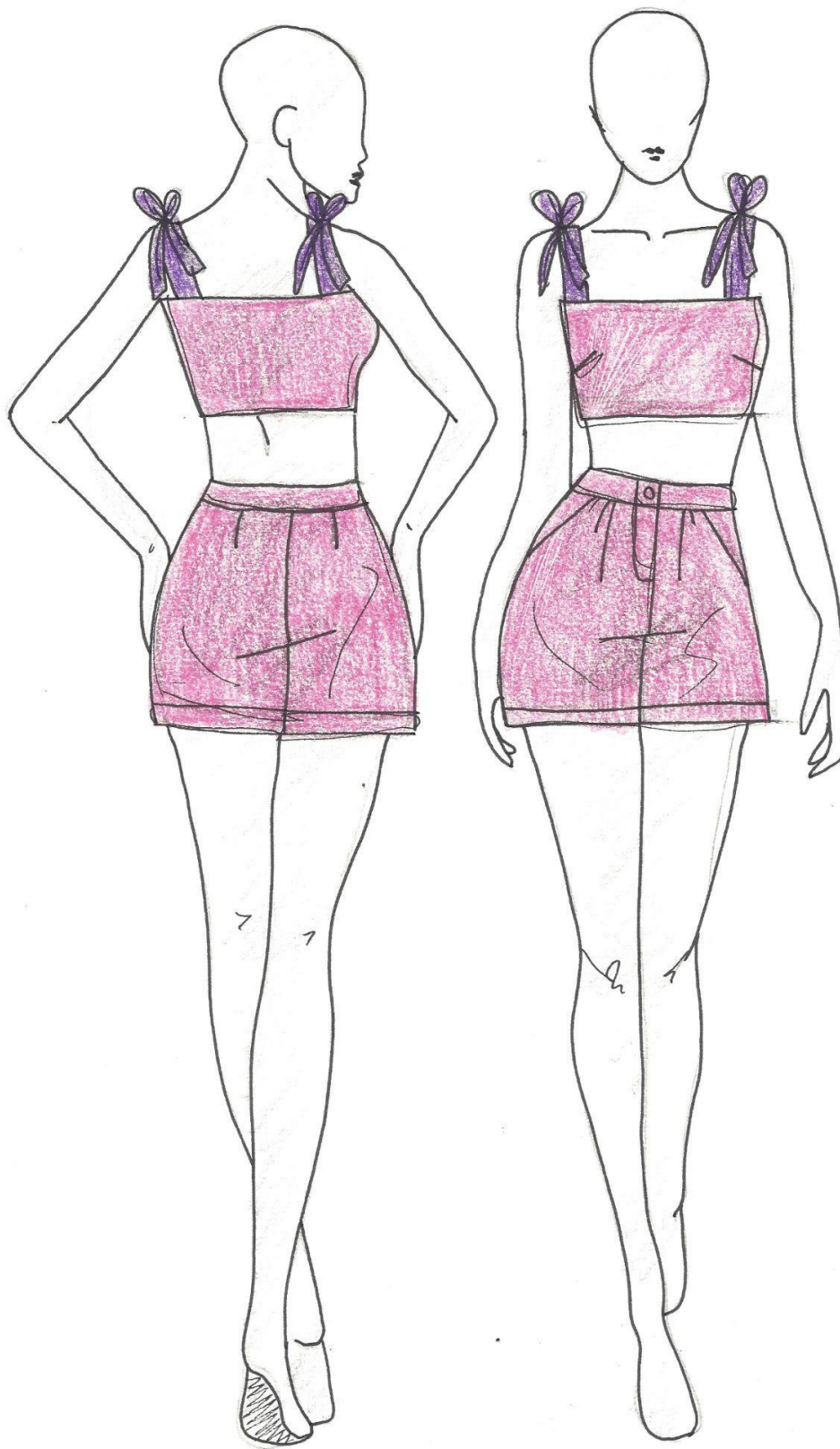





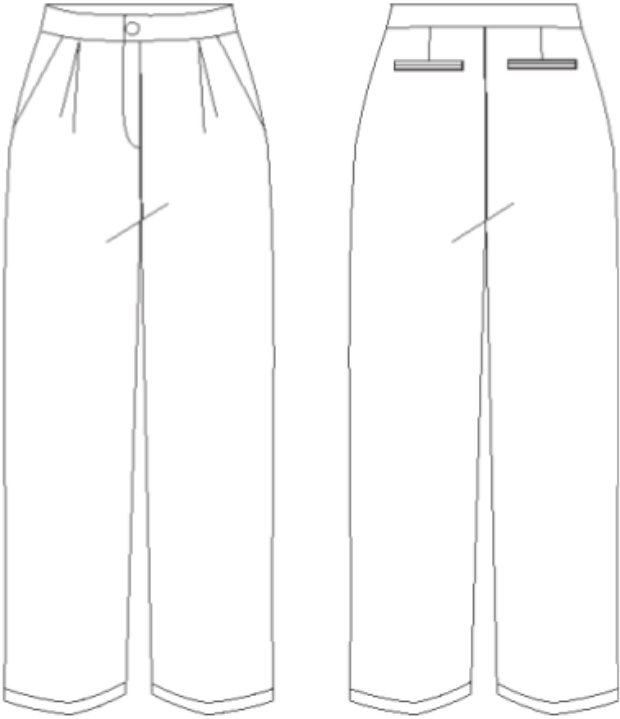










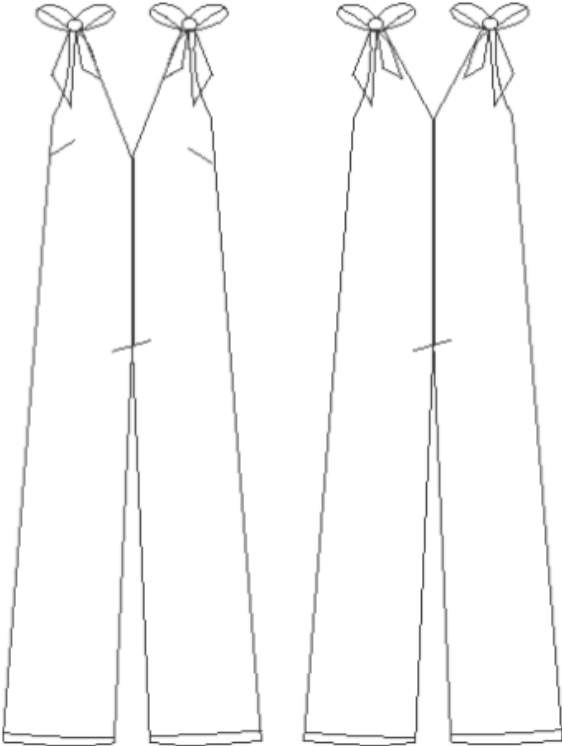

Apêndice B - Fichas Técnicas

	Verão 2022	Calça Hortência		
	Coleção Jardim Secreto	Calça Alfaiataria		
		Segmento: Feminino		
		Grade: PP, P, M, G, GG		
		Variantes: Azul, Off White e Verde escuro		
		Tecido: Gabardine Microfibra / Tricoline		
		Fornecedor / Preço: Dreamtex shopping dos tecidos R\$16,99 - 19,90		
		Composição: 100% Poliéster / 100% Algodão		
				
		Aviamentos	Quantidade / Preço	Cor
		Zíper 15 cm Botão 2 cm Fio e linha	1 / R\$ 0,60 2 / R\$ 0,90	Azul Off White Verde Escuro
		OBS: Bolso Embutido forrado, Prega frontal e Bolso faca.		




Sequência Operacional	Calça Hortência
Pence costas: Reta	Cós: Reta/ Overloque
Gancho frente: Reta/ Overloque	Casa de botão e botão : Reta
Gancho costas: Reta/ Overloque	Barra 2 cm : Reta
Bolso embutido: Reta/ Overloque	
Prega frente: Reta	
Bolso faca: Reta/ Overloque	
Entrepernas e lateral: Reta/ Overloque	
Zíper: Reta/ Overloque	

	Verão 2022	Calça Orquídea		
	Coleção Jardim Secreto	Calça Pantalona Clochard		
		Segmento: Feminino		
		Grade: PP, P, M, G, GG		
		Variantes: Magenta, amarelo e preto		
		Tecido: Viscose Rayon		
		Fornecedor/ Preço: Dreamtex shopping dos tecidos / R\$ 41,99		
		Composição: 100% Viscose		
		Aviamentos	Quantidade / Preço	Cor
		Elástico 4 cm	1m / R\$ 0,50	
		OBS: Cós de elástico e Cinto		


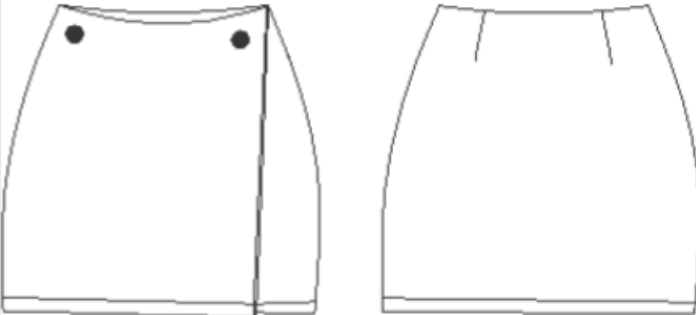

Sequência Operacional	Calça Orquídea
Gancho costas: Reta / Overloque	
Gancho frente: Reta / Overloque	
Lateral e Entrepernas: Reta / Overloque	
Clochard cós 4cm: Reta	
Elástico cós: Reta	
Cós: Reta / Overloque	
Pespointo elástico: Reta	
Barra 2cm: Reta	

	Verão 2022	Macacão Lótus		
	Coleção Jardim Secreto	Macacão Bicolor		
		Segmento: Feminino		
		Grade: PP, P, M, G, GG		
		Variantes: Rosa Claro / Magenta e Preto/ Branco		
		Tecido: Viscose Rayon		
		Fornecedor/ Preço: Dreamtex shopping dos tecidos / R\$ 41,99		
		Composição: 100% Viscose		
				
		Aviamentos	Quantidade	Cor
		Fio e linha		Rosa claro Magenta Preto Branco
		OBS: Revel busto e Cinto		


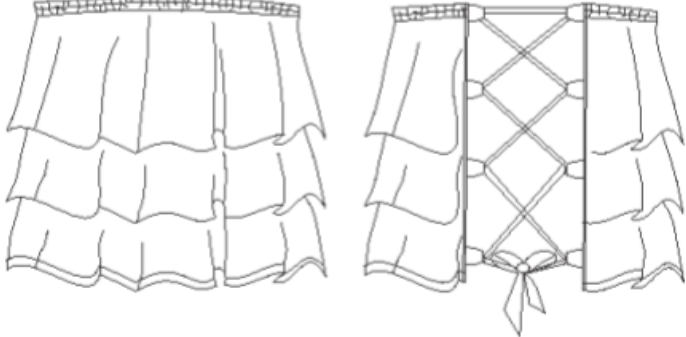

Sequência Operacional	Macacão Lótus
Pence: Reta	
Gancho frente: Reta / Overloque	
Gancho costas: Reta / Overloque	
Revel frente e costas: Reta	
Alça : Reta	
Lateral e entrepernas : Reta / Overloque	
Barra 2cm : Reta	

	Verão 2022	Shorts Manacá	
	Coleção Jardim Secreto	Shorts Boxer com Fenda	
		Segmento: Feminino	
		Grade: PP, P ,M, G , GG	
		Variantes: Rosa queimado e Preto	
		Tecido: Crepe Seleghini	
		Fornecedor/ Preço: Dreamtex shopping dos tecidos / R\$ 27,99	
		Composição: 97% Poliéster e 3% Elastano	
			
		Aviamentos	Quantidade/ Preço
Elástico 4 cm	1m / R\$ 0,50		
OBS: Cós de elástico, Fenda lateral e Cordão			


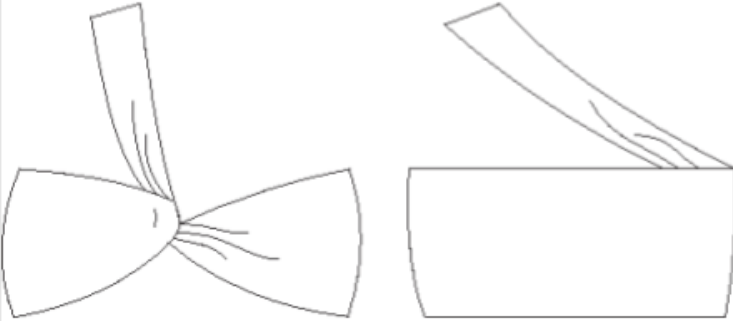

Sequência Operacional	Shorts Manacá
Gancho frente: Reta / Overloque	
Gancho costas: Reta / Overloque	
Elastico: Reta	
Cós 4cm : Reta/ Overloque	
Cordão: Reta	
Lateral e entrepernas: Reta/ Overloque	
Fenda 6cm: Reta	

	Verão 2022	Saia Margarida		
	Coleção Jardim Secreto	Saia Envelope Bicolor		
		Segmento: Feminino		
		Grade: PP, P ,M, G , GG		
		Variantes: Rosa Claro/ Magenta e Azul Claro/Escuro		
		Tecido: Viscose rayon / Tricoline		
		Fornecedor/ Preço: Dreamtex shopping dos tecidos/ R\$ 41,99 - 19,90		
		Composição: 100% Viscose / 100% Algodão		
				
		Aviamentos	Quantidade/ Preço	Cor
		Botão Acrílico 2 cm	2 un / R\$0.90	Azul Rosa
		OBS: Forro embutido		


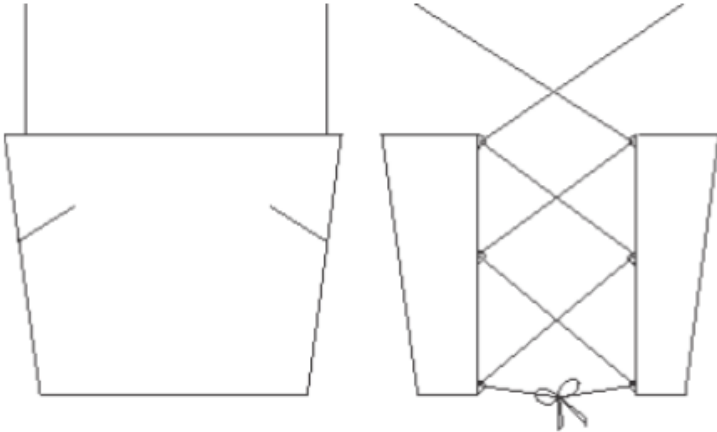

Sequência Operacional	Saia Margarida
Pence costas: Reta	
Lateral: Reta	
Embutir forro: Reta	
Pes ponto lateral: Reta	
Barra 2 cm : Reta	
Casa de botão: Reta	
Botão: Reta	

	Verão 2022	Top Azaléia	
	Coleção Jardim Secreto	Cropped de Babado com Amarração	
		Segmento: Feminino	
		Grade: PP, P, M, G, GG	
		Variantes: Off White e Azul Escuro	
		Tecido: Viscose rayon	
		Fornecedor/ Preço: Dreamtex shopping dos tecidos/ R\$ 41,99	
		Composição: 100% Viscose	
			
		Aviamentos	Quantidade
Fio e linha		Off white Azul escuro	
OBS: Top Embutido, Tira para amarração			


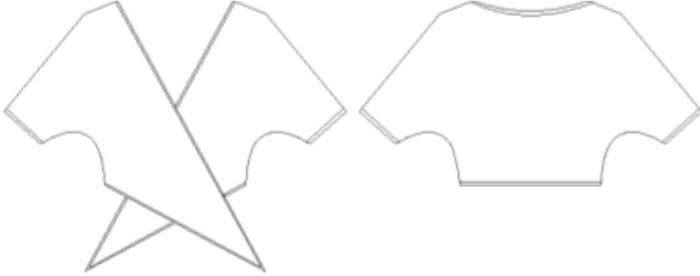

Sequência Operacional	Top Azaléia
Pense busto: Reta	
Lateral: Reta	
Franzido babado: Reta / Overloque	
Passante: Reta	
Cordão: Reta	
Embutir forro: Reta	

	Verão 2022	Top Amor Perfeito		
	Coleção Jardim Secreto	Cropped Transpassado Ombro		
		Segmento: Feminino		
		Grade: PP, P, M, G, GG		
		Variantes: Rosa Claro e Preto		
		Tecido: Lycra Lingerie Lisa		
		Fornecedor/ Preço: Dreamtex shopping dos tecidos / R\$129,90 kg		
		Composição: 90% Poliamida e 10% Elastano		
				
		Aviamentos	Quantidade	Cor
		Fio e linha		Rosa claro Preto
		OBS: Top Embutido		


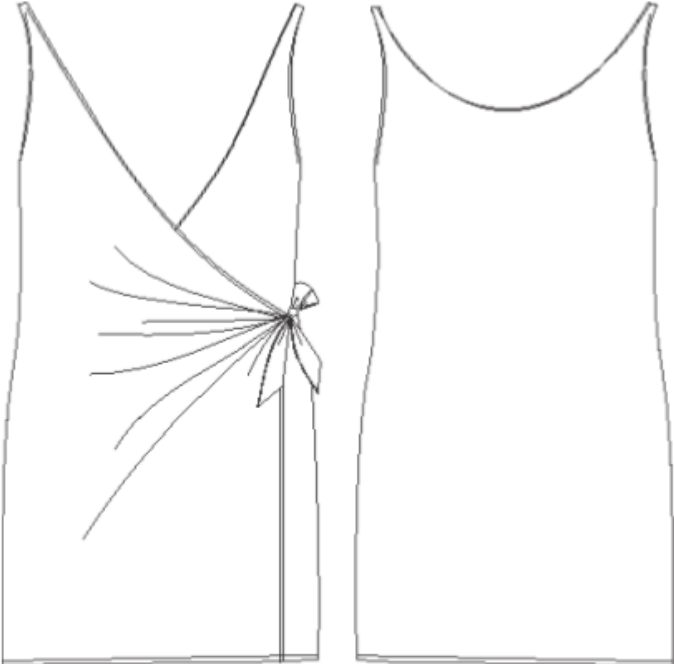

Sequência Operacional	Top Amor Perfeito
Lateral direita: Interloque	
Transpassado : Interloque	
Lateral esquerda / Costas: Interloque	

	Verão 2022	Top Trevo		
	Coleção Jardim Secreto	Cropped Quadrado com Amarração		
		Segmento: Feminino		
		Grade: PP, P ,M, G , GG		
		Variantes: Off White, Azul Claro e Preto		
		Tecido: Viscose Lisa		
		Fornecedor/ Preço: Dreamtex shopping dos tecidos / R\$ 18,00		
		Composição: 100% Algodão		
				
		Aviamentos	Quantidade / Preço	Cor
		Fio de seda Fio e linha	2 m / R\$ 0,60	Off White Azul Claro Preto
		OBS: Top Embutido		


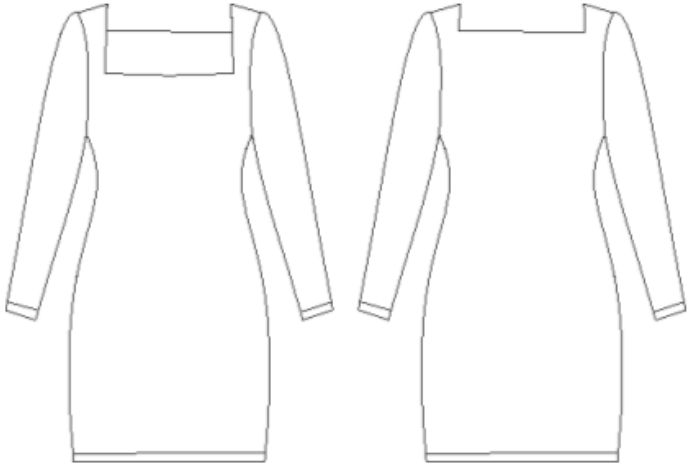

Sequência Operacional	Top Trevo
Pence Busta: Reta	
Lateral : Reta	
Embutir forro: Reta	
Alça: Reta	
Passador : Reta	
Pespointo lateral: Reta	

	Verão 2022	Blusa Amarílis		
	Coleção Jardim Secreto	Blusa Kimono com Amarração		
		Segmento: Feminino		
		Grade: PP, P ,M, G , GG		
		Variantes: Areia e preto		
		Tecido: Viscose Pipoca		
		Fornecedor/ Preço: Dreamtex shopping dos tecidos / R\$ 33,99		
		Composição: 100% Viscose		
				
		Aviamentos	Quantidade	Cor
		Fio e linha		Areia Preto
		OBS: Revel nas costas e Costura Italiana		


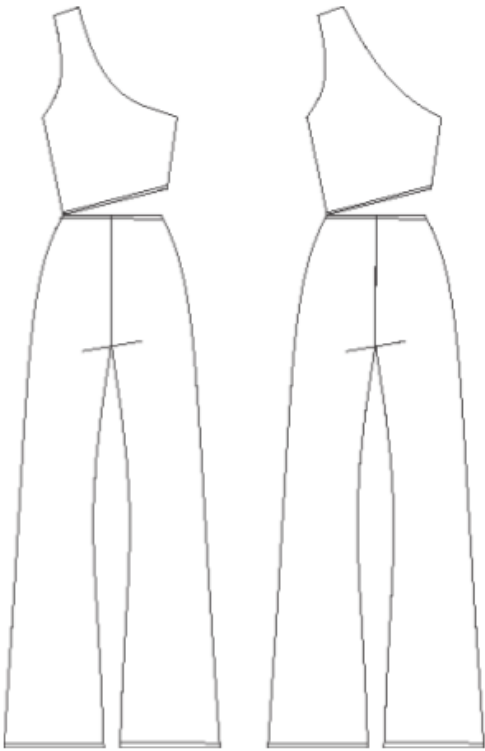

Sequência Operacional	Blusa Amarílis
Revel costas: Reta	
Lateral: Reta	
Ombro: Reta	
Barra lenço 1 cm : Reta	


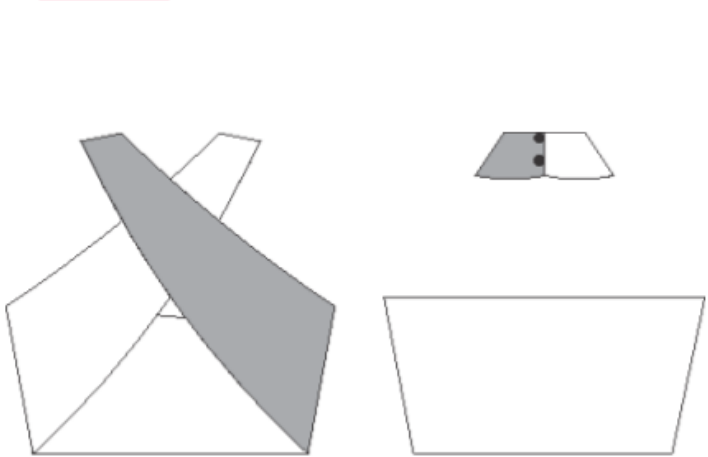

	Verão 2022	Vestido Flor de Cerejeira		
	Coleção Jardim Secreto	Vestido Transpassado		
		Segmento: Feminino		
		Grade: PP, P ,M, G , GG		
		Variantes: Rosa Queimado , Off White e Berinjela		
		Tecido: Crepe Seleghini		
		Fornecedor/ Preço: Dreamtex shopping dos tecidos / R\$ 27,99		
		Composição: 97% Poliéster e 3% Elastano		
				
		Aviamentos	Quantidade	Cor
		Fio e linha		Rosa quemado Off white Berinjela
		OBS: Amarração na lateral do vestido		


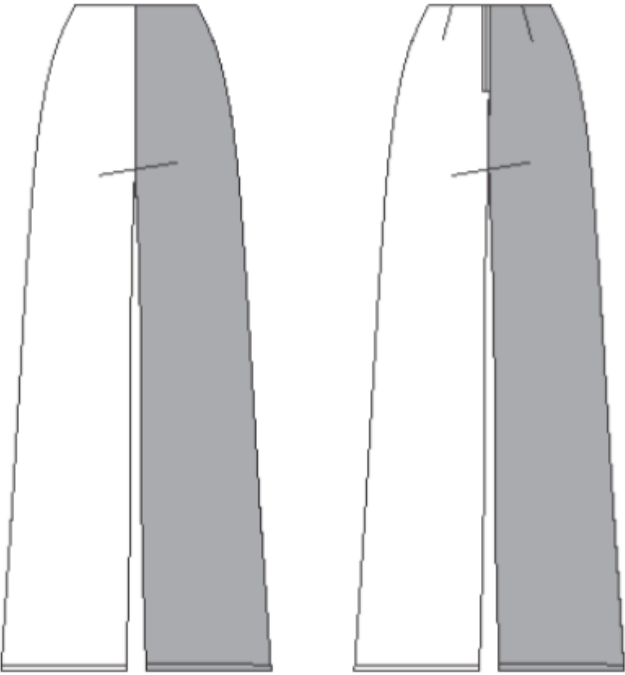

Sequência Operacional	Vestido Flor de Cerejeira
Pence frente : Reta	
Viés : Reta	
Lateral : Reta / Overloque	
Barra 2 cm : Reta	


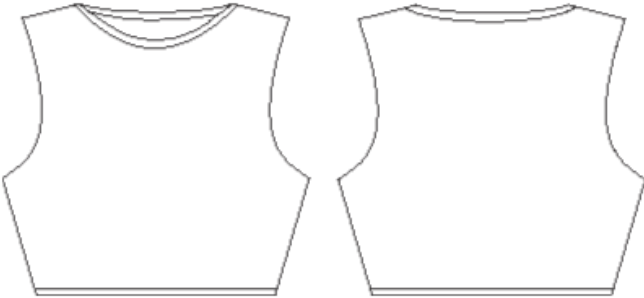

	Verão 2022	Vestido Boca-de Leão		
	Coleção Jardim Secreto	Vestido Tubinho com Decote Quadrado		
		Segmento: Feminino		
		Grade: PP, P ,M, G , GG		
		Variantes: Rosa Claro, Salmão e Off White		
		Tecido: Lycra Lingerie Lisa		
		Fornecedor/ Preço: Dreamtex shopping dos tecidos / R\$ 129,90 kg		
		Composição: 90% Poliéster e 10% Elastano		
				
		Aviamentos	Quantidade	Cor
		Elástico 1,5 cm Fio e linha	2m / R\$ 0,50	Rosa claro Salmão Off white
		OBS: Elástico em toda lateral do vestido incluindo parte interna da manga		


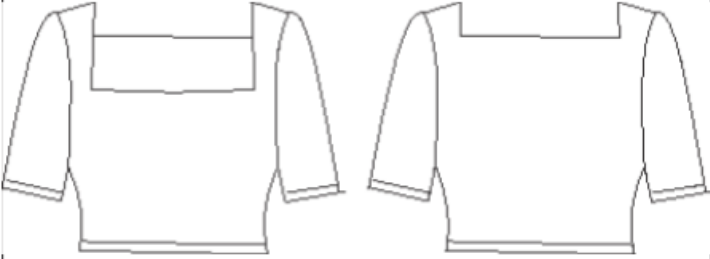

Sequência Operacional	Vestido Boca de Leão
Revel frente: Interloque	
Revel costas: Interloque	
Pespointo decote: Reta	
Lateral: Interloque	
Manga: Interloque	
Elástico: Overloque	
Punho manga: Overloque	
Barra: Galoneira	


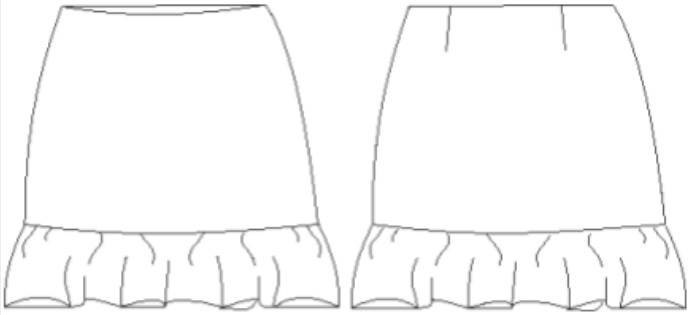

	Verão 2022	Macacão Espada de São Jorge		
	Coleção Jardim Secreto	Macacão Flare com Recorte e um Ombro		
		Segmento: Feminino		
		Grade: PP, P ,M, G , GG		
		Variantes: Terracota, Off White e Preto		
		Tecido: Lycra Lingerie Lisa		
		Fornecedor/ Preço: Dreamtex shopping dos tecidos / R\$ 129,90 kg		
		Composição: 90% Poliéster e 10% Elastano		
				
		Aviamentos	Quantidade / Preço	Cor
		Elástico 2cm Fio e linha	1m / R\$ 0,50	Terracota Off white Preto
		OBS: Top duplo, Elástico no cós da calça		




	Verão 2022	Top Girassol		
	Coleção Jardim Secreto	Cropped Bicolor Transpassado Ombro		
		Segmento: Feminino		
		Grade: PP, P ,M, G , GG		
		Variantes: Preto/ Off White , Azul Claro/ Escuro		
		Tecido: Viscose Rayon / Tricoline		
		Fornecedor/ Preço: Dreamtex shopping dos tecidos / R\$41,99 - 19,90		
		Composição: 100% Viscose / 100% Algodão		
				
		Aviamentos	Quantidade/ Preço	Cor
		Botão 1 cm Fio e linha	2 un / R\$ 0,90	Preto Azul Claro
		OBS: Top forrado		


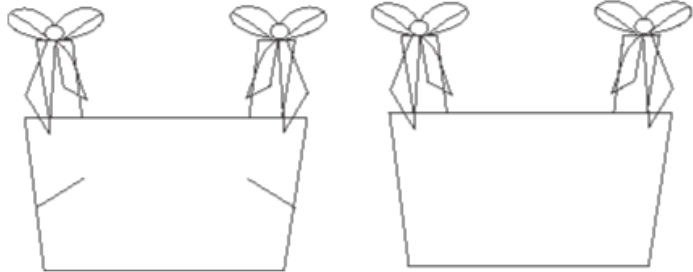

	Verão 2022	Calça Begônia		
	Coleção Jardim Secreto	Calça Pantalona Bicolor		
		Segmento: Feminino		
		Grade: PP, P ,M, G , GG		
		Variantes: Rosa Claro/ Off White , Azul Claro/ Escuro		
		Tecido: Viscose Rayon		
		Fornecedor/ Preço: Dreamtex shopping dos tecidos/ R\$ 41,99		
		Composição: 100% Viscose		
				
		Aviamentos	Quantidade/ Preço	Cor
		Zíper Invisível Fio e linha	1 un / R\$0,40	Off White Azul Claro
		OBS: Cós revel e zíper invisível costas.		


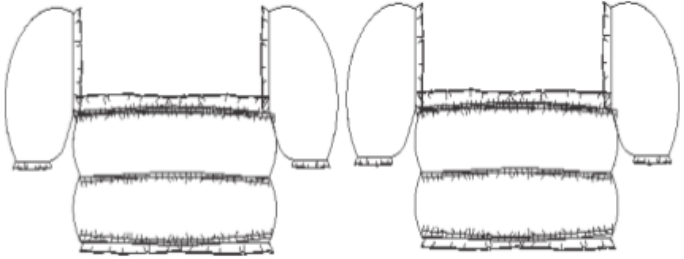

	Verão 2022	Regata Calêndula		
	Coleção Jardim Secreto	Regata Basics Lisa		
		Segmento: Feminino		
		Grade: PP, P ,M, G , GG		
		Variantes: Rosa Claro, Off White ,Preto , Bordô e Vermelho		
		Tecido: Lycra Lingerie Lisa		
		Fornecedor/ Preço: Dreamtex shopping dos tecidos / R\$ 129,90 KG		
		Composição: 90% Poliamida e 10% Elastano		
				
		Aviamentos	Quantidade	Cor
		Fio e linha		Rosa claro Off white Preto Bordô Vermelho
		OBS: Top duplo		


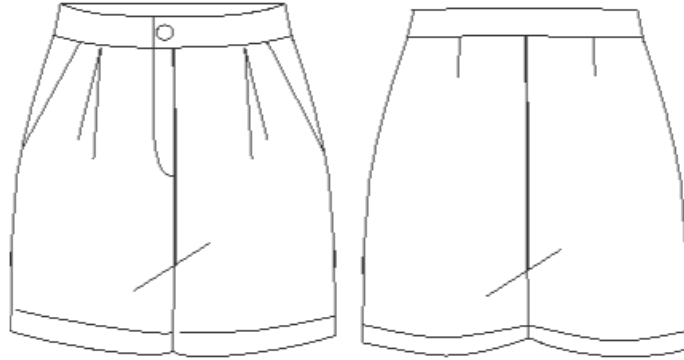

	Verão 2022	Blusa Camélia	
	Coleção Jardim Secreto	Cropped Decote Quadrado Franzido	
	Segmento: Feminino		
	Grade: PP, P, M, G, GG		
	Variantes: Rosa Claro, Off White e Verde Musgo		
	Tecido: Lycra Lingerie Lisa		
	Fornecedor/Preço: Dreamtex shopping dos tecidos/ R\$ 129,90 KG		
	Composição: 90% Poliamida e 10% Elastano		
			
	Aviamentos	Quantidade / Preço	Cor
	Elástico 1 cm Fio e linha	60 cm / R\$ 0,50	Rosa claro Off white Verde musgo
	OBS: Elástico em toda lateral do top incluindo parte interior da manga, revel na frente		

	Verão 2022	Saia Copo de Leite	
	Coleção Jardim Secreto	Saia Rabo de Peixe	
	Segmento: Feminino		
	Grade: PP, P, M, G, GG		
	Variantes: Bordô, Preto, Off White e Salmão		
	Tecido: Lycra Lingerie Lisa		
	Fornecedor/ Preço: Dreamtex shopping dos tecidos / R\$ 129,90 KG		
	Composição: 90% Poliamida e 10% Elastano		
			
	Aviamentos	Quantidade	Cor
	Fio e linha		Bordô Preto Off white Salmão
	OBS: Cós revel		

	Verão 2022	Saia Crisântemo		
	Coleção Jardim Secreto	Mini Saia Com Fenda		
		Segmento: Feminino		
		Grade: PP, P, M, G, GG		
		Variantes: Berinjela, Amarelo e Off White		
		Tecido: Crepe Seleghini / Tricoline		
		Fornecedor/ Preço: Dreamtex shopping dos tecidos/ R\$ 27,99 - 19,90		
		Composição: 97% Poliéster e 3% Elastano / 100% Algodão		
				
		Aviamentos	Quantidade	Cor
		Zíper Invisível 15 cm Fio e linha	1 un / R\$ 0,40	Berinjela Amarelo Off White
		OBS: Saia forrada com fenda		

	Verão 2022	Top Cravo		
	Coleção Jardim Secreto	Top Faixa Com Alça de Laço		
		Segmento: Feminino		
		Grade: PP, P, M, G, GG		
		Variantes: Rosa Claro/ Amarelo e Rosa Queimado/ Berinjela		
		Tecido: Crepe Seleghini / Tricoline		
		Fornecedor/ Preço: Dreamtex shopping dos tecidos / R\$ 27,99 - 19,90		
		Composição: 97% Poliéster e 3% Elastano / 100% Algodão		
				
		Aviamentos	Quantidade/ Preço	Cor
		Zíper Invisível 15 cm Fio e linha	1un / R\$ 0,40	Berinjela Amarelo Off White
		OBS: Top forrado, Alça dupla		

	Verão 2022	Top Gérbera		
	Coleção Jardim Secreto	Cropped Manga Bufante Elastex		
		Segmento: Feminino		
		Grade: PP, P ,M, G , GG		
		Variantes: Preto e Off White		
		Tecido: Tule Malha		
		Fornecedor/ Preço: Dreamtex shopping dos tecidos / R\$ 14,90		
		Composição: 70% Poliamida 20% Poliéster 10% Elastano		
				
		Aviamentos	Quantidade/Preço	Cor
		Elastéx Elástico 1cm	60 cm/ R\$ 0,50 1m / R\$ 0,40	Preto Off White
		OBS: Elástico na manga bufante		

	Verão 2022	Shorts Gerânio		
	Coleção Jardim Secreto	Shorts Alfaiataria		
		Segmento: Feminino		
		Grade: PP, P ,M, G , GG		
		Variantes: Rosa Queimado , Amarelo e Menta		
		Tecido: Gabardine Microfibra / Tricoline		
		Fornecedor/ Preço: Dreamtex shopping dos tecidos/ R\$ 16,99 - 19,90		
		Composição: 100% Poliéster / 100% Algodão		
				
		Aviamentos	Quantidade / Preço	Cor
		Zíper 15cm Botão 2cm	1 un / R\$ 0,60 1 un / R\$ 0,90	Rosa Queimado Amarelo Verde menta
		OBS: Bolso faca forrado, Pregas frontal e Barra Italiana		

Anexo 1 - Pré-Projeto e Pesquisa

1. TEMA

O tema Jardim Secreto vem com a finalidade de criar no imaginário do público um espaço físico misterioso e encantador que nos leva a um profundo mergulho em nossa própria essência feminina. A natureza está completamente ligada ao feminino. A energia feminina assim como a natureza é fértil, geradora de vida e nutridora de toda criação. O feminino é capaz de dar a vida, pois contém a receptividade e o vazio de onde tudo pode nascer. A natureza de um jardim remete a tudo que é a energia feminina. As flores, além de responsáveis pela reprodução das plantas, na arte sempre foram ligadas à beleza, à delicadeza, ao feminino, por serem belas, coloridas, perfumadas e encantadoras; Assim como a mulher é capaz de perpetuar sua espécie, as flores têm a mesma função; Levar adiante sua espécie com mais vida na terra. Delicadas, as flores representam a força da mulher, que não é bruta, mas sutil.

Nos Hinos Órficos, escritos no início da era imperial romana por diversos poetas, mas creditados à Orfeu, o poema sobre Afrodite entrega algumas características da energia feminina, representada na mitologia pela deusa do amor, da beleza e da fertilidade. Rainha de risada amorosa, gentil, amante da noite, fonte de persuasão, doadora de vida, são algumas características mencionadas no Hino à Afrodite, nos trazendo a percepção do feminino como uma energia de gentileza e não agressiva. Amorosa e não bruta. Que flerta com a profundidade, com o mistério do que é oculto em nossa alma, do que é sombra, assim como a noite. Fértil como a terra e encantadora a ponto de conquistar a todos que lhe olham os olhos.

Assim se dá a semelhança às flores: geradoras de vida, encantadoras, vulneráveis e fortes em sua delicadeza que cumpre sua função de enfeitar, de inspirar, de criar, enquanto com suas profundas raízes suportam com força os ventos, tempestades e outras fúrias da natureza, assim como uma mulher em sua vulnerabilidade resiste com firmeza. O contato com a energia feminina permite o mergulho às profundezas da alma, o recolhimento. Conhecer-se profundamente, acessar suas sombras e os lados ocultos e inconscientes de si mesmo só é possível quando se está conectado com sua energia feminina. Portanto, o jardim que nos

conecta com nossa essência. Tem certo mistério, é repleto de descobertas que nos levam a acessar o que estava oculto dentro de nós.

Representado, portanto com flores coloridas, de formatos intrigantes, com a perfeita mistura da luz e da sombra, da vida e da morte, do dia e da noite, esse espaço repleto de conexão profunda é a simbologia de todo o contato com a nossa alma feminina em essência; Além de místico e lúdico, o jardim secreto permite a reconexão com a própria essência do ser, com a nossa verdade interna, um espaço repleto de vida pulsante leva diretamente em contato com a mulher que existe em nós.

1. PROBLEMAS

Tendo em vista o mercado de moda da cidade de São José dos Campos, foi percebido uma falta de marcas autorais de moda com identidade própria que atendam uma demanda do público jovem e feminino da cidade, juntamente com a escassez de indústrias de confecções locais, assim como a carência de incentivo ao empreendedorismo feminino, e a ausência de marcas 100% femininas que tem como foco a sustentabilidade e causas sociais, ambientais e políticas em São José dos Campos.

2. OBJETIVOS

2.1 Objetivos da Marca

O objetivo é criar uma marca 100% feminina, com valores e propósitos, com foco na sustentabilidade; A criação de uma marca de moda local com identidade e confecção própria, no intuito de atender uma demanda do público jovem feminino da cidade de São José dos Campos, assim fomentar o mercado de moda, o empreendedorismo feminino e a indústria de confecção na cidade.

2.2 Objetivos da Coleção

A primeira coleção da marca, a coleção *Jardim Secreto* tem como objetivo restabelecer uma visão da natureza enquanto mecanismo para o autoconhecimento

humano, promovendo o contato da mulher com sua essência feminina e por assim uma reconexão com a natureza, proporcionando uma reflexão sobre os atuais enfrentamentos ecológicos, sociais, e políticos. Através da moda, conectar-se com a natureza e com nós mesmas, buscando a Deusa existente em cada mulher, entendendo nosso papel e a sacralidade da nossa existência, dando força e poder as mulheres.

3. METODOLOGIA

O desenvolvimento da coleção conta com um planejamento, o qual auxilia na execução de cada etapa de produção. Serão utilizadas pesquisas do tema em livros, artigos e sites e aplicação de uma pesquisa qualitativa e quantitativa de mercado e público, para obter informações necessárias para a viabilização do projeto.

4. CRONOGRAMA

Foi desenvolvido um cronograma de cada paço do desenvolvimento total do projeto para auxiliar a organização de todas as etapas do projeto.

ATIVIDADES	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV
Escolha do tema	X									
Problema e Objetivos		X								
Pesquisa Bibliográfica		X	X	X						
Aplicação do questionário				X						
Criação da Marca			X	X						
Definição dos painéis semânticos			X							
Entrega Pré-projeto					X					
Definição das cartelas (cor, tecido.).						X				

Criação dos croquis						X	X			
Estudo modelagem							X			
Ficha técnica								X		
Peça piloto								X		
Editorial									X	
Entrega Final										X

5. RESULTADOS ESPERADOS

Espera-se através desta coleção despertar o olhar do público jovem feminino a uma jornada de autoconhecimento e uma eco reflexão, juntamente com a criação de uma marca de moda local que visa fomentar o mercado de moda e confecção, assim como o empreendedorismo feminino na cidade de São José dos Campos.

6. QUESTIONÁRIO

1. Sua idade - Identificar faixa etária do público

- 15 a 20 anos
- 20 a 25 anos
- 25 a 30 anos
- + 30 anos

2. Qual seu gênero- Identificar sexo dominante do público

- Feminino
- Masculino
- Outro

3. Você é de São José dos Campos - Identificar localização do público

- Sim
- Não

4. Qual sua faixa salarial? -Identificar faixa salarial do público

- Um salário mínimo
 - 2 a 3 salários mínimos
 - + 4 salários mínimos
5. Você consome marcas *slow fashion*? (consumo consciente e sustentabilidade)
Identificar consumo do público
- Sim
 - Não
6. Você consome marcas *slow fashion* em São José dos campos? Se sim, qual?
- Identificar mercado e possíveis concorrentes
7. Como você definiria seu estilo? -Identificar estilo dominante do público
- Criativo
 - Romântico
 - Sexy
 - Básico/Casual/ Esportivo
 - Clássico/ Tradicional
 - Elegante/ Sofisticado
 - Moderno/ Urbano
8. O que você mais valoriza na hora de comprar uma peça? -Identificar preferência de consumo do público
- Preço
 - Conforto
 - Marca: Se identifica com o conceito de uma determinada marca
 - Tendências: Peças que estão na moda
9. Você sente falta de marcas com propósito? Se sim, o que você mais sente falta nas marcas de São José dos campos? - Identificar necessidades do público e de mercado
10. Você prefere comprar *online* ou em loja física? -Identificar perfil de compra do público
- Loja física
 - *E-commerce (online)*

11. Você acha importante que as marcas que se preocupem com causas ambientais, sociais e políticas? -Identificar aceitação do público

- Sim
- Não