

PROFECIA DE ISAÍAS APLICADAS A MODA: OLHOS SEM VOZ

Érika Marinari Jaime ¹

Eliecília F. Martins²

Meire Oliveira Santos³

Luciene Moreira de Siqueira⁴

RESUMO

Desenvolvimento e análise de coleção de moda no segmento do vestuário feminino, a partir da temática “Profecias”, especificamente “Profecia de Isaías e Cavaleiros do apocalipse”. Objetivou-se a concepção de produtos voltados para transmitir conceitos, tendo como base as funções ergonômicas, centrando-se na estética. Fundamentou-se metodologicamente nas técnicas projetuais do design, realizando estudos sobre cores, custos, geração de alternativas, expressões gráficas e protótipos. O primeiro bloco representa *aquele que tem ouvidos, mas não ouve*, assim utilizou-se de redundância e irregularidade nas estampas com motivos de bocas costuradas; o segundo bloco ignorando o que se pode ver (*têm olhos, mas não vêem*) usou inúmeros recortes e aplicações de semicírculo, trazendo fragmentação e irregularidade; o terceiro bloco aborda a consequência da falta de fé, trazendo a destruição com os cavaleiros do apocalipse, usando assim a assimetria nos recortes, desarmonia e aleatoriedade, além dos maxi-bolsos carregados de complexidade e profusão nos franzidos. Toda a coleção é trabalhada com desordem, repetição, sobreposições, levando o leitor a analisar e a refletir a dimensão profética do apocalipse.

Palavras-chave: Profecia, apocalipse, escuridão, moda.

¹ Graduada em Design de Moda pela Universidade Salgado de Oliveira (UNIVERSO/Goiânia)

² Licenciada e Bacharel em Química, Licenciada em Informática, Especialista em Ensino de Ciências, Mestre em Química - UFG, Especialista em Docência Universitária (UNIVERSO);

³ Bacharel em Design de Moda – UFG, Especialista em Design de Joias – UEMG e em Docência Universitária pela Universo Goiânia

⁴ Graduada em Design de moda pela Universidade Federal de Goiás, especialização em Docência Universitária pela UNIVERSO Goiânia e em Moda e Comunicação pela Anhembí Morumbi.

INTRODUÇÃO

O presente artigo trata-se de um projeto de coleção, que se apropria de passagens bíblicas sobre profecias e as introduz na linguagem de moda, com base na teoria da percepção e psicologia da forma, a Gestalt. Os elementos visuais são analisados, como formas, texturas, materiais, cores, volumes e em relação aos elementos intelectuais, como organização das imagens e sensações que as roupas provocam.

Moda e identidade sempre caminharam juntas - A moda conceitual é muito mais para fazer o espectador - e consumidor de moda - pensar e refletir. O conceito pode parecer contraditório quando nos deparamos com a moda comercial, feita para ser apreciada e consumida “*right now*”, influenciadas pelas tendências e modismos das celebridades. No lado comercial da moda, não é apenas a produção em série que toma conta das araras. Além do objetivo mercadológico, a aposta também está na personalização das peças. Apesar dos distintos objetivos da moda conceitual ou comercial, ambas constituem uma nova relação entre o consumidor (seja aquele que compra ou o que aprecia) e a roupa. (FRANÇA, 2010).

A moda conceitual faz parte do tema escolhido - a Profecia de Isaías e Os cavaleiros do apocalipse - buscando sempre agregar, à vestimenta produzida, uma linguagem estética e simbólica, facilitando ao usuário ou leitor de moda, interpretar e perceber a linguagem não-verbal da roupa.

Segundo Barnard (1999, p.97), “[...] Moda, indumentária e vestuário não são apenas formas pelos quais os indivíduos se comunicam, pois através dessa comunicação se constituem com grupos sociais”. As roupas também contribuem para esse processo o qual abordamos sob uma perspectiva da semiologia, caracterizando-se como uma forma de comunicação do tipo não-verbal, como já falado anteriormente.

Metodologicamente esse estudo se fundamenta em pesquisa bibliográfica, estudo de materiais, análise sígnica das passagens bíblicas, construção de conceitos dentro da vestimenta, abordado como meio de comunicação, através do processo de estamparia, embasado nas funções ergonômicas e estéticas. Cabe ressaltar que, na trajetória da pesquisa, observou-se que o processo de design se divide em quatro grandes etapas, sendo corroboradas por Löbach (2001), o qual sintetiza o processo de *design*, relacionando-o com o processo de resolução de

problemas e o processo criativo, em quatro iniciativas essenciais: definir claramente o problema (preparação); reunir informações sobre o problema, analisá-las e relacioná-las criativamente entre si (geração); criar alternativas de soluções para o problema, julgando-as segundo critérios estabelecidos (avaliação); desenvolver a alternativa mais adequada, concretizando-a (realização).

Segundo Ismério (2010), o mundo atual é cada vez mais formado por imagens, as quais são consumidas diariamente como uma forma de linguagem representativa de nossa identidade cultural, e assim a simbologia impregnada no tema “*profecias*” é tão relevante na cultura da sociedade.

O problema estudado refere-se à concepção de roupas que representem, numa arquitetura estética e conceitual, o universo presente na profecia de Isaías, no simbolismo de cada termo utilizado para explicar essa profecia, buscando ainda, exemplificar a utilização da linguagem visual no sistema moda e a linguagem sónica e simbólica, a partir das idéias de Dondis (1999) na perspectiva da forma e do significado.

SÍMBOLOS E PROFECIAS: UMA LEITURA SOBRE O APOCALIPSE

Simbologia é a ciência que estuda a origem, a interpretação e a arte de criar símbolos. Todas as sociedades humanas possuem símbolos que expressam mitos, crenças, fatos, situações ou idéias, sendo umas das formas de representação da realidade. A humanidade criou uma série de símbolos, que através do princípio de analogia, representa ou substitui a crença ou rituais; por meio da simbologia mística é possível evocar os seres espirituais.

Os símbolos foram criados pela necessidade de nos comunicarmos. Criamos um meio de com uma simples figura possamos resgatar em nossa consciência uma quantidade muito grande de informações. Como uma chave que abre um baú cheio de pergaminhos. Os seres humanos usam símbolos há muito tempo, provavelmente os símbolos surgiram junto com os primeiros hominídeos a pisar na terra. Um pequeno símbolo, que comunicou muito de forma mais eficiente do que se tivéssemos lido todas as informações em um jornal. (CARVALHO, 2009)

O mundo atual é, cada vez mais, formado por imagens, as quais são consumidas diariamente como uma forma de linguagem representativa de nossa identidade cultural. Vivemos numa época onde cada vez mais as imagens são

predominantes no dia-a-dia tanto na mídia televisiva, nos filmes, jornais e revistas (que trazem muito mais imagens do que produção literária). Convivemos, absorvemos e produzimos imagens, pois estas são os símbolos e mitos que criamos para codificar o nosso mundo. (ISMÉRIO, 2010).

A comunicação pode ser compreendida, resumidamente, como um processo em que um indivíduo envia uma mensagem a um receptor. Sendo assim, a roupa é um canal por meio do qual a pessoa pode expressar essa mensagem. Quem usa determinada vestimenta informa algo a alguém com intenção de causar algum impacto sobre o receptor. Essa constatação é facilmente percebida no ato da escolha do que vestir, presente no dia-a-dia das pessoas. Essa escolha depende de uma série de variáveis como humor, local aonde a pessoa vai e com quem ela vai ser encontrar. A busca por individualização, pode ser conquistada por meio da contribuição da moda. “O que as pessoas vestem pode ser usado para expressar parte dessa individualidade, essa diferença dos outros e dos outros grupos dentro da sociedade” (BARNARD, 1996, p.29).

Os símbolos não possuem um sentido único, pré-determinado, mas múltiplo, bipolar e também são compostos de um forte teor educativo. Desenvolve-se dentro do imaginário, agindo como parte do mundo humano dos sentidos, portanto é abstrato e quando passa para o plano físico, sendo representado através de desenhos, pinturas ou estátuas, torna-se concreto transformando-se em signo.

A sociedade pós-moderna informacional é marcada pela dicotomia das relações e símbolos do inconsciente individual e coletivo. As pessoas lutam pela a satisfação individual, mas ao mesmo tempo querem a aceitação dos grupos sociais. Num momento o coletivo torna-se absorvido pelo individualismo, em outros o individual vira coletivo. Assim é o "ir e vir" das releituras na sociedade pós-moderna, que em última análise forma um caleidoscópio com os símbolos e representações das práticas sociais e culturais. (ISMÉRIO, 2010)

Uma profecia é um relato simbólico, muitas vezes com conotação religiosa, no qual se prevê acontecimentos futuros.

A previsão profética pode surgir por visões, sonhos ou até mesmo encontros com um ser sobrenatural, sendo muitas vezes considerados como mensagens divinas. Aqueles que obtêm as revelações são, muitas vezes, chamados de profetas.

Para aqueles que acreditam, a profecia bíblica é a história escrita antes que aconteça, ela parte do próprio Deus, que tem uma visão das eras e as estabeleceu

em seu plano divino. O apóstolo Pedro escreve: "Porque não vos demos a conhecer o poder e a vinda de nosso Senhor Jesus Cristo seguindo fábulas engenhosamente inventadas, mas nós mesmos fomos testemunhas oculares da sua majestade" (2 PE 1.16)

Este trabalho volta-se para uma profecia bíblica, sendo assim conceituada, a profecia de Isaías, dos que não vê e não ouve tendo por conseqüência os quatro cavaleiros do apocalipse. "Porque vendo, eles não vêem, e, ouvindo, não ouvem nem entendem. Neles se cumpre a profecia de Isaías: Ainda que estejam sempre ouvindo, vocês nunca entenderão; ainda que estejam sempre vendo, jamais perceberão. Pois o coração desse povo se tornou insensível, de má vontade, ouviram com seus ouvidos, e fecharam seus olhos. Se assim não fosse, poderiam ver com os olhos, ouvir com os ouvidos, entender com o coração e converter-se, e eu os curaria" Mateus 13:13-15

Os Quatro Cavaleiros de Revelação são personagens descritos na terceira visão profética do Apóstolo João no livro bíblico de Revelação ou Apocalipse. São geralmente representados pelos símbolos relacionados na narrativa: Falso, Guerra, Fome e Morte, embora somente o cavaleiro da morte seja identificado por nome. Como em outros livros de profetas bíblicos como Isaías, Daniel e Ezequiel aspectos da narrativa como local, tempo, quantidade, personagens envolvidos e referências são vistos de forma simbólica e muitas vezes interpretados de maneira relacionada a outras passagens bíblicas e acontecimentos passados ou atuais. Cavalos e cavaleiros em muitas culturas o cavalo é símbolo de impetuosidade e impulsividade relacionadas com os desejos humanos além de ser associado com água e fogo por serem muitas vezes incontroláveis. Também é tido como a relação com o divino servindo de guia de almas, sendo muitas vezes enterrados junto com seus donos. Exprime também vigor e virilidade por vezes simbolizando a juventude.

No contexto histórico principalmente nos campos de batalha o cavalo, era treinado muitas vezes para matar soldados com suas patas ou sua boca, portanto nessa narrativa esses cavalos e seus cavaleiros podem representar (e muitas interpretações os descrevem assim) uma cavalgada com toques de guerra trazendo suas conseqüências por onde passam.

As cores dos cavalos dizem muito dos respectivos cavaleiros como o Branco que remete a pureza, santidade, régio, ilusão; o vermelho que é sangue, assassinato,

guerra; o marrom traz obscuridade, peste, maldição; o descorado (verde-água ou baio) - corpo em decomposição repulsa.

A Ordem em que são chamados revela uma sucessão progressiva, pois eles não são chamados ao mesmo tempo, levando muitos a associar essa visão com acontecimentos do início do século 20, chegando à conclusão que o final das "Setenta Semanas" seria 1914, o primeiro cavaleiro Jesus Cristo e os outros cavaleiros sinais de sua presença. (Mateus 24:3, 21)

E tem as suas características individuais, a Peste, diz a Bíblia que ele virá e será seguido por muitos, onde o profeta reúne seu rebanho e segue após ser coroado, travando batalhas contra seus inimigos (pregando); a Guerra acredita-se que o mesmo representa os flagelos, os meios pelos quais Deus castigaria e oprimiria os adoradores da besta e do falso profeta; a Fome traz o colapso econômico e a fome, pois a balança seria símbolo dos alimentos racionados e dos preços exorbitantes; a Morte vem com a privação do plano terrestre, sendo ele o último cavaleiro. A tradição popular perpetuou a idéia de que este último animal seria uma égua esquelética e não um cavalo. A citação do Inferno que a acompanha é, tradicionalmente, representada pelo Leviatã a engolir as vítimas, destinadas à morte eterna.

METODOLOGIA

Conceberam-se vestimentas de moda feminina para uma faixa etária de 15 a 40 anos, trazendo inovações de estampas e recortes, de materiais fluidos e leves, trabalhando um mix de cores variado, com um diferencial na modelagem ampla e confortável e na forma da construção da estampa.

Desenvolveram-se estudos perceptivos através de análise textual da simbologia em contato com o homem e as escrituras bíblicas no livro de Mateus e Apocalipse. Segundo Marco Carvalho (2010), os símbolos foram criados pela necessidade de nos comunicarmos, criamos um meio de com uma simples figura possamos resgatar em nossa consciência uma quantidade muito grande de informações. A partir da análise e compreensão dos textos bíblicos e fazendo um paralelo entre a realidade e a literatura, pode decodificar o que os profetas queriam passar para nossa estrutura hoje, onde e como se aplicaria as passagens escritas há séculos atrás. Abstraiu-se que através da percepção do leitor é possível entender

de variadas formas e juntando a simbologia pode-se passar algo mais concreto para o leitor, utilizando a teoria da percepção e psicologia da forma, a Gestalt. De acordo com Gomes Filho (2006), para a apreensão rápida do sistema e a maior facilidade para a leitura visual da forma do objeto deve-se seguir as leis da Gestalt, para depois procurar na leitura do objeto os conceitos que mais se aproximem ou coincidam com as diversas definições das diversas categorias conceituais para a realização da análise da estrutura perceptiva do objeto. Esta é uma leitura continuada, porém mais detalhada e completa da organização visual do objeto.

Após uma pesquisa detalhada de cores, estampas, modelagens, baseados na marca de referência, a Cantão, foram criados vinte *looks* divididos em três blocos, carregados de fluidez e leveza, proporcionando ao usuário, conforto e bem estar. Foram construídos dois *looks* no âmbito conceitual e comercial, esses, foram estruturados nas profecias de Isaías e nos cavaleiros do apocalipse, dando destaque ao processo de estamparia, com motivos de boca costurada, de cavalinhos, de olhos fechados, sempre com muita profusão e complexidade visual.

Os aviamentos são funcionais não aparentes, como zíperes e colchetes. Nas peças não há estruturação, a cintura é deslocada e as formas oversized. Os tecidos que compõem os *looks* são naturais, cambraia de algodão, triline acetinada, sarja, seda gaze, crepe sanjan e seda pura.

RESULTADOS

Para o Inverno, a coleção retrata a conscientização do fim do mundo. A coleção inspirada em profecias bíblicas, cujos profetas deixaram previsões que o mundo acabaria com pragas trazidas pelos cavaleiros do apocalipse.

Das profecias foram abstraídos alguns conceitos:

- Escuridão: é a ausência de luz, na cultura, nas artes e na ficção, as trevas são consideradas energias malignas, ou o domínio de onde o mal vem.
- Desamor: Carência de amor; desafeição; desprezo, crueldade rancor.
- Destruição: é o ato de se destruir de forma deliberada a fim de dar outro destino ao espaço antes ocupado por ela. Traz consigo a tristeza e certo temor.

- Guerra: é um confronto sujeito a interesses da disputa entre dois ou mais grupos distintos de indivíduos mais ou menos organizados, utilizando-se de armas para tentar derrotar o adversário.
- Caos: destruição bagunça sujeira.
- Quebra-cabeça: partes em pedaços, falta de sentido.
- Surdez: voz ecoando, boca costurada, solidão.

A figura 01 mostra o painel da identidade da coleção.

Figura 01- Painel de identidade da coleção



Composição: Èrika Marinari

As linhas soltas e formas oversized, garantem a liberdade de movimento, embora, as silhuetas sejam de cintura deslocada e em *linha A*, o contraste de estampas, o múltiplos babados em desconexo, as sobreposições e repetições, abstrai-se a dureza da falta de fé e do fim dos tempos. O mix de produtos é bem característico da identidade da marca de referência, contendo vestidos amplos, curtos e longos, bottons com modelagem sarouel, blusas com recortes e tecidos leves com toque de seda, como *Seda Gaze*, *Crepe Sanjan* e *Viscoseda*.

O primeiro bloco “A voz que ecoa”, representa a surdez do povo que não ouve os mandamentos vindos do céu (tem ouvidos, mas não ouvem), remete elementos como, repetição e volume nos babados, redundância nas estampas de boca costurada que repete ao longo da coleção, irregularidade nas formas, pois nada segue uma linha de equilíbrio. Ainda nas estampas, encontra-se grande profusão, que confunde o olhar pelos tons de cinza que se misturam. Vide figura 03.

Os franzidos aplicados de forma estratégica transpõem as linhas que entremeiam a boca, costurando-a, trazendo desordem e desarmonia. Utilizando amarrações e zíperes para o fechamento das peças, para criar uma fragmentação dá a impressão de recorte, ou separação das partes que compõem as peças. As cores complementam a lógica do bloco, nuance de cinza, remetendo caos e desordem, o vermelho da boca costurada, que causa efeito de opacidade nas estampas e o roxo. Os tecidos originários da marca, com base de algodão traz a transparência física como a seda gaze e musselina de seda e em contraponto a opacidade do tricoline e cambraia acetinada.

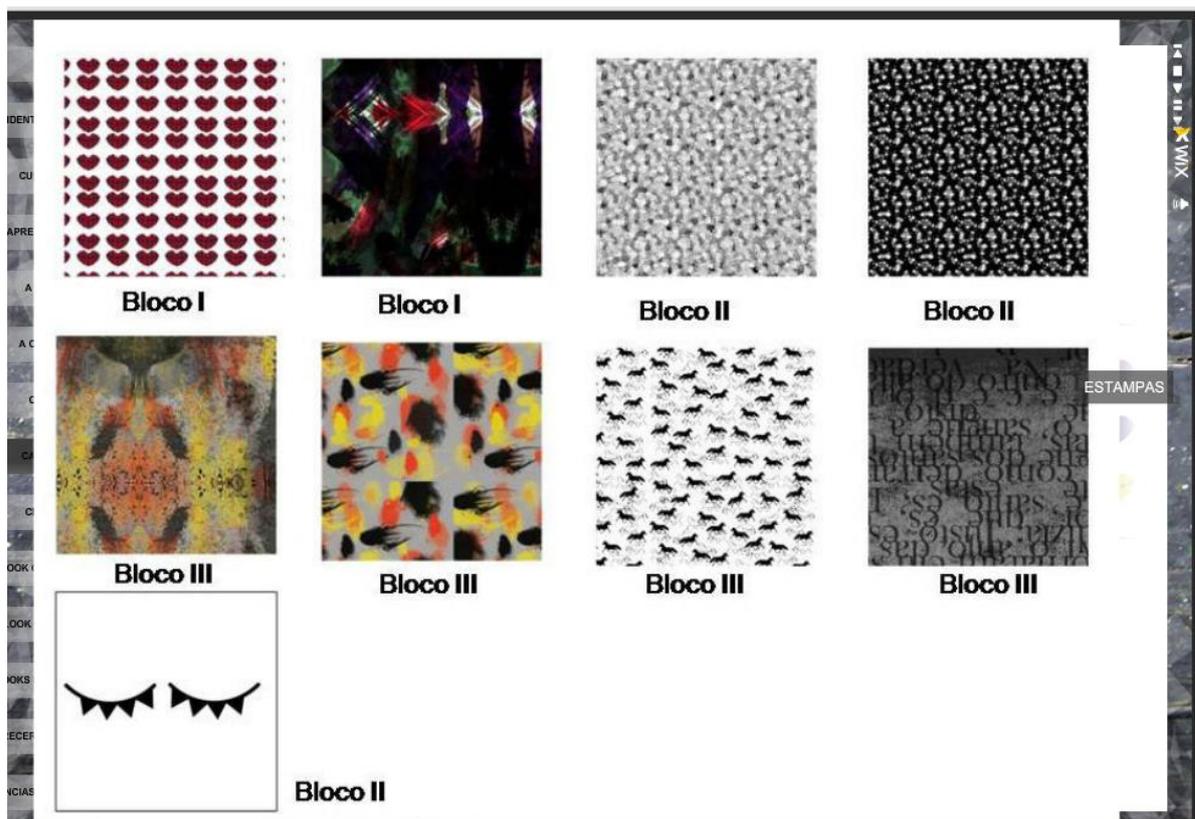
Olhos bem fechados para a realidade do fim do mundo é o tema do segundo bloco “Pontinhos no escuro”, que ignora o que se pode ver (tem olhos, mas não vêem) e por conseqüência nada fazer para mudar o futuro. Os recortes e aplicações de semicírculos remetem os olhos fechados, trazendo fragmentação e sobreposição e ainda novamente há redundância nas estampas. As cores de base se repetem, as nuances de cinza fazem um mix com os azuis e o verde trazendo novamente profusão. Formas amplas em linha “A” e oval mantêm a desestruturação da marca. Aleatoriedade das aplicações e assimetria traz irregularidade para o bloco. Nos tecidos, acrescenta-se o lurex, que remete ao brilho dos olhos, trazendo complexidade para a composição. Vide figura 03.

No último bloco “Cavalgadas ao abismo”, a abordagem é a consequência da falta de fé dos primeiros blocos, os quatro cavaleiros do apocalipse trazendo as pragas, o caos para esse mundo. Cada praga representada por um ícone ou símbolo de cores, a peste, a fome, a guerra e a morte. Os tecidos trazem efeitos de opacidade para coleção, agora trabalhando em tramas mais fechadas e rígidas, como a sarja acetinada e brim, porque nesse bloco já não tem mais solução, os cavaleiros já chegaram com a destruição para esse povo que não viu e não ouviu no tempo certo.

Estampas com irregularidade sem qualquer concordância abstraem-se a aleatoriedade, os cavaleiros não escolhem a quem amaldiçoar. Vide figura 03.

As camadas das peças são todas assimétricas e desarmônicas, a cada sobreposição os recortes são formados novamente por aleatoriedades. Os elementos-chave da coleção são os maxi-bolsos, que os cavaleiros usam para trazer suas maldições, são feitos de tecidos com transparência física e muito franzido trazendo complexidade e profusão nas estampas novamente. As cores laranja e amarelo conotam o fogo queimando e levando as almas perdidas, e lembrando-se da redundância nos motivos das estampas. Toda coleção é trabalhada em complexidade, desordem, redundância nas estampas, sobreposição e desarmonia, fazendo o consumidor analisar o quanto tem contribuído para que essa profecia não aconteça realmente.

Figura 02- Estampas desenvolvidas para a coleção



Criação: Érika Marinari

Figura 03 – Croquis das peças concebidas



Criação: Érika Marinari

Figura 04 – “Vestido da coleção Olhos sem Voz”: curto, com mix de estampas, com babados laterais e recortes desconexos,



Criação: Érika Marinari

Figura 05. Look Comercial – “Vestido da coleção Olhos sem Voz”:curto, com mix de estampas, bolero com babados desconexos e maxi-bolsos nos quadris,



Criação: Érika Marinari

CONCLUSÃO

Essa coleção foi elaborada através do estudo das profecias bíblicas, com ênfase nas profecias de Isaías, transpondo características formais e semânticas do seu trabalho para a linguagem de moda. Na cultura da nossa sociedade, os símbolos estão impregnados cheios de significados, e o tema abordado aqui, possui constantes representações sígnicas que foram representadas através de superfícies compostas por planos e formas coloridas; sobreposição de camadas em desconexo que revelam complexidade visual, irregularidade e profusão; o processo de estamparia está intimamente ligado à simbologia que se passa na coleção.

Utilizou-se o estudo das profecias como instrumento crítico, levantando questões, não somente relativas ao que se pode fazer para reverter à situação, independente de crença, mas também, levando em conta as boas energias. Ao analisar as obras bíblicas e toda sua complexidade, foi possível a construção de uma linguagem não verbal - a roupa, transmitindo toda escuridão, tristeza, pesar e mostrando ao consumidor que é possível além de analisar o contexto, poderia também mudar a realidade. Compreende-se que esta comunicação, esta ligada a fatores semânticos, simbólicos e estéticos do produto e inserida no processo de moda, estabelecendo relação com o consumidor.

O uso dessa análise crítica moda e das várias possibilidades de criar, bem como da Gestalt para a compreensão e análise formal das vestimentas, possibilitou o desenvolvimento dessa coleção. A modelagem ampla trouxe um duplo sentido ao tema, que nos remete a sensação de aprisionados pela falta de fé e dureza de coração, e, ao mesmo tempo, nos traz o sentimento de liberdade e leveza através das formas amplas e soltas que a marca preza em seu DNA.

A marca Cantão retrata um estilo de mulher de personalidade marcante, espontânea, autêntica, que prefere revelar sua sensualidade, de forma natural e despojada, sem ser refém dos clichês da moda. Assim a consumidora da marca é um grande potencial de mudança e, através da coleção Olhos sem Voz, cria-se a abertura de um caminho permitindo que ela possa se enxergar e comunicar em um novo tempo de socialização positiva.

Ao analisar as obras bíblicas da profecia em estudo, foi possível a construção de um texto não verbal, a roupa, abordando colocando a moda como um instrumento de comunicação, compreendendo que esta, está ligada aos fatores

semânticos, simbólicos e estéticos do produto e inserida no processo de moda, estabelecendo relação com a cultura, religião e sociedade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARNARD, Malcolm. **Moda e comunicação**. Tradução de Lúcia Olinto. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.

BAXTER, Mike. **Projeto de produto**: Guia prático para o design de novos produtos. São Paulo: Blücher, 2000.

BÍBLIA SAGRADA. Livro de Mateus e Apocalipse: Novo Testamento. Tradução: Centro Bíblico Católico. 34. ed rev. São Paulo: Ave Maria, 1982.

BRAGA, João. **Reflexões sobre moda**. v. 1. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2005.

CANTÃO. Disponível em: <http://cantao.com.br>. Acesso em: 15 set 2011.

CARVALHO, Marco. **O que são símbolos?** Disponível em: <http://swasthya.marcocarvalho.com/o-que-sao-simbolos-e-um-pouco-mais-sobre-o-om/> Acesso em: 04 ago. 2011.

CHEVALIER, Jean. **Dicionário de símbolos**. 18. ed. São Paulo: José Olympio, 2003.

DONDIS, Donis A. **Sintaxe da linguagem visual**. Trad. Jefferson Luís Camargo. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

FRANÇA, Isabel. **Moda**: conceitual versus comercial. Disponível em: http://modelosdaterra.com.br/index.php?option=com_content&view=article&id=46:moda-conceitual-versus-comercial&catid=9:moda&Itemid=13. Acesso em: 12 nov. 2011.

GOMES FILHO, João. **Gestalt do objeto**: sistema de leitura visual da forma. 6. ed. São Paulo: Escrituras, 2004.

ISMÉRIO, Clarisse. **A importância dos símbolos na sociedade pós-moderna**. Disponível em: <http://www.folhadosulgaucho.com.br/?p=15&n=366>. Acesso em: 05 ago. 2011.

LURIE, Alisson. **A linguagem das roupas**. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

RIGUEIRAL, Carlota. **Design & moda**. São Paulo: IPTS, 2002.

TREPTOW, Doris. **Inventando moda**: planejamento de coleção. Brusque: D Treptow, 1999.