

MOLDA: A MODA COMO REPRESENTAÇÃO CULTURAL

CASTELHANO, Poliane Gonçalves (autor) – UNIFEV - Centro Universitário de Votuporanga.
REZENDE, Vera Lucia Guimarães (orientador) – UNIFEV - Centro Universitário de Votuporanga.

Segundo Santaella (1998), mais de 75% dos processos de cognição humana são visuais, consequentemente a maior parte das extensões tecnológicas e comunicacionais desenvolvidas pelo ser humano objetiva potencializar esse sentido ou serem percebidas por meio dele, entre elas a moda. Considerada a sétima maior economia, esta indústria criativa está avaliada em mais de U\$ 2.4 trilhões de dólares. O Brasil é considerado o quinto país produtor do maior evento de moda do mundo: a Fashion Week. Além de toda influência econômica, as roupas possuem ainda muitas referências históricas, culturais e, além disso, grande representatividade em relação à subjetividade dos indivíduos. O presente trabalho visa analisar a moda e seu potencial comunicativo como representante da cultura e seus múltiplos aspectos como o social, o econômico, o político, além de seu uso como manifesto. Ao longo desse estudo abordaremos, na tentativa de compreender os processos, por que a moda é importante, o que ela é e como produz informação, como é consumida e cria as diferentes manifestações, por meio dos estudos de autores como Gilles Lipovetsky, Gilda Chantaigner e outros. Para tanto, como metodologia, será realizada pesquisa bibliográfica em livros, sites e análises de coleções de moda. Ao final será realizado um estudo de caso de uma coleção de moda da marca Lab Fantasma. Com o resultado dessa análise será desenvolvida uma exposição para contextualizar a representatividade da cultura na coleção escolhida.

Palavras-chave: Moda. Cultura. Identidade.

REFERÊNCIAS:

CHANTAIGNER, Gilda. História da moda no Brasil. São Paulo: Estação da Letras e Cores, 2010.

GODART, Frédéric. Sociologia da moda. São Paulo: Senac São Paulo, 2010.

LIPOVETSKY, Gilles. O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Cia das Letras, 2009.

MESQUITA, Cristiane. Roupas: território da existência. *Fashion Theory: a revista da moda, corpo e cultura*, São Paulo, n.2, p.115-130, jun. 2002. Edição Brasileira.

STEVENSON, Nj. *Cronologia da moda: de Maria Antonieta a Alexander McQueen*. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.