

Moda, Identidade e Branding

Natalia Colombo
(Organizadora)

 **Atena**
Editora
Ano 2020

Moda, Identidade e Branding

Natalia Colombo
(Organizadora)

 **Atena**
Editora
Ano 2020

2020 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do Texto © 2020 Os autores

Copyright da Edição © 2020 Atena Editora

Editora Chefe: Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Diagramação: Karine de Lima

Edição de Arte: Lorena Prestes

Revisão: Os Autores



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição *Creative Commons*. Atribuição 4.0 Internacional (CC BY 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores. Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Conselho Editorial

Ciências Humanas e Sociais Aplicadas

Profª Drª Adriana Demite Stephani – Universidade Federal do Tocantins
Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior – Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Carlos Antonio de Souza Moraes – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Profª Drª Denise Rocha – Universidade Federal do Ceará
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Farias – Universidade Estácio de Sá
Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima
Prof. Dr. Fabiano Tadeu Grazioli – Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionale delle Figlie di Maria Ausiliatrice
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Profª Drª Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Universidade Federal do Maranhão
Profª Drª Miranilde Oliveira Neves – Instituto de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Sandra Regina Gardacho Pietrobon – Universidade Estadual do Centro-Oeste
Profª Drª Sheila Marta Carregosa Rocha – Universidade do Estado da Bahia
Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. William Cleber Domingues Silva – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Ciências Agrárias e Multidisciplinar

Prof. Dr. Alexandre Igor Azevedo Pereira – Instituto Federal Goiano
Prof. Dr. Antonio Pasqualetto – Pontifícia Universidade Católica de Goiás
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná

Profª Drª Diocléa Almeida Seabra Silva – Universidade Federal Rural da Amazônia
Prof. Dr. Écio Souza Diniz – Universidade Federal de Viçosa
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Fágner Cavalcante Patrocínio dos Santos – Universidade Federal do Ceará
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Prof. Dr. Júlio César Ribeiro – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Profª Drª Lina Raquel Santos Araújo – Universidade Estadual do Ceará
Prof. Dr. Pedro Manuel Villa – Universidade Federal de Viçosa
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Profª Drª Talita de Santos Matos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Tiago da Silva Teófilo – Universidade Federal Rural do Semi-Árido
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas

Ciências Biológicas e da Saúde

Prof. Dr. André Ribeiro da Silva – Universidade de Brasília
Profª Drª Anelise Levay Murari – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Benedito Rodrigues da Silva Neto – Universidade Federal de Goiás
Prof. Dr. Edson da Silva – Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri
Profª Drª Eleuza Rodrigues Machado – Faculdade Anhanguera de Brasília
Profª Drª Elane Schwinden Prudêncio – Universidade Federal de Santa Catarina
Prof. Dr. Ferlando Lima Santos – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. Igor Luiz Vieira de Lima Santos – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. José Max Barbosa de Oliveira Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Profª Drª Magnólia de Araújo Campos – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Mylena Andréa Oliveira Torres – Universidade Ceuma
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federaci do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Paulo Inada – Universidade Estadual de Maringá
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande

Ciências Exatas e da Terra e Engenharias

Prof. Dr. Adélio Alcino Sampaio Castro Machado – Universidade do Porto
Prof. Dr. Alexandre Leite dos Santos Silva – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Carlos Eduardo Sanches de Andrade – Universidade Federal de Goiás
Profª Drª Carmen Lúcia Voigt – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Fabrício Menezes Ramos – Instituto Federal do Pará
Prof. Dr. Juliano Carlo Rufino de Freitas – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Marcelo Marques – Universidade Estadual de Maringá
Profª Drª Neiva Maria de Almeida – Universidade Federal da Paraíba
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista

Conselho Técnico Científico

Prof. Msc. Abrãao Carvalho Nogueira – Universidade Federal do Espírito Santo
Prof. Msc. Adalberto Zorzo – Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza
Prof. Dr. Adailson Wagner Sousa de Vasconcelos – Ordem dos Advogados do Brasil/Seccional Paraíba
Prof. Msc. André Flávio Gonçalves Silva – Universidade Federal do Maranhão
Profª Drª Andreza Lopes – Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento Acadêmico
Profª Msc. Bianca Camargo Martins – UniCesumar
Prof. Msc. Carlos Antônio dos Santos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Msc. Cláudia de Araújo Marques – Faculdade de Música do Espírito Santo
Prof. Msc. Daniel da Silva Miranda – Universidade Federal do Pará
Profª Msc. Dayane de Melo Barros – Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Dr. Edwaldo Costa – Marinha do Brasil
 Prof. Msc. Eliel Constantino da Silva – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita
 Prof. Msc. Gevair Campos – Instituto Mineiro de Agropecuária
 Prof. Msc. Guilherme Renato Gomes – Universidade Norte do Paraná
 Prof^a Msc. Jaqueline Oliveira Rezende – Universidade Federal de Uberlândia
 Prof. Msc. José Messias Ribeiro Júnior – Instituto Federal de Educação Tecnológica de Pernambuco
 Prof. Msc. Leonardo Tullio – Universidade Estadual de Ponta Grossa
 Prof^a Msc. Lilian Coelho de Freitas – Instituto Federal do Pará
 Prof^a Msc. Liliani Aparecida Sereno Fontes de Medeiros – Consórcio CEDERJ
 Prof^a Dr^a Lívia do Carmo Silva – Universidade Federal de Goiás
 Prof. Msc. Luis Henrique Almeida Castro – Universidade Federal da Grande Dourados
 Prof. Msc. Luan Vinicius Bernardelli – Universidade Estadual de Maringá
 Prof. Msc. Rafael Henrique Silva – Hospital Universitário da Universidade Federal da Grande Dourados
 Prof^a Msc. Renata Luciane Polsaque Young Blood – UniSecal
 Prof^a Msc. Solange Aparecida de Souza Monteiro – Instituto Federal de São Paulo
 Prof. Dr. Welleson Feitosa Gazel – Universidade Paulista

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)**

M689 Moda, identidade e branding [recurso eletrônico] / Organizadora
Natalia Colombo. – Ponta Grossa, PR: Atena, 2020.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader.

Modo de acesso: World Wide Web.

Inclui bibliografia

ISBN 978-65-81740-12-2

DOI 10.22533/at.ed.122201102

1. Moda e arte. 2. Cultura. I. Colombo, Natalia.

CDD 391.009

Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422

Atena Editora
 Ponta Grossa – Paraná - Brasil
www.atenaeditora.com.br
contato@atenaeditora.com.br

APRESENTAÇÃO

“Moda, Identidade e Branding” articula pesquisas realizadas em diferentes regiões e Instituições de Ensino Superior do Brasil, em uma abordagem histórico-contemporânea de fenômenos sociais observados nos contextos culturais analisados.

Os primeiros textos tratarão das relações estabelecidas pelo *branding* além do contexto comercial: como suas dimensões funcionais e simbólicas podem valorizar, promover e fortalecer a identidade dos cidadãos com seu lugar de residência e aumentar sua autoestima, demonstrando que o *branding* envolve mais do que o planejamento estratégico. Ele pode ligar-se afetivamente, numa relação marca-cliente, sendo assim, responsável por entregar promessas de experiência de marca. Pode, também, promover, no espaço de moda, uma exploração sensorial do sentido do olfato, divisando arte como simples mercadoria e arte como pura significação por uma intenção simbólica, enraizando a experiência de consumo nos aspectos de memória, através do cheiro.

Na sequência, moda e seu campo fértil para o ativismo são explorados em dois textos: demonstrando que a performance da moda está associada ao contexto social e identidade pessoal e/ou coletiva dos indivíduos, e seu crescente caráter representativo passou a ser uma forma de comunicação, influência e combate para determinados grupos de pessoas – práticas observadas desde a passarela até a rede social digital, demonstrando que um novo poder, feito por muitos, aberto e participativo ganha terreno sem previsão de recuar.

Os próximos dois textos apresentam as perspectivas da apropriação em favor de perpetuar noções balizadas no século anterior que continuam a gerar sentido e identificação no consumo, nos dias de hoje; sendo assimilado como um conjunto heterogêneo de criação e recriação, motivado por elementos culturais, sociais, políticos e econômicos - importante na medida em que evoca e renova velhas tradições.

Encerramos com dois textos que abordam a importância da interpretação da modelagem – não apenas em seus aspectos técnicos – mas como a forma que vai condicionar sua relação com tudo o que a roupa representa no seu caráter mais puro de veículo de comunicação. A aplicação de métodos de modelagem em função de proporcionar o figurino ideal para que a bailarina possa se expressar livremente no palco e as aplicações da tecnologia em favor de uma produção mais consciente, visando a não geração de resíduos durante a etapa de criação, modelagem, corte e costura do vestuário através do uso de *softwares* para a criação de produtos, assim, otimizando tempo e custo de fabricação.

Á Atena Editora agradecemos o espaço frutífero para a articulação e divulgação da pesquisa científica e aos que chegaram até este material, desejamos uma excelente leitura!

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	1
<i>BRANDING</i> TERRITORIAL NA CRIAÇÃO DA IDENTIDADE DO <i>OPEN SHOPPING</i> RUA VIDAL RAMOS NA REGIÃO CENTRAL DE FLORIANÓPOLIS/SC	
Icléia Silveira Mariana Luísa Schaeffer Brilhante Silene Seibel Redaviqui Davilli	
DOI 10.22533/at.ed.1222011021	
CAPÍTULO 2	13
A INCORPORAÇÃO DO CHEIRO COMO UMA ESTRATÉGIA COMERCIAL	
Paloma Almeida Romanos Frederico Braida Isabela Monken Velloso	
DOI 10.22533/at.ed.1222011022	
CAPÍTULO 3	21
A MODA COMO FORMA DE MANIFESTAÇÃO NO ATUAL CENÁRIO SOCIOPOLÍTICO BRASILEIRO	
Danithielle Ferreira da Silva Brenda Blagojevic Guimarães Livia Marsari Pereira Raquel Rabelo Andrade	
DOI 10.22533/at.ed.1222011023	
CAPÍTULO 4	28
O PAPEL DAS MÍDIAS SOCIAIS EM TEMPOS DE ATIVISMO DIGITAL	
Amanda Pereira Santos	
DOI 10.22533/at.ed.1222011024	
CAPÍTULO 5	34
JOVEM GUARDA: MODA, RELEITURAS E LEGADOS NO VESTUÁRIO FEMININO NO ANO DE 2018	
Andreza Moraes Borges Camila Maria Albuquerque Aragão	
DOI 10.22533/at.ed.1222011025	
CAPÍTULO 6	42
FÉ QUE MOVE O RECÔNCAVO BAIANO. TRAZENDO A RESISTÊNCIA CONTÍNUA DA IRMANDADE DA BOA MORTE PARA UMA COLEÇÃO	
Ineide Hora do Nascimento Marcus Vinicius Souza Santos	
DOI 10.22533/at.ed.1222011026	
CAPÍTULO 7	53
A MODELAGEM NA CONSTRUÇÃO DE FIGURINOS PARA BALÉ CLÁSSICO	
Damaris Priscilla Rodrigues Lucimar de Fatima Bilmaia Emidio	
DOI 10.22533/at.ed.1222011027	

CAPÍTULO 8	60
MODELAGEM ZERO WASTE EM CAD: DA GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS À PEÇA FINAL Camila Bertoglio de Carvalho Anerose Perini DOI 10.22533/at.ed.1222011028	
SOBRE A ORGANIZADORA	66
ÍNDICE REMISSIVO	67

A MODA COMO FORMA DE MANIFESTAÇÃO NO ATUAL CENÁRIO SOCIOPOLÍTICO BRASILEIRO

Data de submissão: 04/11/2019

Data de aceite: 05/02/2020

Danithielle Ferreira da Silva

Graduanda em Design de Moda pela Universidade Tecnológica Federal do Paraná- UTFPR
Graduanda; Universidade Tecnológica Federal do Paraná, danithielle.silva@gmail.com
APUCARANA-PR

LATTES: <http://lattes.cnpq.br/5299202155676605>

Brenda Blagojevic Guimarães

Graduanda em Design de Moda pela Universidade Tecnológica Federal do Paraná- UTFPR
Graduanda; Universidade Tecnológica Federal do Paraná, bg123brenda@gmail.com

LATTES: <http://lattes.cnpq.br/1696725320631748>

Livia Marsari Pereira

Doutora em Design pela Universidade Estadual Paulista - UNESP, docente do Curso de Tecnologia em Design de Moda da Universidade Tecnológica Federal do Paraná- UTFPR
Doutora; Universidade Tecnológica Federal do Paraná, liviam@utfpr.edu.br

LATTES: <http://lattes.cnpq.br/2114324653982688>

Raquel Rabelo Andrade

Doutora em Design pela Universidade Estadual Paulista - UNESP, docente do Curso de Tecnologia em Design de Moda da Universidade Tecnológica Federal do Paraná- UTFPR
Doutora; Universidade Tecnológica Federal do Paraná, raquelandrade@utfpr.edu.br

LATTES: <http://lattes.cnpq.br/4230970628482601>

RESUMO: O presente artigo destaca a moda como manifesto de liberdade de expressão, por meio de uma sucinta contextualização histórica com ênfase nos acontecimentos mais recentes na moda brasileira. Objetiva-se realizar uma análise entre estilistas brasileiros contemporâneos e seus discursos diante da realidade sociopolítica do País. Espera-se demonstrar de que maneira a moda atua como fomentadora de ideais políticos e sociais.

PALAVRAS-CHAVE: Moda; Manifestação; Sociopolítico.

THE FASHION AS A FORM OF MANIFESTATION WITHIN THE CURRENT BRAZILIAN SOCIO-POLITICAL SCENARIO

ABSTRACT: This article highlights fashion as a manifesto of freedom of expression, through a succinct historical context with emphasis on the most recent events in Brazilian fashion. The objective is to conduct an analysis between contemporary Brazilian stylists and their speeches in the face of the socio-political reality of the country. It is hoped to demonstrate how fashion acts as a promoter of political and social ideals.

KEYWORDS: Fashion; Manifestation; Sociopolitical.

INTRODUÇÃO

De acordo com Fialkowsk e Ribeiro (2014) moda, sociedade e política se misturam, pois se completam e se intervêm. Ao analisar a história da moda e sua relação com episódios políticos, econômicos e outros fenômenos sociais, nota-se que esta possui poder e influência sobre questões sociopolíticas. É correto afirmar, portanto, que a função da moda nas esferas social e política não é estritamente estética ou efêmera, pois ela exerce papel fundamental na construção de valores identitários e, conseqüentemente, na ressignificação de juízos.

A moda tem constantemente levantado pautas contemporâneas seja no Brasil ou no mundo. Elevar a moda para além do vestuário e transformá-la uma forma de manifestação vem se tornando comum entre estilistas. Para Brandini (2007) a cultura popular é vasto campo de manifestações e produções estéticas. A moda, por sua vez, como forma de manifestação artística e comunicação, dialoga sobre as realidades e abstrações da vida em sociedade na atualidade.

Em vista disso, em meados do século XX, a moda logo ganhou o engajamento sociopolítico que permitiu a disseminação de ideais de democracia no Brasil e no mundo. Borelli e Pederiva (2004) alegam que as mudanças requeridas por jovens, em sua maioria, eram comportamentais, éticas, sociais e até sexuais. A juventude confrontava o regime político da época, buscando por melhorias e maior liberdade de expressão. Hoje, a política e sociedade do Brasil ainda são regadas por contradições que levam pessoas, dentro de diversos grupos da sociedade, a manifestarem seu descontentamento e desejo por progressões.

Diante dos argumentos supracitados, objetiva-se neste artigo fazer uma reflexão do papel da moda como intermédio de liberdade de expressão perante os acontecimentos sociais e políticos do atual cenário brasileiro. Serão citados os estilistas contemporâneos Mirella Rodrigues (*Think Blue*), João Pimenta e Ronaldo Fraga, respectivamente, no intuito de corroborar a importância do protesto nas passarelas como forma de busca por justiça de caráter sociopolítico e, por conseguinte, o alcance do desenvolvimento nas esferas social e política do País. Para tanto, foi realizada uma fundamentação teórica por meio da associação de ideias entre os autores Simmel (2008), Catoira (2008), Vasques (2018), Bergamo (1998) e Fialkowsk e Ribeiro (2014).

MODA, SOCIEDADE E POLÍTICA

A gênese da moda parte de constantes mudanças estratégicas imprescindíveis inerentes à identidade de cada indivíduo, ao exprimir individualidades a fim de que este possa externar os mais variados sentimentos e desejos. Em consonância com essa afirmativa, Simmel (2008) assegura que a moda é um fenômeno social de grande magnitude e que se aplica a todas as esferas sociais.

Fialkowsk e Ribeiro (2014) afirmam que a moda se trata de um fenômeno

sociocultural que exprime valores da sociedade em um dado momento. Para as autoras, a moda é uma forma de linguagem que reflete novas maneiras de pensar, agir e concretizar, por meio do vestuário, a historicidade de uma época, possibilitando realizar uma leitura da sociedade e seu posicionamento político e ideológico.

Bergamo (1998), por sua vez, abona que a roupa representa algo e pode ser utilizada como meio de mediação entre o sujeito e a significação que ela provoca em suas ações. Diante disso, é correto afirmar que a moda está associada ao contexto social e identidade pessoal e/ou coletiva dos indivíduos, e seu crescente caráter representativo passou a ser uma forma de comunicação, influência e combate para determinados grupos de pessoas.

Partindo de uma breve análise histórica, a metade do século XX registrou uma onda de oposições de jovens que começaram a refutar suas famílias e escolas. Para Catoira (2008), essa juventude usava roupas coloridas, com um estilo homogêneo, afrontando a sociedade, a política e a educação vigorosa do momento. Os jovens daquela época almejavam mudanças e em todo o mundo surgiram manifestações que afetaram irreversivelmente as diferentes sociedades dentro de regimes políticos.

No Brasil, a maior característica da juventude em meados do século XX foi a vontade de se rebelar, a busca por liberdade de expressão e liberdade sexual. Conforme Vasques (2018), os movimentos sociais de jovens se opunham, sobretudo, ao autoritarismo, ao racismo e à desigualdade. Diante desse contexto, as manifestações populares ganharam projeção nacional, influenciando comportamentos e maneiras de vestir e agir de outros jovens pelo país.

A TENDÊNCIA DO PROTESTO

Tem-se observado, na atualidade, estilistas que vêm promovendo manifestações de cunho sociopolítico em seus desfiles, utilizando-se para chamar a atenção da sociedade para as questões sociais. As últimas edições do Brasil Eco Fashion Week e São Paulo Fashion Week foram cenários de protestos e defesa de ideais políticos comuns em prol de uma sociedade justa, sem preconceitos ou desigualdades. Alguns nomes se destacaram no desenvolvimento de coleções que apresentaram em roupas, calçados, adereços, maquiagem, cores, estampas, trilha sonora, performances, modelos (diversidade de etnias e estereótipos), entre outros elementos, mensagens de reflexão e intervenção diante dos acontecimentos sociais e políticos da contemporaneidade brasileira.

A estilista Mirella Rodrigues, criadora da marca de jeans *upcycled Think Blue*, em sua apresentação da coleção Recortes Inquietos 2018, no Brasil Eco Fashion Week 2018 (BEFW), evento nacional de moda sustentável, trouxe uma crítica que compôs o seu desfile, tal qual apresentado na Figura 1.



Figura 1: Coleção Mirella Rodrigues

Fonte: conexaoplaneta.com.br/blog/marca-de-jeans-reciclados-protesta-contra-frases-racistas-homofobicas-e-misoginas-do-presidente-eleito, 2018

No SPFW N47, primavera/verão 2020, João Pimenta, em sua marca homônima, trouxe seu olhar crítico perante o atual momento sociopolítico do Brasil na coleção intitulada de Cizânia. Os modelos apresentam sacos plásticos nas cabeças, bocas lacradas com fitas vermelhas e maquiagem fúnebre, o que representa sufocamento, calando identidade, fazendo alusão à intolerância, censura, tortura que aflige as minorias sociais brasileiras. Saias, vestidos e tecidos em renda, elementos tradicionais do vestuário feminino, são apresentadas em modelos masculinos o que pode sugerir a quebra de preconceito. Alguns looks tem aparência de desgastadas, que vai de encontro à referência *Kintsugi*, arte japonesa repara com ouro a cerâmica quebrada, que pode fazer referência às violências sofridas por alguns grupos sociais e a necessidade de superação. Existe também um uso concomitante de padronagens e tecidos nas peças, o que pode sugerir harmonia nas diferenças. Esses elementos podem ser obsedados na Figura 2.



Figura 2: Coleção João Pimenta

Fonte: ffw.uol.com.br/desfiles/sao-paulo/n47/joao-pimenta/1726390, 2019

Ainda nas passarelas do SPFW N47, o estilista Ronaldo Fraga e sua marca homônima, desfilou um conceito já conhecido de suas características como criador: manifestações sociais e políticas. Nomeada Guerra e Paz a coleção, o designer teve como inspiração a pintura de mesmo título do artista plástico Candido Portinari. São apresentados capacetes militares compostos com pombos, flores, bandeira LGBT, alimentos, animais, penas e elementos da cultura brasileira como a Carmem Miranda. Esses elementos aludem a luta e opressão contra a expressão popular, cultura e direitos dos cidadãos brasileiros.

A atmosfera de militarização pode ser percebida em padronagens militares e estampas que apresentam balas e sangue. Também encontram-se presente representações do meio-ambiente, crenças religiosas, cultura indígena e de etnias que compõe nossa cultura. Todas essas referências foram dispostas na coleção como uma manifestação ao descaso político. Para ambientar a passarela foram distribuídos no chão grãos de café, tema amplamente retratado por Portinari em suas obras, que simboliza a escravidão que foi a força motriz das plantações. Um grupo de MPB afrodescendente apresentou a trilha sonora que fazia menção à política e ao amor. A Figura 3 apresenta detalhes dessa coleção.



Figura 2: Coleção Ronaldo Fraga

Fonte: ffw.uol.com.br/desfiles/sao-paulo/n47/ronaldo-fraga/1726439/, 2019

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como intuito fomentar a ideia de que a moda, por meio de manifestações, apresenta grande influência e expressividade dentro da perspectiva sociopolítica brasileira contemporânea. Observou-se, portanto, que a moda cada vez mais vem assumindo papel ativista no Brasil, promovendo grandes discussões sociais e políticas que visam colaborar para um bem comum.

Com apoio da fundamentação teórica, pôde-se confirmar que a moda, desde sua origem, objetivou manifestar algo, mesmo muitas vezes implícito, pois esta também trata de subjetividades. A partir da análise dos designers de moda brasileiros contemporâneos citados foi possível concluir que a moda é expressiva de diferentes maneiras, seja por meio do vestuário ou da performance artística dentro dos desfiles, que são os eventos de maior destaque midiático. Dessa forma, é inegável que a moda nacional se declara a favor de uma sociedade justa e favorável à boa vivência entre os povos de distintas religiões, sexualidades, gênero, classe social, e também em relação às questões ambientais.

Pode-se ainda estabelecer uma relação de semelhança entre as reivindicações da juventude da metade do século XX e os atuais manifestos dentro da moda brasileira. Tanto em meados do século passado quanto na sociedade contemporânea percebe-se uma necessidade de revolucionar ideais políticos, sociais, sexuais, ambientais e outros, e a partir disso consolidar a cultura da democracia, visando o bem estar social. A moda, por sua vez, contribuiu para a disseminação das questões que urgem reflexões e soluções.

Não foram encontradas dificuldades para a realização deste trabalho, visto que diante do atual momento sociopolítico brasileiro é recorrente encontrar na moda

intervenções críticas. Entretanto, por se tratar de uma questão delicada para o País, uma fração da população não absorverá as manifestações de modo construtivo ou algo que devesse ser discutido dentro da moda, visto que esta ainda é tratada de forma estritamente estética por muitos.

Embora tenha se tornado algo mais frequente em decorrência da realidade social e política do Brasil, as manifestações na moda ainda não são tratadas com a seriedade pretendida. Destarte, é necessário que a população brasileira reconheça na moda uma oportunidade de explicitar e debater questões de maior magnitude que vêm sendo enfrentados na política e sociedade hoje.

REFERÊNCIAS

CATOIRA, Lu. 1968 A construção da estética jovem no cotidiano da contracultura e dos ideais de liberdades políticas, comportamentais, éticas e sexuais. **Anais...** Rio Grande do Sul, 2008. Disponível em: <www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202008/41222.pdf>. Acesso em: 28 abr. 2019

BRANDINI, Valéria. Vestindo a rua: moda, comunicação e metrópole. **Revista fronteiras: estudos midiáticos**, Rio Grande Do Sul, v. 9, n. 1, p. 23-33, jan./abr. 2007.

BORELLI, Silvia Helena Simoes; PEDERIVA, Ana Bárbara Aparecida. **Anos dourados ou rebeldes: juventude, territórios, movimentos e canções nos anos 60**. São Paulo: Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2004.

FIALKOWSKI, Marilena; APARECIDA RIBERIO, Edméia. A moda como reflexo das transformações sociais e emancipação feminina. **Os desafios da escola pública paranaense na perspectiva do professor PDE**, Paraná, v.1, 2014. ISBN 978-85-8015-080-3

SIMMEL, Georg. **Filosofia da moda e outros escritos**. Tradução: Artur Morão. 1. ed. Lisboa: Texto e Grafia, 2008. 112 p.

VASQUES, Ronaldo Salvador. **A indústria têxtil e a moda brasileira dos anos 1960**. Curitiba: Appris, 2018. 109 p.

SOBRE A ORGANIZADORA

Natalia Colombo: Bacharel em Design de Moda (2015) e Mestre em Comunicação e Linguagens pela Universidade Tuiuti do Paraná (2018). Bolsista Taxa PROSUP/CAPES (2016-2018). Membro no grupo de pesquisa: Tecnologias: Experiência, Cultura e Afetos (TECA) do PPGCom UTP/Curitiba (2017). Pesquisadora nas áreas de Moda, Comunicação, Consumo e Identidade. Experiente na área de Desenho Industrial, com ênfase em Planejamento e Desenvolvimento de Produto e Gestão de Comunicação com ênfase em Eventos Científicos.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Ações estratégicas 1, 2, 7, 11

Análise de tarefa 55

Apropriação 3

Ativismo digital 28, 29, 30

B

Branding 1, 2, 4, 5, 6, 7, 10, 11, 12, 13, 21, 28, 34, 42, 53, 60

Branding territorial 1, 2, 4, 6, 7, 10, 11

C

CAD 60, 61, 62, 64, 65

Cheiro 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20

Cidadania 28, 29, 32

Coleção 23, 24, 25, 26, 42, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 56, 60, 61, 62, 65

Comportamento 5, 14, 15, 17, 19, 31, 37

Comunicação 1, 2, 5, 11, 15, 18, 19, 22, 23, 27, 29, 35, 41, 47, 52, 58, 66

Consumo 4, 5, 9, 11, 14, 18, 28, 29, 30, 31, 32, 45, 66

Criação 1, 2, 3, 5, 7, 11, 13, 35, 48, 49, 50, 51, 53, 56, 60, 61, 62, 64

Cultura 4, 5, 7, 11, 16, 22, 25, 26, 30, 34, 36, 42, 43, 52, 66

Custo 28

E

Ergonomia 54, 58

Espírito do tempo 36, 40

Experiência 5, 6, 13, 14, 15, 16, 18, 19, 66

F

Ferramentas de design 53

Fidelização 6, 19

Figurino 53, 54, 56, 57

Função 1, 5, 15, 22, 56, 62

G

Gestão 2, 5, 7, 12, 13, 14, 15, 16, 66

H

Hábitos 37

I

Identidade 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 11, 12, 13, 15, 16, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 28, 34, 36, 37, 42, 43, 44, 45, 46, 52, 53, 60, 66

Imagem da marca 1, 2, 6, 11, 46
Irmandade 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 51

J

Jovem guarda 34, 35, 36, 37, 39, 40, 41

L

Limites de contorno 55, 56

M

Manifestação 21, 22, 25, 42, 44, 45

Mapa radial de sanches 55

Marca 1, 2, 4, 5, 6, 11, 12, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 23, 24, 25, 36, 46, 50, 52

Marketing 12, 13, 14, 15, 17, 19, 20

Memória 14, 15, 16, 17, 19

Mídias sociais 28, 29

Moda 1, 9, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 21, 22, 23, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 34, 35, 36, 37, 39, 40, 41, 42, 47, 50, 52, 53, 54, 59, 60, 61, 62, 65, 66

Modelagem 40, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 60, 61, 62, 63, 64, 65

Modelo MODThink 58

Movimento cultural 34, 35, 36

P

Pertencimento 7

Política 11, 22, 23, 25, 27, 30, 45

Ponto de venda 13, 17, 19, 20

S

Significado 4, 6, 39, 40, 45, 46

Simbologia 43, 45, 48

Sociedade 12, 19, 22, 23, 26, 27, 29, 30, 35, 39, 42, 44, 45, 51, 52

Sociopolítico 21, 22, 23, 24, 26

Sustentabilidade 28, 30, 32, 62, 65

T

Território 2, 3, 4, 6, 7, 10, 11, 12

V

Valor 2, 5, 7, 12

Valores 7, 11, 22, 23, 34, 36, 39, 40, 43, 45

Z

Zero waste 60, 61, 62, 64, 65

 **Atena**
Editora

2 0 2 0