

UNIVERSIDADE FEEVALE  
CURSO DE MODA

A MODA INSPIRADA NOS ELEMENTOS DO EGITO ANTIGO

CAMILA FERNANDES DA SILVA

Novo Hamburgo 2016

CAMILA FERNANDES DA SILVA

A MODA INSPIRADA NOS ELEMENTOS DO EGITO ANTIGO

Trabalho de conclusão de Curso  
apresentado como requisito parcial à  
obtenção do grau de Bacharel em Moda  
pela Universidade Feevale.

Orientador: Barbara Gisele Koch

Novo Hamburgo 2016

*Dedico este trabalho a minha mãe  
Solange, pelo incentivo e participação na  
minha formação pessoal e profissional,  
me indicando sempre o melhor caminho,  
fazendo-me trilhá-los de forma firme e  
segura, levando-me finalmente à  
conclusão do Curso de Moda.*

**CAMILA FERNANDES DA SILVA**

Trabalho de conclusão do curso de Moda, com o título A MODA INSPIRADA NOS ELEMENTOS DO EGITO ANTIGO, submetido ao corpo docente da Universidade Feevale, como requisito necessário para obtenção do grau de Bacharel em Moda.

Aprovado por:

---

Professora Esp.: Bárbara Gisele Koch

Orientadora – Universidade Feevale

---

Avaliador (a): 1

Banca Examinadora– Universidade Feevale

---

Avaliador (a): 2

Banca Examinadora– Universidade Feevale

**Novo Hamburgo, 29 novembro de 2016.**

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a Deus, pois foi nele que busquei forças, discernimento, luz e determinação para cumprimento deste compromisso. A minha mãe Solange que através de conselhos de apoio e da dedicação, me proporcionou a melhor educação possível, tanto profissional como pessoal, assim depositando em mim toda a confiança e amor necessário para a conclusão do Curso de Moda.

Estendo também os meus agradecimentos a minha irmã Mariana, que em inúmeras vezes tirou um tempo de sua vida profissional e particular para me ajudar em compromissos universitários. O mesmo vale para as minhas tias, Jussara e Rejane (in memoriam), que através de todo o esforço me ajudaram nesta jornada universitária, pois sem elas também nada seria possível.

Agradeço e também dedico este trabalho ao meu amado sobrinho e afilhado Bernardo, pois diversas vezes foi privado de minha companhia por motivos do trabalho de conclusão do curso. Você é a cor da minha vida, a leveza do aprendizado e o amor pelo amor.

Também sou grata a minha orientadora, Bárbara Gisele Koch, pelos ensinamentos e dedicação a mim direcionados, estando sempre presente ao longo deste semestre, auxiliando e me instigando a buscar o melhor para a pesquisa.

Aos meus colegas e amigos que compartilharam de momentos de aprendizado e alegria, aos demais professores, funcionários e corpo diretivo da universidade Feevale, pela parte que lhes coube nesta jornada acadêmica.

Todos aqui listados e os não nominados, fazem parte da minha vida e jamais deixarão de serem lembrados, pois de alguma forma me ajudaram ir até o fim desta caminhada.

## RESUMO

A presente pesquisa tem como objetivo desenvolver uma coleção de moda feminina inspirada nos elementos do Egito Antigo. Através da questão norteadora podemos ver como os elementos do Egito Antigo podem influenciar em futuras coleções de moda. Para isto faz-se necessário o estudo sobre os elementos egípcios e sua história através de uma metodologia aplicada, e de um método científico dedutivo, em uma análise do meio geral através de um raciocínio, com o objetivo e a finalidade mostrando informações do Egito Antigo através de uma pesquisa descritiva. E assim o procedimento técnico é por meio da revisão bibliográfica com levantamento de dados através de livros, revistas e fontes teóricas, com uma abordagem qualitativa. Sendo assim é abordado a história do Egito, falando sobre as crenças e costumes do povo, de seus monumentos como as pirâmides consideradas as moradias eternas, além da ilustre rainha Cleópatra. Da pesquisa finalizada e posteriormente a criação de uma coleção de moda conceitual, faz-se necessário a autora a criação de uma marca de moda, sendo para isso é necessário o estudo de duas marcas inspiradoras.

**Palavras-chave:** Antigo Egito - Mumificação – Cleópatra – Criação de marca.

## **ABSTRACT**

The present research aims to develop a collection of female fashion inspired by elements of Ancient Egypt. Through the guiding question we can see how the elements of Ancient Egypt may influence future collections of fashion. For this it is necessary to study on the elements Egyptians and its history through a methodology applied, and a scientific deductive method, in an analysis of the general medium through a reasoning, with the aim and purpose by showing information of Ancient Egypt through a descriptive research. And so the technical procedure is by means of a bibliographic review with survey data through books, magazines and theoretical sources, with a qualitative approach. Thus is approached the history of Egypt, speaking about the beliefs and customs of the people, its monuments like the pyramids considered the eternal dwellings, in addition to the distinguished Queen Cleopatra. The survey completed and subsequently creating a collection of conceptual fashion, it is necessary to the creation of a trademark of fashion, being that it is necessary to the study of two marks of inspiration.

**Keywords:** Ancient Egypt - Mummification - Cleopatra - Creation of brand

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Deus Thoth .....	15
Figura 2: esfinge .....	16
Figura 3: Escaravelho egípcio .....	17
Figura 4: máscara mortuária de Tutancâmon .....	18
Figura 5: múmia de Tutancâmon.....	18
Figura 6: sarcófago de Tutancâmon .....	19
Figura 7: Grande galeria .....	20
Figura 8: Câmara funerária do faraó Tutancâmon .....	20
Figura 9: Pirâmides de Gizé .....	21
Figura 10: Deus Hórus .....	23
Figura 11: Rainha Nefertari e deusa Iris.....	23
Figura 12: Replica da peruca de Sithathoriunet .....	24
Figura 13: Busto de Nefertiti .....	24
Figura 14: Moeda com imagem de Cleópatra .....	25
Figura 15: Estátua de Cleópatra .....	25
Figura 16: Elizabeth Taylor de Cleópatra .....	27
Figura 17: Painel DNA da marca Patchoulee .....	31
Figura 18: Painel de Público alvo da marca Patchoulee .....	31
Figura 19: Painel de produto da marca Patchoulee .....	33
Figura 20: Painel DNA da marca Martha Medeiros .....	34
Figura 21: Painel de Público alvo da marca Martha Medeiros .....	35
Figura 22: Painel de produto da marca Martha Medeiros .....	36
Figura 23: Painel DNA da marca Atelier K Fernandes .....	38
Figura 24: Identidade Visual da marca Atelier K Fernandes .....	39
Figura 25: Tag e sacola da marca Atelier K Fernandes .....	39
Figura 26: Painel de Público alvo da marca Atelier K Fernandes .....	40



## LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Mix de marketing marca Patchoulee .....	32
Quadro 2: Mix de marketing marca Martha Medeiros .....	35
Quadro 3 Princípios Norteadores da marca Atelier K Fernandes: .....	37
Quadro 4: Mix de Marketing marca Atelier K Fernandes .....	40
Quadro 5: Relação TCC I e TCC II .....	43

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO.....</b>	<b>10</b>
<b>2 REFERÊNCIAS ICONICAS DO EGITO .....</b>	<b>13</b>
<b>2.1 PIRÂMIDE.....</b>	<b>19</b>
<b>2.2 CLEÓPATRA.....</b>	<b>22</b>
<b>3 CRIAÇÃO DA MARCA.....</b>	<b>29</b>
3.1 PRIMEIRA MARCA INSPIRADORA PATCHOULEE .....	30
3.1.1 <b>Mix de Marketing marca Patchoulee .....</b>	<b>32</b>
3.2 SEGUNDA MARCA INSPIRADORA MARTHA MEDEIROS .....	33
3.2.1 <b>Mix de Marketing marca Martha Medeiros .....</b>	<b>35</b>
3.3 MARCA CRIADA ATELIER K FERNANDES .....	37
3.3.1 <b>Escolha do nome e Identidade Visual da marca .....</b>	<b>38</b>
3.3.2 <b>Planejamento do Mix de Marketing da marca Atelier K Fernandes .....</b>	<b>40</b>
<b>4 INTENÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO DA COLEÇÃO.....</b>	<b>42</b>
<b>5 CONSIDERAÇÕES PARCIAIS.....</b>	<b>44</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>46</b>

## 1 INTRODUÇÃO

No presente trabalho será apresentado um breve estudo do Egito Antigo como inspiração de seus elementos para o desenvolvimento de coleção de moda para o vestuário feminino. Tem-se como delimitação do tema um breve estudo da história dos principais elementos do Egito Antigo, sendo eles as pirâmides as múmias e Cleópatra, que nortearão o desenvolvimento da coleção através de aplicações, bordados, sobreposições e estruturas no vestuário feminino conceitual.

Acredita-se que na área da moda é importante o estudo do antepassado e de até mesmo civilizações quase mitológicas. Através de pesquisa e de estudo detalhado tem-se o objetivo de mostrar a reutilização, adaptação e implementação dos elementos do Egito Antigo, as necessidades do vestuário em recortes aplicações de maneira significativa a futura coleção de moda, priorizando o conforto e respeitando a anatomia humana.

O Egito Antigo foi palco de muitas histórias de amor, de discórdia e de um reinado quase mitológico, onde se destaca neste trabalho a grande personagem Cleópatra, rainha que governou o Egito durante 22 anos. Com o estudo do Egito e seus elementos característicos, tem-se uma inspiração para o desenvolvimento de uma coleção de moda.

Objetivando um diferencial, esta coleção tem como propósito buscar referências de moda, arte e história para aprimorar e desenvolver uma coleção de moda inspirada no estudo realizado sobre o tema. Para tanto, tem-se como problema de pesquisa: Como os elementos icônicos do Egito Antigo podem influenciar em futuras coleções de moda?

Para tanto, apresenta-se como objetivo geral desta pesquisa: trazer para o vestuário feminino os principais elementos estudados durante o desenvolvimento do trabalho sobre o Egito Antigo, assim realizar o desenvolvimento de uma coleção, uma marca de moda de autoria própria da autora. Sendo os específicos: a) estudar o Egito Antigo; b) descrever a estrutura das pirâmides; c) analisar e conhecer a vida de Cleópatra; d) criação de uma marca de moda; e) desenvolvimento de uma coleção de moda conceitual.

Para atingir os objetivos e resolver o problema de pesquisa, a metodologia utilizada no trabalho visa coletar dados do ambiente natural, interpretando acontecimentos e atribuindo explicações aos ocorridos. Através deste estudo, ocorreu

a definição do tema da presente pesquisa que segue a classificação de um trabalho aplicado, pois o estudo empregará os conhecimentos em soluções e desenvolvimento de coleção de moda.

Assim também podemos definir como método dedutivo que é uma análise do meio geral, através de um raciocínio decrescente. Já o método de estudo utilizado será a pesquisa descritiva que tem como finalidade mostrar as características dos elementos do Egito Antigo, como o processo de mumificação, as pirâmides e a rainha Cleópatra.

O procedimento técnico desta pesquisa ocorrerá por meio de revisão bibliográfica, com levantamento de dados através de livros e fontes teóricas. Portanto, a presente pesquisa tem um foco qualitativo, pois visa coletar dados e interpretações do meio natural. (PRODANOV E FREITAS, 2013).

Para tanto, este trabalho está dividido em cinco capítulos, sendo o primeiro a introdução que traz a justificativa do tema, problema de pesquisa, objetivos e a metodologia utilizada para a elaboração do trabalho.

O segundo capítulo elucidará sobre os elementos do Egito Antigo, onde contará sobre a crença do povo, os costumes e até mesmo fatos lendários ocorridos naquele tempo, como as dez pragas rogas por Deus, que atingiram toda a cidade egípcia. Durante o decorrer do capítulo também será desmembrado e relatado sobre as pirâmides, assim falando das estruturas e seus componentes contidos dentro da mesma, e a utilização como tumbas. Já no próximo subcapítulo é relatado sobre a vida de Cleópatra, a última rainha que governou o Egito, contando assim suas disputas, romances e acontecimentos da vida dela.

O terceiro capítulo explanará sobre o conceito e o desenvolvimento de uma marca. Nele são analisadas duas marcas consolidadas no mercado que servirão com inspiração para a criação de uma nova marca, dando origem a marca criada pela autora da pesquisa, denominada Atelier K Fernandes. Esta surgiu de uma inspiração do sobrenome da autora e de seu apelido, tendo o complemento baseado em algo sob medida com a palavra atelier.

Assim o capítulo seguinte comentará sobre as intenções para o desenvolvimento de coleção, onde os elementos serão relacionados com o tipo de aplicação e outros efeitos a serem desenvolvidos nas peças.

Já o último capítulo explicará as considerações parciais obtidas ao decorrer do trabalho. Nesta etapa do processo será descrito todo o aprendizado adquirido na pesquisa que será utilizado no desenvolvimento de coleção do próximo semestre.

## 2 REFERÊNCIAS ICÔNICAS DO EGITO

A presente pesquisa tem como tema o estudo do Egito Antigo, e seus elementos, um país situado no canto nordeste da África, na extremidade oriental do Saara e as margens do rio Nilo. O Egito foi dividido por períodos, o primeiro conhecido como pré-dinástico, durou de 4000 a.C. até 3200 a.C. define como início da história da civilização do Egito Antigo e pela divisão dos reinos em Alto Egito e Baixo Egito. Por volta de 3200 a.C., o faraó Menés unificou os dois reinos e proclamou a cidade de Menfis como sendo a capital do Egito. Já o período do Antigo Império, se estendeu entre 3200 até 2300 a.C., quando surgiu a construção de pirâmides e esfinges.

Devido aos altos impostos, em 2000 a.C. chega ao fim de mais uma era, dando início ao Médio Império que durou de 2000 a 1580 a.C. e foi neste período em que o Egito foi derrotado pelo povo hicsos, fazendo surgir o Novo Império, que vai de 1580 a 525 a.C. tendo sido marcado pela volta dos faraós ao poder. No período em 525 a.C. a 332 a.C. deu-se a Época Baixa, marcada pelo domínio dos persas no Egito, sendo em 332 a 30 a.C. a Dinastia Ptolomaica, período em que Cleópatra governou o país, o próximo e último período ficou conhecido como final da fase faraônica e início do Domínio Romano em 30 a.C. a 359 d.C. (SILVA, 1975).

Durante o governo de Ramsés II em 1270 a.C. a 1213 a.C., os hebreus israelitas eram mantidos como escravos do reino, neste período o Egito Antigo sofreu com as chamadas dez pragas. Conta a lenda e fontes bíblicas que o Egito foi castigado por Deus devido Ramsés não libertar os escravos, então as juras ordenadas por ele foram para afrontar as entidades egípcias.

A primeira praga, as águas do rio Nilo tingiram-se de vermelho, cor de sangue ficando impróprias para o consumo e o banho, foi uma afronta à entidade Hapi, que representava a proteção ao rio. A segunda praga, o Egito é coberto por rãs, uma ofensa a deusa rã Heqet que simbolizava a fertilidade. A terceira jura, teve uma infestação de piolhos tomando conta de todas as pessoas e animais, voltada a ofender ao deus Tot da magia e das artes secretas. A quarta jura, a cidade foi tomada por moscas, insulto ao deus Tot e ao Ptah, criador do universo. Então Ramsés desolado com os acontecidos resolveu libertar os hebreus e as pragas foram retiradas, mas passando alguns dias o faraó voltou a pressionar os mesmos novamente. Então a quinta praga - os animais começaram a morrer - um insulto aos deuses Serápis, Hator e Nut, entidades do gado, da vaca e céus. Já a sexta jura, as pessoas e os animais

foram tomados por feridas provocadas por úlceras e chagas, provocando assim a Neith protetora dos mortos. A sétima praga foi destinada a Íris deusa da água e Osíris do fogo, com uma chuva de granizo destruindo a agricultura e matando animais e pessoas. A oitava jura, o alvo foi a divindade Xu, do ar e Sebeque do inseto, foi uma infestação de gafanhotos que devastou com a colheita. A nona praga, o Egito ficou na escuridão por três dias, uma provocação a Rá, Deus do sol. E então a décima e última praga foi a morte dos primogênitos, no qual o faraó também perdeu seu filho e então decidiu libertar o povo hebreu. E para livrar-se das pragas Deus mandou que passassem sangue de cordeiro nos batentes das portas. O povo libertado emigrou pelo deserto até a terra de Canaã para uma vida digna e tranquila. (A VIDA NO ANTIGO EGITO, 2016)

Após décadas essas lendárias dez pragas do Egito tem uma explicação científica. Devido ao aquecimento, o calor fez com que as algas pirrófitas de cores vermelhos e tóxicas se proliferassem tingindo o Nilo com o pigmento. Devido o rio estar nesta condição, as rãs fugiram dele a procura de oxigênio e comida. Como a população estava sem tomar banho a reprodução dos piolhos era algo inevitável. Quando os egípcios exterminaram as rãs que era um predador das moscas, o surgimento delas ocorreu rapidamente, devido as consequências em que a cidade se encontrava. Assim as moscas e piolhos atacaram também os animais, os picando e contaminado com doenças fatais. O mesmo ocorreu com as pessoas, sendo contaminadas por vírus da doença de úlcera e chagas.

Com a erupção do vulcão Thera, formou nuvens de cinzas que devido uma reação química quando começou a chover caía do céu granizo com cinzas. Devido a chuva desenfreada os gafanhotos encontraram um clima propício para colocar seus ovos, e passaram a abitar o Egito. As cinzas do vulcão encobriram o sol por três dias. Os primogênitos tinham regalias, como dormir em camas feitas no chão, já os mais velhos dormiam nas carroças. Como o vulcão liberou dióxido de carbono, ao dormirem no chão as crianças inalaram o gás e faleceram. (A VIDA NO ANTIGO EGITO, 2016)

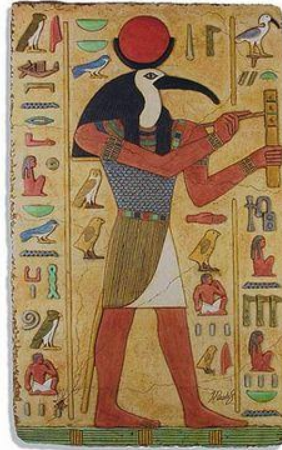
No período em que o Egito era governado por faraós a sociedade acreditava que os mesmos eram deuses e estavam acima das leis. Os altos funcionários do governo eram seguidos por generais, sacerdotes, fiscais e guerreiros, em seguida vinha a classe de menor poder, composta por camponeses, comerciantes e artesões, e por fim os escravos. (NERY, 2009). As vestimentas da época distingui a posição sociais do indivíduo, pois o tecido utilizado nas roupas diferenciava a classe social do

povo. Carl Köhler (2001) destaca que o indivíduo de maior poder utilizava roupas confeccionadas em linho puro, enriquecidas com fios de ouro e o povo de menor poder aquisitivo usava vestimentas feitas em fibras vegetais ou couro, para aguentar o calor do deserto.

Os egípcios eram um povo inteligente, habilidoso e muito religioso, realizaram grandes descobertas na área da medicina, através de estudos e técnicas como a amputação e remédios desenvolvidos com substâncias naturais extraídas de plantas e animais. Devido a religiosidade do povo, pediam também a proteção aos deuses junto ao tratamento médico, para assim terem a cura desejada.

Além da medicina, os egípcios desenvolveram formas de escritas e símbolos, conhecidos como hieróglifos, que eram preenchidos em papiro<sup>1</sup> e rochas, que contavam momentos do cotidiano e acontecimentos da época. As figuras humanas representadas nas pedras eram desenhadas muitas vezes de pé, com a cabeça de lado e o tronco de frente. Já os pés, braços e cintura de perfil. (MITOLOGIA E AS CIVILIZAÇÕES ANTIGAS, SA). Pode-se notar através da figura 1, como eram feitos os desenhos, ela representa o deus Thoth, deus dos escribas e da sabedoria.

**Figura 1 – Deus Thoth**



Fonte: Medium tarot, 2016

Tudo utilizado pela sociedade no Egito era feito e desenvolvido por artesões, como os adornos de cabeça, as vestimentas e as esculturas. Também foram eles que criaram os tijolos das casas, que eram feitos com argila e palha deixados secar ao sol, assim tinham uma estrutura resistente a enchentes do Nilo. Uma famosa obra feita nessa época é a escultura da esfinge, um corpo de leão com cabeça humana que fica

---

<sup>1</sup> Papiro é uma planta que nasce as margens do rio Nilo, a folha longa e fibrosa era trançada, e assim transformada em papel. Minidicionário da língua portuguesa. Silveira Bueno, 1996.



localizada em Gizé. (COUTO, 2015). A figura 2 representa a esfinge.

**Figura 2 – esfinge**



Fonte: A vida no Antigo Egito, 2016

Os egípcios foram um povo batalhador que enfrentaram um clima árido longe do rio Nilo e próximo do rio enfrentava inundações de junho a setembro. Aprenderam a sobreviver neste clima confuso, controlando as enchentes para as plantações darem resultados. (PIRÂMIDES E SOBERANOS DO EGITO, 2015). A religiosidade foi característica marcante na civilização, sempre atrelada aos acontecimentos diários, como nascimento, morte, festa da colheita e festa aos deuses. Assim para a prática de rituais, cerimônias, oferendas e adoração as entidades consideradas sagradas, foram construídos templos para reunir as divindades. (A VIDA NO ANTIGO EGITO, 2016). Um povo que acreditava na vida após a morte, e considerava a vida na terra como uma passagem temporária. Os rituais religiosos de despedida e enterro era acompanhado somente por faraós, sacerdotes, nobres e guerreiros. (COSGRAVE, 2012).

De acordo com a pesquisa, devido o alto valor do ritual fúnebre, somente os nobres e a realeza podiam pagar pela mumificação do ente falecido. Já o restante da população quando vinha a óbito era enterrada sem ser mumificada, e em covas simples feitas na areia do deserto, junto ao corpo era colocado vaso de cerâmica com água e outro com comida, para levar consigo na passagem a vida eterna. (MITOLOGIA E AS CIVILIZAÇÕES ANTIGAS, 2016).

Depois de um longo processo de mumificação, onde os órgãos eram retirados, o abdômen era preenchido com mirra, canela e sal grosso para evitar a deterioração, somente o coração era deixado pois era ele quem iria controlar na vida eterna. O corpo já dessecado era imergido em um líquido com sal e bicarbonato de sódio, onde ficava por um período de setenta dias. Depois retirado, lavado e embebido em óleos aromáticos que impediriam a decomposição. (A VIDA NO ANTIGO EGITO, 2016).

Após o processo, o cadáver é vestido como vestia-se em vida, depois é enfaixado com ataduras de linho, colocado os amuletos de proteção, com um escaravelho bem ao centro do peito, pois ele representava o deus do sol, símbolo de proteção, de sorte e de ressurreição vida a pós a morte, e em seguida colocava-se a máscara mortuária, e por fim do processo a múmia era colocada em seu sarcófago de madeira feito sob medida. Através da figura 3 pode-se notar a imagem representada de um amuleto do escaravelho.

**Figura 3 – Escaravelho egípcio.**



Fonte: Antigo Egito, 2013.

Deste modo por meio de uma análise realizada na figura 4, onde destaca a réplica da máscara mortuária do faraó Tutancâmon, podemos visualizar uma rica e espetaculosa cartela de cores, já utilizada na época faraônica, há muitos e muitos anos atrás. Tutancâmon governou o Egito em aproximadamente entre 1361 a.C. e 1352 a.C. e faleceu ainda no final de sua adolescência. Sua tumba, foi a única não saqueada na época da antiguidade.

**Figura 4 – máscara mortuária de Tutancâmon**



Fonte: Pirâmides e soberanos do Egito, 2015

Portanto através da figura 5 temos visivelmente a reprodução da múmia de Tutancâmon, que foi encontrada na cidade de Cairo, no Egito, após a restauração, a múmia segue em exposição em sua tumba no Vale dos Reis, na cidade de Luxor no Egito. Para a sua preservação ela encontra-se em uma urna transparente, protegida contra poeira, umidade e com temperatura do ambiente controlada.

**Figura 5 – múmia de Tutancâmon**



Fonte: A vida no Antigo Egito, 2016

Os órgãos removidos, eram secados enfaixados como os cadáveres em ataduras de linho, e colocados junto ao corpo na tumba, após este procedimento são levados para a sua câmara mortuária, no coração da pirâmide. Os egípcios acreditavam que assim com o corpo preservado e um espírito, haveria pós vida em um mundo subterrâneo. (TOTH E NIELSEN, 1976). A figura 6 traz a imagem do sarcófago do faraó Tutancâmon já restaurado.

**Figura 6 – sarcófago de Tutancâmon**



Fonte: A vida no Antigo Egito, 2016

O processo de mumificação, a máscara e o sarcófago de Tutancâmon, revelam possibilidades para o desenvolvimento da coleção de moda feminina, na qual a autora prevê a possibilidade de inserção de drapeado egípcio, no plissado, e técnicas de entretelar os tecidos. Estes sarcófagos, eram guardados dentro das pirâmides, sendo esta estudada no próximo subcapítulo.

## 2.1 PIRÂMIDES

A arte mais impressionante já desenvolvida no Egito Antigo se destaca, as exuberantes pirâmides, que foram construídas a partir do Antigo Império, em 3200 A.C. Com certeza a maior façanha da arquitetura de qualquer tempo ou lugar, foram arquitetadas para serem os túmulos dos faraós e rainhas, além de guardar o corpo dos mesmos, nelas também eram colocados os pertences pessoais, como joias e suas riquezas. Sua estrutura resistente era feita de blocos de pedra, em formato triangular, pois representava os raios do sol inclinados sobre a terra. (ASH, 2000).

Além de serem compostas por uma face externa com minuciosos detalhes, sua estrutura interna também foi bem planejada e mereceu destaque por sua exuberante riqueza. A porta da pirâmide era projetada sempre ao norte, e o acesso fechado com pedras após o corpo do faraó ser sepultado. Ao entrar na pirâmide, o primeiro acesso era a câmara subterrânea, uma sala somente com pinturas e vários corredores, dando acesso a diversas outras salas, que mantinham pertences pessoais do faraó. Um dos corredores levava a uma grande galeria onde as paredes e colunas eram revestidas por pinturas. (PIRÂMIDES E SOBERANOS DO EGITO, 2015). Através da figura 7 pode-se notar a vasta pintura na sala.



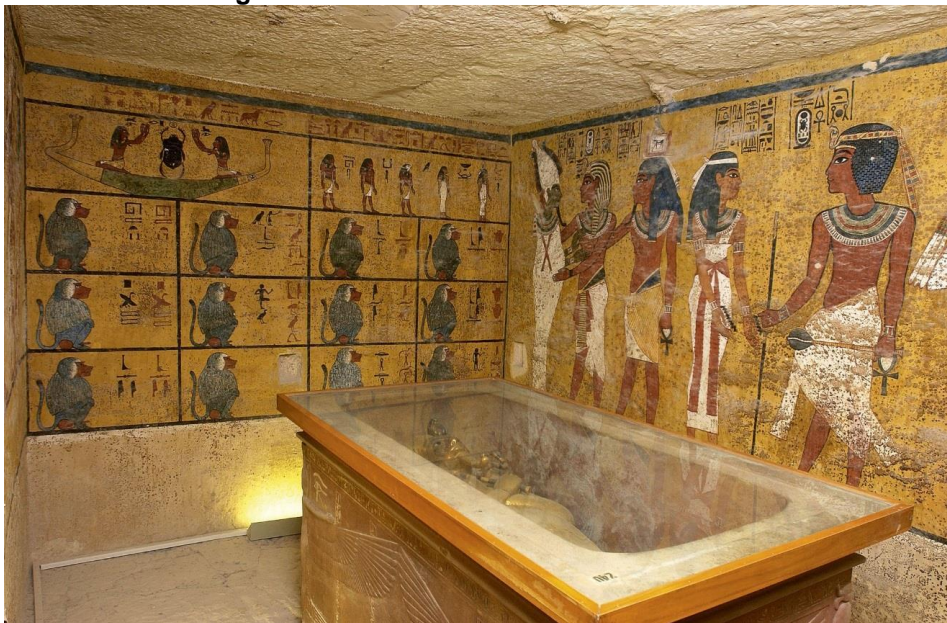
**Figura 7 – Grande galeria**



Fonte: Fatos desconhecidos, 2014

E assim uma das galerias levava ao centro da pirâmide onde se encontrava a câmara do rei, local onde era sepultado o corpo junto assim de suas joias e utensílios pessoais. Através da figura 8 pode-se notar a visão da câmara funerária do faraó Tutancâmon já restaurada.

**Figura 8 – Câmara funerária do faraó Tutancâmon**



Fonte: Antigo Egito, 2006

Havia também um corredor que levava a uma falsa câmara mortuária, onde nela tinha um piso falso para que os ladrões caíssem dentro de um poço profundo. Dentro de todas as alas haviam pinturas nas paredes simbolizando o cotidiano da vida nova dos ocupantes. As construções deixaram de serem erguidas, pois, os faraós eram enterrados com riquezas, logo, os túmulos começaram a ser alvo de ladrões.

Dietrich Wildung (1998) destaca que entre as setenta pirâmides construídas durante a história, a com maior destaque e que ainda continua em pé atualmente, é considerada uma das sete maravilhas do mundo, sendo ela a pirâmide do rei *Khufu*, também conhecido por seu nome em grego *Quéops*, situada às margens do rio Nilo em Gizé. Segundo o que se sabe, a pirâmide foi erguida por cerca de 100 mil trabalhadores, que atuaram durante 20 anos na construção. Através da figura 9 podemos ver as três pirâmides de Gizé, sendo a do meio a pirâmide de *Quéops*.

**Figura 9 – Pirâmides de Gizé**



Fonte: A vida no Antigo Egito, 2016

Próximo a pirâmide do rei, ao lado sul em uma valeta foi encontrada a embarcação com mais de quarenta e três metros de longitude, quase seis metros de largura e um metro e setenta e oito centímetros de altura, barçaça que transportava os blocos de pedras para a construção da pirâmide, e também conhecida como barco do sol. Pois após a morte o rei poderia viajar pelos quatro cantos do oceano celestial. (STROUHAL, 2007).

A pesquisa sobre as pirâmides irá ajudar na composição do desenvolvimento da coleção de moda festa, onde irá utilizar da estrutura, elementos e texturas das pirâmides para a criação. Sendo as pirâmides lugares onde faraós e rainhas moravam após sua morte, o próximo capítulo explanará sobre Cleópatra, uma das rainhas do Egito.

## 2.2 CLEÓPATRA

Cleópatra, mulher destemida, corajosa, ousada, que usou sua inteligência e perspicácia para governar um país, onde fez parte de um reinado de amor e ódio. Após a morte de seu pai, e devido aos costumes de seu povo, Cleópatra Thea Filopator na época com 17 anos, foi obrigada a casar-se com seu irmão Ptolomeu XII de 12 anos para governar o país. (A VIDA NO ANTIGO EGITO, 2016). Na época faraônica, a extração de ouro e pedras preciosas, era feita por crianças e mulheres.

As mulheres trituravam a pedra em almofarizes e moedores, depois a lavavam sobre mesas de basaltos com tabuleiros de cerâmica estriada, ou sobre peles de cordeiro estiradas, para separar o ouro do cascalho. A areia, mais leve, era arrastada pela água, enquanto as partículas de ouro, mais pesadas, permaneciam nas estrias ou rugosidades. (STROUHAL, 2007, p.176).

Com o ouro e as pedras encontradas, os artesões criavam joias como colares, anéis, tornozeleiras e braceletes, para embelezar a realeza. Devido ao clima extremamente quente, a nobreza utilizava roupas leves, os homens costumavam vestir Chantis, vestimenta que lembra um saiote curto com uma aba presa aos ombros, já as mulheres adoravam os Kalasiris, vestido longo em tecido leve e um pouco transparente. Na figura 10 é possível notar o Deus Hórus utilizando a vestimenta Chanti, representada por um saiote com comprimento levemente acima dos joelhos, uma parte superior semelhante a uma blusa presa ao ombro e um tecido transparente avermelhado preso a cintura.



**Figura 10 – Deus Hórus**



Fonte: A vida no Antigo Egito, 2016

Já na figura 11 pode-se ver um papiro com a imagem da rainha Nefertari usando um Kalasiris branco, com tecidos transparente e uma amarração de corda na cintura, acompanhada da deusa Iris usando um Kalasiris multicolorido preso aos ombros.

**Figura 11 – Rainha Nefertari e deusa Iris**



Fonte: Fashion on line, 2011

Devido a terceira praga, os piolhos, toda a população teve de raspar a cabeça, por questão de higiene e assim posteriormente utilizar uma peruca por estética e beleza (PIRÂMIDES E SOBERANOS DO EGITO, 2015). Portanto através da figura 12 pode-se visualizar a replica da peruca encontrada na tumba de Sithathoriunet, que



se encontra no museu de Nova York.

**Figura 12 – Replica da peruca de Sithathoriunet**



Fonte: Studiow, 2013

A maquiagem também era um recurso de beleza utilizado por homens e mulheres no Egito. Os olhos eram pintados de verde, mais preciso nas pálpebras, hoje conhecidas como sombras, a tonalidade preta, era uma mistura de mineral com fuligem, utilizado para fazer o contorno dos olhos, já os lábios e maçãs do rosto tingidos de argila na cor vermelha. (A VIDA NO ANTIGO EGITO, 2016). Estas técnicas, de pintar os olhos, também eram feitas nas crianças como um método de simpatia contra mau. Através da figura 13, podemos notar em seu pescoço as joias e em seu rosto a maquiagem utilizada pelas mulheres da época, representada no busto da faraó Nefertiti, a obra está localizada no museu de Berlim.

**Figura 13 – Busto de Nefertiti**



Fonte: A vida no Antigo Egito, 2016

Nesta época em que Cleópatra foi denominada rainha do Egito, também foi presenteada com a coroa de serpente, que utilizou durante anos, e tornou-se sua marca registrada. Porém existem poucos vestígios de como realmente Cleópatra seria.

Através da figura 14, pode-se notar a imagem cunhada de como seria Cleópatra, representada em uma restaurada moeda da época. Cleópatra é retratada na moeda com os cabelos presos em coque baixo, uma faixa na cabeça, possivelmente uma coroa em ouro, presa próxima a nuca. Nota-se na imagem o olho grande, a testa arqueada, o nariz longo e pontiagudo, o lábio superior fino e o inferior carnudo.

**Figura 14 – Moeda com imagem de Cleópatra**



Fonte: Arqueologia egípcia, 2010

Já na figura 15 é possível ver Cleópatra representada de corpo inteiro esculpida em basalto negro, onde aparece nua, com cabelos soltos, aparentemente crespos caídos ao peito, com cintura fina e corpo torneado.

**Figura 15 – Estátua de Cleópatra**



Fonte: Segredos do mundo, 2015

Logo ao assumir o poder notou que para manter-se nele, teria de ter aliados e uma relação amigável com Roma, foi então que enviou sessenta barcos para a frota do general romano Pompeu, que lutava contra Júlio Cesar, líder militar político. Assim que seu irmão descobriu seu plano, enviou-a para o exílio na Síria, então neste tempo Júlio Cesar venceu as tropas de Pompeu. O general derrotado foi convidado por Ptolomeu XII a ir ao Egito, mas Pompeu acabou caindo na armadilha do faraó, foi morto e teve a cabeça decepada, Ptolomeu agiu desta forma para criar laços com o novo ditador Júlio, mas o militar achou o ato cruel e tomou o poder de Ptolomeu do Egito. (A VIDA NO ANTIGO EGITO, 2016).

Assim que Cleópatra ficou sabendo do ocorrido voltou ao Egito com o intuito de seduzir Júlio César e retomar ao poder. Seu plano ocorreu perfeitamente como o planejado e além de voltar ao poder Júlio César virou seu amante. Tempos depois seu irmão Ptolomeu XII veio a falecer, e Cleópatra aconselhada por Júlio Cesar, casa-se com o seu irmão Ptolomeu XIII para seguir com a tradição do povo, neste período Cleópatra teve um filho de César, chamado Cesarião, e assim foi morar em Roma com Júlio César e seu filho. Dois anos após Júlio é assassinado por senadores aristocratas e a rainha volta ao Egito, cansada de dividir o trono e muito ambiciosa, Cleópatra envenenou seu irmão para assumir o poder e governar sozinha o Egito. (SCHWENTZEL, 2013).

Ter o domínio do território egípcio para ela se tornou pouco, queria mais, e para isto precisava de novos aliados, em conversa com Tarso na Turquia, conheceu Marco Antônio, antigo subordinado de César. Mulher de beleza exótica e coberta por joias, encantou-se pelo general Marco Antônio, e conseguiu despertar dele o mesmo interesse, na época casado com Otávia, tornou-se amante de Cleópatra, mas em breve deixou de sua esposa para casar-se com ela, com quem teve três filhos. (GEORGE, 2011).

Otávia a ex - esposa de Marco Antônio era irmã do general Otaviano, e devido a separação, este fato acabou dando mais fervor a batalha de Áccio<sup>2</sup>, quando o general resolveu decretar guerra a Cleópatra e Marco Antônio. E assim de um lado o romano Otaviano lutava para dominar o território egípcio, e do outro a rainha e Marco Antônio protegiam o Egito. A partir deste fato vários confrontos e batalhas navais ocorreram, até a derrota de Cleópatra. Neste período Marco Antônio acabou sendo morto por um general, e Cleópatra ao descobrir a morte de seu amado e que Otaviano iria leva-la como prisioneira para Roma, decidiu suicidar-se, deixando que uma cobra peçonhenta lhe mordesse, e assim viver para sempre com seu querido Marco Antônio. Para não ter de enfrentar problemas com os filhos de Cleópatra, Otaviano mandou assassiná-los e tornou o Egito uma província de Roma, dando fim a era faraônica. (SCHIFF, 2011).

Cleópatra foi a rainha que mais tempo governou o Egito, durante 22 anos, e suicidou-se aos 39 anos de idade, transformando-se em um ícone quase mitológico.

---

<sup>2</sup> Áccio foi uma batalha que ocorreu em 2 de setembro do ano de 31 a. C., era a disputa por Roma, foi o fim da República e o início do Império Romano. Nuno Simões Rodrigues, 1999.

(SCHIFF, 2011). A última rainha do Egito é também uma das personalidades mais discutidas da história. Sobre ela já foram construídas teorias, tornou-se personagem de cinema, literatura, teatro, e inspiração para poesia, chegando a ser uma das figuras mais comentadas até os dias atuais.

Figura notável e representada no cinema pela atriz Elizabeth Taylor, o que fez com que seu rosto fosse associado ao da atriz, mulher bonita, bem vestida e coberta por joias. Na figura 16, tem-se a notável beleza da atriz Elizabeth Taylor representando a rainha Cleópatra.

**Figura 16 – Elizabeth Taylor de Cleópatra**



Fonte: Beauty and the dirt, 2013

A rainha costumava utilizar os vestidos bordados com prata, ouro, fio brilhante, colorido e cravejado de pérolas. E o diferencial de suas vestimentas era o plissado e a túnica estilo sereia. E assim sempre com muitas joias e com trajes de bom material, Cleópatra destacava-se em seu reinado.

A pesquisa referente à Cleópatra tem como objetivo ajudar a pesquisadora na criação de desenvolvimento de uma coleção de moda conceitual, onde irão utilizar elementos, texturas e cores para a criação. Para que possa ser lançado no mercado, é necessária a criação de uma marca própria, sendo assim, o próximo capítulo explanará sobre a criação de uma própria marca, onde contara com a análise de duas marcas inspiradoras, sendo elas Patchoulee e Martha Medeiros.

### 3 CRIAÇÃO DA MARCA

Sendo um dos objetivos a criação de marca de moda, na pesquisa realizada sobre o tema, inicia-se este processo. O planejamento para a criação de uma marca consiste em um posicionamento da mesma, de forma geral sobre questões de produto, preço, praça e promoção, em que Gilberto Strunck (2011), define como sendo serviço disponibilizado para o consumidor, público-alvo, promoções, benefícios e qualidade em preços. A empresa deve ter uma estratégia de posicionamento único e exclusivo, assim definidos por Tavares (2003):

Para se alcançar uma estratégia robusta, a cadeia de valor e a vantagem competitiva são importantes para ratificar o posicionamento de uma empresa no mercado. Ter um conjunto de valores bem estruturado, através de uma cadeia integrada, reforça as atividades desempenhadas pela empresa. (TAVARES, 2003, p.31).

Desta maneira podemos dizer que uma marca bem construída se transforma em um grande negócio, que pode valer muito além do produto. Para isto acontecer ela precisa ser muito bem trabalhada e ter personalidade, nome fácil de escrever e pronunciar, além de um logo que expresse a imagem da marca. (WHEELER, 2012).

Para Cobra (1997) é de extrema importância o estudo e a análise das quatro funções básicas do marketing, conhecidas como 4P'S da marca. Sendo uma inter-relação entre produto, preço, praça e promoção. O produto constitui-se em um serviço ou produto que a marca oferece para seu consumidor. Já o preço consiste no valor de venda do produto ou serviço, considerando o custo de fabricação, distribuição e ponto de venda. A praça é onde o serviço ou produto será vendido, podendo ser em lojas físicas e e-commerces. A promoção é forma composta de apresentação do produto ou serviço ao consumidor, em forma de publicidade, apresentada em propagandas, outdoor e mídias de entretenimento.

Acredita-se que para planejar e entender uma empresa, é necessário a identificação de sua essência ou DNA, traduzida por sua missão, visão e valores. A missão é o ponto que a empresa deseja alcançar, ele deve ser claro, objetivo e fácil da pessoa enxergá-lo, indica o tipo de atividade ou serviço à qual a empresa irá oferecer, esperado de sua atuação no mercado. Junto estabelece a visão, ou seja, a maneira que a empresa pretende se ver no futuro. E assim Mills (1996) destaca que:

Uma visão [...] é algo que parece impossível para nos nem futuro imediato. É algo que queremos fazer ou ser, mas que parece muito para conseguirmos. [...] A visão de ontem é o objetivo de hoje, e temos que desenvolver uma visão para o futuro. MILLS, 1996, p.82-83).

E por fim é preciso definir os valores da empresa, que são as crenças e filosofias da empresa. São traduzidos no comportamento da empresa perante as questões do cotidiano para atingir os objetivos estabelecidos. (VERA, 2011)

Também é importante o estudo de seu público alvo, para atender as necessidades do seu consumidor em relação a desejos e qualidade que os mesmos procuram nos produtos e serviços oferecidos. Para que se possa criar uma marca, e assim posteriormente desenvolver uma coleção inspirada nos elementos do Egito Antigo, serão analisadas duas marcas inspiradoras escolhidas com base no estilo da marca a ser criada.

### 3.1 PRIMEIRA MARCA INSPIRADORA PATCHOULEE

Todas as informações presentes a seguir, foram retiradas do site e das redes sociais da marca. Patchoulee é uma marca mineira com sede em Belo Horizonte que se dedica a confecção de roupas moda festa e casual, estando no mercado a mais de 35 anos. Seus produtos são comercializados em diversas lojas conceituais pelo Brasil e em suas lojas próprias, que ficam situadas uma em São Paulo e a outra na cidade sede da empresa. A marca conta ainda com uma linha festa sob medida, que nasceu de um desejo de criar vestidos mais sofisticados e com o propósito de desenvolver ao gosto da cliente.

A marca se traduz em um estilo atemporal e único, prezando a qualidade do produto comercializado, e se destacando com seus modelos românticos e com sua delicadeza. Destaca-se ainda uma vasta grade no vestuário desenvolvido que vai do tamanho médio (M) ao plus-size. Alguns concorrentes da marca podem ser citados com Fabiana Milazzo e Patrícia Bonaldi. Na figura 17, podemos ver o DNA da marca Patchoulee representado no painel.



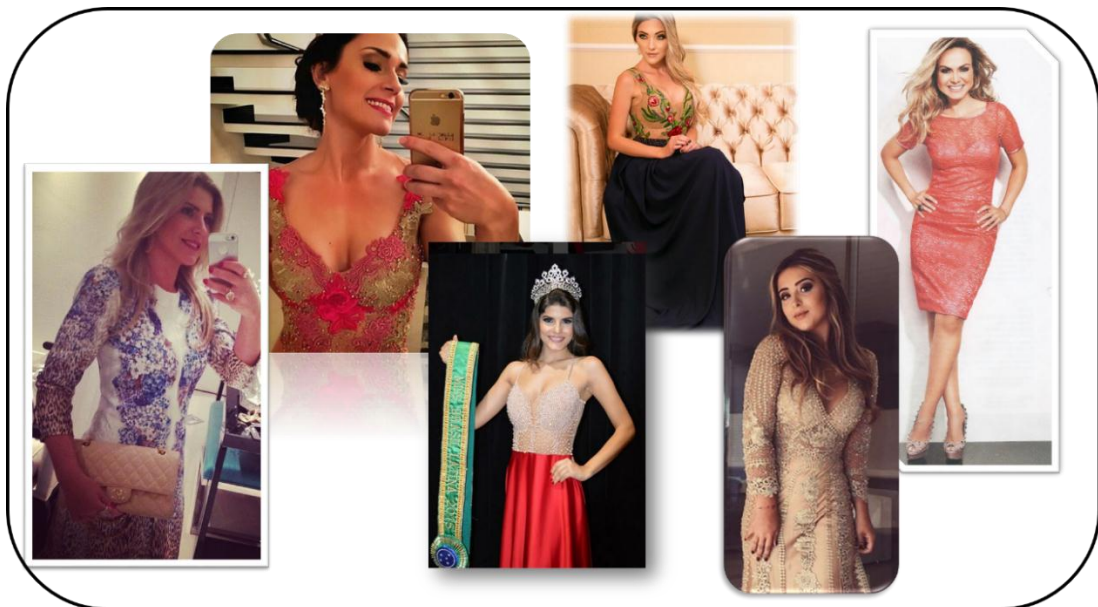
**Figura 17: Painel DNA da marca Patchoulee**



Fonte: Elaborado pela autora 2016

Após analisado o DNA da marca Patchoulee na figura 17, podemos notar a sensualidade com toque de glamour, além de uma representação da mulher moderna, feminina transmitido em suas peças sem deixar de ser pratica. Assim desenvolve-se também em painel o público alvo da mesma, que pode ser visualizado na Figura 18.

**Figura 18: Painel de Público alvo da marca Patchoulee**



Fonte: Elaborado pela autora 2016

Através da análise feita sob o painel de público alvo da marca Patchoulee, podemos observar que é principalmente composto por mulheres de personalidade, modelos, artistas, blogueiras e mulheres da alta sociedade. Conhecidos o DNA da marca e o público alvo, inicia-se a análise do Mix de Marketing da empresa.



### 3.1.1 Mix de marketing marca Patchoulee

Após desenvolvida a análise no site da marca, podemos apresentar o mix de marketing da mesma. E assim todos os produtos que a marca desenvolve são entre eles body, vestidos longos, curtos, midi, macacões longos, macacões curtos, saias longas, saias curtas, calças, blusas e conjuntos, que vão do casual a moda festa, além da linha sob medida. Os preços variam de acordo com os tecidos, pedrarias e aviamentos utilizados nas peças.

A seguir no quadro 1 podemos entender os 4P's da marca.

**Quadro 1 – Mix de Marketing marca Patchoulee**

Produto	Os produtos que a marca desenvolve são entre eles, body vestidos de vários comprimentos, macacões longos e curtos, saias longas de diversos comprimentos, calças, blusas e conjuntos.
Praça	Loja física em São Paulo e Belo Horizonte, além de comercializar as peças em outras lojas conceituadas do Brasil.
Preço	Os preços variam de acordo com os tecidos as pedrarias e os aviamentos usado nas peças.
Promoção	A marca divulga suas peças através de seu site, suas redes sociais e representantes.

Fonte: Elaborado pela autora 2016

A figura 19 mostra o painel com o mix de produtos que a marca desenvolve. Percebe-se através do painel de produto, que a marca desenvolve suas peças com detalhes, com tecidos nobres e grande parte das peças com rendas, aplicações e bordados.

**Figura 19: Painel de produto da marca Patchoulee**



Fonte: Elaborado pela autora 2016

E assim conseqüentemente depois de analisada e compreendida a marca, damos seqüência a análise da próxima marca inspiradora Martha Medeiros.

### 3.2 SEGUNDA MARCA INSPIRADORA MARTHA MEDEIROS

A mais de vinte e cinco anos no ramo da moda como empresaria, Martha Medeiros é proprietária da boutique Maison M em Maceió, mas a partir de 2004 a mesma assumiu o posto de estilista da sua marca, devido à grande procura de suas clientes por produtos diferenciados. Hoje a marca comercializa em suas lojas próprias e também sua coleção prêt-à-porter podem ser encontradas em diversas outras lojas conceituadas multimarcas do Brasil. Em 2008 inicia com peças sob medida e o encontro é feito por hora marcada nas boutiques de São Paulo e Maceió. Martha herdou de sua avó a paixão pela arte, um trabalho que se diferencia com peças feitas à mão, com horas de trabalho manual, unindo técnicas e estilos adquiridos com sua formação em moda.

A marca traduz uma linguagem contemporânea, o que mais predomina nas coleções, são os bordados e os detalhes feito à mão. O uso da renda fez com que Martha desenvolvesse um projeto (Projeto Olhar do Sertão) com rendeiras no Instituto Martha Medeiros, onde são produzidas exclusivamente para a marca, hoje o projeto trabalha com mais de 450 mulheres. Além da renda outros materiais nobres adquiridos

pelos mesmos fornecedores das *maisons decouture* parisienses, são utilizados na produção do prêt-à-porter e dos célebres vestidos de noivas. Hoje a marca conta também com uma linha de Home, com produtos de decoração para casa e festas. Alguns concorrentes da marca são: Patrícia Nascimento e Lucas Anderi.

Na figura 20, podemos ver o DNA da marca Martha Medeiros representado no painel.

**Figura 20: Painel DNA da marca Martha Medeiros**



Fonte: Elaborado pela autora 2016

Após analisado o DNA da marca Martha Medeiros na figura 20, podemos notar a riqueza em detalhes, a leve dos produtos e a elegância que a marca tem em suas peças, e assim desenvolvido também em painel o público alvo da mesma, podendo-se notar na figura 21.

**Figura 21: Painel de Público alvo da marca Martha Medeiros**



Fonte: Elaborado pela autora 2016

Através do painel de público alvo da marca Martha Medeiros, podemos observar, que o mesmo é principalmente composto por mulheres de personalidade, de alto poder aquisitivo, celebridades, artistas e blogueiras.

### **3.2.1 Mix de marketing marca Martha Medeiros**

Após uma análise feita no site da marca, podemos apresentar o mix de marketing da mesma. Os produtos que a marca desenvolve são vestidos longos, curtos, macacões longos, macacões curtos, saias longas, saias curtas, calças, blusas, conjuntos e vestidos de noiva.

Os preços variam de acordo com o material usado e de acordo com a peça, como por exemplo o item mais barato é um cinto de cetim que leva a assinatura da estilista e custa o valor de R\$ 498,00 (quatrocentos e noventa e oito reais) chegando a um vestido no valor de R\$ 19.980,00 (dezenove mil novecentos e oitenta reais). Já o valor dos vestidos de noiva e as peças feitas sob encomenda podem chegar na casa dos cinco dígitos. A seguir no quadro 2 podemos entender os 4P's da marca.

**Quadro 2 – Mix de Marketing marca Martha Medeiros**

Produto	Os produtos que a marca desenvolve são entre eles vestidos longos, curtos, macacões longos, macacões curtos, saias longas, saias curtas, calças, blusas, conjuntos e vestidos de noiva.
Praça	Loja física em São Paulo, Maceió, Bahia e Los Angeles, além de comercializar as peças em outras lojas conceituadas multimarcas do Brasil.
Preço	Os preços variam de acordo com o material usado e de acordo com a peça, desde um cinto de cetim no valor de R\$ 498,00 reais até um vestido no valor de R\$ 19.980,00 reais.
Promoção	A marca divulga suas peças através de seu site suas, redes sociais, além de desfiles.

Fonte: Elaborado pela autora 2016

Para melhor visualização e compreensão dos produtos desenvolvidos pela marca, criou-se um painel, conforme pode ser visualizado na Figura 22.

**Figura 22: Painel de produto da marca Martha Medeiros**

Fonte: Elaborado pela autora 2016

Feita a análise através do painel de produto, é possível destacar que a estilista desenvolve suas peças minuciosamente detalhadas, sempre com rendas ou aplicações da mesma ou bordados. Os detalhes são pertinentes tanto nas peças do vestuário como nos itens de decoração criados por Martha Medeiros. Assim compreendida a marca, a análise segue para o desenvolvimento e criação da marca de autoria da pesquisadora.

### 3.3 MARCA CRIADA ATELIER K FERNANDES

Como um dos objetivos da pesquisa, é criar uma coleção de moda para ser desenvolvida no Projeto de Coleção II, que será elaborada no próximo semestre, a pesquisadora com base no estudo irá desenvolver a criação da marca Atelier K Fernandes.

Para a pesquisadora a marca terá o objetivo de desenvolver uma coleção de moda feminina conceitual, inspirada nos elementos do Egito Antigo. Nesse processo faz-se necessário a aplicação de estratégia de marketing, para o desenvolvimento e posicionamento da marca, através dos princípios como missão, visão e valores. O quadro 3 a seguir mostra o posicionamento da marca Atelier K Fernandes.

**Quadro 3 – Princípios Norteadores da marca Atelier K Fernandes**

Missão	Desenvolver uma coleção de moda feminina conceitual, com base na pesquisa realizada sobre o Egito Antigo expandindo em outras coleções, também baseadas neste tema, por diversos direcionamentos.
Visão	Ser uma reconhecida no mercado por sua ampla oferta de produto e por sua flexibilidade de escolha, sendo uma referência no ramo.
Valores	Excelência e qualidade nas técnicas materiais utilizados nos produtos e comprometimento com cliente.

Fonte: Elaborado pela autora 2016

Para uma marca se firmar no mercado, é importante o posicionamento da mesma, seja por sua identidade ou pelo produto desenvolvido. Na figura 23, apresenta o painel de DNA da marca, com alguns elementos que demonstram as características da mesma.



**Figura 23: Painel DNA da marca Atelier K Fernandes**



Fonte: Elaborado pela autora 2016

Podemos observar na figura 23, o painel de DNA da marca que terá a intensão de trazer para a coleção características e elementos que representam a personalidade, a modernidade da mulher, sem perder a delicadeza, utilizando tecidos com transparência, texturas e detalhes em pedrarias e bordados. E assim toda a marca além de ter um nome precisa ter uma identidade visual, para se fixar no mercado.

### **3.3.1 Escolha do nome e Identidade Visual da marca**

Após elaborar o DNA da marca constrói-se a identidade e o seu nome. A marca faz parte de um composto, consiste em um somatório de identidade ideal e imagem, aquela que pode ser reconhecida sob qualquer circunstância, mesmo sem o nome da marca estando aparente. (VERA, 2011).

A marca é um nome, um sinal, um símbolo, ou design, ou uma combinação de tudo isso, com o objetivo de identificar produtos ou serviços de um vendedor ou grupo de vendedores e diferenciá-los de seus concorrentes. A marca individual é a única para um produto particular, que pode incluir

múltiplos sabores ou estilos e múltiplos tamanhos, e assim por diante. (Cobra, 1997, p.207)

Depois da pesquisa e com o estilo que a marca quer se direcionar, o nome dela ficou definido sendo como Atelier K Fernandes, inspirado na pesquisadora, utilizando o sobrenome da mesma e a pronuncia de seu apelido, tendo o complemento baseado em algo sob medida, fez-se então a necessidade da palavra atelier, chegando assim ao resultado desejado. Acredita-se que a coleção de moda irá surgir com toda a sua personalidade e estudo adquirido ao decorrer do curso. Na figura 24 segue a identidade visual da marca. A caligrafia que foi optada para o desenho do nome da marca, tem grande relação com as curvas utilizadas na costura e modelagens mais modernas.

**Figura 24: Identidade Visual da marca Atelier K Fernandes**



Fonte: Elaborado pela autora (2016)

Elaborou-se também, embalagens que acompanharão as clientes da marca. Para tanto, a seguir a figura 25 mostra através do tag e da sacola a identidade visual da marca apresentada. É de grande importância a marca dispor de uma divulgação indireta bem estruturada e desenvolvida, pois é ela quem irá complementar a apresentação dos produtos.

**Figura 25: Tag e sacola da marca Atelier K Fernandes**



Fonte: Elaborado pela autora (2016)



E assim através da figura 26 podemos ver o público alvo da marca. É de extrema importância consolidar o público alvo da marca, pois é ele quem irá direcionar o desenvolvimento das peças a serem criadas e produzidas, além dos lugares de divulgação.

**Figura 26: Painel de Público alvo da marca Atelier K Fernandes**



Fonte: Elaborado pela autora (2016)

Como pode-se observar na figura 26 acima, o público alvo da marca, é representado por pessoas com atitude, com feminilidade, mulheres sensuais, mulheres que ao mesmo tempo gostam de ostentar o luxo, e de delicadeza, como as flores.

### **3.3.2 Planejamento do mix de marketing da marca Atelier K Fernandes**

A marca Atelier K Fernandes teve sua criação no ano de 2016, com a finalidade para a criação do trabalho final do curso de moda. A marca está com o foco em desenvolver peças do vestuário feminino, sendo elas sob medida e encomenda e com personalidade única, feitas artesanalmente com pedrarias, bordados, plissados e drapeados. A empresa atenderá com praça na cidade da autora, mais precisamente em Novo Hamburgo, no estado do Rio Grande do Sul.

Assim como o Atelier K Fernandes é uma marca nova, os quatro P's serão desenvolvidos e apresentados ao decorrer do desenrolar do trabalho no próximo

semestre, mas podendo ser visualizado a seguir no quadro 4, onde iremos apresentar parte já desenvolvida.

**Quadro 4 – Mix de Marketing marca Atelier K Fernandes**

Produto	A marca contará com produtos como: vestidos, saias, blusas, casacos e peças sob medida.
Praça	Contara com uma loja física no Rio Grande do Sul, e venda no site da marca.
Preço	Os preços só serão possíveis de calcular com as peças confeccionadas.
Promoção	A marca irá divulgar suas peças através de seu site e redes sociais.

Fonte: Elaborado pela autora 2016

A marca contará com peças do vestuário feminino, como blusas, casacos, vestidos e saias, peças desenvolvidas sob medida e sofisticadas, com tecidos nobres e aviamentos delicados. De maneira que a promoção em primeiro momento se dará através da divulgação nas redes sociais e posteriormente a criação de um site. Os gastos de mão de obra, material e outros só serão calculados com as peças prontas, e assim os preços poderão ser listados, até o momento não é possível citá-los no trabalho, pois as peças ainda não foram produzidas.

#### 4 INTENSÃO PARA O DESENVOLVIMENTO DE COLEÇÃO

Neste capítulo apontaremos as intenções para o desenvolvimento de coleção que será apresentada no próximo semestre, onde as peças serão criadas com base no estudo e análises já feitas.

Para o autor Jones (2008) existem algumas etapas antes e durante o desenvolvimento de uma coleção de moda, que é o planejamento, onde podemos citar que para cada coleção é feito uns 8 a 10 meses antes, pois requer uma definição de foco através de uma pesquisa sobre o tema a ser abordado, estudo dos tecidos, cores, silhuetas, detalhes a serem utilizados, e acompanhamento de tendências de consumo do mercado.

Nesta fase, o conceito é convertido para as formas que o produto irá possuir, através de desenhos de moda preliminar, acrescentando cores, formas, texturas, tecido e aviamento. De acordo com o resultado e definições o produto se transforma em uma peça piloto, para ajustes e aperfeiçoamento do produto final. (JONES, 2008). E assim enquanto o estilista confere as peças aprovadas e que serão produzidas, ele já está trabalhando em outras coleções futuras, pois a maioria das empresas produzem quatro coleções por ano, sendo elas, primavera, verão, outono e inverno. Atualmente o consumo por moda é a busca por exclusividade e criatividade, sendo que cada empresa determina o número de peças de estilo a serem comercializadas. (FRINGS, 2012).

Analisando o processo de desenvolvimento de coleção até a sua comercialização, podemos definir que:

A qualidade dos produtos é fator fundamental para o sucesso nas vendas, e a modelagem das peças agrega ainda mais valor às mesmas se aliada ao desejo do consumidor de adquirir um produto que tenha, ao mesmo tempo, conforto e padrões estéticos envolvidos (vestir bem, ter bom corte e caimento, etc.). (HEINRICH, 2007, p.15)

Assim seguindo o processo, com o estudo dos elementos do Egito Antigo, é possível, a partir da pesquisa retirar vários elementos para serem usados no desenvolvimento da coleção de moda. Através deste material serão extraídas as cores, a estrutura e as texturas que estão presentes nas pirâmides, nas múmias, na Cleópatra, e em várias partes do Egito, com os dados adquiridos será possível

planejar uma nova coleção de moda. No quadro 5, observa-se com mais detalhe a relação entre TCC I e TCC II, a partir da pesquisa monta-se um quadro com relação entre alguns elementos a serem aplicados na coleção de moda do TCC II.

**Quadro 5 – Relação TCC I e TCC II**

Capítulo 2 – Múmias	Será utilizado o processo de entretelar, drapeados e utilização das cores presentes em joias nas múmias.
Capítulo 2 – Pirâmides	A inspiração nas pirâmides se dá a utilização do processo de estruturas rígidas.
Capítulo 2 – Cleópatra	Relacionar Cleópatra com a moda, extrairemos os elementos destaque da figura icônica, em materiais transparentes, cores em tons de verde água, vermelho, dourado.
Atelier K Fernandes	Marca criada para o desenvolvimento de uma coleção de moda conceitual.

Fonte: elaborado pela autora (2016).

A coleção será desenvolvida para o público feminino, como o foco em moda conceitual, onde serão apresentadas peças como vestidos e casacos com diferentes modelagens, como ajustadas ao corpo, formas triangulares, recortes, sobreposições, transparência, texturas de pedras e bordados. As cores utilizadas serão o verde água, o vermelho, azul, dourado, além das cores básicas como preto e branco.

O desenvolvimento completo da coleção será composto por dez looks, porém serão confeccionados somente quatro looks para a apresentação final. Esta pesquisa visa apresentar uma coleção de moda, que valorize os elementos do Egito Antigo. No fim de todo o processo, de pesquisa e planejamento, obteremos o desenvolvimento da coleção que será produzida e apresentada no próximo semestre.

## 5 CONSIDERAÇÕES PARCIAIS

Após o estudo sobre o Egito Antigo e seus elementos, onde a pesquisadora relata através de pesquisa bibliográfica, acontecimentos, crenças do povo e objetos utilizados, podem inspirar para o desenvolvimento de uma coleção de moda feminina. Todos os dados coletados traduzem as ideias da marca, que será de muita importância para o desenvolvimento da coleção no próximo semestre.

No primeiro capítulo, foi descrito sobre o Egito Antigo, o processo de mumificação, na qual cada etapa feita com o corpo do defunto é um ritual as crenças do povo e alguns acontecimentos da época, que se tornaram lendas nos dias de hoje, mas completas de histórias.

A seguir no subcapítulo foi apresentado sobre as pirâmides, desde o seu planejamento até a sua estrutura final, onde relatou-se sobre as mesmas que atualmente são consideradas uma das sete maravilhas do mundo, e assim foram desbravadas nos dias atuais, sendo possível vermos tumbas, múmias, hieróglifos restaurados.

No subcapítulo seguinte foi abordado a história e a vida de Cleópatra, mulher que marcou a época faraônica, dando fim a esta era. Cleópatra governou o Egito durante 22 anos, e foi uma mulher de dar inveja, pois além de sedutora, guerreira, destemida é ousada. Histórias e acontecimentos tão complexos e cheios de detalhes podem se tornar elementos importantes na hora da criação de uma coleção de moda inspirada no Egito Antigo.

Cleópatra se tornou muito conhecida no mundo devido as escritores e autores desenvolverem livros, peças de teatro e até mesmo filme contando a história da vida dela. Devido a isto a história do Egito que também, tem passagem religiosa na bíblia fica mundialmente conhecido.

No capítulo quatro, é relatado o processo de criação de uma marca de moda, nele foi estudado todo o mecanismo que uma marca precisa para se consolidar no mercado, como seus princípios norteadores e seu posicionamento estratégico. Também foi estudado e analisado duas marcas inspiradoras que ajudaram no desenvolvimento de uma nova marca, a marca Atelier K Fernandes. E assim da marca criada também é apresentado os princípios norteadores e o posicionamento estratégico.

Após termos toda a base fundamentada, em estudos bibliográficos, pode-se partir para a criação da coleção de moda inspirada nos elementos do Egito Antigo. Considera-se que a questão norteadora e os objetivos foram parcialmente atendidos, pois, a coleção ainda não foi criada. Tratando-se dos objetivos específicos, que subsidiaram esta pesquisa, acredita-se que foram atendidos, pois a revisão bibliográfica auxiliou na pesquisa e estudo em torno deles.

## REFERENCIAS

Associação Brasileira de Estilistas – ABEST, **Martha Medeiros**. Disponível em <http://www.abest.com.br/abest/associados/43/Martha+Medeiros> Acesso em 09/10/2016.

ASH, Russel. **As grandes maravilhas do mundo**. São Paulo, SP: Cosac Naify, 2000. 64 p.

COSGRAVE, Bronwyn. **História da indumentária e da moda: da antiguidade aos dias atuais**. Barcelona, Spain: Gustavo Gili, 2012. 256 p.

Docplayer, **A arte no Egito**. Disponível em <<http://docplayer.com.br/3688139-Colegium-3oem-1a-etapa.html>> Acesso em 20/09/2016.

Facebook, **Patchoulee**. Disponível em [https://www.facebook.com/pg/patchouleemodafesta/about/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/patchouleemodafesta/about/?ref=page_internal) Acesso em 20/08/2016.

Fatos Desconhecidos, **Como é o interior de uma pirâmide?** Disponível em <<http://www.fatosdesconhecidos.com.br/como-e-o-interior-de-uma-piramide/>> Acesso em 04/10/2016.

FRINGS, Gini Stephens. **Moda: do conceito ao consumidor**. 9. ed. Porto Alegre, RS: Bookman. 2012. xxiii, 472 p.

GEORGE, Margaret. **As memórias de Cleópatra: a filha de Ísis**. São Paulo, SP: Geração, 2011. 485 p.

HEINRICH, Daiane Pletsch. **Modelagem e técnicas de interpretação para confecção industrial**. 2. ed. Novo Hamburgo, RS: Feevale, 2007. 164 p.

JONES, Sue Jenkyn. **Fashion design**. São Paulo, SP: Cosac Naify, 2005. 240 p.

KOHLER, Karl. **História do vestuário**. 2. ed. São Paulo, SP: Martins Fontes, 2001. 564 p.

Martha Medeiros. Disponível em <<http://www.marthamedeiros.com.br/martha-medeiros/>> Acesso em 28/08/2016.

Moda Minas, **Patchoulee Moda Festas**. Disponível em [http://www.modaminas.com/site/showroom\\_busca.asp?showroom=470](http://www.modaminas.com/site/showroom_busca.asp?showroom=470) Acesso em 05/11/2016

NERY, Marie Louise. **A evolução da indumentária: subsídio para criação de figurino**. 3 reimpr. Rio de Janeiro, RJ: SENAC Nacional, 2009. 299 p.

Patchoulee. Disponível em <<http://patchoulee.com.br/plus/>> Acesso em 18/09//2016.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2. ed. Novo Hamburgo, RS: Feevale, 2013. 276 p.

SCHIFF, Stacy. **Cleópatra: uma biografia**. Rio de Janeiro, RJ: Zahar, 2011. 391 p.

SCHWENTZEL, Christian Geoerges. **Cleópatra**. Porto Alegre, RS: L&PM Editores, 2013. 79 p.

STRUNCK, Gilberto Luiz Teixeira Leite. **Como criar identidades visuais para marcas de sucesso**. 4. ed. Rio de Janeiro, RJ: Rio Books, 2012. 199 p.

TAVARES, Fred. **Gestão da marca: estratégia e marketing**. Rio de Janeiro, RJ: E-papers, 2003. 274 p.

TOTH, Max; NIELSEN, Greg. **A Força das pirâmides**. 8.ed. Rio de Janeiro, RJ: Record, 1976. 221 p.

WILDUNG, Dietrich. **O Egípto: da pré-história aos romanos**. Köln, Alemanha: Taschen, 1998. 237 p.

WHEELER, Alina. **Design de identidade da marca: guia essencial para toda a equipe de gestão de marca**. 3. ed. Porto Alegre, RS: Bookman, 2012. ix, 320 p.

WAISSMAN, Vera; CAMPANA, Carlos; PINTO, Nayra Assad. **Estratégias de comunicação em marketing**, 2<sup>o</sup> edição Rio de Janeiro, RJ editara fgv, 2011.