

# 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<sup>a</sup> 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<sup>a</sup> Msc. Lilian Coelho de Freitas – Instituto Federal do Pará  
 Prof<sup>a</sup> Msc. Liliani Aparecida Sereno Fontes de Medeiros – Consórcio CEDERJ  
 Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> 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<sup>a</sup> Msc. Renata Luciane Polsaque Young Blood – UniSecal  
 Prof<sup>a</sup> 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](http://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

<b>CAPÍTULO 1</b> .....	<b>1</b>
<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	
<b>DOI 10.22533/at.ed.1222011021</b>	
<b>CAPÍTULO 2</b> .....	<b>13</b>
A INCORPORAÇÃO DO CHEIRO COMO UMA ESTRATÉGIA COMERCIAL	
Paloma Almeida Romanos Frederico Braida Isabela Monken Velloso	
<b>DOI 10.22533/at.ed.1222011022</b>	
<b>CAPÍTULO 3</b> .....	<b>21</b>
A MODA COMO FORMA DE MANIFESTAÇÃO NO ATUAL CENÁRIO SOCIOPOLÍTICO BRASILEIRO	
Danithielle Ferreira da Silva Brenda Blagojevic Guimarães Livia Marsari Pereira Raquel Rabelo Andrade	
<b>DOI 10.22533/at.ed.1222011023</b>	
<b>CAPÍTULO 4</b> .....	<b>28</b>
O PAPEL DAS MÍDIAS SOCIAIS EM TEMPOS DE ATIVISMO DIGITAL	
Amanda Pereira Santos	
<b>DOI 10.22533/at.ed.1222011024</b>	
<b>CAPÍTULO 5</b> .....	<b>34</b>
JOVEM GUARDA: MODA, RELEITURAS E LEGADOS NO VESTUÁRIO FEMININO NO ANO DE 2018	
Andreza Moraes Borges Camila Maria Albuquerque Aragão	
<b>DOI 10.22533/at.ed.1222011025</b>	
<b>CAPÍTULO 6</b> .....	<b>42</b>
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	
<b>DOI 10.22533/at.ed.1222011026</b>	
<b>CAPÍTULO 7</b> .....	<b>53</b>
A MODELAGEM NA CONSTRUÇÃO DE FIGURINOS PARA BALÉ CLÁSSICO	
Damaris Priscilla Rodrigues Lucimar de Fatima Bilmaia Emidio	
<b>DOI 10.22533/at.ed.1222011027</b>	

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

## JOVEM GUARDA: MODA, RELEITURAS E LEGADOS NO VESTUÁRIO FEMININO NO ANO DE 2018

Data de submissão: 04/11/2019

Data de aceite: 05/02/2020

### Andreza Moraes Borges

Instituto Federal de Educação, Ciências e  
Tecnologia do Piauí – IFPI  
Piripiri – Piauí

<http://lattes.cnpq.br/2357283331208836>

### Camila Maria Albuquerque Aragão

Instituto Federal de Educação, Ciências e  
Tecnologia do Piauí – IFPI  
Piripiri – Piauí

<http://lattes.cnpq.br/0556327426573708>

**RESUMO:** O presente trabalho analisa o código visual do movimento cultural Jovem Guarda, que ocorreu no Brasil na década de 1960, como influência na expressão da moda jovem brasileira nessa época, identificando os elementos e peças que marcaram este período e estão presentes na moda em 2018 através de releituras, compreendendo a origem, expressão e significados destas peças nos anos 1960 e nos dias atuais. A investigação está amparada pela pesquisa bibliográfica e iconográfica.

**PALAVRAS-CHAVE:** Jovem Guarda; Moda; Movimento Cultural.

### JOVEM GUARDA: FASHION, RELICATIONS AND LEGACIES IN FEMALE CLOTHING IN THE YEAR 2018

**ABSTRACT:** The present work analyzes the visual code of the Jovem Guarda cultural movement, which occurred in Brazil in the 1960s, as an influence on the expression of young Brazilian fashion at that time, identifying the elements and pieces that marked this period and are present in fashion in 2018 through of re-readings, understanding the origin, expression and meanings of these pieces in the 1960s and today. Research is supported by bibliographic and iconographic research.

**KEYWORDS:** Jovem Guarda; Fashion; Cultural Movement.

### 1 | INTRODUÇÃO

Os anos 1960 ficaram marcados como o período da moda jovem e, no Brasil, o movimento cultural Jovem Guarda, que fez sucesso na década de 1960, teve forte influência na disseminação dessa moda e dos novos valores da juventude entre os jovens brasileiros.

Compreendendo a roupa como um artefato capaz de expressar e comunicar diversos aspectos de uma cultura, pretendemos analisar o código visual do movimento cultural Jovem Guarda, identificando os principais elementos

que marcaram o vestuário do grupo e quais deles estão presentes como releituras na moda no ano de 2018 no Brasil, analisando suas origens e significações.

Este estudo faz parte de uma pesquisa apresentada como Trabalho de Conclusão de Curso na graduação de Design de Moda, no Instituto Federal do Piauí (IFPI) *campus* Piri-piri, em janeiro de 2019. No que diz respeito à metodologia desta pesquisa, podemos classificá-la como uma pesquisa de natureza básica, exploratória e explicativa, com abordagem qualitativa a partir de pesquisas bibliográficas, iconográficas e pesquisa na internet realizada em sites de lojas de departamento (C&A, Riachuelo, Renner) e redes sociais, com a finalidade de identificar quais características e peças utilizadas pelos integrantes do movimento Jovem Guarda da década de 1960 aparecem como tendências atualmente e estão presentes em lojas de *fast fashion* no vestuário feminino no ano de 2018.

Analisando o estudo quanto aos objetivos, este caracteriza-se como uma pesquisa exploratória e explicativa, de acordo com Fontelles et al (2009), por visar uma primeira aproximação do pesquisador com o tema e explicativa em razão de ter por finalidade central explicar os fatores determinantes para a ocorrência de um fenômeno.

Traremos neste artigo uma breve reflexão sobre a expressão da moda, compreendendo esta como uma linguagem, como subsídio para uma melhor compreensão dos reflexos do movimento cultural Jovem Guarda nos modos de vestir dos jovens no Brasil nos anos de 1960, fomentando a discussão da temática em estudo e a análise dos dados levantados nesta pesquisa.

## 2 | A EXPRESSÃO DA MODA E O MOVIMENTO JOVEM GUARDA

Conceituando moda, Aragão e Gomes (2017) afirma que a mesma é um grande evento que pode ser assimilado como um conjunto heterogêneo de criação e recriação, motivado por elementos culturais, sociais, políticos e econômicos. Como linguagem ela mostra-se como um complexo sistema representativo de comunicação e expressão de sentidos. Então, pode-se perceber que a vestimenta é uma forma do indivíduo se comunicar revelando subliminarmente os sentidos que ele dá ao mundo, como a que grupo social ele se insere, por exemplo.

A moda e a indumentária são consideradas por Barnard (2003) como as formas mais expressivas por onde são criadas, provadas e entendidas as relações sociais entre as pessoas. Castilho (2004), caracteriza a indumentária como uma segunda pele, que junto da primeira pele fazem uma linguagem com significados. Nota-se, através destes pensamentos, a importância do estudo de linguagem e comunicação não verbal para a moda e a indumentária.

A vestimenta é importantíssima nas relações pessoais e profissionais, Barnard (2003) aponta a moda como uma forma de comunicação entre os indivíduos de uma determinada sociedade. Tal comunicação possibilita, a nosso ver, tanto a identificação,

a aproximação e a troca entre tais indivíduos, como a sua diferenciação, sua dispersão e distanciamento; permite tanto a inclusão dos indivíduos em determinados círculos socioculturais, como sua exclusão.

Partindo destas ideias, ao estudar as expressões dos movimentos culturais da moda, analisando o movimento Jovem Guarda, observa-se que as vestimentas dos integrantes e seguidores deste grupo eram bastante revolucionárias em relação à sua época, expressando o espírito do tempo dos anos 1960: a juventude.

No Brasil, entre 1965 e 1968, conforme Dickinson (2015), se deu a Jovem Guarda, um movimento cultural sem cunho político, liderado por Wanderléa, Erasmo e Roberto Carlos, apresentadores de um programa de mesmo nome que intitulou o movimento. Tais cantores mostraram aos jovens do país uma nova forma na maneira de vestir-se e comportar-se, envolvidos pelos embalos do ritmo musical proposto pelo grupo.

Friedlander (2006) afirma que a música concede identidade. Neste mesmo sentido do efeito da Jovem Guarda no Brasil, houve também *The Beatles*, uma banda de rock britânica, com sua conduta moderna, audaciosa e apática às regras da época, que espalharam esse fenômeno, fortalecendo a “Beatlemania” a partir de 1964 no mundo, abrindo as portas a um estilo de vida jovem.

A cultura jovem é a grande marca dos anos 1960 no cenário cultural e da moda no contexto mundial. No Brasil, a Jovem Guarda funcionou como uma grande disseminadora desses novos valores da cultura jovem. Impulsionados pelo grupo artístico-musical, os jovens brasileiros passaram a falar suas próprias gírias, começaram a agir de modo mais descontraído, diferente dos pais, e também expressaram um novo estilo na hora de se vestir, com o sucesso do programa de TV e do movimento liderado por Roberto Carlos, Erasmo e Wanderleia, os jovens passaram a usar calça apertada e/ou com listras, camisas coloridas, minissaia, peças de couro ou vinil, cabelo comprido, e diversos acessórios tais como pulseiras, anéis, artigos de luxo e maquiagem exagerada.

### 3 | ANÁLISE E DISCUSSÕES DOS DADOS DA PESQUISA

Nos anos de 1960, entre a população urbana brasileira, cerca da metade tinha menos de 20 anos. Com esse ambiente predominantemente jovem, o rock se evidenciou no mundo e, no Brasil, sob forte influência do movimento Jovem Guarda.

As transformações na vestimenta expressaram também todas essas mudanças que estavam à tona na esfera ideológica, social e cultural dos jovens com a troca dos ternos, gravatas, sapatos sociais por roupas mais despojadas, tais como, camisas com cores vivas, calças bocas de sino, cintos grandes e óculos coloridos. As mulheres diminuíram o comprimento dos vestidos, passaram a usar minissaias, estampas coloridas, bandanas, transparências e o uso de roupas de couro. Nota-se que a mudança de estilos na vestimenta contribui para a confirmação das mudanças de

hábitos e comportamento que os jovens estavam passando.

Para se atingir o primeiro objetivo do presente trabalho, foi realizada uma pesquisa iconográfica, na internet, no aplicativo Pinterest, disponível para smartphones, buscando, em seu acervo, imagens do período da Jovem Guarda nos anos 1960 no Brasil. Nos sites de *fast fashion* das empresas de departamento C&A, Riachuelo e Renner, a pesquisa iconográfica visou identificar peças da moda dos dias atuais que tragam elementos e características que fizeram parte da identidade visual do grupo Jovem Guarda, na sua época.

As imagens que serão explanadas a seguir estão organizadas da seguinte forma: à esquerda, a imagem da época da Jovem Guarda, mostrando a peça ou elemento utilizado pelos integrantes do movimento e, à direita, as imagens de peças que estão em lojas de *fast fashion* no ano de 2018, que trazem características semelhantes. Após a sequência de imagens, faremos uma breve discussão acerca destes elementos apresentados.



Figura 1 – Salopete

Fonte: Pinterest, Sites da C&A, Riachuelo e Renner (2018).



Figura 2 – Calça Listrada

Fonte: Pinterest, Sites da C&A, Riachuelo e Renner (2018).



Figura 3 – Vestido de Couro

Fonte: Pinterest, Site da C&A, Riachuelo e Renner (2018).



Figura 4 – Gola Alta/Rolê

Fonte: Pinterest, Sites da C&A, Riachuelo e Renner (2018).



Figura 5 – Transparência

Fonte: Pinterest, Sites da C&A, Riachuelo e Renner (2018).

A salopete teve sua origem no macacão, que foi criado por volta de 1890 para uniformizar lenhadores e operários. Em 1940 estilistas adaptaram a peça com saia, short e tecidos leves, que caiu no gosto popular jovem, sendo utilizada fortemente nos anos 1960 pelos membros da Jovem Guarda. Esta peça vem sendo revisitada desde então ao longo das últimas décadas e retornou como tendência também em 2018. Observa-se que, nos dias atuais, a salopete ainda traz o mesmo ar de jovialidade e despojamento que apresentava nos anos 1960.

A calça com a padronagem listrada foi uma peça bastante utilizada pelos integrantes da Jovem Guarda. O tecido listrado, na idade média, era reservado para pessoas banidas pela sociedade, doentes ou bandidos. Após este período, essa significação e utilização do listrado foi mudando, perdendo o estigma com o tempo, e passou a ser utilizado em roupas de banho, roupas íntimas e de marinheiros. Nos anos 1920, Coco Chanel, inspirou-se e criou roupas para si mesma com esses padrões.

Nos anos 1960 o listrado adquire uma conotação informal para a tradicional calça social, fazendo a ruptura percebida neste período entre moda jovem e moda adulta. Nos dias atuais, a calça listrada já não carrega mais o significado de jovialidade e informalidade que trazia nos anos 1960, denotando uma ressignificação dos valores desta peça.

As vestimentas de couro são uma das mais antigas da história. No século XX, foi bastante utilizada por pilotos da Primeira e Segunda Guerra Mundial, com isto, acabou tendo visibilidade e começou a ser utilizadas de várias maneiras, os anos 1950, com a influência do *rock and roll* a jaqueta de couro vira ícone de moda jovem entre os rapazes. Nos anos 1960, o material passa a figurar o vestuário feminino, em vestidos e saias, trazendo esse ar de transgressão de valores, rebeldia e juventude.

Nos dias atuais, esse material ainda carrega estes valores de rebeldia e

juventude, porém, ganhou novas interpretações e seu significado pode variar de acordo com a modelagem utilizada na confecção da peça com este material, que pode ir da irreverente minissaia de couro à clássica saia mídi de couro.

A gola alta ou gola rolê surgiu no Japão e vem dos uniformes dos operários japoneses no período do pós-guerra. É unissex e virou ícone de estilo e futurismo na moda dos anos de 1950 e 1960, sendo bastante utilizada pela Jovem Guarda. Nos dias de hoje a gola rolê ainda traz referências semelhantes à desse período, sendo também atribuídos, atualmente, os significados de sofisticação e sobriedade, que não deixam de ter relação com a característica futurista da moda dos anos 1960.

A transparência virou tendência nos anos 1960 por conta de um desfile de Yves Saint Laurent, e fez sucesso em peças femininas que marcaram a Jovem Guarda no Brasil. Hoje em dia, a transparência é utilizada de forma mais ousada, em partes maiores da peça ou em maior grau de transparência e exibição da pele que na época anterior, pode trazer também um toque de sensualidade e sofisticação.

A partir da análise das imagens, nota-se que as principais peças que marcaram a estética jovem no Brasil e o código visual da Jovem Guarda possuem releituras ou novas versões atualmente e, algumas delas passaram por uma ressignificação ao longo das últimas décadas, não expressando mais os mesmos valores que na época quando utilizadas pelo grupo.

É possível perceber também que nem todas tiveram sua origem da moda dos anos 1960, muitas datam de períodos anteriores, algumas das peças já eram releituras de algumas épocas atrás, sendo repaginadas neste período da moda jovem, adotando os valores de rebeldia, informalidade e juventude, figurando a expressão da moda mundial que, no Brasil, foi fortemente disseminada pela Jovem Guarda com todo o seu alcance e expressão entre os jovens no país.

#### 4 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

A moda nas últimas décadas tem sido uma eterna releitura, os elementos presentes numa época podem surgir em outra, distante ou não, com mudanças no tecido, modelagem e/ou aviamentos e, muitas vezes, com mudanças também no teor simbólico que traziam quando do seu lançamento, trazendo nos dias atuais novos significados ou apenas um perfume do que expressavam no seu momento de origem, do espírito do tempo que as fez nascer.

Neste sentido, abre-se espaço para contribuições em estudos futuros, no que diz respeito à esta temática, abordando também outros contextos, épocas, ou movimentos culturais, suas releituras e suas significações e ressignificações simbólicas.

## REFERÊNCIAS

ARAGÃO, Camila Maria Albuquerque. ; Gomes, M. T. . **Semântica da Moda**: Culturas, Linguagens e Produção do Conhecimento. In: Ana Maria Haddad Baptista; José Carlos Ferreira Batista; Ubiratan D'Ambrosio. (Org.). Educação e linguagens. 1ªed.São Paulo: BT Acadêmica, 2017, v., p. 89-103.

BARNARD, Malcolm. **Moda e Comunicação**. Rio de Janeiro, RJ: Rocco, 2003.

CASTILHO, Kathia. **Moda e linguagem**. 2. ed. rev. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2004.

DICKINSON, Neide. **Os 50 anos da Jovem Guarda - Parte 2**. 1ª. 2015. Disponível em: <http://estilosasefashionistas.blogspot.com/2015/12/os-50-anos-da-jovem-guarda-parte-2-50th.html>. Acesso em: 08 de junho de 2018.

FONTELLES, Mauro José et al. **Metodologia da Pesquisa Científica**: Diretrizes para elaboração de um protocolo de pesquisa. 2009. 8 f. Artigo (Medicina)- Universidade da Amazônia – UNAMA, Amazônia, 2009. Disponível em: [https://cienciassaude.medicina.ufg.br/up/150/o/Anexo\\_C8\\_NONAME.pdf](https://cienciassaude.medicina.ufg.br/up/150/o/Anexo_C8_NONAME.pdf) . Acesso em: 30 de junho de 2018.

FRIEDLANDER, Paul. **Rock and Roll**: uma história social. Rio de Janeiro: Record, 2006.

## **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**