



9^a EDIÇÃO • 2025

SEMGED

SEMINÁRIO DE MODA, GESTÃO E DESIGN

Economia Criativa:

identidades locais, diversidade, inclusão social e
ecossistemas produtivos sustentáveis.





**CADERNO DE RESUMOS E
ANAIS DA 9^a EDIÇÃO
SEMGED
-2025**

- REALIZAÇÃO -

**Grupo de Pesquisa NUPEVEM
(Núcleo de Pesquisa em Vestuário e Moda)**

INSTITUIÇÕES ENVOLVIDAS

- Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais (CEFET-MG – Campus Divinópolis)
 - Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG – Unidade Divinópolis)
- Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais (IFSUDESTEMG – Campus Muriaé)
- Faculdade UNA – Unidade Divinópolis.

COMITÊ CIENTÍFICO

Antônio Guimarães Campos (CEFET-MG)
Clarissa Alves de Novaes (NUPEVEM / IFSUDESTEMG)
Clícia Ferreira Machado (NUPEVEM)
Cristiane Aparecida Gontijo Victer (CEFET-MG / SENAC)
Dênis Geraldo Fortunato Fraga (CEFET-MG)
Edilson Hélio Santana (CEFET-MG)
Eliza Dias Moller (NUPEVEM)
Fernanda Rodrigues Ferreira (NUPEVEM)
Giovani Moreira dos Santos (NUPEVEM / UFMG)
Glauциene de Oliveira (UNA – Divinópolis)
Hemilly Brugnara Lara (CEFET-MG)
Joanice Maria Barreto (CEFET-MG)
Liliane Monteiro Teixeira (NUPEVEM)
Lucília Lemos de Andrade (CEFET-MG)
Marcelo Lorentz Ricardo (CEFET-MG)
Maria de Lourdes Couto Nogueira (CEFET-MG)
Maria dos Anjos Beirigo Cunha (CEFET-MG)
Monique de Alvarenga Pinto Cotrim (CEFET-MG)
Patrícia Aparecida Monteiro (CEFET-MG)
Renata Pinheiro Loyola (UEMG)
Rodrigo Bessa (CEFET-MG)

COMISSÃO ORGANIZADORA

Antônio Guimarães Campos
Eliza Dias Moller
Marcelo Lorentz Ricardo
Maria de Lourdes Couto Nogueira
Rodrigo Bessa

ARTES GRÁFICAS

Renata Pinheiro Loyola

DIAGRAMAÇÃO

Geovana Rosa Costa de Souza
Laila Cristina Oliveira Caetano
Maria Elvira Miranda Caldeira
Melina de Aquino Chagas
Yasmin Camile Evangelista Silva

ORGANIZAÇÃO DE ARQUIVOS

Mayra Fernandes Oliveira
Joao Vitor dos Santos Miranda

GRUPOS DE TRABALHO

GT1 – Design e seus processos
GT2 – Representações e discursos
GT3 – História, Arte e Cultura
GT4 – Inovação e Gestão em Design e Moda
GT5 – Sustentabilidade

R454 Revista Limiar / Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais, Departamento de Informática, Gestão e Design - Campus Divinópolis - v.6, n.6 (dez. 2025), Belo Horizonte: CEFET-MG, 2025.

Edição Especial Revista Limiar / Caderno de Resumo e Anais do Semged 2025

ISSN 2574-8539

1. Antropologia urbana 2. Ciências Sociais 3. Humanidades 4. Administração Financeira 5. Tecnologias 6. Gestão 7. Engenharia 8. Moda 9. Informática

I. Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais, Departamento de Informática, Gestão e Design - Campus Divinópolis.

CDU:(050)

ANÁIS DA 9ª EDIÇÃO
SEMGED
-2025

TEMÁTICA: ECONOMIA CRIATIVA

O 9º Seminário de Moda, Gestão e Design (SEMGED) é um evento gratuito organizado pelo Grupo Núcleo de Pesquisa em Vestuário e Moda (NUPEVEM). Trata-se de uma iniciativa conjunta entre docentes das seguintes instituições: (1) Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais (CEFET-MG – Campus Divinópolis); (2) Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG – Unidade Divinópolis); (3) Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais (IFSUDESTEMG – Campus Muriaé) e (4) Faculdade UNA – Unidade Divinópolis.

A nona edição do evento será realizada de forma híbrida – presencial e virtual – entre os dias 26 e 28 de novembro de 2025, com sede no CEFET-MG / Campus Divinópolis, e também com a transmissão online para participantes de outras localidades.

O SEMGED tem como objetivo promover um espaço interdisciplinar de diálogos acadêmicos, reunindo debates científicos, tecnológicos, culturais e artísticos, além de fomentar a articulação entre ensino, pesquisa e extensão no campo da moda, do design e da gestão.

O SEMGED 2025 contará com palestras, exposições de trabalhos e grupos de trabalho (GTs). A nona edição do evento terá como tema central: ‘Economia Criativa — um modelo econômico que tem na criatividade a base para a geração de produtos, serviços e novas soluções. Em contraposição ao modelo econômico convencional, guiado quase exclusivamente pela maximização do lucro e pelo retorno sobre o capital, a Economia Criativa se apresenta como uma alternativa disruptiva, na qual as pessoas, os territórios e a diversidade ocupam o centro da geração de valor. Portanto, trata-se de uma abordagem de desenvolvimento, que articula a criação de renda e empregos com o fortalecimento das identidades locais, promoção da diversidade, inclusão social e o estímulo a ecossistemas produtivos sustentáveis. Para isso, engloba diversos setores, como moda, design, artes visuais, tecnologia, entre outros. Sua dinâmica resulta em inovação com propósito, gerando impacto positivo real e efeitos tangíveis nos âmbitos social, ambiental e econômico.

Os cinco Grupos de Trabalho abordarão questões relacionadas ao seus temas, e se dividem em: GT1 – Design e seus processos; GT2 – Representações e discursos; GT3 – História, Arte e Cultura; GT4 – Inovação Gestão em Design e Moda e GT5 – Sustentabilidade.

Observação: Os autores são responsáveis pela condução ética da pesquisa e da redação do artigo, resumo estruturado, banner e/ou trabalho apresentado. Os textos, imagens, gráficos, dados, nomes de pessoas ou empresas citadas, opiniões e conclusões submetidos e apresentados no seminário são de inteira autoria e responsabilidade dos autores. Diante disso, os orientadores, coorientadores e comissão do SEMGED não são responsáveis pelo conteúdo enviado pelos participantes e publicados nos anais do evento.

CONTATO

E-mail: nupev@gmail.com

SUMÁRIO

GT1 – DESIGN E SEUS PROCESSOS

BANNERS

RELATO DE EXPERIÊNCIA DE ESTÁGIO NA ÁREA DE FOTOGRAFIA NA EMPRESA LUIZ FOTÓGRAFO	11
PROJETO DE DESIGN GRÁFICO, DIAGRAMAÇÃO E EDIÇÃO DO CADERNO DE RESUMOS E ANAIS DA 8A EDIÇÃO DO SEMGED	12
EXPERIÊNCIAS DE ESTÁGIO COMO ASSISTENTE DE ESTILO: DO PROCESSO CRIATIVO AO PRODUTO FINAL	13
NANISMO:UM PEQUENO PASSO PARA A INCLUSÃO	14
(RE)DESIGN DA ÓRTESE DE MEMBROS INFERIORES (A.F.O) ARTICULADA USADA POR CRIANÇAS DE 4 A 6 ANOS	15
MODA ERGONÔMICA PÓS-AVC	16
RELATO DO ESTÁGIO NA ÁREA DE ESTILO NAS EMPRESAS CACTUS E ÂNCORA CLOTHING	17
CRIAÇÃO DE ROUPAS COM FOCO NA ERGONOMIA VOLTADAS PARA PESSOAS COM ARTROSE	18

RESUMO ESTRUTURADO

BRECHÓ GANGA ZUMBI: BAZAR DE ROUPAS INSTITUCIONAL	19
---	----

ARTIGOS

CRIAÇÃO COLETIVA DE INTERFERÊNCIAS NA MATÉRIA-PRIMA E MANIPULAÇÕES TÊXTEIS EM PROJETOS EXPERIMENTAIS: DESIGN DE SUPERFÍCIE	20
DESIGN DE SUPERFÍCIE: ANÁLISE DAS ESTAMPAS COMO PADRONAGENS PRESENTES NAS IDENTIDADES DAS MARCAS BRASILEIRAS FARM E RICHARDS	20
BIOMIMÉTICA: UM OLHAR SOBRE A MANIPULAÇÃO TÊXTIL, BIOINSPIRAÇÃO E A COLEÇÃO DE YANINA COUTURE	21
MODATECA: ESPAÇO MULTIFUNCIONAL PARA CATALOGAÇÃO DE MATERIAIS TÊXTEIS PARA A ÁREA DA MODA	22

GT2 – REPRESENTAÇÕES E DISCURSOS

RESUMOS ESTRUTURADOS

ANÁLISE DE TENDÊNCIAS E O CONSUMO DA ESTÉTICA RACING NA MODA FEMININA	25
MODA PERSONALIZÁVEL E EMOÇÃO: A AUTOEXPRESSÃO COMO CATALISADORA DA IDENTIDADE NO VESTIR CONTEMPORÂNEO	25
COMPOSIÇÃO TRIANGULAR EM IMAGENS DE MODA: ANÁLISE VISUAL APLICADA A VITRINES	26
A REPRESENTAÇÃO DA VELHICE E DO ENVELHECIMENTO NOS PERIÓDICOS NACIONAIS DE MODA	27

ARTIGOS

O CORSET COMO OBJETO DE ECONOMIA DOMÉSTICA E AGÊNCIA FEMININA NO SÉCULO XIX: ENTRE O TRABALHO INVISÍVEL E A AUTONOMIA	28
---	----

A COSTURA COMO SUSTENTO E HERANÇA NAS HISTÓRIAS DE MULHERES DE DIVINÓPOLIS: UM OLHAR AFETIVO SOBRE O FAZER MANUAL NO AMBIENTE DOMÉSTICO	28
LILITH E A DESCONSTRUÇÃO DA FEMINILIDADE: ANÁLISE DA MODA COMO EXPRESSÃO DE RESISTÊNCIA FEMINISTA EM DESTAQUE NAS PEÇAS DAS COLEÇÕES APRESENTADAS PELAS DESIGNERS JANA NEDZVETSKAYA (2016) E SITA ABELLÁN (2018)	29
A GLAMOURIZAÇÃO DA MAGREZA NA DÉCADA DE 1990: MODA E MÍDIA	30
ETARISMO NA MODA: A INVISIBILIDADE DA VELHICE FEMININA E SUA REPRESENTAÇÃO NO DESFILE DE ALTA-COSTURA VALENTINO, COLEÇÃO PRIMAVERA/ VERÃO 2025	31
SEX AND THE CITY: A MODA E A NOSTALGIA ATRAVÉS DO FASCÍNIO PELOS ANOS 90	32
GT3 – HISTÓRIA, ARTE E CULTURA	
BANNER	
A RECONFIGURAÇÃO DOS PROGRAMAS DE TV DE MODA E SEU IMPACTO NA RELEVÂNCIA CULTURAL, MIDIÁTICA E EDUCATIVA	34
ENTRE LOOKS E LIKES: A MODA COMO ESPELHO DA IDENTIDADE	35
MULHERES QUE VESTEM PODER: MODA E IDENTIDADE	36
XICA MANICONGO: COMO CORPO EM REBELDIA	37
A MODA ATRAVÉS DO CINEMA	38
A ROUPA EM CENA: COMPREENDER COMO O FIGURINO CONTRIBUI PARA A CONSTRUÇÃO DE PERSONAGENS EM WICKED (2024) E CRUELLA (2021)	39
DA MODA AO CINEMA: UMA ANÁLISE CINEMATOGRÁFICA DA ECONOMIA CRIATIVA EM CRUELLA	40
A VALORIZAÇÃO DA MODA BRASILEIRA NOS MUSEUS DO BRASIL DE ACORDO COM ESTUDO DO SITE “SEM CABIMENTO”	41
RESUMOS EXPANDIDOS	
ENTRE VOLUMES, LEDS E ADEREÇOS: OS TRAJES DE UM GRUPO DE BATE-BOLAS DE SEROPÉDICA (RJ)	42
ARTIGOS	
A MULTIPLICIDADE DA VIDA PAULISTANA REPRESENTADA ATRAVÉS DA INDUMENTÁRIA A PARTIR DE UMA NARRATIVA VISUAL	43
DO RISCO AO ENCANTO: A NARRATIVA VISUAL DO “O CASTELO ANIMADO” POR MEIO DOS FIGURINOS	43
ENTRE A HISTÓRIA CULTURAL E O DIREITO: REPRESENTAÇÕES MIDIÁTICAS DE GÊNERO, RAÇA E CORPO NA MODA VOLTADA À INFÂNCIA E ADOLESCÊNCIA	44
MEMÓRIA E DESIGN: MUSEU VIRTUAL DA MODA E DO VESTUÁRIO COMO FERRAMENTA DE PRESERVAÇÃO E INOVAÇÃO	45
INDUMENTÁRIA E SUBJETIVIDADE NAS REPRESENTAÇÕES DE VILÕES: UM ESTUDO COMPARATIVO DA PERSONAGEM CRUELLA DE VIL	46
A INFLUÊNCIA DA INDUMENTÁRIA SACRA APLICADA ÀS IMAGENS DE VESTIR E ROCA: ANÁLISE DO TRÍO DE IMAGENS DA PAIXÃO DE CARMÓPOLIS DE MINAS	46
TEARES E TRADIÇÃO: DIAGNÓSTICO DA TECELAGEM ARTESANAL EM UMA COMUNIDADE RURAL DE MINAS GERAIS	47

CAMPESINATO EM PERSPECTIVA: UMA ANÁLISE SEMIÓTICA SOBRE REPRESENTAÇÕES DO HOMEM RURAL E SEU CONTEXTO HISTÓRICO	48
A MODA DO ROCK: A INFLUÊNCIA DO ESTIGMA ‘SEXO, DROGAS E ROCK’N’ROLL’ NA MODA E SUA RESSIGNIFICAÇÃO CONTEMPORÂNEA	48
AMY WINEHOUSE E A ESTÉTICA DO JAZZ: MODA, MÚSICA E IDENTIDADE	49
VESTINDO O INCONSCIENTE: ANÁLISE SOB AS PERSPECTIVAS DA PSICANALÍTICA FREUDIANA E DA PSICOLOGIA ANALÍTICA JUNGUANA DA INDUMENTÁRIA NO CONTO DE FADAS COMO NARRATIVAS DE FORMAÇÃO	50
MARIE ANTOINETTE ENTRE FATOS E LICENÇA POÉTICA: ANÁLISE DA CONTRIBUIÇÃO DO FILME DE SOFIA COPPOLA NA CONCEPÇÃO DE UMA IMAGEM HISTÓRICA	51

GT4 – INOVAÇÃO E GESTÃO EM DESIGN E MODA

ARTIGOS

PLANEJAMENTO DE MÍDIA SOCIAL: DIVINÓPOLIS BOTÕES	53
REDESIGN DA MARCA LIMS: INOVAÇÃO E VÍNCULO COM AS CONSUMIDORAS	54

GT5 – SUSTENTABILIDADE

BANNERS

FASHION REVOLUTION E ECONOMIA CRIATIVA: EXPERIMENTAÇÕES SOBRE SUSTENTABILIDADE	56
DO LIXO AO LUXO: CRIATIVIDADE QUE TRANSFORMA RESÍDUOS TÊXTEIS DE JEANS EM MODA	57
MODA SUSTENTÁVEL: DA RECICLAGEM DE TECIDOS À ECONOMIA CIRCULAR	58

ARTIGO

ENTRE A LUDICIDADE E A SUSTENTABILIDADE: OFICINAS DE JOGOS DIDÁTICOS COM RESÍDUOS TÊXTEIS EM DIVINÓPOLIS-MG	59
A MODA MODULAR COMO UMA ABORDAGEM PARA UM MERCADO MAIS CONSCIENTE E SUSTENTÁVEL	60
RESÍDUO TÊXTIL COMO TELA: DESENVOLVIMENTO DE AVENTAIOS INSPIRADOS EM MONDRIAN	61

GT1
DESIGN E SEUS
PROCESSOS

ANÁIS DA 9ª EDIÇÃO
SEMGED
-2025

Relato de experiência de estágio na área da fotografia na empresa Luiz Fotógrafo

Laene Elizia Silva.
Prof. Dr. Rodrigo Bessa (orientador).

INTRODUÇÃO

O estágio em fotografia, realizado na empresa Luiz Fotógrafo, teve como finalidade proporcionar vivência prática em diferentes áreas do campo fotográfico, abrangendo desde o atendimento ao cliente até a produção, edição e entrega final das imagens. Essa experiência possibilitou o desenvolvimento de competências técnicas e interpessoais necessárias para a atuação no mercado, conciliando qualidade artística e profissionalismo.

OBJETIVOS

O objetivo geral é aplicar conhecimentos técnicos de fotografia em diferentes contextos.

Os objetivos específicos são:

- Dominar as especificações exigidas para fotografias de documentos oficiais;
- Aperfeiçoar habilidades de edição e tratamento de imagens;
- Desenvolver competências de comunicação e atendimento ao cliente.

METODOLOGIA

Durante o estágio, foram realizados atendimentos para produção de fotografias de documentos como passaporte, visto e identidade, respeitando rigorosamente as especificações técnicas de enquadramento, iluminação e vestimenta.

Além disso, foram conduzidos ensaios fotográficos em estúdio com diferentes públicos: masculinos, femininos, infantis, familiares, casais e produtos, ajustando configurações de câmera (ISO, diafragma e velocidade) e posicionamento de iluminação para atender às necessidades de cada cenário.

O trabalho também envolveu a orientação de poses, interação com crianças para maior naturalidade nas imagens, bem como a organização e montagem de cenários. Outra etapa fundamental foi o atendimento ao cliente, englobando agendamentos, explicações de valores, recebimentos, ofertas de novos serviços e estratégias de fidelização. Na etapa de pós-produção, utilizou-se o software Photoshop para edição e tratamento das imagens, garantindo qualidade estética e adequação às normas exigidas.

RESULTADOS

Os resultados alcançados foram:

- Produção de fotografias documentais aprovadas segundo padrões oficiais;
- Ampliação dos serviços oferecidos pelo estúdio, incluindo ensaios de formatura mediante a sugestão da utilização de beca;
- Fidelização de clientes, com destaque para acompanhamento fotográfico do crescimento infantil.
- Melhoria do processo de iluminação, proporcionando maior variedade de cenários;
- Aumento da satisfação dos clientes, cumprimento de metas e contribuição para o crescimento financeiro da empresa.

Figura 1 – Câmera e estúdio fotográfico



Fonte: Desenvolvidas pela autora.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estágio proporcionou a consolidação de conhecimentos técnicos e interpessoais na área da fotografia. Foi possível aprimorar a prática de configuração de equipamentos, montagem de cenários, direção de clientes e edição de imagens, além de desenvolver habilidades de atendimento e negociação.

REFERÊNCIAS

- BESSA, Rodrigo. **Técnicas de iluminação: em fotografia e editoriais de moda**. Artigo A, 2018.
FORDHAM, Demetrius. **Redescubra a fotografia**. Gustavo Gili, 2018.
HACKING, Juliet. **Tudo sobre fotografia**. Sextante, 2019.
SIEGEL, Eliot. **1000 poses para fotos de mulheres**. Europa, 2012.

REALIZAÇÃO E APOIO

Grupo de Pesquisa NUPEVEM (Núcleo de Pesquisa em Vestuário e Moda)



PROJETO DE DESIGN GRÁFICO, DIAGRAMAÇÃO E EDIÇÃO DO CADERNO DE RESUMOS E ANAIS DA 8^a EDIÇÃO DO SEMGED

Felipe Augusto do Carmo Lemos; Laila Cristina Oliveira Caetano;
Prof. Dr. Rodrigo Bessa (orientador); Marcelo Lorentz Ricardo e Maria de Lourdes Couto Nogueira (coorientadores).

INTRODUÇÃO

O presente projeto teve como proposta a criação de um caderno de Resumos e Anais do SEMGED (Seminário de Moda, Gestão e Design) no formato digital, e que já está disponível no site www.semged.cefetmg.br. Esse evento técnico-científico que acontece desde 2017, e neste ano de 2025, por meio do Programa Institucional de Bolsa de Iniciação Científica (PIBIC), os discentes realizaram a organização de todo o material recebido na edição de 2024, depois eles separam por Grupos de Trabalhos em um sumário, criaram o design gráfico, diagramação e, por fim, produziram a edição do Caderno de Resumos e Anais do 8º SEMGED.

OBJETIVOS

Objetivo Geral:

Organizar os materiais (banners, resumos estruturados e artigos científicos) submetidos para o evento, iniciar o trabalho de organização de sumário, design gráfico e diagramação do Caderno de Resumos e Anais da 8º edição do SEMGED no formato digital.

Objetivos específicos:

- Organizar os materiais (banners, resumos estruturados e artigos científicos);
- Levamento bibliográfico e leitura sobre Design Gráfico;
- Averiguar com os docentes quais os trabalhos que foram aprovados para apresentação;
- Preparar o sumário do Caderno de Resumos e Anais; Criar o design gráfico do Caderno de Resumos e Anais da 8º edição do SEMGED;
- Diagramar o Caderno de Resumos e Anais da 8 ª edição do SEMGED.

METODOLOGIA

Etapas do método do projeto para a criação do Caderno de Resumos e Anais da 8ª SEMGED:

Primeiro passo: Coleta de dados (os discentes organizam todo o material recebido no decorrer da inscrição do evento técnico-científico, separam e selecionam;

Segundo passo: Leituras e embasamento teórica a partir dos livros dos autores Ching e Zuroszek (2001); Lidwell, Holden e Butler, (2010); Lupton (2008 e 2011). Por fim, verificação da diagramação dos Cadernos de Resumos e Anais das edições anteriores disponíveis no site do SEMGED;

Terceiro Passo: Criação e Diagramação do material no software Adobe InDesign.;

Quarto Passo: os discentes elaboram um sumário e finalizam o Caderno de Resumos e Anais da 8ª SEMGED.

REALIZAÇÃO E APOIO
Grupo de Pesquisa NUPEVEM (Núcleo de Pesquisa em Vestuário e Moda)



RESULTADOS

Com a diagramação e protótipo, os discentes apresentaram os resultados aos docentes orientadores o Caderno de Resumos e Anais do 8ª SEMGED no formato digital. Após o material aprovado, foi inserido o ISBN do Caderno de Resumos e Anais e disponibilizado no site www.semged.cefetmg.br (FIGURA 1).

**Figura 1 – Capa do Caderno de Resumos e Anais
8º edição do SEMGED**



Arte da capa criada pela designer gráfica Renata Loyola

Fonte: Disponível em: < www.semged.cefetmg.br/cadernos-de-resumos-das-edicoes-anteriores/ >, Acesso em 26 Set. 2025.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A importância deste projeto na área do Design Gráfico está na continuação da produção do Caderno de Resumos e Anais no formato digital e impresso para a Biblioteca do CEFET-MG, Campus Divinópolis. Além disso, esse material é de extrema importância para validar as publicações no evento técnico-científico, tanto para os docentes quanto para os discentes, uma vez o material possui ISBN, e poderá constar futuramente no currículo lattes dos professores e estudantes que publicaram na 8ª edição do SEMGED. Espera-se ainda que o Caderno de Resumos e Anais da 8º edição do SEMGED contribua para fomentar e divulgar a ciência no campo do Design, a produção e o pensamento científico.

REFERÊNCIAS

- CHING, Francis D. K.; JUROSZEK, Steven P. **Representação Gráfica para Desenho e Projeto**. Barcelona: JphnWiley & Sons, 2001.
 LIDWELL, W.; HOLDEN, K.; BUTLER, J. **Princípios Universais do Design**. Porto Alegre: Bookman, 2010.
 LUPTON, Ellen. **Novos Fundamentos do design**. São Paulo: Cosac Naify, 2008.
 LUPTON, Ellen (Ed.). **A produção de um livro independente**: indie publishing: um guia para autores, artistas e designers. São Paulo: Rosari, 2011.
 SEMGED (Seminário de Moda, Gestão e Design). Disponível em: www.semged.cefetmg.br, acesso em 26 Set 2025.

EXPERIÊNCIAS DE ESTÁGIO COMO ASSISTENTE DE ESTILO: DO PROCESSO CRIATIVO AO PRODUTO FINAL

Laura Mendes Santos
Lucília Lemos de Andrade (Orientadora)

INTRODUÇÃO

No contexto teórico, a moda é compreendida como um fenômeno que envolve processos sociais, culturais e estéticos, sendo constantemente influenciada pelo tempo e pelo espaço em que se insere (Lipovetsky, 2009). Já Kawamura (2005) ressalta que o estilo atua como uma ponte entre a criação do *designer* e a percepção do consumidor, exigindo estratégias que assegurem a coerência estética e funcionalidade de peças. Nesse sentido, o papel do assistente de estilo torna-se estratégico, integrando pesquisa, experimentação e execução, e contribuindo para que a identidade do produto final seja refletida de forma clara e consistente. Dessa maneira, o presente trabalho descreve a experiência de estágio vivenciada pela autora como Assistente de Estilo na empresa Ayanna Ateliê, localizada em Carmo do Cajuru, Minas Gerais, e especializada em peças sob medida com foco em noivas, madrinhas e debutantes.

OBJETIVOS

O objetivo geral é relatar os aprendizados obtidos no Ayanna Ateliê, ao longo do estágio como Assistente de Estilo, desde a pesquisa e desenvolvimento criativo até a materialização das peças do vestuário.

Objetivos Específicos:

- Desenvolver processos de pesquisa, incluindo análise de tendências, levantamento de referências e materiais;
- Auxiliar na elaboração de croquis, fichas técnicas e artes gráficas para materiais diversos;
- Criar formulários, orçamentos e contratos;
- Acompanhar o processo de desenvolvimento das peças;
- Contribuir para a pesquisa e organização de ensaios fotográficos;
- Desenvolver e atualizar cronogramas e planilhas de acompanhamento.

METODOLOGIA

O estágio, iniciado em abril de 2025 e ainda em andamento, possui uma metodologia prática e vivencial, com foco no auxílio a *designer* do ateliê. Seguindo o conceito de Kawamura (2005), os trabalhos foram organizados em etapas de pesquisa, planejamento e execução, possibilitando o aprendizado de técnicas e procedimentos essenciais. Para a realização das atividades, foram utilizadas diversas ferramentas. Para pesquisa de tendências, utilizou-se plataformas como WGSN, Pantone Connect e Pinterest. Voltado ao *design* e edição de trabalhos gráficos, empregou-se CorelDraw, Figma e Canva. Na organização de informações e criação de documentos, utilizaram-se recursos do Google, como Docs, Sheets e Forms.

REALIZAÇÃO E APOIO

Grupo de Pesquisa NUPEVEM (Núcleo de Pesquisa em Vestuário e Moda)



RESULTADOS

Os resultados evidenciam a importância do acompanhamento integral de todos os processos no desenvolvimento de peças sob medida para o aprendizado do estagiário na área. A experiência, desde o briefing até a finalização das peças, incluindo os editoriais de fotos, como ilustrado na Figura 1, possibilitou compreender que os processos criativos e produtivos devem ocorrer concomitantemente aos procedimentos administrativos, como a elaboração de orçamentos, contratos e termos. Essa relação, quando conduzida de forma adequada, demonstrou favorecer a fluidez no desenvolvimento e contribuir para a construção de uma identidade estética coerente com o perfil da cliente, em consonância ainda com os objetivos da marca.

Figura 1 – Moodboard de Processos



Fonte: Compilação da autora (2025)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A vivência como Assistente de Estilo, especialmente em um ateliê de pequeno porte, possibilitou visualizar a aplicação do conceito explicado por Godin (2018), em que a criação de um produto tem como principal objetivo não a venda, mas a conexão emocional com o cliente. Nesse contexto, contribuir com o trabalho desenvolvido pela *designer* do ateliê, Ana Cristina, possibilitou a construção de experiências significativas e de laços afetivos entre marca e cliente.

REFERÊNCIAS

- GODIN, Seth. *This is Marketing: You Can't Be Seen Until You Learn To See*. London: Penguin Books Limited, 2018.
KAWAMURA, Yuniya. *Fashion-ology: An introduction to fashion studies*. London: Bloomsbury Publishing, 2018.
LIPOVETSKY, Gilles. *The Empire of Fashion: Dressing Modern Democracy*. Princeton: Princeton University Press, 2002.

Nanismo: Um Pequeno Passo Para Inclusão

Miguel Lopes Pereira; Luna Borges Machado; Pedro Henrique Caitano Silva;
Hiramaia Wan Der Maas Soares.
Patrícia Aparecida Monteiro (Orientadora)

INTRODUÇÃO

A moda é para todos,e pessoas com deficiência não querem um lugar especial,querem ser incluídas e fazer parte da narrativa de pertencimento e expressão.

"A moda, a forma como nos vestimos, é um jeito de nos expressarmos e comunicarmos, além de ser, muitas vezes, um símbolo de pertencimento." (GIDDENS, 2002, apud MOURA, 2018). Pessoas com nanismo por sua própria condição já podem não se sentirem pertencentes a moda, e quando o mercado ainda não atende as suas demandas e necessidades de conforto ou estilo essa sensação é validada.

OBJETIVOS

O objetivo geral é identificar e projetar soluções e teorias dentro da moda para os grupos com nanismo.

Os objetivos específicos são:

- Levantar dados e pesquisas gerais sobre nanismo;
 - Pesquisar sobre as condições físicas que influenciam no vestir de pessoas com nanismo;
 - Identificar os problemas desse grupo no consumo de vestuário;
 - Pensar e propor soluções para as necessidades e demandas desse grupo;

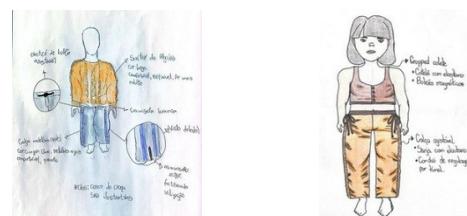
METODOLOGIA

Para obter informações sobre o público alvo, apresente pesquisas qualitativa contou com levantamento bibliográficas afim de entender a condição e as dificuldades encontradas, usando a informação para a desconstrução de preconceitos e investigar a realidade das pessoas com nanismo. No desenvolvimento da metodologia foram importantes a análise de algumas relações do corpo junto com a tabela de medidas da ABNT (NBR 16933 e NBR 16.060), levando em consideração o tipo mais comum de nanismo, a acondroplasia.

RESULTADOS

Existem três tipos principais de nanismo, sendo eles o nanismo proporcional, o desproporcional e a Acondroplasia, essa sendo a mais comum e um tipo de nanismo desproporcional. No nanismo proporcional, os membros e o corpo são proporcionais, mas menores em relação à altura de pessoas sem nanismo. Já no nanismo desproporcional, os membros são desproporcionalmente curtos em relação ao tronco. Aproximadamente, existem 250 mil pessoas no mundo com essa condição. No vestuário as principais dificuldades estão nas proporções, os corpos não são apenas menores eles tem medidas diferentes do tronco e membros distintas das médias. Para isso, foram desenvolvidas peças de vestuário visando o conforto e vestibilidade conforme apresentado na Figura 1.

Figura 1- Proposta de looks aplicando a ergonomia



Fonte: Autores (2025)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na moda a modelagem padrão não funciona bem para pessoas com nanismo, as roupas ficam mal ajustadas além dos fechos e acessos geralmente terem o uso complicados. Sendo assim, faltam opções de consumo e estilo para este público, é preciso pensar modelagens amplas nas medidas corretas, com adaptações inteligentes e estilos que gerem pertencimento e conforto . Ademais, a proposta deve ser levada apreciação por parte do público alvo, a fim de garantir a eficácia da pesquisa.

REFERÊNCIAS

- BEROLDO, Joselaine Zurdo; LIMA JÚNIOR, Geraldo Coelho. **Padronização de medidas para pessoas com condroplasia.** 18º Colóquio de Moda. 2023. Disponível em: [glimadesign58@gmail.com](https://anais.abepem.org/get/2023/PADRONIZAC%CC%A7A%C%C8%30%20DE%20MEDIDAS%20PARA%20PESSOAS%20CO%20A%20CONDROPLASIA.pdf); <https://anais.abepem.org/get/2023/PADRONIZAC%CC%A7A%C%C8%30%20DE%20MEDIDAS%20PARA%20PESSOAS%20CO%20A%20CONDROPLASIA.pdf>. Acessado em: 03 jun 2025.

INSTITUTO NACIONAL DE NANISMO. **Tipos de Nanismo.** 2025. Disponível em: <https://institutonacionaldenanismo.com.br/tipos-de-nanismo/>. Acessado em: 03 jun 2025.

SOU DE ALGODÃO. **Moda inclusiva:** "Pessoas com deficiência não querem um lugar especial, querem fazer parte da narrativa". 2020. Disponível em: <https://soudealgodao.com.br/blog/moda-inclusiva-pessoas-com-deficiencia-nao-querem-um-lugar-especial-querem-fazer-parte-da-narrativa/>. Acessado em: 03 jun 2025.

TOLEDO, Rafaela. **Quais são os tipos mais comuns de nanismo?** Instituto Nacional de Nanismo. 2017. Disponível em: <https://institutonacionaldenanismo.com.br/quais-sao-os-tipos-comuns-de-nanismo/>. Acessado em: 03 jun 2025.

REALIZAÇÃO E APOIO

RELAÇÕES E A CULTURA
Grupo de Pesquisa NUPEVEM (Núcleo de Pesquisa em Vestuário e Moda)



**ANAIS DA 9^a EDIÇÃO
SEMGED
-2025**

(RE)DESIGN DA ÓRTESE DE MEMBROS INFERIORES (A.F.O) ARTICULADA USADA POR CRIANÇAS DE 4 A 6 ANOS

Arthur Augusto da Silva Santos
Orientador: Marcelo Lorentz Ricardo

INTRODUÇÃO

A órtese A.F.O (Ankle-Foot Orthosis) é um dispositivo ortopédico que tem como finalidade estabilizar e alinhar tornozelo e pé, auxiliando crianças com fraqueza muscular, paralisia ou deformidades que afetam a mobilidade. Entretanto, o modelo convencional, além de ser financeiramente oneroso, apresenta impacto estético significativo, o que pode influenciar negativamente a autoestima e a socialização das crianças em idade escolar. Diante disso, propõe-se o redesenho da órtese a partir de princípios da ergonomia, acessibilidade, desenho universal e valorização da experiência do usuário, visando promover maior autonomia, conforto e aceitação social.

OBJETIVOS

O objetivo geral é redesenhar a órtese AFO para crianças de 4 a 6 anos, tornando-a mais acessível, funcional e esteticamente agradável, de modo a promover autonomia, conforto e inclusão social.

Os objetivos específicos são:

- Minimizar o impacto visual da peça, reduzindo estigmas e descriminação social.
- Integrar princípios do desenho universal ao design do novo modelo, especialmente os de adaptabilidade e facilidade de uso.
- Desenvolver modelos que conciliem função ortopédica e apelo estético, ampliando a aceitação da órtese.

METODOLOGIA

O projeto foi desenvolvido a partir de pesquisa bibliográfica e análise de modelos existentes, identificando limitações estéticas e de custo. A partir disso, aplicaram-se os **sete princípios do desenho universal**, com destaque para o princípio adaptável. Foram elaborados moodboards, croquis e fichas técnicas em duas categorias principais de calçados — tênis e sandália —, com variações voltadas ao público infantil feminino e masculino. Os materiais foram selecionados para garantir leveza, resistência, manutenção simplificada e conforto físico.

RESULTADOS

O redesenho da órtese resultou em um modelo híbrido, em que a estrutura de suporte essencial foi mantida, enquanto a base rígida foi substituída por calçados adaptados. Essa solução possibilitou maior conforto físico e visual, ampliando o uso da peça para além do período de necessidade ortopédica.

Foram desenvolvidos dois modelos finais (tênis masculino e sandália feminina), que conciliam função médica, acessibilidade econômica e apelo estético.

Figura 1 – Órtese Convencional e Modelos Desenvolvidos



CONSIDERAÇÕES FINAIS

O (Re)Design da órtese AFO para crianças de 4 a 6 anos representa um avanço ao integrar princípios de design, saúde e inclusão social. O projeto evidencia que é possível transformar um dispositivo médico em um produto acessível e socialmente aceito, contribuindo para a autoestima e qualidade de vida das crianças.

REFERÊNCIAS

ALVES, Diana Cunha Costa. Aspectos ergonómicos relevantes para a concepção de tecnologia assistiva: órteses de membros inferiores. 2012. Dissertação (Mestrado em Engenharia Humana) – Universidade do Minho, Portugal, 2012.

YOUTUBE. Modelagem de órteses. Disponível em: <https://youtu.be/Hxqi67FJVMU>. Acesso em: 25 ago. 2024.

YOUTUBE. O uso de órteses infantis. Disponível em: https://youtu.be/wIMArJaT_8s. Acesso em: 26 ago. 2024.

REALIZAÇÃO E APOIO

Grupo de Pesquisa NUPEVEM (Núcleo de Pesquisa em Vestuário e Moda)



MODA ERGONÔMICA PÓS-AVC

Ananda Luiza da Silva Ribeiro; Maria Gabriela Cristina Saraiva; Yasmin Galan de Oliveira.
Patrícia Aparecida Monteiro (orientadora)

INTRODUÇÃO

O Acidente Vascular Cerebral (AVC) ocorre quando o fluxo de sangue para o cérebro é interrompido, causando a morte de células cerebrais. Existem dois tipos principais: o AVC isquêmico, causado pela obstrução dos vasos sanguíneos, e o AVC hemorrágico, causado pelo rompimento desses vasos. O AVC é uma das principais causas de morte e incapacidade no mundo. Seus sintomas incluem fraqueza em um lado do corpo, dificuldade para falar e perda de equilíbrio. O tratamento rápido é fundamental para reduzir danos e melhorar a recuperação. Com o aumento de casos entre pessoas de até 49 anos cresceram quase 45% em 16 anos no Brasil é importante peças de vestuário que traga conforto e vestibilidade para estas pessoas.

OBJETIVOS

Desenvolver roupas adaptadas para pessoas com paralisia nos membros inferiores causada por AVC;
Promover autonomia e independência no ato de se vestir;
Reducir o esforço físico necessário para colocar e retirar as roupas;
Utilizar tecidos e acabamentos confortáveis, funcionais e fáceis de lavar;
Criar peças com estética agradável, sem estigmatizar a deficiência;
Contribuir para a inclusão social e a autoestima de pessoas com mobilidade reduzida.

METODOLOGIA

A pesquisa seguiu uma abordagem qualitativa e exploratória, com ênfase no levantamento teórico e na análise prática de soluções existentes. Inicialmente, foi realizada uma pesquisa bibliográfica sobre o Acidente Vascular Cerebral (AVC) e suas consequências em termos de limitações motoras, com o objetivo de compreender as necessidades específicas desse público. Com base nessas etapas, foram desenvolvidos croquis de vestuário funcional, considerando princípios de ergonomia, conforto e autonomia para usuários com limitações motoras decorrentes do AVC.

RESULTADOS

Foram desenvolvidos três croquis com foco no conforto e na praticidade ao vestir do usuário. O primeiro modelo consiste em uma calça de tricoline estampada, com abertura por botões até a altura do joelho, facilitando a troca de roupa — ideal para pessoas usuárias de cadeira de rodas. O segundo modelo é um conjunto composto por camisa e calça com aberturas laterais e frontais, cós com elástico e botões ao longo das pernas, permitindo transformá-la em bermuda. Já o terceiro croqui apresenta um vestido transpassado funcional, confeccionado em tecido leve, com fechamento em botões de pressão e velcro, além de corte evasê que evita o acúmulo de tecido ao sentar. Conforme ilustrado na Figura 1.

Figuras 1 – Croqui's



Fonte: Autores, 2025.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O design de moda inclusiva tem o potencial de transformar a relação entre o corpo e o ato de vestir. Ao considerar as limitações físicas de pessoas no período pós-AVC, torna-se possível promover autoestima, independência e dignidade por meio de roupas que ultrapassam a dimensão estética, priorizando o conforto, a funcionalidade e o foco humano.

REFERÊNCIAS

- BRASIL. Ministério da Saúde. Acidente Vascular Cerebral (AVC); CNN BRASIL;
- EM NUVENS. Revista Dobras – Artigo 1839; FATEC AMERICANA. Revista Técnica da Fatec Americana – Artigo 67; G1 ;GOVERNO DO BRASIL.; OTEMPO; PFIZER; PROQUEST; R7; TUASAÚDE; UNESP; UFPE.

REALIZAÇÃO E APOIO

Grupo de Pesquisa NUPEVEM (Núcleo de Pesquisa em Vestuário e Moda)



RELATO DO ESTÁGIO NA ÁREA DE ESTILO NAS EMPRESAS CACTUS E ÂNCORA CLOTHING

Grupo de Trabalho 1 – Design e seus Processos

Nome dos Autores: Camila Cardoso Silva; Prof. Dr Rodrigo Bessa (Orientador)

INTRODUÇÃO

A presente pesquisa tem como propósito relatar o Estágio Supervisionado da Estagiária, estudante do curso bacharelado em Design de Moda do CEFET-MG/Campus V. Durante o estágio, realizado nas empresas Cactus e Âncora Clothing, localizadas nas cidades de Divinópolis e Pitangui respectivamente, no estado de Minas Gerais, foi realizado o acompanhamento das marcas de moda que envolveu a pesquisa de referências visuais alinhadas às tendências de mercado, a integração das etapas do processo produtivo por meio da articulação com diferentes setores e o planejamento e desenvolvimento de coleções femininas e masculinas em conformidade com as diretrizes criativas e comerciais. A pesquisa contou com um banco de imagens, escolha de tecidos, aviamentos e cartela de cores, selecionados cuidadosamente de acordo com os aprendizados adquiridos em sala de aula na disciplina de "Projeto de Coleção Conceitual", ministrada pelo Professor Orientador.

OBJETIVOS

O estágio supervisionado é uma atividade obrigatória no curso bacharelado em Design de Moda do CEFET-MG/Campus V, e tem como objetivos:

- Colocar em prática os conhecimentos técnicos adquiridos em sala de aula, destacando-se as disciplinas de "Criação e Desenvolvimento de Coleção (Comercial e Conceitual)".
- Desenvolver habilidades e competências na área do Design de Moda;
- Pesquisar imagens e demais referências, de acordo com as tendências de mercado;
- Acompanhar as diversas áreas do processo produtivo de uma marca de moda e integrar as informações para atuar no setor de estilo.
- Planejar e Desenvolver coleções de moda feminina e masculina para as marcas.

METODOLOGIA

A metodologia utilizada foi experimental e baseada nos conhecimentos adquiridos em sala de aula. Contou com a Assistência no planejamento, criação e o desenvolvimento de coleções de verão e inverno, que permitiu, inicialmente, pesquisar e analisar o público-alvo, a segmentação de mercado da marca, realizar investigações imagéticas e elaborar painéis com referências do tema da coleção e cartela de cores, selecionar tecidos, materiais e aviamentos. Após a realização destas pesquisas, foram realizadas reuniões entre setores para definir e alinhar todas as informações.

REALIZAÇÃO E APOIO

Grupo de Pesquisa NUPEVEM (Núcleo de Pesquisa em Vestuário e Moda)



Com isso, o projeto é passado para desenhos e fichas técnicas, modelagem, pilotagem e prova, fotografia, costura, até chegar nas lojas com o lançamento da campanha, vitrinismo e merchandising e conteúdo de marketing.

RESULTADOS

Após auxiliar e acompanhar cada etapa do processo, a compreensão das etapas permitiu a discente de obter resultados do aprendizado como produções de fichas técnicas aprovadas para a coleção, execução da vitrine da loja, planejamento e boarding de ordem de produção de moda para dia de fotografia (Figura 1).

Figura 1 – DESENVOLVIMENTO DE COLEÇÃO



Fonte: Compilação do autor.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O resultado do estágio foi satisfatório e de grande importância tanto para as empresas assessoradas quanto para a formação da estagiária Camila Cardoso Silva, que pôde colocar em prática os conhecimentos técnicos adquiridos durante o curso bacharelado de Design de Moda. Contudo foi constatado a importância dos processos criativos e produtivos, uma vez que tiveram relevância na produção e na aceitação de mercado dos produtos criados a partir dos conhecimentos adquiridos na graduação.

REFERÊNCIAS

- PIRES, Dorotéia Baduy (Org.). *Design de moda: olhares diversos*. Barueri, São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2008.
 SORGER, Richard; UDALE, Jenny. *Fundamentos de design de moda*. Tradução Joana Figueiredo e Diana Afiflo. Porto Alegre: Bookman, 2009. TREPTOW, Doris. *Inventando moda: planejamento de coleção*. 4 ed. Brusque: Empório do Livro, 2007.
 FEGHALI, Marta Kasznar. *As engrenagens da moda*. 2. ed. Rio de Janeiro: Senac Rio, 2010.
 HOLZMEISTER, Silvana. *O estranho na moda*. Rio de Janeiro: Estação das Letras, 2010.
 MATHARU, Gurmit; BANDARRA, Mariana. *O que é design de moda?* Porto Alegre: Bookman, 2011.
 MORACE, Francesco (Org). *Consumo autoral: as gerações como empresas criativas*. Barueri: Estação das Letras e Cores, 2009.
 PHILLIPS, Peter L. *Briefing: a gestão do projeto de design*. São Paulo: Edgard Blucher, 2000.

CRIAÇÃO DE ROUPAS COM FOCO NA ERGONOMIA VOLTADAS

PARA PESSOAS COM ARTROSE

Melina de Aquino; Laura Penha; Lisa Barbosa; Luísa Moreira; Patrícia Aparecida Monteiro

INTRODUÇÃO

ARTROSE

A artrose, também chamada de osteoartrite, é uma doença crônica que afeta as articulações e se caracteriza pelo desgaste progressivo da cartilagem, o tecido que recobre e protege as extremidades dos ossos. À medida que essa cartilagem se deteriora, surgem dor, rigidez, perda de mobilidade e, em alguns casos, inflamação. A artrose é mais comum com o envelhecimento, mas também pode ser desencadeada por fatores como sobrepeso, excesso de carga nas articulações, lesões prévias e predisposição genética. Embora não tenha cura, existem diversos tratamentos que ajudam a aliviar os sintomas e melhorar a qualidade de vida. E a escolha das roupas adequadas podem facilitar o dia a dia deste público que tem dificuldade de se vestir quando estão com dores. Uma pesquisa da Arthritis Foundation dos EUA mostra que mais de 70% das pessoas com artrose relatam dificuldade para se vestir.

OBJETIVOS

- O objetivo geral é desenvolver roupas com ergonomia voltada para pessoas com artrose é proporcionar conforto, autonomia e proteção às articulações, contribuindo para a redução de dores e evitando sobrecargas nos movimentos do dia a dia.
- Compreender o que é artrose e as dificuldades das pessoas que sofrem com esta doença.
- Desenvolver roupa que facilite o dia a dia deste público.

METODOLOGIA

Trata-se de um estudo aplicado com abordagem qualitativa voltado ao desenvolvimento de produtos de vestuário adaptados às necessidades de pessoas com artrose.

RESULTADOS

A primeira peça desenvolvida foi um colete ergonômico com abertura frontal. Este colete foi criado para facilitar o ato de vestir das mulheres com artrose. A segunda peça foi um vestido camisa com abertura frontal de botões, com foco total em conforto e facilidade para quem tem artrose nos ombros e joelhos. Já a terceira peça foi uma calça pensada para dar mais autonomia e conforto, principalmente nos joelhos. As aberturas com zíper nas laterais facilitam muito na hora de vestir e tirar a peça, sem precisar dobrar muito as pernas ou fazer força. A última peça foi uma blusa gola Polo com abertura estratégica nos ombros. Essa polo foi pensada para mulheres com artrose nos ombros. O grande diferencial está na abertura com botões faceis nos ombros, que facilita muito na hora de vestir sem precisar levantar os braços ou forçar articulações. Conforme apresentado na Figura 1.

Figura -1 peças desenvolvidas



Fonte: Autoras, 2025.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

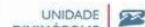
Para pessoas com artrose, a adoção de posturas adequadas, a prática regular de exercícios de baixo impacto e o uso de equipamentos ergonômicos são estratégias essenciais para minimizar a dor e prevenir a sobrecarga das articulações. Nesse contexto, a escolha de peças de vestuário que facilitem o ato de vestir torna-se igualmente relevante, pois contribui para a autonomia, reduz o esforço físico e melhora a qualidade de vida no cotidiano dessas pessoas.

REFERÊNCIAS

- EINSTEIN – HOSPITAL ALBERT EINSTEIN. Artrose. Glossário de Saúde. Disponível em: <https://www.einstein.br/n/glossario-de-saude/artrose>. Acesso em: 14 março. 2025.
HCOR – HOSPITAL DO CORAÇÃO. Artrose: o que é e quais são as causas. Hcor explica – Ortopedia. Disponível em: <https://www.hcor.com.br/hcor-explica/ortopedia/artrose-o-que-e/>. Acesso em: 14 março. 2025.

REALIZAÇÃO E APOIO

Grupo de Pesquisa NUPEVEM (Núcleo de Pesquisa em Vestuário e Moda)



BRECHÓ GANGA ZUMBI: BAZAR DE ROUPAS INSTITUCIONAL

RESUMO

O brechó Ganga-Zumbi constitui-se como um bazar organizado na Escola Técnica de Artes (ETA) da Universidade Federal de Alagoas (UFAL) que tem como objetivo promover o ensino-aprendizagem dos/das estudantes do curso técnico em Produção de Moda da instituição com a finalidade de observar e praticar técnicas de vitrinismo e visual merchandising em ambientes de comercialização na indústria de moda.

Palavras-Chave: brechó; bazar; visual merchandising.

CRIAÇÃO COLETIVA DE INTERFERÊNCIAS NA MATERIA-PRIMA E MANIPULAÇÕES TÊXTEIS EM PROJETOS EXPERIMENTAIS: O DESIGN DE SUPERFÍCIE

Laura Mendes Santos (laurasantoscontato@gmail.com)

Profa. Dra. Maria de Lourdes Couto Nogueira (Orientadora) (bucouto@cefetmg.br)

Profa. Dra. Patrícia Aparecida Monteiro (Coorientadora) (patriciamonteiro@cefetmg.br)

Profa. Me. Cristiane Aparecida Gontijo Victer (Coorientadora) (cristianevicter@cefetmg.br)

RESUMO

Este trabalho apresenta o desenvolvimento do projeto PIBITI “Criação Coletiva de Interferências na Matéria-Prima e Manipulações Têxteis em Projetos Experimentais: o Design de Superfície”, realizado no CEFET-MG, Campus V, com apoio do CNPq. Inserido no campo do design de superfície têxtil, o estudo teve como objetivo criar um mostruário físico e digital de técnicas de manipulação, enriquecendo o acervo da Modateca da instituição - espaço dedicado à pesquisa, ao estudo e à preservação de materiais, referências e informações relacionadas à moda - e ampliando as possibilidades de ensino-aprendizagem. A metodologia contempla revisão bibliográfica, seleção e estudo de 22 técnicas, além da produção de amostras com colaboração de discentes, comunidade e equipe de pesquisa. O mostruário físico foi confeccionado em formato de livro, reunindo exemplares aplicados em tecido, enquanto o digital, acessado via QR Code, disponibiliza informações e vídeos explicativos, promovendo a integração entre experiências táteis, visuais e interativas. Os resultados revelaram que a combinação dos dois formatos potencializa a prática pedagógica, oferecendo suporte a disciplinas dos cursos de Bacharelado em Design de Moda e Técnico em Produção de Moda da instituição. Conclui-se que o projeto contribuiu para a valorização da pesquisa aplicada, da experimentação manual e da criatividade, além de fortalecer o vínculo entre design, arte e ensino.

Palavras-Chave: Design de superfície; Manipulação têxtil; Mostruário.

DESIGN DE SUPERFÍCIE: ANÁLISE DAS ESTAMPAS COMO PADRONAGENS PRESENTES NAS IDENTIDADES DAS MARCAS BRASILEIRAS FARM E RICHARDS

Maria do Carmo Vasconcelos Leite

Prof. Dr. Rodrigo Bessa (Orientador) (bessarodrigo@cefetmg.br)

Profa. Dra. Monique de Alvarenga Pinto Cotrim (Coorientadora)
(moniquecotrim@cefetmg.br)

RESUMO

A presente pesquisa tem como objetivo refletir sobre o papel simbólico e comunicacional do design de superfície, considerando o design não apenas como recurso estético, mas como linguagem visual capaz de expressar valores, identidade e contextos, bem como pertencimentos. A moda, é uma das expressões mais influentes e diretas das aspirações pessoais, que podem ser traduzidas pelo uso de apropriações, valores e manifestações individuais. Além disso, pretende-se compreender como o design de superfície se integra nas práticas contemporâneas da moda brasileira, e como ele contribui para afirmar um discurso visual autêntico, coerente e culturalmente enraizado nas marcas nacionais. Será utilizada a metodologia qualitativa e exploratória para analisar como é o trabalho do design de superfície em duas marcas brasileiras: Farm e Richards.

Palavras-Chave: Design de Superfície; Estamparia; Identidade; Moda Brasileira.

BIOMIMÉTICA: UM OLHAR SOBRE A MANIPULAÇÃO TÊXTIL, BIOINSPIRAÇÃO E A COLEÇÃO DE YANINA COUTURE.

João Victor Alves Silva (jvas.2709@gmail.com)

Profa. Dra. Patrícia Aparecida Monteiro (patriciamonteiro@cefetmg.br)

Profa. Dra. Maria de Lourdes Couto Nogueira (bucouto@cefetmg.br)

Profa. Dra. Monique de Alvarenga Pinto Cotrim (moniquecotrim@cefetmg.br)

A presente análise busca compreender como a biomimética pode ser utilizada como ferramenta do design de superfície em coleções de moda, realçando o potencial criativo, artístico e funcional desse acercamento. Sendo sua principal característica a inspiração na natureza, a Biomimética tem como

principal sentido, propor soluções que se tornam inovadoras para os humanos, observando as estruturas e os processos naturais. Possuindo como base autores como Benyus (1997) e Rubim (2005), a presente pesquisa entrelaça os conceitos de design de superfície, manipulação têxtil e biomimética, demonstrando como esses termos e abordagens se conectam no desenvolvimento de uma coleção de moda. A metodologia é de cunho qualitativo, fundamentado em revisões bibliográficas e mapeamento de uma coleção de moda, da marca Yanina Couture da designer Yulia Yanina, cuja criação exemplifica com as peças de roupas o uso de formas, volumes e texturas que foram inspiradas numa figura botânica: A flor de Papoula. E demonstra como a biomimética pode contribuir para uma moda mais sensível e poética. A manipulação têxtil assume um papel fundamental na modificação de superfícies bidimensionais e tridimensionais, potencializando o caráter estético e simbólico das peças. São destacadas algumas técnicas para gerar volume e relevo, para exaltar os aspectos da flora, sendo elas o tucking, appliqué e gathering. Conclui-se que a natureza, quando se integra a aprendizagem da técnica e do sensorial da moda, amplia a vasta gama de possibilidades de inovação criativa no setor de vestuário.

Palavras-Chave: Biomimética; Manipulação; Moda; Superfície; Têxtil.

MODATECA: ESPAÇO MULTIFUNCIONAL PARA CATALOGAÇÃO DE MATERIAIS TÊXTEIS PARA A ÁREA DA MODA

Juliana Aparecida Sbampato Barcelos (julianabarcelosdesignercefet@outlook.com)

Profa. Dra. Maria de Lourdes Couto Nogueira (bucouto@gmail.com)

Profa. Dra. Patrícia Aparecida Monteiro (patriciamonteiro@cefetmg.br)

Prof. Dr. Rodrigo Bessa (bessarodrigo@cefetmg.br)

A pesquisa teve como objetivo estudar os materiais têxteis voltados à produção de moda e vestuário, criando um ambiente interativo para apoiar as aulas práticas dos Cursos Técnico em Produção de Moda e Bacharelado em Design de Moda do CEFET-MG – Campus Divinópolis. Como resultado, foi concebida a Modateca, uma biblioteca virtual e física destinada à organização e acesso de informações sobre fibras, fios, tecidos, beneficiamentos, aviamentos e

fichas técnicas. A metodologia baseou-se em pesquisa bibliográfica, contemplando aspectos da história, estrutura, indústria, produção e relação dos materiais têxteis com a cultura e a sociedade, além de inovações tecnológicas. Além disso, incluiu a coleta de amostras e a sistematização de dados em laboratório físico e virtual. A Modateca exige atualização constante que a partir desta pesquisa, deve ocorrer por meio de pesquisas de tendências, fichas técnicas, aquisição de cartelas e amostras, bem como do contato com empresas fornecedoras. Entre os principais resultados, destacam-se a criação de um espaço físico e digital que reúne informações e materiais de referência para alunos e professores, fortalecendo a prática pedagógica, além do estabelecimento de parcerias entre escola e empresas do setor têxtil, fundamentais para a aquisição de amostras e catálogos de tendências. Assim, a Modateca consolidou-se como um recurso dinâmico para o ensino, pesquisa e inovação em moda.

Palavras-Chave: Biomimética; Manipulação; Moda; Superfície; Têxtil.

GT2
REPRESENTAÇÕES E
DISCURSOS

ANÁIS DA 9ª EDIÇÃO
SEMGED
-2025

ANÁLISE DE TENDÊNCIAS E O CONSUMO DA ESTÉTICA RACING NA MODA FEMININA

Camila Cardoso Silva (cardoso.cam1l4@gmail.com)

Orientadora: Profa. Dra. Monique de Alvarenga Pinto Cotrim (moniquecotrim@cefetmg.br)

RESUMO

No presente trabalho, analisa-se como o automobilismo, em destaque a corrida de Fórmula 1®, evoluiu de uma prática esportiva tradicionalmente masculina para um fenômeno cultural que influencia o consumo de moda e o comportamento contemporâneo. Inicialmente focada na segurança e tecnologia dos trajes dos pilotos, a conexão com a moda se intensificou com o envolvimento de marcas como Tommy Hilfiger e o uso de peças icônicas como a Jaqueta Bomber. Com o foco na expansão do consumo de Fórmula 1® por meio das mídias de massa, resultou na disseminação da estética Racing, tendência de moda inspirada no visual do automobilismo, manifestada por marcas, espectadores e impulsionada pelas mídias sociais através de influenciadores.

Palavras-Chave: Moda; Automobilismo; Feminino; Streetwear.

MODA PERSONALIZÁVEL E EMOÇÃO: A AUTOEXPRESSÃO COMO CATALISADORA DA IDENTIDADE NO VESTIR CONTEMPORÂNEO

Diego Alípio de Avelar (diegoalipioavelar@gmail.com)

Orientador: Profa. Dra. Monique de Alvarenga Pinto Cotrim (moniquecotrim@cefetmg.br)

Coorientadores: Prof. Dr. Denis Geraldo Fortunato Fraga (fortunato@cefetmg.br)

RESUMO

Este trabalho investiga como a moda personalizável atua como ferramenta de autoexpressão e construção de identidade. O objetivo é compreender como a personalização do vestuário promove experiências de vestir mais autênticas e emocionalmente significativas no contexto contemporâneo. São abordadas as relações entre moda e identidade, os fundamentos do Design Emocional e

a forma como a customização das peças contribui para a expressão pessoal. A partir de autores como Bauman, Entwistle, Barnard, Miranda, Desmet e Hekkert, entre outros, a pesquisa evidencia que a moda personalizável transcende a estética, tornando-se um meio de manifestação do "eu" e de promoção do bem-estar subjetivo. Conclui-se que a personalização do vestuário é um catalisador da identidade e da autenticidade na moda atual.

Palavras Chave: Moda, Identidade, Personalização do vestuário.

COMPOSIÇÃO TRIANGULAR EM IMAGENS DE MODA: ANÁLISE VISUAL APLICADA A VITRINES

Camila Vilela Gomes (camilavilela03@gmail.com)

Orientador: Prof. Me. Marcelo Lorentz Ricardo (marcelotumati@cefetmg.br)

Coorientadora: Profa. Dra. Maria dos Anjos Beirigo (mariadosanjos@cefetmg.br)

RESUMO

A vitrine é um dos principais elementos de comunicação visual no varejo de moda, atuando como ponte entre a loja e o consumidor. Ela exerce forte influência na percepção de valor dos produtos, na construção da identidade da marca e, principalmente, na atração do olhar do público. Nesse contexto, o uso estratégico de formas geométricas, como o triângulo, tem ganhado destaque como recurso de composição visual, direcionamento de foco e organização estética. A análise de triângulos na moda, especialmente em vitrines, envolve tanto aspectos estéticos quanto funcionais. O triângulo pode ser usado para guiar o olhar do observador, destacar peças-chave da coleção, equilibrar a composição visual ou criar sensações específicas de movimento e estabilidade. Além disso, sua presença pode ser percebida na disposição dos elementos físicos, na organização dos produtos e até mesmo nas poses dos manequins. Este resumo propõe a pesquisa baseada em princípios de composição visual, moda e percepção, buscando evidenciar a relevância do triângulo como ferramenta expressiva e comercial no cenário do varejo de moda contemporâneo.

Palavras-Chave: Composição visual Triangular; Visual merchandising; Vitrines; Percepção visual.

A REPRESENTAÇÃO DA VELHICE E DO ENVELHECIMENTO NOS PERIÓDICOS NACIONAIS DE MODA

Lybia de Castro Quintella (lybiaq@gmail.com)

Profa. Dra. Débora Pires Teixeira (deborapires@ufrj.br)

RESUMO

A pesquisa buscou mapear a produção científica sobre velhice, idade avançada e envelhecimento publicada nos periódicos científicos nacionais de moda entre 2007 a 2024. Os resultados da bibliometria apontaram para temas como: o desenvolvimento de produtos, a ergonomia, a autopercepção sobre a moda, o vestuário e sua representação na mídia, bem como estereótipos dominantes.

Palavras-Chave: Periódicos Nacionais de Moda; Velhice; Envelhecimento; Idade Avançada; Bibliometria.

O CORSET COMO OBJETO DE ECONOMIA DOMÉSTICA E AGÊNCIA FEMININA NO SÉCULO XIX: ENTRE O TRABALHO INVISÍVEL E A AUTONOMIA POSSÍVEL

Gabriela Neves da Rocha Myrrha

Yasmim De Marco Zanelatto

RESUMO:

Este artigo investiga o papel do corset no século XIX, indo além da visão tradicional que o considera apenas um instrumento de opressão feminina. Através de análise histórica e fontes como diários, anúncios e registros comerciais, demonstra-se que o corset foi um elemento central em redes econômicas informais sustentadas por mulheres. Modistas, costureiras e lavadeiras garantiam renda por meio de sua produção, reforma e circulação, criando um mercado paralelo que movimentava recursos significativos. A pesquisa também destaca a contradição inerente ao corset: se, por um lado, reforçava normas restritivas de beleza e comportamento, por outro, oferecia a mulheres em situações vulneráveis (como viúvas e chefes de família) uma forma de autonomia financeira. Essa dualidade ilustra as complexas estratégias de resistência feminina em uma sociedade patriarcal. Neste artigo será analisado a dicotomia opressão/liberação ao examinar o papel dessa peça na história da moda e da agência feminina.

Palavras-Chave: Agência Feminina; Corset; Economia doméstica feminina; Moda no século XIX; Trabalho Invisível.

A COSTURA COMO SUSTENTO E HERANÇA NAS HISTÓRIAS DE MULHERES DE DIVINÓPOLIS: UM OLHAR AFETIVO SOBRE O FAZER MANUAL NO AMBIENTE DOMÉSTICO

Gabriela Rosa (gabrielasrosa2@gmail.com)

Orientadora: Profa. Dra. Monique de Alvarenga Pinto Cotrim (moniquecotrim@cefetmg.br)

RESUMO:

A costura desempenha um papel central na história de mulheres de Divinópolis, Minas Gerais, consolidando-se como prática de sustento, transmissão de saberes e construção de identidade no ambiente doméstico.

Apesar de sua importância social, cultural e econômica, o fazer manual feminino permanece historicamente pouco reconhecido nos estudos relacionados a moda e trabalho. Este artigo propõe analisar a costura como prática de sustento e herança cultural entre mulheres divinopolitanas, considerando sua relevância simbólica, afetiva e econômica no contexto familiar. Para isso, adota-se uma abordagem qualitativa, fundamentada em pesquisa bibliográfica e em entrevistas estruturadas com dez costureiras de diferentes bairros da cidade, identificadas por meio de um mapeamento informal e entrevistas realizadas presencialmente ou via WhatsApp. Espera-se, assim, contribuir para o reconhecimento da costura como saber social e valorizar sua importância na memória, na renda e na organização da vida cotidiana dessas mulheres.

Palavras-Chave: Costura; Sustento Familiar; Memória social; Trabalho Feminino; Divinópolis.

LILITH E A DESCONSTRUÇÃO DA FEMINILIDADE: ANÁLISE DA MODA COMO EXPRESSÃO DE RESISTÊNCIA FEMINISTA EM DESTAQUE NAS PEÇAS DAS COLEÇÕES APRESENTADAS PELAS DESIGNERS JANA NEDZVETSKAYA (2016) E SITA ABELLÁN (2018)

Geovana Rosa Costa de Souza (rosageovana777@gmail.com)

Orientador: Prof. Dr. Rodrigo Bessa (bessarodrigo@cefetmg.br)

RESUMO:

O presente artigo analisa como o arquétipo de Lilith tem sido ressignificado no contexto do Design de Moda contemporâneo como expressão simbólica de resistência feminista e desconstrução da feminilidade normativa. A pesquisa investiga as coleções “The Alphabet of Ben-Sirach: Lilith” (Primavera/Verão 2016), da estilista russa Jana Nedzvetskaya, e “Lilith” (2018), da artista espanhola Sita Abellán, analisando seus signos visuais e narrativos sob a ótica da semiótica e da mitologia feminista. Para realização da presente pesquisa, adota-se a abordagem qualitativa, de natureza interpretativa e exploratória, com fundamentação teórica em autoras como Judith Plaskow (2005), Barbara Black Koltuv (1990) e Gerda Lerner (1986; 1990), aliada à análise semiótica de imagens de moda. Os resultados revelam que as duas coleções,

com os códigos tradicionais do feminino, convertendo a figura demonizada em ícone de força, autonomia e erotismo político. É nesse embate entre mito e imagem, passado e presente, que a moda se afirma como linguagem simbólica e instrumento de emancipação.

Palavras-Chave: Lilith; Feminismo; Design de Moda; Semiótica; Linguagem Simbólica.

A GLAMOURIZAÇÃO DA MAGREZA NA DÉCADA DE 1990: MODA E MÍDIA

Flávia Milagres Siqueira (flaviamilagressiqueira@gmail.com)

Orientadora: Profa. Me. Hemilly Brugnara Lara (hemilly@cefetmg.br)

RESUMO:

O presente trabalho tem como objetivo refletir sobre a construção, disseminação e legitimação da magreza extrema como ideal de beleza na década de 1990, a partir da análise da estética heroin chic e da figura de Kate Moss como ícone desse movimento. Para isso, foi realizada uma pesquisa bibliográfica interdisciplinar, com base em autores como Susan Bordo, Naomi Wolf e Jean Baudrillard, além da análise de campanhas publicitárias, editoriais de moda e discursos midiáticos da época. O estudo demonstra que a estética heroin chic, ao naturalizar características como a magreza extrema, operou como uma linguagem simbólica de status e pertencimento, reforçando padrões estéticos rígidos e excludentes. A partir das campanhas da Calvin Klein, em especial a série “Obsession”, observou-se como esse ideal foi promovido e amplificado pela indústria da moda, contribuindo possivelmente para o aumento de distúrbios alimentares e a normatização de comportamentos prejudiciais à saúde. Os resultados apontam que, mais do que uma tendência estética, o heroin chic representou um regime cultural que ainda reverbera na moda contemporânea, nas redes sociais e na construção de identidades femininas.

Palavras-chave: Magreza; Indústria da Moda; Corpo Feminino.

ETARISMO NA MODA: A INVISIBILIDADE DA VELHICE FEMININA E SUA REPRESENTAÇÃO NO DESFILE DE ALTA-COSTURA VALENTINO, COLEÇÃO PRIMAVERA/VERÃO 2025

Maria Elvira Miranda Caldeira (mariacaldeira121@gmail.com)

Orientador: Prof. Dr. Rodrigo Bessa (bessarodrigo@cefetmg.br)

Coorientadores: Prof. Me. Marcelo Lorentz Ricardo (marcelotumati@cefetmg.br); Profa. Dra. Monique de Alvarenga Pinto Cotrim (moniquecotrim@cefetmg.br)

RESUMO:

O envelhecimento populacional tem se apresentado como um fenômeno demográfico global evidente. Em desconexão com essa realidade, no entanto, a indústria da moda ainda privilegia, em suas representações e discursos, a juventude como padrão estético idealizado e dominante. Assim, o objetivo deste trabalho é investigar a representação da velhice feminina na moda atual, com foco na análise do desfile “Vertigineux” da Valentino de Primavera/Verão 2025. Para isso, utilizou-se como metodologia a análise semiótica de três looks desfilados por modelos acima de 45 anos. Acredita-se que a escolha dessas modelos pela marca, contribui para a reconfiguração da lógica de representação e ressignificação estética da mulher madura, ajudando a romper com os estereótipos da velhice feminina tradicionalmente ligados às noções de cuidado ou de dependência. Além disso, a pesquisa propõe ainda realizar o levantamento de dados demográficos para embasar ações do mercado de consumo, visando contribuir para a criação de uma moda inclusiva destinada a esse público.

Palavras Chave: Etarismo; Envelhecimento feminino; Moda inclusiva.

SEX AND THE CITY: A MODA E A NOSTALGIA ATRAVÉS DO FASCÍNIO PELOS ANOS 90

Carla Tereza Felicio Martins (carlafelicio23@gmail.com)

Natália Santos Luna (natalialuna176@gmail.com)

Orientador: Prof. Dr. Denis Geraldo Fortunato Fraga (fortunato@cefetmg.br)

Coorientadores: Profa. Dra. Patrícia Aparecida Monteiro (patriciamonteiro@cefetmg.br)

RESUMO:

Esta pesquisa teve como objetivo analisar a influência das tendências dos anos 1990 a partir da série Sex and the City, destacando sua nostalgia e as possibilidades de influência na moda contemporânea. A série é compreendida como um produto cultural da época, capaz de moldar padrões estéticos e comportamentais. O presente estudo buscou compreender por que referências estéticas e culturais dos anos 1990 continuam retornando e sendo atualizadas na moda impactando, inclusive, os jovens que não vivenciaram diretamente esse período. Por meio de uma abordagem qualitativa e de um levantamento bibliográfico, a pesquisa investigou como a moda atua como ferramenta na construção identitária. Também foi analisado, enquanto estratégia mercadológica, como ela contribui para a ressignificação de elementos estéticos, promovendo a construção de uma imagem retrô no vestuário, impactando comportamentos e influenciando o consumo de produtos pelo público feminino.

Palavras-Chave: Tendência; Nostalgia; Sex and The City; Retrô

GT3
História, Arte,
Cultura e Ancestralidade

ANÁIS DA 9ª EDIÇÃO
SEMGED
-2025

A RECONFIGURAÇÃO DOS PROGRAMAS DE TV DE MODA E SEU IMPACTO NA RELEVÂNCIA CULTURAL, MIDIÁTICA E EDUCATIVA.

Euler Castro Bernardes; Lucas Lima Amaral. Maria de Lourdes Couto Nogueira (orientadora); Cristiane Aparecida Gontijo Victer (co-orientadora).

INTRODUÇÃO

A moda é uma manifestação cultural e artística que representa identidade, gênero e pertencimento. Apesar dessa abundância, os programas de TV dedicados à moda estão perdendo espaço, sendo superados por formatos que priorizam o entretenimento superficial, centrando-se no consumo e ignorando seu valor educativo e simbólico. Segundo Arlindo Grund: "Ter um programa de moda na TV aberta é tornar o assunto mais acessível" (Tolipan, 2018) à frente do "Esquadrão da Moda", no SBT

OBJETIVOS

O objetivo geral é promover e incentivar o consumo de programas televisivos dedicados ao universo da moda, reconhecendo seu potencial educativo, cultural e artístico, como forma de valorizar a moda enquanto expressão de identidade, comportamento social e elemento fundamental da economia criativa.

Os objetivos específicos são:

- Relacionar os programas analisados com os conceitos de arte, cultura e economia criativa.
- Apontar como a TV pode contribuir para a valorização da moda enquanto linguagem artística.
- Refletir sobre o papel dos meios de comunicação na formação de identidades e na democratização da cultura.

METODOLOGIA

A pesquisa foi desenvolvida com base em uma análise crítica de conteúdo de programas televisivos sobre moda, tais como: GNT Fashion, FashionTV Brasil, Flash Moda e Project Runway. A investigação considerou aspectos como: periodicidade, profundidade dos temas, horários de exibição e abordagem estética. Além disso, foram utilizadas referências teóricas sobre moda, arte e cultura, com base nos eixos interdisciplinares do Grupo de Trabalho 3. O tema foi também articulado ao conceito de Economia Criativa, que propõe a valorização de saberes locais, da diversidade e da inclusão social por meio de linguagens artísticas sustentáveis.

RESULTADOS

Observou-se que embora programas televisivos dedicados à moda tenham potencial para promover sua dimensão cultural, artística e educativa, muitos deles ainda se concentram em formatos voltados ao consumo e ao entretenimento imediato. Essa tendência limita a compreensão da moda como linguagem simbólica e como ferramenta de transformação social, reduzindo sua articulação com a economia criativa — que valoriza a diversidade, os saberes locais e a inclusão social. Desse modo, torna-se essencial estimular uma programação que ultrapasse o viés mercadológico, contribuindo para a democratização da informação e para a formação de identidades culturais.

REALIZAÇÃO E APOIO

Grupo de Pesquisa NUPEVEM (Núcleo de Pesquisa em Vestuário e Moda)



O estudo aponta que programas como FashionTV Brasil e GNT Fashion cumprem o papel de atualizar e divulgar tendências, mas têm alcance e impacto social restritos devido a horários e segmentação de público. Por outro lado, Project Runway amplia a visibilidade da moda ao adotar o formato de reality show, embora privilegie a competição em detrimento da reflexão crítica. Já o Flash Moda destaca o universo do luxo e das marcas internacionais, deixando em segundo plano narrativas periféricas e regionais. Esses resultados reforçam a necessidade de programas que integrem múltiplas perspectivas, promovendo a moda como expressão cultural plural e conectada aos princípios da economia criativa.

Figura 1 – Moodboard dos programas de TV analisados



Fonte: Autoria própria, 2025.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Promover programas televisivos sobre moda é essencial para reconhecer seu valor educativo, cultural e artístico. A TV ainda possui grande alcance e pode contribuir para a formação de identidades e a democratização da cultura. Relacionando moda com arte e economia criativa, percebe-se que esses programas devem ir além do entretenimento, valorizando a diversidade e fortalecendo a moda como expressão simbólica e ferramenta de transformação social.

REFERÊNCIAS

- COSTA, Ana Carolina da. Moda, cultura e identidade: uma análise sobre o papel da moda na sociedade contemporânea. Revista Estudos em Design, v. 23, n. 2, 2015. Disponível em: <https://www.estudosemdesign.com.br>. Acesso em: 21 jul. 2025.
- ENTWISTLE, J. The Fashioned Body: Fashion, Dress and Modern Social Theory. Cambridge: Polity Press, 2015.
- LIPOVETSKY, G. O Império do Efêmero: A Moda e Seu Destino nas Sociedades Modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 2009
- TOLIPAN, Heloisa. "Ter um programa de moda na TV aberta é tornar o assunto mais acessível", diz Arlindo Grund, à frente do "Esquadrão da Moda", no SBT. Heloisa Tolipan, 30 abr. 2018. Disponível em: <https://heloisatolipan.com.br>. Acesso em: 25 ago. 2025.

ENTRE LOOKS E LIKES: A MODA COMO ESPELHO DA IDENTIDADE

Ana Laura Costa Teixeira; Clara Guimarães Michels; Jayane Vitalino da Silva Leite; Laura Eduarda Oliveira Souza
Maria de Lourdes Couto Nogueira (orientadora); Cristiane Aparecida Gontijo Victer (co-orientadora)

INTRODUÇÃO

A moda ultrapassa o conceito de vestuário, sendo um instrumento de expressão individual e coletiva. É uma linguagem visual que permite ao indivíduo expressar sua personalidade, sentimentos e pertencimento. De acordo com Recuero (2014), a interação nas redes sociais favorece a construção de identidades e o compartilhamento de referências culturais, o que potencializa o papel da moda como forma de comunicação pessoal. Este estudo investiga o papel da moda como meio de expressão pessoal e a influência exercida pelas redes sociais no comportamento dos jovens, com enfoque nos discentes do CEFET-MG, Campus V, em Divinópolis.

OBJETIVOS

O objetivo geral desse projeto foi realizar um levantamento entre os alunos do CEFET-MG Campus V, em Divinópolis, sobre como utilizam a moda como forma de expressão.

Os objetivos específicos são:

- A relação dos discentes com a moda como forma de expressão de personalidade e humor.
- O entendimento sobre como são influenciados pelas redes sociais, especificamente os conteúdos que fazem parte de suas vidas.

METODOLOGIA

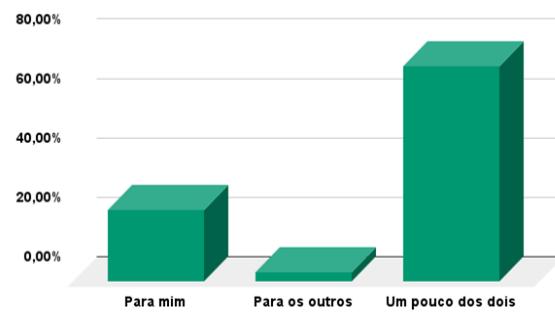
A metodologia adotada consistiu na aplicação de um formulário Google Forms com 33 respostas, contendo perguntas objetivas relacionadas à percepção dos estudantes sobre a moda e sua influência. A série Gossip Girl foi utilizada como recurso ilustrativo e narrativo, visando conectar os conceitos abstratos com referências culturais reconhecidas, facilitando a reflexão crítica dos participantes.

RESULTADOS

Os resultados evidenciam uma grande concordância com o fato de a moda ser facilmente influenciável. Por exemplo:

- 97% dos participantes já viram alguém se vestindo com o estilo de uma pessoa influente.
- 69,7% acreditam que a personalidade está diretamente ligada ao que se veste.
- 39,4% apontam a admiração como principal razão para isso, seguidos por pressão social (36,4%) e moda do momento (24,2%).
- 72,7% afirmaram que se vestem "um pouco dos dois", ou seja, tanto para si quanto para os outros.

Gráfico 1
Afinal, você veste para os outros ou para você?



Fonte: Autoria própria

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa mostrou que os alunos usam a moda para expressar sua personalidade e são influenciados pelas redes sociais. A maioria reconhece que se veste tanto por si quanto pelos outros. Isso confirma que a moda é uma forma de comunicação pessoal e social. Sugere-se, para futuros estudos, aprofundar a análise sobre influenciadores e ampliar a pesquisa para outros contextos.

REFERÊNCIAS

GOSSIP GIRL. [Série de televisão]. Produção de Josh Schwartz e Stephanie Savage. Estados Unidos: The CW Television Network, 2007-2012.

RECUERO, Raquel. Redes sociais na internet. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2014.

REALIZAÇÃO E APOIO

Grupo de Pesquisa NUPEVEM (Núcleo de Pesquisa em Vestuário e Moda)



MULHERES QUE VESTEM PODER: MODA E IDENTIDADE

Ana Júlia Ferreira de Moura, João Paulo José da Silva, Giovana Laila dos Santos Nogueira, Maria de Lourdes Couto Nogueira (orientadora); Cristiane Aparecida Gontijo Victer (co-orientadora)

INTRODUÇÃO

A moda vai além da vestimenta, constituindo-se como expressão cultural, identidade e poder. Historicamente, refletiu mudanças sociais, políticas e ideológicas. No cinema, os filmes Cruella (2021) e O Diabo Veste Prada (2006) exploram esse universo de forma crítica. Em Cruella, observa-se a ascensão de uma estilista que rompe normas sociais e utiliza a moda como resistência. Já em O Diabo Veste Prada, os bastidores da alta-costura revelam a liderança de Miranda Priestly, ícone de poder e autoridade feminina. Ambas as produções evidenciam o protagonismo feminino, os desafios da indústria e o conflito entre criatividade e mercado. Assim, a moda é apresentada como linguagem, cenário e instrumento de transformação cultural e social.

OBJETIVOS

Investigar as representações do universo da moda nos filmes Cruella (2021) e O Diabo Veste Prada (2006), considerando seus aspectos sociais, culturais e simbólicos.

Analisar as protagonistas e suas relações com o poder, a estética e as dinâmicas do mercado da moda,

Refletir sobre a moda como forma de expressão individual, construção de identidade e resistência.

Discutir os conflitos entre criatividade e lógica mercadológica presentes nas narrativas.

METODOLOGIA

A pesquisa será conduzida por meio da análise crítica dos filmes Cruella e O Diabo Veste Prada, com foco na representação da moda e na construção das protagonistas. Serão identificadas e examinadas cenas-chave, figurinos, diálogos e contextos narrativos, de modo a comparar os perfis, trajetórias e desafios de Cruella e Andy. Complementarmente, será realizada consulta a artigos, entrevistas e resenhas críticas que abordem os filmes e o universo da moda, visando fundamentar a análise em perspectivas teóricas e críticas relevantes.

RESULTADOS

Os dois filmes nos mostram jovens entrando no mundo da moda e lidando com chefes poderosas, falando sobre ambição e transformação pessoal. O Diabo Veste Prada traz um olhar realista, mostrando a moda como disciplina e status, enquanto Cruella tem tom de fantasia, apresentando a moda como rebeldia e arte. Miranda representa o poder frio e autoritário, e Cruella, a ousadia criativa. Os filmes destacam a tensão entre originalidade e mercado, mostrando como a moda transforma quem entra nesse mundo.

Figura 1 – CRUELLA X MIRANDA



PINTEREST. Pinterest Brasil. Disponível em: <https://br.pinterest.com/>. Acesso em: 25 ago. 2025.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Diabo Veste Prada e Cruella mostram diferentes visões do mundo da moda - uma voltada ao poder e status, outra à criatividade e rebeldia, revelam o conflito entre arte e mercado e como a moda influencia identidades e comportamentos.

REFERÊNCIAS

- CRUELLA. Direção: Craig Gillespie. EUA: Disney, 2021.
 MARAFON, Renato. 'Cruella' é uma versão com esteróides de 'O Diabo Veste Prada'. 2021
 STIVALETTI, Thiago. Crítica: 'Cruella' é mistura de 'Coringa' com 'O Diabo Veste Prada'. 2021
 THE DEVIL WEARS PRADA. Direção: David Frankel. EUA: Fox, 2006.

REALIZAÇÃO E APOIO

Grupo de Pesquisa NUPEVEM(Núcleo de Pesquisa em Vestuário e Moda)



XICA MANICONGO: COMO CORPO EM REBELDIA

Márcio Ryannder Neri de Jesus.
Patricia Aparecida Monteiro orientadora.

INTRODUÇÃO

Em 2024, 122 pessoas trans foram assassinadas no Brasil (BENEVIDES 2025), um país que lidera o ranking mundial de mortes dessa comunidade e, desde os tempos de Xica Manicongo, um dos primeiros registros de um corpo trans no Brasil. Pessoa escravizada baiana, registrada pela Inquisição, Xica desafiou as normas coloniais ao vestir-se com roupas femininas enquanto era lida como um homem, no Brasil do século XVI, onde vestir-se não era apenas uma questão de estilo, a indumentária funcionava como marcador de hierarquia social, origem étnica, crenças religiosas e papéis de gênero. Roupas eram dispositivos de controle, definindo quem podia ocupar determinados espaços e quais comportamentos eram socialmente aceitos.

OBJETIVOS

O objetivo geral desta pesquisa é mostrar que corpos dissidentes, pessoas que hoje poderiam ser associadas a identidades trans, travestis ou não binárias, já existiam na formação do Brasil, muito antes de termos vocabulário ou reconhecimento social para descrevê-los.

Os objetivos específicos são:

- Evidenciar a contribuição da ancestralidade negra e queer para a história da moda brasileira.
- Analisar os registros históricos da Inquisição referentes a Xica Manicongo para compreender como a indumentária funcionava como marcador de gênero, status social e resistência no Brasil colonial.
- Investigar de que maneira a experiência de Xica revela a presença de corpos dissidentes, pessoas que transgrediam as normas de gênero, e como isso dialoga com as práticas de moda contemporâneas sem gênero.

METODOLOGIA

A pesquisa adotou abordagem qualitativa, de caráter histórico e bibliográfico. Para o estudo e compreensão da história de Xica, destacam-se o artigo JESUS (2019), que mostra como a indumentária do período foi peça chave para os debates de gênero, e a leitura social do período. O trabalho MOTT (1999) foi fundamental para compreender o contexto social e jurídico da época, além de trazer com detalhes a maneira com Manicongo foi retratada pela população baiana. Foram analisados documentos da Inquisição portuguesa do século XVI que registram o caso de Xica Manicongo, além de artigos acadêmicos e dossiês contemporâneos, incluindo dados Antra (BENEVIDES,2025) , que mostram como a vida de pessoas trans e travestis ainda é rondada por perigos. Essa combinação de fontes primárias e secundárias possibilitou interpretar a indumentária como ferramenta política e de resistência, relacionando a experiência de Xica Manicongo à moda queer contemporânea e ao persistente cenário de violência contra pessoas trans no Brasil.

RESULTADOS

O que hoje é entendido como moda queer, corpos trans, travestis e não binários é o reflexo de um longa trajetória da comunidade LGBTQIAPN+ no Brasil, e a história de Xica Manicongo é a comprovação de que a existência dessa pluralidade é mais antiga que a sua própria nomenclatura, ela expõe como a indumentária foi utilizada como mecanismo de controle social e, ao mesmo tempo, como forma de resistência. Identificou-se que, em um Brasil colonial marcado pela escravidão e pela moral católica, vestir roupas associadas ao “outro gênero” representava não apenas transgressão, mas também afirmação de identidade. A Figura 1 destaca o possível retrato falado de Xica Manicongo.

Figura 1- Retrato falado de Xica



Fonte: Galindo (2024)

O entendimento da história de Xica é a possibilidade para a reflexão do apagamento de corpos que fogem dos padrões binários, corpos que são silenciados, marginalizados e violentados. Trazer a vida de Xica Manicongo para debates em grandes espaços só mostra a necessidade de olhar para o passado como uma história que ainda se perpetua e que deve ser lembrada para que o presente e o futuro rompam com a mesma violência e garantam a existência plena de todas as identidades.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Estudar sua trajetória permite compreender a moda como espaço de disputa simbólica, em que o vestir se transforma em ferramenta política. Ao trazer Xica Manicongo para o debate atual, a história da moda brasileira reconhece a ancestralidade negra e queer, podendo inspirar práticas de design contemporâneo que questionam padrões e celebram a diversidade, onde corpos possam possuir a liberdade de se expressar fora de padrões pré estabelecidos.

REFERÊNCIAS

- BENEVIDES, B. DOSSIÊ: ASSASSINATOS E VIOLENCIAS CONTRA TRAVESTIS E TRANSEXUAIS BRASILEIRAS EM 2024 (Associação Nacional de Travestis e Transexuais, Ed.). [s.l.] Antra, 2025.
- JESUS, Jaqueline Gomes de. XICA MANICONGO: A TRANSGENERIDADE TOMA A PALAVRA. ReDoC , v. 1, pág. 250–260, 2019.
- GALINDO, M. Xica Manicongo. Pintura em óleo sobre tela, 2024.
- MOTT, Luiz. Homossexuais da Bahia: Dicionário Biográfico (Séculos XVI-XIX). Salvador: Editora Grupo Gay da Bahia, 1999

REALIZAÇÃO E APOIO

Grupo de Pesquisa NUPEVEM(Núcleo de Pesquisa em Vestuário e Moda)



A MODA ATRAVÉS DO CINEMA

Amanda Rodrigues Paim; Ana Luiza Alves Rocha, Júlia Gomes Pereira da Silva,
Maria de Lourdes Couto Nogueira(orientadora); Cristiane Aparecida Gontijo Victer(co-orientadora).

INTRODUÇÃO

Muitas coisas constituem um bom filme: roteiro, elenco, trilha sonora e direção. Mas algo frequentemente esquecido, apesar de fundamental, é o figurino. A partir do trabalho de um bom figurinista, é possível determinar quando e onde aquela obra se passa e, mesmo que de forma superficial, a personalidade de cada personagem. Afinal, como já disse Colleen Atwood, "os figurinos são a primeira impressão que você tem do personagem antes que ele abra a boca."

OBJETIVOS

O objetivo geral da pesquisa é analisar como os figurinos corroboram para a compreensão da moda e suas tendências no decorrer dos tempos.

Os objetivos específicos são:

- Fazer uma análise das vestimentas das décadas escolhidas, a partir de suas representações no cinema(1920 e 1990);
- Compreender como a moda influencia a sociedade na referida época.

METODOLOGIA

A metodologia baseou-se em pesquisa qualitativa com uso de fontes digitais (Google e Pinterest) e análise iconográfica dos figurinos, relacionando peças-chave aos contextos socioculturais da moda. A fundamentação teórica apoiou-se em estudos sobre moda, cultura visual e cinema.

RESULTADOS

O filme "Meia Noite em Paris" (Midnight in Paris, 2011), dirigido por Woody Allen, faz uma viagem nostálgica por várias épocas do passado, especialmente a Paris da década de 1920 – conhecida como os "anos loucos". A figurinista Sonia Grande foi responsável pelos trajes do filme, recriando com fidelidade e elegância a estética da época.

Figura 1 - Moodboard "Meia Noite em Paris".



Fonte: Imagens disponíveis em <br.pinterest.com>

Em "Meia Noite em Paris", o figurino dos anos 20 não é apenas decorativo (BARNARD, 2016) – ele comunica personalidade, contexto social e espírito da época. As roupas ajudam o espectador a mergulhar em um período de efervescência artística e a entender, sem palavras, quem são aqueles personagens: ousados, modernos e apaixonados pela vida e pela arte.

REALIZAÇÃO E APOIO

Grupo de Pesquisa NUPEVEM (Núcleo de Pesquisa em Vestuário e Moda)



A ROUPA EM CENA: COMPREENDER COMO O FIGURINO CONTRIBUI PARA A CONSTRUÇÃO DE PERSONAGENS EM WICKED (2024) E CRUELLA (2021)

Maria Cecília Sales de Lima; Maria Júlia Gonçalves Oliveira; Stella Silva Moura.
Maria de Lourdes Couto Nogueira (orientadora); Cristiane Aparecida Gontijo Victer (co-orientadora).

INTRODUÇÃO

O figurino é um traje cênico, usado por um artista em uma performance de teatro, música, dança, novela, série ou filme. De acordo com a designer de figurinos brasileira, Marília Carneiro (2019), o figurino funciona como uma ‘direção externa’, isto é, tem a mesma função de um diretor – tirar o personagem do ator – mas usando uma ferramenta externa, a roupa. Essa afirmação pode ser exemplificada em filmes como, ‘Wicked (2024)’ e ‘Cruella (2021)’. Neste trabalho, serão apresentados os resultados obtidos após uma pesquisa que busca compreender como o figurino contribui para a construção de personagens e narrativas.

OBJETIVOS

O objetivo geral do trabalho é analisar como o figurino contribui para a construção de personagens e narrativas. E os objetivos específicos são:

- abordar a teoria das cores, mostrando como tons claros e escuros reforçam estereótipos;
- explorar a evolução do figurino ao longo do enredo, em que as roupas acompanham a transformação da protagonista.

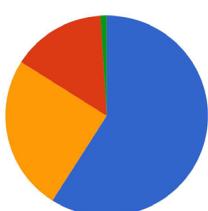
METODOLOGIA

Conduzimos uma pesquisa através de um formulário Google, que se divide em duas partes: (I) Entender o que a cor do figurino emite para o telespectador; (II) Entender o que uma mudança de figurino de um personagem significa para o telespectador. A partir dos dados coletados nessa pesquisa, foi feita a construção de dois gráficos para mostrar os resultados.

RESULTADOS

Conseguimos observar que para a maioria das pessoas que participaram da pesquisa a cor do figurino reforça uma ideia moral sobre o personagem. Ou seja, se ele será um vilão ou um mocinho. Além disso, a maioria dos participantes também acredita que o personagem está passando por uma transformação interna quando seu figurino muda durante a história.

Figura I - Opinião do público em relação ao que a cor do figurino do personagem significa na sua perspectiva.



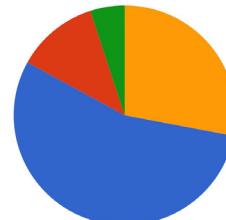
Fonte: Autor, 2025

REALIZAÇÃO E APOIO

Grupo de Pesquisa NUPEVEM (Núcleo de Pesquisa em Vestuário e Moda)



Figura II - Opinião do público em relação ao que poderia significar uma mudança de figurino de um personagem.



Fonte: Autor, 2025

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Portanto, pós pesquisa, torna-se clara a importância do figurino para a construção de narrativas e personagens na indústria. A maioria das pessoas acreditam que a cor do figurino reforça uma ideia moral sobre o personagem, pois para construir estereótipos é comum da parte da indústria audiovisual relacionar tons escuros com vilões e tons claros com mocinhos. E a maioria das pessoas também acredita que quando ocorre uma mudança de figurino do personagem é porque esse está passando por uma transformação interna, devido a um outra estratégia da indústria audiovisual que é caracterizar o personagem conforme o que ele sente no momento. Então se ele está passando por um momento alegre, é de se esperar que use cores mais vibrantes, porém se ele usa tonalidades mais escuras, isso geralmente está associado a ideia de tristeza.

REFERÊNCIAS

AUDACES. Figurino: o que é, tipos e qual a sua importância para as produções. Disponível em: <https://audaces.com/pt-br/blog/figurino>. Acesso em: 19 jul. 2025.

GLOBO IMPRENSA. Marília Carneiro fala sobre a importância do figurino no Ofício em Cena – No Ar 13/10. 2019. Disponível em: <https://imprensa.globo.com/publicacoes/marilia-carneiro-fala-sobre-a-importancia-do-figurino-no-oficio-em-cena-no-ar-1310>. Acesso em: 19 jul. 2025.

WICKED. Direção: Jon M. Chu. Produção: Marc Platt. Inglaterra: Universal Studios, 2024. Filme (streaming).

CRUELLA. Direção: Craig Gillespie. Produção: Glenn Close. Inglaterra: Walt Disney Studios Motion Picture, 2021. Filme (streaming).

DA MODA AO CINEMA: UMA ANÁLISE CINEMATOGRÁFICA DA ECONOMIA CRIATIVA EM CRUELLA

Luiza Aparecida Cabral; Maria Eduarda Venâncio De Miranda; Cristiane Aparecida Gontijo
Victer (orientadora); Maria de Lourdes Couto Nogueira (orientadora).

INTRODUÇÃO

A Economia Criativa está presente em diversas áreas do cotidiano, como no uso inovador de roupas, e também é fortemente representada na arte, especialmente no cinema. De acordo com Howkins (2001) e SEBRAE (2022), esse conceito envolve a geração de valor cultural e econômico a partir da criatividade, da inovação e do reaproveitamento de recursos. Um exemplo marcante é o filme "Cruella" (2021), em que a personagem principal, interpretada por Emma Stone, faz uma entrada impactante com um vestido confeccionado a partir de roupas antigas da Baronesa, transformando "lixo em luxo". Essa cena pode ser entendida como uma performance artística e, ao mesmo tempo, como expressão clara da Economia Criativa, pois demonstra inovação ao agregar valor a materiais descartados por meio da criatividade e da visão estética. Além de revelar autenticidade de design e autoria, a performance fortalece a imagem da personagem, funcionando como estratégia de marketing cultural e evidenciando como a criatividade pode gerar impacto simbólico e econômico. Assim, o exemplo de Cruella permite compreender como a Economia Criativa se manifesta no cinema e contribui para a construção de novas formas de consumo cultural.

OBJETIVOS

Analisar como a cena do caminhão de lixo no filme Cruella (2021), em que a protagonista transforma tecidos descartados em um vestido de impacto visual, exemplifica a Economia Criativa ao gerar valor cultural e econômico por meio da inovação estética e da ressignificação de materiais.

METODOLOGIA

A metodologia consistiu em uma pesquisa qualitativa com base em sites especializados em moda e cinema, complementada por uma análise iconográfica da cena do caminhão de lixo do filme Cruella (2021). Foram observados elementos visuais, simbólicos e estéticos relacionados à Economia Criativa, como o reaproveitamento de materiais, a construção do figurino e o impacto visual da performance.

RESULTADOS

As imagens (FIGURA 1) mostram a personagem Cruella transformando tecidos descartados em um vestido de alto impacto visual. Essa ação representa a Economia Criativa, ao dar novo valor a materiais reaproveitados através da arte e da moda. A cena reforça a ideia de inovação, expressão cultural e questionamento de padrões sociais.

Figura 1 – Moodboard Cruella Devil



Fonte: Disponível em:
<https://br.pinterest.com/pin/6614730697499545/>,
Acesso em 21 jul. 2025.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por fim, a análise da cena do caminhão de lixo em Cruella mostra que a Economia Criativa vai além de um conceito, manifestando-se intensamente na vida e na arte iconográfica. A ousadia de Cruella ao transformar "lixo em luxo" redefine a moda, é um ato de rebeldia cultural e uma performance artística que quebra padrões. Além dessa cena, outras passagens do filme também evidenciam a presença da Economia Criativa — como o design dos figurinos, o reaproveitamento de tecidos e a ambientação vitoriana reinterpretada de forma contemporânea. Esses elementos reforçam a ideia de que a criatividade e a inovação podem gerar valor simbólico, cultural e econômico. Assim, Cruella revela que moda e arte são espaços onde a Economia Criativa se transforma, inspira e impulsiona novas formas de expressão.

REFERÊNCIAS

- GOOGLE. Compartilhamento de arquivo. Disponível em: <https://share.google/P8dXvSprBij1xOlnT>. Acesso em: 21 jul. 2025.
- INCRÍVEL. 13 figurinos que foram tão cuidadosamente pensados como o próprio enredo do filme. Disponível em: <https://incrivel.club/articles/13-figurinos-que-foram-tao-cuidadosamente-pensados-como-o-proprio-enredo-do-filme-1243985/>. Acesso em: 21 jul. 2025.
- MACHADO, Ludmila; NASCIMENTO, Maria Cristina Ferreira. Moda, economia criativa e sustentabilidade: os novos rumos da indústria cultural. Pós: Revista do Programa de Pós-Graduação em Artes da EBA/UFMG, v. 13, n. 29, 2023. Disponível em: <https://periodicos.ufmg.br/index.php/revistapos/article/download/54163/47710/218577>. Acesso em: 21 jul. 2025.
- SEBRAE. O que é economia criativa? Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-que-e-economia-criativa,3fb5edae79e6410VgnVCM2000003c74010aRCRD>. Acesso em: 21 jul. 2025.

REALIZAÇÃO E APOIO

Grupo de Pesquisa NUPEVEM (Núcleo de Pesquisa em Vestuário e Moda)



SENAI

UNIDADE DIVINÓPOLIS



A VALORIZAÇÃO DA MODA BRASILEIRA NOS MUSEUS DO BRASIL DE ACORDO COM ESTUDO DO SITE “SEM CABIMENTO”

Sarah Batista Oliveira, Sarah Juliana Dias Silva, Victor Carneiro Boechat, Cristiane Aparecida Gontijo Victer (Co Orientadora), Maria de Lourdes Couto Nogueira (Orientadora)

INTRODUÇÃO

A moda brasileira reúne histórias e identidades diversas, mas ainda enfrenta desafios para ser reconhecida, especialmente em museus. Michetti (2023) aponta que, em meio à globalização, a “brasilidade” na moda pode funcionar como uma forma de afirmar a cultura local diante das influências externas. Nesta pesquisa, busca-se entender como a moda é percebida pelo público e pelas instituições, e de que forma ela reflete a diversidade e os processos culturais em curso no país a partir do site Sem Cabimento.

OBJETIVOS

Geral:

Confirmar se a moda dentro dos museus brasileiros é tão desvalorizada como afirma o imaginário coletivo, ou se é uma convenção do mesmo.

Específicos:

Mostrar como a moda brasileira é percebida pela própria sociedade: se ela representa a diversidade cultural do país, se valoriza diferentes identidades ou, ao contrário, se limita à reprodução de estereótipos e à subjugação de outras culturas.

Buscar evidências que sustentem esses diferentes pontos de vista sobre a valorização da moda brasileira, a fim de analisar os argumentos e concluir qual perspectiva se mostra mais consistente.

METODOLOGIA

A pesquisa foi realizada por meio de levantamento online no Google, com foco em artigos, ensaios e análises sobre moda brasileira, identidade cultural e influências eurocêntricas. Entre as principais fontes consultadas estão o site Sem Cabimento e a revista Dobras, que tratam de diversidade e representatividade no setor.

Também foram consideradas reflexões de autoras que discutem a necessidade de descolonizar o olhar da moda e de valorizar expressões culturais brasileiras.

Como base teórica, parte-se do entendimento de que a moda brasileira ainda carrega traços de europeização, especialmente em espaços de grande visibilidade. No entanto, observa-se um movimento crescente de resistência, no qual instituições e profissionais buscam afirmar uma moda mais plural, conectada às raízes locais e em diálogo com o cenário global.

RESULTADOS

O estudo "Sem Cabimento", realizado pela consultoria Dubu com 500 brasileiras de 18 a 50 anos, revelou que a maioria da população não se sente representada pelas imagens divulgadas por marcas de moda. Esse dado evidencia uma profunda desconexão entre a publicidade e a realidade brasileira, especialmente no que diz respeito à diversidade de corpos, gerações e gênero.

REALIZAÇÃO E APOIO

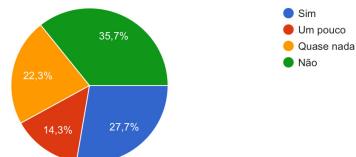
Grupo de Pesquisa NUPEVEM (Núcleo de Pesquisa em Vestuário e Moda)



Figura 1 – Pertencimento na moda

Você se sente bem representado na moda brasileira?

112 respostas



Fonte: autoria própria.

O sentimento de não pertencimento revelado pelo estudo tem impulsionado estilistas negros e indígenas a usar a moda como forma de se reconhecer e de dar voz a quem também é excluído. Entre esses nomes, Goya Lopes se destaca: suas criações, trazem símbolos afro-brasileiros, cores intensas e referências ancestrais que celebram identidades historicamente invisibilizadas. Fazendo com que pessoas se identifiquem e reconheçam suas raízes.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa mostrou que a moda brasileira vive um conflito entre a herança eurocêntrica, que ainda domina especialmente nos grandes veículos de comunicação, e um movimento crescente que busca valorizar a diversidade cultural e aproximar a moda da realidade do nosso povo.

REFERÊNCIAS

- Druet, Lucile. Novas “tendências” de moda: a alfaiataria de quimono em desenhos de vestidos parisienses, africanos e indianos. *dObra[s]* – revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda, [S. I.], n. 38, p. 19–60, ago. 2023. DOI: 10.26563/dobras.i38.1624. Disponível em: <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/1624>. Acesso em: 20 jul. 2025.
- [Autor(es) não identificados]. A diversidade cultural brasileira. *MeuArtigo / Brasil Escola*, [s. d.]. Disponível em: <https://meuartigo.brasilescola.uol.com.br/sociologia/a-diversidade-cultural-brasileira.htm>. Acesso em: 20 jul. 2025.
- SEM CABIMENTO. Dubu. [S. I.: s. n.], [2025?]. Disponível em: <https://www.dubu.com.br/semcabimento/>. Acesso em: 20 jul. 2025.
- MICCHETTI, Miqueli. Moda e globalização no Brasil contemporâneo. *dObra[s]* – revista da Associação Brasileira de Estudos e Pesquisas em Moda, São Paulo, v. 3, n. 5, p. 62–67, fev. 2009. DOI: 10.26563/dobras.v3i5.310. Disponível em: <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/310>. Acesso em: 31 jul. 2024.

ENTRE VOLUMES, LEDS E ADEREÇOS: OS TRAJES DE UM GRUPO DE BATE-BOLAS DE SEROPÉDICA (RJ)

Beatriz de Sousa Alencar (bia6s2alencar@gmail.com)

Profa. Dra. Débora Pires Teixeira (deborapires@ufrj.br)

RESUMO

A presente pesquisa encontra-se em andamento e se refere ao projeto PIBIC/UFRRJ – 2024/2025 que tem como proposta o estudo dos trajes da turma de Bate-Bolas “Lilo Stitch” do município de Seropédica (RJ). Para atingir o objetivo foram realizadas pesquisas documentais e de campo. Os resultados foram analisados e discutidos a luz de teóricos das Ciências Sociais e Humanas que trataram do tema.

Palavras-chave: Bate-Bolas; Lilo Stitch de Seropédica; Trajes; Patrimônio.

A MULTIPLICIDADE DA VIDA PAULISTANA REPRESENTADA ATRAVÉS DA INDUMENTÁRIA A PARTIR DE UMA NARRATIVA VISUAL

Tulio de Sousa Penha (tuliospenha@gmail.com)

William Crispim Domingues Andrade (william200311@hotmail.com)

Orientador: Prof. Dr. Dennis Fortunato Fraga (fortunato@cefetmg.br)

Coorientador: Prof. Me. Marcelo Lorentz Ricardo (marcelotumati@gmail.com).

RESUMO

A presente pesquisa pretende investigar como os contrastes entre tradição e modernidade, centro e periferia, formalidade e liberdade da capital São Paulo manifestam-se na linguagem visual do vestir, especialmente entre jovens adultos de 20 a 35 anos, sem distinção de gênero ou sexo. Para aprofundar a análise visual proposta neste projeto, será utilizado a metodologia de Dondis que oferece instrumentos para a análise de elementos formais a partir da forma, cor, textura e do ritmo. Nesta perspectiva, um conjunto de imagens selecionadas a partir de uma pasta digital, que reúne fotografias feitas por diferentes fotógrafos brasileiros na cidade de São Paulo.

Palavras-Chave: Alfaiataria; contrastes visuais; indumentária urbana; streetwear; identidade cultural; São Paulo.

DO RISCO AO ENCANTO: A NARRATIVA VISUAL DO “O CASTELO ANIMADO” POR MEIO DOS FIGURINO

Maria Teresa Alves Nogueira (maitealvesnogueira@gmail.com)

Orientador: Prof. Me. Marcelo Lorentz Ricardo (marcelotumati@gmail.com).

Coorientador: Profa. Dra. Patricia Aparecida Monteiro (patriciamonteiro@cefetmg.br)

RESUMO

Este trabalho propõe uma análise visual da animação O Castelo Animado (2004), dirigida por Hayao Miyazaki, com foco na construção simbólica dos figurinos dos protagonistas Sophie e Howl. A pesquisa, de abordagem qualitativa , investiga como o vestuário atua como linguagem narrativa e

expressiva dentro do universo visual criado pelo Studio Ghibli. Através de referências bibliográficas, filmográficas e documentais, o estudo busca compreender como os elementos do vestir refletem emoções, transformações internas e desenvolvimento de identidade dos personagens principais ao longo da narrativa. O figurino, nesse contexto, apresenta-se como um recurso estético e afetivo fundamental para a criação de vínculos emocionais entre os personagens principais e o espectador, revelando camadas subjetivas da trama e contribuindo para a atmosfera poética da obra.

Palavras-Chave: Moda e narrativa visual; Studio Ghibli; O Castelo Animado.

ENTRE A HISTÓRIA CULTURAL E O DIREITO: REPRESENTAÇÕES MIDIÁTICAS DE GÊNERO, RAÇA E CORPO NA MODA VOLTADA À INFÂNCIA E ADOLESCÊNCIA

Cecilia Neves Silveira (cecilia.neves09@gmail.com) com).

RESUMO

Este artigo analisa as representações midiáticas de gênero, raça e corpo na moda voltada à infância e adolescência, articulando perspectivas históricas, culturais e jurídicas. O estudo evidencia que o processo de construção social da infância, consolidado desde a era vitoriana, coincide com o momento em que a moda adquire nova roupagem cultural e mercadológica, reforçando padrões de gênero e distinções sociais. Analisa ainda como a transição do conceito de pequeno adulto para infância, padrões de gênero e raciais foram historicamente naturalizados e invisibilizados. Examina-se o papel da mídia e da moda na adultização infantil, revelando como corpos de crianças são convertidos em mercadorias e espetáculos simbólicos, em diálogo com as teorias de Darnton (1986), Evans (2003), Foucault (1988) e Lipovetsky (1989). O estudo de caso de Hytallo Santos e Kamylinha, em que uma criança é manipulada por um adulto para se expor sexualizada em rede social, demonstra a exploração predatória da busca por visibilidade de menores, confrontando práticas de mercado com normas de proteção como o ECA e a recente Lei no 2.628/2022. Os resultados indicam que, apesar da legislação, desafios persistem na efetividade da proteção. Conclui-se que a proteção integral da infância depende da articulação entre normas jurídicas, políticas educativas e sociais, consciência cultural e responsabilidade midiática, buscando resguardar corpos e identidades infantis frente à exploração

econômica e simbólica.

Palavras-Chave: Infância; Adolescência; Moda; Mídia; Legislação; Gênero.

MEMÓRIA E DESIGN: MUSEU VIRTUAL DA MODA E DO VESTUÁRIO COMO FERRAMENTA DE PRESERVAÇÃO E INOVAÇÃO

Profa. Dra. Maria de Lourdes Couto Nogueira (bucouto@gmail.com)

Prof. Me. Cristiane Aparecida Gontijo Victer (crisvicter@gmail.com)

RESUMO

O artigo propõe a criação do Museu Virtual da Moda e do Vestuário de Divinópolis-MG, destinado à preservação e difusão do patrimônio cultural e econômico da indústria confeccionista local, consolidada desde a década de 1970 como um dos principais polos do Brasil. Fundamentado na compreensão da moda como fenômeno cultural, político e social, o estudo justifica a relevância da proposta diante do impacto da confecção na identidade e no desenvolvimento regional. O museu será um espaço multidimensional, que ultrapassa a simples exposição de peças ao integrar tecnologias como realidade aumentada, 3D e realidade virtual, oferecendo experiências interativas e imersivas. Também prevê atividades educativas, workshops e entrevistas com especialistas, incentivando reflexões sobre sustentabilidade, inovação e responsabilidade social. A curadoria do acervo será organizada em parceria com empresas locais e ex-proprietários de confecções, reunindo peças históricas e produções contemporâneas. Os resultados esperados incluem democratização do acesso à moda divinopolitana, preservação da memória confeccionista, integração entre cultura e tecnologia, estímulo à criatividade e inserção da cidade em redes globais. A proposta inicial é a criação de um Museu Virtual do Vestuário e da Moda, no entanto pretende-se sua futura integração com um museu físico, com a ampliação do acervo, parcerias institucionais e investimentos em tecnologia, consolidando-o como ponte entre memória e futuro.

Palavras-Chave: Design; Memória; Moda; Museu Virtual; Patrimônio cultural.

INDUMENTÁRIA E SUBJETIVIDADE NAS REPRESENTAÇÕES DE VILÕES: UM ESTUDO COMPARATIVO DA PERSONAGEM CRUELLA DE VIL

Adriana Simão Pessoa (drikapessoas21@gmail.com)

Orientador: Profa. Me. Marcelo Lorentz Ricardo (marcelotumati@gmail.com)

Coorientadores: Profa. Dra. Monique de Alvarenga Pinto Cotrim(moniqueapcotrim@gmail.com)

RESUMO

Este artigo propõe uma análise comparativa entre as representações da personagem Cruella De Vil nas produções cinematográficas 101 Dálmatas (1961) e Cruella (2021), tendo como foco a indumentária enquanto linguagem visual de construção de subjetividades e vilania. Por meio de um estudo qualitativo, com base na semiótica e nos arquétipos, a pesquisa investiga como tecidos, cortes, cores e estruturas são utilizados para expressar não apenas identidade estética, mas também complexos psíquicos, traumas e arquétipos. O trabalho articula conceitos de autores como Elizabeth Wilson, Georg Simmel, Lúcia Santaella, Christian Metz, Margaret Mark e Carol S.Pearson, Susan Kaiser, Malcolm Barnard e Stuart Hall. Através dessa abordagem, busca-se demonstrar que a moda no cinema não é acessória, mas sim narrativa, performática e simbólica.

Palavras-Chave: Moda; Vilania; Subjetividade; Semiótica visual; Signos; Cinema.

A INFLUÊNCIA DA INDUMENTÁRIA SACRA APLICADA ÀS IMAGENS DE VESTIR E ROCA: ANÁLISE DE TRÍO DE IMAGENS DA PAIXÃO DE CARMÓPOLIS DE MINAS

Antônio Gabriel Silva Cordeiro (Antoniobiel2708@gmail.com)

Orientador: Prof. Dr. Rodrigo Bessa (bessarodrigo@cefetmg.br)

RESUMO

A presente pesquisa investiga a indumentária sacra das imagens de roca do Senhor dos Passos, Nossa Senhora das Dores e São João Evangelista presentes no município de Carmópolis de Minas, situado no estado de Minas Gerais. As imagens de roca, caracterizadas por seus corpos articulados e

vvoltadas à devoção popular, desempenham papel central na religiosidade católica local especialmente durante as festividades e procissões da Semana Santa. A análise enfoca os trajes utilizados nas esculturas: Senhor dos Passos, Nossa Senhora das Dores e São João Evangelista, considerando os aspectos históricos, artísticos e simbólicos das vestimentas. O estudo evidencia a influência do barroco mineiro, a persistência de técnicas artesanais na confecção dos trajes, bem como o protagonismo das comunidades na preservação e renovação desses elementos de fé e identidade cultural. Observa-se que a indumentária das citadas imagens de Carmópolis de Minas representa não apenas um elemento de devoção, mas também um patrimônio imaterial estético, de moda, memória e pertencimento.

Palavras-Chave: Indumentária; Arte Sacra; Carmópolis de Minas.

TEARES E TRADIÇÃO: DIAGNÓSTICO DA TECELAGEM ARTESANAL EM UMA COMUNIDADE RURAL DE MINAS GERAIS

Prof. Me. Cristiane Aparecida Gontijo Victer (crisvicter@gmail.com)

Profa. Dra. Maria de Lourdes Couto Nogueira (bucouto@gmail.com))

RESUMO

A tecelagem artesanal, prática cultural significativa em comunidades rurais, enfrenta desafios como a desvalorização e o abandono por parte das mulheres tecelãs. Este artigo apresenta um diagnóstico inicial da prática em Buritis, comunidade rural de Divinópolis (MG). Baseado em entrevistas informais com artesãs locais, o estudo identificou barreiras econômicas, sociais e culturais que comprometem a sustentabilidade dessa tradição, como o temor de perder direitos previdenciários, a desvalorização dos produtos e a ausência de canais de comercialização. A pesquisa, apoiada pela Lei Paulo Gustavo, contribui para compreender as condições que impactam a continuidade da tecelagem artesanal e propõe caminhos para sua revitalização.

Palavras-chave: Tecelagem artesanal; diagnóstico comunitário; sustentabilidade; revitalização cultural.

CAMPESINATO EM PERSPECTIVA: UMA ANÁLISE SEMIÓTICA SOBRE REPRESENTAÇÕES DO HOMEM RURAL E SEU CONTEXTO HISTÓRICO

Samira Sthefany Alves Freitas (samirafreitss@gmail.com)

Orientador: Prof. Dr. Flávio Raimundo Giarola (flaviogiarola@cefetmg.br)

RESUMO

Este artigo analisa como a moda e o figurino contribuíram para a construção da identidade do trabalhador rural brasileiro, a partir de representações culturais no século XX. Utiliza como principais objetos de análise a figura do Jeca Tatu, criado por Monteiro Lobato e adaptado para o cinema por Amácio Mazzaropi, e a obra Café (1935) de Cândido Portinari, artista modernista que retratou com sensibilidade o camponês. A pesquisa parte da compreensão da moda como linguagem visual, capaz de comunicar valores sociais, históricos e ideológicos, e se apoia em referenciais teóricos da semiótica peirceana e da história da indumentária. Observa-se que o figurino no filme "Jeca Tatu" (1959) reforça estereótipos sobre o atraso e a ignorância do homem do campo, enquanto que, nas obras de Portinari, o camponês aparece com dignidade e força. Ao investigar os códigos visuais do vestuário em diferentes mídias, este trabalho evidencia como as roupas ultrapassam sua função utilitária e assumem um papel expressivo na construção da identidade nacional. A partir disso, conclui-se que a moda e o figurino são recursos discursivos fundamentais para compreender as representações sociais, culturais e políticas do Brasil rural.

Palavras-Chave: Rural; Vestuário; Figurino; Identidade; Modernismo.

A MODA DO ROCK: A INFLUÊNCIA DO ESTIGMA ‘SEXO, DROGAS E ROCK’N’ROLL’ NA MODA E SUA RESSIGNIFICAÇÃO CONTEMPORÂNEA

Maria Eduarda Rodrigues Gomes (dudygomes133@gmail.com.)

Orientador: Profa. Dra. Patrícia Aparecida Monteiro (patriciamonteiro@cefetmg.br)

Coorientador: Prof. Dr. Denis Fortunato Fraga (fortunato@cefetmg.br)

O presente artigo investiga como o estigma “sexo, drogas e rock'n'roll”, associado ao imaginário do rock desde os anos de 1950 influenciou a moda ao longo das décadas e de que maneira esse conceito vem sendo ressignificado na contemporaneidade. A pesquisa parte de uma abordagem teórico-histórica, com base em autores da moda e da cultura musical, analisando um recorte temporal e espacial da história do rock e suas traduções estéticas no vestuário. Identifica-se que o rock, desde sua origem, expressa resistência, liberdade e provocação — elementos refletidos também na forma de vestir dos artistas e de seus públicos. Na atualidade, a pesquisadora observou a retomada e atualização dessas referências através da banda italiana Måneskin, que incorpora ao seu estilo elementos de glam rock, fluidez de gênero e sensualidade, dialogando com um público diverso e contemporâneo. A moda, nesse contexto, reafirma seu papel como linguagem visual e ferramenta de expressão identitária. O estudo contribui para compreender como manifestações culturais do passado se transformam e se atualizam, mantendo vivo o poder simbólico do rock na construção de narrativas visuais e comportamentais.

Palavras-Chave: Rock; Moda; Identidade; Estética; Måneskin.

“AMY WINEHOUSE E A ESTÉTICA DO JAZZ: MODA, MÚSICA E IDENTIDADE”

Luiza Guedes Lourenço (luizaguedescefet@gmail.com)

Orientador: Prof. Dr. Flávio Raimundo Giarola (flaviogiarola@cefetmg.br)

Coorientador: Prof. Dr. Denis Geraldo Fortunato Fraga (fortunato@cefetmg.br)

RESUMO

Este artigo investiga como os significados sociais, étnicos e estéticos do jazz foram ressignificados por Amy Winehouse em sua identidade artística. Analisa-se a origem do jazz, sua atmosfera emocional e a estética que o acompanha, marcada por improviso e presença afetiva. Em seguida, explora-se a trajetória da cantora, suas influências familiares e musicais, e a forma como ela construiu um estilo próprio, inspirado no jazz, mas com uma linguagem contemporânea. O penteado beehive, o delineado dramático, os figurinos retrô e sua performance corporal são compreendidos como códigos estéticos que dialogam com o legado de grandes cantoras do jazz, além disso,

os vocais intensos e as letras confessionais de Amy reforçam sua conexão com o gênero. Os resultados indicam que sua imagem pública foi construída com profundidade simbólica e, por fim, o trabalho propõe que a estética de Amy Winehouse pode ser entendida como uma forma de resistência afetiva e criativa.

Palavras-Chave: Jazz; Amy Winehouse; Estética do jazz; Construção identitária.

VESTINDO O INCONSCIENTE: ANÁLISE SOB AS PERSPECTIVA DA PSICANALÍTICA FREUDIANA E DA PSICOLOGIA ANALÍTICA JUNGUIANA DA INDUMENTÁRIA NO CONTO DE FADAS COMO NARRATIVAS DE FORMAÇÃO.

Raissa Azevedo Resende (raissaazevedoresende@gmail.com)

Orientador: Prof. Dr. Denis Geraldo Fortunato Fraga (fortunato@cefetmg.br)

RESUMO

Este artigo propõe uma análise da narrativa Cinderela (1950) sob a perspectiva da psicanálise freudiana e da psicologia analítica junguiana, com ênfase na indumentária como linguagem simbólica do inconsciente. A pesquisa articula os campos da psicanálise, da psicologia analítica e dos estudos de moda a fim de compreender como os trajes da personagem funcionam como signos de transformação subjetiva e social. Parte-se do pressuposto de que os elementos visuais, em especial o vestido e o sapatinho de cristal, representam desejos reprimidos, arquétipos do feminino e processos de individuação. A metodologia adotada é qualitativa, de caráter interpretativo e interdisciplinar, fundamentada na análise simbólica da narrativa e de seus elementos estéticos. Os resultados apontam que a indumentária em Cinderela transcende a função de figurino, atuando como dispositivo simbólico capaz de expressar conflitos psíquicos, construir identidade e marcar passagens arquetípicas. Nesse sentido, o conto é interpretado como uma narrativa de formação feminina, na qual o ato de vestir simboliza a passagem do recalque ao reconhecimento. A moda, nesse contexto, é compreendida como linguagem cultural e emocional, capaz de revelar estruturas profundas do inconsciente individual e coletivo.

Palavras-Chave: Indumentária; Cinderela; Moda; Identidade; Simbologia.

MARIE ANTOINETTE ENTRE FATOS E LICENÇA POÉTICA: ANÁLISE DA CONTRIBUIÇÃO DO FILME DE SOFIA COPPOLA NA CONCEPÇÃO DE UMA IMAGEM HISTÓRICA

Laura Mendes Santos (laurasantoscontato@gmail.com)

Orientador: Prof. Dr. Flávio Raimundo Giarola (flaviogiarola@cefetmg.br)

Coorientadores: Prof. Dr. Rodrigo Bessa (bessarodrigo@cefetmg.br)

RESUMO

Esta pesquisa tem como objetivo analisar de que modo o filme Marie Antoinette (2006), com foco na narrativa associada à moda, a partir da compreensão de Lipovetsky (2009), contribui para a concepção de imagem da última rainha da França, distinguindo representações históricas e licenças poéticas. O trabalho apresenta quem foi Maria Antonieta antes de Versalhes e discute o conceito de imagem segundo Hessen (2000), adotando uma abordagem qualitativa e analítica, fundamentada em revisão bibliográfica, com destaque para a obra de Lever (2004). A partir da divisão da produção de Sofia Coppola em três atos, observa-se que a diretora privilegia uma experiência imagética e subjetiva, afastando-se de um retrato político e aproximando-se da representação de uma figura humana e contemporânea. Conclui-se que, ainda que não apresente fidelidade absoluta histórica, a obra configura a imagem da rainha a partir da experiência do indivíduo, suscitando, além disso, o interesse por investigações históricas.

Palavras-chave: Marie Antoinette; Análise filmica; Concepção de imagem; Representação histórica.

GT4
Inovação e Gestão
em Design e Moda

ANÁIS DA 9ª EDIÇÃO
SEMGED
-2025

PLANEJAMENTO DE MÍDIA SOCIAL: DIVINÓPOLIS BOTÕES

Alice dos Santos Lima (lilicasantos331@gmail.com)

Ana Clara Siqueira (anasiqueira660@gmail.com)

Isabela de Faria Gomes (isabelafariagomes@gmail.com)

Larissa Grasyela Aquino Resende Costa (grasyelalarissa@gmail.com)

Profa Dra. Maria de Lourdes Couto Nogueira (orientadora) (bucouto@cefetmg.br)

RESUMO:

O presente estudo aborda a proposição de um Planejamento de Mídia Social como imperativo estratégico para a Divinópolis Botões, uma organização tradicional do setor de aviamentos. O objetivo primordial foi estabelecer diretrizes programáticas para a gestão digital e a modernização digital, visando a captação do segmento demográfico jovem, notadamente engajado com as esferas de moda, customização e sustentabilidade. A metodologia iniciou com um diagnóstico exploratório que revelou fragilidades na consistência e coerência visual da presença online. Em seguida, uma pesquisa quantitativa ($n=43$) foi implementada para prospectar os padrões de consumo de conteúdo online. Os achados empíricos indicaram uma preferência acentuada por formatos audiovisuais de alto dinamismo no Instagram, destacando-se Stories (65,1%) e Reels, sublinhando a criticidade da interatividade para o engajamento efetivo. A intervenção proposta articula um calendário editorial sistemático e a padronização de templates para o Instagram, canal prioritário. Adicionalmente, sugere-se a implementação de uma Oficina de Customização itinerante, com foco no aproveitamento de resíduos, convergindo para a promoção da sustentabilidade e da conexão comunitária. Infere se que a adoção destas táticas, fundamentadas em evidências mercadológicas, têm o potencial de consolidar a presença digital da empresa e de alavancar sua competitividade no mercado contemporâneo.

Palavras-Chave: Estratégias de Conteúdo; Marketing Digital; Sustentabilidade; Corporativa; Varejo de Aviamentos.

REDESIGN DA MARCA LIMS: INOVAÇÃO E VÍNCULO COM AS CONSUMIDORAS

Eduarda Botelho Nunes

Gabriela Gonçalves Cordeiro

Giovana Mendes dos Anjos Oliveira

Kamila Liberato Nascimento

Lara Petreli Oliveira Pereira

RESUMO:

Este artigo apresenta o desenvolvimento de um projeto interdisciplinar voltado para a marca Lims, com o objetivo de fortalecer sua identidade e ampliar sua presença digital. A pesquisa, de caráter qualitativo, exploratório e aplicado, envolveu análise do perfil da marca, reunião com a proprietária e aplicação de formulário online para compreender o público-alvo. Os resultados apontaram um público majoritariamente feminino, adulto, ativo no Instagram e interessado em sustentabilidade, estilo e conteúdos visuais. Também foram identificadas fragilidades, como ausência de estratégia digital, comunicação pouco representativa, embalagens inadequadas e uso limitado das redes sociais. Como resposta, o projeto propõe a reformulação da identidade visual (logo, tags, cartões e embalagens sustentáveis), a reorganização do Instagram com estética coesa e conteúdos relevantes, a criação de brindes sustentáveis (scrunchies produzidos com retalhos) e o desenvolvimento de um site institucional integrando vitrine, catálogo e conteúdos inspiracionais. Essas ações buscam reposicionar a Lims como uma marca próxima, sustentável e inovadora, alinhada ao consumo consciente e às práticas de relacionamento digital. O estudo evidencia a importância da pesquisa de público e do design estratégico na construção de marcas de moda contemporâneas, fortalecendo vínculos emocionais com as consumidoras e ampliando sua competitividade no mercado.

Palavras-chave: Estratégia Digital; Identidade da marca; Inovação; Moda sustentável.

GT5
Sustentabilidade

FASHION REVOLUTION E ECONOMIA CRIATIVA: EXPERIMENTAÇÕES SOBRE SUSTENTABILIDADE.

Bernardo Corradi faria Drumond; Chrisyan Da Silva Gripp; Gabriel Silva Rodrigues
Cristiane Aparecida Gontijo Victer; Maria de Lourdes Couto Nogueira

INTRODUÇÃO

A moda exerce forte influência sociocultural, econômica e ambiental. Diante dos impactos negativos causados pelo consumo excessivo e pela produção insustentável, surgem movimentos como o *Fashion Revolution*, criado após o desastre do Rana Plaza em 2013. Esse movimento questiona “Quem fez minhas roupas?” e propõe uma cadeia produtiva mais ética e transparente. Nesse contexto, a economia criativa ganha espaço ao valorizar inovação, sustentabilidade e capital intelectual. Já a economia circular surge como alternativa ao modelo linear de consumo, propondo a reintegração de resíduos nos processos produtivos. A união desses conceitos transforma a moda contemporânea em um agente de mudança social e ambiental. Como afirma Lipovetsky (2009), a moda atual é um reflexo de seu tempo e um potente vetor de transformação.

OBJETIVOS

Objetivo geral :

Analisar como o movimento *Fashion Revolution*, a economia criativa, a sustentabilidade e a economia circular se interligam para promover mudanças socioambientais na moda contemporânea.

Objetivos específicos:

Compreender as ações do *Fashion Revolution* e sua influência na transparência e ética da cadeia produtiva.

Explorar o papel da economia criativa na inovação sustentável no setor.

Examinar práticas sustentáveis em materiais, processos e consumo, bem como os princípios da economia circular aplicados à moda, com foco no reaproveitamento e no design regenerativo.

Experimentar métodos sustentáveis através da prática e da reutilização criativa dos resíduos têxteis.

METODOLOGIA

A pesquisa adotou uma abordagem qualitativa e experimental, unindo revisão teórica e prática criativa baseada no movimento *Fashion Revolution*. Na etapa teórica, realizou-se um levantamento bibliográfico sobre moda ética, economia criativa, economia circular e práticas de *upcycling*. Na parte prática, foi realizada uma oficina de criação de acessórios sustentáveis, utilizando materiais reaproveitados. Os autores criaram bolsas com tecidos reciclados, aplicando pintura, costura manual e elementos decorativos. A atividade teve como objetivo demonstrar como a reutilização criativa pode reduzir resíduos, promover consumo consciente e valorizar o trabalho manual, alinhando-se aos princípios da economia circular e da economia criativa.

RESULTADOS

Os resultados foram divididos em teóricos e práticos. A parte teórica confirmou que o movimento *Fashion Revolution* promove maior transparência, embora marcas ainda resistam à mudança. A economia criativa mostrou-se essencial para soluções sustentáveis, mas enfrenta desafios para ser ampliada. O *upcycling*, embora eficaz, ainda é pouco explorado pela indústria. Na oficina prática, os participantes criaram bolsas com materiais reaproveitados, comprovando que é possível gerar valor e beleza com recursos simples. O trabalho manual reforçou a importância do processo criativo. O confronto com a literatura revelou que, apesar do discurso sustentável, há barreiras estruturais. A reutilização criativa (como a estrela de plástico) exemplificou a economia criativa em ação. Como limitação, a oficina teve escala reduzida. Recomenda-se parcerias com coletivos para expandir o impacto socioambiental.

Figura 1 - Bolsa feita para o *Fashion Revolution*



Fonte: autoria própria

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa aponta que a união entre *Fashion Revolution*, economia criativa e circular promove uma moda mais ética e sustentável. Apesar de avanços, há resistência empresarial e desafios técnicos. A criatividade mostrou-se essencial na reutilização de materiais. Recomenda-se investir em políticas públicas, educação e parcerias. É preciso repensar produção e consumo na moda.

REFERÊNCIAS

- ELLEN MACARTHUR FOUNDATION. Economia circular: conceitos e fundamentos. Cowes, 2017. Disponível em: <https://ellenmacarthurfoundation.org>. Acesso em: 15 jul. 2024.
- FASHION REVOLUTION. Who made my clothes? 2023. Disponível em: <https://www.fashionrevolution.org>. Acesso em: 15 jul. 2024.
- LIPOVETSKY, Gilles. O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

REALIZAÇÃO E APOIO

Grupo de Pesquisa NUPEVEM (Núcleo de Pesquisa em Vestuário e Moda)



DO LIXO AO LUXO: CRIATIVIDADE QUE TRANSFORMA RESÍDUOS TÊXTEIS DE JEANS EM MODA

Laura Sousa Enes; Luisa Custódio Pereira; Nicole Emanuelly Faria Manso; Yasmin Fernandes Fonseca. Maria de Lourdes Couto Nogueira (orientadora); Cristiane Aparecida Gontijo Victer (co-orientadora).

INTRODUÇÃO

O movimento *Fashion Revolution* surgiu em 2013, após o colapso do edifício Rana Plaza, em Bangladesh, que resultou na morte de mais de mil trabalhadores da indústria da moda. A tragédia escancarou as condições precárias de trabalho e a falta de responsabilidade social na cadeia produtiva da moda rápida (*fast fashion*).

Desde então, o movimento tem promovido questionamentos sobre quem faz nossas roupas, em que condições essas pessoas trabalham e qual o impacto ambiental desse modelo de produção. Para Lipovetsky (2009, p. 45), “a moda não pertence a todas as épocas nem a todas as civilizações (...)", o que mostra como ela é profundamente ligada ao contexto social, econômico e cultural. O *Fashion Revolution* propõe uma nova forma de pensar, produzir e consumir moda, baseada em ética, transparência e sustentabilidade.

OBJETIVOS

Objetivo Geral:

Investigar os princípios do movimento *Fashion Revolution* é promover, por meio da prática criativa, uma reflexão sobre moda consciente e sustentável.

Objetivos Específicos:

- Estudar a origem e os fundamentos do *Fashion Revolution*;
- Refletir sobre os impactos sociais e ambientais do *fast fashion*;
- Estimular o consumo responsável e a valorização do trabalho digno;
- Reutilizar materiais e propor soluções criativas e sustentáveis;
- Produzir peças que representem visualmente os conceitos estudados.

METODOLOGIA

O projeto foi desenvolvido por meio de uma oficina inspirada no movimento *Fashion Revolution*, que promoveu reflexões sobre consumo consciente. Em seguida, foram realizadas pesquisas bibliográficas e documentais para embasar teoricamente as ações. Foram arrecadados materiais reutilizáveis, como lacres, lona, retalhos, roupas e tecidos. Com os materiais em mãos, o grupo planejou e executou peças criativas e sustentáveis, aplicando na prática os conhecimentos adquiridos e reforçando a importância da moda consciente.

REALIZAÇÃO E APOIO

Grupo de Pesquisa NUPEVEM (Núcleo de Pesquisa em Vestuário e Moda)



RESULTADOS

Durante o desenvolvimento do projeto, conseguimos transformar materiais que seriam descartados em novas criações com significado, reforçando os valores do *Fashion Revolution*. As peças produzidas demonstram que é possível unir moda e consciência ambiental sem perder a identidade estética.

O grupo demonstrou maior compreensão sobre o impacto do *fast fashion* e a importância de práticas sustentáveis, especialmente no vestuário. As ações também despertaram interesse em compartilhar o conhecimento com outras pessoas, multiplicando a mensagem do movimento por meio da arte, da moda e de outras formas criativas de expressão.

Figura 1 - Saia feita com retalhos de jeans



Fonte: saia jeans realizada de upcycling por Nicole Faria.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O *Fashion Revolution* se destaca como uma importante iniciativa na luta por uma moda ética e responsável. O movimento mostra que, ao questionarmos “quem fez minhas roupas?”, estamos assumindo um papel ativo como consumidores conscientes e transformadores. A educação e a reflexão crítica são fundamentais para mudar padrões de consumo e tornar a moda uma ferramenta de impacto positivo.

REFERÊNCIAS

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

FASHION REVOLUTION. *Quem fez minhas roupas?* Disponível em: <https://www.fashionrevolution.org/>.

MODA SUSTENTAVEL:

Da reciclagem de tecidos à economia circular

Ana L. A. C. Rodrigues; Emanuely G. Oliveira; Giovanna C. M. de Souza;
Isabella M. da Silva.

Maria de Lourdes Couto Nogueira(orientadora);Cristiane Aparecida Gontijo
Victer (co-orientadora)

INTRODUÇÃO

A indústria da moda é uma das maiores geradoras de poluição no mundo. No Brasil, estima-se que cerca de 4 milhões de toneladas de resíduos têxteis sejam produzidas anualmente (Dion, 2025). Nesse contexto, a reciclagem de tecidos surge como uma alternativa viável e sustentável para reduzir esses impactos, promovendo o reaproveitamento de materiais, como o Upcycling, e estimulando práticas mais responsáveis no setor da moda.

OBJETIVOS

A pesquisa tem como objetivo amplo identificar alternativas em que o reaproveitamento de fibras têxteis descartadas pode ser incorporado em práticas de economia circular. Os objetivos específicos são:

- Analisar o potencial de redução de custos com matéria-prima na indústria têxtil através da utilização de retalhos e tecidos recicláveis;
- Avaliar como a implementação do reuso e da reciclagem de materiais pode fortalecer os princípios da economia circular e minimizar o desperdício no setor;
- Quantificar e evidenciar a diminuição dos impactos ambientais resultante da destinação adequada e do reaproveitamento dos resíduos têxteis;
- Identificar e descrever as barreiras (logísticas, tecnológicas ou de mercado) para a plena adoção dessas práticas no contexto brasileiro.

METODOLOGIA

A pesquisa é de natureza qualitativa e exploratória, desenvolvida por meio de revisão bibliográfica e análise de exemplos práticos sobre reciclagem de tecidos na moda. Foram consultados artigos acadêmicos, incluindo o da (Dion, 2025), publicações do clube da costura e a página da Audaces “Reciclagem Têxtil: 10 Boas Práticas para uma Produção Sustentável”. A partir do material coletado, foi feita a organização, categorização e interpretação com base nos princípios da economia circular e da moda sustentável, identificando práticas criativas e responsáveis de reaproveitamento têxtil.

RESULTADOS

A revisão evidenciou que o reaproveitamento têxtil e a Economia Circular são as alternativas cruciais, para diminuir o impacto massivo da moda no Brasil.

Os resultados mostram que a prática do upcycling é realmente eficaz, isso reduz a quantia de resíduos jogados fora, de modo inapropriado, e barateia custos com matéria-prima, trocando um problema ambiental por uma oportunidade econômica. Além disso, a análise constatou que reuso e reciclagem são muito importantes para impulsionar a cadeia de produção, estimulando a inovação e a sustentabilidade no design de moda, segundo as tendências e as práticas de fontes especialistas.

Figura 1 – Monte de lixo têxtil



Fonte: Disponível em: <fitecambiental.com.br/>, Acesso em 28 out. 2025.

Figura 2 – Roda economia circular



Fonte: Disponível em: <www.abrema.org.br/>, Acesso em 28 out. 2025.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A reutilização de fibras têxteis descartadas na Economia Circular envolve três abordagens principais: a Reciclagem de Fibras, que transforma lixo em novos materiais; o Upcycling, que reutiliza de forma criativa; e Modelos de Negócios Circulares, que incluem logística reversa e reparo. Essas ações transformam resíduos em insumos, promovendo uma cadeia têxtil sustentável e inovadora.

REFERÊNCIAS

- DION, Gestão Ambiental. .. DION, 2024. Disponível em: <https://www.dionambiental.com.br/>. Acesso em: 28 out. 2025.
WILBERT, Rogerio. Tendências de Moda Sustentável:: Como Aproveitar Retalhos e Tecidos Reciclados em Seus Projetos. Clube da Costura, 2025. Disponível em: <https://www.clubedacostura.com.br/tendencias-de-moda-sustentavel/>. Acesso em: 28 out. 2025.
AUDARA, .. Confira boas práticas de reciclagem têxtil para uma confecção responsável. AUDACES, 2025. Disponível em: <https://audaces.com/pt-br/blog/reciclagem-textil>. Acesso em: 28 out. 2025.

REALIZAÇÃO E APOIO

Grupo de Pesquisa NUPEVEM (Núcleo de Pesquisa em Vestuário e Moda)



ENTRE A LUDICIDADE E A SUSTENTABILIDADE: OFICINAS DE JOGOS DIDÁTICOS COM RESÍDUOS TÊXTEIS EM DIVINÓPOLIS, MINAS GERAIS

Eduarda Botelho Nunes (vaeduardabotelho@gmail.com)

Profa. Dra. Maria de Lourdes Couto Nogueira (orientadora) (bucouto@cefetmg.br)

RESUMO:

O uso dos jogos e brinquedos didáticos além de motivador, proporciona aos alunos diversos benefícios entre eles a fixação dos conceitos já aprendidos; introdução e desenvolvimento de conceitos de difícil compreensão; a busca por estratégias de resolução de problemas; a tomada de decisão e sua avaliação; a interdisciplinaridade; a construção do conhecimento pelo próprio aluno; a socialização e o trabalho em equipe. O presente artigo é resultado de uma Pesquisa de Iniciação Científica que propôs a criação de oficinas de jogos e brinquedos a partir do uso de materiais recicláveis e dos resíduos têxteis obtidos no polo confeccionista de Divinópolis. O público-alvo das oficinas foram os professores das séries iniciais do ensino fundamental da Rede Pública Municipal de Educação de Divinópolis-MG. A proposta desta pesquisa vem também de encontro à necessidade de conservação e preservação do meio ambiente ao se reaproveitar os resíduos, especialmente os têxteis, que poderiam ser dispostos inadequadamente no aterro da cidade comprometendo o meio ambiente, bem como, as atuais e futuras gerações. Este projeto introduziu os professores na estrutura conceitual dos conteúdos trabalhados e integrar os estudantes da área técnica do CEFET-MG, oportunizando fazer deles, atores de processos de impacto social e transformador. Como resultados, os participantes construíram jogos e brinquedos didáticos recicláveis imbuídos de recursos e linguagens que possibilitam a construção do conhecimento de forma lúdica aprimorando o processo de ensino-aprendizagem.

Palavras-chave: Aprendizagem; Jogos e brinquedos; Materiais recicláveis.

A MODA MODULAR COMO UMA ABORDAGEM PARA UM MERCADO MAIS CONSCIENTE E SUSTENTÁVEL

Lara Rejane German (lala.laragerman@gmail.com)

Profa. Dra. Patrícia Aparecida Monteiro (orientadora) (patriciamonteiro@cefetmg.br)

Profa. Dra. Maria dos Anjos Beirigo (coorientadora) (mariadosanjos@cefetmg.br)

Profa. Dra. Monique de Alvarenga Pinto Cotrim (coorientadora) (moniquecotrim@cefetmg.br)

RESUMO

A indústria da moda, marcada por um modelo de consumo acelerado, gera significativos impactos ambientais, como poluição, desperdício de recursos e altos volumes de resíduos. Frente a esse cenário, a sustentabilidade se tornou uma pauta urgente, incentivando o setor a buscar alternativas mais responsáveis. Este trabalho tem como objetivo investigar como a moda modular pode contribuir para uma indústria mais sustentável. A pesquisa é qualitativa e exploratória, baseada em revisão bibliográfica de livros, artigos e sites de pesquisa. A análise aponta que práticas sustentáveis vêm ganhando espaço na indústria. Dentro desse contexto, foi analisado como a moda modular se apresenta como uma estratégia capaz de minimizar impactos ambientais, ao permitir que peças sejam desmontadas, adaptadas e remontadas, oferecendo versatilidade e prolongando sua vida útil. Essa abordagem reduz o consumo de matérias-primas e a geração de resíduos, além de estimular um consumo mais consciente. No entanto, ainda enfrenta desafios como resistência cultural, custos elevados e limitações técnicas. Diante disso, entende-se que a moda modular merece ser analisada de forma mais aprofundada, considerando seus potenciais, suas limitações e sua aplicabilidade no cenário atual da indústria da moda.

Palavras-Chave: Design de moda; Sustentabilidade; Moda modular;

RESÍDUO TÊXTIL COMO TELA: DESENVOLVIMENTO DE AVENTAIS INSPIRADOS EM MONDRIAN

Gabriela dos Santos Souza (gabrielasouza@cefetmg.br)

Profa. Dra. Patrícia Aparecida Monteiro (patriciamonteiro@cefetmg.br)

RESUMO:

O artigo aborda a relevância da indústria da moda no Brasil, destaca sua importância socioeconômica e seus impactos ambientais negativos. O estudo propõe como alternativa sustentável o reaproveitamento de resíduos têxteis em atividades acadêmicas do curso de Design de Moda do CEFET-MG, através de uma parceria com a empresa Peripan. A partir dos resíduos têxteis doados, foram desenvolvidos aventais com estética inspirada em uma das obras de Piet Mondrian. O projeto contribui para a formação crítica e criativa dos estudantes, demonstrando que a integração entre ensino, arte e sustentabilidade pode gerar soluções inovadoras e responsáveis para o setor da moda.

Palavras-Chave: Moda; Mondrian; Sustentabilidade.

- REALIZAÇÃO -

**Grupo de Pesquisa NUPEVEM
(Núcleo de Pesquisa em Vestuário e Moda)**

