

Cultura, Emoção e Imaginário no Festejo da Marujada em Bragança-PA: recortes sobre o Ser e o Sentir em projeto de moda

CULTURE, EMOTION AND IMAGINARY AT MARUJADA'S CELEBRATION IN BRAGANÇA CITY: Clippings about Being and Feeling in Fashion Design

REIS, Keila Juliete de Castro; Graduada; Universidade do Estado do Pará

keilakastro@gmail.com

MONTEIRO, Maria Gabriella Vilhena; Especialista; Universidade do Estado do Pará

gabriella.monteiro@uepa.br

FERNANDEZ, Keila Vasconcelos; Mestre em Design; Universidade do Estado do Pará

keila.fernandez@uepa.br

SOARES, João Roberto dos Santos; Mestre em Design; Universidade do Estado do Pará

joao.roberto@uepa.br

A pesquisa apresenta uma abordagem pautada em referências bibliográficas e percepção do cenário, contexto e discussões que englobam o festejo e patrimônio cultural imaterial, Marujada de Bragança-PA, fundamentada por autores que dissertam sobre as relações entre Moda (BARNARD, 2003; CALDAS, 1999) e Cultura (CIDREIRA, 2010; BAUMAN, 2012), bem como o festejo cultural (CORREA, 2015; SILVA 2006, entre outros) com o objetivo de desenvolver produtos de moda. Para uma experiência mais completa na criação de representações estéticas e simbólicas no vestuário, modelagem e escolha de materiais, a pesquisa teve embasamento no Design Emocional, segundo autores como Desmet (2007;2012); Jordan (2000) e Norman (2004), e adotou entrevistas, observação direta e participante como instrumentos de coleta de dados, com o intuito de trilhar um caminho de leitura, interpretação e projeto que considerasse o valor simbólico das referências encontradas, e sintetizasse um caminho alternativo para o Designer ao lidar com cenários similares.

Palavras-chave: Design de Moda; Cultura Popular; Design Emocional; Marujada.

The research presents an approach based on bibliographic references and perception of the scenario, context and discussions that encompass the party and intangible cultural heritage, Marujada de Bragança-PA, based on authors who talk about the relations between Fashion (BARNARD, 2003; CALDAS, 1999) and Culture (CIDREIRA, 2010; BAUMAN, 2012), as well as the cultural celebrate (CORREA, 2015; SILVA 2006, among others) with the aim of

developing fashion products. For a more complete experience in the creation of aesthetic and symbolic representations in clothing, modeling and choice of materials, the research was based on Emotional Design, according to authors such as Desmet (2007;2012); Jordan (2000) and Norman (2004), and adopted interviews, direct observation and participant as data collection instruments, in order to walk a path of reading, interpretation and project that considered the symbolic value of the references found, and synthesized an alternative path for the Designer when dealing with similar scenarios.

Keywords: Fashion Design; Popular Culture; Emotional Design; Marujada.

1 Introdução

A cidade de Bragança está localizada as margens do rio Caeté, nordeste paraense, com seus 406 anos de existência, e pouco mais de 120 mil habitantes (IBGE, 2019). Teve sua origem a partir de indígenas que ali habitavam e com a chegada dos colonizadores europeus, portugueses e franceses que adentraram o interior do país. Em uma breve apresentação, a Marujada consiste em um festejo religioso/cultural bicentenário que ocorre anualmente na cidade de Bragança-PA, que é parte da Festividade de São Benedito, e se mantém vivo e atrativo até os dias atuais, atraindo milhares de pessoas para participar da festa que tem importância considerável na história e cultura geral do estado, merecendo ser ainda mais divulgada e reconhecida. O festejo possui aspectos semelhantes a outros eventos religiosos populares, como as procissões em devoção a um santo representado por uma imagem, em que as pessoas fazem promessas e todos os anos “pagam-nas” nessa ocasião; a Marujada além disso, tem a tradição da dança coreografada, a qual tem grande significado no cortejo e cuja expressão única foi objeto deste estudo. Trabalhando a partir da perspectiva da Moda, tem-se por objetivo fazê-la o meio pelo qual essa cultura tão rica poderá ganhar um novo olhar, já que possui uma relevante representação social e cultural, e comunica muito bem inúmeros comportamentos, características e influências culturais da região, sendo muitas vezes parte significativa da identidade de um povo.

Nesse sentido, o trabalho teve por objetivo proporcionar um diálogo entre os aspectos simbólicos dessa cultura e a moda, por intermédio do Design Emocional, segundo autores como Desmet (2012) e (2007), Jordan (1999) e Norman (2004). A Marujada servirá de fonte de inspiração para uma minicoleção de vestuário que retrata de maneira singular suas características culturais/históricas sem alterar sua essência, somando um grande potencial de entrada no mercado de moda local/nacional, pois pretende alinhar uma possibilidade alternativa de manejo das informações diante de um cenário tão rico culturalmente. Partindo dessa delimitação, foram estipulados quatro objetivos específicos, buscando deixar mais clara a construção da pesquisa:

- Levantar informações e pesquisa bibliográfica sobre os temas de fundamentação (Moda, Cultura e Emoção) e alinhar ao conceito pretendido, o recorte de perspectivas criativas e culturais para o vestuário;
- Investigar os ritos do festejo da Marujada bem como suas particularidades culturais, sociais e história;
- Identificar elementos sógnicos e icônicos do movimento cultural da Marujada relacionando a leitura com significados e interpretações, a partir do Design Emocional, a fim de usá-los como inspiração para a coleção;

- Desenvolver uma minicoleção a partir das referências levantadas e escolhidas que melhor reflitam em peças a estética e simbolismo da Marujada.

2 Percurso Metodológico: Do Quesito Científico ao Projetual

Para desenvolvimento da pesquisa, chegou-se à delimitação de que ela ocorreria por meio de observação direta e consulta documental de acervo e bibliografias relacionadas, segundo Gil (2002), sobre o contexto histórico/cultural estudado a fim de entender os elementos simbólicos do festejo, bem como da relação entre moda e cultura. Também se encaixa no conceito de pesquisa aplicada e qualitativa que segundo Denzin e Lincon (2006), essa abordagem de pesquisa se caracteriza por ser mais sobre a visão de mundo interpretativa, buscando entender os fenômenos e os significados a eles dados.

E em relação ao objetivo, se caracterizou como exploratória, a qual segundo Gil (2002), proporciona maior familiaridade com o problema a ser estudado, e seu planejamento é mais flexível, pois considera os mais variados aspectos relacionados ao fenômeno ou fato estudado, neste caso, inicialmente a cultura e sua relação com a moda, e posteriormente a história da Marujada e sua importância cultural e social que fornecem estrutura ao projeto. Quanto aos procedimentos técnicos, orientados por Gil, (2002) inicialmente foi realizada uma pesquisa bibliográfica em que se utilizou de produções acadêmicas, livros e outros trabalhos com temas semelhantes em fundamentação teórica; posteriormente a pesquisa de campo, para levantar os dados referentes aos indivíduos que estão diretamente ligados ao objeto de estudo e noções de mercado sobre o evento, conhecimento e imersão no cenário da pesquisa, e para isso foram aplicadas técnicas de observação direta e participativa no local em que ocorre a Marujada, com finalidade de conhecer, extrair e discutir as referências e significados que a mesma carrega e perceber sua influência local, cultural e de mercado.

2.1 Projeto

Foram trabalhadas as metodologias projetuais do Design como: Treptow (2005), Munari (2008), Baxter (2005) e algumas considerações de Ilda (2015) para direcionar a pesquisa a um enfoque mais técnico-projetual. Essas metodologias também foram escolhidas devido a identificação, por parte da autora, da facilidade de uso dos métodos em questão para o objeto de pesquisa e para o produto. Como a Marujada é um evento relevante e envolve uma dinâmica de mercado, foi feita uma coleta e análise de dados voltadas para entender o vestuário que se comercializa durante o evento. Bem como foi necessária uma etapa de criatividade para correlacionar e criar a partir das referências visuais encontradas. Utilizou-se Treptow (2005), o que tornou o processo mais eficaz já que com a escolha mais assertiva dos métodos e ferramentas, diminui-se as chances de falha durante o projeto e produção. Já a metodologia de Mike Baxter (2005) entra como forma de representar projetualmente as demandas do Design Emocional, como as emoções, significados e sentimentos inerentes às relações que se tem entre a coleção e o público a que se destina. Sendo assim, uniu-se às metodologias anteriores aos painéis visuais/conceituais característicos do método Baxter (2005), que contribuíram entre outros, na definição dos estilos, cores e sensações possíveis que a coleção pretende apresentar. De modo a visualizar melhor o caminho do projeto, tem-se abaixo um quadro que reúne as principais metodologias, descrevendo suas devidas contribuições em cada parte do desenvolvimento.

FASE 1 PESQUISA	FASE 2 DESIGN	FASE 3 DESENVOLVIMENTO
<p>Problema</p> <p>Análise de Concorrentes</p> <p>Pesquisa de Tendências</p>	<p>Criatividade</p> <p>Painel de Estilo de Vida</p> <p>Painel de Expressão do Produto</p> <p>Painel de Tema Visual</p> <p>Parâmetros da Coleção</p> <p>Delimitação da Coleção</p> <p>Definição da Coleção</p>	<p>Brainstorming</p> <p>Estudo de Materiais</p> <p>Cartela de Cores</p> <p>Tecidos e Aviamentos</p> <p>Solução/Apresentação da Coleção</p>

● MUNARI, 2008.
● BAXTER, 2005.
● TREPTOW, 2005.

Fonte: AUTORES, 2019.

3 Fundamentação Teórica

Para melhor conhecer os caminhos históricos e simbólicos do festejo da Marujada, e compreender melhor como utilizar essas referências em um projeto de moda, com abordagem do Design Emocional, foi interessante iniciar entendendo o que é Cultura e o que é Identidade, para conseguir buscar de forma mais correta e embasada todos os referenciais simbólicos e visuais que puderam ser trabalhados.

3.1 Sobre a Perspectiva do Ser

A cultura tem diversas formas de ser conceituada, muitos autores a definem de uma maneira diferente e semelhante ao mesmo tempo. Eagleton (2005) define cultura como algo que dá sentido à vida do indivíduo, ela não é apenas algo que vivemos, uma finalidade para vivermos, algo muito mais inconsciente do que consciente, pois a cultura consciente não é em sua totalidade cultura. Sendo ela o que diferencia as sociedades, Bauman (2012) afirma que o termo cultura esclarece as divisões entre o homem e o humano, ressaltando que existe esse conflito dentro do seu conceito pois ela tanto tem caráter conservador quanto mutável, o que é confirmado quando se analisa o fato de que ela se utiliza desse conservadorismo para garantir sua preservação na perpetuidade, mas também é criativa e está aberta ao novo. Assim, para resumir o conceito de cultura, o autor a define como “um sistema de significação e uma de suas funções universalmente admitidas é ordenar o ambiente humano e padronizar as relações entre os homens” (BAUMAN, 2012, p.141).

Assim complementando, como afirma Cidreira (2010, p. 242), a moda funciona como representação simbólica de uma determinada cultura, sendo capaz também de gerar cultura sendo uma peça essencial para socialização e construção de uma identidade e, portanto, um importante pilar da relação entre indivíduo, mundo e sociedade. O Design em relação a Moda tem um papel de grande importância nesse processo em que moda e cultura se encontram, já que através de suas ferramentas, métodos e inovações na área, consegue por meio de seus produtos (vestimenta, estampas, acessórios etc.) garantir a comunicação de uma determinada cultura, e por consequência, possibilitar que ela se mantenha viva por bastante tempo no comércio e sociedade.

Barnard (2003) apresenta a ideia de que moda e indumentária são meios de comunicar fenômenos culturais; entretanto, o que observa é que nem sempre se definiu cultura a partir também dessa perspectiva da moda, descrita pelo autor. Willians (2000), afirma que no passado, séculos XVI e XIX, moda e indumentária não eram admitidas como cultura, por não serem obras intelectuais, imaginativas, ou ainda progressiva, já que mudanças cíclicas são

parte do que caracteriza a moda, e só durante os séculos XIX e XX, que a moda surge como um “modo de vida”. Sendo assim, baseado nessa mudança, todas as práticas significativas como jornalismo, artes, filosofia, e a moda são consideradas cultura.

Segundo Caldas (1999), a moda é uma das atividades principais componentes da indústria, e também a mais poderosa, assim ela tem grande importância dentro da sociedade e de uma cultura. Admite-se que a roupa não é mais apenas uma necessidade básica, ela é também um signo, que informa sobre quem a usa, e sobre sociedade/cultura que a produziu e/ou tomou-a como referência. Lipovetsky (1989) por sua vez, define moda como sendo um “império efêmero”, em que a mesma é um movimento que muda continuamente, trocando referenciais permanentemente. A moda como conhecemos hoje surgiu por volta dos séculos XIV e XV, devido as grandes mudanças socioculturais e econômicas da época, quando houve um aumento nas trocas comerciais do ocidente com o oriente, e as cortes da Itália se mostravam prósperas.

De acordo com Barnard (2003), a moda é uma forma de comunicação não verbal, que não se utiliza de palavras faladas e/ou escritas, e juntamente com a indumentária, são consideradas fenômenos culturais que promovem a interação entre os indivíduos, sendo a moda parte de um sistema maior de significados. A roupa nesse contexto de interação, envia determinada mensagem, expressa valores e revela a identidade de grupos diferentes dentro de uma cultura/sociedade em diferentes ou no mesmo recorte de espaço. Em complemento às ideias de Barnard (2003), Cidreira (2010) enfatiza que:

O que se constata, em última instância, é que a moda é concebida como modo de vida e é sobretudo esta percepção que possibilita a união entre moda e cultura. A própria compreensão da moda enquanto fenômeno cultural só foi possível a partir do momento em que a própria noção de cultura incorporou a ideia de modo de vida. (CIDREIRA, 2010, p. 238).

Em somatória com essa perspectiva cultural, o Design de Moda pode enriquecer ainda mais o repertório cultural da região através de peças de roupa, contornando o exacerbado consumismo e promovendo uma relação social com o vestuário. Como já foi dito anteriormente, a Moda projeta as individualidades, de forma democrática; ela comunica, mesmo sem nenhuma palavra dita, como afirma Eco (1989), “a moda fala” como o indivíduo se sente ou se identifica, é indiscutivelmente uma expressão da nossa identidade, estilo de vida e cultura. É essa característica que deve ser expandida para trazer à tona a cultura bragantina da marujada, com peças que “entreguem” uma história e represente, através de modelos criativos e modernos e de uma perspectiva inovadora, toda essa riqueza através do projeto de moda.

3.2 Sobre a Perspectiva do Sentir

Segundo Demir et. al (2019) apud. Tonetto (2011), o Design Emocional é uma área que visa a profissionalização do chamado “projetar para com intuito explícito de despertar ou evitar o despertar de determinadas emoções. E essas emoções, de acordo com Desmet (2007), é um mecanismo humano, que sinaliza alguma experiência, seja ela positiva ou negativa. Em termos de emoção, autores como Desmet (2007) a atribui o conceito de mecanismo humano, que sinaliza de alguma forma um sentimento positivo ou negativo no indivíduo. Assim, pensar o produto através de uma perspectiva emocional do Design, se torna algo muito importante, pois quando paramos para observar o comércio, existem diversos produtos disputando a atenção do consumidor, e este já não quer mais algo que simplesmente desenvolva sua função, mas que de certa forma crie uma relação consigo, que o produto seja capaz de por si

só, transmitir sua mensagem de forma positiva; isso é chamado de “desempenhar sua função simbólica, causando uma relação afetiva entre produto e usuário”. (Norman, 2004 apud. Tonetto, 2011). Dos diversos referenciais quanto o Design Emocional, tem-se Desmet (2012), autor que aborda a metodologia *Appraisal* (Figura 01), que em tradução literal seria o termo “avaliação”, a qual está relacionada em como o produto é avaliado pelo usuário sob influência de dois elementos, os estímulos que o usuário está exposto e a referência que ele se baseia para avaliar o produto.

Figura 1 – Appraisal



Fonte: AUTORES, 2019.

Em resumo, as experiências sempre estão passíveis de condições diversas e dinâmicas e da relação de opiniões de agentes externos aquele usuário. Se foi criada uma expectativa em função do produto, se ela foi atendida ou não, se foi percebida ou não por outros indivíduos, tudo colabora para a formação da experiência final e a emoção provocada no usuário. De acordo com Tonetto (2011), o designer precisa então estar atento a esses *appraisals*, através de pesquisas e observações do comportamento do usuário, entrevistas, questionários etc., para evitar ao máximo que gerem emoções negativas. Na Moda, percebe-se que um exemplo da forma de alcançar emoções positivas é promovendo estímulos de uma experiência com o vestuário a partir da diversidade de corpos, para que as pessoas possam ter identificações mais afins com sua aparência, evitando frustrações ao adquirir ou experimentar a peça. Jordan (1999) por sua vez, fala que para satisfazer de forma positiva o usuário, o produto deve suprir três necessidades básicas dele; a funcionalidade, a usabilidade e o prazer, sendo os dois primeiros já bastante difundidos como requisitos no Design. Dando ênfase ao terceiro ponto, para esta pesquisa, Jordan (2000, *apud* TONETTO, 2011) diz que os produtos devem atingir quatro níveis de prazeres no usuário, ou perto disso, para que seja tenha sucesso. Essa conceituação é mostrada no esquema a seguir (Figura 2):

Figura 2 – Os Quatro Prazeres



Fonte: AUTORES, 2019.

Todas essas abordagens sobre experiências e emoções ressaltam quanto o designer deve se atentar ao usuário antes mesmo do produto. Para melhor evidenciar o que foi explicado até aqui, facilitando a compreensão da utilização desses conceitos na minicoleção final deste projeto, foi criado um quadro de exemplo (Figura 3) para relacionar a moda e os conceitos abordados.

Figura 3 – Design Emocional na Moda

Design Emocional e a Moda						
Appraisal - Desmet (2002)			Os Prazeres - Jordan (2000)			
Emoção	Estímulo	Experiência	Fisiológico	Social	Ideológico	Psicológico
O sentimento que a nova sensação vestível.	Sentir conforto ou calor, só por olhar.	As resenhas de influenciadores digitais.	A estranheza que gera sensação de desconforto e repulsa.	O prazer de fazer parte de algo e mostrar a todos.	O prazer de representar o que acredita, ex. usar roupas veganas.	O prazer de quando os 'comprinhos' chegam.

Fonte: AUTORES, 2019.

Por último, apresenta-se brevemente as considerações de Norman (2004), onde afirma que para que o produto desperte emoções no usuário, este deve alcançar os três níveis de processamento da informação, cognitivamente falando. São eles:

Figura 4 – Design Emocional de Norman (2004)



Fonte: AUTORES, 2019.

Para finalizar esse tópico, o quadro abaixo (Quadro 2) apresenta as relações entre as abordagens apresentadas e os conceitos e/ou diretrizes que se pretende, de modo a melhor visualizá-las.

Quadro 2 – Quadro Relacional das Teorias

Jordan (2002)	Desmet (2002)	Norman (2009)
Teoria - Prazeres	Teoria – APPRAISALS	Teoria: Níveis de Comportamento
Aplicação na Coleção:		
<p>Prazer Fisiológico: Tecidos Leves e confortáveis considerando principalmente o clima da região</p> <p>Prazer Social: Promover relações com o público do evento e com a cultura local, permitindo que o usuário se sinta parte desse cenário e história.</p> <p>Prazer Psicológico: Percepção de peças fáceis de vestir e que tenham uma boa adaptação ao corpo promovendo uma satisfação com a peça e o corpo.</p> <p>Prazer Ideológico: Criar um laço entre os valores do usuário e os valores sociais e culturais do produto, por meio da representação nas estampas.</p>	<p>Emoção Pretendida: Apreciação Estética, Interesse, Alegria e Nostalgia.</p> <p>Experiência: Por meio da Modelagem, Cores e Estampa das Roupas</p> <p>Estímulos:</p> <p>Consistência do Motivo: Atender as funções básicas do vestuário e provocar Autoexpressão ou Expressão Social (DESMET, 2002).</p> <p>Prazer Intrínseco: Vestuário Confortável, relacionado ao prazer sensorial (DESMET, 2002).</p> <p>Conformidade com Padrões: Pretende-se que aja um reconhecimento prévio (DESMET, 2002) do vestuário tanto pela modelagem quanto pelas referências ao festejo.</p>	<p>A Nível Visceral: Promover encantamento e atração quanto a estética da roupa: Cores, Estampas e Modelagem Fluida.</p> <p>A Nível Comportamental: As peças serão fáceis de vestir e não necessitarão de grandes esforços que frustrem o usuário, bem como levam em consideração o clima da região.</p> <p>A Nível Reflexivo: Contempla-se esse estágio através das estampas que abordam parte da história e cultura da Marujada.</p>

Fonte: AUTORES, 2019.

4 A Marujada de Bragança

Datada de anos atrás, Carvalho (2010) conta brevemente que o início da Marujada ocorreu em 3 de Setembro de 1798, quando 14 escravos pediram aos seus senhores que permitissem que os mesmos organizassem a Irmandade da Marujada de São Benedito em Bragança e então, tendo os senhores permitido que o fizessem, os escravos foram às ruas de Bragança dançando em frente as casas dos seus senhores como forma de agradecimento, com danças coreográficas e música. Isso se repetiu ano após ano com novos agradecimentos, originando-se assim a Marujada, comportando o sagrado popular atrelado à festa de São Benedito.

Silva (1997, p. 98) define a Marujada como sendo “um componente sentimental, um sentido de rendição de graças (a recordar o ato dos senhores do século XVIII) também não é, e nem poderia ser, na prática simplesmente folclórica”. Isso ajuda a entender o porquê de tantas pessoas participarem dessa festividade há tantos anos, percebendo o sentimento que envolve o povo, seja pela fé ou simplesmente pelo prestígio à tradição. No mês de dezembro, entre os dias 18 e 26, ocorre a Festividade de São Benedito, evento no qual a Marujada está atrelada, que promove as mais diversas manifestações sociais, culturais e afetivas entre os devotos. Os personagens denominados como marujos, marujas, e as visitantes buscam lá renovar os laços e reunir-se com suas famílias e amigos, irmão e irmãs de fé enquanto reforçam sua identidade cultural e sua religiosidade. A festa está organizada da seguinte forma:

Figura 5 – Organograma da Festa



Fonte: CORREA, 2017.

Como mostrado no organograma (Figura 5), a festa é organizada em conjunto pela Igreja, a qual é responsável pelos ritos religiosos que ocorrem, a Irmandade da Marujada de São Benedito de Bragança (IMSBB), responsável pela parte cultural, onde entram as estruturas mais significativas e marcantes da Marujada, e pelo Poder Público, que dá suportes jurídico e financeiros para o acontecimento da festa. O festejo de São Benedito começa muito antes dos dias dedicados a ele em dezembro, dividindo-se em dois ciclos: o 1º no dia 01 de janeiro ocorre a Cerimônia de Entrega do Bastão aos novos juiz e juíza da festa; posteriormente, o 2º no mês de Abril, com as Comitivas de Esmoladores, pequeno grupo de pessoas que levam uma imagem de santo e instrumentos musicais, bandeiras que fazem o percurso com um conjunto de orações cantadas em latim, ladainhas em homenagem ao santo (SILVA, 2006). Sendo três no total, as comitivas saem em direção a determinadas áreas do município levando os rituais de reza e cânticos para as famílias que acolhem os Santos e as comitivas em suas casas com o objetivo de arrecadar donativos para o leilão tradicional da festa.

Já nos meses de Novembro e Dezembro elas retornam ao município de Bragança com uma procissão fluvial junto a comitiva do Santo da Praia que é a última a chegar à cidade. Antes das 5 horas da manhã do dia 18 de dezembro, fogos de artifícios são lançados saudando o início da festa; esse ritual é chamado de Alvorada e é o primeiro de muitos outros que ocorrem daí em diante até o dia 26, quando a festa tem seu encerramento. Dentre todos os rituais citados até aqui, a procissão do dia 26 de Dezembro é o ápice da festa de São Benedito, as 16h começam a surgir milhares de Marujos e Marujas de todos cantos da cidade, vestidos com seus trajes oficiais (vermelho), indo em direção ao largo de São Benedito, onde a procissão tem início (Figura 6).

Figura 6 – Concentração da Procissão



Fonte: IPHAN, 2020.

Na frente da procissão tem-se as Marujas organizadas em duas filas com as mãos dadas, como em um cordão, e no centro a Capitoa, Vice Capitoa e Juíza; elas são a “cabeça” da procissão. Ester Corrêa descreve o momento antes de sair a procissão como:

“Antes da saída da procissão, há a celebração da missa, e descrevo aqui como um instante especialmente emocionante, era um momento de gratidão, emocionada agradecia a São Benedito enquanto a voz dos esmoladores das comitivas que rezavam frente ao altar de São Benedito, acompanhados pelo som dos tambores, e evocavam uma força cosmológica com palavras que se quer existem na nossa língua”. (CORRÊA p. 64, 2016).

São milhares de pessoas que seguem pelas ruas da cidade, durante o percurso são feitas paradas para homenagens. No ano de 2019, mais de 100 mil pessoas fizeram esse trajeto de acordo com a SECOM (AGÊNCIA PARÁ, 2019), um verdadeiro “mar de gente”, como se observa na figura 7.

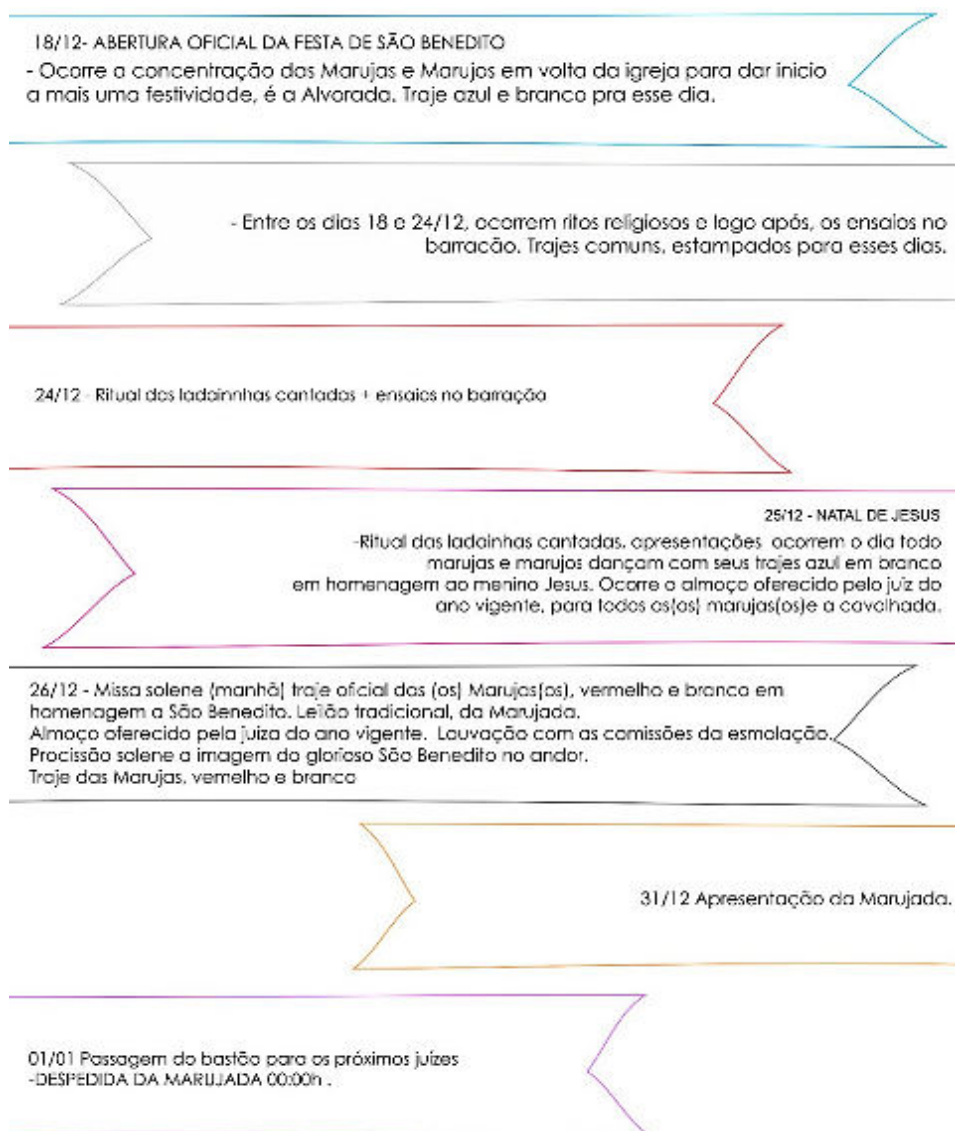
Figura 7 – Procissão Principal do Festejo



Fonte: IPHAN, 2020.

A procissão termina exatamente no mesmo lugar onde teve início, no largo de São Benedito, onde depois de algumas horas de caminhada é realizada uma missa campal. Em seguida, Marujas e Marujos se direcionam ao Museu, onde dançam até as 00:00h até a derrubada do mastro posto no início da festa. Ao soar da meia noite, com a derrubada do mastro, se encerra o festejo, e somente no dia 1 de Janeiro o ciclo se reinicia com a passagem do bastão aos novos juízes da festa e definição das comitativas que farão as visitas da esmolação novamente. Para resumir o festejo e tornar mais claro o entendimento de como ele acontece, tem abaixo um quadro informativo (Quadro 3) com os principais momentos da festa.

Quadro 3 – Quadro dos Principais Momentos da Marujada



Fonte: AUTORES, 2019.

No ano de 2009 teve-se um importante passo em direção à preservação da Marujada de São Benedito, sendo o festejo declarado patrimônio cultural e artístico do Estado do Pará, pela Lei Estadual n. 7.330, de 17 de novembro de 2009 (PARÁ, 2009). Essa classificação agrega à cidade e à cultura local grande valor no contexto nacional, e tem proteção do Estado, podendo receber auxílio dele através de projetos que garantem sua manutenção; mas é importante ressaltar que mesmo sendo juridicamente protegida, lembremos que sua preservação ainda depende da própria população, das Marujas e Marujos que repassam os costumes e os ritos dessa manifestação geração após geração, garantindo a perpetuação dela.

Sendo uma parte muito importante e famosa da festa de São Benedito, a Marujada que já acontece há pelo menos 220 anos, é um conjunto de danças em que a mulher (Maruja) tem papel de destaque, usando indumentárias especiais para ocasião, onde dançam com os marujos, como um ritual em que cada uma aguarda sua vez para entrar no salão. Corrêa (2016) complementa ainda que essa dança chega a possuir maior expressão cultural que a própria festa de São Benedito.

Na procissão pode-se perceber que as mulheres têm um papel de destaque, são elas as responsáveis pela organização e preparação da procissão da Marujada. Entre elas, a “capitoa” ou capitã (Figura 8), cargo ocupado pela maruja mais velha do grupo, que desfila carregando um bastão dourado simbolizando sua autoridade (SILVA, TORRES, 2018).

Figura 8 – Capitoas



Fonte: AUTORES, 2019

Silva (1997) define a dança das Marujas como uma forma de drama social, um momento de privilégio onde se é possível perceber como a devoção e o prazer se inserem dentro do catolicismo tradicional, onde pode-se notar as dimensões da festa; de um lado, o religioso onde se inserem o pagamento de promessa, a ida à igreja, a procissão; e por outro lado a dimensão “carnavalizante”, onde entram as brincadeiras, o riso, a comida e a bebida.

Existe toda uma hierarquia no ritual da marujada quanto espaço simbólico e heterogêneo que é, onde existem relações de poder e muita disciplina, onde a Capitoa tem o papel de controlar tudo desde os ensaios no barracão até os dias de danças oficiais. Temos então a Capitoa como principal autoridade dentro do ritual, cabendo a ela organizar e conduzir os ensaios, manter a disciplina do grupo e das atividades além de vistoriar os trajes que devem estar de acordo com as regras. O cargo de Capitoa é vitalício, sempre é ocupado pela Maruja mais velha. As Marujas são de grande importância, uma vez que sem elas, a dança não acontece. Os Marujos têm papel secundário em relação a elas, eles são responsáveis pelas tarefas como tocar os instrumentos e acompanhá-las. Por fim, tem-se os promesseiros (vestidos de Marujos e Marujas apenas para a procissão) que são transitórios, bem como os demais espectadores que acompanham a festividade (CORRÊA, 2018).

A partir de observações diretas feitas em visita à cidade durante o festejo, no dia 26 de dezembro de 2019, foi feita uma tabela (Quadro 4) para melhor compreensão das informações.

Quadro 4 - Esquema Básico do Diário de Campo

OBSERVAÇÕES FEITAS NA PESQUISA DE CAMPO (ASPECTOS: SOCIAL, ECONÔMICO, CULTURAL E DA MODA, NA MARUJADA)			
Econômico	Cultural	Social	Moda
<ul style="list-style-type: none"> A cidade passa a girar em torno do evento. Grande fluxo de pessoas fazem o comércio ficar mais movimentado em todos os setores, principalmente alimentício e turismo. Muitas lojas vendem produtos relacionados a Marujada principalmente lojas de artesanato, e vestuário. A praça fica movimentada com vendas de comidas típicas, brinquedos de parque e vendas de artesanatos e produtos referentes a festa. 	<ul style="list-style-type: none"> Mulheres promesseiras (marujas) e visitantes compõem, mas da metade dos participantes do evento ao que se pode observar, (porém não se tem dados específicos oficiais). A cidade vive a marujada, todos tem orgulho de ser uma festa que cresce a cada ano. A festa atrai pessoas de inúmeras cidades das redondezas 	<ul style="list-style-type: none"> A cidade ganha um aspecto de familiaridade já que e nessa época que as famílias se reúnem, e celebram a festa do santo preto. A cidade fica enfeitada de adornos que remetem ao festejo nas cores azul branco e vermelho, pinturas relacionadas a marujada enfeitam muros da cidade. Pessoas de todas as idades participam do festejo. Desde cedo aprendem sobre a cultura e são inseridos nela. 	<ul style="list-style-type: none"> Predomina o uso de calça jeans, camisetas de algodão, macacões, shorts, boddys, saias etc. Algumas não tão adequadas ao clima quente e úmido, mas já se naturalizaram na cultura. Algumas pessoas usam camisetas com aplicações artesanais como estampas e bordados relacionados ao evento.

Fonte: AUTORES, 2019.

De todas as coisas que a marujada traz em seu arcabouço simbólico, alguns elementos se destacam e carregam um peso maior no imaginário popular quando se fala em Marujada de Bragança; as fitas coloridas por exemplo, estão presentes em inúmeros festejos culturais e sempre fizeram parte da indumentária de alguma forma, seja no passado ou atualmente, unindo peças, atando uma à outra. Nas festividades como o Sairé, o Boi Bumbá, Folia de Reis, a Marujada Bragantina, entre outras (Figura 9).

Figura 9 - As fitas presentes nos festejos culturais.

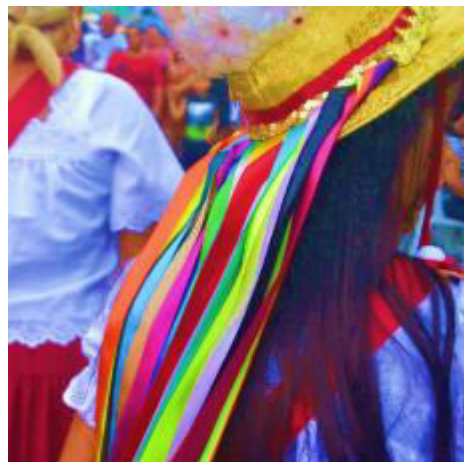


Fonte: AUTORES, 2019.

Na Marujada elas são um dos principais elementos da indumentária das marujas, ficando presas ao chapéu das mesmas. Elas carregam um significado importante da história da marujada, já apresentado anteriormente. São 14 fitas das mais diversas cores (Figura 10) e não há um documento ou estudo falando especificamente sobre elas, o que se pode encontrar nos artigos consultados, é que as fitas foram uma forma que os bragantinos devotos de São Benedito encontraram de homenagear e lembrar dos 14 escravos que iniciaram fundaram a Irmandade do Glorioso São Benedito de Bragança (IGSBB). As cores são de livre escolha, desde que seja colorido e que haja uma fita preta em meio as outras, sendo a representação do “Santo Preto”, São Benedito.

Fitas e/ou recortes coloridos de cetim ou outro material já são bastante vistos como elemento decorativo na moda e até outras categorias de produtos, e por vezes a forma delas dispostas no chapéu da Maruja faz remeter à lembrança de outros produtos e decorações, em ambientes e artesanatos por exemplo. Analisando de uma forma geral, sempre vem a lembrança de que esse aglomerado de faixas coloridas transmite ideia de movimento e uma estética que remete a alegria e festejo, chamando bastante atenção. Esse será um dos principais elementos trabalhados na coleção, as cores vibrantes, o movimento que as fitas promovem e a leveza como características que será pretendido alcançar nas peças.

Figura 10 - As Fitas



Fonte: AUTORES, 2019.

Um segundo elemento, o chapéu da maruja (Figura 11): é o centro das atenções no vestuário delas. Eles enfeitam não apenas as cabeças das mesmas, como também a cidade durante o trajeto da procissão nos dias 25 e 26 de dezembro. O chapéu já passou por várias adaptações até chegar ao formato que hoje é usado. Sua referência a cultura africana reforça as raízes históricas dos fundadores. Ele proporciona à Maruja que o usa uma autoafirmação, o auge da sua fé e devoção. Segundo Corrêa (2016), quando a maruja põe o chapéu, deixa de lado as mazelas da vida; muitas das marujas são pessoas humildes, que trabalham como arrumadeiras, lavadeiras, comerciantes etc, que normalmente nem são notadas pelas pessoas no dia a dia. Mas nestes dias, em que se enfeitam e colocam o traje de maruja e seu chapéu imponente, elas chamam a atenção para si, são vistas, fotografadas, elogiadas. Por isso pagam suas promessas com sorriso e algumas vezes até lágrimas nos, de emoção, ou agradecimento por ter alcançado algo que pediu a São Benedito.

Figura 11 - Chapéu de Maruja exposto no Museu



Fonte: AUTORES, 2019.

A título de criatividade e projeto, o chapéu apresenta características estéticas e simbólicas através da sua forma, o material volumoso, branco e dourado, e a imponência e feminilidade que representa.

As danças da marujada são um outro momento de festejar as graças alcançadas. Após as procissões, elas dançam com os marujos no museu da marujada (Figura 12), quando dançam as saias seguem seus movimentos, e quando todas estão juntas, o balançar delas lembra uma onda do mar, ou o vento que bate na copa das árvores, elas dançam em sincronia e harmonia, esse mesmo movimento se faz presente durante a procissão, um mar de gente, e saias vermelhas ou azuis, dependendo do dia, se destacam no meio da multidão. Aí outro elemento/situação que será utilizado como referência de conceito e estética para a coleção, representando principalmente o movimento, a composição das cores de todas juntas, e a harmonia do resultado quando visto e apreciado.

Figura 12 - A Dança no Museu da Marujada



Fonte: Danças Típicas¹

¹Disponível em <<https://www.dancastipicas.com/dancas/marujada-de-braganca/>> Acesso em 16 out 2020.

5 Resultados

Dentre os muitos elementos da Marujada, e das características e ritos que ela possui, algo que logo de imediato chamou atenção quando surgiu o interesse em pesquisar sobre o festejo quanto símbolo cultural, foi o nome dado a pessoa que exerce a função de “chefia” dentre os personagens do evento, a “Capitoa”. Mesmo que a autoridade dela seja apenas em relação aos rituais da Marujada, é algo muito importante, já que na maioria dos casos de outros festejos religiosos ou não, a mulher tem participação e destaque menor. Assim, o fato de a mulher ser uma das protagonistas desse ritual é algo que o torna singular e de grande importância social. Assim então foi escolhido esse termo como o tema da coleção, significando a representatividade feminina.

Apesar de não haver muitas informações sobre essa personagem, o que se tem a seguir é de forma resumida tudo o que foi encontrado sobre ela dentre os materiais consultados. O cargo de Capitoa é o de maior autoridade no âmbito da Marujada, quem comanda o ensejo e vistoria se tudo ocorre conforme planejado. É ela quem sai na frente com seu bastão de flores vestida a caráter e dá início a festa.

Então, após a apresentação da Marujada e da personagem de maior inspiração da coleção, para o desenvolvimento do projeto se fez necessário usar as metodologias de forma combinada, para alcançar melhor os objetivos deste projeto, como foi apresentado brevemente no início deste trabalho: metodologias de Treptow (2005) e (2013), Munari (2008) e Baxter (2005), de forma adaptada às necessidades do projeto, usando pontos estratégicos de cada. Para melhor explicar, construiu-se um quadro onde se apresenta um resumo da metodologia seguida na coleção. (Quadro 5)

Quadro 5 – Recorte de Metodologias e Resumo de Métodos aplicados na Coleção

ETAPAS DO PROJETO		OBJETIVO
FASE 1 PESQUISA	PROBLEMA/ TEMA DA COLEÇÃO	Com base em Munari (2008), aqui serão apresentadas as problemáticas que serão tema da coleção, bem como a definição da mesma.
	ANÁLISE DE CONCORRENTES	Verificação se alguma marca existente apresenta algo semelhante ao que se propõe na coleção. <small>Baxter (2005)</small>
	PESQUISA DE TENDÊNCIAS	Analisar as tendências atuais extraindo delas elementos pra serem usadas na coleção. <small>Tropeau (2005)</small>
FASE 2 DESIGN	CRIATIVIDADE	Uso das painéis imagéticos de Baxter (2005), onde serão expostos as referências visuais da temática, as quais serão usadas como elementos da coleção. <small>Baxter (2005)</small>
	PARÂMETROS DA COLEÇÃO	Classificação da coleção dentro dos parâmetros, básico, fashion e vanguarda. <small>Tropeau (2005)</small>
	DELIMITAÇÃO DA COLEÇÃO	Delimitação de quantos e quais são as peças da coleção. <small>Tropeau (2005)</small>
	BRAINSTORMING	Etapa que surge as primeiras ideias do que a coleção pode vir a ser. <small>Munari (2008)</small>
	ESBOÇOS DA COLEÇÃO	Etapa onde surgem os primeiros rascunhos de alternativas para a coleção. <small>Tropeau (2005)</small>
FASE 3 DESENVOLVIMENTO	ESTUDO DE MATERIAIS CARTELA DE CORES E AVIAMENTOS	Apresentação das cores, tecidos e aviamentos que serão usados na coleção. <small>Tropeau (2005)</small> <small>Munari (2008)</small>
	FICHA TÉCNICA	Descrição das peças da coleção, com detalhes e direcionamento para quem irá confeccionar. <small>Tropeau (2005)</small>
	SOLUÇÃO/APRESENTAÇÃO DA COLEÇÃO	Apresentação dos croquis e ilustrações finais da coleção.** <small>** Não foi possível produzir as principais da coleção neste projeto.</small> <small>Tropeau (2005)</small>

Fonte: AUTORES, 2020.

Com a finalidade de conhecer o público e compreender melhor algumas referências do local, a partir da percepção da comunidade, foi pensada em uma entrevista estruturada a ser realizada no local do festejo, porém, por conta da Pandemia da Covid-19 o material foi impossibilitado de ser aplicado, e buscou-se outras formas de obter as informações necessárias, como mais pesquisas através de referencial teórico, vídeos, leitura de entrevistas etc. Em seguida seria desenvolvido um segundo, já com imagens e referências mais fiéis sobre as peças da coleção, para validação e pesquisa de interesse do público, mas mais uma vez esta etapa foi inviabilizada. Logo, a partir da vivência de campo da autora, que pode acontecer antes dos decretos em função da pandemia, a pesquisa conseguiu seguir desenvolvimento e então apresenta-se aqui o resultado de todo estudo levantado para tal.

Levantar informações sobre o que já há no mercado é importante para conhecer pontos atrativos que cada um possui, que possam ser inspiração para a coleção Capitoas. Destacam-se como exemplo os principais pontos analisados como os relacionados às referências culturais nas estampas, todo simbolismo a que se remete, o conforto e fluidez dos recortes das peças e tecidos e o atrativo visual através de cores, texturas e figuras. Conectando com o Quadro 2

com os referenciais de Design Emocional, a seguir apresenta-se um novo quadro (Quadro 6) a partir dessa breve pesquisa de mercado, alguns valores e qualidades percebidos que serão referência para a coleção Capitoas.

Quadro 6 - Sensações e Emoções Pretendidas e Analisadas a partir da Pesquisa de Mercado.



Fonte: AUTORES, 2021.

Os painéis visuais de Baxter (2013) se dividem em três temáticas que servirão de norte para a criação das peças, ajudando a reunir informações visuais e textuais que orientam o conceito. São eles, o **Painel de Estilo de Vida** que representa os valores pessoais e sociais dos futuros consumidores, suas aspirações e práticas rotineiras; o **Painel de Expressão do Produto** que a partir do anterior, reflete a emoção que o produto transmite quando o consumidor o utiliza; e o **Painel de Tema Visual** que mostra características do produto quanto a sua imagem, suas características estéticas e toda a percepção visual que se vai ter.

No primeiro (Figura 13), buscou-se retratar referências ligadas ao público-alvo, a mulher; aquela que trabalha, que é mãe e cuida da casa, aquela que vai ao mercado, que ama suas origens e valoriza a própria cultura, todas essas mulheres “comuns” que todos os dias exercem inúmeros papéis; mas que quando chega a época do ano em que acontece a Marujada, festeja e agradece pelo seu ano, por suas conquistas e/ou por algo que ansiava muito e conseguiu. Neste dia ela quer participar da festa, a sua própria maneira, com ou sem os trajes oficiais, mas quer de alguma forma ser parte daquilo. Ela é ou pode se tornar uma mulher mais moderna, que se interessa por tendências, seguindo e reconhecendo seu próprio estilo e devendo priorizar o conforto em vários momentos da sua vida, afinal, na sua rotina corrida/trabalhosa ou durante a Marujada temos alguns quilômetros de caminhada pelas ruas estreitas de Bragança ao entardecer, na companhia de milhares de outras pessoas que estão ali prestigiando ou pagando promessa a São Benedito.

Trazendo para o lado do consumo, também é importante conhecer e projetar para esse público percebendo que é uma oportunidade de negócio, já que segundo Pinheiro Junior

(2016), a participação mais expressiva na Marujada são mulheres, de todas as idades; e pela experiência de campo da autora, percebe-se que realmente são os sujeitos que mais se envolvem tanto nos atos do festejo quanto no mercado que se cria ao redor.

Figura 13 - Paineis de Estilo de Vida



Fonte: AUTORES, 2021.

Em seguida, apresenta-se o Paineis de Expressão do Produto (Figura 14), baseado nas emoções que a coleção busca representar, fundado nos conceitos do Design Emocional abordado nesta pesquisa. Das muitas coisas que a Marujada transparece a quem visita, algumas delas são as riquezas de cores nas vestes das marujas e do povo em geral, o movimento que a multidão de fiéis juntos faz ao caminharem em sincronia, em fluxo, a alegria que emana do meio do povo durante o trajeto. Essas características, sensações, cores e movimento serão referenciados como norte nas peças da coleção, que exprimem o sentimento durante a participação e observação do evento, do público em geral e principalmente das Marujas e Marujos.

Figura 14 - Paineis Expressão do Produto



Fonte: AUTORES, 2021.

Por fim, o painel de Tema Visual (Figura 15), no qual se apresenta o que se espera da coleção, baseando-se no que mais se destacou acerca do tema. O estilo, as cores, os elementos, ideias e o conceito pretendido; características mais específicas que serão aplicadas e explicadas na etapa posterior.

Figura 15 - Painel de Tema Visual



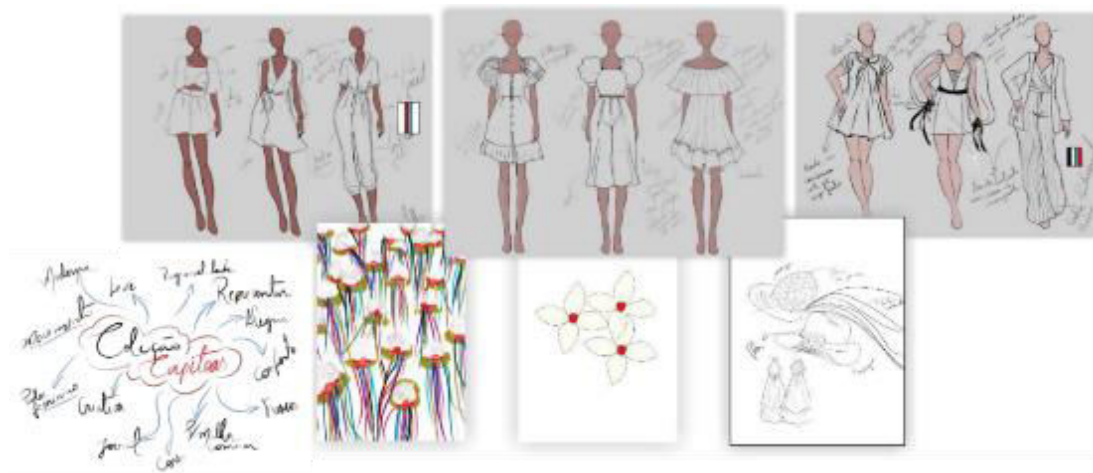
Fonte: AUTORES, 2021.

A coleção Capitoas veio de um olhar curioso sobre a festa que acontece nas margens do rio Caeté, onde um povo alegre anseia pelo mês de dezembro para “dançar marujada” em agradecimento por uma graça alcançada. Entre tantas tradições culturais e religiosas da região norte, essa chamou atenção motivando o desenvolvimento desta pesquisa e projeto.

São milhares de jovens, idosos, crianças; um mar de gente onde no meio destacam-se as cores vermelho, azul e branco dos sujeitos ditos Marujos de São Benedito, que garantem a perpetuação de uma tradição que é patrimônio cultural imaterial do Brasil. E ali também se destacam as mulheres: enfeitadas, cheirosas e alegres, com pés descalços humildes, devotas, com seus chapéus de penas enfeitados em dourado com fitas coloridas que dançam com o vento que sopra do rio Caeté. A frente delas, com um bastão enfeitado empunhado na mão, a Capitoa, respeitada e admirada pelas demais marujas; ela dita as regras, inicia as danças e é o maior destaque dessa representação cultural.

E nesse movimento de história, cultura e sujeitos se dá todo cenário em que foi espelhada esta coleção, desde cada detalhe e parte da pesquisa até a concepção visual final das peças de vestuário. Apresenta-se abaixo parte da construção do conceito e peças (Figura 16 e Figura 17), e as ilustrações dos modelos escolhidos para representar a coleção (Figura 18).

Figura 16 – Brainstorming e Esboços



Fonte: AUTORES, 2021.

Figura 17 – Paleta de Cores da Coleção



RGB 254, 254, 254 HSV 0, 0, 100 CMYK 0, 0, 0, 0 LAB 100, 0, 0 Branco marujo	RGB 55, 52, 53 HSV 340, 5, 22 CMYK 0, 5, 4, 78 LAB 22, 2, 0 Santo Preto	RGB 102, 146, 218 HSV 217, 53, 85 CMYK 53, 33, 0, 15 LAB 60, 5, -41 Azul do Menino Jesus	RGB 254, 254, 247 HSV 60, 3, 100 CMYK 0, 0, 3, 0 LAB 99, -1, 3 Flores de penas	RGB 211, 33, 29 HSV 1, 86, 83 CMYK 0, 84, 86, 17 LAB 46, 65, 49 Vermelho Capitão
---	---	--	--	--

Fonte: AUTORES, 2021.

Figura 18- Croqui do Conjunto C1P1



Fonte: AUTORES, 2021.

O conjunto traz como elemento principal o detalhe das mangas com a estampa “Flores de Penas” que remete as plumas do chapéu da Maruja que formam pequenas flores com botão vermelho. Usando a modelagem de uma manga bufante fazendo alusão ao topo do chapéu, bem como os detalhes em dourado com tiras vermelhas e azuis, que representam a base e as fitas do chapéu. A seguir (Figura 19), a mesma peça em uma ilustração feita para simular um ensaio real.

Figura 19 - Ilustração/Ensaio da Peça C1P1



Fonte: AUTORES, 2021.

A segunda peça é um macacão de comprimento midi (Figura 20), com modelagem assimétrica. Buscando remeter ao movimento, leveza e fluidez com que as marujas desfilam e dançam no festejo.

Figura 20 - Croqui do Macacão M1M1

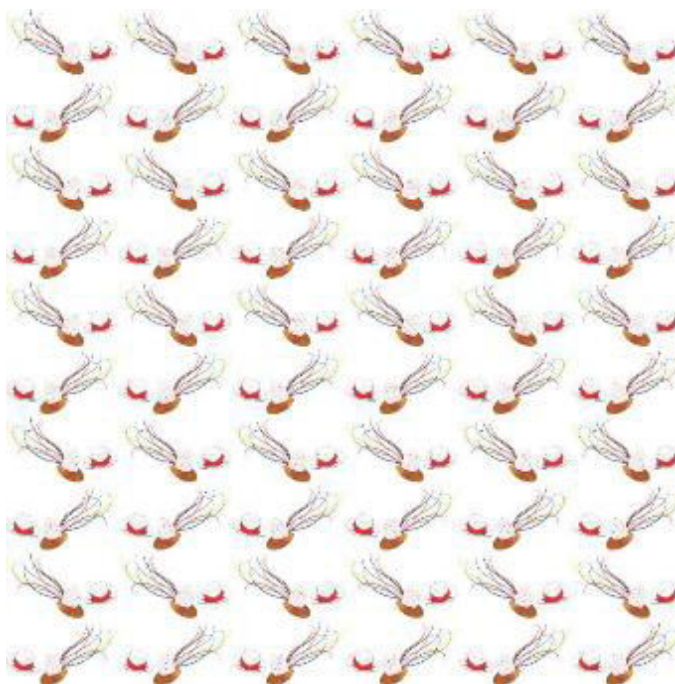


Fonte: AUTORES, 2021.

Nesta peça também temos o elemento escolhido para representar a Marujada, a estampa criada e nomeada Dança dos Chapéus, associando o tecido leve e fluído e somando com as características e referências citadas acima. Apresenta-se na Figura 21 a peça ilustrada em forma de ensaio.

Figura 21 - Ilustração/Ensaio da Peça M1M1 e Estampa





Fonte: AUTORES, 2021.

A terceira peça é um vestido “2 em 1”, que traz o conceito das saias vermelhas das Marujas, cheio de movimento que é garantido pelo tecido leve e ao mesmo tempo encorpado, aliado a modelagem da saia godê tanto no vestido quanto no babado ombro a ombro que pode ou não ser usado junto com a peça (Figura 22). A Figura 23 apresenta a peça em um ensaio representado de forma ilustrada.

Figura 22- Croqui da Peça V1T1



Fonte: AUTORES, 2021.

Figura 23 - Ilustração/Ensaio da peça V1T1



Fonte: AUTORES, 2021.

Por fim, em cada proposta de peça e look o objetivo foi tornar possível, através do Design e Moda, as referências culturais do festejo da Marujada através de roupas que expressassem qualidades e características alinhadas tanto ao festejo em si quanto as delimitações citadas a partir do Design Emocional, como conforto, leveza, movimento e fluidez, além do apelo simbólico. Dos traços históricos e tradições da festa que ocorre na região bragantina para novas possibilidades de se ver e apreciar a carga cultural da Marujada, buscando também representar a alegria, leveza e beleza da mulher que carrega no corpo os traços dessa história e cultura, traz-se numa perspectiva mais moderna e ousada esta coleção.

6 Considerações Finais

Uma cidade pequena e charmosa, com suas ruas estreitas e sua arquitetura colonial ainda preservada, praia e um imenso manguezal, que além desses e outros atrativos, é território da tradicional Festa de São Benedito – mais conhecido pela Marujada, o ritual principal da festa e que atrai todos os anos milhares de pessoas para a pequena cidade. Sendo um festejo onde há danças com passos coreografados que são passados de geração em geração, e diversos ensinamentos traduzidos além da dança, pela música, orações, homenagens e rituais, a

marujada proporciona uma gama de emoções a quem participa e encanta pelas cores e pela forma como tudo acontece. A festa, além de bonita, movimenta a economia local, o turismo e proporciona uma experiência cultural que fica marcada em quem a visita. Ver nesse cenário uma oportunidade de negócio e valorização cultural do festejo, e social em relação a cidade, foram pontos valiosos na escolha da Marujada como objeto de estudo, utilizando como meio de comunicação desses valores e referenciais, o vestuário. É sobre sentir na pele tanto as emoções vividas quanto as roupas que vestem.

A festa, apesar de bicentenária, não é muito conhecida além da população local; e assim surgiu a ideia de criar uma coleção de moda inspirada nessa manifestação cultural. A coleção denominada Capitoas veio com o objetivo de ser mais um meio de representar e apresentar a Marujada, além de homenagear o festejo, assim contribuindo para que outras pessoas tenham acesso a esse recorte cultural por meio do contato com as peças. Também se buscou dar uma outra perspectiva ao vestuário padrão comercial utilizado como propaganda e/ou lembrança de festejos e manifestações do tipo, valorizando as referências visuais e simbólicas promovendo uma experiência nova e ousada, através da moda, à comunicação visual da Marujada e disseminação da sua história. O projeto pretendido objetivou ser mais atrativo e perdurar tempos mais com o público que busca cativar, as mulheres.

As peças desenvolvidas carregam significados relacionados a Marujada através dos elementos e características da festa representados nas estampas e modelagem, levando-se em consideração aspectos físicos, como o conforto, já que são peças pensadas para o clima da região, além de aspectos emocionais, cujo valor simbólico tem grande importância. O uso de princípios como o Design Emocional foi de grande importância para o desenvolvimento da coleção, bem como as metodologias de produto e de moda que permitiram o desenvolvimento da coleção.

Referências

- AGÊNCIA PARÁ. Visitantes Marujada 2019. Disponível em:<<https://agenciapara.com.br/noticia/17107/>>Acesso em 30 mar.2020.
- ALENCAR, L.F. (Des)Silenciando os Rastros da Marujada de São Benedito em Crônicas da Revista Bragança Ilustrada. Nova Revista Amazônica, v.1, nº1, 2013, p.48-67. Disponível em:<<https://novarevistaamazonica.files.wordpress.com/2014/01/larissafontineledealencar.pdf>> Acesso em 08 abr 2020.
- BARNARD, M. Moda e Comunicação. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.
- BAUMAN, Z. Ensaio sobre o Conceito de Cultura. São Paulo: Zahar, 2012.
- BAXTER, M. R. Projeto de Produto: Guia Prático para o Design de Novos Produtos. 2. ed. São Paulo: Editora Blücher, 2005.
- CALDAS, D. Universo da Moda, São Paulo: Anhembi Morumbi, 1999.
- CARVALHO, G. M.O. A Festa do Santo Preto: Tradição e Percepção da Marujada Bragantina. 2010. Disponível em <http://repositorio.unb.br/bitstream/10482/7940/1/2010_GiseleMariadeOliveiraCarvalho.pdf> Acesso em 06 abr. 2020.
- CIDREIRA, R. P. A Moda como Expressão Cultural e Pessoal. Dossiê Temático, v. 3, n. 3, p. 227-24, 2010. Disponível em <http://www1.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistaiara/wpcontent/uploads/2015/01/IARA_vol3_

n3_Completa_2010.pdf#page=230> Acesso em: 19 nov. 2019.

CORRÊA, E. P. 2016. Ser Maruja de São Benedito: Identidade e Ritual na Marujada de Bragança-Pa. Projeto de Qualificação de Mestrado. Programa de Pós Graduação em Antropologia. Universidade Federal do Pará. Belém.

_____. 2015. Pérolas do Caeté: A Dança das Marujas de São Benedito de Bragança-Pa. Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de PósGraduação em Linguagens e Saberes na Amazônia da Universidade Federal do Pará. Disponível em <<http://ppga.propesp.ufpa.br/ARQUIVOS/disserta%C3%A7%C3%B5es2017/2017%20-%20Ester%20Disserta%C3%A7%C3%A3o%20de%20Mestrado%20%20vers%C3%A3o%20Final.pdf>> Acesso em 02 abr. 2020.

_____; ALENCAR, E. F. Rito e Devoção entre as Mulheres Marujas na Festa de São Benedito, Bragança-PA. 2015. Disponível em <http://eventos.livera.com.br/trabalho/98-1020815_20_06_2015_21-0514_3358.PDF> Acesso em 06 abr. 2020.

_____. A Dança das Marujas de São Benedito em Bragança-PA. Amazônica-Revista de Antropologia, v. 9, n. 2, p. 858-870, 2017.

DESMET, P. Designing emotions. Delft, The Netherlands. Tese de Doutorado. Delft University of Technology, 225 p. 2002.

_____.Nine Sources of Product Emotion. IASDR07: International Association of Societies of Design Research. Hong Kong, 2007.

_____.Faces of Product Pleasure: 25 Positive Emotions in Human-Product Interactions. International Journal of Design, vol. 6, n. 2, p. 1-29, 2012.

DENZIN, N. K.; LINCOLN, Y. S. Introdução: a disciplina e a prática da pesquisa qualitativa. In: O planejamento da pesquisa qualitativa: teorias e abordagens. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2006.

EAGLETON, T. A Idéia de Cultura. São Paulo: Editora Unesp. 2005.

ECO, H. Psicologia do vestir. 3.ed. Lisboa: Assirio e Alvim, 1989.

GIL, A. C. Como Elaborar Projetos de Pesquisa. São Paulo: Editora Atlas S.A., 2002.

IIDA, I. Ergonomia: projeto e produção. São Paulo: 2005.

IBGE, Cidades. Disponível em <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pa/braganca/panorama>> Acesso em 17 out. 2019.

IPHAN, Patrimônio Imaterial. Disponível em <<http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/234>> Acesso em 22 mar. 2020.

JORDAN, P. Pleasure with products: Human factors for body, mind and soul. In: W.S. GREEN; P.W. JORDAN (eds.), Human factors in product design: Current practice and future trends. p.206-217. London: Taylor & Francis, 1999.

_____. Designing pleasurable products. 224 p.London: Taylor & Francis, 2000.

LIPOVETSKY, G. O Império do Efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

MARCONI, M. A; LAKATOS, E. V. Metodologia científica. São Paulo: Editora Atlas, 2004.

MARIA, L.; CORTEZ, F. MARDOCK, A. 2012. Beneditos (documentário). Belém: Cultura rede de comunicação, 52 min. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=IHRV91wyuN8>> Acesso em 03 abr. 2020.

MUNARI, B. Das coisas nascem coisas. Tradução José Manoel de Vasconcelos. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

NORMAN, D. Emotional design: Why we love (or hate) everyday things. New York: Basic Books, 2004.

PARÁ. Lei n. 7.330, de 17 de novembro de 2009. Declara como patrimônio cultural e artístico do estado do Pará a Marujada, e dá outras providências. Diário Oficial da União, n. 31.548. Acesso em 17 Out. 2019.

SILVA, A.M.B.; TORRES, I.C. A MARUJADA DE SÃO BENEDITO: O PROTAGONISMO DA MULHER NAS MANIFESTAÇÕES CULTURAIS NA AMAZÔNIA. In: XIX Conferência Brasileira de Folkcomunicação - Parintins - Amazonas, 2018. Disponível em: <<https://www.doity.com.br/anais/folkcom2018/trabalho/51876>> Acesso em 05 abr. 2020.

SILVA, D.; et al. Os Donos de São Benedito: convenções e rebeldias na luta entre o catolicismo tradicional e devocional na cultura de Bragança, século XX. 2006. Disponível em <<http://pphist.propesp.ufpa.br/ARQUIVOS/dissertacoes/Ms%202004%20D%C3%81RIO%20BENEDITO%20RODRIGUES%20NONATO%20DA%20SILVA.pdf>> Acesso em 04 abr. 2020

SILVA, D.B. Os Tambores da Esperança: Um estudo sobre cultura, religião, simbolismo e ritual na festa de São Benedito da cidade de Bragança. Belém: Falangola, 1997.

_____. 2005. Estatuto Social da Irmandade da Marujada de São Benedito de Bragança.

_____. 1985. Estatuto da Irmandade da Marujada de São Benedito de Bragança.

TONETTO, L.M.; COSTA, X.; CAMPELO, F. Design Emocional: Conceitos, Abordagens e Perspectivas de Pesquisa. Strategic Design Research Journal, v.4, n. 3, 2011.

TREPTOW, D. Inventando Moda: Planejamento de Coleção. 3. ed. Brusque: D.Treptow, 2005.