

## A INFLUÊNCIA DA MODA NAS VESTES SAGRADAS E SUA EVOLUÇÃO COMO PRODUTO MERCADOLÓGICO

*The Influence of Fashion Sacred Apparel and its Evolution as a Market Product*

CALVI, Gabriel Coutinho; Pós Graduando; Unicesumar<sup>1</sup>

[gabrielcalvi@hotmail.com](mailto:gabrielcalvi@hotmail.com)

FURLAN, Ana Paula; Mestre; Unicesumar<sup>2</sup>

[paulamoda@hotmail.com](mailto:paulamoda@hotmail.com)

**RESUMO:** Este trabalho objetiva por meio de uma pesquisa de cunho quantitativo e referências bibliográficas da área da teologia cristão-católica, entender a influência da moda nas vestes sagradas e sua evolução ao longo do tempo, procurando esclarecer se estes paramentos podem ser classificados como produto de moda, e se essa inspira as vestes sagradas em seu desenvolvimento.

**PALAVRAS-CHAVE:** Vestes Sagradas, Paramentos Litúrgicos, Produto de Moda, Sacerdote.

**ABSTRACT:** The present work aims to understand the influence of fashion on the sacred apparel and its evolution over time, through a quantitative research and bibliographical references from Christian-Catholic theology field. It is aimed to clarify whether this apparel can be classified as a fashionable product or not, and whether it inspires the sacred robes in their development.

**KEYWORDS:** Holly apparel, Liturgical Apparel, Fashion product, Priest.

### Introdução

As vestes sagradas católicas carregam consigo um inestimável tesouro histórico-teológico, que nasce em meio ao povo, e se transforma em ferramenta para o culto a Deus. Séculos se passaram, o homem evoluiu e, com

<sup>1</sup> Bacharel em Moda pela Unicesumar e pós graduando em três especializações: Moda, Produto e Comunicação pela Unifamma; Arte Cultura e Educação pelo Unicesumar e Educação à Distância e Tecnologias pela Unicesumar.

<sup>2</sup> Mestre em educação pela UEM e professora do corpo docente do Bacharel em Moda da Unicesumar.

ele, o rito de celebração, tudo isso paralelamente à moda. Há quase quarenta anos a sociedade formou as emblemáticas tribos da década de 80, hoje denominada de nichos de mercado, que se esforça em entender as necessidades desse público. Assim acontece com os sacerdotes católicos. Atualmente representam uma pequena, porém, considerável parcela do mercado que tem anseios a respeito de um produto com características que proporcione o conforto na execução do seu ministério.

O presente trabalho vai além do interesse em descobrir os desejos de consumo dos presbíteros, ele também intenta em descobrir, através de pensadores da área da moda e da teologia, se existe alguma influência da moda sobre as vestes sacerdotais, e se essa pode ser considerada um produto de moda que caminha junto com ciclos e níveis. Para isso, buscamos desde a sua gênese elementos que comprovem todas essas prerrogativas, procurando desvelar esses questionamentos.

## Método

A pesquisa para o desenvolvimento do presente artigo foi do tipo quantitativa. Segundo Pinheiro (2011), é um estudo estatístico que se destina descrever as características de uma determinada situação mercadológica, medindo numericamente, por meio de uma amostra representativa da população estudada, as hipóteses levantadas a respeito do problema de pesquisa. Diante dessa informação, é importante dizer que a pesquisa quantitativa foi a mais adequada para a obtenção dos resultados, pois a mesma realiza o levantamento de um maior fluxo de dados.

Os dados utilizados para a realização deste trabalho foram obtidos por intermédio de um questionário com 15 questões, realizado *online* e pessoalmente, composto por perguntas fechadas, com múltipla escolha, escolhas abertas e uma questão aberta. O questionário foi formado por questões que diziam respeito de quatro características diferentes: estilo de vida, renda, consumo e características preferenciais do produto. Foram enviados às pessoas específicas, já que o público-alvo eram sacerdotes

católicos. O questionário foi respondido no período de 22 de março de 2016 à 20 de abril de 2016. Os sacerdotes entrevistados tinham idade entre 25 e 35 anos. A amostra coletada era não probabilística, pois a escolha dos entrevistados foi proposital e não ao acaso.

### **Vestes Sagradas: Gênese e evolução**

A indumentária tem a capacidade de identificar e inserir o homem em seu contexto social. Desde o homem primitivo, e nos séculos posteriores, ela foi uma importante ferramenta para a divisão de classes, influenciando o tipo de veste, as cores, e os respectivos adornos. Toda a história da indumentária está pautada em uma singularização do homem e sua luta pela imponência no meio em que vive. As vestes ainda carregam em si um grande teor cultural, apresentando a cultura e os hábitos de diversos povos. Portanto, se a cultura pode ser analisada por meio da indumentária, é possível compreender o hábito das diversas religiões existentes no mundo que também se utilizam desses mesmos códigos, apresentando para a sociedade vestes que facilite a identificação da sua crença e religiosidade, graças aos signos que as constituem.

De todas as vestes das religiões existentes no mundo, as da Igreja Católica chamam a atenção pelo seu teor histórico-teológico que se desenvolveu ao longo dos séculos. A data de sua gênese não pode ser precisamente confirmada, todavia, sabe-se que os paramentos do sacerdote católico tiveram grande influência da indumentária da sociedade romana que, segundo Nery (2003), já utilizavam a túnica e a estola. A indumentária romana, por sua vez, sofreu forte apelo das vestes gregas. Sobre esse fato Nery (2003) afirma:

No começo da República, em tempos ainda austeros, a roupa dos romanos copiou a simplicidade dos gregos: a túnica e a *stola*, equivalentes ao quítion, recebiam costuras laterais e aberturas para as cavas. Depois, as túnicas usadas dentro de casa foram munidas de mangas laterais e adaptadas às medidas do corpo. (Nery 2003 p. 49)

O desenvolvimento das vestes romanas implicou na evolução dos paramentos católicos, tudo isso no período bizantino que, segundo Nery (2003), correspondeu a uma fase do Império Romano e surgiu como triunfo do cristianismo. Este período corresponde aproximadamente ao século II. Nos dez séculos seguintes a indumentária passou por uma espécie de miscigenação, adquirindo características únicas. Sobre esse período Nery (2003) diz:

Falar sobre a indumentária de um período de cerca de mil anos envolvendo ainda diversas nações seria quase impossível, se a evolução desse setor não tivesse sido tão pequena: as poucas diferenças entre as vestimentas dos mundos ocidental e oriental encontravam-se nos ornamentos, nos adornos de cabeça, no comprimento das túnicas (túnica, dalmática, *stola*). (...) O ouro dominou a escala de cores, ao lado do nobre púrpura, do vermelho, do marrom, do preto e do branco. (Nery 2003 p. 55)

As lutas e interesses do Império e das diversas culturas envolvidas nesses períodos interagiram na maneira de se vestir da época. As vestimentas dos sacerdotes equiparavam-se a da hierarquia monárquica do período como descreve Nery (2003):

Podem-se definir as ricas roupas da corte imperial como vestimentas hierárquicas, com certo ar eclesiástico, nada de sedução nem muito menos de utilidade, demonstrando as influências do Oriente, com seu colorido forte, bem diferente da simplicidade dos velhos trajes romanos. A vestimenta do clero continuava a ser ainda composta da dalmática, da *stola* e da *paenula*. (Nery 2003 p. 56)

Os paramentos nascem dos costumes do povo e ganham, a partir de atributos de cunho teológico, uma nova significação e missão. Pensar os paramentos litúrgicos desvinculado de todos esses fatores históricos é impossível, pois eles formam toda a constituição doutrinária do catolicismo que, segundo a tradição, foi criado por Deus e difundida pelos apóstolos. Sendo assim, não é errôneo afirmar que as características e o simbolismo das vestes sagradas nasceram dos hábitos da sociedade para servir a religião.

### **Nomenclatura das vestes e a simbologia das cores**

Todas as vestes sagradas possuem uma história e uma simbologia para a realização dos ritos da doutrina católica, compreendê-los contribui para a apreensão da celebração do culto. Sobre o conhecimento das vestes e seu desenvolvimento ao longo da história, Inham (2015) ressalta:

Os trajes que conhecemos hoje, são trajes romanos modificados com o tempo. As vestes litúrgicas são lembranças das vestes usadas pelos sacerdotes e leigos na época da perseguição cristã. Foram conservados com o intuito sentimental e reverencial a Deus e durante a Idade Média, o auge da Igreja Católica. Os paramentos litúrgicos, que compreendem por toda a indumentária que sobre o corpo do sacerdote, foram regularizados e reduzidos para facilitar a movimentação do mesmo. (Inham 2015 p.25).

Sobre a divisão das vestes litúrgicas e aquilo que as compreende, Inham (2015 p.25) dá contributo ao afirmar que as vestes litúrgicas são divididas em vestes exterior e interior. A veste exterior compreende casula, dalmática, estola, capa e véu umeral. (...) já as vestes interiores, o cingulo e a túnica. (Inham 2015 p. 25). Dentre as vestimentas existentes, as comumente utilizadas são:

Túnica/Alva: segundo Aldazábal (2013), é a veste usada por todos os ministros na celebração litúrgica, desde os acólitos até os presidentes da celebração. Esse tipo de indumentária é utilizado desde o início da Igreja Católica, sendo o mais comum.

Figura 01: Túnica Sacerdotal



Fonte: <http://www.paroquianossasenhoadocarmo.com/liturgia/tunica.jpg>

Casula: segundo Aldazábal (2013), em latim, *casulla* significa “casa pequena” ou tenda. Esse paramento é utilizado pelo sacerdote sob a túnica e a

estola. A casula ainda é reservada ao presidente da celebração e seu significado teológico diz que é o *revestir-se de Cristo*.

Figura 02: Casula Sacerdotal



Fonte: <http://oratoriosauluiz.com.br/as-vestes-e-as-cores-liturgicas/>

Estola: Aldazábel (2013) diz que é um tipo de tira de pano com cerca de vinte de cinco centímetros de largura que pende ao pescoço. A estola ainda segundo o autor, é comum a todos os ministros ordenados, ressaltando a função sagrada que realizam.

Figura 03: Estola Sacerdotal



Fonte: <http://oratoriosauluiz.com.br/as-vestes-e-as-cores-liturgicas/>

Capa: do latim (*cappa*) segundo Aldazábal (2013) é uma veste longa sem mangas, à semelhança do manto, circular, aberto que se usa fora de casa. Os sacerdotes utilizam em celebrações solenes, usando-as mais em procissões fora da igreja.

Figura 04: Estola Sacerdotal



Fonte: <http://oratoriosauluiz.com.br/as-vestes-e-as-cores-liturgicas/>

As cores para o culto católico são importantes já que toda a liturgia da palavra é dividida em tempos. Cada um dos tempos é necessariamente representado por uma cor. Tempo comum – cor verde. Tempo do advento (que antecede o natal), e tempo da quaresma (que antecede a páscoa) – cor roxa; tempo pascal (50 dias após a páscoa) – cor branca; Nas solenidades de pentecostes e dos santos mártires – cor vermelha. Mas nem sempre foi assim, nos séculos antigos segundo Bihlmeyer (1964), a cor da indumentária litúrgica era prevalentemente o branco. Somente na alta idade média entre os séculos VIII e IX foi entrando lentamente em voga o uso de cores diversas. Sobre o significado das cores Inham (2015) apud Paci (2008) explica:

O vermelho simboliza o sangue e é a cor vital, do sacrifício de Cristo que deu seu sangue para vivermos eternamente no amor de Deus. Simboliza o sacrifício. (...) O verde que simboliza a natureza, as vegetações, vigor. Simboliza uma vegetação renascida de um inverno, uma certeza da vinda de uma primavera eterna (esperança). (...) O roxo, uma cor de preparação, te aguça a intuição lhe colocando em sintonia espiritual. É a cor da passagem, e no âmbito teológico é um tempo de aflição e dor. (...) o branco é sinônimo de paz, simboliza a serenidade, a pureza tanto física quanto espiritual, divindade. É usada em festas litúrgicas como páscoa e natal. (Inham 2015 p. 26).

Todas essas cores norteiam o calendário litúrgico e trazem significação para a vivência da doutrina cristã. As celebrações foram se aperfeiçoando ao

longo da história e adquirindo valores importantes para a transmissão da mensagem central da fé católica.

### **Vestês sagradas e a influência da moda**

A moda é um dispositivo social, cultural e econômico, está ligada às massas e possui a capacidade de individualizar o ser em sociedade. A moda é muito mais que tendências e fast fashion, pois sua capacidade de segmentar e unir todos os nichos em um único grupo que compõe a sociedade, a torna em uma valiosa ferramenta de persuasão. O enfoque é analisar todas as vertentes que a moda e as vestes sagradas apresentam e tentar descobrir se a indumentária eclesial mesmo com um aspecto secular sofre influência da mesma.

Se estudiosos como Oliveira (2007) entendem por moda como um conjunto simbólico de sinais e elementos concretos que trabalha temas da atualidade em busca de despertar o desejo e transmitir uma imagem, podemos afirmar que as vestes sagradas, mesmo com tendências praticamente imutáveis, cumpre esse papel, pois como diz Oliveira (2007), o discurso de moda e sua leitura se dão por meio de análises simbólicas, ou como a mesma coloca:

Como se constrói o discurso de moda? Como fazer sua leitura? Na linguagem verbal, usamos palavras; na moda, usamos linhas, formas, cores, texturas e pontos: pontos de atenção como um decote, um bordado, ou uma flor. (...) na moda é necessário articular textura com cor, dimensões com formas; e as mais variadas combinações entre linhas, retas horizontais, verticais, diagonais ou curvas diversas. (Oliveira 2007 p. 34).

Encontramos na indumentária sacerdotal católica um diálogo teológico com Deus e seu povo, por meio dos bordados, cores e formas que possuem a riqueza de contar uma história. Cada símbolo contido nas casulas, túnicas, estolas e capas transmitem uma mensagem para todos os fiéis que professam sua fé no catolicismo. Entretanto, esse discurso muitas vezes fica reservado somente aos seguidores desta religião, não atingindo outras pessoas. Entretanto, apesar dessa realidade não se pode eliminar o caráter de conduzir

um discurso elaborado e verdadeiro. Afirmando essas premissas Oliveira (2007) irá dizer:

Não tenho preconceito entre as imagens da arte e as imagens do design, estas estéticas, aquelas artísticas. Sempre as abordo do mesmo modo. Por um simples motivo: ambas se estruturam a partir dos mesmos elementos constitutivos, que são os pontos, as linhas, as formas, os planos, os elementos cromáticos, as texturas e as dimensões. São poucas as categorias de elementos, porém a riqueza está na diversidade de alternativas que cada uma dessas categorias pode oferecer. (Oliveira 9007 p.26).

Se o design estrutura-se, assim como a arte, dos mesmos elementos que o compõe, temos a certeza de que a moda, e a moda eclesiástica arranjam-se dos mesmos elementos. Dessa maneira, os paramentos transportam consigo a história de povos ao longo dos séculos, pois foram retirados do cotidiano dos povos e transformados em trajes para celebrar o divino. Calanca (2008) norteará ainda sobre o trato da moda e a contemporaneidade:

“(...) a moda de um lado, interpreta o tempo, a contemporaneidade; de outro, exprime ideias subterrâneas”, e “interpreta também os novos humores, as novas correntes de pensamento, os novos estados”. Neste sentido, há uma sincronia entre moda e mentalidade, e é nessa direção que amadurece, no cenário mais amplo da história da moda, uma história de mentalidades coletivas. E entende-se por “mentalidade coletiva” uma dimensão historiográfica alusiva ao modo pelo qual os homens representam e formalizam a sua própria relação com aqueles grandes e pequenos eventos-fenômenos da vida cotidiana que dizem respeito a todos. (Calanca 2008 p.51).

Se a moda utiliza-se do fenômeno da mentalidade coletiva, as vestes sagradas também bebe nas mesmas da moda pois, trabalha essa mentalidade e consolida, por meio dela, relações em diversos âmbitos com os indivíduos ao seu redor e com aqueles que a fazem uso dela para celebrar os sacramentos do catolicismo. Calanca (2008) conclui afirmando:

Ao mesmo tempo, a moda é mítica, no sentido de que contribui para manifestar concretamente, isto é, para tornar visíveis sonhos, desejos, fantasias. Desse ponto de vista, configura-se uma história do imaginário, em que “imaginário” é entendido como o conjunto de representações que ultrapassam os limites postos pelos dados da experiência e pelas associações dedutivas ligadas à experiência. (Calanca 2008 p. 52).

Este misticismo percebido na moda também pode ser analisado na moda eclesiástica, pois os conjuntos de signos que estão intrinsecamente combinados em suas vestes criam experiências transcendentais entre o homem e a indumentária.

### O produto de moda eclesiástica

Entender que vestes sagradas são influenciadas, mesmo que minimamente, pela moda nos abre oportunidades para discussões a respeito do desenvolvimento do produto, suas características e como isso afeta na vida dos consumidores do seu nicho, no caso, os sacerdotes católicos. Está claro que todos os elementos que constituem os paramentos litúrgicos possuem elementos de criação que o caracterizam como um produto da moda. Portanto, é muito importante estar atento às necessidades deste nicho para o seu desenvolvimento.

Para aprofundarmos sobre o produto de moda e seus níveis Rech (2012) apud Kotler (2008, p.190) define o que é esse produto:

Focalizando as necessidades e desejos do consumidor, como "qualquer coisa que possa ser oferecida a um mercado para atenção, aquisição, uso ou consumo, e que possa satisfazer a um desejo ou necessidade. Os produtos vão além de bens tangíveis. De forma mais ampla, os produtos incluem objetos físicos, serviços, pessoas, locais, organizações, idéias ou combinações desses elementos". (Rech 2012 apud Kotler 2008 p.190)

Se o produto de moda é um composto de muitos elementos, entender cada um deles dentro da moda eclesiástica é importante para o desenvolvimento de vestes que atendam os reais anseios dos sacerdotes católicos. Dessa forma, é imprescindível dizer que nada se cria sem antes existir uma pesquisa pautada em revelar os desejos do público-alvo para que a criação do produto seja o mais assertivo possível. A esse respeito podemos nos apoiar nas teses de Cobra (1997 p. 28) ao dizer que um produto ou serviço é ditado certo ao consumo quando atende às necessidades e desejos de seus consumidores-alvos.

Diferentemente do produto de moda tradicional que possui um ciclo de vida compreendido segundo Treptow (2013 p. 23) entre lançamentos, consenso, consumo ampliado, massificação e desgaste, o produto da moda eclesiástica não passa por todas as fases desse processo já que as influências que recebe não estão atreladas às tendências de moda atual, de forma geral, apesar da moda eclesiástica ser denominada como um produto de moda, o ciclo tradicional do produto não funciona, pois não passa pelo desgaste instantâneo, entretanto, são percebidas pequenas mudanças que ocorrem em um tempo diferente dos produtos tradicionais pertencentes ao ciclo.

Sobre os níveis do produto de moda aplicados à moda eclesiástica é possível analisar divisões que para Kotler (2008) apud Rech (2012) são classificados em:

**A. Produto básico** é aquele que corresponde ao que o consumidor está realmente interessado em comprar. (...) **B. Produto real** é gerado a partir do produto básico, com cinco peculiaridades: nível de qualidade, características, design, marca e embalagem. Um terno do estilista italiano Giorgio Armani é um produto real. "Seu nome, peças, estilo, detalhes, embalagem e outros atributos foram combinados com cuidado para proporcionar um benefício básico – uma forma eficiente e de alta qualidade" no vestir; **C. Produto ampliado** é fruto da união do produto básico e do produto real, com a oferta de serviços e benefícios extras ao consumidor. Como exemplo, pode-se destacar os serviços pós-venda como consertos (bainhas, ajustes), garantia de durabilidade do tecido ou indicação de lavanderia especializada em ternos. (Kotler 2008, p. 191)

As túnicas, casulas, estolas e capas são produtos reais, pois apresentam qualidade atribuída pelos tecidos, bordados, e demais ornamentos que, além disso, compõe um design típico das vestes. Para o produto especializado temos o desenvolvimento de uma casula especial que remove o galão e pode ser trocado por outro, em caso de deterioração da casula, uma túnica que possui uma gola removível, e uma embalagem que agregue ao transporte dessas indumentárias. Todos esses detalhes combinados trazem valor simbólico ao produto de moda eclesiástica, e o traz mais perto dos níveis de produto clássico.

## Os sacerdotes católicos como público-alvo - resultados

Diante de todas essas premissas a respeito da moda e sobre o produto de moda eclesiástica ouvimos o público-alvo desse nicho de mercado tão inexplorado ainda pela moda. Atualmente o Brasil possui, segundo dados de 2011 da CNBB (Confederação Nacional dos Bispos do Brasil), 25 mil sacerdotes atuando em seus ministérios, seja através da ação missionária em lugares de difícil acesso, ou nas paróquias junto ao povo.

Diante disso, foi realizada uma pesquisa de cunho quantitativo com 60 sacerdotes entre os dias 22 de março à 20 de abril de 2016. Os sacerdotes entrevistados tinham idade entre 25 e 35 anos, e responderam um questionário contendo 15 questões de múltipla escolha e uma questão subjetiva. As questões contemplaram aspectos positivos e negativos das vestes sagradas, possíveis melhorias a serem realizadas, ampliação das vestes, conforto ergonômico e hábitos de consumo desses padres.

Dentre as maiores dificuldades destacadas pelos padres envolvendo as vestes foram a respeito do tipo de tecido utilizado, das condições de conforto térmico que deixam a desejar e do caimento dos tecidos. Todos esses aspectos serão brevemente tratados por este trabalho.

Os sacerdotes foram perguntados sobre as características do produto de moda eclesiástico e os fatores que os levam a comprar, a maioria deles respondeu que a tríade conforto, qualidade e preço são importantes na hora da aquisição das vestes, logo o produto necessita possuir essas características. Os padres ainda assinalaram no questionário que tem dificuldades em encontrar variedade de paramentos litúrgicos para comprar, encontrando sempre as mesmas opções, novamente isso nos leva a crer que a criação de novos modelos de paramentos que trabalhe uma diversidade de bordados, texturas e tecidos possa atrair uma boa parcela desse nicho que anseia por novidades.

Quando o assunto foi o conforto das vestes e sua comodidade térmica, a maioria dos padres apontou que sentem calor exageradamente com os tipos de tecidos que existem no mercado e que é difícil se habituar a sensação. Com

essa afirmativa podemos crer que as pesquisas de novos tipos de tecidos que proporcionem o conforto térmico seja algo inovador para área, já que os produtos disponíveis no mercado não contemplam essa realidade. Outros aspectos foram apontados como dificuldades de transporte e vestes que sujam com facilidade. Esses últimos dados reforçam a necessidade de se criar uma embalagem que facilite o transporte e mantenha a vestes limpas por mais tempo.

Por fim, foram questionados se eles usariam uma casula ampliada, onde o galão, faixa central com bordados, fosse removível, facilitando assim a lavagem e o manuseio da peça – todos os sacerdotes que participaram da entrevista responderam que usariam, já que isso facilitaria a troca do galão de uma casula para a outra, e em caso de deterioração do corpo da casula seria mais eficiente e econômico comprar outro corpo ao invés da casula toda, o que reduziria o custo, já que a parte do galão é a que possui um custo maior por ser bordada.

Todas as informações extraídas da pesquisa conduzem a um produto que claramente os presbíteros utilizariam em seu cotidiano, tornando o produto de moda eclesiástica atrativo para esse público-alvo que não encontram novidades nas marcas do segmento.

## Conclusão

As vestes sagradas possuem todo um conjunto de elementos em seu desenvolvimento criativo que se assemelha ao da moda tradicional, isso se deve ao discurso que as duas transmitem por meio das linhas, formas, texturas, cores e combinações. Além disso, os produtos tanto de moda, quanto da moda eclesiástica vão além dos bens tangíveis, neles estão inseridos um complexo diálogo que estabelece uma relação com o indivíduo e o faz transcender a partir dos simbolismos impregnados de mensagens teológicas e espirituais da doutrina católica.

Classificar, portanto, as vestes sagradas como produto de moda, é possível em partes, pois ela não se faz refém do tempo como o produto de

moda tradicional, que passa por estágios até cair em desgaste e ser esquecido. O caráter efêmero da moda não corrompe a moda eclesiástica, que caminha vagarosamente pelos séculos, absorvendo os costumes do povo e, conseqüentemente, adaptando-se a realidade.

A partir dessas informações a respeito da influencia da moda sobre as vestes sagradas e sua classificação como produto da mesma, nos conduz a uma pesquisa para entender esse nicho de mercado pouco explorado pelo mercado. Entender suas necessidades, é aprofundar as pesquisas para descobrir as adversidades que ainda existem nos paramentos, tentando saná-las para melhorar o seu uso. Estar atento as ambições desse nicho de mercado pode contribuir para o sucesso no desenvolvimento de um produto realmente eficiente.

## Referências

ALDAZÁBAL, José. **Vocabulário Básico de Liturgia**. 1ª ed. Paulinas. São Paulo, 2013.

BIHLMAYER, Karl. **História da Igreja**. Vol 1. Editora Paulinas, São Paulo, 1964.

CALANCA, Daniela. **Estudar a Moda: Corpos, vestuário, estratégias**. São Paulo, Editora Senac, 2008.

COBRA, M. **Marketing e Moda**. São Paulo. Cobra Editora e Marketing, 2007.

INHAM, Casali E. Paula. **Religião Católica: Fé e simbolismo nas vestes litúrgicas**. Monografia (Trabalho de Conclusão de Especialização), especialização em moda, Universidade Federal de Juiz de Fora. Juiz de Fora, MG 2015.

KOTLER, Philip. **Princípios de Marketing**. 9ª ed. Price Hall, São Paulo (2008).

NERY, L. Marie. **A evolução da indumentária: subsídios para a criação de figurino**. São Paulo. Editora Senac, 2003.

OLIVEIRA, Sandra Ramalho. **Moda também é texto**. 1ª ed. Rosari, São Paulo 2007.

PINHEIRO, Roberto Meireles. **Pesquisa de mercado**, 1ª Edição - Editora FGV, Rio de Janeiro 2011

RECH, S. R. **Conceitos do Produto de Moda**. Florianópolis: UDESC, 2012.

TREPTOW, Doris. **Inventando Moda: Planejamento de Coleção**, 5ª Edição – Editora Doris Elisa Treptow, São Paulo 2013.