



# V MOSTRA INSTITUCIONAL DE **EXTENSÃO** UNIVERSITÁRIA

28 A 30 DE JUNHO DE 2021

**I CURSO:** DESIGN DE MODA  
**TÍTULO:** MODA E SEU PAPEL SOCIAL  
**ANO:** 2021/1



## MENSAGEM DO COORDENADOR

“A extensão acadêmica proporciona ao estudante uma visão cidadã de sua formação, atuando em direção à comunidade em que esse estudante está inserido. A participação do aluno em ações e projetos de extensão possibilita o compartilhamento do conhecimento por ele adquirido durante sua jornada acadêmica, cumprindo a importante missão de retribuir o conhecimento adquirido à comunidade. Particularmente na área de Design de Moda, a extensão universitária também democratiza o acesso à arte/moda de qualidade para todos.”

Ivolnei da Costa



# V MOSTRA INSTITUCIONAL DE **EXTENSÃO** UNIVERSITÁRIA

28 A 30 DE JUNHO DE 2021

## AUTORES

ANTONIETTI, Mariah Roman.

FOESTER, Yasmin Mezzomo

VICINGUERA, Julia Fidel

BINOTTO, Aryadne

MONTEIRO, João Pedro Pigato

FOSTER, Renata Gottardello

COSTA, Ivolvei



## SUMÁRIO

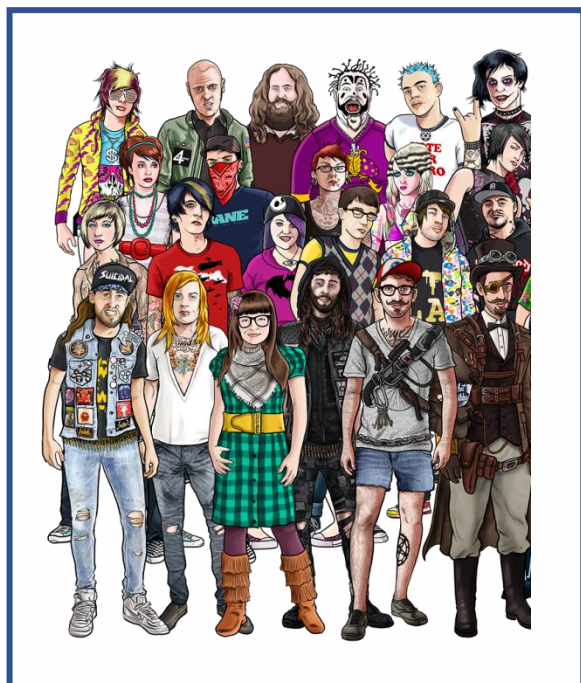
- I. Moda e seu papel social
- II. Moda e comunicação
- III. Moda e expressão
- IV. Moda e empoderamento feminino
- V. Moda e gênero

## MODA E SEU PAPEL SOCIAL

A moda é muitas vezes vista como algo fútil e frívolo, mas é necessário um aprofundamento sobre a sua importância e quais os seus impactos gerados na sociedade em que vivemos. Ao observar a história do mundo, é perceptível a presença da moda como uma espécie de documentação social e cultural, na qual acompanha as mudanças dos valores da sociedade com o passar do tempo, refletindo gerações e épocas. Desde a pré-história o homem tinha a necessidade de se cobrir com vestimentas para combater o frio, como podemos ver na imagem ao lado. Porém, e foi à partir do século XIX, com a ascensão do capitalismo, que a moda ocupou o seu lugar central. Observa-se então que com o passar do tempo o papel social da moda mudou, se transformando também em expressão cultural, de identidade e um estilo de vida.



Fonte: Timetoast  
Disponível em [www.timetoast.com](http://www.timetoast.com)



Fonte: Brigadeiro News.  
Disponível em [www.brigadeiraonews.wordpress.com](http://www.brigadeiraonews.wordpress.com)

Desta forma, a moda acabou se tornando um movimento de aceitação/distinção.

A moda é cultura e consumo, você pode não saber, mas a moda é uma grande referência nos estudos da sociologia, pois abre diversas possibilidades de análise dos grupos sociais e quais as influências do meio sobre o indivíduo. Diversos sociólogos compartilham deste pensamento e já fizeram diversos estudos sobre. Por exemplo, Georg Simmel já dizia que era preciso discutir a noção de moda e como é possível analisar necessidades sociais e psicológicas por ela, como um instrumento que aproxima e distancia os indivíduos ao mesmo tempo.

Na imagem ao lado, podemos ver diferentes tribos urbanas com suas características únicas de vestir.

## MODA E COMUNICAÇÃO

Não é novidade que assim como a maioria dos outros setores globais, o consumo da moda acaba sendo um importante instrumento de distinção social na qual agrupam as classes de acordo com o seu conjunto de gostos individuais, situações econômicas e ainda gera conflito no diálogo entre o anseio de diferenciar-se a obrigação de imitar. Existem também outros fatores como a exploração de costureiros, a falta de diversidade e problemas ambientais a serem resolvidos, mas a moda ainda assim tende a ser um setor criativo com grande potencial para iniciar mudanças significativas.

A moda é comunicação, exatamente por criar linguagens, transformar comportamentos e alterar a forma de expressão da humanidade, com o tempo, a moda ganhou o seu espaço e passou a ser considerada uma ciência humana. Hoje em dia, existem diversas pesquisas e discussões no mundo todo se aprofundando em assuntos como mercado, consumismo e as diversas formas de interpretação sobre a vestimenta como ferramenta de comunicação. Mesmo sem fazer muito esforço sobre as suas escolhas, a maneira em que você se veste pode ter inúmeros significados psicológicos, sociais e culturais, portando, acaba influenciando os nossos processos de comunicabilidade e servindo como ferramenta de expressão individual e social.

Sabendo que a moda acompanha o comportamento da sociedade em determinados períodos, nota-se como ela expressa além do que imaginamos, manifestando o momento cultural, econômico e político dos países e do mundo, por isso, moda é sobre história, sobre o passado, o presente e o futuro. Essa arte tem a capacidade de dar sentido a vida, muito além de roupas e acessórios, é sobre o tempo, a cultura e quem nós somos de verdade.



Fonte: Purepeople  
Disponível em [www.purepeople.com.br](http://www.purepeople.com.br)

## MODA E EXPRESSÃO

Em constante mudança, a moda dentro e fora das passarelas representa opiniões, gostos e modos de agir de um coletivo, representa um fenômeno cultural.

Embora a primeira impressão que temos quando se fala de Moda seja o fator consumo, há vários outros aspectos que devemos considerar. Sempre mudando, a Moda além de satisfazer as necessidades do ser humano, possui em sua essência elementos estruturais de uma sociedade. A moda não é algo raso, que passa despercebido, e muito menos algo que pode ser visto somente como bonito ou então com teor estético. Em muitos desfiles, estilistas, modelistas e designers usam as suas peças como forma de levantar uma bandeira, representar uma causa ou então para propagar o sentimento de pertencimento. Situações como essas, a gente pode perceber sempre quando analisa o estilo próprio de um designer. Cada ser único tende a disseminar aquilo que sente, desse forma, atraindo para si e para a sua marca pessoas que se identificam com a tal.

Podemos perceber claramente a forte presença de várias causas no meio de moda quando Ayesha Tan-Jones, modelo não-binário da Gucci, usou frases nas mãos para protestar pacificamente contra a ideia que a coleção outono/inverno2020 da marca estava passando em relação a saúde mental.

Fica extremamente explícito depois disso que modelos não são apenas ferramentas, são pessoas com opiniões e com histórias, assim como os diretores criativos de tantas marcas



Fonte: BBC News

Disponível em [www.bbc.com/portuguese](http://www.bbc.com/portuguese)

## MODA E EMPODERAMENTO FEMININO

Falar em empoderar tem a ver com dar poder a alguém. No caso feminino, isso vai muito além dos dicionários. Uma mulher empoderada conhece o seu papel, seus desafios e suas conquistas. Quando uma passa por esse processo, ela ganha, principalmente, consciência do espaço que ocupa na sociedade e as ferramentas para mudar isso.

A moda tem o poder de manifestar o empoderamento feminino, de demonstrar a personalidade, a atitude de uma mulher, desconstruindo padrões impostos pela sociedade, fugindo da necessidade de se enquadrar, realizando o contrário, representando-se individualmente, deixando-se de se encaixar na sociedade, pois não é mais necessário.

Com a quebra desses paradigmas, é possível mostrar que a mulher pode ser o que quiser, sem se sentir pressionada a seguir um conjunto de regras pré-dispostas. Quando uma mulher sabe que pode se vestir da maneira que quiser, provocante, recatada, excêntrica, minimalista, entre outros, ela ganha a confiança e a voz para lutar contra a violência, o assédio, a desigualdade e outros fatores prejudiciais.

A moda também serve para se transformar em um ambiente de representatividade. Marcas de roupas plus size, por exemplo, exercem esse papel de modo a inspirar quem está fora dos “padrões”. O mesmo acontece com marcas que trazem pessoas com deficiências, de diferentes etnias e com características variadas.



Fonte: [crescendoaospoucos.com](http://crescendoaospoucos.com)  
Adaptado pelo autor



## MODA E GÊNERO

A questão de gênero é algo atribuído não unicamente ao sexo biológico (homem e mulher), mas sim às construções socioculturais e às representações associadas a cada sexo. A feminilidade e a masculinidade surgem dessa construção, sendo que características específicas são atribuídas aos estereótipos de gênero e papéis sociais que os indivíduos reproduzem em seu dia-a-dia. A maneira com que cada um deve se vestir e se portar é imposta desde muito cedo, antes mesmo do nascimento, sendo que a criança cresce e se desenvolve com uma ideia de que certas roupas ou cores não podem ser utilizadas por serem de homem ou mulher, interferindo intimamente no desenvolvimento de sua identidade. Além disso, existe outro ponto que deve ser abordado na questão do desenvolvimento da identidade, que é o conflito da moda com os gêneros. Quando se fala de gênero, essa compreensão vai além do binarismo homem-mulher, ou da cisheteronormatividade, como é o caso de pessoas transexuais, ou não-binárias. Na transexualidade, a forma de se vestir diz muito sobre a liberdade de ser quem você é, e expressa muitas vezes a luta por existência desses indivíduos.

A população trans uma luta diária quando se refere a vestir-se e a expressar-se. Muitos homens trans relatam seu constrangimento ao entrarem em uma loja masculina, ou mulheres trans que cotidianamente lidam com olhares preconceituosos ao fazerem uso de roupas e acessórios ditos femininos. E muitos utilizam a moda como uma forma de resistência, criando narrativas de liberdade e lutando a cada dia contra a transfobia. Nesse sentido, podemos compreender que possibilitar o acesso à moda, é também garantir que os seres humanos exerçam seu direito de escolha e de expressar livremente sua identidade.

### MODA É COISA DE MULHER, DE HOMEM, DE QUEM QUISER.

No mundo da moda, a visão do gênero é um conceito fluido permitindo que estudiosos que pesquisam sobre roupas e aparência entendam as relações de gênero mais do que homens e mulheres. Antigamente, a adoção de calças pelas mulheres representava um importante reajuste da definição de feminilidade e somente após a Primeira Guerra Mundial que a calça foi popularizada entre as mulheres, por necessidade, elas precisaram trabalhar fora de casa, e isso exigia maior conforto.

Há quase 100 anos, Coco Chanel jogou para o alto as regras de que algumas peças precisam ser essencialmente masculinas e apareceu vestindo pantalonas de uma forma despojada, criou um item de estilo reproduzido em confecções do mundo todo.

Em meio a SPFW, em 2015, o estilista João Pimenta desfilou uma coleção "Agender". A marca que tem como essência a alfaiataria masculina, mas sem deixar de lado a provocação com binarismos, optou nesta estação por eliminar as barreiras de gênero e se vender como roupas da marca João Pimenta, ao invés de roupas masculinas da João Pimenta.

Precisamos entender o significado das escolhas das roupas, independente do gênero, as vestimentas podem afetar a maneira como as pessoas se comportam em relação a você. Posso citar como exemplo, uma entrevista de emprego, vestir-se bem em um meio corporativo deixando sua primeira impressão em um lugar o qual está esperando uma oportunidade, é total responsabilidade, pois cada empresa tem sua cultura, sua identidade.



Fonte: Produzido pelo autor

## REFERÊNCIAS

1. CALANCA, Daniela. Historia social da moda. São Paulo: Senac, 2008.
2. GODART, Frédéric. Sociologia da moda. São Paulo: Senac, 2010.
3. LIPOVETSKY, G. O império do efêmero: a moda e o seu destino nas sociedade modernas. São Paulo: Companhia das letras, 1989
4. [coluquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20%202017/COM\\_ORAL/co\\_3/co\\_3\\_MODALIDADE\\_SEM\\_GENERO.pdf](http://coluquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20%202017/COM_ORAL/co_3/co_3_MODALIDADE_SEM_GENERO.pdf)
5. [coluquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20%202017/CO/co\\_4/co\\_4\\_MODALIDADE\\_CULTURA\\_E\\_COMUNICACAO.pdf](http://coluquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20%202017/CO/co_4/co_4_MODALIDADE_CULTURA_E_COMUNICACAO.pdf)
6. [portcom.intercom.org.br/pdfs/051cd315ac51508178c0ee5de3c42a62.PDF](http://portcom.intercom.org.br/pdfs/051cd315ac51508178c0ee5de3c42a62.PDF)



**UDC**  
**CENTRO**  
**UNIVERSITÁRIO**

**CENTRO E VILA A**  
**E FACULDADES UDC MEDIANEIRA-UDC MONJOLO**