

“BRASILEIRÍSSIMO”: UMA COLEÇÃO AUTORAL COM RAÍZES NA ARTE E NA MODA DO BRASIL

“Brasileiríssimo”: an authorial collection with roots in Brazilian art and fashion

Dorini, Amanda Ramos; Graduada; Universidade de Fortaleza, amandadorini@edu.unifor.br¹
Gondim, Raquel Viana; Doutoranda; Universidade de Fortaleza, raquelgondim@unifor.br²
Camelo, Priscila Medeiros; Doutora; Universidade de Fortaleza, priscilamedeirosc@unifor.br³

Resumo: A coleção autoral “*Brasileiríssimo*” foi inspirada na Semana de Arte Moderna brasileira, mais especificamente nas obras “*Tropical*”, “*A negra*”, “*Juca Mulato*”, “*Macunaíma*” e “*Manifesto Antropofágico*” dos artistas Anita Malfatti, Tarsila do Amaral, Menotti Del Picchia, Oswald de Andrade e Mário de Andrade. A marca que a inspirou foi Ronaldo Fraga, por seu forte viés em se utilizar da história, cultura e recursos brasileiros na produção de suas coleções e por seus consumidores valorizarem as raízes do próprio país.

Palavras-chave: Semana de arte moderna; coleção de moda; Ronaldo Fraga.

Abstract: The authorial collection “*Brasileiríssimo*” was inspired by the Brazilian Modern Art Week, through the works “*Tropical*”, “*A negra*”, “*Juca Mulato*”, “*Macunaíma*” and “*Manifesto Antropofágico*” by the artists Anita Malfatti, Tarsila do Amaral, Menotti Del Picchia, Oswald de Andrade and Mário de Andrade. The brand that inspired her was Ronaldo Fraga, for its strong bias in using Brazilian history, culture and resources in the production of its collections and for its consumers valuing the roots of their own country.

Keywords: Modern Art Week; fashion collection; Ronaldo Fraga.

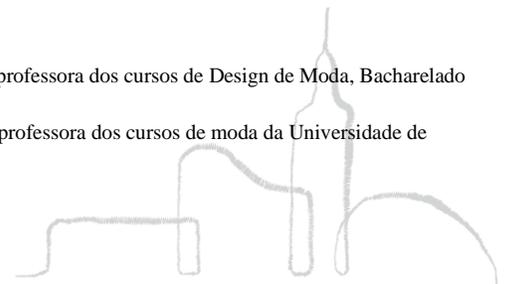
Introdução

Uma coleção de moda é um conjunto de peças que possuem relação entre si. E tal relação é constituída por meio do tema escolhido para a coleção, as tendências da temporada, o estilo de imagem da marca e público-alvo. A coleção de moda tem o propósito de apresentar o pensamento, as ideias e o DNA do estilista, seja por meio da técnica, modelagem, tecidos, cores ou composição geral das peças. A partir desse contexto, o objetivo deste trabalho é apresentar o desenvolvimento de uma coleção de moda comercial inspirada nas raízes brasileiras da arte e da moda. A

¹ Graduada em Design de Moda pela Universidade de Fortaleza (UNIFOR)

² Doutoranda em Ciências da Cultura pela Universidade de Trás-os Montes e Alto Douro - UTAD - Portugal e professora dos cursos de Design de Moda, Bacharelado em Moda e Cinema e Audiovisual da Universidade de Fortaleza (UNIFOR).

³ Doutora em Ciências da Cultura pela Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro (UTAD/PORTUGAL) e professora dos cursos de moda da Universidade de Fortaleza (UNIFOR).



coleção se baseia nas obras do Grupo dos Cinco da Semana de Arte Moderna de 1922 e no conceito da marca Ronaldo Fraga.

Para tanto foi realizada uma pesquisa exploratória e descritiva. Assim, a partir do tema e da marca Ronaldo Fraga, realizou-se uma pesquisa bibliográfica, subsidiada por artigos científicos, livros e dissertações. De acordo com Sousa *et al.* (2021), nesse tipo de pesquisa se estuda materiais teóricos sobre o assunto do qual se tem interesse, delimitando o tema e determinando qual o método mais adequado para a realização do processo de criação. Também se realizou uma pesquisa de mercado sobre a marca e seu público, no intuito de identificar o estilo da pessoas que vestem a marca, assim como, os materiais que melhor os atendem. Contemplou-se também pesquisa de tendência, que segundo Campos e Rech (2016), é onde se analisa o contexto e o comportamento dos clientes para obter informações sobre as cores, tecidos e aviamentos que estão em alta. E, por fim, investiu-se em pesquisa de tema de coleção, que é a pesquisa que estuda os conceitos, elementos, estilos, cores e fotos inspiradas na temática escolhida pelo designer, a fim de conseguir transmitir uma narrativa por meio das roupas (BONA, 2019).

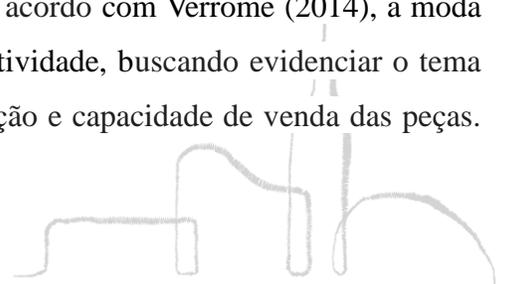
Sobre coleção de moda

A coleção de moda tem o objetivo de apresentar o pensamento, as ideias e o DNA do estilista, seja por meio da técnica, modelagem, tecidos, cores ou composição geral das peças. Para criar uma coleção de moda é necessário que haja um processo prévio de pesquisa e desenvolvimento.

De acordo com Pazmino (2015), o desenvolvimento da coleção é um processo de planejamento que exige a utilização de metodologias, a fim de se criar uma sistemática ou método de trabalho que busque extrair as informações do pensamento e transformá-las, através do processo criativo, em um esquema visual, ou seja, na coleção propriamente dita. Além disso, esse processo possui caráter cíclico, cujas etapas não podem ser separadas.

Ao desenvolver uma coleção, o criativo é influenciado por diversos fatores, como: a estrutura, a existência de uma unidade da coleção, a produção e distribuição de materiais, o público-alvo, o contexto de pesquisa, os profissionais que estarão envolvidos no processo e as novas tecnologias de informação. Além disso, várias etapas são necessárias, como a escolha do tipo de coleção, a análise do mercado, o estabelecimento do público-alvo, a criação de um cronograma, a definição do tema, a criação dos esboços e croquis, a produção das peças piloto e o início da etapa de confecção.

As coleções de moda são divididas em comercial e conceitual. De acordo com Verrome (2014), a moda conceitual é utilizada para comunicar e expressar ideias, conceitos e criatividade, buscando evidenciar o tema trabalhado sem se prender a aspectos de público-alvo, tendências de estação e capacidade de venda das peças.



Já a comercial, é feita para ser vendida, trabalhando em cima de um tema, as tendências da estação e os gostos do público-alvo, a fim de criar peças que sejam desejáveis pelos compradores.

Sobre o tema da coleção

A Semana de Arte Moderna foi um movimento ocorrido em São Paulo, em 1922, como um referencial para reflexões estéticas e para a crítica de arte. Além de abalar e revolucionar a forma de pensar e fazer arte no Brasil na época, tinha por objetivo renovar o estagnado ambiente artístico e cultural do país, repensando-o de modo a desvinculá-lo esteticamente dos padrões europeus (AJZEMBERG, 2012 e MACHADO, 2022).

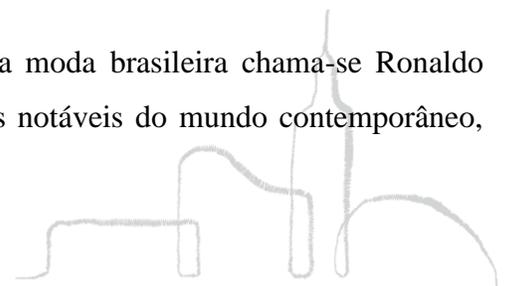
De acordo com Nascimento (2015), a Semana de Arte Moderna se apoiava no pensamento nacionalista e na busca de uma identidade para o Brasil. Como a maioria dos artistas tinha como berço de estudo a Europa, eles constantemente se inspiravam no exterior, utilizando técnicas vindas de fora, sempre buscando a perfeição, sem levar em consideração os sentimentos humanos e os contextos sociais.

A Semana de Arte Moderna foi criada por um grupo de artistas, conhecido como o “Grupo dos cinco”. Cada um, à sua maneira, representava por meio da pintura ou de textos, o que para eles significava brasilidade, retratando desde a fauna e a flora, até as questões raciais e formativas do povo brasileiro (LOPES, 2018).

De acordo com Lopes (2018), Anita Malfatti, um dos grandes nomes das artes no Brasil, foi uma pintora e professora que realizou no Brasil a exposição considerada o estopim do movimento modernista, pois trazia uma mudança radical do que era aceitável no ramo da arte. Tarsila do Amaral foi considerada uma das principais artistas do modernismo no Brasil com o quadro *A negra*, uma de suas primeiras obras modernistas. Menotti Del Picchia foi um jornalista, poeta, advogado, pintor, político e romancista, fundamental para a integração da poesia com os tempos modernos e seus poemas mais relevantes são “Juca Mulato” e “Moisés”. Oswald de Andrade foi considerado um escritor, dramaturgo e ensaísta polêmico por seu temperamento irônico e irreverente, com ideias e novidades vanguardistas vindas da Europa. Escreveu “Manifesto Pau-Brasil” e “Manifesto Antropofágico”, entre outras obras. Nas reuniões com os intelectuais da época, Oswald conheceu Mário de Andrade, um dos principais nomes da literatura brasileira, cujo primeiro livro de poemas, “Paulicéia Desvairada”, foi publicado na primeira fase do modernismo. Sua principal obra na literatura foi o romance “Macunaíma”.

Sobre a marca

Um dos nomes mais importantes na construção da identidade da moda brasileira chama-se Ronaldo Fraga. Segundo Leão *et al.* (2015), ele se tornou um dos designers mais notáveis do mundo contemporâneo,



cuja estética está cada vez mais interessada em produtos artesanais e tradições locais, valorizando mais os elementos do próprio país e dando menos importância para a moda do mundo globalizado.

Os compradores da marca Ronaldo Fraga, de acordo com Leão *et al.* (2015), são adultos, sem idade definida, vanguardistas nada convencionais, que gostam de estar à frente da moda e se comunicar por meio dela. Um público de alto poder aquisitivo, viajado, que possui conhecimento de mundo e são apreciadores e entendedores da arte, procurando sempre uma moda de qualidade, estilosa, autêntica e irreverente, que não se preocupa em se encaixar com moldes pré-determinados. Além disso, buscam sempre expressar seu nacionalismo e seu regionalismo, valorizando profundamente o artesanato e o que é do Brasil.

Coleção Brasileiríssimo para marca Ronaldo Fraga

De acordo com Nogueira (2018), dentro do planejamento de uma coleção, é comum a definição de famílias ou linhas para mostrar propostas e estilos. Essas divisões se baseiam em cortes, silhuetas, estilos e cores, servindo para definir subtemas inseridos no tema da coleção. O desenvolvimento da coleção ‘Brasileiríssimo’ foi dividido em cinco famílias compostas cada uma por 4 *looks*, representando os artistas do Grupo dos Cinco.

Da artista Anita Mafalotti, pesquisou-se a pintura ‘Tropical’, que retrata uma mulher de cor de pele miscigenada carregando um cesto de frutas tropicais. De expressão desanimada, cabelos presos e blusa branca que realça sua cor, a imagem ilustra o ambiente colorido da natureza em meio às bananeiras (MEIRA, 2018). Baseada na visão de brasilidade expressa na obra, foi criada a família denominada ‘Sobre árvores e pássaros’, cuja tendência foi usar a textura para representar a fauna e a flora reproduzida na obra. As cores utilizadas foram o verde, o amarelo e o azul, e os tecidos contemplados foram a sarja, a viscose, o chiffon, o crepe e o tule.

Figura 1: Família “Sore árvores e pássaros”



Fonte: autoras, 2024

De Tarsila do Amaral, analisou-se a pintura ‘A Negra’, remetendo à formação do povo brasileiro, de sorriso contagiante e extrovertido, camuflando sua história de sobrevivente como afrodescendente (IMBROISI e MARTINS, 2022a). A partir dessa obra, criou-se a família denominada **“Minha pele, minha história”**, cujo elemento de estilo é o volume e a despreocupação com as proporções que Tarsila tinha em suas obras, cheias de geometria, formas arredondadas e cores saturadas como o verde, o amarelo, o azul, o vermelho e leves toques de tons terrosos. Os materiais utilizados são: o neoprene, o chiffon, a sarja, o crepe, a viscose e o tule.

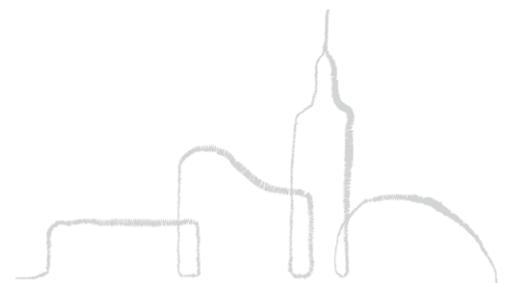
Figura 2: Família “Minha pele, minha história”



Fonte: autoras, 2024

Juntamente com as obras citadas anteriormente, pesquisou-se o poema ‘Juca Mulato’, de Menotti Del Picchia, com sua visão de brasilidade, tendo como foco o povo brasileiro, cujo regionalismo sentimental remete aos ideais nacionalistas e romântico. A narrativa estudada tem como drama o amor impossível do caboclo pela filha da patroa, além de suas relações com a natureza. O poema remete também à dor sofrida pelo povo brasileiro na formação do país (BEZERRA e OLIVEIRA, 2017). Desta obra, criou-se a família **‘Entre brancos, mulatos e negros’**, cujas tendências são as amarrações que representam a dor do amor proibido e a dor do povo brasileiro na colonização do país. As cores dessa família são o vermelho, o verde, o amarelo e os tons terrosos. Os materiais são o neoprene, a sarja, o tule, o chiffon, o crepe e as fitas de gorgurão.

Figura 3: Família “Entre brancos, mulatos e negros”





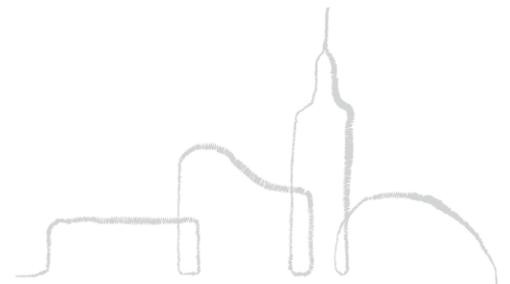
Fonte: autoras, 2024

Representando Mário de Andrade e seu livro *"Macunáima"*, resgatou-se os aspectos da fauna e flora brasileiras presentes na floresta amazônica, local onde nasceu o personagem principal do enredo supracitado, juntamente com a origem da miscigenação do povo brasileiro. A partir dessa obra, criou-se a família denominada **"O povo que constrói o Brasil"**, cuja tendência são as plumas, as penas e os babados, visando representar os animais e a floresta brasileira, local onde se passa boa parte da história do livro. As cores utilizadas foram: vermelho, verde, azul e amarelo. Os materiais utilizados foram: neoprene, brim, chiffon, tule, alfaiataria, crepe, penas e plumas.

Figura 4: Família "O povo que constrói o Brasil"



Fonte: autoras, 2024



Oswald de Andrade, um dos mais importantes membros para a criação do Grupo dos Cinco, foi representado por meio do “*Manifesto Antropofágico*” que propunha devorar a cultura e as técnicas importadas, provocando sua reelaboração em algo exportável (IMBROISI e MARTINS, 2022b). A quinta família, denominada “**Uma semana de mil histórias**”, tem como tendência a alfaiataria desconstruída, representando a disrupção e desconstrução ambicionadas pela Semana de 22. As cores foram o vermelho, o azul, o branco, o preto, o amarelo e o verde. Os materiais utilizados foram: Alfaiataria, Crepe, Linho e Viscose.

Figura 5: Família “Uma semana de mil histórias”

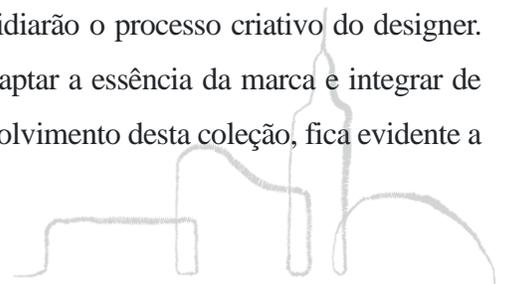


Fonte: autoras, 2024

As diversas camadas, a mistura de tecidos e cores em toda a coleção simbolizam a diversidade de culturas e povos que formam o Brasil. Para dar mais riqueza aos detalhes e representar a brasilidade de maneira única, usamos texturas e estampas, recursos muito presentes na marca Ronaldo Fraga.

Considerações finais

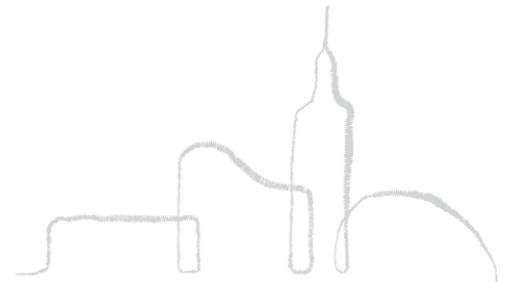
A partir do estudo, considera-se que o processo de desenvolvimento de uma coleção de moda deve seguir uma metodologia projetual clara e basear-se em diversas pesquisas que subsidiarão o processo criativo do designer. Além disso, o sucesso de uma coleção ocorre quando o designer consegue captar a essência da marca e integrar de forma harmoniosa a temática trabalhada. Ademais, através do estudo e desenvolvimento desta coleção, fica evidente a



importância de valorizar e incorporar elementos culturais e históricos no processo criativo, conectando a moda a narrativas significativas.

Referências

- AJZENBERG, E. A. Semana de Arte Moderna de 1922. **Revista de Cultura e Extensão USP**, [S. l.], v. 7, p. 25-29, 2012. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/rce/article/view/46491/50247>. Acesso 16 jun. 2024.
- BEZERRA, C. C.; DE OLIVEIRA, R. I. A. Juca Mulato: mística e modernismo. **Revista de Literatura, História e Memória**, [S. l.], v. 13, n. 22, p. 331-344, 2017. Disponível em: <https://e-revista.unioeste.br/index.php/rlhm/article/view/17793>. Acesso em: 8 maio 2024.
- BONA, S. F. **Método de projeto de coleção em design de moda: uma configuração para micro e pequenas empresas**. 2019. 136f. Dissertação (Mestrado), Curso de Artes, Programa de Pós-graduação de Moda, Universidade do Estado de Santa Catarina, Florianópolis-SC, 2019.
- CAMPOS, A. Q.; RECH, S. R. Método para pesquisa de tendências: uma revisão do modelo Futuro do Presente. **Moda Palavra e-periódico**, n. 17, pp. 26-47, 2016 Disponível em: <https://www.redalyc.org/journal/5140/514054174004/html/>. Acesso em: 11 maio 2024.
- HOLZMEISTER, S. A moda de Ronaldo Fraga. **dObra[s] – Revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda**, [S. l.], v. 2, n. 4, p. 99-103, 2008. DOI: 10.26563/dobras. V 2i4.318. Disponível em: <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/318>. Acesso em: 17 abr. 2024.
- IMBROISI, M., MARTINS, S. Tropical, Anita Malfatti. **História das Artes**, 2022a. Disponível em: <<https://www.historiadasartes.com/sala-dos-professores/tropical-anita-malfatti/>>. Acesso em 18 maio 2024.
- IMBROISI, M., MARTINS, S. Manifesto Antropofágico. **História das Artes**, 2022b. Disponível em: <<https://www.historiadasartes.com/nobrasil/arte-no-seculo-20/modernismo/manifesto-antropofagico/>>. Acesso em: 19 maio 2024.
- LEÃO, A. L. M. S.; CAMARGO, T. I.; CAVALCANTI, R. C. T. Particularmente Estilosa: A Personalidade da Marca Ronaldo Fraga. **RAD** Vol.17, n.3, Set/Out/Nov/Dez 2015, p.15-32. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/304280407_Particularmente_Estilosa_A_Personalidade_da_Marca_Ronaldo_Fraga. Acesso: 03 maio 2024.
- LOPES, A. **Grupo dos Cinco: Equipe de artistas responsáveis pela criação da Semana de Arte Moderna**, 2018. Disponível em: <https://www.educamaisbrasil.com.br/enem/artes/grupo-dos-cinco>. Acesso em: 03 abr 2024.
- MACHADO, A. V. **100 anos da Semana de Arte Moderna: celebração ou reflexão?** Minas Gerais, 08 de março de 2022. Disponível em: <https://www.ufmg.br/espacodoconhecimento/100-anos-da-semana-de-arte-moderna-celebracao-ou-reflexao/> Acesso em: 03 abr 2024.



MEIRA, S. “A Negra” de Tarsila do Amaral: escuta da condição da afrodescendente na formação do povo brasileiro. **Anais do XXXVIII Congresso do CBHA**, 2018. Disponível em: <http://www.cbha.art.br/coloquios/2018/anais/pdfs/06%20Silvia%20Meira.pdf> Acesso em: 17 abr 2024.

NASCIMENTO, E. **A Semana de Arte Moderna de 1922 e o Modernismo Brasileiro: atualização cultural e “primitivismo” artístico***. Gragoatá, Niterói, n. 39, p. 376-391, 2. Sem. 2015.

NOGUEIRA, M. E. **Como funciona a criação de uma coleção de moda?** Jornalismo Júnior. 2018. Disponível em: <http://jornalismojunior.com.br/como-funciona-a-criacao-de-uma-colecao-de-moda/> Acesso em: 16 de abr 2024.

PAZMINO, A.V. **Como se cria: 40 métodos para design de produtos**. São Paulo: Edgard Blucher, 2015.

SOUSA, A. S.; OLIVEIRA, S. O.; ALVES, L H. A pesquisa bibliográfica: princípios e fundamentos. **Cadernos da Fucamp**, v.20, n.43, p.64-83/2021.

VERRONE, G. **Moda Comercial x Moda Conceitual**. [S.I] [2014]. Disponível em: <https://audaces.com/moda-conceitual-x-moda-comercial-2/> Acessado em: 16 jun. 2024.

